

E-ISSN: 1304 – 8899

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Cukurova University Institute of Social Sciences

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
Journal of Cukurova University Institute of Social Sciences

Cilt/ Vol: 32	Sayı/ No: 2	Yıl/ Year: 2023
---------------	-------------	-----------------

Çukurova Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Sahibi / Owner

ÇÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü adına Enstitü

Müdürü Prof. Dr. Serap ÇABUK

Editörler / Board of Editors

Prof. Dr. Nuran ÖZTÜRK Çukurova Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, (Baş Editör)

Prof. C. Hakan ÇUHADAR Çukurova Üniversitesi, Devlet Konservatuvarı

Prof. Dr. Kenan LOPCU Çukurova Üniversitesi, İİBF, Ekonometri

Prof. Dr. Haşim AKÇA Çukurova Üniversitesi, İİBF, Maliye

Prof. Dr. Engin ÇETİN Çukurova Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi

Prof. Dr. F. Engin ALPAT Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

Prof. Dr. Sadık Erol ER Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Ortaöğretim Sosyal Alanlar

Prof. Dr. Onur DURSUN Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik

Doç. Dr. Ayten Pınar BAL Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

Doç. Dr. Birsal AYBEK Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

Doç. Dr. Fehime Yeşim GÜRANİ Çukurova Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi

Doç. Dr. Mustafa YAŞAR Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim

Doç. Dr. Marella BODUR ÜN Çukurova Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

Doç. Dr. Fatma Şahin Çukurova Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji

Doç. Dr. Bekir Tahir TAHİROĞLU Çukurova Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi Nurcihan ÖZDOĞAN Çukurova Üniversitesi, Hukuk Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi Ebru KAYA Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

Dil Editörleri

Dr. Bilge KARGA GÖLLÜ, Çukurova Üniversitesi, Türkçe

Dr. Öğr. Üyesi Adnan BİÇER, Çukurova Üniversitesi,

İngilizce

Dr. Öğr. Üyesi Nihat Yavuz, Çukurova Üniversitesi, Almanca

İstatistik Editörü

Prof. Dr. Ebru ÖZGÜR GÜLER

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Abdullatif ACARLIOĞLU, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Gül DURMUŞOĞLU KÖSE, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Marcel ERDAL, Johann Wolfgang Goethe-University

Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN, İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Barbara KELLNER-HEGNEL, Freie University Berlin

Prof. Dr. Yunus KİŞHALI, Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Tamer KOÇEL, İstanbul Kültür Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet ÜNAL, University München-Çukurova Üniversitesi

Prof. Dr. Birol YEŞİLADA, Portland State University

Prof. Dr. Ali YILDIRIM, Ortadoğu Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Todd Alan PRICE, National Louis University

Prof. Dr. Andreas SCHACHNER, Deutsches Archäologisches Institut

Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR, Marmara Üniversitesi

Editör Yardımcısı /Assistant Editor

Doç. Dr. Üyesi Bekir Tahir TAHİROĞLU

Sekreteryaya/Dizgi-Mizanpaj / Typesetter

Doç. Dr. Bilge KARGA GÖLLÜ ve Arş. Gör. Abdil ARIK

Copyright©Ekim 2011

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Tüm hakları mahfuzdur.

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makalelerin dil ve bilim sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Elektronik veya mekanik yöntemlerle (fotokopi dâhil) herhangi biçimde basılamaz ve/veya çoğaltılamaz. Dergimiz 2003-2013 yılları arasında ve 2018 yılı ilk sayısından itibaren Tübitak Ulakbim TRDizinde taranmaktadır.

Adres / Address:

Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü M¼d¼rl¼ę¼

01330 Balcalı / ADANA

Tel: 0 (322) 338 65 74

Faks: 0 (322) 338 69 47

E- Posta: sosbil@cu.edu.tr

İnternet adresi: <http://sosyalbilimler.cu.edu.tr>

Kapak Tasarımı: Metin AYG¼N

İÇİNDEKİLER

1	Dr. Öğr. Üyesi Emre Kadir ÖZEKENCİ, Prof. Dr. Murat KOÇ	Vuca Dünyasında Üst Düzey Yöneticilerin Stratejik Karar Alma Süreçleri Üzerine Bir Araştırma: TIM 500 Örneği A Research on the Strategic Decision-Making Processes of Senior Managers in Vuca World: Tim 500 Sample	344-365
2	Dr. Yeliz YAPICIOĞLU AYAZ	Vegan Markaların Dijital Medya Kullanımları: Nitel Bir Araştırma Digital Media Usage of Vegan Brands: A Qualitative Study	366-383
3	Arş. Gör. Satuk Buğra ÇETİNKAYA, Arş. Gör. Tuna SARAL	Covid-19 Pandemisinde Kaynak Dağıtımının Popülist Niteliği: Abd'de Kamu Yararı Ve Donald Trump'un Politik Üslubu The Populist Characteristics of Resource Distribution in the Covid-19 Pandemic: The Public Interest in the USA And Donald Trump's Political Rhetoric	384-393
4	Dr. Öğr. Üyesi Simge AKSU	Hedonik Tüketici Değerlerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bir Model Önerisi Hedonic Consumer Values: A Model Proposal for Factors Affecting Them	394-408
5	Dr. Servet KAPÇAK	Gelişmekte Olan Ülkelerde Yenilenebilir-Yenilenemeyen Enerji Tüketiminin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Saklı Eşbütünlüşme Yaklaşımı The Impact of Renewable-Non-Renewable Energy Consumption on Economic Growth in Developing Countries: Hidden Cointegration Approach	409-423
6	Prof. Dr. Emin Hüseyin ÇETENAK, Aytekin AYTAÇ, Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YAĞLI	Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetişim (Esg) Değerlerinin Banka Performansı Üzerine Etkisi: ABD Bankaları Örneği The Effect of Environmental, Social and Corporate Governance (Esg) Values on Bank Performance: The Case of US Banks	424-434
7	Dr. Öğr. Üyesi İkuo MURAKAMİ	Türkiye'deki Yaşlılar Üzerine 'İkigai' Araştırması 'Ikigai' Research on the Older Adults in Türkiye	435-445

8	Doç. Dr. Yusuf BİLGİN, Tuğba PABUÇCU	Millî Marka Duyarlılığı ve Marka Farkındalığının Satın Alma Niyetine Etkisi	446-459
		The Effect of National Brand Sensitivity and Brand Awareness on Purchase Intention	
9	Sinem ÇAKIR, Prof. Dr. Gülümser GÜLTEKİN AKDUMAN, Prof. Dr. Arzu ÖZYÜREK	Annelerin Bilinçli Farkındalık Düzeyini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi	460-472
		Determining the Factors Affecting the Level of Conscious Awareness of Mothers	
10	Damla AKIN	Yaratıcı Endüstriler, Birey Ve Toplum: Netflix Üzerine Bir İnceleme	473-484
		Creative Industries, Individual and Society: A Review on Netflix	
11	Ali ŞIK, Sabahattin ÇAM	Ruminatif Düşünce Biçimi Ve Düşünce Eylem Kaynaşmasının Yaşantısal Kaçınmayla İlişkisi	485-496
		An Examination of The Relationship of Rumination and Thought Action Fusion With Experiential Avoidance	
12	Öğr. Gör. Berrin TUZCUOĞLU, Ümran SOFUOĞLU DEMİRBAŞ	Mekân-Kullanıcı İlişkisi Açısından Kafelerin Tercih Edilme Nedenleri: Trabzon Örneği	497-510
		Reasons of Preferring Cafes in Terms of Space- User Relationship: Case of Trabzon	
13	Dr. Ahmet Cevdet AŞKIN	Gazetecilik Alanında Bir Alt Alan Olarak Yavaş Gazetecilik	511-523
		Slow Journalism as a Sub-Field in The Journalism Field	
14	Arş. Gör. Ayça AKKAN ÇAVDAR, Prof. Dr. Mustafa KAVRAZ	Lucerne Kongre-Kültür Merkezi Ve Tokyo Opera City Binaları İle Kapsamlarında Bulunan Konser Salonlarının Mimari Bağlamda Analizi	524-552
		Architectural Analysis of Concert Halls Within the Context of Lucerne Congress - Cultural Center And Tokyo Opera City Buildings	
15	Öğr. Gör. Pınar SELİMOĞLU, Prof. Dr. Hicran Hanım HALAÇ	Yeniden İşlevlendirme Kapsamında Sinop Buzhane Binası	553-567
		Sinop Ice House Building Within the Scope of Re-Functioning	

	Öğr. Gör. Dr. Seval RENKAL DIBLAN, Prof. Dr. Mehmet TURAN	Ağ Kurma Davranışlarının Öznel Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisinde Duygusal Zekâ Ve Formalleşmenin Düzenleyici Rolü	568-590
16		The Moderator Roles of Emotional Intelligence and Formalization in the Effect of Networking Behaviors on Subjective Career Success	
17	Nurperi YÜCESOY AKAN	J. S. Bach, H. I. F. Von Biber, G. P. Telemann ve J. Pachelbel'in Seçilmiş Solo Keman Eserlerinin İncelenmesi Examination of Selected Solo Violin Works by J. S. Bach, H. I. F. Von Biber, G. P. Telemann, and J. Pachelbel	591-601
18	Doç. Dr. İlker ÖZDEMİR	Ortaöğretim Türk Kültürü Ve Medeniyeti Dersi Öğretim Program'ında Yer Alan Kazanımların Kültürlerarası İletişim Bağlamında İncelenmesi Examining the Achievements in The High School Turkish Culture and Civilization Course Curriculum in the Context of Intercultural Communication	602-614
19	Dr. Gamze GÜNER KİBAROĞLU, Dr. Bircan GÜNER, Prof. Dr. H. Nejat BASIM	İşe Tutkunluk (Job Passion) Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması Adaptation Of Job Passion Scale to Turkish	615-629
20	Öznur POLAT, Prof. Dr. Veyis Naci TANIŞ	Faaliyete Dayalı Maliyet (FDM) Sisteminin Çeşitli Yönleriyle İncelenmesi: Bir Kamu Kurumunda Uygulama An Analysis of Activity Based Cost System (ABC) in Manufacturing Enterprises: An Application in a Public Institution	630-647
21	İlknur AYDEMİR, Prof. Dr. Şengül YALÇINKAYA	Yapay Hareket Alanlarında Psiko-Motor Gelişime Yönelik Tasarım Yaklaşımı Design Approach for Psychomotor Development in Artificial Movement Spaces	648-660
22	Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURHAN, Prof. Dr. Yasemin KIRKGÖZ	EFL Teacher Trainees' Reflective Lenses on Immediacy Behaviors: Learning Gains, Perceptions and Self-Evaluations İngilizce Öğretmen Adaylarının Yakınlık Davranışlarına Dair Yansıtıcı Bakışı: Öğrenme Kazanımları, Algılar ve Özdeğerlendirmeler	661-673

23	Bülent ÇETİNKAYA, Prof. Dr. Muna YÜCEOL ÖZEZEN	Dünyada ve Türkiye’de Dilbilimsel Pürizm Hareketleri ve Pürizmin Türkiye Türkçesinde Görünen Etkileri Linguistic Purism Movements in The World and Türkiye and The Effects of Purism in Turkish	674-684
24	Selin TORUN, Prof. Dr. Hilal İNAN	Sosyal Medya Kullanımının ve Benlik Saygısının Gösterişçi Tüketim Üzerindeki Etkisi The Impact of Social Media Usage and Self-Esteem on Conspicuous Consumption	685-701
25	Doç. Dr. Yasemin DARANCIK	Die Zukunftsangst Von Deutschlehrerkandidaten und Ihre Auswirkung Auf Den Lernerfolg (Am Beispiel Der Çukurova-Universität) Almanca Öğretmen Adaylarının Gelecek Kaygısı ve Sözkonusu Kaygının Öğrenme Başarısına Etkisi (Çukurova Üniversitesi Örneği) The Future Anxiety of German Teaching Candidates and Its Effect on Learning Success (A Case of Çukurova University)	702-713
26	Dr. Ayşe Duygu TANRIVERDİ	Kutsalı Feda Etmek: Safevi Devleti’nde Merkezileşme Süreci ve Dinsel Dönüşüm Sacrificing the Holy: Centralization Process and Religious Transformation in the Safavid State	714-728
27	Dr. Öğr. Üyesi Büşra KAPLAN	Evliya Çelebi’nin Seyahatname’sinde Kırklareli ve Çevresi Kırklareli and Its Surroundings in Evliya Çelebi's Seyahatname	729-744
28	Doç. Dr. Nil KONYALILAR	Marka İmajının Marka Satın Alma Niyetine Etkisi: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Havayolu İşletmeleri Üzerinde Bir İnceleme The Effect of Brand Image on Brand Purchasing Intention: A Study on Airline Companies Operating in Türkiye	745-755
29	Meltem Elif ÇELİK, Doç. Dr. Selma GÜLEÇ	5, 6, ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğretim Programı Kazanımlarının ve Ders Kitaplarının Kültür Okuryazarlığı Açısından İncelenmesi Examination of 5th, 6th And 7th Grade Social Sciences Curriculum Outcomes and Textbooks in Terms of Culture Literacy	756-775

30	Dr. Miyase ASLANTAŞ	Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya Afet İletişimi, Toplum ve Afet İlişkisi	776-789
		Disaster Communication from Traditional Media to Social Media, Society and Disaster Relationship	
31	Doç. Dr. Enver GÜNAY, Dr. Öğr. Üyesi Onur ÇELİK	Avrupa'ya Yönelen Göçün Refah Arayışı ve Kimliğinin Genişletilmiş Çekim Modeli Kapsamında Değerlendirilmesi	790-804
		Evaluation of The Prosperity Seeking and Identity of Migration to Europe Within the Scope of the Augmented Gravity Model	
32	Dr. Ela YILMAZ	Adana Müzesi Eserlerinden Örneklerle Osmanlı Dönemi'nde Kahve Kültürü	805-820
		Coffee Culture in the Ottoman Period Exemplified by Artifacts from the Adana Museum	
33	Dr. Öğr. Üyesi Buket TAŞKIN ALKAN, Prof. Dr. Süleyman Sadi SEFEROĞLU	Eğitsel Süreçlerin Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Becerileri Üzerine Etkisinin İncelenmesi	821-834
		An Examination of the Effect of Educational Processes on University Students' Critical Thinking Skills	
34	Dr. Öğr. Üyesi Yeşim KUBAR, Öznur KAYMAZ	G-20 Ülkelerinde Jevons Paradoksunun Geçerliliği Üzerine Panel Veri Analizi	835-845
		Panel Data Analysis on the Validity of Jevons Paradox in G-20 Countries	
35	Doç. Dr. Mehmet ULUCAN, Vedat SEKİN	Ters-Yüz Öğrenme Modelinin Dinleme Ve İzleme Becerisine Etkisinin İncelenmesi	846-860
		Investigation of The Effect of the Flipped Learning Model on Listening and Waving Skills	
36	Dr. Öğr. Üyesi Enes BALOĞLU	Online Harassment Against Women Political Journalists on Twitter	861-873
		Twitter'da Kadın Politika Gazetecilerine Yönelik Çevrim İçi Taciz	
37	Utku Can AYDIN, Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ	Kobi'lerin Sürdürülebilirliğinde Teknopark Ve Teknoloji Transfer Ofislerinin Rolü	874-888
		The Role of Technopark and Technology Transfer Offices in Sustainability of Smes	

38 Prof. Dr. Haşim AKÇA
Doç. Dr. Mehmet ELA

Sosyal Etkili Sukuk: Genel Bir Bakış ve Türkiye İçin
Potansiyeli

889-902

Social Impact Sukuk: A General Overview and Its
Potential for Türkiye

Makalelerin sıralaması sisteme giriş ve kabul tarihleri esas alınarak oluşturulmuştur.
The order of the articles is based on the date of entry and acceptance into the system.

Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teşekkürlerimizi sunarız.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us evaluate the articles sent for the current issue of our journal.

HAKEMLER/REFEREES

No	Unvan	Ad-Soyad	E-posta
1	Prof. Dr.	Abdullah ÖZDEMİR	aozdemir@adu.edu.tr
2	Prof. Dr.	Ahmet Yılmaz ATA	yilmazata75@gmail.com
3	Prof. Dr.	Burhanettin ZENGİN	bzengin@subu.edu.tr
4	Prof. Dr.	Candan ÜLKÜ	candanulku@mersin.edu.tr
5	Prof. Dr.	Cengiz KAHRAMAN	kahramanc@itu.edu.tr
6	Prof. Dr.	Cihat AYDOĞMUŞOĞLU	aydogmusoglu@ankara.edu.tr
7	Prof. Dr.	Eda Yaşa ÖZELTÜRKAY	edayasa@cag.edu.tr
8	Prof. Dr.	Emine NAS	eminenas@selcuk.edu.tr
9	Prof. Dr.	F. Eylem ÖNDER	eonder@hacettepe.edu.tr
10	Prof. Dr.	Fikret GÜLAÇTI	fikretgul@hotmail.com
11	Prof. Dr.	Gülbüz GÖKÇEN	ggokcen@marmara.edu.tr
12	Prof. Dr.	İsa İPÇİOĞLU	isa.ipcioglu@bilecik.edu.tr
13	Prof. Dr.	Mehmet MURAT	mmurat6147@gmail.com
14	Prof. Dr.	M. Engin DENİZ	edeniz@yildiz.edu.tr
15	Prof. Dr.	Meral ATICI	matici@egitim.cu.edu.tr
16	Prof. Dr.	Mesut YÜCEBAŞ	myucebas@gantep.edu.tr
17	Prof. Dr.	Mualla UYDU YÜCEL	muallauyduyucel@gmail.com
18	Prof. Dr.	Muna SİLAV	muna.silav@hbv.edu.tr
19	Prof. Dr.	Murat ŞEKER	mseker@istanbul.edu.tr
20	Prof. Dr.	Mustafa GÖKÇE	mustafagokce@mu.edu.tr
21	Prof. Dr.	Mustafa ÖZER	muozer@anadolu.edu.tr
22	Prof. Dr.	Mustafa TANÇ	mustafatanc@osmaniye.edu.tr
23	Prof. Dr.	Nezir KÖSE	nezirkose@beykent.edu.tr
24	Prof. Dr.	Nadire Emel AKHAN	neakhan@akdeniz.edu.tr
25	Prof. Dr.	Nilüfer KORKMAZ YAYLAGÜL	korkmaznilufer@hotmail.com
26	Prof. Dr.	Oya SEYMEN	seymenoy@yahoo.com
27	Prof. Dr.	Özgür Bayram YAREN	yaren@ankara.edu.tr
28	Prof. Dr.	Reşat CEYLAN	rceylan@pau.edu.tr
29	Prof. Dr.	Reyhan Aysen WOLFF	aysen.wolff@giresun.edu.tr
30	Prof. Dr.	Sabiha KILIÇ	sabihakilic@hitit.edu.tr
31	Prof. Dr.	Sabri Burak ARZOVA	burakarzova@marmara.edu.tr
32	Prof. Dr.	Serdar ÖZTÜRK	serdar.ozturk@hbv.edu.tr
33	Prof. Dr.	Seyfettin ARTAN	seyfettinartan@gmail.com
34	Prof. Dr.	Sezer Cihan GÜNAYDIN	scgunaydin@gelisim.edu.tr
35	Prof. Dr.	Soner YAKAR	syakar@cu.edu.tr
36	Prof. Dr.	Şadiye DENİZ	sadiye.deniz@ege.edu.tr
37	Prof. Dr.	Timuçin KODAMAN	timucinkodaman@sdu.edu.tr
38	Prof. Dr.	Turan PAKER	tpaker@gmail.com
39	Prof. Dr.	Türkay BULUT	turkaybulut@aydin.edu.tr
40	Doç. Dr.	Ahmet Tuncay ERDEM	ahmeterdem@ibu.edu.tr
41	Prof. Dr.	Umut BALCI	umut.balci@batman.edu.tr
42	Doç. Dr.	Ali ALTINER	ali.altiner@erdogan.edu.tr
43	Doç. Dr.	Ali Eren ALPER	alierenalper@gmail.com
44	Doç. Dr.	Aydın ÇAM	aydinaksu@gmail.com
45	Doç. Dr.	Aykut ŞARKGÜNEŞİ	aykutsarkgunesi@beun.edu.tr
46	Doç. Dr.	Ayşe Çatalcalı CEYLAN	ayse.catalcali@ege.edu.tr
47	Doç. Dr.	Ayşenur ERDİL	runesyalidre61@gmail.com
48	Doç. Dr.	Azize ESMERAY	esmeray@kayseri.edu.tr

49	Doç. Dr.	Bahar Muratoğlu PEHLİVAN	baharmuratoglu@gmail.com
50	Doç. Dr.	Burak BAŞKAN	burak.baskan@erzurum.edu.tr
51	Doç. Dr.	Bülent YILDIZ	byildiz@kastamonu.edu.tr
52	Doç. Dr.	Ceyla Ganioglu YALÇIN	g_ceyla@hotmail.com
53	Doç. Dr.	Cüneyt DİRİ	cuneytdirican@arel.edu.tr
54	Doç. Dr.	Deniz KAYA	denizkaya@nevsehir.edu.tr
55	Doç. Dr.	Emre DEMİREL	emre.demirel@hacettepe.edu.tr
56	Doç. Dr.	Emre HORASAN	emrehorasan@gmail.com
57	Doç. Dr.	Engin UĞUR	engin.ugur@ibu.edu.tr
58	Doç. Dr.	Esra İlkey İŞLER	esra.isler@hbv.edu.tr
59	Doç. Dr.	Ersoy SOYDAN	esoydan@kastamonu.edu.tr
60	Doç. Dr.	Etem YEŞİLYURT	etemyesilyurt@gmail.com
61	Doç. Dr.	Fatma ANIL ÖZTOP	faoztop@gmail.com
62	Doç. Dr.	Fatma Okur ÇAKICI	fatmaokurcakici@kmu.edu.tr
63	Doç. Dr.	Hakan BOZ	hakan.boz@usak.edu.tr
64	Doç. Dr.	Haktan SEVİNÇ	haktansevinc@hotmail.com
65	Doç. Dr.	Hatice Doğan SÜDAŞ	hdogan@cu.edu.tr
66	Doç. Dr.	Hatice TÜRE	haticeture@anadolu.edu.tr
67	Doç. Dr.	İtir Tarı CÖMERT	itcomert@fsm.edu.tr
68	Doç. Dr.	İsmail AVCI	ismailavci@balikesir.edu.tr
69	Doç. Dr.	Kenan DUMAN	kenanduman@outlook.com
70	Doç. Dr.	Mehmet AKPINAR	makpinar66@yahoo.com
71	Doç. Dr.	Mehmet Kenan TERZİOđLU	kenanterzioglu@trakya.edu.tr
72	Doç. Dr.	Meltem CANOđLU	meltemcanoglu@osmaniye.edu.tr
73	Doç. Dr.	Meltem Şahin HASSAN	meltemshahin@erciyes.edu.tr
74	Doç. Dr.	Meral ŞEKER	meral.seker@alanya.edu.tr
75	Doç. Dr.	Merve TUNCAY	mtuncay@cumhuriyet.edu.tr
76	Doç. Dr.	Murat KEKLİK	m.keklik@hotmail.com
77	Doç. Dr.	Mustafa SOBA	mustafa.soba@usak.edu.tr
78	Doç. Dr.	Muzaffer ŞAHİN	muzaffer.sahin@hbv.edu.tr
79	Doç. Dr.	Mümtaz Levent AKKOL	mumtaz.akkol@bozok.edu.tr
80	Doç. Dr.	Necla DURSUN	necladursun19@gmail.com
81	Doç. Dr.	Nihal Arda AKYILDIZ	nihalardaakyildiz06@gmail.com
82	Doç. Dr.	Onur Güneş AYAS	oayas@yildiz.edu.tr
83	Doç. Dr.	Onur ÇELİK	ocelik@atu.edu.tr
84	Doç. Dr.	Özden DEMİR	oooozden@gmail.com
85	Doç. Dr.	Serhat ERDEM	serhaterdem@atauni.edu.tr
86	Doç. Dr.	Senem ERTAN	senem.ertan@asbu.edu.tr
87	Doç. Dr.	Sevgin Batuk ÜNLÜ	sevgin.batuk@tau.edu.tr
88	Doç. Dr.	Suna Muđan ERTUđRAL	sertugral@yahoo.com
89	Doç. Dr.	Şevki Özer AKÇAY	soakcay@atauni.edu.tr
90	Doç. Dr.	Tolga DURSUN	tolgadursun@ibu.edu.tr
91	Doç. Dr.	Tuba AKAR	tubaakar@mersin.edu.tr
92	Doç. Dr.	Tuğba TAŞ	tugbabakanli@gmail.com
93	Doç. Dr.	Turgay SEBZECİOđLU	sebzecioglu@yahoo.com
94	Doç. Dr.	Veysel İNAL	veyselinal@sakarya.edu.tr
95	Doç. Dr.	Zehra KAMIŞLI ÖZTÜRK	zkamisli@eskisehir.edu.tr
96	Dr. Öğr. Üyesi	Abdulvahid SOOFİZADEH	vahid.soofizadeh@gmail.com
97	Dr. Öğr. Üyesi	Ahmet DÖNGER	ahmetdonger@gmail.com
98	Dr. Öğr. Üyesi	Bilge Şahin KÖNİĞ	bilgesahin@ibu.edu.tr
99	Dr. Öğr. Üyesi	Ceyhun ŞEKERCİ	ceyhunsekerci@gmail.com
100	Dr. Öğr. Üyesi	Ebru Özer TOPALOğLU	eozel@erbakan.edu.tr
101	Dr. Öğr. Üyesi	Elif Özge ERBAY	eliferbay@aydin.edu.tr
102	Dr. Öğr. Üyesi	Emine Esen KALELİ	esenk@hacettepe.edu.tr
103	Dr. Öğr. Üyesi	Gölnur Kaplan ESEN	gkaplan_68@hotmail.com
104	Dr. Öğr. Üyesi	Hüseyin BURGAZOđLU	hburgazoglu@sakarya.edu.tr

105	Dr. Öğr. Üyesi	Konuralp SEZGİLİ	ksezgili@atu.edu.tr
106	Dr. Öğr. Üyesi	Mehmet Cüneyt BİRKÖK	birkok@sakarya.edu.tr
107	Dr. Öğr. Üyesi	Meryem Derya YEŞİLTAŞ	deryayesiltas@osmaniye.edu.tr
108	Dr. Öğr. Üyesi	Parisa SAHAFLASL	parisasahafiasl@erciyes.edu.tr
109	Dr. Öğr. Üyesi	Tahsin Barış DEĞER	tahsinbarisd@karatekin.edu.tr
110	Dr. Öğr. Üyesi	Ümit AYDOĞAN	umitaydogan@gmail.com
111	Dr. Öğr. Üyesi	Yasin KÜTÜK	yasinkutuk@gmail.com
112	Dr. Öğr. Üyesi	Zekiye TUNÇ	ztunc@sinop.edu.tr
113	Dr.	Ferhan Saniye PALAZ	ferhanpalaz@gmail.com
114	Öğr. Gör.	Handan KOCABATMAZ	handank@gazi.edu.tr
115	Öğr. Gör.	Mehmet POLAT	mehmetpolat@igdir.edu.tr
116	Öğr. Gör.	Önder POTUR	opotur@bandirma.edu.tr
117	Uzman	Derin Hilal BİLMEZ	derinhilalb@gmail.com

MAKALE YAZIM KURALLARI

Dergiye gönderilecek makalelerin yazımında uyulması gerekli kurallar aşağıda özetlenmiştir:

- ✓ Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir.
- ✓ Gönderilecek makalenin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması zorunludur.
- ✓ Makaleler, **Türkçe, İngilizce, Fransızca** ya da **Almanca** olarak yayımlanabilir. Eğer makale İngilizce, Fransızca ya da Almanca dillerinden biriyle yazılırsa, mutlaka Türkçe özete yer verilmelidir.
- ✓ Makaleler Türk Dil Kurumu yazım kurallarına uygun yazılmalıdır.
- ✓ Makaleler, Microsoft Word 2003 veya üzeri sürümlerde yazılıp internet üzerinden online olarak gönderilmelidir.
- ✓ Makalelerin başlığı metne uygun, ortalı; kısa ve açık ifadeli; büyük harflerle yazılmış olmalıdır.
- ✓ Yazar adı, makaleye ortalı; yazar birden fazla ise, adları yan yana yazılmalıdır. Yazarlara ait bilgiler (Üniversite adı, Fakülte adı, e-mail adresi, Orcid No) dipnotta verilmelidir.
- ✓ Makalenin ilk sayfası sadece **ÖZ** ve **ABSTRACT**'tan oluşmalı, bu sayfa **Makale Şablonu**'na yerleştirilerek oluşturulmalıdır (**bk. Makale Şablonu**)
- ✓ Makalelerde kâğıt boyutu: A-4 dikey, sayfa yapısı alt: 2,5 cm, üst: 2,5 cm, sol: 2,5 cm, sağ: 2,5 cm, üst bilgi: 3 cm, alt bilgi: 3 cm, yazı tipi: Times New Roman, punto: 10, satır aralığı: tek olarak ayarlanmalıdır. Makalenin tümü 8000 kelimeyi geçmemelidir.
- ✓ Dipnotlar Times New Roman fontu kullanılarak 8 punto ile ve satır aralığı "tek" olacak şekilde yazılmalıdır. Eski harfli metin çalışmalarına dair notlar ve çalışmaya dair önemli açıklamalar dışında dipnot kullanılmamalıdır.
- ✓ Öz 8 punto ve Times New Roman fontuyla yazılmalıdır. Bir paragraftan oluşmalı (birkaç paragraftan oluşsa da bir paragrafa sığdırılmalı), satır aralığı "tek" olacak şekilde ayarlanmalıdır. En az 150 en fazla 250 kelimedenden meydana gelmelidir. Öz büyük harflerle metnin sol kenarına konulmalıdır.
- ✓ Orijinal makalelerde bölümler aşağıdaki şekilde düzenlenmelidir:
GİRİŞ (en fazla 3 sayfa)
LİTERATÜR TARAMASI
YÖNTEM
ARAŞTIRMA BULGULARI
SONUÇ
Yukarıdaki ana bölüm başlıkları bold olarak büyük harfle sola yaslı yazılmalıdır. Başlıklara numara verilmemeli, paragraf girintisi olmamalıdır.
- ✓ Alt bölüm başlıkları her kelimenin baş harfi büyük olacak şekilde italik ve koyu yazılmalı, 0,5 cm. içeriden başlamalıdır. Bütün paragraf girintileri aynı hizada olmalıdır.
- ✓ Metinde tablolara yer verilecekse tablolar şu şekilde gösterilmelidir: **"Tablo 1."** Tablo ismi her kelimenin baş harfi büyük olacak şekilde tablonun üzerine ortalı bir şekilde yazılmalı, italik olmamalıdır. Şekillerde ise **"Şekil 1."** denilerek her harfi büyük olacak şekilde şeklin altına ortalı yazılmalıdır. Şekil ve grafikler bilgisayarda çizilmeli; fotoğraf veya resimlerin çözünürlüğü yüksek olmalı, numaralandırılmalıdır.
- ✓ Çalışmada hipotezlere yer verilecekse, hipotez gösterimi şöyle olmalıdır: "H₁". Hipotezler italik yazılmamalıdır.
- ✓ Makalede yararlanılan kaynaklar **"SONUÇ"** bölümünden sonra **"KAYNAKLAR"** başlığı altında verilmelidir. Times New Roman fontuyla 10 punto, sağ-sol 0, asılı 1,25, satır aralığı "tek" olacak şekilde hazırlanmalıdır. Her kaynaktan sonra 1 satır boşluk bırakılmalıdır.
- ✓ Makaledeki kaynaklar APA 7 (<https://apastyle.apa.org/>) stiline uygun olarak yazılmalıdır. Örnek kaynak gösterimini ve makale yazımında uyulması gereken kuralları ayrıntılı olarak inceleyebilmek için **Makale Şablonu**'na bakabilirsiniz.

REQUIRED FORMAT FOR ARTICLES

Guidelines for writing articles to be sent to the journal:

- ✓ The Journal of Institute of Social Sciences of Cukurova University is a peer-reviewed journal published at least twice a year.
 - ✓ Papers must be submitted on the understanding that they have not been published elsewhere.
 - ✓ The articles can be written in Turkish, English, French or German. If the article has been written in English, French or German, a summary in Turkish must also be included.
 - ✓ The articles should be written in accordance with the spelling rules of the Turkish Language Association.
 - ✓ Articles should be written in Microsoft Word 2003 or higher and they should be submitted through the online system.
 - ✓ Use a concise and clearly written title that reflects the paper's content. Use capital letters and center alignment.
 - ✓ Author names should be center aligned on the article; if there is more than one author, their names should be written side by side. Authorship information (University name, Faculty name, e-mail address, ORCID number) should be given in the footnote.
 - ✓ The first page of the article should consist of only **SUMMARY** and **ABSTRACT** using the Article Template (see **Article Template**).
 - ✓ Please adhere to the following formatting guidelines:
 - Paper size: A-4 vertical
 - Page layout: bottom 2.5 cm, top: 2.5 cm, left: 2.5 cm, right: 2.5 cm, header: 3 cm, footer: 3 cm.
 - Font: Times New Roman 10.
 - Use single line spacing. The entire article should not exceed 8,000 words.
 - ✓ Write the footnotes using Times New Roman 8 and single line spacing. Footnotes should not be used except for end notes about studies on texts with archaic letters and important explanation about the study.
 - ✓ The summary should be written using Times New Roman, 8 font size. It should not exceed one paragraph (it should fit into one paragraph if it should exceed one). Use single line spacing. The word length should be at least 150 and at the most 250. Align the summary to the left-hand side of the text.
 - ✓ **Please adhere to the following formatting guidelines for the sections of the paper:**
 - INTRODUCTION (max. 3 pages)**
 - LITERATURE REVIEW**
 - METHODOLOGY**
 - RESEARCH FINDINGS**
 - RESULTS/CONCLUSION**
- The section headings above should be written in **bold** with uppercase letters and aligned to the left. Titles should not be numbered and indented.
- ✓ The subtitles should be written in italics and in bold starting each word with a capital letter. Indent the start of a paragraph 0.5 cm. and align all the paragraphs.
 - ✓ Guidelines for the tables in your article:
 - Add a numbered caption such as "**Table 1.**". The caption should be written above each table and center aligned starting with a capital letter, not italic. For the figures, add a numbered caption such as "**Figure 1.**" below each figure and center align starting with a capital letter. Use the table-function of your word processor. Provide each figure in a high-resolution format and number each one.
 - ✓ If hypotheses are to be included in the study, they should be given as follows: "H¹:" Hypotheses should not be written in italics.
 - ✓ The references section should appear at the end of the article after the "**CONCLUSIONS**" section and titled as "**REFERENCES**". Use Times New Roman 10 with left-right 0 and hanging 1,25. Use single line spacing and leave 1 space after each reference.
 - ✓ Make sure that the information in each reference is complete and accurate according to the APA style guide, 7th edition (<https://apastyle.apa.org/>). Refer to the Article Template for a detailed review of samples and the rules to follow in article writing.

SUNUŞ

1982 yılından itibaren 40 yılı aşkın bir süredir faaliyet gösteren Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, bu sürenin otuz yıldan fazla bir zaman diliminde de kısa adı ÇÜSBED olan Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi ile bilimsel faaliyetinin yayın kısmını gerçekleştirmiştir.

Bu yıl, Çukurova Üniversitesi 50. yılını, CUMHURİYETİMİZ ise 100. yılını tamamlarken Dergimiz de tıpkı benzerleri gibi 32. cildinin 2. sayısı ile sosyal bilimler araştırmalarının zemini olmaya, yayımladığı yüzlerce makale ile bilimin nabız atışlarını duyurmaya devam etmektedir.

32. cildin ilk sayısı 344 sayfa iken bu sayı, Ekim ayına özgü bir yoğunluk ile toplamda 566 sayfalık bir sayıya ulaşmıştır. Nitekim geçmiş ciltlere bakıldığında Nisan sayısının Ekim sayısına göre biraz daha yoğunluk göstermekte olduğu görülecektir. Çünkü bu sayı yılda iki kez olan (Ekim-Mart) Doçentlik başvurularından ikincisine rastlamamaktadır. Ayrıca akademik teşvikin artırdığı performansın bir sonucu olarak da yine Ekim sayısına Nisan sayısından daha fazla makale müracaatı olmaktadır. Bunlara ilaveten yakın tarihte Yüksek Öğretim Kurulu'nun "Doçentlik Ölçütleri"ni değiştirmesi, ve bu değişikliğin de 2024 yılı Mart ayından itibaren yürürlüğe girecek olması adayları daha fazla gayrete getirmiş görünmektedir.

Bu sayıda 38 makale bulunmaktadır. Biri hariç 37 makale araştırma makalesidir. Her biri bilimsel birikime katkı sağlayacak nitelikte olan makalelerin konu dağılımı ise derginin enstitü dergisi olmasından ötürü iktisat, işletme, eğitim, psikoloji, sosyoloji, uluslararası ilişkiler, arkeoloji, dilbilim, iç mimarlık ve tasarım, klasik Türk edebiyatı gibi geniş yelpazeli araştırma alanlarıdır.

Toplam makale sayısının oransal dağılımda iki yazarlı olanlar tek ve üç yazarlılara göre sayıca biraz daha fazladır. Bunun çeşitli nedenleri olsa da derginin daha çok enstitülerdeki tez çalışmalarına öncelik veren teamülü bu sayı için de başlıca sebep olarak söylenebilir. Neticede yüksek lisans ve doktora tezlerinin yayına dönüştürüldüğü platformların başında yine enstitü dergileri gelmektedir.

Dergimizde önceki sayımızda olduğu gibi bu sayıda da uluslararası iktisat ve işletme alanında yazılmış makaleler çoğunluğu oluşturmaktadır. İkinci ve üçüncü sırada eğitim ve iletişim konularındaki makaleler gelmektedir. Mimarlık alanındaki yazıların sayısı bu sayımızda artmıştır. Geri kalanlar ise müzik, edebiyat, dilbilim, sosyoloji, psikoloji, arkeoloji-sanat tarihi alanlarında üretilmiş çalışmalardan oluşmaktadır.

Yazarlarımız ve sayıları 100'ü aşan hakemlerimizle muhtevası oluşan ve zenginleşen dergimizin bir de "ete kemiğe büründürülme" aşaması var ki burada öncelikle geçmişten günümüze kadar derginin hayatiyetini devam ettirenlere ayrı ayrı şükranlarımı sunmak isterim. Ardından bir yılı aşkın süredir birlikte düşünüp, birlikte emek verdiğimiz kıymetli dergi ekibimizden başta dergimizin İmtiyaz sahibi, Enstitü Müdürümüz Sayın Prof. Dr. Serap ÇABUK olmak üzere yayın kurulu üyelerimizin, alan editörlerimizin, sayfa düzeni ve son okumadan sorumlu olan genç akademisyenlerimizin her birine çok teşekkür ederim. Bir teşekkürümü de teknik konularda zaman zaman tecrübesinden ve emeğinden faydalandığımız ve bunu hiçbir karşılık olmaksızın yapan Dr. Öğr. Üyesi Bilal Erdem DAĞISTANLIOĞU için ifade etmek isterim.

Yeni sayımız Cumhuriyetimizin 100. Yılına armağan olsun...

Prof. Dr. Nuran ÖZTÜRK
Editör

VUCA DÜNYASINDA ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİN STRATEJİK KARAR ALMA SÜREÇLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TIM 500 ÖRNEĞİ¹

Emre Kadir ÖZEKENCİ², Murat KOÇ³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1200363

Makale Geçmişi:

Geliş 07.11.2022

Kabul 01.05.2023

Anahtar Kelimeler:

VUCA,

TİM 500,

Stratejik Yönetim,

Lojistik.

ÖZ

“VUCA” kavramı, oynaklık ve belirsizlik sonucu ortaya çıkan birçok karmaşık ve muğlak olayın yer aldığı dünya düzeni olarak tanımlanabilir. Söz konusu ortamda işletmelerin stratejik karar alma süreçlerini nasıl gerçekleştirdiği ise büyük bir soru işaretidir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, VUCA dünyasında üst düzey yöneticilerin stratejik karar alma süreçlerini nasıl gerçekleştirdiğini incelemektir. Bu araştırma kapsamında Türkiye’nin en büyük 500 hizmet ihracatçısı listesinde (TİM) yer alan lojistik işletmelerindeki 20 üst düzey yönetici ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde “MAXQDA 2022 Analytics Pro” paket programı kullanılmıştır. Bu çalışmada; içerik analizine dair kod bulutu, alt kod istatistikleri, kod matrisi ve kod haritası analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, VUCA dünyasında faaliyet gösteren yöneticiler sektördeki en önemli değişimin dijitalleşme ve mevzuat konusunda olduğunu ifade etmiştir. VUCA dünyasında lojistik sektörünün içinde bulunduğu belirsizliğin tetiklenmesinde döviz dalgalanmaları ve pandeminin kilit rol oynadığı belirtilmiştir. Buna paralel olarak, VUCA dünyasında lojistik sektörünün karşılaştığı en önemli sorunlar; müşteri sorunları, sınır kapılarında yaşanan sorunlar, akaryakıt fiyatları, konteyner sorunu ve kuralların sürekli yenilenmesi olarak ifade edilmiştir. Son olarak, lojistik sektöründe belirsizlik yaratan ve anlaşılması en zor durumun ekonomik dalgalanmalardan kaynaklı olduğu belirtilmiştir.

A RESEARCH ON THE STRATEGIC DECISION-MAKING PROCESSES OF SENIOR MANAGERS IN VUCA WORLD: TIM 500 SAMPLE

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1200363

Article History:

Received 07.11.2022

Accepted 01.05.2023

Keywords:

VUCA,

TİM 500,

Strategic Management,

Logistics

ABSTRACT

The concept of “VUCA” can be defined as the world order in which many complex and ambiguous events occur because of volatility and uncertainty. In this environment, it is a big question mark how businesses realize their strategic decision-making processes. In this context, the aim of this study is to reveal how senior managers in the VUCA world carry out strategic decision-making process. Within the scope of this research, in-depth interviews were conducted with 20 senior executives in logistics businesses included in the list of Turkey’s 500 largest service exporters (TIM). “MAXQDA 2022 Pro Analytics” package programs were used to analyze the data. In this study, content analysis-code clouds, subcode statistics, code matrix and code map analysis- were used in the analysis of data. The findings emphasized that senior managers in the VUCA world reported that the major change in the sector is regarding digitalization and legislation. Also, it stated that currency fluctuations and the pandemic play a key role in triggering the uncertainty in the logistics sector in the VUCA world. In parallel to this, the most important problems faced by the logistics industry in the VUCA world; customer problems, border problems, fuel prices, container problems and constant renewal of rules. Finally, economic fluctuations were identified as the most difficult situation that creates uncertainty in the logistics sector.

¹ Bu çalışma, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen Doktora Tezinden türetilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Çağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İşletme Yönetimi, ekadirozekenci@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6669-0006

³ Prof. Dr., Çağ Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret, muratkoc@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3848-3111

Alıntılanmak için/Cite as: Özekenci, E.K. & Koç, M. (2023). VUCA dünyasında üst düzey yöneticilerin stratejik karar alma süreçleri üzerine bir araştırma: Tim 500 örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 344-365.

GİRİŞ

2019 yılı sonlarına doğru Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkan ve daha sonra tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını milyonlarca insanı etkilemiş ve dünya ekonomisini durma noktasına getirmiştir. Lojistik sektörü de Covid-19 salgınından en çok etkilenen iş kollarından biri haline gelmiştir. Salgın döneminde uluslararası yolcu ve mal taşınması yapılamamış ve dünya genelinde üretim bir süre durmuştur. Geline bu noktada, lojistik sektörünün ne kadar kritik bir öneme sahip olduğu bir kez daha görülmüştür. Yeni normal veya yeni dünya düzeni olarak ifade edilen belirsizliğin, değişkenliğin, oynaklığın ve muğlaklığın yüksek olduğu VUCA ortamında işletmelerin hayatta kalmaları ve rekabet üstünlüğü sağlamaları her geçen gün zorlaşmaktadır. Özellikle geçmişteki deneyim ve uygulamaların VUCA dünyasında geçerliliğini yitirmesi işletme faaliyetlerinin yeniden gözden geçirilmesine yol açmıştır. Buna paralel olarak, işletme dünyası hızlı bir değişim geçirirken iş araçları ve karar alma mekanizmaları bu hızlı değişimin gerisinde kalmaktadır. Söz konusu gelişmeler işletmelere stratejik karar alma sürecinde zorluk çıkarabilmektedir. İşletmelerin kaotik dünya düzenine karşı ne kadar hazır olduğu hala cevaplanması gereken büyük bir soru işaretidir. VUCA dünyasında faaliyet gösteren işletmelerin stratejik karar alma süreçlerini nasıl uyguladığı ve söz konusu ortamdan ne derece etkilendiğinin ortaya konması önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu araştırmanın problemi "Pandemi döneminde lojistik sektöründeki VUCA algısı stratejik karar alma süreçlerini etkilemektedir" olarak belirlenmiştir. Bu araştırma kapsamında temel probleme dayanan araştırma soruları şu şekildedir;

- Muğlak ortamlarda işletmelerin stratejik karar alma süreçlerini belirleyen unsurlar nelerdir?
- Belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde stratejik karar alma sürecini etkileyen unsurlar nelerdir?
- İşletmeler sektörde karşılaştığı problemlere stratejik karar alma çerçevesinde nasıl yaklaşım göstermektedir?
- İşletmeler sektördeki gelişmeler ve değişimlere karşı nasıl bir yol izlemektedir?

Bu çalışmanın birinci bölümünde VUCA kavramına genel bir bakış sunulmuştur. İkinci bölümde VUCA kavramına ilişkin geçmiş çalışmaya yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın amacı, örneklem kümesi, araştırmanın yapılışı ve verilerin analizine dair bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde analiz sonucu elde edilen bulgular ortaya konmuştur. Sonuç bölümünde ise söz konusu bulgulara dair genel bir değerlendirme yapılmıştır.

VUCA KAVRAMI

VUCA kavramı ilk olarak Amerikan ordusu tarafından, soğuk savaşın bitmesine yakın bir zamanda genel olayların değişkenliğini, belirsizliğini, karmaşıklığını ve muğlaklığını tanımlamak üzere ortaya konmuştur (Kinsinger ve Walch, 2012; Codreanu, 2016. s. 31). Girişimcilik bağlamında ise VUCA kavramı ilk kez New York Times köşe yazarı Thomas Friedman tarafından tanıtılmıştır. Friedman, ileri teknoloji şirketlerini analiz etmiş ve Google, Apple, Amazon gibi şirketlerin yüksek teknolojiye hızlı şekilde uyum sağladığı ve uyguladığını gözlemlemiştir (Nandram ve Bindlish, 2017, s. 3). VUCA kavramı post-modern çağıma özgü özellikleri içerdiği için bizler açısından yeni bir olgu gibi görülebilir. Ancak VUCA'ya ilişkin alt boyutlar-*dalgalanma, belirsizlik, karmaşıklık ve muğlaklık*- yakından incelendiğinde bu özelliklerin insanlık tarihinin birçok döneminde olduğu kolayca görülebilir. Yalnızca günümüzde söz konusu özellikler daha resmi hal kazanarak evrensel düzeye ulaşmıştır (Acatrinei, 2017, s. 27). Özellikle büyük şirketlerin giderek birbiriyle bağımlı hale gelmesi ve küresel ekonomiyi şekillendirmesi VUCA'nın iş dünyasındaki etkisini de önemli ölçüde artırmaktadır (Jamil ve Humphries-Kil, 2017, s. 68). Dolayısıyla VUCA kavramın son zamanlarda ekonomi, politika, çevre ve teknoloji gibi çeşitli dış faktörlerin yarattığı zorluklarla mücadele edebilmek için birçok üst düzey yönetici ve kuruluş tarafından benimsendiği görülmektedir (www.emergingworld.com, 2020). Ayrıca, VUCA dünyasındaki işletmelerin bu kavrama ön yargılı yaklaşmak yerine, VUCA'nın dört alt boyutunu göz önünde bulundurarak strateji geliştirmelerinin kendilerine fayda sağlayacağı ileri sürülmüştür (Barman ve Potsangbam, 2017, s. 3). VUCA kavramının dört alt boyutu olan değişkenlik, belirsizlik, karmaşıklık ve muğlaklık arasındaki farklar Şekil 1'de sunulmuştur:



Şekil 1. VUCA Boyutları Arasındaki Farklılıklar
Kaynak: Bennett ve Lemoine (2014b)

Dalgalanma (Volatility): 2014 yılında Bennett ve Lemoine volatilitiyi şu şekilde tanımlamıştır: “faaliyetlerin, karmaşık yapı, bilgi eksikliği, olayların sonucunda ne tür bir çıktı sağlanacağı hakkında belirsizlik, başka bir deyişle öngörülemeyen durum”. İş ve pazar çevresinde meydana gelen hızlı değişim ve bu değişim hızının giderek artması, karar alma ve değişime anında cevap verme gerekliliğini de beraberinde getirmektedir (Harsolekar ve Munshi, 2017, s.58). Yöneticiler volatilité döneminde değişimin farkında olup bu konuda yeterli kadar bilgi sahibi olmaktadır. Ancak değişimin sıklığı ve öngörülemeyenliği yöneticileri karar alma sürecinde risk ile karşı karşıya getirmektedir (Bennett ve Lemoine, 2014a; Gilman, 2017).

Belirsizlik (Uncertainty): Öngörülenebilirliğin mümkün olmadığı durum olarak ifade edilebilir (Schick vd., 2017, s. 7). Başka bir deyişle, bir durumun temel nedeni ve sonucu bilinmesine rağmen sonuç ve değişim mekanizmaları hakkında bilgi eksikliğinden ortaya çıkan öngörülemeyen durum. Belirsizlik döneminde yeterli düzeyde bilgi bulunmadığından olayların sonucu hakkında çıkarım yapmak zordur. Örneğin, Amerika’da 11 Eylül tarihinde meydana gelen terör saldırısı belirsizlik ortamına sebebiyet vermiştir. Amerikan hükümetinin saldırı sonrası yeterli bilgiye sahip olamaması başka bir saldırı olacak mı? Saldırı nerede ve ne zaman gerçekleşti? Bu saldırının arkasında kimler var? , gibi soruları cevapsız bırakmıştır. Amerikan hükümeti belirsizlik ortamını azaltabilmek için çeşitli stratejiler izlemiştir. Ulusal güvenlik politikalarının geliştirilmesi, diğer ülkeler ile istihbarat alışverişi, yeni ortaklık ve bilgi ağlarının kurulması gibi anti-terör uygulamalarını hayata geçirmişlerdir. Dolayısıyla belirsizlik döneminde yapılabilecek en iyi strateji etkin bilgi kanallarının oluşturulması ve bilgilerin depolanması olduğu söylenebilir (Bennett ve Lemoine, 2014a, s. 314).

Karmaşıklık (Complexity): Herhangi bir durumun birbiriyle bağlantılı birçok parça ve değişkeni içermesi durumudur. Karmaşıklık döneminde bazı bilgiler mevcut ya da öngörülebilirdir ancak karmaşıklığın hacmi ve yapısı sürece ağır gelebilmektedir (Bennett ve Lemoine, 2014b). Başka bir deyişle, karmaşıklık organizasyon içinde etkileşimde bulunan güçlerin ve kaosun genel durumunu ifade eder. Genellikle görevler birbiriyle ilişkilidir ve çok yönlü etki göstermektedir. Yakın zamanda yaşanan Covid-19 salgını karmaşık bir durumu da beraberinde

getirmiştir. Bu karmaşıklık, zaman içinde hastalığın göstermiş olduğu semptomlar ve belirtiler hakkındaki bilgiler önemli ölçüde değişime uğramıştır. Salgının ilk çıktığı dönemde semptomlar solunum sistemi ile kısıtlıyken zaman içinde diğer vücut sistemlerini de etkilediğine dair kanıtlar ortaya çıkmıştır (Gu vd., 2020).

Muğlaklık (Ambiguity): Sullivan (2012) yılında, muğlaklığı şu şekilde tanımlamıştır: “belirsizlik ve öngörülmesi zor olayların arkasındaki kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl ve neden ifadelerini ortaya koymaktaki zorluk”. Başka bir deyişle, olayların tam olarak ne ile ilgili olduğu, neden, nasıl ve nerede gerçekleştiği, arkasında kimin yer aldığı gibi hususları netleştirememeye durumudur (Povah, 2014). Muğlaklık, işletmede meydana gelen çatışmanın ana nedenlerinden biri olarak gösterilmektedir. Çeşitlilik ve küreselleşme gibi olguların ortaya çıkması, muğlaklığı da beraberinde getirmektedir. Bu durum, ortaya çıkan tehdit ve fırsatların birçok açıdan ele alınması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. İş dünyasında tehdit ve fırsatların etkileri ortaya çıkmadan önce işletmeler tarafından muğlaklığın doğru bir şekilde kavramsallaştırılamaması önemli bir sorun olarak görülmektedir (Kail, 2011).

LİTERATÜR TARAMASI

Lawrence (2013) yapmış olduğu çalışma da VUCA ortamında gelişen liderler üzerine bir bakış açısı ortaya koymuştur. VUCA'nın tarihsel süreci ve iş stratejilerine nasıl uygulandığı hakkında incelemelerde bulunmuştur. Ayrıca, VUCA PRIME kavramı üzerinde durup, VUCA'nın liderlik gelişimi ile ne kadar alakalı olduğunu araştırmıştır.

Bennett ve Lemoine (2014b) VUCA kavramının işletme ve yöneticiler için ne anlama geldiğini ortaya koymuşlardır. Karmaşık dünya düzeninde bu dört alt boyutun ne anlama geldiği ve aralarındaki farklılığın ne olduğunun açık şekilde ortaya konulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Saini ve Khurana (2015) yaptıkları araştırmada VUCA döneminde örgütsel dönüşüm yönetimini incelemişlerdir. Birçok organizasyonun, işletme dönüşümüne kurtarıcı bir gözle baktığı ancak dönüşüm sürecinde karşılaşılan zorluk ve engellerin bu dönüşüm faaliyetlerini olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir.

Millar vd., (2018) yerleşik kalıpların ve modellerin her geçen gün etkisini kaybettiği VUCA dünyasında “yönetim inovasyonu” kavramını ele almıştır. Zorlu ve öngörülemeyen VUCA dünyasında, işletmelerin karşılaşılabileceği olası on beş zorluk ve bu zorluklarla mücadele edebilmek için on beş tavsiyede bulunmuşlardır.

Krawczyńska-Zauchka (2019) çalışmasında VUCA dünyasının özelliklerini sistematik şekilde değerlendirerek yeni bir yönetim ve liderlik paradigması üzerinde çalışmıştır. Araştırma sonunda VUCA dünyasındaki liderlerin çok sayıda zorlukla karşı karşıya kaldığı ifade edilmiştir. VUCA dünyasının en büyük zorluğu liderinde içinde bulunduğu çevrenin yıkıcı değişimi olarak belirtilmiştir.

Yurdasever (2020) çalışmasında yöneticilerde yeni liderlik becerileri ile stres ilişkisini VUCA ve öz yeterlilik bağlamında ele almıştır. Analiz sonucunda yöneticilerin sahip oldukları yeni liderlik becerileri ile yaşadıkları stres arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca yeni liderlik becerileri ile VUCA ve öz yeterlilik değişkenlerinin etkileşimi ise stres üzerinde anlamlı bir etki ortaya çıkarmamıştır.

Alkoç (2021) çalışmasında VUCA kavramının özelliklerini ve alt boyutlarını tartışmıştır. Yeni dünya düzeninin VUCA ekseninde nasıl oluşturulacağı ve liderlerin VUCA dünyasında karşılaştıkları tehditlerle nasıl mücadele edeceği hakkında açıklamalara yer verilmiştir. Araştırmacı, VUCA kavramını tüm yönleriyle inceleyerek literatüre katkı yapmayı hedeflemiştir.

Dhillon ve Nguyen (2021) çalışmasında organizasyonların VUCA dünyasında varlığını koruma ve sürdürülebilirlik için hangi stratejik tepkilerin benimsenebileceğini ortaya koymuştur. Alan yazınında, konuya ilişkin çok sayıda kaynak taraması yapılarak nesnel bilgilere ulaşılmak hedeflenmiştir. VUCA dünyasında makro düzeyde, örgütsel yapı ve kültür iki önemli faktör olarak yorumlanırken, mikro düzeyde yöneticilerin hangi becerilere sahip olması gerektiği, nitelikli yöneticilerin nasıl temin edileceği ve kullanılacağına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Roblek vd., (2021) VUCA dünyasında organizasyonların inovasyon ve dijital dönüşümünün rolüne ilişkin en son bulguları ve şirketlerin değişken, belirsiz, karmaşık ve belirsiz bir iş ortamında hayatta kalmalarını sağlayacak stratejileri tartışmıştır. Ayrıca, araştırmacı iş ekosisteminde VUCA dünyasının rolü ve önemini ortaya koymaya çalışmıştır. Konuya ilişkin birçok veri tabanı taratılarak içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonunda iş dünyasında ortaya çıkan yeni kavram ve iş modellerinin (Industry 4.0, HRM 4.0) VUCA koşulları altında gerçekleştiğini göstermiştir. Dolayısıyla organizasyon ve çalışanlar arasında güçlü etkileşim sağlanarak; daha motive edici, etkili ve kurum kültürüne sadık yapıların önemi vurgulanmıştır.

Troise vd., (2022) araştırmalarında dijital teknoloji yeteneği, ilişkisel yetenek ve yenilik yeteneği olmak üzere çevikliğin üç özelliği ile finansal performans, ürün ve süreç yeniliği üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma bulguları, çevikliğin işletme performansı üzerinde pozitif etki yarattığı ve KOBİ'lerin başarısında dijital teknolojilerin kilit rol oynadığını göstermiştir. Ayrıca söz konusu üç özelliğin KOBİ'lerde kurumsal çeviklik oluşturmaya katkıda bulunduğu ifade edilmiştir.

Alan yazını incelendiğinde VUCA kavramının birçok alanda ve farklı disiplinde çalışılmış olduğu görülmektedir. Konuya ilişkin çalışmaların büyük bir çoğunluğu yurtdışında gerçekleşirken yurtiçinde VUCA konusuna ilişkin çalışma sayısı kısıtlıdır. Ancak son birkaç yılda Türk araştırmacılarının da VUCA kavramına ilgisi artan seviyededir. VUCA kavramına dair yapılan çalışmaların büyük bir bölümü liderlik becerileri üzerine olurken sektörel ve stratejik yönetim alanında VUCA'ya ilişkin araştırma sayısının nispeten az olduğu söylenebilir.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Günümüzde işletmeler arasında etkileşimin bir hayli yüksek olması başka bir deyişle, işletme dünyasının daha dinamik bir yapı haline gelmesi geleneksel iş yapış modellerini ve karar alma süreçlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin VUCA dünyasında stratejik karar alma süreçlerinin nasıl gerçekleştiğine dair durumun ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmanın amacı VUCA dünyasında üst düzey yöneticilerin stratejik karar alma süreçlerini nasıl gerçekleştirdiğinin ortaya konulmasıdır.

Araştırmanın Örnekleme

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün ne olması gerektiği hala tartışılan bir konudur. Bernard (2013) iyi tanımlanmış kategoriler için konuyla alakalı ve bilgi seviyesi yüksek 10 ile 20 katılımcının yeterli olacağını belirtmiştir. Kuzel (1999) homojen gruplarda 5-8 katılımcının yeterli olacağını ifade etmiştir. Lincoln ve Guba (1985) mülakat görüşmelerinin 12-20 katılımcı ile yürütülmesi yönünde görüş bildirmiştir. Marshall vd. (2013) tekli durum analizi çalışmalarında asgari 15 ile 30 katılımcının olması gerektiğini bildirmiştir. Parse (1990)'e göre çalışmanın doygunluğa ulaşması için 2 ile 10 katılımcının olması yeterlidir. Onwuegbuzie ve Leech (2007) ise örneklem büyüklüğü hakkında kesin bir sayının söylenemeyeceğini, çalışmanın amacı ve doğasına uygun olarak önceki çalışmalarda doygunluğa ulaşmış örneklem sayısının baz alınması gerektiğini savunmuştur. Francis vd. (2010); Constantinou vd. (2017); Nascimento vd. (2018); Young ve Casey (2019) ise homojen gruplarda örneklem büyüklüğünün 12-17 arasında olması gerektiğini ortaya koymuştur.

Bu çalışmasının Covid-19 pandemisi koşullarında yürütüldüğü daha önce ifade edilmiştir. Birçok şirketin pandemi nedeniyle uzaktan çalışma sistemini (home-office) benimsemiş olması ve sadece haftanın belirli günleri şirkette bulunması yöneticilerle iletişime geçmeyi zorlaştırmıştır. Buna ek olarak, lojistik sektörünün yapısı gereği yönetim kadrosunun son derece kısıtlı olması görüşme sağlanacak kişilerin belirlenmesini zorlaştırmıştır. Ayrıca, lojistik sektöründeki yöneticilerin homojen bir yapıda bulunması ve rekabet düzeyinin yüksek olması yöneticilerin konuya ilişkin fikirlerini söylemede çekimser kalmasına sebebiyet vermiştir. Bu bilgiler ışığında, bu çalışmada lojistik sektörden 20 üst düzey yönetici ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Yapılışı

İlk olarak, araştırmanın amacı dâhilinde hangi görüşme türünün uygulanacağına karar verilmiş ve kimlerle görüşüleceği kararlaştırılmıştır. Bu doğrultuda, araştırma sorusu hakkında veri toplamak için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Oluşturulan görüşme formunun pilot uygulaması önce konunun uzmanları tarafından değerlendirilmiş daha sonra küçük bir gruba pilot uygulaması yapılmıştır. Bu uygulamanın temel amacı oluşturulan soruların konunun amacına uygun olup olmadığı ve görüşme formunda yer alan soruların katılımcılar tarafından anlaşılıp anlaşılmadığının test edilmesidir. Pilot uygulaması sonucunda elde edilen geri bildirimler dikkate alınarak görüşme formu yenilenmiştir. Daha sonra araştırmacı ve görüşülen kişi için uygun bir ortam sağlanmıştır. Covid-19 pandemisi nedeniyle birçok işletmenin faaliyetlerine ara vermesi ve uzaktan çalışma sistemine (home-office) geçiş yapması sebebiyle görüşmeler doğal akışını bozmadan online (Zoom, Google Meet, vb.) platformlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ancak bazı şirket yöneticilerinin haftanın belirli günlerinde ofiste bulunması dikkate alınarak ilgili kişilerden randevu için onay alınmış ve yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yöneticilerin kısıtlı zamanı olması sebebiyle mülakat süreleri 30 ile 60 dakika arasında tutulmuştur.

Bu çalışma kapsamında oluşturulan görüşme formu istatistiki analizler sonucu elde edilen bulgular aracılığıyla hazırlanmıştır. Görüşme formunun hazırlanmasında zaman esnekliği göz önünde bulundurulmuştur. Söz konusu yöneticilerin kısıtlı zamana sahip olması nedeniyle görüşme formunda yer alan soruların son derece açık, sade ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir. Görüşmecinin kafasını karıştıracak çok boyutlu veya karmaşık sorulardan kaçınılmıştır.

Verilerin Analizi

İçerik Analizi

İçerik analizi özellikle sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılmaktadır. Cartwright (1953) içerik analizini herhangi bir davranışın sistematik şekilde ele alınarak tarafsız ve niceliksel tanımlanmasına imkân sağlayan teknik olarak ifade etmiştir. Downe-Wamboldt (1992) içerik analizini olguları tanımlamanın ve ölçmenin sistematik ve nesnel yollarla gerçekleştirilmesi olarak yorumlamıştır. Büyüköztürk vd. (2021)'e göre içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenen bir tekniktir. İçerik analizine ilişkin birçok tanım yapılmış olsa da tüm tanımların ortak noktası yöntemin "sistematik" ve "tarafsız" gerçekleştirilmesi yönündedir. Birçok araştırmacıya göre başarılı içerik analizinin ön koşulu, verilerin kategori, sistem, model veya kavramsal harita oluşturarak araştırma olgusunu tanımlayan kavramlara indirgenebilmesidir (Morgan, 1993; Cavanagh, 1997; Hsieh ve Shannon, 2005; Elo ve Kyngäs, 2008).

İçerik analizinin etkin şekilde yürütülebilmesi için çeşitli aşamaların yerine getirilmesi gerekir. İlk olarak, araştırmacı ulaşmak istediği özel hedefleri net şekilde kararlaştırır. Daha sonra araştırmacı konuya ilişkin kavramları açık ve anlaşılır şekilde belirleyerek kavramları tanımlar. Kavramları doğru şekilde tanımladıktan sonra neyi analiz edeceğinin sorusunu cevaplar. Analiz birimi, bir cümle, bir ifade, bir resim hatta bir kelime dahi olabilir. Araştırmacı amaçlarını ve analiz birimlerini belirledikten sonra, analiz edilecek verilerin nerden temin edileceğini inceler. Konuya ilişkin materyaller kitap, dergi, makale, ders planı ve ders içeriği gibi çeşitli kaynaklardan sağlanabilir. İçerik oluşturulurken konunun net, anlaşılır ve sade olmasına dikkat edilir. Söz konusu içerik yabancı/ilgisiz kişilere bile açık olmalıdır. Bazı çalışmalarda araştırmacı var olan kaynakları kullanarak verilere ulaşabilirken, bazen ise araştırmacı kendi verilerini üretmek durumunda kalabilir. Araştırmacının kendi verilerini üretmesi gerekirse konuya ilişkin açık uçlu sorular hazırlayarak ilgili kişilerle görüşme yapabilir ve elde edilen verileri kodlayarak analize başlayabilir. Araştırmacı kodlama evresinde açık içerik veya gizli içerik kullanarak kodlama yapabilir. Açık kodlamada konuyla ilgili bir ifade, kelime ya da görsel obje gibi metin içinde net olarak görülebilecek bir kavram seçilir. Gizli kodlamada ise ifadenin altında yatan anlam incelenmektedir. Her iki kodlamanın da kendine özgü güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Kodlama süreci geleneksel olarak kâğıt üzerinden yapılacağı gibi bilgisayar üzerinden çeşitli yazılımlar aracılığıyla da yapılabilir. İçerik analizinde ATLAS.ti, CAQDAS, HyperRESEARCH, MAXQDA ve NVivo gibi paket programlar sıklıkla kullanılmaktadır. Kodlama işleminden sonra kategori içerisinde yer alan belli ifadelerin, kelimelerin, cümlelerin ve resimlerin belirlenmesinde sayısallaştırma işlemi yapılır. İçerik analizi sonucu elde edilen bulgular genellikle frekans ve yüzde oranlar ile yorumlanır. Son olarak ise tüm bulgu ve yorumlar dikkate alınarak araştırmanın sonucu yazılır (Büyüköztürk vd., 2021, s. 259-263).

Bu çalışmada, ilk olarak araştırma sorunsalı kapsamında kod ve tema listesi oluşturulmuştur. Daha sonra, stratejik yönetim ve VUCA'ya ilişkin kod bulutu incelenmiştir. Bununla birlikte, elde edilen alt kodların frekans dağılımları incelenmiş ve kod birlikte oluşma modeli hazırlanmıştır. Ayrıca, stratejik karar alma ve VUCA temasına dair ilişkisel kod matrisi oluşturulmuştur. Son olarak ise stratejik karar alma ve VUCA temalarına ilişkin kod haritası oluşturulmuştur.

Güvenilirlik Analizi

İçerik analizinin tamamlanmasından sonra sonuçların geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması önem arz etmektedir. Her ne kadar nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik konusunda görüş birliği sağlanamamış olsa da araştırmacıların konuya ilişkin çeşitli kavramsal ve kuramsal yaklaşımlarından söz etmek mümkündür. Guba ve Lincoln (1981) nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlikten ziyade inanılabilirlik (credibility), güvenilirlik (dependability), onaylanabilirlik (confirmability) ve aktarılabilirlik (transferability) başlıkları altında "inandırıcılık (trustworthiness)" üzerine yoğunlaşmıştır. Lincoln ve Guba (1986)'e göre araştırmacı kendi çalışmasıyla ilgisi bulunmayan bir meslektaşından kendisini denetlemesini ve ona destek olmasını istemelidir. Shipman (2015) araştırmacının sahip olduğu bilgi, tecrübe, eğitim, kişisel özellikler ve özgeçmiş gibi niteliksel hususların analiz

ve yorumlar üzerinde etkisi olduğunu bildirmiştir. Miles ve Huberman (1994) ise kodlayıcılar arası güvenilirlik konusuna odaklanmıştır. İki farklı araştırmacının söz konusu veri setini kullanarak kodlama yapmasının daha kesin sonuçlar vereceğini ortaya koymuştur. Bu tekniğin kullanılmasındaki kilit nokta kodlayıcılar arasında benzer kodların kullanılıp kullanılmadığını tespit etmektir. Kodlayıcılar arası güvenilirliğin %80'e yakın olması önerilmektedir.

Bu çalışma kapsamında toplanan verilerin güvenilirlik analizi "kodlayıcılar arası güvenilirlik" dâhilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı ilk olarak elde ettiği verileri kendi başına kodlamıştır. Daha sonra, konuyla ilgisi olmayan ancak bilgi ve tecrübe sahibi farklı bir araştırmacıya aynı veri seti üzerinden kodlama yapılması istenmiştir. Böylece, her iki araştırmacının da benzer kodları kullanıp kullanmadığını tespit edilmiştir. Bu çalışmada, Miles ve Huberman (1994) tarafından geliştirilen kod güvenilirliğine ilişkin formül esas alınmıştır. Söz konusu formül aşağıda gösterilmektedir;

$$\text{Güvenilirlik Katsayısı} = \frac{\text{Uzlaşılan Kod Sayısı}}{\text{Uzlaşılan kod sayısı} + \text{Uzlaşılamayan Kod Sayısı}}$$

Bu formül doğrultusunda güvenilirlik katsayısı 0,87 olarak hesaplanmıştır. Sosyal bilimler araştırmalarında söz konusu katsayının 1'e yakın olması yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu gösterir. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında elde edilen verilerin güvenilirlik katsayısının yüksek olduğu ifade edilebilir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Stratejik Karar Alma ve VUCA'ya İlişkin Kod ve Tema Listesi

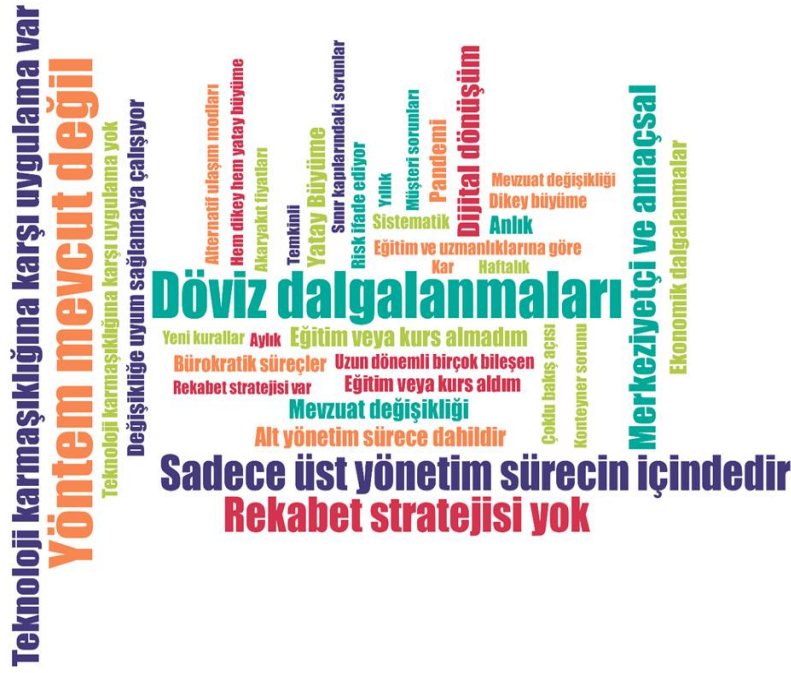
Lojistik sektöründeki yöneticilerden elde edilen verilerin doğru ve eksiksiz bir şekilde kodlanabilmesi için Microsoft Office Word programı kullanılmıştır. Görüşme esnasında kayıt altına alınan veriler Word ortamına taşınmıştır. Daha sonra "MAXQDA 2022 Analytics Pro" paket programı aracılığıyla metin içindeki stratejik karar alma ve VUCA'ya ilişkin kavram ve bileşenler tespit edilerek kodlanmış ve sistematik biçimde bir araya getirilmiştir. Bu aşamada, kavramların anlamlı bölümler altında toplanması, verilerin düzenlenmesi ve kodlanmasında kolaylık sağlamıştır. Kodlama aracılığıyla metinlerdeki ifadelerin yoğunluğu (ne sıklıkla geçtiği) tespit edilmiş ve kodların önem derecesi incelenmiştir. Bu araştırma kapsamında yapılan kodlamalarda alt ve üst kod yaklaşımı benimsenmiştir. Üst kodlar genel bir temayı ifade ederken alt kodlar söz konusu temanın içerisinde yer alan alt temayı ifade etmektedir. Daha açık bir ifadeyle bu çalışma kapsamında kullanılan kodlar alt kodu, temalar ise üst kodu temsil etmektedir.

Tematik kodlama ise kuramsal çerçeveye göre oluşturulmuştur. Tematik kodların altında yer alan verilerin bir bütün oluşturup oluşturmadığı test edilmiştir. Veri setinin çok az bir bölümünün temaların dışında kaldığı saptanmıştır. Dolayısıyla, tematik kodlamanın etkili ve doğru bir şekilde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında ele alınan kavramlar şu şekildedir: esneklik, dijitalleşme, merkeziyetçilik, sertifika, iş bölümü, etkileşim, rekabet, gelişim, tehdit, konteyner, hizmet kalitesi, uzmanlaşma, ek maliyet, dönem, dalgalanma, prosedür, tecrübe, müşteri ve koordinasyon. İlgili kavramlar için hazırlanmış kod ve tema listesi Şekil 2'de gösterilmiştir.

- İşletme Profili
 - Haftalık
 - Anlık
 - Aylık
 - Yıllık
 - Eğitim ve uzmanlıklarına göre
 - Alt yönetim sürecine dahildir
 - Sadece üst yönetim sürecinin içindedir
 - Sistematik
 - Pazar araştırması
 - Kar
 - Kalite
 - Uzun dönemli birçok bileşen
 - Risk ifade ediyor
 - Hem dikey hem yatay büyüme
 - Yatay büyüme
 - Dikey büyüme
 - Rekabet stratejisi yok
 - Rekabet stratejisi var
 - Teknoloji karmaşıklığına karşı uygulama yok
 - Teknoloji karmaşıklığına karşı uygulama var
 - Eğitim veya kurs almadım
 - Eğitim veya kurs aldım
- Muğlaklık Toleransı
 - Yöntem mevcut
 - Konteyner sorunu
 - Yöntem mevcut değil
 - Temkinli
 - Ekonomik dalgalanmalar
- Bilişsel Esneklik
 - Akaryakıt fiyatları
 - Sınır kapılarındaki sorunlar
 - Yeni kurallar
 - Sözleşme
 - Merkezîyetçi ve amaçsal
 - Müşteri sorunları
 - Konteyner sorunu
- Belirsizliğe Tahammülsüzlük
 - Mücbir sebepler
 - Çoklu bakış açısı
 - Mevzuat değişikliği
 - Bürokratik süreçler
 - Hava koşulları
 - Pandemi
 - Döviz dalgalanmaları
- Değişime Direnç
 - Esnek hareket etme becerisiyle
 - Tüketici davranışları
 - Arz sorunu
 - Mevzuat değişikliği
 - Alternatif ulaşım modları
 - Dijital dönüşüm
 - Değişikliğe uyum sağlamaya çalışıyor

Şekil 2. Kod ve Tema Listesi

Şekil 2’de görüleceği üzere stratejik karar alma süreçleri ve VUCA kavramı ile ilgili 5 tematik kodlama (işletme profili, değişime direnç, belirsizliğe tahammülsüzlük, bilişsel esneklik ve muğlaklık toleransı) ve 48 kod oluşturulmuştur. Birinci tematik kodlama işletmenin stratejik karar alma süreçlerindeki profili üzerine belirlenmiş ve 22 kod oluşturulmuştur. İkinci tematik kodlama değişime direnç şeklinde belirlenmiş ve 7 kod oluşturulmuştur. Üçüncü tematik kodlama belirsizliğe tahammülsüzlük olarak belirlenmiş ve 7 kod oluşturulmuştur. Dördüncü tematik kodlama ise bilişsel esneklik üzerine belirlenmiş ve 7 kod oluşturulmuştur. Son tematik kodlama ise muğlaklık toleransı olarak belirlenmiş ve 5 kod oluşturulmuştur. Yapılan kodlama sonucunda verilerin ne sıklıkla kullanıldığı kod bulutu aracılığıyla görselleştirilmiş ve Şekil 3’te sunulmuştur.

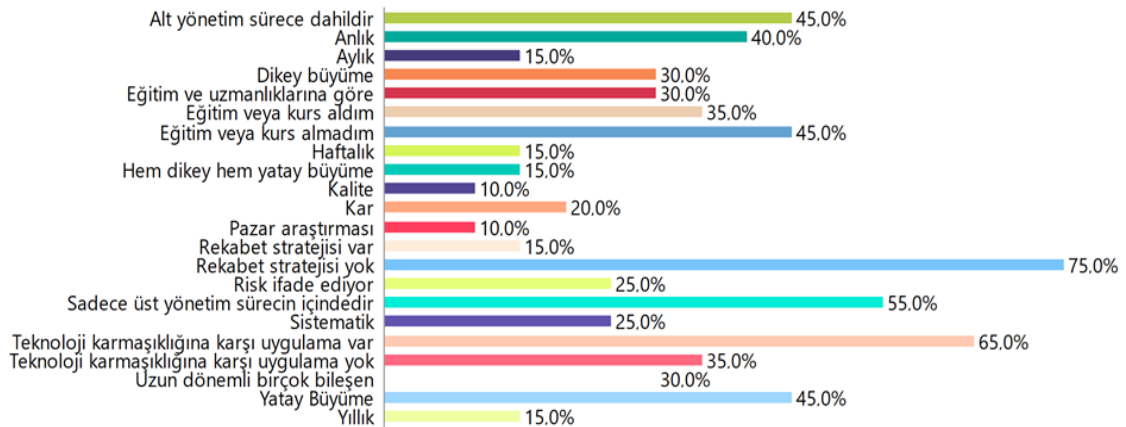


Şekil 3. Stratejik Karar Alma ve VUCA Temasına İlişkin Kod Bulutu

Kod bulutu oluşturulurken metin içinde en az 3 kez tekrarlanmış ifadeler dikkate alınmıştır. Kod bulutundaki görsellerin font büyüklüğü kodların tekrarlanma sıklığı ifade etmektedir. Böylece, kodların önem derecesi daha net ortaya konulmuştur. Görüşme içeriklerine ait kod bulutuna göre en sık tekrarlanan kodlar: “döviz dalgalanmaları”, “sadece üst yönetim sürecin içindedir”, “rekabet stratejisi yok”, “yöntem mevcut değil”, “merkeziyetçi ve amaçsal”, ve “dijital dönüşüm” olarak öne çıkmaktadır. En az tekrarlanan kodlar ise “hem dikey hem yatay büyüme”, “akaryakıt fiyatları”, “alternatif ulaşım modları”, “aylık”, “temkinli” ve “yeni kurallar” olarak tespit edilmiştir.

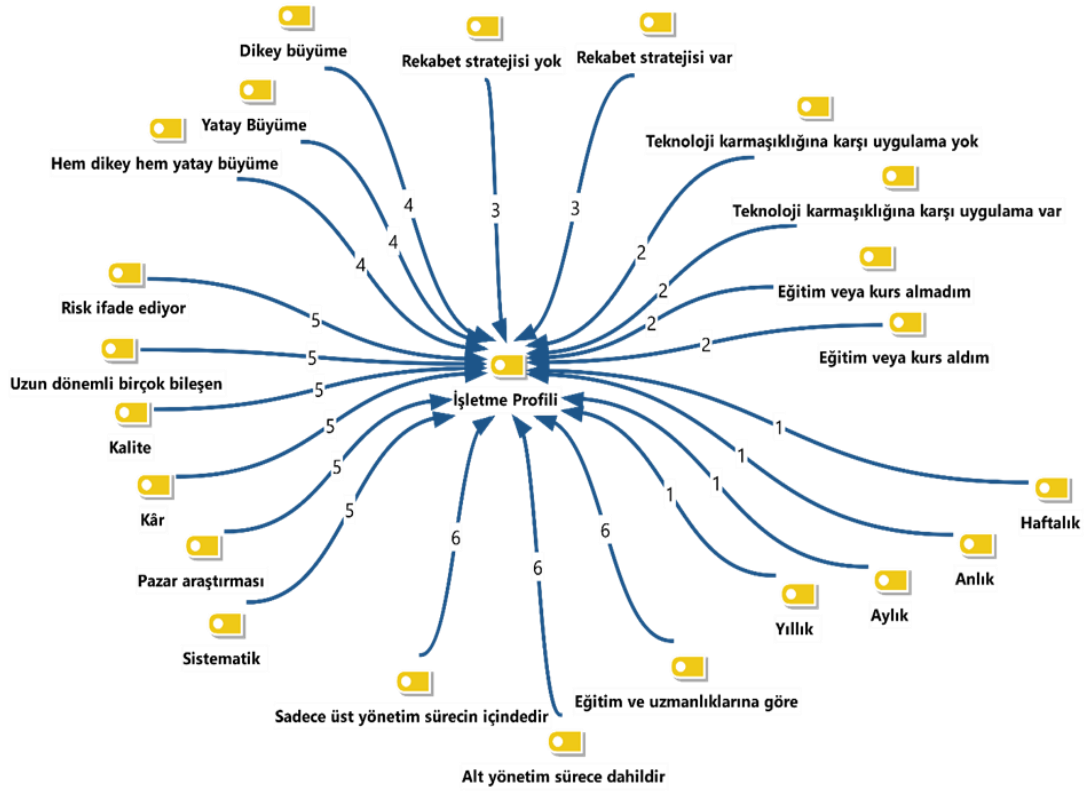
İşletmelerin Stratejik Karar Alma Süreçlerine İlişkin Alt Kod İstatistikleri

İşletmelerin stratejik karar alma süreçlerine ilişkin frekans dağılımları Şekil 4’te gösterilmektedir.



Şekil 4. İşletmelerin Stratejik Karar Alma Süreçlerine İlişkin Frekans Dağılımları

Şekil 4'te işletmelerin stratejik karar alma süreçlerine ilişkin profili ortaya konulmuştur. Katılımcıların %75'i temel rekabet stratejilerinden birine sahip olmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %45'i yatay olarak büyüdüklerini ifade ederken katılımcıların %55'i stratejik karar alma süreçlerinde sadece üst yönetimin bulunduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %40'ı stratejik kararların anlık olarak uygulandığını öne sürmüştür. Katılımcıların %25'i için stratejik karar riski ifade etmektedir. İşletmelerin stratejik karar alma süreçlerine ilişkin kod ilişkileri haritası Şekil 5'te sunulmuştur.

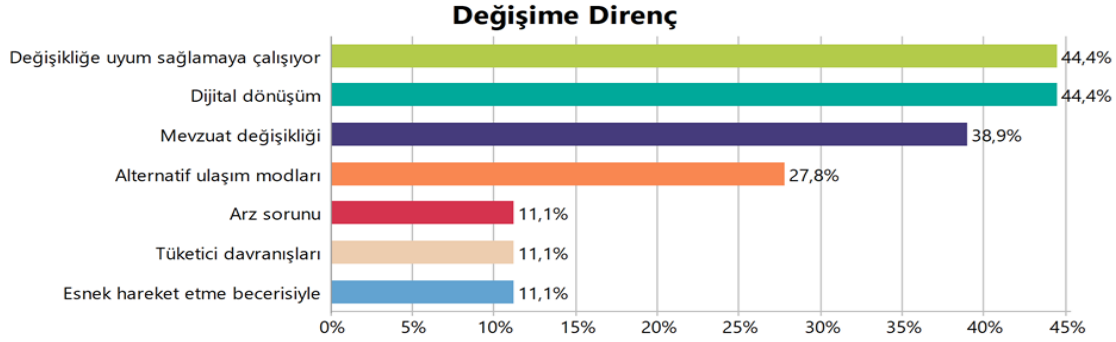


Şekil 5. Stratejik Karar Alma Temasına İlişkin Kod Birlikte Oluşma Modeli

Kod birlikte oluşum modeli aracılığıyla hangi kodların birlikte oluştuğu tespit edilmiştir. Kod birlikte oluşum modelinde, işletmelerin stratejik karar alma süreçlerine ilişkin yaklaşımları ayrı ayrı ele alınmış ve her birine farklı numaralandırma işlemi yapılmıştır. 1 numara “işletmelerin stratejik karar alma süreçlerini ne sıklıkla gerçekleştirdiğini”, 2 numara “yöneticilerin stratejik karar almayla ilgili almış olduğu eğitimi ve işletmelerin teknoloji karmaşıklığına dair yaklaşımlarını”, 3 numara “rekabet stratejisi olarak adlandırılan temel stratejilerin uygulanıp uygulanmadığı”, 4 numara “organizasyon yapısının nasıl büyüdüğü”, 5 numara “stratejik kararın yöneticiler için ne ifade ettiği” ve 6 numara “stratejik karar alma süreçlerinin nasıl uygulandığı” ile ilgili ifadeleri göstermektedir.

Değişime Direnç Alt Kod İstatistikleri

VUCA'nın birinci alt boyutu olan “değişime direnç” başlığına ilişkin frekans dağılımları Şekil 6'da gösterilmektedir.

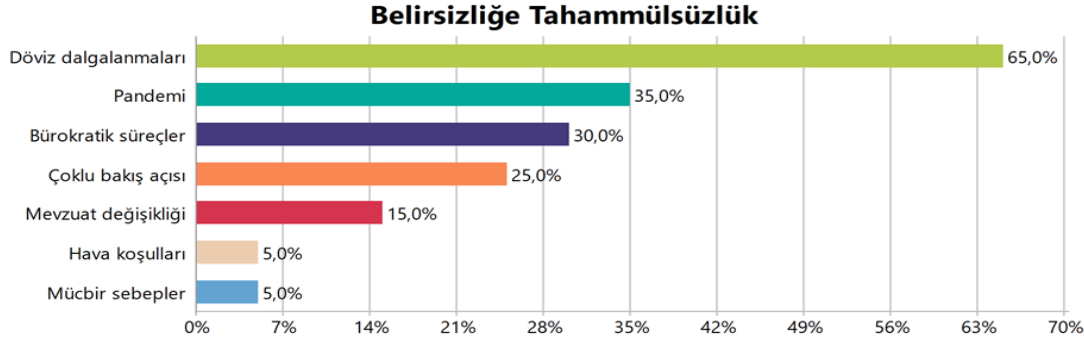


Şekil 6. Değişime Direnç Boyutuna İlişkin Frekans Dağılımları

Şekil 6, katılımcıların %44,4'nün sektördeki değişimlere karşı "uyum sağlamaya" çalıştığını göstermektedir. Dijital dönüşüm (%44,4), mevzuat değişikliği (%38,9) ve alternatif ulaşım modları (%27,8) lojistik sektöründe meydana gelen değişimin en önemli konu başlıklarından biri olarak görülmektedir.

Belirsizliğe Tahammülsüzlük Alt Kod İstatistikleri

VUCA'nın ikinci alt boyutu olan "belirsizliğe tahammülsüzlük" başlığına ilişkin frekans dağılımları Şekil 7'de gösterilmektedir.

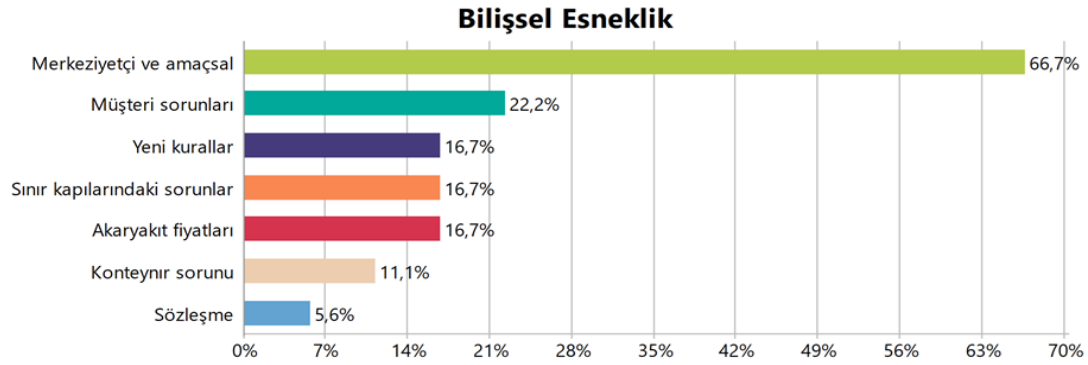


Şekil 7. Belirsizliğe Tahammülsüzlük Boyutuna İlişkin Frekans Dağılımları

Şekil 7'de katılımcıların belirsizlik döneminde stratejik karar alma süreçlerine ilişkin görüşleri yer almaktadır. Katılımcıların %65'i sektördeki en büyük belirsizlik/öngörülemezliğin döviz kurundaki dalgalanmadan kaynaklandığını belirtmiştir. Katılımcıların %35'i ise pandemi sebebiyle sektörde ne gibi olaylarla karşılaşabileceğini tahmin edemediklerini ifade etmiştir. Ayrıca katılımcıların %25'i belirsizliğin yoğun olduğu dönemlerde çoklu bakış açısı sağlayacak profesyonel destek (danışmanlık) faaliyetleri üzerine yoğunlaştığını belirtmiştir.

Bilişsel Esneklik Alt Kod İstatistikleri

VUCA'nın üçüncü alt boyutu olan "bilişsel esneklik" başlığına ilişkin frekans dağılımları Şekil 8'de gösterilmektedir.

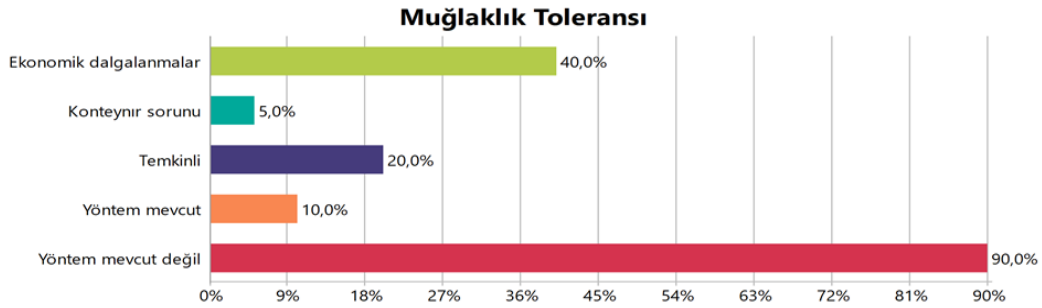


Şekil 8. Bilişsel Esneklik Boyutuna İlişkin Frekans Dağılımları

Şekil 8’de katılımcıların sektörde karşılaştıkları problemlere karşı nasıl harekete geçtiğine ilişkin görüşleri verilmiştir. Katılımcıların %66,7’lik bölümü sektörde karşılaşılan problemlerin çözümüne merkeziyetçi ve amaçsal şekilde yaklaştıklarını belirtmiştir. Sektörde karşılaşılan en önemli sorunlar; müşteri sorunları (%22,2), yeni kurallar (%16,7), sınır kapısındaki sorunlar (%16,7) ve akaryakıt fiyatları (%16,7) olarak ortaya konmuştur.

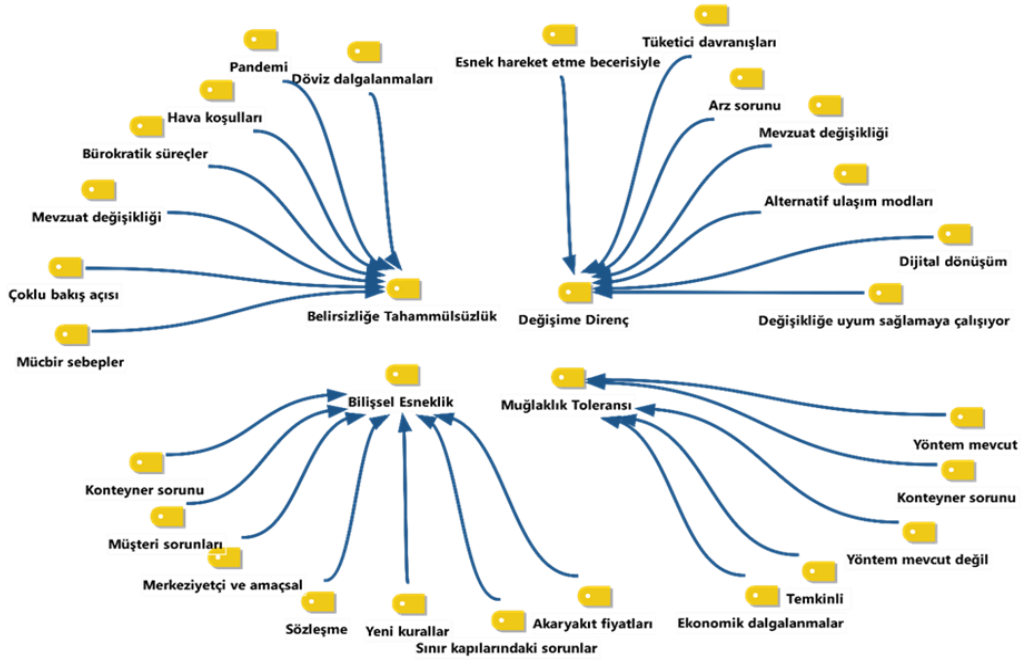
Muğlaklık Toleransı Alt Kod İstatistikleri

VUCA’nın dördüncü alt boyutu olan “muğlaklık toleransı” başlığına ilişkin frekans dağılımları Şekil 9’da gösterilmektedir.



Şekil 9. Muğlaklık Toleransı Boyutuna İlişkin Frekans Dağılımları

Şekil 9’da katılımcıların muğlak ortamlarda stratejik karar süreçlerini nasıl yürüttüğüne dair görüşleri yer almaktadır. Katılımcıların %20’si sonucun belirsiz olduğu muğlak ortamlarda temkinli olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %40’ı ekonomik dalgalanmaların sektörde muğlak bir ortam yarattığını ileri sürmüştür. Ayrıca katılımcıların büyük bir bölümü (%90) sorunların çözülmesinde kullanılacak bir stratejik karar alma yönteminin bulunmadığını ifade etmiştir. VUCA’ya ilişkin kod ilişkileri haritası Şekil 10’da gösterilmektedir.

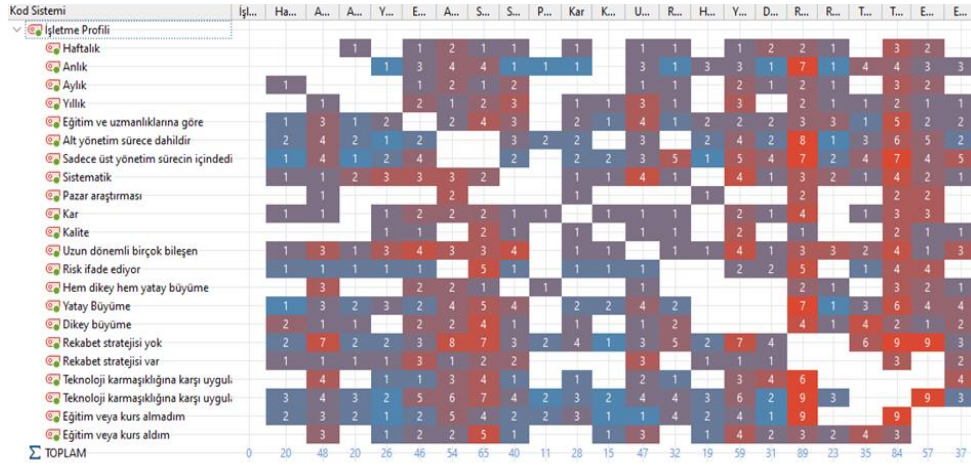


Şekil 10. VUCA Temasına İlişkin Kod Birlikte Oluşma Modeli

Kod birlikte oluşma modeli aracılığıyla VUCA'nın alt boyutlarına ilişkin kodların daha anlaşılır ve kolay ayırt edilebilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, katılımcıların hangi kodlara daha yoğunlaştığı ve yorumlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Model incelendiğinde VUCA'nın ilk alt boyutu olan "değişime direnç" temasına ilişkin en fazla kodlamanın "dijital dönüşüm" alanına yönelik olduğu görülmektedir. İkinci alt boyut olan "belirsizliğe tahammülsüzlük" temasında en fazla kodlamanın "döviz dalgalanmaları", üçüncü boyut olan "bilişsel esneklik" temasında en fazla kodlamanın "merkeziyetçi ve amaçsal" alanına yönelik olduğu tespit edilmiştir. VUCA'nın son boyutu "muğlaklık toleransı" temasında ise en fazla kodlamanın "yöntem mevcut değil" alanında olduğu gözlemlenmiştir.

Stratejik Karar Alma Temasına Dair İlişkisel Bulgular

Kodların frekans yoğunluğu incelendikten sonra ilgili kodların birbirleriyle nasıl bir ilişki sergilediğinin tespit edilmesi oldukça önem arz etmektedir. Stratejik karar alma temasının altında yer alan kodların nasıl bir ilişki sergilediğinin saptanması için kod matrisleri oluşturulmuştur. Şekil 11'de stratejik karar alma temasına dair ilişkisel kod matrisi gösterilmiştir.



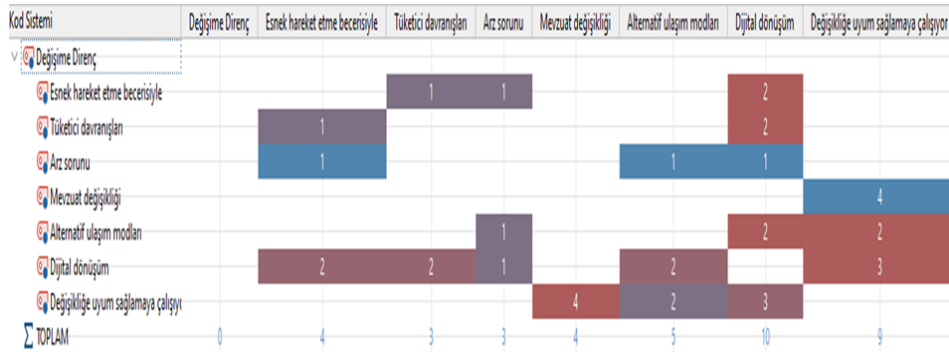
Şekil 11. Stratejik Karar Alma Temasına Dair İlişkisel Kod Matrisi

Şekil 11 kodlar arasındaki ilişkisel yoğunluğu göstermektedir. “Rekabet stratejisi yok” (89) kodu diğer kodlarla en yoğun şekilde ilişkisi bulunan kod olarak tespit edilmiştir. Rekabet stratejisi yok kodu ile tekrarlanma sıklığı göz önüne alındığında en ilişkili bulunan iki kod “teknoloji karmaşıklığına karşı uygulama var” (9) ile “eğitim veya kurs almadım” (9) olarak görülmektedir. Rekabet stratejisinin bulunmadığını dile getiren katılımcılardan 9’u aynı zamanda stratejik karar almayla ilgili eğitim veya kurs almadığını ve teknolojik karmaşıklığına karşı uygulamaların mevcut olduğunu belirtmiştir.

“Rekabet stratejisi yok” kodu ile ilişkisi tespit edilen diğer kodlar; alt yönetim sürecine dâhildir (8), sadece üst yönetim sürecin içindedir (7), yatay büyüme (7), anlık (7), teknoloji karmaşıklığına karşı uygulama yok (6), risk ifade ediyor (5), dikey büyüme (4), kar (4), eğitim ve uzmanlıklarına göre (3), sistematik (3), uzun dönemli birçok bileşen (3), eğitim veya kurs aldım (3), hem dikey hem yatay büyüme (2), pazar araştırması (2), yıllık (2), aylık (2), haftalık (2) ve kalite (1).

Değişime Direnç Temasının İlişkisel Kod Matrisi

Değişime direnç temasının altında yer alan kodların birbiriyle nasıl bir ilişki sergiledikleri Şekil 12’de gösterilmiştir.



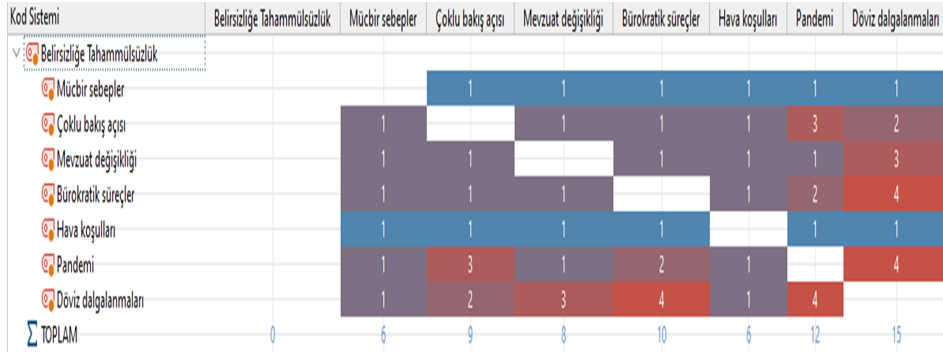
Şekil 12. Değişime Direnç Temasına Dair İlişkisel Kod Matrisi

Şekil 12’de görüleceği üzere, “Dijital dönüşüm” (10) kodu diğer kodlarla en yoğun şekilde ilişkisi bulunan kod olarak tespit edilmiştir. Dijital dönüşüm kodu ile tekrarlanma sıklığı göz önüne alındığında en ilişkili bulunan kod “değişime uyum sağlamaya çalışıyor” (3) kodu olarak görülmektedir. Katılımcılar sektörde meydana gelen en büyük değişimin dijitalleşme üzerine olduğunu dile getirirken 3 katılımcı aynı zamanda değişime uyum sağlamaya çalıştıklarını dile getirmiştir.

“Dijital dönüşüm” kodu ile ilişkisi tespit edilen diğer kodlar: esnek hareket etme becerisi (2), tüketici davranışları (2), alternatif ulaşım modları (2) ve arz sorunu (1)’dur.

Belirsizliğe Tahammülsüzlük Temasının İlişkisel Kod Matrisi

Belirsizliğe Tahammülsüzlük temasının altında yer alan kodların birbiriyle nasıl bir ilişki sergiledikleri Şekil 13’te gösterilmiştir.



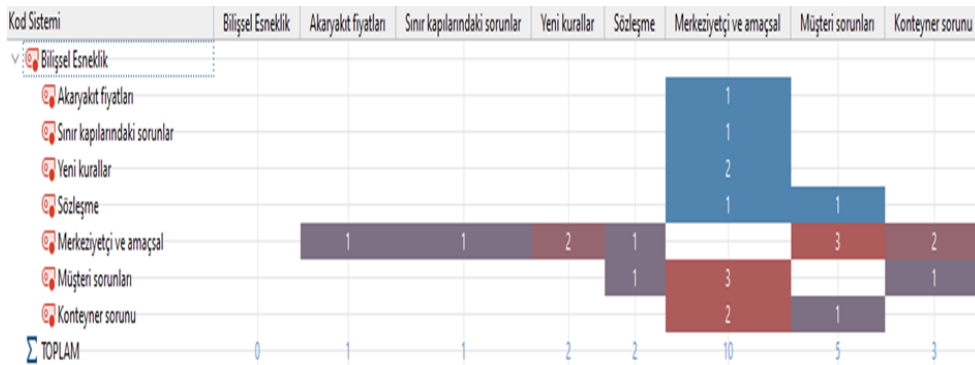
Şekil 13. Belirsizliğe Tahammülsüzlük Temasına Dair İlişkisel Kod Matrisi

Şekil 13’te görüleceği üzere, “Döviz dalgalanmaları” (15) kodu diğer kodlarla en yoğun şekilde ilişkisi bulunan kod olarak tespit edilmiştir. Döviz dalgalanmaları kodu ile tekrarlanma sıklığı göz önüne alındığında en ilişkili bulunan kod “pandemi” (4) kodu olarak görülmektedir. Katılımcılar sektördeki en büyük belirsizliğin döviz dalgalanmaları üzerine olduğunu dile getirirken, 4 katılımcı aynı zamanda pandemi ve bürokratik süreçlerin belirsizliği tetiklediğini dile getirmiştir.

Döviz dalgalanmaları kodu ile ilişkisi tespit edilen diğer kodlar; mevzuat değişikliği (3), çoklu bakış açısı (2), hava koşulları (1) ve mücbir sebepler (1).

Bilişsel Esneklik Temasının İlişkisel Kod Matrisi

Bilişsel esneklik temasının altında yer alan kodların birbiriyle nasıl bir ilişki sergiledikleri Şekil 14’te gösterilmiştir.



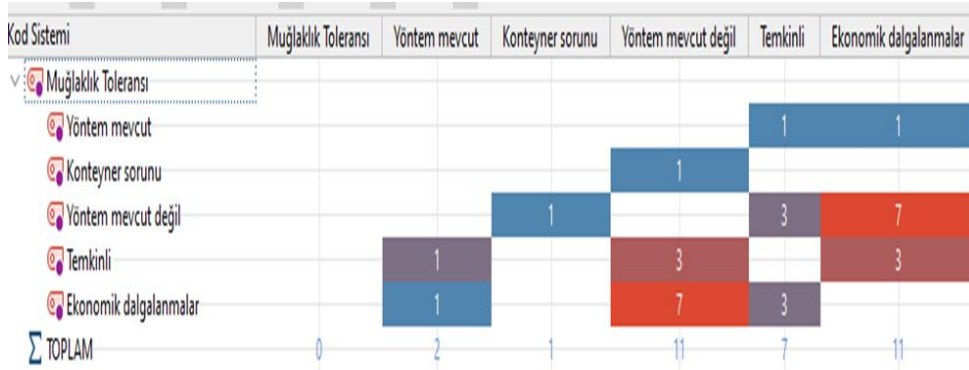
Şekil 14. Bilişsel Esneklik Temasına Dair İlişkisel Kod Matrisi

Şekil 14’te görüleceği üzere, “Merkeziyetçi ve amaçsal” (10) kodu diğer kodlarla en yoğun şekilde ilişkisi bulunan kod olarak tespit edilmiştir. Merkeziyetçi ve amaçsal kodu ile tekrarlanma sıklığı göz önüne alındığında en ilişkili bulunan kod “müşteri sorunları” (3) kodu olarak görülmektedir. Katılımcılar stratejik karar alma süreçlerinde ortaya çıkan sorunları amaca yönelik merkeziyetçi yaklaşımla çözümlendiğini dile getirirken, 3 katılımcı aynı zamanda sektördeki problemlerin merkezini müşterilerin oluşturduğunu dile getirmiştir.

Merkeziyetçi ve amaçsal kodu ile ilişkisi tespit edilen diğer kodlar: konteyner sorunu (2), yeni kurallar (2), sınır kapılarındaki sorunlar (1), sözleşme (1) ve akaryakıt fiyatları (1).

Muğlaklık Toleransı Temasının İlişkisel Kod Matrisi

Muğlaklık toleransı temasının altında yer alan kodların birbiriyle nasıl bir ilişki sergiledikleri Şekil 15'te gösterilmiştir.



Şekil 15. Muğlaklık Toleransı Temasına Dair İlişkisel Kod Matrisi

Şekil 15'te görüleceği üzere, “Ekonomik dalgalanmalar” (11) ve “Yöntem mevcut değil” (11) kodu diğer kodlarla en yoğun şekilde ilişkisi bulunan kodlar olarak tespit edilmiştir. Yöntem mevcut değil kodu ile tekrarlanma sıklığı göz önüne alındığında en ilişkili bulunan kod “ekonomik dalgalanmalar” (7) kodu, ekonomik dalgalanmalar kodu ile en ilişkili bulunan kod “yöntem mevcut değil” olarak görülmektedir. Katılımcılar belirsizliğin tavan yaptığı muğlak dönemlerde çok boyutlu sorunların çözümünde başvurulabilecek belirli bir stratejik karar alma yönteminin bulunmadığını dile getirirken 7 katılımcı aynı zamanda ekonomik dalgalanmaların sektörde karşılaşılan en önemli sorunlardan olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca katılımcılar ekonomik dalgalanmaların sektörü daha anlaşılabilir bir hale getirdiğini dile getirmiş ve 7 katılımcı söz konusu dönemlerde kullanılabilecek stratejik karar alma yönteminin bulunmadığını belirtmiştir.

Yöntem mevcut değil kodu ile ilişkisi tespit edilen diğer kodlar: temkinli (3) ve konteyner sorunu (1)'iken, ekonomik dalgalanmalar kodu ile tespit edilen diğer kodlar: temkinli (3) ve yöntem mevcut (1) olarak saptanmıştır.

Ayrıca, stratejik karar alma ve VUCA temalarına ilişkin kod haritası oluşturulmuştur. Temalara dair ilişkisel kod matrislerinin görselleştirilmiş hali kod haritası üzerinden sağlanmıştır. Buna bağlı olarak, kodların birbiriyle nasıl bir ilişki sergilediği ve ifadelerin ne sıklıkla kodlandığı görselleştirilmiştir. Stratejik karar alma ve VUCA temaları için oluşturulan kod haritası Şekil 16'da sunulmuştur.

Kod haritası içindeki her daire bir kodu simgelemektedir. Kod haritası içindeki daireler ne kadar büyükse söz konusu kod ile o kadar fazla kodlanma yapıldığını gösterir. Ayrıca kod haritası içindeki bağlantı çizgileri ile kodlanma sıklığı arasında doğrusal bir ilişki vardır. Başka bir deyişle kodlanma tekrarı ne kadar fazlaysa bağlantı çizgileri o kadar kalınlaşacaktır.

Bu çalışmada, kod haritasındaki temaların her biri için spesifik renkler oluşturulmuştur. Örneğin, stratejik karar alma için “yeşil”, değişime direnç teması için “mavi”, belirsizliğe tahammülsüzlük teması için “turuncu”, bilişsel esneklik teması için “kırmızı” ve muğlaklık toleransı için “mor” rengi tercih edilmiştir. Kod haritası incelendiğinde stratejik karar alma ve VUCA temaları içinde en sık kodlanan ifadelerin; stratejik karar alma için “rekabet stratejisi yok” (15) ve “sadece üst yönetim sürecin içindedir” (15), değişime direnç için “dijital dönüşüm” (11), belirsizliğe tahammülsüzlük için “döviz dalgalanmaları” (18), bilişsel esneklik için “merkeziyetçi ve amaçsal” (13) ve muğlaklık toleransı için “yöntem mevcut değil” (18) olduğu saptanmıştır.

SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye'nin en büyük 500 hizmet ihracatçısı listesinde yer alan lojistik işletmelerindeki üst düzey yöneticilerin stratejik karar alma süreçlerini nasıl gerçekleştirdiği ele alınmıştır. VUCA dünyasında stratejik karar alma süreçlerinin incelenmesi amacıyla söz konusu yöneticilerle derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Yöneticilerin büyük bir bölümü karar alma süreçlerinin düşünüldüğünün aksine anlık olarak gerçekleştiğini ifade etmiştir. Geleneksel bakış açısıyla stratejik kararların yıllık olarak planlanması beklenir. Ancak VUCA dünyası gibi hızlı değişiminin meydana geldiği bir ortamda uzun vadeli planlardan söz etmek ne kadar doğru olur bilinmez. Yöneticilerin verdiği cevaplar ise bu kanıyı destekleyecek niteliktedir. Stratejik karar alma gruplarının oluşturulması incelendiğinde; yöneticiler söz konusu bölümlerin oluşturulmasında eğitim ve tecrübe faktörünün önemli rol oynadığını belirtmiştir. İşletme içinde stratejik karar alma sürecinin nasıl gerçekleştiği incelendiğinde, stratejik karar sürecinde yalnızca üst yönetimin olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak, alt yönetimin kısmen de olsa süreçlere dâhil edildiği, özellikle veri ve bilgi akışında önemli rol oynadığı belirtilmiştir. Yöneticilere stratejik karar ve unsurlarına dair görüşleri sorulduğunda, pazar araştırması, sistematik, kar, kalite, uzun dönemli birçok bileşen ve risk gibi ifadelerin baskın olduğu tespit edilmiştir. Yöneticiler tarafından en sık kullanılan kavramlar; risk, sistematik ve uzun dönemli birçok bileşen şeklinde ifade edilmiştir. Yöneticilerin önemli bir bölümü departmanlar arasında etkileşimin olduğunu dolayısıyla yatay örgüt yapısını benimsediklerini bildirmiştir. İşletmelerin teknolojik karmaşıklığı veya dijital dönüşüme ilişkin uygulamaları incelendiğinde, yöneticilerin büyük bir bölümü bu tür uygulamaların olduğunu belirtmiştir. Ancak söz konusu uygulamaların ağırlıklı olarak Microsoft Office, e-posta ve araç takibinde kullanılan çeşitli programlar dâhilinde olduğu gözlemlenmiştir. Yalnızca birkaç işletmenin “Endüstri 4.0” bağlamında profesyonel uygulamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Yöneticilere stratejik karar alma süreçleri ile ilgili almış oldukları eğitim veya sertifika sorulduğunda, %60'a yakını bir sertifika veya eğitime sahip olmadığını geri kalanı ise yönetimsel olarak belirli etkinliklere katıldığını ifade etmiştir. Yöneticilerin VUCA dünyasında karşılaştıkları tehditlere karşı ne gibi rekabet stratejilerini tercih ettiklerini sorulduğunda, işletmelerin neredeyse hiçbirinin rekabet stratejisine sahip olmadığı gözlemlenmiştir. Bu sonuca dair şu çıkarımlar yapılabilir: Birincisi yöneticiler VUCA dünyasında rekabet üstünlüğü kaybetmemek için şirket stratejilerini paylaşmak istememiş olabilir, ikincisi ise yöneticilerin büyük bir bölümünün küresel rekabet stratejilerine dair henüz bilgi ve uygulama yönünde girişimi olmamıştır.

VUCA dünyasında faaliyet gösteren yöneticiler sektördeki en önemli değişimin dijitalleşme ve mevzuat konusunda olduğunu ifade etmiştir. Yöneticilerin önemli bir bölümü dijital dönüşüm sürecinin farkında olduğunu ve buna yönelik girişimlere hız verdiğini belirtmiştir. Ancak mevcut durum lojistik sektöründeki dijitalleşmenin birkaç küresel işletme çevresinde gerçekleştiğini göstermektedir. Geri kalan şirketler ise dijitalleşmeyi yalnızca elektronik ortamda e-posta gönderme veya araçlara takip cihazı takılması olarak değerlendirmektedir. Yöneticiler sektördeki diğer önemli değişimin mevzuat alanında yaşandığını ifade etmiştir. Yöneticiler, mevzuat ve gümrük belgelerinin sürekli değişmesinin kendilerine sorun çıkardığını belirtmiştir. Yöneticilerin birçoğu sektördeki değişimleri yakından takip ettiğini belirtmiştir, ancak işletme olarak değişime nasıl tepki verdikleri net olarak ortaya konulamamıştır. Yöneticilerden yalnızca birkaçı değişime karşı işletmenin tüm fonksiyonlarını esnek yapıda oluşturduklarını böylelikle değişime karşı daha hazır olduklarını ileri sürmüştür.

VUCA dünyasında lojistik sektörünün içinde bulunduğu belirsizliğin tetiklenmesinde döviz dalgalanmaları ve pandeminin kilit rol oynadığı belirtilmiştir. Yöneticilerin hemen hemen hepsi döviz dalgalanmalarından kaynaklı büyük bir belirsizliği dile getirmiştir. Özellikle son iki yılda küresel tedarik zincirinin bozulması ve pandeminin hala kontrol altına alınamaması küresel piyasalardaki dalgalanmayı hızlandırmıştır. Yöneticilerin içinde bulunduğu diğer önemli bir belirsizlik ise pandemiye Sektör ayrımı yapılmaksızın pandemi dünyayı etkisine almış

ve gelecek hakkında varsayım yapılmasını imkânsız hale getirmiştir. Küresel ekonominin merkezinde yer alan ulaşım hizmetleri pandemi döneminde durma noktasına gelmiş ve birçok ihtiyaç malzemesine erişim sağlanamamıştır. Ayrıca, yöneticiler belirsizliğe karşı çoklu bakış açısı geliştirdiklerini belirtmiştir. Daha açık bir ifadeyle, belirsizliğin tavan yaptığı VUCA dünyasında işletmelerin bir bölümü dışarıdan profesyonel destek (danışmanlık) aldığını ifade etmiştir. Ancak, bu çoklu bakış açısının bütün işletmelerde uygulandığı söylenemez.

VUCA dünyasında lojistik sektörünün karşılaştığı en önemli sorunlar; müşteri sorunları, sınır kapılarında yaşanan sorunlar, akaryakıt fiyatları, konteyner sorunu ve kuralların sürekli yenilenmesi olarak ifade edilmiştir. Özellikle, ülkeler arasındaki bürokratik süreçlerin sınır kapılarında oldukça zorluk yarattığı ifade edilmiştir. Sınır kapılarında yaşanan olumsuzlukların sevkiyat gecikmesine neden olduğu belirtilmiştir. Doğal olarak bu gecikmenin müşterilerde memnuniyetsizliğe sebebiyet verdiği ileri sürülmüştür. Ayrıca pandemi döneminde yaşanan konteyner kıtlığı ve küresel enerji fiyatlarındaki yükselişin işletmeleri son derece etkilediği ifade edilmiştir. İşletmelerin söz konusu sorunlara stratejik karar alma çerçevesinde nasıl yaklaştığı incelendiğinde, ilk olarak işletmelerin sorunlara karşı yol haritası oluşturduğu belirtilmiştir. Bu bağlamda, yöneticiler amaçlarını ve önceliklerini belirleyerek sorunların üstesinden gelmeyi amaçlamıştır. Ayrıca sorunlara dair karar alma süreçlerinin merkezîyetçi bir yapıda gerçekleştiği ifade edilmiştir.

VUCA dünyasının doğal yansımalarından biri olan belirsizlik muğlaklığı da beraberinde getirmektedir. Lojistik sektöründe belirsizlik yaratan ve anlaşılması en zor durum incelendiğinde, yöneticilerin büyük bir bölümü ekonomik dalgalanmaların oldukça muğlaklık yarattığını ifade etmiştir. VUCA dünyasında beklenmedik durumlarla karşılaşan yöneticilerin stratejik karar alma süreçlerinde nasıl bir yol izlediği incelendiğinde, yöneticilerin büyük bir bölümü olaylara karşı tepkisiz kaldığını belirtirken, birkaçı ise durumun çıkış nedeni, mevcut uygulamalara etkileri ve geleceğe yansımaları gibi olası sonuçları izleyerek daha temkinli bir yaklaşıma sahip olduklarını belirtmiştir. VUCA dünyasında çok boyutlu sorunlara karşı ne tür stratejik karar alma yöntemlerine başvurulduğu incelendiğinde, neredeyse hiçbir yöneticinin temel stratejik karar alma yöntemlerine başvurmadığı tespit edilmiştir. Yöneticilerden yalnızca birkaçının, SWOT analizi, vizyon ve misyon gibi stratejik karar alma yöntemlerinde kritik rol oynayan kavramlara değindiği tespit edilmiştir.

Bu çalışma hizmet ihracatı ve ekonomik kalkınma da kilit rol oynayan lojistik sektörü üzerine yapılmıştır. TİM 500 listesinde yer alan Türkiye'nin en büyük lojistik işletmelerindeki yöneticilerin katılımı ile yapılan bu çalışma, VUCA dünyası ve stratejik karar alma süreçlerine ilişkin bir bakış açısı ortaya koymaktadır. Söz konusu çalışma, Covid-19 kısıtlamaları altında yürütülmüştür. Dolayısıyla pandemi sonrası dönemde farklı sektör ve daha fazla yönetici ile odak grup görüşmesine başvurulabilir.

KAYNAKLAR

- Acatrinei, N. (2017). Perspectives of Saint John Chrysostom for the VUCA World. in managing VUCA Through Integrative Self-Management. Springer, Cham.bennet
- Alkoç, Y. K. (2021). Yeni dünya: VUCA dünyası. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(10), 989-999.
- Barman, A., & Potsangbam, C. (2017). Shifts of strategic paradigms in the VUCA World-Does “outside the box thinking” a meaningful cliché for the business world? In Conference: Managing Chance and Creativity and Innovation in a Dynamic Environment at Sonapur, Kolkata (Vol 7).
- Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014a). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. *Business Horizons*, 57(3), 311-317.
- Bennett, N., & Lemoine, J. (2014b). What VUCA really means for you. *Harvard business review*, 92(1/2).
- Bernard, H. R. (2013). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (2nd Edition). Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel F. (2021). *Eğitimde Bilimsel Araştırma yöntemleri* (30. baskı). Ankara: Pegem Akademi

- Cartwright, D. P. (1953). Analysis of qualitative material, L. Festinger and D. Katz (Eds), Research methods in the behavioral sciences, Holt, Rinehart and Winston, New York, pp. 421-470.
- Cavanagh, S. (1997). Content analysis: concepts, methods, and applications. *Nurse researcher*, 4(3), 5-16.
- Codreanu, A. (2016). A VUCA action framework for a VUCA environment. Leadership challenges and solutions. *Journal of Defense Resources Management (JoDRM)*, 7(2), 31-38.
- Constantinou, C. S., Georgiou, M., & Perdikogianni, M. (2017). A comparative method for themes saturation (CoMeTS) in qualitative interviews. *Qualitative research*, 17(5), 571-588.
- Dhillon, R., & Nguyen, Q. C. (2021). *Strategies to respond to a VUCA world*. Yüksek Lisans Tez, Department of business administration, Lunds Universitet, Sweden.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: method, applications, and issues. *Health care for women international*, 13(3), 313-321.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- Emerging World, (2020). What the VUCA! <https://www.emergingworld.com/blog/what-the-vuca/> Erişim Tarihi: 19.08.2021
- Francis, J. J., Johnston, M., Robertson, C., Glidewell, L., Entwistle, V., Eccles, M. P., & Grimshaw, J. M. (2010). What is an adequate sample size? Operationalising data saturation for theory-based interview studies. *Psychology and health*, 25(10), 1229-1245.
- Gilman, D. (2017). Outsmarting VUCA: Achieving Success in a Volatile, Uncertain, Complex, & Ambiguous world. Advantage Media Group.
- Gu, J., Han, B., & Wang, J. (2020). COVID-19: Gastrointestinal manifestations and potential fecal–oral transmission. *Gastroenterology*, 158(6), 1518-1519.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1981). Effective evaluation: Improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches. CA: Jossey-Bass.
- Harsolekar, D. D., Munshi, J. (2017). Perceptions of management students on VUCA post Summer Internship - An empirical analysis. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 58-71.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Jamil, N., & Humphries-Kil, M. (2017). Living and leading in a VUCA world: Response-Ability and people of faith. In *Managing VUCA through integrative self-management* (pp. 65-79). Springer, Cham.
- Kail, E. G. (2011). Leading effectively in a VUCA environment: A is for ambiguity. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2011/01/leading-effectively-in-a-vuca-1> Erişim Tarihi: 24.09.2021.
- Kinsinger, P., & Walch, K. (2012). Living and leading in a VUCA world. Thunderbird University, 1-4.
- Krawczyńska-Zauchka, T. (2019). A new paradigm of management and leadership in the VUCA world. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie/Politechnika Śląska*.

- Kuzel, A.J. (1999) Sampling in qualitative inquiry. In: Crabtree, B.F. and Miller, W.L., Eds., *Doing Qualitative Research*, 2nd Edition, Sage Publications, Thousand Oaks, 33-45.
- Lawrence, K. (2013). Developing leaders in a VUCA environment. UNC Executive Development, 2013, 1-15.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Newbury Park, CA: Sage publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for program evaluation*, (30), 73-84.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A., & Fontenot, R. (2013). Does sample size matter in qualitative research? A review of qualitative interviews in IS research. *Journal of computer information systems*, 54(1), 11-22.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Millar, C. C., Groth, O., & Mahon, J. F. (2018). Management innovation in a VUCA world: Challenges and recommendations. *California Management Review*, 61(1), 5-14.
- Morgan, D. L. (1993). Qualitative content analysis: a guide to paths not taken. *Qualitative health research*, 3(1), 112-121.
- Nandram, S. S., & Bindlish, P. K. (2017). Introduction to VUCA. In *managing VUCA through integrative self-management* (pp. 3-14). Springer, Cham.
- Nascimento, L. D. C. N., Souza, T. V. D., Oliveira, I. C. D. S., Moraes, J. R. M. M. D., Aguiar, R. C. B. D., & Silva, L. F. D. (2018). Theoretical saturation in qualitative research: an experience report in interview with schoolchildren. *Revista brasileira de enfermagem*, 71, 228-233.
- Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). A call for qualitative power analyses. *Quality & quantity*, 41(1), 105-121.
- Parse, R. R. (1990). Parse's research methodology with an illustration of the lived experience of hope. *Nursing Science Quarterly*, 3(1), 9-17.
- Povah, N. (2014). VUCA Kalıcıdır! Geçmesini Beklemeyin! Harvard Business Review Türkiye. <https://hbrturkiye.com/dergi/vuca-kaligidir-gecmesini-beklemeyin> Erişim Tarihi: 13.12.2020.
- Roblek, V., Petrović, N. N., Khokhobaia, M., & Gagnidze, I. (2021). The role of an innovation and digital transformation of organizations in VUCA world. *International Scientific and Practical Conference*, 176-182.
- Saini, A. K., & Khurana, V. K. (2015). Managing Organizational Transformation in the Era of VUCA. *Journal of Management*, 7(1), 69-80.
- Schick, A., Hobson, P. R., & Ibsch, P. L. (2017). Conservation and sustainable development in a VUCA world: The need for a systemic and ecosystem-based approach. *Ecosystem Health and Sustainability*, 3(4), e01267.
- Shipman, S. D. (2015). The role of self-awareness in developing global competence: A qualitative multi-case study. Graduate Theses, Dissertations, and Capstones, Bellarmine University.
- Sullivan, J. (2012). VUCA: The new normal for talent management and workforce planning. <https://www.ere.net/vuca-the-new-normal-for-talent-management-and-workforce-planning/> Erişim Tarihi: 05.01.2021.

- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs successfully navigate VUCA environment: The role of agility in the digital transformation era. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121227.
- Young, D. S., & Casey, E. A. (2019). An examination of the sufficiency of small qualitative samples. *Social Work Research*, 43(1), 53-58.
- Yurdasever, E., & Fidan, Y. (2020). Yöneticilerde yeni liderlik becerileri ile stres ilişkisi: KOMB (VUCA) ve öz yeterlilik etkileşimi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8,119-130.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmacılar bu çalışmanın tümüne eşit katkıda bulunmuştur. Araştırmacılar herhangi bir çıkar çatışması bildirmemiştir.

Etik Kurul Onayı

Etik kurul onay belgesi için Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu, 21.04.2022 tarih, E-23867972-050.01.04-2200003060 sayılı dilekçeye istinaden, 06.05.2022 tarihinde E-81570533-044-2200003409 sayılı komisyon kararında araştırmada kullanılan verilerin etik açıdan uygun olduğu görüşünü belirtmiştir.

VEGAN MARKALARIN DİJİTAL MEDYA KULLANIMLARI: NİTEL BİR ARAŞTIRMA¹

Yeliz YAPICIOĞLU AYAZ²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1220881

Makale Geçmişi:

Geliş 18.12.2022

Kabul 30.04.2023

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya,

Reklam,

Vegan Markalar,

Dijital Medya,

Nitel İçerik Analizi.

ÖZ

Yaşam tarzlarındaki ve farklı mental yapılarındaki değişkenlik, farklı ürün gruplarının pazarda yer alma ihtiyacını doğurmuştur. Bu markaların yer aldığı ürün gruplarından biri, vegan özelliğe sahip olan ürünlerdir. Vegan markalar, ürünlerin tüketicilere sunulma aşamasının öncesinde ürün geliştirilmesi için yapılan testlerde hayvanların kullanımına karşı olan, bu durumu onaylamayan ve hayvanların yaşam hakkına saygı gösteren markalardır. Farklı sektörlerde yerli ve yabancı markaların günden güne artışı pazarda vegan kültürüne yönelik bir artışı beraberinde getirdiği için farklı ürün gruplarında yer alan markalar da pazarda yer almaya başlamışlardır. Türkiye’de, vegan tüketici gruplarına yönelik çeşitli ürün kategorilerindeki markalar tüketicilere sunulmaktadır. Çalışma kapsamında Twentify’nin 2021 yılında Türkiye temsili 1.011 katılımcı ile Bounty mobil uygulaması üzerinden gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçları baz alınarak beş marka ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, pazarlama stratejileri çerçevesinde Instagram hesaplarında vegan ürünlere yer verme biçimleri ve vegan kültürü çerçevesinde tüketici grupları ile kurdukları iletişim kapsamında markaların benzer ve farklı yönlerini ortaya koymaktır. Temizlik kategorisinde yer alan vegan Türk markaları olan Duru, Viking, Green Clean, Siveno, Doğal Ambar markalarının sosyal medya çalışmalarını, belirlenen yedi kategori kapsamında incelenmiştir. Vegan kültürüne yönelik ürün geliştiren bu markaların stratejileri Instagram kanalı aracılığıyla 2021 yılındaki 553 adet paylaşım çerçevesinde nitel bir yöntem olan içerik analizi kapsamında değerlendirilmiştir. Literatürde sınırlı sayıda olan araştırmalar nedeniyle gelecekte vegan markalar üzerine yapılacak pazar ve tüketici araştırmaları ile ilgili nitel çalışmalara katkı sağlanması hedeflenmiştir.

DIGITAL MEDIA USAGE OF VEGAN BRANDS: A QUALITATIVE STUDY

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1220881

Article History:

Received 18.12.2022

Accepted 30.04.2023

Keywords:

Social Media,

Advertisement,

Vegan Brands,

Digital Media,

Qualitative Content Analysis.

ABSTRACT

The variation in lifestyles and different mental structures has led to the need for different product groups to take place on the market. One product group that some brands offer is characterized as a vegan. Vegan brands do not test their product on animals before introducing consumers. They not only object to the use of animals as part of their testing process, but they also respect the lives and rights of animals. As the number of local and foreign brands offering vegan products increases, the variety of product groups available to vegan consumers is expanding. Today, various product groups are offered to vegan consumers. Within the scope of the study, five brands are discussed based on the results of the research conducted by Twentify. These vegan labels are part of the cleaning industry. The aim of the study is to reveal the similarities and differences of the brands in terms of the way they include vegan products on their Instagram accounts within the framework of their marketing strategies and the communication they establish with consumer groups within the framework of vegan culture. The social media accounts of vegan brands, ‘Duru, Viking, Green Clean, Siveno and Doğal Ambar’, were examined across seven categories. These brands are developed their own products according to vegan culture. Vegan brands on their Instagram accounts were analyzed using content analysis by 2021 sharings. There is a lack of research on vegan brands in the literature so this study contributes to future studies of this context.

¹ Bu çalışma, 12-16 Mayıs 2022 tarihinde düzenlenen 9.Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu’nda sunulan ‘Temizlik Kategorisindeki Vegan Markaların Sosyal Medyadaki Görünümlerine Yönelik Bir Araştırma’ başlıklı bildirinin genişletilmiş halidir.

² Dr., Bağımsız Araştırmacı, yeliz.yapicioglu@gmail.com, ORCID:0000-0002-4488-9759

Alıntılanmak için/Cite as: Yapıcıoğlu Ayaz, Y. (2023), Vegan markaların dijital medya kullanımları: Nitel bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 366-383.

GİRİŞ

Tüketici gruplar; yaşanan coğrafya, içerisinde bulunulan ekonomik şartlar, psikografik özellikler gibi bireysel değişkenler ekseninde farklı karakteristik yapılarla sahip olmaktadır. Bu durum, bireylerin yaşama bakış açıları ve benimsedikleri yaşam tarzlarıyla da doğru orantılı olabilmekte ve tercih ettikleri ürün gruplarına doğrudan yansiyabilmektedir. Lake (2019), tüketici davranışlarının değerlendirilmesinde öznelliğin ön plana çıktığını, bunun zeminindeyse psiko-sosyal ve kültürel etkenlerin bulunduğunu belirtmiştir. Ülken (1984), tüketici ihtiyaçlarının istekleri şekillendirdiğinin ve isteklerin tatmin olmasının tüketici kimliği ile doğru orantılı olabildiğinin altını çizmiştir. Farklı karakteristik yapılarıdaki tüketici gruplarında yaşam biçimleri doğrultusunda pazarda yer alan ürün gruplarına göre tercihlerini belirlemektedirler. Bu duruma ek olarak, ürünlerin fiziksel faydasından öte duygusal faydalarının tüketici açısından değerlendirilmesinde (Batı, 2015, s. 23) ürün gruplarındaki çeşitliliğin artması da etken oluşturmaktadır. Bu kapsamda, pazarda çeşitli yaşam tarzlarına hitap eden ürün gruplarının ve markaların yer aldığı görülmektedir. Çünkü günümüzde tüketici grupları, karar verici bir pozisyonda bulunarak pazarı yönlendiren bir role sahip olmaktadır. Bu noktada, marka ve ürünlerin pazar stratejilerinin belirlenmesi ve hangi tüketici gruplarına göre konumlandırılması gerektiği noktasında farklı tüketici profillerine sahip olan bireylerin karakteristik özellikleri önemli rol oynamaktadır.

Her bir tüketici grubuna hitap edebilecek özellikte ürün içerikleri oluşturulmakta ve ürünler pazarda tüketici gruplarıyla buluşturulmaktadır. Tüketici gruplarındaki farklılıklar, markaların ürünleri konusunda benimsedikleri dillerde de ayrışmaların ortaya çıkmasının zeminini hazırlamaktadır. Çünkü tüketici gruplarının beklenti ve isteklerine göre kurulan iletişim, kullanılan dil markalar ve tüketici grupları arasındaki bağın doğru bir şekilde kurulmasında etken olabilmektedir. Son yıllarda pazarda farklı içerik ve kullandığı dil ile ayrışan markalar arasında vegan kategorideki markaların tercih edilmeye başlandığı görülmektedir. Bu doğrultuda, vegan kategoride yer alan markalar da belirli bir yaşam biçimi ve görüşüne sahip olan bireylere yönelik olarak konumlanmaya başlamışlardır. Apostolidis ve McLeay (2016), et üretimi ve tüketimi konusundaki farkındalığın yüksek olduğunu belirtirken, bu durumun sonucu olarak da bireylerin belirli bir kısmının et tüketimini azalttığını, belirli bir kısmının ise et tüketmediğini ve bu konu ile ilgili bireylerin duyarsız olmadığını altını çizmektedirler. Buna ek olarak, et içerikli olmayan gıda ürünlerine karşı talebin oluşmaya başladığını, veganlar ve vegan içerikli ürünler için sosyal, çevresel, sağlık ve etik konuların ön plana çıktığını vurgulamaktadırlar. Kurt (2019), pazarda vegan ürünlerin oluşumunun vegan yaşam tarzının yaygınlaşmasında ve bir kültür haline gelmesinde büyük bir etken olduğunu ve bu durumla bağlantılı olarak vegan ürünlere yönelik oluşan taleplerin gün geçtikçe artışa geçmeye başladığını belirtmiştir.

İnce ve Tor-Kadioğlu (2019), tüketici davranışlarıyla ilgili olarak 10 kategoride davranışlarla ilgili karakteristik yapılar konusunda bilgi vermişlerdir. Bu çerçevede, vegan tüketici gruplarının 'bilinçli tüketici olmak' ile ilgili kategori kapsamında değerlendirildikleri görülmektedir. Söz konusu kategoride yer alan markaların temizlik, gıda ve giyim markaları arasında oldukları ve iletişim stratejilerini buldukları kategorilere göre belirledikleri gözlenmektedir. Alan yazındaki bilgiler çerçevesinde, vegan kelimesinin tarihesinin 1944 yılına dek dayandığı görülmektedir. Özellikle Donald Watson, kelimenin kullanıma girmesine öncülük etmiştir (The Vegan Society, 2021). 1979 yılı vegan oluşum için önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır (Kınıkoğlu, 2015).

Araştırma kapsamında beş marka olarak ele alınan Duru, Viking, Green Clean, Siveno, Doğal Ambar markalarının Instagram hesaplarındaki paylaşımları 'Profile Dair Bilgiler', 'Paylaşım ile İlişkili İçerikler', 'Paylaşımlardaki İçeriklerin Biçimleri', 'Paylaşım Sıklıkları', 'Medyada Yer Alma Biçimleri', 'Vegan Kültürüne Yönelik Ürünlerin İçerikleri', 'Paylaşım İle İlgili Veriler' ile ilişkili olarak belirlenen kategoriler çerçevesinde nitel içerik analizi kullanılarak incelenmiştir. Temizlik kategorisindeki vegan markaların sektörde önde gelen marka olmaları ve alan yazında konuyla ilgili araştırma bulunmaması bu markaların seçilmesinde etken olmuştur. Markaların Instagram hesaplarındaki bir yıllık paylaşımları baz alınarak araştırmanın kategorileri incelenmiştir. Instagram hesaplarında pazarlama stratejilerine göre içeriklerin nasıl biçimlendiği, ürünlerle ilgili yapılan paylaşımlar çerçevesinde vegan kültürüne yer verme biçimleri ve kullandıkları iletişim dilleri sosyal medya ekseninde belirlenen kategoriler ekseninde karşılaştırılarak tartışılmıştır.

Veganlık

Beslenme davranışları toplumların oluşum süreçleri içerisinde geçirdikleri sosyal, toplumsal, ekonomik ve kültürel etkenler çerçevesinde biçimlenmiş ve farklılıkları ortaya çıkartmıştır (Dilek, 2018). Bu doğrultuda tüketicilerin beslenme biçimleri ve tercihleri, buldukları şartlar içerisinde birbirlerinden ayrışmaktadır. Chaney (1999), bu ayrışmaların temelinde yaşam tarzlarının önemli bir etkisinin olduğunu belirtmiştir. Veganlık da bu ayrışmaların sonucunda meydana gelen bir beslenme biçimi ve yaşam felsefesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ugochukwu (2017), dünyanın farklı bölgelerinde veganlığın farklı şekilde anlamlandırıldığını ifade etmiştir; sözgelimi veganlık Nijerya ve Tibet'te seçenek olarak yer almayıp tesadüfi bir şekilde oluşmaktayken; Batılı toplumlarda ise bu senaryo farklılaşmakta, veganlık dini, ekonomik veya farklı birçok sebepten ötürü bireyler tarafından tercih edilebilir noktada olmaktadır. Ho (2021), dünya nüfusunda bitkisel bazlı beslenme ve vegan yaşam biçimine yönelik dikkate değer bir artış yaşandığı, özellikle 2020 yılında bu artışın yüzde üç oranında olduğu bilgisini vermiştir.

Veganlığın ortaya çıkmasında vejetaryen beslenme biçiminin etkisi olmakla birlikte sağlıklı yaşama düşüncesinin çok büyük bir payı bulunmaktadır (Uçan ve Bozok, 2019, s. 32-33). Veganlık kavramı diğer bir ifadeyle veganizm hayvanların insan kullanımı için var olmadığı düşüncesini savunmaktadır (Kaçar, 2013, s. 9-10; Suddath, 2018; Erk vd, 2019). 'Veganizm' vejetaryenliğin de hayvan sömürsü olduğunun anlaşılmasıyla birlikte 90'lı yıllarda "Vegan Straight Edge" akımıyla ortaya çıkmıştır. Kendilerini vegan olarak tanımlayan ve vegan tüketici sınıfında gören tüketici bireyler, hayvanlara gelecek zararlar konusunda hassasiyetle yaklaşmaktadırlar. Buna ek olarak, herhangi bir ürün kategorisinde yer alan markalar üretim süreçlerinde hayvanların kullanılmasına karşı durmaktadırlar (Hooley ve Nobis, 2016; Seo ve Suh, 2009). Vegan olmanın temeli bireylerin tükettikleri ürünlerin içeriğinde hayvansal içerikli bir ürünlerin yer almaması esasına dayanmaktadır. (Keskin ve Berber, 2021, s. 145). Veganlığın bir kimliği ifade ettiğini düşünen Wright ve Adams (2015), veganlığın sadece yaşam tarzı olmadığı, karşıt bir kültürü yansıtan bireylerden oluşan bir topluluk olarak toplum içerisinde yer aldıklarının altını çizmiştir. Diğer taraftan, kendilerini vegan olarak tanımlayan bireyler için eşitlik kavramının tüm canlılar arasında olması gerektiği görüşü de ön plana çıkmaktadır (Son ve Bulut, 2016, s. 831-832).

Genel olarak veganlık, gıda ürünleri içerisinde hayvanlara ait herhangi bir unsurun beslenme amacıyla alınmamasının yanı sıra yaşam içerisinde hayvanlara ait olan herhangi bir maddenin tüketilmemesini ve ahlaki olarak (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 378-384) bunun doğru olduğunu kabul eden bir yaşam şekli olarak da ifade edilmektedir (Tekten Aksüremeli ve Beşirli, 2019; Akkan ve Bozyiğit, 2020; Greenbaum, 2015). Veganlığı farklı bir çerçeveden ele alan Kınıkoğlu (2015), vegan bireylerin hayvanların kullanıldığı gösterileri veya yer almış oldukları filmleri izlemeyi tercih etmediklerini belirtmiştir. Veganlık, tüketici dünyasında idealize edilmiş bir yaşam biçimi olmasının yanında tüketicilerin yeni bir kimlik edinme sürecini gerçekleştirme ve var olan yaşam içerisinde düzene bir karşı koyuşun başlatılması olarak nitelendirilmektedir (Cherry, 2014, s. 98). Güler ve Çağlayan (2021, s. 298), kendilerini vegan kimlikle tanımlayan bireylerin çevrelerinden etkilenerek yönlendirilmelerinin bu yaşam tarzını benimsemelerinde etkili olduğunu vurgulamışlardır. Buna ek olarak, vegan bireylerin nüfus içerisinde sayıca gösterdiği artışın hayvanların tarım alanlarındaki yaşam standartlarıyla ilgili olduğu görüşü de hâkim olmaktadır (Janssen vd, 2016, s. 11).

Bireylerin kendilerini tanımlama biçimleri kapsamında vegan kimliği benimseyen bireylerden oluşan topluluklar meydana gelmiş ve bu gruplar kendilerini toplumda belirli bir yerde konumlamaya başlamışlardır. Yılmaz (2018, s. 61) veganların, farklı bir ifadeyle yapmış oldukları seçimler ve benimsedikleri yaşam tarzları kapsamında sorgulayıcı bir pozisyonda olduklarını belirtmiştir. Veganlık gerek tanım gerekse de yaşam biçimi bağlamında vejetaryenlikten bütünüyle ayrılmaktadır. Yeğen ve Aydın (2018), veganların vejetaryenlere göre daha sert bir tutum içerisinde bulduklarını ve beslenme konusunda da direnme duygusuyla hareket ettiklerini ifade etmiştir. Diğer taraftan, literatürde veganlıkta etik kavramının önemi vurgulanmaktadır (Singer, 2005, s. 224-255; Tunçay, 2018, s.28). Hoffman (2013) ve Radnitz vd. (2015), veganları sağlığı savunan ve etiği savunan veganlar olarak ikiye ayırmıştır. Sağlık tarafında olan veganlar kişisel sağlık problemlerinden ötürü bu grupta yer alırlarken; etik tarafında olan bireyler temelde etik prensiplerden ötürü bu grupta yer almaktadırlar. Bu iki grupta bulunan bireyler farklı tarzda ürünler tüketerek, tüketim noktasında farklı standartlara sahip olmakta ve vegan kimliklerini bu çerçevede şekillendirmektedirler.

Sonuç olarak, teknoloji, modernleşme, sanayi toplumundaki yaşayış tarzları, sosyal medyanın kullanımındaki artış gibi etkenler toplum yapısı içerisinde yaşayan bireylerin sahip oldukları yaşam tarzları ekseninde farklılıkların doğmasına neden olabilmektedir. Bu farklılıklar toplum içerisinde farklı yapıdaki yaşam biçimleri ve kültürlerin doğmasında etken olmaktadır. Bu kapsamda, beslenme biçimleri içerisinde çeşitli kültürlerin oluşmaya başladığı görülmektedir. Özellikle, Türkiye'de son yıllarda beslenme kültürleri içerisinde vegan yaşama biçiminin ön plana çıktığı görülmektedir. Çünkü nüfus içerisinde vegan bireylerin sayısı günden güne artış gösterme eğilimi içerisinde olmaktadır. Sia Insight'ın verilerine göre Türkiye'deki nüfus içerisindeki vejetaryen bireylerin oranı yüzde beş'tir (Marketing Türkiye, 2021). Nüfus içerisinde artışın doğmasında tüketici bireylerin benimsedikleri yaşam tarzlarıyla ve hayatlarına entegre etmeye çalıştıkları beslenme trendleriyle bağlantılı olmaktadır. Buna ek olarak, toplum içerisinde tanınan, bilinirliği yüksek olan bireylerin beslenme şekilleriyle ilgili haberlerin medyaya

yansıması da veganlığın artış gösterme nedenleri arasında gösterilmektedir. (www.cnnturk.com, 2017). Bu kapsamda vegan olma, veganlığı savunma, vegan yaşam tarzına göre hayatı biçimlendirme doğrultusunda veganlık bir kültürü ifade etmektedir. Pazarda vegan bireylerin yaşam biçimine göre aynı dili konuşan markalara ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye’de farklı kategorilerde yer alan vegan markalar bulunmaktadır. Vegan kültür kapsamında tüketici bireyleri anlayarak onların anlayacağı şekilde iletişim kurmaya çalışan ve pazarlama çalışmalarını bu yönde kanalize eden markaların sayısında ve ürün kategorisi noktasında artış olmaya devam edecektir.

Sosyal Mecralar ve Veganlık

Sosyal mecralar farklı kültürlerden oluşan, farklı yaşam biçimlerinde ve farklı bakış açılarına sahip bireyleri bir araya getiren kozmopolit ortamları içermektedir. Farklı düşünme şekillerine sahip olan her bir birey kendi bakış açısına yönelik bir topluluğa katılım sağlayabilir, düşüncelerini ifade edebilir ve aktif bir şekilde sosyal mecra da rol oynayabilme imkânına sahip olabilmektedir. Her kültürden bireyin kendine ait bir parça bulabileceği açık erişimli platform olarak erişim sınırlaması bulunmamaktadır. Bu doğrultuda, sosyal mecralar aracılığıyla çevrimiçi bir alan içerisinde bireyler tarafından yeni kimliklerin (Zhao vd., 2008, s. 1816–1836), kültürlerin oluşmasına da ortam sağlanmaktadır (İşlek, 2012, s. 37-38). Sosyal mecralar aracılığıyla bireyler kendi kimliklerine uygun sanal platformlarda fiziksel olarak yer alarak duygu ve düşüncelerini özgür bir şekilde ifade ederek, bu platformlarda farklı bireylerle etkileşime geçebilmektedirler (Aydın, 2018). We Are Social raporuna göre, Türkiye’de sosyal mecralarda günlük olarak geçirilen süre 3 saat 03 dakikadır (We Are Social, 2022). Bu durum, günlük yaşantıda sosyal mecra kullanımının önemli bir yer teşkil ettiğini göstermektedir.

Günümüzde, vegan bireylerin kendilerini ifade edebildikleri, topluluklar olarak çevrimiçi ortamda bir araya gelebildikleri platformların başında sosyal medya platformları gelmektedir. Sosyal medya kullanımının artışıyla beraber tüketici gruplar birçok bilgiye erişme imkânına sahip olmuşlar ve sahip oldukları düşünce tarzlarını özgür bir şekilde ifade ederek çevrimiçi olarak katılım sağlayabilmektedirler. Buna ek olarak, vegan bireyler vegan yaşama yönelik deneyimlerini de paylaşabilme, tecrübelerini aktarma ve bu yaşam tarzına yönelik bilgi akışını yakalayabilme imkânına sahip olmaktadır (Lerman, 2007). Sosyal medya hesaplarının sağlıklı yaşam ile ilgili olan paylaşımların veganlık düşüncesini yaygınlaştırma ve tüketicilerin kimliklerini sorgulayarak yeniden biçimlendirme noktasında önemli bir payı olduğu savunulmaktadır (Sotudeh, 2016, s. 5). Buna ek olarak, tüketiciler tarafından bilinen ve tanınırlığı yüksek olan kişilerin veganlık konusunda sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlarına takipçilerini yönlendirmede ve düşüncelerini biçimlendirmede önemli rolleri bulunmaktadır (Çakıcı ve Yılmaz, 2020, s. 283). Bu bağlamda, sosyal medya hesaplarının etkileşimsel özellikte olması tüketici gruplarının aktif bir şekilde ortamda olmalarına ve kendi içeriklerini yaratmalarına da olanak tanımaktadır (Kaya İlhan, 2021, s. 187). Nolasco (2016), veganların sosyal yaşam içerisinde ve çevrelerinde kendileri gibi vegan bireyleri bulamadıkları için kendi topluluklarını yaratabilmek amacıyla sosyal ağlarda bulunma ihtiyacında olduklarının altını çizmiştir. Türkiye’de sosyal medya ağlarına kayıtlı vegan profillere ait hesapların dışarıya açık şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bunlardan bazıları ‘Vegan Kollektif’, ‘Abolisyonist Vegan Hareket’, ‘Veganizm Özgürlüktür’, ‘İTÜ Vegan & Vejetaryen Topluluğu’, ‘Yıldız Teknik Üniversitesi Vegan’ hesaplarıdır. Bu toplulukların Facebook ve Twitter hesaplarını aktif olarak kullandıkları ve genel olarak türler arasındaki eşitlik, özgürlük ifadelerini kullanarak mesaj içeriklerini oluşturdukları dikkat çekmektedir (Yegen ve Aydın, 2018, s. 103). Bu kapsamda, sosyal platformlarda vegan düşünceye yönelik çalışmalarla yer alan gruplar yukarıda yer alan isimlerle ön plana çıkmaktadırlar. İlerleyen yıllarda, doğa, hayvanlar konusundaki bilinçle bağlantılı olarak, vegan beslenmeyi tüketim tarzı haline getirerek yaşam tarzının içerisine kanalize eden vegan kimliğe sahip olan bireylerin sayılarındaki artış bu düşünce yapısına göre biçimlenen sosyal mecra sayısının da artmasında etken olacaktır (Dyett vd., 2014; Leitzmann, 2014).

Araştırma kapsamında sosyal medya kanalı olarak Instagram ele alınmıştır. Sosyal mecraların kullanımı internete erişim durumu ile bağlantılı olduğu için sosyal mecralarla ilgili kullanım yoğunluğu da doğrudan etkilenmektedir. Türkiye’de internet kullanım oranı hane başı %94 ve internete erişen kişi sayısı %85 olmuştur. Buna ek olarak, TÜİK Ağustos verilerine göre Türkiye’de Instagram kullanımı ise %57,6 olmuştur (TÜİK, 2022). Aynı zamanda, Dünya’da Instagramı en çok kullanılan ülkeler arasında Türkiye beşinci sırada yer almaktadır (We Are Social, 2022). En fazla kullanılan sosyal medya mecralarından birisi olan Instagram’da bireyler için kendi ilgilerine uygun olarak birçok sayfa bulunmakta ve bireyler bu sayfaları takip ederek, düşüncelerini ifade edebilmektedir (Bayraktar ve Erdem, 2023, s. 204) ve firmaların tüketici ile etkileşimini artırması yönünde firmaların öncelikli olarak yer almaya önem vermesi (Onurlubaş ve Öztürk, 2018, s. 987) farklı kategoride yer alan birçok firmanın Instagramda yer almasına zemin hazırlamıştır (Can ve Koz, 2018, s. 446). Türkiye’de yer alan vegan kategorideki markalarda Instagramda tüketicilerle bir araya gelerek etkileşim içerisinde olmaya

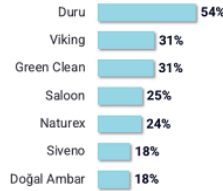
çalışmaktadırlar. Araştırma kapsamında markaların yaptıkları çalışmaları incelemek amacıyla kimyasal içeriklerin en yoğun olarak kullandığı temizlik ürünleri olarak vegan olan markaların yaptıkları çalışmalarda vegan kültüre yönelik oluşturdukları içerikler, vegan kültürüne yönelik verilen mesajlarda tüketicilerle kurulan iletişim ve paylaşımlar Instagram hesapları çerçevesinde incelenerek, içerik analizi kapsamında değerlendirilmiştir.

ARAŞTIRMA

Araştırma Kapsamı ve Sınırlılığı

Tüketici iç görüşlerini uluslararası çerçevede ölçümleyen Twentify³'in Türkiye temsili 1.010 katılımcı ile Bounty mobil uygulaması üzerinden gerçekleştirdiği araştırma sonuçları ele alınmıştır. Vegan markalar üzerine yapılan en kapsamlı araştırmayı sunmasından ötürü Twentify'ın araştırma sonuçları temel alınarak araştırma içeriği biçimlendirilmiştir. 2021 yılında Twentify tarafından yapılan veganlık ile ilgili araştırmanın sonuçları baz alınarak belirlenen temizlik kategorisindeki 'Viking', 'Siveno', 'Doğal Ambar', 'Green Clean', 'Duru' markalarının Instagram hesaplarındaki bir yıl içerisinde yaptıkları 553 adet paylaşımın içeriği araştırmanın sınırlılığını ortaya koymaktadır.

Araştırmada, veganlığın kişiler tarafından nasıl tanımlandığı, veganlığın bağlantılı olduğu konular, vegan ürünlerin tercih edildiği kategorilerle ilgili sorulara yer verilmiştir. Vegan ürünlerin yer aldığı kategorilerde birinci sırada kozmetik ve kişisel bakım, ikinci sırada gıda ve içecek, üçüncü sırada giyim ve aksesuar, dördüncü sırada deterjan ve temizlik ürünleri, beşinci sırada evcil hayvan ürünlerinin tercih edildiği görülmüştür. Deterjan ve temizlik ürünlerinin %29 oranında tüketiciler tarafından tercih edildiği ortaya çıkmıştır. Araştırmada, kozmetik kişisel ve bakım, gıda ve giyim aksesuar markalarının çok sayıda olduğu dikkat çekmektedir. Buna ek olarak, literatürde bu kategorilerle ilgili vegan ve veganlık konusunda araştırmaların yürütüldüğü gözlenmiştir. Bu nedenle, araştırmada vegan temizlik marka sayısının az sayıda olması ve bu kategoride vegan çalışmaların bulunmamasından ötürü temizlik markalarına yönelik bir araştırma yapılması planlanmıştır. Ayrıca, markaların temizlik ürünleri içerisinde hayvan deneylerine yer vermeden, hangi içerikleri kullanarak ürünleri oluşturdukları ve bu markaların veganlık çerçevesinde birbirleri ile hangi noktalarda benzer ve farklı yönlerinin olduğu, araştırmanın içeriğini oluşturan unsurlar olarak yer almıştır. Şekil 1'de yer alan araştırma, vegan markalar üzerine yapılan araştırmanın temizlik kategorisindeki sonuçlarını göstermektedir. Anket sonuçlarında yedi markanın yer aldığı görülmektedir. Ancak, araştırma kapsamında yedi markanın içerisinde bulunan Saloon ve Naturex markalarının Instagram hesaplarına erişim sağlanamamasından ötürü beş marka ele alınmıştır.



Şekil 1: Vegan Ürünleri Tercih Edilen Temizlik Ürünü Markaları (Kaynak: Veganlar hangi markaları tercih ediyor, 2021, <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/veganlar-hangi-markalari-tercih-ediyor/>)

Araştırma Amacı

Araştırma kapsamında temizlik kategorisine ait beş adet marka ele alınmıştır. Günümüzde markaların farklı kesimlerde bulunan tüketici grupları ile aktif bir iletişimde olması ve etkileşimin sürdürülebilirliği noktasında sosyal medya kanalları kilit bir rol oynamaktadır. Literatürde vegan gıda, giyim ve kozmetik markaları üzerine yapılan çalışmalar mevcuttur, ancak temizlik markaları üzerine yapılan belirli bir çalışmanın bulunmaması bu araştırmada temizlik markalarının ön planda tutulmasının zeminini oluşturmuştur. Temizlik kategorisinde yer alan vegan temizlik markalarının içerik analizi yapılırken belirlenen kategoriler çerçevesinde Instagram hesaplarındaki gönderi içerikleri, paylaşımlarda kullanılan dil ve iletişim stratejileri gibi unsurlar incelenmiştir. Paylaşımlar arasında vegan ürünlerin sosyal medya kanalı ile sunumu, vegan ürün içeriklerinin paylaşımında kullanılan dil,

³ 2014 yılında kurulan uygulama tüketici iç görüşleri, davranışlarını inceleyen; pazarda 1.5 milyondan fazla tüketiciye erişim sağlayan ve 8 ülkede çeşitli araştırmalar yürüten uluslararası bir şirkettir.

tüketicilerle kurulan iletişim ve bu noktada vegan markaların sosyal medya kullanımına yönelik pazarlama stratejileri açısından karşılaştırılma yapılması araştırmanın amacını ortaya koymaktadır.

YÖNTEM

Araştırma, nitel bir yöntem olan içerik analiz çalışması olarak sayısal verileri içermemektedir. Nitel içerik analizi kavramlar ve temalar yoluyla elde edilen bilgileri tanımlayıcı (Çalık ve Sözbilir, 2014) ifadelerle sunmaktadır. Bilgin (2006), içerik analizinde veri oluşturma sürecinde araştırma kapsamında oluşturulan kategoriler ve kategori analizlerinin oldukça önem arz ettiğinin altını çizmiştir. Araştırma içeriği kategoriler çerçevesinde biçimlendirilerek araştırmaya yön verilmiştir. Stempel ve Hansen (2003) kategorilerin oluşturulma sürecinde; araştırmanın amaçları ile uyumlu, işlevsel ve esnek olmasının üç önemli noktayı oluşturduğunu; Küçükşaraç (2018) içerik analizi ile araştırmada oluşturulan kategorilerle ortaya çıkan sınıflandırmanın sistemli bir şekilde yapılandırılmasının önem arz ettiğini belirtmişlerdir.

Temizlik kategorisinde yer alan vegan Türk markaları olan Duru, Viking, Green Clean, Siveno, Doğal Ambar markalarının sosyal medya çalışmaları 'Profile Dair Bilgiler', 'Paylaşım ile İlişkili İçerikler', 'Paylaşımlardaki İçeriklerin Biçimleri', 'Paylaşım Sıklıkları', 'Medyada Yer Alma Biçimleri', 'Vegan Kültürüne Yönelik Ürünlerin İçerikleri', 'Paylaşım İle İlgili Veriler' kategorileri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Vegan kültürü temelinde vegan bireylere yönelik ürün geliştiren markaların stratejileri nitel içerik analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir.

George (2003, s. 12) nitel içerik analizi çalışmalarında ele alınan materyallerdeki ilişkiler, ilişkilere göre yapılan çıkarımların betimleyici açıdan ele alınarak kodlama yapılması esasına dayandığını belirtmiştir. Nitel içerik analizi kapsamında, ortaya konulan kategorilerin genel olarak neyi ortaya koymaya çalıştığı ve çalışma içeriği çerçevesinde neleri ifade ettiği konusunda bilgi edinilmektedir (Yeniçıktı, 2016, s. 103). Buna ek olarak, nitel içerik analizi ile araştırmaların yürütüldüğü farklı çalışma alanları ve sosyal medya kanallarında gizil anlamlarda ortaya konularak keşfedilebilmektedir (Neuendorf, 2002; Özdemir, 2010). İçerik analizi yöntemi kullanılarak incelenen 553 adet paylaşım kapsamında oluşturulan kategoriler betimleyici bir şekilde değerlendirilmiştir. 553 adet paylaşım içeriğinde bulunan yazılı, görsel ve videolar ile ilgili yer alan unsurlara göre değerlendirilerek kodlanmış ve kategoriler oluşturulmuştur. Paylaşımlar gruplandırılarak alt başlıklar altında yorumlanmıştır. Nicel diğer bir ifade ile sayısal içerikli bir çözümleme ve istatistik bilgileri yer verilmediği ve herhangi bir ölçümleme içermediği için istatistik programı kullanılmamıştır. Ele alınan beş markanın Ocak 2021-Aralık 2021 tarihleri arasında Instagram hesapları üzerinden yapmış oldukları 553 adet paylaşım günlük, aylık ve yıllık olarak kategorize edilerek incelenmiştir.

Araştırma Soruları

Ele alınan vegan markaların Instagram hesaplarında yer alan yazılı, görsel ve farklı içeriklerden meydana gelen paylaşımlarla oluşturulan kategorilerin markalar için ortak noktayı oluşturan temalar ve unsurlardan oluşmasına özen gösterilmiştir. Tablo 1'de yer alan birinci bölümdeki başlıklar, 2021 yılı içerisinde markaların⁴ Instagram hesaplarındaki 553 adet gönderisi çerçevesinde oluşturulan kategorilerle ortaya çıkan sınıflandırmaları ifade etmektedir. İkinci bölümde, 'Genel Profil Bilgileri', 'Paylaşımlar İle İlgili İçerikler', 'Paylaşım İçeriklerinin Biçimleri', 'Paylaşım Sıklığı', 'Medyada Yer Alma', 'Vegan Kültür', 'Paylaşım İle İlgili Veriler' ile ilgili olan kategorilerin ölçütlerini ifade eden 18 adet soru bulunmaktadır. Bu aşamada, Samur (2020)'un araştırmasında yer alan içerik analizi kodlama cetveli çerçevesinde oluşturulan kategoriler ve ölçütlerinden yararlanılmıştır. Vegan markalar ile ilgili araştırma soruları genelden özele doğru bir biçimde oluşturulmuştur. Araştırma, nitel içerik analiz çalışmasıdır. Buna ek olarak, Çakır ve Tufan (2016), Yeniçıktı (2016), Alınlıç ve Özkan (2018), Küçükşaraç (2018), Zeren ve Gökdağlı (2019), Yılmaz (2020), Gökler ve Onay (2020), Samur (2020), Güler (2021), Temel, Sabuncu ve Gültekin (2021)'in Instagram üzerinden farklı konularda içerik analiz yöntemini kullanarak yürütmüş oldukları araştırmaları araştırma sorularının ve yönteminin belirlenmesinde yol gösterici olmuştur.

⁴ 2021 yılı içerisinde Duru 64 adet, Doğal Ambar 23 adet, Green Clean 138 adet, Siveno 102 adet Viking ise 226 adet paylaşımında bulunmuştur.

Tablo 1: Soru Başlıkları ve Soru İçerikleri

Genel Profil Bilgileri	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Markaları kaç kişi takip etmektedir? ➤ Markaların takipçi sayıları kaç kişidir? ➤ Markaların kaç adet gönderisi bulunmaktadır? ➤ Markaların profil isimlerine nasıl yer verilmektedir? ➤ Markaların profil görsellerinde neler bulunmaktadır? ➤ Markalar hesaplarını ne kadar süredir aktif bir şekilde kullanmaktadır?
Paylaşım ile İlgili İçerikler	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Markaların paylaşım içeriklerinde hangi ürünler ön plana çıkmaktadır? ➤ Markaların paylaşımlarındaki kurumsal içerik sayısı nasıldır? ➤ Markaların paylaşımlarında reklamlara yer verme durumu nasıldır? ➤ Markalar özel günlerle ilgili olarak ne kadar paylaşım yapıyor? ➤ Markaların çekilişlere verdiği öncelik durumu nasıldır? ➤ Markalar içeriklerinde farklı konuda paylaşımlara yer verme durumları nasıldır?
Paylaşım İçeriklerinin Biçimleri	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Paylaşım içeriklerindeki görsel (fotoğraf, video) mesaj adetlerinin durumu nasıldır? ➤ Paylaşım içeriklerindeki yazılı mesaj adetlerinin durumu nasıldır?
Paylaşım Sıklığı	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Markalar aylık olarak ne kadar paylaşım yapmaktadırlar?
Medyada Yer Alma	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Markalar medyada yer almalarına ilişkin hangi bilgilere yer vermektedirler?
Vegan Kültür	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Markaların vegan kültürüne yönelik yapmış oldukları paylaşımlar nelerdir?
Paylaşım ile İlgili Veriler	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Markaların paylaşımlarda beğeni, görüntülenme sayıları ve yorum sayıları ile ilgili genel tablo nasıldır?

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma kapsamında oluşturulan kategoriler yedi başlık altında incelenmiştir. Tablo 2’de bulunan başlıklar içerisinde yer alan kodlar kategoriler hakkında bilgi vermektedir.

Tablo 2. Genel Profil Bilgileri

	Takip edilen	Takipçi	Gönderi Sayısı	Profil İsmi	Profil Görseli	Kullanım Süresi
Duru	6	18,5B	401	Temizliğin arınmanın duru hali #Keyifin Duru Hali	Duru logolu görsel mor renkli	2017
Doğal Ambar	0	16,4B	146	Doğadan aldığımız güç ile daha uzun ve daha sağlıklı yarımlar için sizin ve evinizin vazgeçilmezi	Doğal Ambar beyaz renkli logolu görsel	2018
Green Clean	20	48,3B	800	Sağlık, %100 Organik Ürünler, Geri Döndürülmüş Ambalajlar	Küçük dünya görseli ile marka ismi	2015
Siveno	92	35B	823	Doğal Kişisel/ Ev Bakım Ürünleri Aileniz İçin %100 Doğal Bir Dünya	İçeriğine Bak, Doğal Seç, Farklı Doğalında	2018

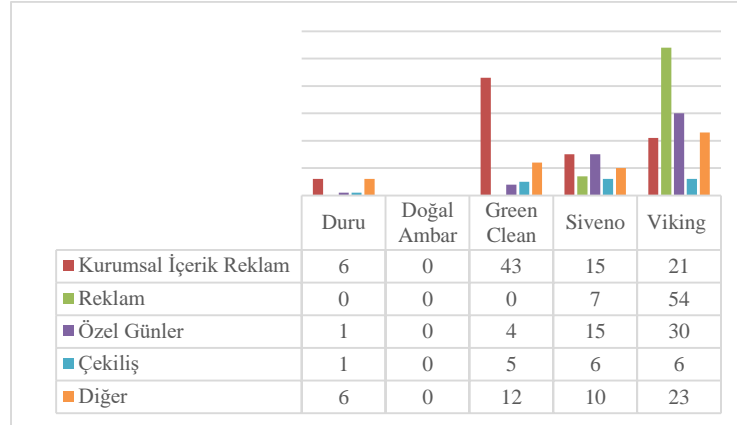
Viking Temizlik	1	30B	1.265	Ev malzemeleri	Marka ismi	2016

Tablo 2’de verilen bilgiler, vegan temizlik markalarının Instagram profil bilgilerini içermektedir. Takip edilen ve takipçi sayıları çerçevesinde; Siveno markasının 92 kişi ile en fazla takip edilen sayısına sahip olduğu ve diğer markaların takip edilen sayılarındaki rakamların oldukça düşük olduğu görülmektedir. Takipçi sayıları baz alındığında en fazla takipçi sayısına sahip markanın 48,300 ile Green Clean markası olduğu ve 16,400 takipçi ile Doğal Ambar markasının en düşük takipçi sayısına sahip marka olduğu ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda, takipçi sayılarının yüksek olduğu markalarda takip edilen sayılarının düşük olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Vegan temizlik markalarının Instagram’ı kullanma süreleriyle ilgili olarak; Green Clean markasının 2015 yılı itibariyle Instagram’ı aktif olarak kullanmaya başlamış olduğu; Viking markasının 2016 yılında; Duru markasının 2017 yılı ve Doğal Ambar ve Siveno markalarının ise 2018 yılı itibariyle Instagram’ı aktif kullanmaya başladıkları gözlenmiştir. Gönderi sayıları çerçevesinde en fazla gönderi sayısına sahip markanın 1.265 gönderi ile Viking markası olduğu ve onu 800 gönderi ile Green Clean markasının takip ettiği; en düşük gönderi sayısına sahip olan markanın 146 gönderiyle Doğal Ambar olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, Instagram sayfalarını aktif kullanmaya başlama süreleri erken olan markaların gönderi sayılarında yüksek oranda farklılık olduğu bilgisi elde edilmiştir.

Markaların profil isimleri incelendiğinde Duru, Green Clean ve Siveno markalarının marka sloganlarına yer verdikleri; Doğal Ambar markasının markanın misyon ve vizyonunu özetleyen cümleyle ve Viking markasının ise kısa kelimelerle kendisini ifade etmiş olduğu; profil görsellerinde Duru, Doğal Ambar, Viking ve Green Clean markalarının marka isimleri ve logolarına; Siveno markasının marka sloganına yer verdikleri görülmüştür. Tüketici hafızasında marka ile ilgili ilk izlenimin oluşması ve marka ile ilgili tüketici üzerinde bir imajın oluşturulmasında markalar tarafından logolar ve isimlerin sayfa profil görsellerinde öncelikli olarak yer verildiği dikkat çekmiştir.

Tablo 3: Paylaşım ile İlgili İçerikler



Tablo 3’te yer alan paylaşımlarla ilgili içerikler kurumsal içerik, reklam, özel günler, çekiliş ve diğer kodlarından meydana gelmektedir. Duru markasının ürün kodu ile ilgili olarak en fazla 990 adet ile Hydro Pure ve 18 adet ile duş jeli serisine; kurumsal içerik ile ilgili olarak altı adet paylaşımın olduğu, özel günler kodu ile ilgili olarak bir adet Dünya Yoga gününün yer aldığı ve çekiliş ile ilgili olarak bir adet paylaşımına yer verdiği görülmüştür. Green Clean markasının ürün kodu çerçevesinde en fazla 11 adetle çamaşır deterjanı ve sekiz adetle bitkisel bulaşık deterjanıyla ilgili paylaşımı olduğu; kurumsal içeriğinde en fazla ürün içeriğiyle ilgili dokuz adet paylaşımı olduğu; 10 Kasım, 24 Kasım, Dünya Engelliler Günü, yeni yıl gibi özel günlerle ilgili paylaşımlarının olduğu; çekiliş kodu çerçevesinde hediye setlerine yer verdiği ve diğer kategorisinde 12 adet paylaşımın olduğu; Siveno markasının ürün kodunda en fazla dört adetle tırnak çevresi balsamı, üçer adetle sıvı sabun, şampuan,

serum, vücut spreyi gibi ürünlerine öncelik verdiği; kurumsal içerikle ilgili kodda 12 adetle ürün içeriğine yer verdiği; reklam kodunda ise en fazla yedi adetle online alışveriş ve indirimle ilgili bilgilere; özel günler kodunda yedi adet özel günün olduğu ancak bunlar içerisinde Dünya Kadınlar Günü ile ilgili altı adet paylaşımının olduğu; çekiliş kodunda ise hediye seti, köpük gibi ürünlere; diğer kodu çerçevesinde en fazla dört adet ile tüketici memnuniyetine yer verdiği görülmüştür. Viking markasının ürün kodu çerçevesinde en fazla 14 adet ile sıvı sabun ve 11 adetle bitkisel çamaşır suyuna; kurumsal içerik kodu çerçevesinde dört adetle ürün içerikleriyle ilgili paylaşımlarda bulunduğu; reklam kodunda ise en fazla 12 adet paylaşım A-101 ile yapılan işbirliklerine yer verdiği; özel günlerde 30 adet özel günle ilgili paylaşımının bulunduğu; çekiliş kodunda en fazla Premium set, sıvı sabun, yumuşatıcı ve deterjanın olduğu; diğer kodu çerçevesinde renkler, burçlar ve temizlik konusunda paylaşımlara yer verdiği gözlenmiştir.

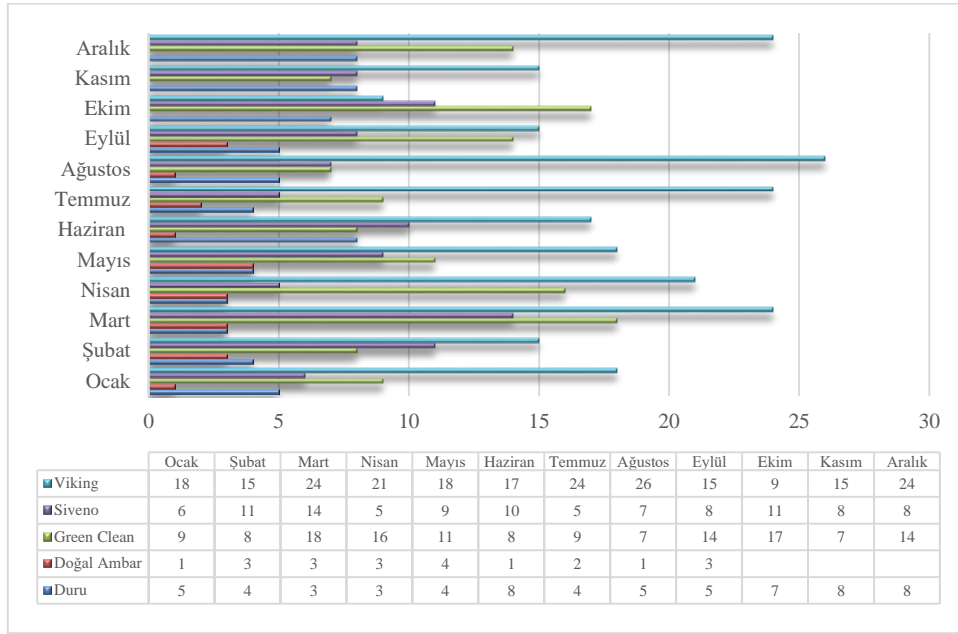
Tablo 3 çerçevesinde vegan markaların ürün ile ilgili olarak 120 adet paylaşımı Viking markasına aittir. Bu durumun temelinde markanın sahip olduğu ürün çeşitliliği yatmaktadır. Markalar kurumsal içerikle ilgili paylaşımlarında ürün içerikleriyle ilgili bilgilere yer vermektedirler. Reklam kodunda en fazla Siveno ve Viking markalarının online satış, ürün teminleri ve indirimler konusunda reklamlara yer verdikleri; özel günler kodunda en fazla paylaşım adedine sahip olan markanın Viking olduğu, ancak paylaşım yapılan günlerin ağırlıkla Çevre Günü, Babalar Günü, Dünya Kadınlar Günü, 10 Kasım, Öğretmenler Günü ve yeni yılla ilgili içeriklerle ilgili olduğu görülmüştür. Çekilişlerle ilgili kodda ise Green Clean, Siveno ve Viking markalarının eşit ağırlıkta paylaşımlarının olduğu; diğer kodu ekseninde Viking markasının müşteri etkileşimini arttırabilmek için farklı konular ve içeriklere yer verdiği gözlenmiştir. Sonuç olarak, paylaşımlarla ilgili içeriklerde oluşturulan kodlar çerçevesinde etkileşim oranının en yüksek olduğu markanın Viking olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: Paylaşımlardaki İçerikler

	Duru	Doğal Ambar	Green Clean	Siveno	Viking
■ Yazılı (Mesaj Olarak) Adet	19	8	14	25	21
■ Görsel (Fotoğraf/Video) Adeti	45	14	124	77	193

Tablo 4'te yer alan paylaşımlardaki içerikler, yazılı adet ve görsel adet olarak iki başlık altında sunulmaktadır. Fotoğraf, diğer bir ifadeyle, ürün görsellerinin olduğu fotoğraflarda birinci sırada 121 adetle Viking markası ve ikinci sırada ise 120 adetle Green Clean markasının; video paylaşımlarındaysa en fazla içeriği olan markanın 72 adetle Viking markası ve onu 44 adet video ile Duru ve 41 adet video ile Siveno markasının takip ettiği görülürken; Doğal Ambar markasının paylaşımlarında video olmadığı ve Green Clean markasının video paylaşımlarına öncelik vermediği bilgisi elde edilmiştir. Yazılı mesaj adetlerinde ürün içerikleriyle ilgili ağırlıklı olarak 25 adet paylaşım ile bilgilendirme yapan markanın Siveno olduğu; onu 23 adetle Viking markasının takip ettiği ve yazılı mesaj içeriklerinin en az yoğunlukta olduğu markanın sekiz adetle Doğal Ambar markası olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, vegan markaların vegan ürün içeriklerine yönelik paylaşımlarında görsel unsurların ağırlıklı olduğu gözlenmiştir.

Tablo 5: Paylaşım Sıklıkları



Tablo 5, markaların 2021 yılı içerisindeki aylık paylaşımları konusunda bilgi vermektedir. 2021 yılı içerisinde Duru'nun 70 adet gönderisinin bulunduğu; en fazla paylaşım yapılan ayların sekizer adetle Haziran, Kasım ve Aralık ayları olduğu; Haziran ve Kasım aylarındaki paylaşımlarında marka tanıtımını yapan kişilerin videolarına yer verildiği gözlenmiştir. 2021 yılı içerisinde Doğal Ambar markasının toplamda 23 adet paylaşımı olduğu; Mayıs ve Ekim aylarında dörder adet paylaşımının bulunduğu ve Şubat, Mart, Nisan aylarında üçer adet paylaşımının bulunduğu ve bu paylaşımlara aynı gün içerisinde yer verdiği, ancak Haziran, Kasım ve Aralık aylarında paylaşımlarının olmadığı görülmüştür. Green Clean markasının toplam paylaşım adedinin 137 adet olduğu; en fazla paylaşım yaptığı ayın 18 adetle Mart ayı olduğu onu 17 adet paylaşım ile Ekim ayının takip ettiği, en az paylaşım yapılan ayların ise yedişer adetle Ağustos ve Kasım ayları olduğu görülmüştür. Siveno markasının toplamda 102 adet paylaşımının olduğu, en fazla paylaşım adedinin olduğu ayın 14 adetle Mart ayı olduğu ve Şubat ve Ekim aylarında 11 adet paylaşım yaptığı, en az paylaşım yaptıkları ayların beşer adetle Nisan ve Temmuz aylarında olduğu dikkat çekmiştir. Markalar içerisinde 206 paylaşım ile en fazla paylaşım adedine sahip olan Viking markasının en fazla paylaşım yapmış olduğu ayın 26 adetle Ağustos ayı olduğu ve en yoğun paylaşım yaptığı dönemlerin 24'er adetle Mart, Temmuz ve Aralık aylarında olduğu ve en az paylaşım yapmış olduğu ayın dokuz adetle Ekim ayı olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, vegan markaların Instagram hesaplarında yapılan paylaşımlar pazarlama stratejileriyle doğru orantılı olarak yansımaktadır. Dolayısıyla, markaların ay bazlı paylaşımlarındaki rakamsal değişikliklerde etken olan durumun ürünlerin pazara sunulma zamanlarıyla bağlantılı olabileceği yorumunu yapmak mümkündür.

Tablo 6: Medyada Yer Alma Biçimleri

Markalar	İletişim Kanalları			
	Sosyal medya	Televizyon	Radyo	Diğer İletişim Kanalları
Duru	*	Hydro Pure tv reklamları ⁵	*	*
Doğal Ambar	*	*	*	*
Green Clean	*	*	*	*

⁵ Alina Boz'un oynadığı reklam filmidir.

Siveno	*	*	*	*
Viking Temizlik	Fenomenlerin ürünler ile ilgili verdikleri mesajlar yer alıyor (Ebru Akel, Zuhale Topal ve Nermin Gül gibi televizyon programlarında sunuculuk yapan isimler yer alıyor)	*	*	*

Tablo 6, markaların medyada yer alma biçimleri ile ilgili bilgileri içermektedir. Sosyal medya çerçevesinde Viking markasının fenomenler aracılığı ile ürün tanıtımlarına yer verdiği; Duru markasının 13 Mayıs 2021 tarihli paylaşımında televizyon kanallarında gösterilen reklam filmine yer verdiği; diğer markaların sosyal medya ve diğer medya kanalları ile ilgili araştırmaların olmadığı görülmüştür. Bu kapsamda, Viking ve Duru markalarının vegan ürün içeriklerine yönelik medya çalışmalarını yapılandığı görülmüşken; diğer markaların iletişim kanallarında yer almaya yönelik stratejilerinin bulunmadığı görülmektedir.

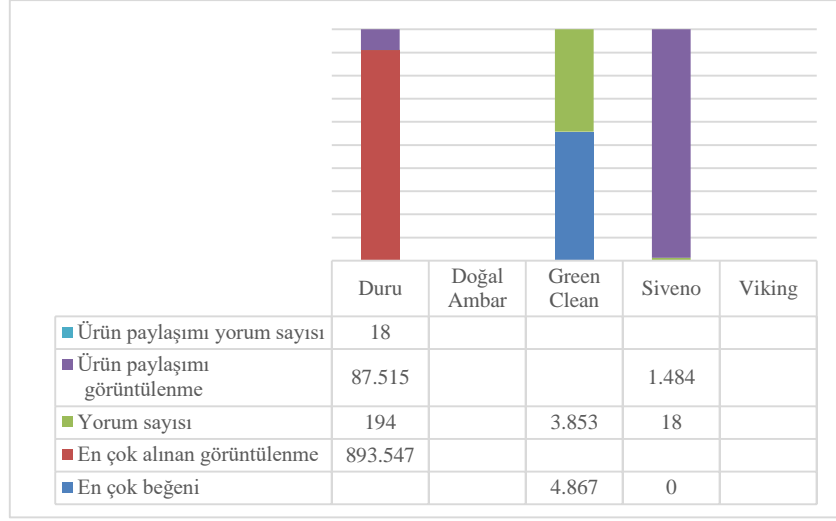
Tablo 7: Vegan Kültürüne Yönelik Ürünlerin İçerikleri

Markalar	İçerikler
Duru	Soğuk Sıkım Yağ Bitkisel Özler %100 Vegan Duş Jeli
Doğal Ambar	*
Green Clean	1-Vegan Sertifikası 2-Sağlıklı Tabak (Renkli Besinler) 3-Makine Temizleyici-EcoGarantie 4- Vegan sertifikası
Siveno	1-Doğal Siveno Ürünleri 2-Portakal Yağlı Sıvı Sabun 3-Doğal Ürün İçerik Listesi 4-Dünya Çevre Günü- 5-Vegan Ürünler 6-Doğal Roll-On İçerik
Viking	1-(Influencer tanıtım) 2-Vegan Dünyası 3-Viking Premium Bitkisel Çamaşır Suyu 4-Hayvanlar günü 5-Yumuşatıcı vegan 6- Yumuşatıcı vegan içeriği 7-Bitkisel Çamaşır Suyu-Avrupa Vegan Vejeteryanlar Birliği 8-Dünya Vegan Günü 9-Bitkisel Çamaşır Suyu

Tablo 7, vegan kültürüne yönelik paylaşım içerikleri konusunda bilgi vermektedir. Duru markasının vegan olmasına rağmen vegan ürünlerle ilgili olarak bir adet paylaşımının soğuk sıkım yağ ve bitkisel özlerden meydana gelen vegan duş jeli olduğu ve Doğal Ambar markasının ise veganlıkla ilgili herhangi bir paylaşımının olmadığı görülmüştür. Green Clean markasının 12 adet olan paylaşım içeriklerinde sertifika, beslenme ve bulaşık makinesi temizleyicisi dışında, 30 Ekim 2021 tarihinde vegan ürünlerinin içerikleri konusunda dört adet paylaşımına yer vererek bilgilendirme yaptığı gözlenmiştir. Siveno markasının ürün kategorilerindeki roll-on ve sabunlarda hayvanlar üzerinde test edilmediği ve ürün içeriklerine dair bilgi paylaşımı yaptığı görülmüşken; Dünya Çevre Günü kapsamında da hayvan deneylerine karşı olduğu konusunda tüketici gruplarına yönelik bilgilendirici paylaşımında bulunduğu dikkat çekmiştir.

Vegan ürünleri konusunda 11 adetle en fazla paylaşım sayısına sahip olan Viking markasının ürün içerikleri, çevrimiçi ortamlarda satışları dışında ürünlerin fenomenler tarafından vegan bir marka olarak tanıtılmasına öncelik verdiği ve diğer markalardan farklı olarak hashtaglerinde vegan kavramına öncelik verdiği ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda, vegan bir temizlik markası olarak konumlanarak tüketiciler tarafından bilinirliği artırma amacıyla bu hedefe yönelik marka davranışlarını biçimlendirdiği görülmektedir.

Tablo 8: Paylaşım ile İlgili Veriler



Tablo 8, vegan kültürüne yönelik ürün içeriklerinin paylaşımları konusunda bilgi vermektedir. Bu kapsamda, Duru'nun görüntülenme ve beğeni sayısı yüksek olmasına rağmen yorum sayısı az ve görüntülenme sayısının en yüksek olduğu paylaşımlar, videolu paylaşımları olarak yer almaktadır. 13 Mayıs tarihli televizyon reklamı paylaşımında 893.547 görüntülenme ve 194 yorum bulunurken; ürünlerle ilgili yapılan paylaşımlarda görüntülenme sayısı en yüksek olan marka 87.515 ile Yeni Duru Hydro Pure olmuştur. Ancak yorum sayısı 18 adettir. Doğal Ambar markasında hiçbir etkileşim olmamakla beraber paylaşımlara gelen yorumlar çok az sayıdadır. Green Clean markasının fiyat ve tedarik yerlerine ilişkin tüketici gruplarıyla soru cevap etkileşiminin olduğu görülmüştür. Beğeni sayılarının en yüksek olduğu ürünler 699 beğeni ile bitkisel bulaşık deterjanı ve 509 beğeni ile bitkisel çamaşır makinesi deterjanı olmuştur. Fenomen tanıtımları ile ilgili paylaşımlarda Nihan Kayalıoğlu tarafından yapılan paylaşım 760 beğeni ve Ayşenur Parlak tarafından yapılan paylaşım 1.926 beğeni almıştır. Sensitive serisi kapsamında yapılan çekiliş paylaşımında ise beğeni oranının en yüksek 1015, yorum sayısının ise 3.853 olduğu görülmüştür. Siveno markasında müşteri sorularına verilen yanıtlarla ilgili etkileşim yüksek ve çekiliş zamanlarında yorum sayılarının fazla olduğu gözlenmiştir. En fazla görüntülenme sayısının olduğu paylaşım 15 adet yorum ve 527.852 beğeni ile yüz temizleme köpüğü ürünü olmuştur. Online yapılacak alışverişlerle alınacak indirim ve hediyelerle ilgili çekiliş paylaşımının 144.168 beğeni ve üç adet yorum sayısı bulunmaktadır. Viking markasında müşteri sorularına verilen yanıtlarla ilgili etkileşim mevcuttur. Amine Kamburoğlu adlı fenomenin Premium serisiyle ilgili videolu paylaşımında görüntülenme sayısı 4.487'dir ve 14 adet yorum bulunmaktadır. Hediye zamanıyla ilgili paylaşımında ise 507 adet beğeni bulunurken; yorum sayısının en fazla olduğu paylaşım adedi 1.470 olmuştur. Bu kapsamda, paylaşımlarla ilgili verilerde önemli olan unsur tüketicilerle olan iletişim ve bununla ortaya çıkan etkileşim durumudur. Etkileşim durumu ise marka paylaşımlarının yorum, beğeni ve görüntülenme rakamlarına yansımaktadır. Tablo 8, vegan markaların hazırladıkları videolu ürün içerikleri, fenomen ürün tanıtımları, çekiliş düzenleme ve hediye verme gibi unsurların tüketici etkileşimini arttırmada önemli rol oynadığını rakamlarla ifade etmektedir. Rakamlar ışığında Duru, Green Clean ve Siveno markalarının Instagram aracılığıyla vegan ürünlere yönelik etkileşimi artırma noktasında ön plana çıktığı görülmektedir.

SONUÇ

Bireylerin beslenme biçimleri, yaşam tarzlarında benimsedikleri düşünce yapılarına göre gündelik hayatlarını sürdürmeleri yönünden düşünce ve beslenme şekli olarak veganlık farklı bir noktada yer almaktadır. Bazı kaynaklar veganlığı sadece beslenme biçimi çerçevesinde ele almayarak kavramın bir yaşam felsefesini ifade ettiğini savunmaktadırlar. Kavram sadece tüketilecek ürünlerin tercihleriyle ilgili olmamakla birlikte, bireylerin yaşam tarzlarına bu düşüncüyü nasıl yansıttıkları ve ne şekilde yaşadıkları da veganlığa ilişkin yaklaşımların kapsamını oluşturmaktadır. Alan yazında, vegan olma düşüncesine dair yaklaşımların vejeteryanlıkla

bağlantısından yola çıkılarak eski çağlara kadar uzandığı belirtilmektedir. Günümüzde post modern yaşantıyla beraber söz konusu düşünce yaygınlaşmaya ve pazarda yer alan vegan ürün sayısı da doğru orantıda artış gösterme eğilimine girmeye başlamıştır. Genel itibarıyla veganlık, hayvan sevgisinin ötesini karşılayan bir felsefe olarak, hayvanların hiçbir biçimde tüketim ürünleri içerisinde yer almaması olarak ifade edilmektedir. Veganlar tüketim tercihlerini bu ekseninde şekillendirerek yaşamlarını idame ettirmektedirler. Literatürdeki bilgiler kapsamında vegan yaşam tarzının arka planında yatan tek nedenin sağlık kökenli olmadığı görüşü de yer almaktadır.

Türkiye’de veganlık ile ilgili akademik çalışmaların farklı alanlar üzerinden yürütüldüğü görülmektedir (Cengiz, 2021, s. 4). Konu ile ilgili yapılan bazı araştırmalardan elde edilen sonuçlar şu şekildedir: Güler ve Çağlayan’ın 2018 yılında on dokuz kişi ile yürütmüş olduğu çalışmada bireyler vegan olma nedenlerinin altında yatan sebeplerde bilişsel-sosyal motivasyon, ekoloji odaklı motivasyon, sağlık odaklı motivasyon ve etik motivasyonun etkin olduğu konusunda bilgi vermişlerdir. Yılmaz (2018) tarafından yürütülen yüksek lisans tez çalışmasının araştırma bölümü, sosyal medya kanallarındaki kullanıcılara ait içeriklerin netnografi yöntemiyle incelenmesini kapsamaktadır. Araştırmada, veganlık anlayışının yaygınlaşmasının ilk basamağında beslenme konusunda bireylerin yaptığı değişikliklerin etkili olduğu bu duruma ilaveten, sosyal medya platformları üzerinden veganlık üzerine kurulan sayfalarda yaşam biçimi konusundaki paylaşımların da çoğalmasının etken olduğu ve vegan yaşam tarzını benimseyen bireylerin ortak hareket etme çabasında olduğu, varılan sonuçlar arasında yer almıştır. Asil (2021) Antalya ilinde vegan olan elli birey ile mülakat yaparak araştırmayı yürütmüştür. Görüşmeler kapsamında elde edilen bulgularda; bireylerin veganlığı tercih etmesinde etken olabilecek üç tema çerçevesinde sorular sorulmuş ve Maxqda programı kullanılarak verilen cevaplar analiz edilmiştir. Araştırmada, veganlığın temelinde yatan sebeplerin alt başlıkları olan ‘Hayvan Hakları Koruma ve Etik’, ‘Ekolojik Dengenin Sağlanması’, ‘Et Yememek’, ‘Beslenme Pratiği’, ‘Diyet Türü’, ‘Statü ve Ayrım’ gibi unsurlar kapsamında tartışılmıştır. Alanyazında yer alan sınırlı sayıda bu araştırmalar, vegan kimliğe ve kültüre yönelik olarak tüketici bireylerle derinlemesine bilgiler elde etme noktasında imkân sağlamaktadır.

Araştırma kapsamında oluşturulan tablolardan elde edilen bilgiler doğrultusunda; genel profil bilgileriyle ilgili elde edilen bilgiler ışığında her bir marka için takip edilen ve takipçi sayılarının eşit bir oranda olmadığı; gönderi sayılarındaki durumun Instagram kullanım süresiyle doğrudan ilişkili olduğu çıkarımını yapmak mümkündür. Çünkü Instagram’ı 2015 ve 2016 yıllarında aktif olarak kullanmaya başlayan Green Clean ve Viking markalarının gönderi sayıları diğer üç markaya göre yüksek oranda çıkmıştır. Markaların bilinirlik ve tanınırlığı aşamasında isim ve logolar oldukça önem taşımaktadır. Markaların profil görsellerinin isim ve logodan oluştuğu görülmektedir. Viking markası hariç markaların profil isimlerindeyse marka vizyonunu ifade eden sloganlara da yer verdiği dikkat çekmektedir. Ürünlere ilişkin içerikler çerçevesinde en fazla paylaşım yapan marka Viking olmuştur. Markaların kurumsal içerik kodu altında yaptıkları paylaşımların ortak noktasını ürünlerin içerikleri konusunda verdikleri bilgiler oluşturmaktadır. Özellikle Green Clean markası, ürün içerikleri konusunda bilgilendirici mesajlara ağırlık vermektedir. Reklam kodu ile ilgili olarak en fazla paylaşımı olan Viking’in, online alışverişi ve indirimler konusunda gönderileri yer almaktadır. Özel günler başlığı altında Viking markasının 30 adet paylaşım ile birinci sırada bulunmaktadır. Çekilişlerle ilgili olarak Green Clean, Siveno ve Viking markalarının eşit sayıda paylaşımları bulunurken; çekiliş içeriklerini hediye setleri oluşturmaktadır. Diğer kodu altında Siveno markasının müşteri memnuniyet ve görüşlerine önem verdiği paylaşımları bulunurken; Viking farklı müşteri gruplarına hitap edecek içerikler paylaşmaktadır.

Paylaşımlardaki içeriklerde Doğal Ambar markasının gönderi sayısının az olmasıyla bağlantılı olarak fotoğraf ve yazılı mesaj adetleri diğer markalara göre düşük sayıdadır. Diğer taraftan, Duru’nun içeriklerinde daha çok videolu paylaşımların yer aldığı gözlenmiştir. Green Clean markası ve Viking markalarının ürün görsellerine yönelik fotoğraf paylaşım sayıları diğer markalara göre yüksektir. Video paylaşımlarına ise en fazla ağırlık veren marka Viking’tir. Yazılı mesaj içeriklerinde en fazla Siveno markasının ürünlerinin içerikleri, doğallığı konusunda bilgilendirme yaptığı görülmektedir.

Paylaşım sıklıklarına ilişkin verilen bilgiler, markaların sosyal medya sayfalarındaki iletişim ve pazarlama stratejileri ekseninde aylık bazda olan paylaşım sayıları da her birinin değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu stratejilerde, bazı markaların ünlü tanıtımlarına ağırlık vererek içerik oluşturduğu, bazılarının ise gün aşırı paylaşım yaptıkları görülmektedir.

Medyada yer alma biçimleri konusunda elde edilen bilgiler ışığında, medyada yer alma stratejilerinin markaların bütçeleriyle doğru orantılı ilerlemesiyle bağlantılı olduğu yönündedir. Bu kapsamda, markaların yazılı ve görsel basında Duru markası hariç yer almadığı, ancak sosyal medya kanallarını aktif kullanarak tüketici kitlelere ulaşmaya çalıştıkları ve çalışmalarını sürdürdükleri görülmektedir.

Vegan kültürüne yönelik ürün içerikleri konusunda dikkati çeken nokta tüm markaların vegan içerikli olmalarına rağmen Instagram hesaplarında Viking hariç hiçbir markanın vegan nitelikteki ürünlerine yer vermemiş olmaları dikkat çekmektedir. Buna ek olarak, Green Clean, Siveno ve Viking markaları vegan ürünlerle ilgili paylaşımlarında Vegan sertifikasına sahip olduklarına dair görsellere yer vererek içerik oluşturmuşlardır.

Paylaşımlarla ilgili veriler ele alınarak, markaların paylaşımlarındaki yorum, beğeni ve görüntülenme sayılarında yüksek olan rakamların hangi paylaşımlar olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Duru'nun videolu paylaşımının en yüksek etkileşim oranına sahip olduğu görülürken; Siveno, Viking ve Green Clean markalarının paylaşımlarında tüketicilerle olan etkileşimlerinin yüksek sayıda olduğu dikkat çekmiştir. Bu markaların etkileşimlerinin yüksek olmasındaki ortak noktayı oluşturan etken, çekilişler ve fenomen paylaşımları olmuştur. Diğer taraftan, Doğal Ambar markasının ise tüketicilerle hiçbir etkileşiminin olmadığı, tablodaki rakamlar kapsamında ortaya çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında ele alınan markaların vegan kültürüne yönelik yaptığı paylaşımlarda markaların kullandığı vegan sertifika, ürünlerin üretiminde uyguladıkları uluslararası standartlar ve dünya vegan gününe yönelik oluşturmuş oldukları içerikler ortak noktayı oluşturmaktadır. Vegan kültür görsel içeriklerle desteklenerek pozitif bir imaj geliştirilmeye çalışılmaktadır. Markaların kullandıkları dil, renkler, paylaşılan içeriklerde kullanılan dil ve paylaşımların içeriğindeki mesajlar marka stratejileri ekseninde doğayı koruyan, çevreye ve hayvanlara zarar vermeyen hayvan dostu markalar olarak biçimlendirilmiştir. Vegan kimliğe sahip olan ürünlerin sürdürülebilir olabilmesi için ürün çeşitliliğinin artırılmaya çalışıldığı dikkat çeken bir diğer önemli noktadır. Bu doğrultuda, vegan tüketiciler için farklı kullanım amaçları çerçevesinde markaların ürün yelpazelerinde birçok alternatif sunulmaktadır. Pazar da yer alan temizlik ürünleri, kimyasal içeriklerin en yoğun şekilde yer aldığı ürün kategorileri arasında bulunmaktadır. Ancak vegan olan temizlik ürünleri, içeriklerinin hangi doğal unsurlardan oluştuğu noktasında bilgilendirme yaparak tüketicide güvene dayalı bir ilişki zeminini kurmaya çalışmakta ve vegan tüketiciyi ürün satın alma davranışına teşvik etmeye çabalamaktadır.

Sonuç olarak, temizlik kategorisinde ele alınan markalar arasında vegan içerikli paylaşımların yoğunlukta olduğu Instagram hesaplarının Siveno ve Green Clean markalarına ait olduğu görülmüştür. Araştırma kapsamında ele alınan her bir markanın vegan içerikli ürünleri bulunduğu ve pazarda bu şekilde konumlanmaya çalıştığı görülmesine rağmen Instagram hesaplarında paylaşım içeriklerinin zayıf olduğu gözlenmiştir. Vegan tüketici kitleyle iletişimin kurulabilmesi ve etkileşim artırabilmesi noktasında paylaşım içeriklerinin vegan kültür diline yönelik yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda, vegan temizlik markalarında paylaşım sayıları diğer markalara göre fazla olmasına rağmen Green Clean ve Siveno markalarının da Instagram hesaplarının vegan kültürüne yönelik paylaşımlarında eksiklik gözlenmiştir. Bu araştırma, bir nitel içerik analiz çalışmasıdır. Alan yazında vegan tüketiciler ile ilgili araştırmalar sınırlıdır. Konu ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalarda, vegan markaların sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlar ile ilgili tüketici yorumları analiz edilerek vegan markaların tüketici bazlı pazarlama stratejilerine yönelik araştırmalara katkı sağlamak mümkün olabilir.

KAYNAKLAR

- Akkan, E. ve Bozyiğit, S. (2020). Bir niş olarak Türkiye'deki vegan ürünler: tüketici bakış açısından keşfedici bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 101-149.
- Alikılıç, İ., Özkan, B. (2018). Bir sosyal medya pazarlama trendi, hatırlı pazarlama ve etkileyiciler: Instagram fenomenleri üzerine bir araştırma, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 43-57
- Apostolidis, C., F. McLeay. (2016). Should we stop meating like this? Reducing meat consumption through substitution. *Food Policy* 65, 74–89. Newcastle Business School, Northumbria University.
- Asil, A. (2021). *Vegan yaşam tarzına sosyolojik yaklaşım: antalya kenti örneği*, [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi], Akdeniz Üniversitesi.
- Aydın, M. (2018). *Kültür sosyolojisinin temel kavramları. Kültür sosyolojisi*. (Ed: Köksal Alver- Necmettin Doğan), Çizgi yayınları.
- Batı, U. (2015). *Tüketici davranışları tüketim kültürü, psikoloji ve sosyolojisi üzerine şeytanın notları*, Bölüm:1 Tüketime giriş, Alfa Yayınları, 13-26.

- Bayraktar, M., Tatlı, Erdem. (2023). Üniversitelerin sosyal medya reklamlarının göstergebilimsel çözümlemesi: İstanbul'daki vakıf üniversiteleri üzerine bir inceleme. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 204.
- Beardsworth, A., Keil, T. (2011). *Yemek sosyolojisi: yemek ve toplum çalışmasına bir davet* (Çev. A. Dede), Phoenix.
- Berber, G. Ş. ve Keskin, E. (2021). Sürdürülebilir modada güncel bir yaklaşım: vegan deri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), Kış, 143-157. doi:10.46442/intjcss.1026527
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi, 19.
- Can, S., Koz, K.A. (2018). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 26(3), 446.
- Cengiz, D.E. (2021). *Veganların maneviyat anlayışları üzerine nitel bir araştırma* [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam tarzları*. (Çev. İ. Kutluk). Dost Yayınları.
- Cherry, E. (2014). I was a teenage vegan: motivation and maintenance of lifestyle movements. *Sociological Inquiry*, 20(10), 1-20.
- Çalık, M. ve Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Eğitim ve Bilim*, 39(174), 33-38.
- Çakıcı, H.H., Kutlu, T.Ö., Yılmaz, H. (2020). Yazılı medyada veganlığın ve vejetaryenliğin sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 279-296, doi: http://10.17680/erciyesiletisim.634287
- Çakır, H., Tufan, S. (2016). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya: Türkiye'de siyasi liderlerin instagram kullanım pratikleri üzerine bir inceleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 7-28,
- Dilek, S. E. (2018). Türkiye'de vejetaryen/vegan oteller mümkün mü?: Kavramsal bir tartışma. *İşletme Dergisi*, 19(1), 2-3. DOI: 10.24889/ifede.401723.
- Dyett, P., Rajaram, S., Haddad, E.H. & Sabate, J. (2014). Evaluation of a validated food frequency questionnaire for self-defined vegans in the United State. *Nutrients*, 6(7), 2523-2539., Leitzmann, C. (2014). Vegetarian nutrition: Past, present, future. *Am J Clin Nutr*. 100 (suppl): 496S-502S
- Erk, G., Seven, A. ve Akpınar, A. (2019). Vegan ve vejetaryen beslenmede probiyotik bitkisel bazlı süt ürünlerinin yeri. *The Journal of Food*, 44(3), 453-462. doi: 10.15237/gida.GD18083
- George, A.L. (2003). *İçerik çözümlemesinde nicel ve nitel yaklaşımlar, İletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi*, (Çev.M.S.Çebi), Alternatif yayınları.
- Greenebaum, J. (2012). Veganism, identity and the quest for authenticity. *Food, Culture & Society*, 15 (1), 129-144.
- Gökler, K., Onay, A. (2020). Üniversitelerin kurumsal iletişim aracı olarak instagram kullanımı: vakıf üniversitelerinin instagram sayfaları üzerine betimsel bir içerik analizi, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 35, 311-337, DOI: 10.17829/turcom.584419
- Güler, H.N. (2021). Bankaların instagram paylaşımları üzerine bir araştırma, *Usobed Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal Ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 5(2), 189-205, <https://doi.org/10.46452/baksoder.1005146>

- Güler, O. ve Çağlayan, G.D. (2021). Nasıl vegan oldum? fenomenolojik nitel bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), sf.287-304, <https://doi.org/10.32572/guntad.915262>
- Ho, S. (2021). Google trends 2020: interest in veganism at record high according to new report. <https://www.greenqueen.com.hk/googletrends-2020-interest-veganism-all-time-high-new-report/> Erişim tarihi:21.08.2022
- Hoffman, S. R., Stallings, S. F., Bessinger, R. C., & Brooks, G. T. (2013). *Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence.* 65, 139–144.
- Hooley, D. ve Nobis, N. (2016). The humane society institute for science and policy animal studies repository. Animal Agriculture, Food Choice, and Human Health 6.
- Janssen, M., Busch, C., Rödigier, M. ve Hamm, U. (2016). *Motives of consumers following a vegan diet and their attitudes towards animal agriculture*, *Appetite*, 1-22.
- Lake, L. (2009). *Consumer Behavior For Dummies*. Wiley Publishing Inc.
- Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*, 11(6).
- İnce, M., Tor-Kadıoğlu, C. (2020). *Tüketici davranışlarında sosyal medya trendleri: Fomo, Fobo, Jomo.* (Editör İ. Çiftçi), *Yeni Yüzyılda İletişim Araştırmaları*, İksad Yayınevi, 33-62.
- İşlek, M. (2012). Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye’deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma [Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi].
- Kaçar, G. (2013). *Vegan diyeti*, Parşömen Yayınları.
- Kaya, İlhan, Ç. (2021). *Gelenekselden dijital medyanın değişen yapısı, dijital yönetim & pazarlama & medya*, (Edt: Hande, Ayhan,Göcek), Nobel Bilim Eserler.
- Kurt, E. G. (2019). *Vejetaryenliğin motivasyon , değer ve inanışları ve bunların mekânlara yansımaları: İstanbul’da nitel bir çalışma.* İstanbul Üniversitesi.
- Küçükşarac, H. (2018). Marka kişiliklerinin instagram aracılığıyla sunumu: içecek markaları üzerine analiz, *Online Academic Journal of Information Technology*, 9(35), 50-61, DOI: 10.5824/1309-1581.2018.5.004.x
- Kınıkoğlu, M. (2015). *Vegan beslenme*. Oğlak Yayıncılık.
- Neuendorf, K.A. (2002). *The content analysis guidebook*. California Thousand OAKS: Sage.
- Nolasco, N. A. (2016). *Vegan lifestyle on facebook: an online ethnography study*, master thesis, school of business: Hönskolan Vast.
- Onurlubaş, E., Öztürk, D.(2018). Sosyal medya uygulamalarının Y kuşağı satın alma davranışı üzerine etkisi: instagram örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(8), 987.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343
- Radnitz, C., Beezhold, B., & DiMatteo, J. (2015). Investigation of lifestyle choices of individuals following a vegan diet for health and ethical reasons. *Appetite*, 90, 31–36.

- Samur, S.(2020). Covid-19 Pandemi sürecinde Ankara'daki devlet üniversitelerinin instagram kullanımları üzerine nicel bir araştırma, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(6), 436-457
- Seo, K. Suh, S. (2019). A study on the characteristics and social values of vegan fashion in h&m and zara. *Journal of Fashion Business*, 23(6). 86-10.
- Singer, P. (2005). *Hayvan özgürleşmesi*. Ayrıntı Yayınları.
- Sotudeh, E. (2016). *The construction of ideal, ethical selves: vegan and plant-based lifestyles on social media*. [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. University of Sussex, Department of Global Studies, , Brighton
- Son, G. Y. T., & Bulut, M. (2016). Yaşam tarzı olarak vegan ve vejetaryenlik. *Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843, DOI: [10.14687/ijhs.v13i1.3614](https://doi.org/10.14687/ijhs.v13i1.3614)
- Suddath, C. (2008). *A brief history of veganism*. Time. <https://time.com/3958070/history-of-veganism>, Erişim tarihi: 21.08. 2022
- Stempel III, Guido H. (2003). *İçerik analizi*“iletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi içerisinde, (Çev.M.S.Çebi), Alternatif Yayınları.
- Tekten Aksürmeli, Z. S. ve Beşirli, H. (2019). Vegan kimliğinin oluşumu: vegan olmak ve vegan kalmak. *Akademik Hassasiyetler*, 12(6), 223-249.
- Temel, M., Somuncu, B., Gültekin, B. (2021). Sosyal medya haberciliğinde etik: instagram hesapları üzerine bir inceleme, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45, sf.290-305, DOI: 10.52642/susbed.899677
- The Vegan Society (2021). Vegan statistics. [URL: [https://www.vegansociety.com/news/media/statistics#:~:text=In%202019%20there%20were%20600%2C000,1502C000%20\(0.25%25\)%20in%202014](https://www.vegansociety.com/news/media/statistics#:~:text=In%202019%20there%20were%20600%2C000,1502C000%20(0.25%25)%20in%202014) Erişim Tarihi: 15.02.2022.
- Tunçay, G.Y. (2018). Sağlık yönüyle vegan/vejeteryanlık, eurasian, *Journal of Health Sciences*, 1(1), sf.25-29
- Ugochukwu, N. (2018, May 1). In africa, we are vegan by chance, not by choice. <https://ecowarriorprincess.net/2017/11/africa-vegan-by-chance-not-by-choice> , Erişim tarihi: 22.08.2022
- Uçan, B.Z, Bozok, D. (2019). Veganizm ve gastronomi, IVth International Gastronomy Tourism Studies Congress, 19-21 September, Nevşehir.
- Ülken, Y. (1984). *Fiyat teorisi*. Filiz Kitabevi.
- Yegen C. ve Aydın, Oğuz B., (2018). Postmodern bir kimlik olarak veganlık ve bir çevrimiçi vegan ağının analizi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 28, .91-114.
- Yeniçaktı, T. N., (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak instagram: sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma, *Selçuk İletişim*, 9(2), 92-115, DOI: 10.18094/si.84410
- Yılmaz, A. (2020). Reklam mecrası instagram: togg ve günsel elektrikli otomobil markaları üzerine ampirik bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), .895-915, <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.725929>
- Yılmaz, A.B. (2018). *Yeni medya ve toplumsal hareketler: vegan hareketi örneği üzerine bir inceleme*, [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Zeren, D., Gökdağlı, N. (2019). Sürdürülebilirlikle ilgili pazarlama iletişim aracı olarak instagram: en değerli 25 marka üzerine bir araştırma, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 91-108, <https://doi.org/10.35379/cusosbil.652833>

Zhao, S., Grasmuck, S., Martin, J. (2008). "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships.", *Computers in Human Behavior*. 24. Elsevier:

Wright, L. ve Adams, J. C. (2015). *The vegan studies project: Food, animals, and gender in the age of Terror* , University of Georgia Press

<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/veganlar-hangi-markalari-tercih-ediyor/> (Erişim tarihi: 11.04.2022)

<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/soz-sirasi-vegan-ve-vejetaryenlerde/> (Erişim tarihi:30.03.2023)

<https://www.cnnturk.com/yasam/et-varsa-biz-yokuz-iste-vejeteryan-olan-unluler?page=1> (Erişim tarihi:30.03.2023)

[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) (Erişim tarihi:30.03.2023)

COVID-19 PANDEMİSİNDE KAYNAK DAĞITIMININ POPÜLİST NİTELİĞİ: ABD'DE KAMU YARARI VE DONALD TRUMP'UN POLİTİK ÜSLUBU¹

Satuk Buğra ÇETİNKAYA², Tuna SARAL³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1228475

Makale Geçmişi:

Geliş 02.01.2023

Kabul 02.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Mesafe,

Popülist Siyaset,

Kaynak Dağıtımı,

Kamu Yararı.

ÖZ

Covid-19 pandemisi döneminde yaşanan kriz ortamı, siyasi arenada küresel ölçekli bir sarsıntıyı beraberinde getirmiştir. Bu dönemde verimliliği merkeze alan ve popülist-partizan bir siyaset tarzını benimseyen hükümet etme anlayışı sorgulanmaya başlamıştır. Bir kriz olarak pandeminin mekânsal ve zamansal etkisi de büyük ölçekli olmuştur. Krizin derinliği ve büyüklüğü karşısında küresel örgütlerin yetersizliği, ulus-devletlerin önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Bu gelişmeler ışığında hükümet etmenin değer ve normlarına dair eleştiriler de gün yüzüne çıkmıştır. Bu çalışmada, popülist-partizan siyasi liderliğe ve klientelist dağıtım mekanizmasını işlevsel kılan verimlilik mantığına yönelik eleştirel bir konum alış ve bu alanda üretilen literatüre katkı sunmak amaçlanmıştır. Bu çalışma kamu yararı mantığının hâkim olduğu kamu yönetimi ve kurumsal mekanizmaların etkinliğini koruduğu stratejik bir siyaset tarzının kriz durumuna cevap olarak ileri sürülebileceği iddiasındadır. Amerika Birleşik Devletleri, hem verimlilik odaklılığın hem de popülist-partizan siyasi liderliğin hâkim olduğu model ülkelerden bir tanesidir. Çalışmanın inceleme nesnesi, Donald Trump'un pandemi dönemindeki bir konuşmasının çözümlenmesidir. İlk bölümde, kavramsal çerçeve olarak, stratejik yönetim, verimlilik ve kamu yararı üzerinde durulacak ikinci bölümde popülist siyaset tarzına dair bir tartışma yürütülecektir. Üçüncü bölümde ise materyal incelemesi yapılacaktır. Sonuç bölümünde eleştirel bir perspektiften kamu yararına dayalı stratejik yönetimin imkânı değerlendirilecektir.

THE POPULIST CHARACTERISTICS OF RESOURCE DISTRIBUTION IN THE COVID-19 PANDEMIC: THE PUBLIC INTEREST IN THE USA AND DONALD TRUMP'S POLITICAL RHETORIC

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1228475

Article History:

Received 02.01.2023

Accepted 02.05.2023

Keywords:

Social Distance,

Populist Politics,

Resource Allocation,

Public Interest.

ABSTRACT

The crisis atmosphere experienced during the Covid-19 pandemic period has created a global-scale shock in the political arena. In this period, the understanding of government that puts efficiency in the center and adopts a populist-partisan style of politics began to be questioned. The spatial and temporal impact of the pandemic as a crisis has also been large-scale. The inadequacy of global organizations in the face of the depth and magnitude of the crisis has once again revealed the importance of nation-states. These developments have led to criticism of the values and norms of government. The study aims to contribute to the literature produced in this field by taking a critical position towards the productivity logic that makes populist-partisan political leadership and clientelist distribution mechanism functional. This study claims that public administration and institutional mechanisms dominated by the logic of public interest can be put forward as a response to the crisis situation. USA is one of countries where efficiency-oriented and populist-partisan political leadership dominate. The study includes the analysis of a speech by Donald Trump during the pandemic. In the first part, strategic management, efficiency and public interest will be emphasized as a conceptual framework, and in the second part, the populist style of politics will be discussed. In the third part, the mentioned speech text will be analyzed. As a result, the possibility of strategic management based on the public interest will be evaluated from a critical perspective.

¹ Bu makale Ekim 2022 KAYFOR'da sunulan sözlü bildirinin genişletilmiş ve düzenlenmiş halidir.

² Arş. Gör., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, sbgracetinkaya@osmaniye.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1782-4204

³ Arş. Gör., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, tunasaral@osmaniye.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2809-9762

Alıntılama için/Cite as: Çetinkaya, S.B. ve Saral, T. (2023), Covid-19 pandemisinde kaynak dağıtımının popülist niteliği: Abd'de kamu yararı ve donald trump'un politik üslubu. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 384-393

GİRİŞ

Toplumsal ve teknolojik değişimlerin hızla gerçekleştiği 20. yüzyıl boyunca, modern bir örgüt biçimi olarak ulus devletler, siyasî ve bürokratik örgütlenmelerini yeni koşullara göre düzenleme gerekliliği duymuştur. Değişimin hızı ve dinamikleri üzerindeki bürokratik kontrol mekanizmasının hızla aşındığı 2. Dünya Savaşı sonrası dönemde, yönetim zihniyetinin içinde filizlendiği değerler sistemi de dönüşmeye başlamıştır. Demokratik siyasî rejimlerde, seçilmiş hükümetler ve yerleşik bürokratik yapı arasındaki ayrışma giderek belirgin hale gelmiş, bu ayrışmanın belirsizleştiği diğer siyasî rejimler ise otoriter ve totaliter olarak adlandırılmıştır.

20. yüzyılın son on yılına gelindiğinde, küreselleşme ve hükümet dışı organizasyonların verimlilik perspektifinin hâkim olduğu kapsamlı kurumsal yenilikler, modern ulus-devlet örgütlenmesinde bir paradigma değişimine neden olmuştur. Bu dramatik değişimin ardından, devletin daha esnek ve hızlı hareket edebilen, idare etme ‘yükünü’ asgari hale getiren ve günlük yaşamın akışında daha az görünen bir yapı haline gelmesine yönelik toplumsal beklentiler artmıştır. Bu noktada, toplumsal beklentiler, fiziksel ve ruhsal her türlü güvenlik ihtiyacının en yüksek düzeyde karşılanması ve kamusal hizmetlerin aksamadan yürütülmesiyle beraber, demokratik bir siyasî liderlik tahayyülü çerçevesinde şekillenmiştir. Toplumsal alanda, ideolojik mücadelelerin yerini gündelik siyasî pratiklerden kaynaklanan daha pragmatik gerilimler alırken, fikir mücadelesi veren siyasî hareketlerin veya ulusal/uluslararası örgütlerin karizmasının yerini daha çok siyasî liderlerin şahsında somutlaşan kişisel karizma almıştır. İdeoloji ve fikir çatışmalarının dozunu, siyasî lider ve destekçileri arasındaki siyasal yandaşlık kanalları aracılığıyla azaltılması hem kamu yöneticilerinin hem de toplumun beklentilerinin ‘kamu yararı’ nosyonundan ‘verimliliğe’ kaymasına neden olmuştur. Böylece, refahı mihrine alan politik tezler yerini neo-liberal angajmanlara bırakırken kamu yararını referans alan örgüt kültürü, ‘şirketlere’ öykünen yeni bir anlayışla yer değiştirmiş ve katılımcı demokrasiyi vurgulayan yurttaşlık anlayışı dışlanarak yaşam tarzları üzerine inşa edilen kimlik siyaseti olağanlaştırılmıştır.

Devlet-toplum ilişkilerindeki kamu hizmeti boyutunun giderek daha tartışmalı bir zemine kaydığı 1980’lerden Covid-19 pandemisine kadar geçen süre, böylece, modern ulus-devletin kurumsal niteliğinde değişiklikler meydana getirmiştir. Bu dönemde, pek çok ülke verimlilik odaklı kamu yönetimi mantığı ile siyasî iktidarın sistematik olarak kaynak aktardığı destekçilerini ‘gerçek’ halk olarak inşa ettiği ‘popülist-partizan’ siyaset tarzını birlikte deneyimlemiştir. Hem verimlilik odaklılık hem de popülist-partizan siyaset tarzı dışlayıcı bir işleyişe sahiptir. Bu çerçevede, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde, Donald Trump döneminde yaşanan popülist-partizan siyaset deneyimi, verimlilik odaklı yönetim anlayışını kimlik siyasetiyle eklemlenmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Trump yönetiminin kriz dönemindeki siyasî yönelimlerini açığa vuran ve bu çerçevede yeni bir idare anlayışına yol açan kriz anı, Covid-19 pandemisi ve George Floyd vakası olarak işaretlenmiştir ve Trump’un pandemi döneminde yaptığı bir konuşmanın çözümlenmesinden hareket etmiştir. Çalışmanın yazarları, kriz anlarında siyasî liderlik tarzının ve kamu yönetiminin ‘meşru’ değerler sisteminin birbirlerini beslediği varsayımından hareket etmiştir. Buradan hareketle, ABD örneği göz önünde bulundurularak salgının yarattığı ‘sosyal’ pandemi boyunca verimlilik odaklı kamu hizmeti ve popülist-partizan siyaset ve siyasî liderliğin nasıl işlediği açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada, popülist-partizan liderlik ile kaynak dağıtımı arasında da yakın bir ilişki öngörülmektedir. Pandemi sürecinde ortaya çıkan kriz anında, siyasî liderliğin yönlendirdiği kamu yönetiminin, dezavantajlı toplumsal grupları destekleme ya da ‘desteklememe’ konusunda hangi norm ve değerler kümesi ile hareket ettiğinin kaynak dağıtımı üzerinde doğrudan etkili olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle ABD’de pandemi sürecinde yaşanan kriz anında kaynak dağıtımının nasıl yapıldığı popülist bir lider olan Donald Trump’un siyasî üslubuna odaklanarak gösterilmeye çalışılacaktır. Bunun için, verimlilik odaklı popülist siyaset tarzı ile kamu yararı odaklı stratejik siyaset karşıtlığı üzerinden bir yorum denemesine girişilecektir.

Çalışmanın yazarlarının temel iddiası, verimlilik odaklı popülist-partizan siyaset tarzının, klientelist kaynak dağıtımına dayanan ‘dışlayıcı’ bir eylem repertuarına sahip olduğudur. Kaynak dağıtımının siyasî niteliği, bu nedenle, klientelizmin dışlayıcı işleyişinden kaynaklanır. Popülist-partizan siyaset klientelist kaynak dağıtımıyla bir yandan, modern ulus-devletin eşitlik ve özgürlük vaatleriyle doğrudan bir çatışmaya girerken, diğer yandan kamu yararı ve stratejik yönetim anlayışı ile çelişmektedir. Bu bakımdan, çalışmanın genelinde kamu yararı ve verimlilik gerilimi izlenmektedir. Bu çalışmada, yönetimde verimlilik mantığı ile anlatılmak istenen, kaynak dağıtımı ve oy verenler arasında bir örtüşme olduğudur. Kamusal kaynakların oy karşılığı dağıtılması başlıca amaçtır. Kamu yararı mantığı ile ülkenin stratejik öncelikleri ve genelin taleplerine uygun bir dağıtım mekanizmasının kurulması ifade edilmektedir. Verimlilik odaklılık ve kamu yararına dayanan yönetim tarzları,

popülist-partizan ve stratejik siyaset tarzları arasındaki karşıtlıkla örtüşmektedir. Dolayısı ile bu çalışmanın mihrinde yönetim ve siyasetteki bu karşıt kutupların yarattığı gerilim yatmaktadır.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Stratejik Yönetim

İngilizceye Yunan dilinden geçen “strateji” (strategy) kelimesi köken itibarıyla askerî olarak savaşı yönetme ve komuta kabiliyetlerini bir arada taşıma anlamlarına gelir. Semantik serüveni çok geniş bir tarihsel süreci kapsayan kavram, bu çalışmada bir grup insanı belirli zaman ve yerde, saptanmış hedefler doğrultusunda örgütlenme ve idare etme anlamında kullanılmıştır. Bununla birlikte, stratejinin taktikten farklı olarak daha uzun vadeli ve geniş ölçekli bir nitelik taşıdığına da özellikle belirtilmesi gerekir. Taktik, belirli zaman ve mekandaki verili koşullar altındaki kısa vadeli hedeflerle ilgiliyken, strateji sürekli değişen koşullar altındaki uzun vadeli hedeflerle ilgilidir. Dolayısıyla, taktik değişen koşullar altında atılacak adımlardan ziyade uzun soluklu bir projenin parçası olan sınırlı ve standart evrelerde yapılacakları ifade eder (Farazmand, 2007, s. 4–8). O halde, stratejik yönetimin temelinde, örgütlerin hızla ve belirsiz şekilde değişen çevrelerine ve dünyaya uyum sağlamak için oluşturduğu uzun vadeli planlama ve yönetim gerekleri bulunmaktadır. Bu durum, “stratejik planlama”yı merkeze alan bir yönetim anlayışını beraberinde getirir. Daha sonra, örgütün kısa ve uzun vadeli hedeflerine ulaşması için gerekli girdilerin dağıtımı ve kimlerin hangi pozisyonlarda görev alacağını belirlediği “kaynak yönetimi” safhası gelmektedir. Son olarak, kontrol ve değerlendirme süreçlerini içeren “denetim” aşamasına gelinir.

Stratejik yönetimin öncelikli hedefi örgüt için hayati ve uzun vadeli konularda mümkün olan en doğru kararları almaktır. Bu durum, yöneticilerin, örgütün uzun vadeli ihtiyaçlarını belirleme, bu ihtiyaçları karşılamak için politika tasarlama, bu politikalar çerçevesinde gerçekleştirilen uygulamaların sonuçlarını öngörme ve gelecekte uygulamaların olumlu yönlerini en üst düzeye çıkarırken olumsuz yönlerini en aza indiren stratejiler formüle etme amacıyla hareket etmelerine neden olur (Steiss, 2003, s. III–IV).

Stratejik açıdan modern ulus-devlet, bir bütün olarak halkın iradesini yine kendini yönetmek için kullanabildiği, kamu hizmetinin bürokratik örgütlenme aracılığıyla yürütüldüğü ve siyasetin kaynakları kamu yararı adına dağıtma amacıyla hareket eden bir örgüt görünümü çizer. Bu bakımdan, modern ulus-devletin stratejik amacı, özgürlük ve eşitlik dengesine dayalı istikrarlı bir toplumsal yapıya kavuşmaktır. Bu amaç doğrultusunda, kendi kendini yönetirken kamu hizmetlerini standart hale getirmek yapılacak en önemli tercihlerden biri olacaktır. Amaca ulaşmak ve araçları amaç adına seferber etmek içinse kamu yararını odağa alan bir yönetsel mantığın işletilmesi gerekmektedir.

Verimlilikten Kamu Yararına

Sosyal bilimler dağarcığındaki pek çok kavram gibi, anlamını bağlamı dolayısıyla inşa eden kamu yararı kavramı, 1789’daki Fransız Devrimi’nin hemen öncesinden başlayarak mayalanmış ve devrim sonrasında ise pratik ve teorik olarak tam anlamıyla hayat bulmuştur. Kavram, monarkın tekçiliği ve bu tekçiliğe meşruiyet sağlayan olağanüstü niteliklere eş anlamlı bir eleştiriyi içermesi dolayısıyla özünde bir ‘genellik’ ifadesidir. Bununla birlikte, bu genelliğin somutlaştığı yönetsel konum ve meşru zemin ‘hanedanlar’ değil bizatihi halkın kendisidir. Bu bakış açısı, Fransız Devrimi’nden bugüne kadar çeşitli değişimler geçirse de temel niteliklerini korumaya devam etmektedir (Çamurcuoğlu, 2021). Bu çerçevede, modern ulus-devletlerin stratejik niteliği uzun vadede kamu yararını sağlamak olarak tanımlanabilir (Rousseau, 2013). Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Beyanname’sinde (1789) ifade bulan “yasa, kamu yararadır” anlayışı ve yasanın “millî meclis” tarafından yapılacağına olan genel inanç, modern ulus-devletin stratejik amacının ve bu stratejinin somut ifadesinin nerede konumlanacağına dair yönetim mantığını açığa vurmaktadır.

1970’lerdeki petrol krizi, ‘bagajlarla dolu’ kamu yararı anlayışından çıplak bir verimlilik anlayışına doğru kayan yönetsel mantık ile popülist siyasî liderliklerin kural ve kurumları dışlayıcı yönelimlerinin çakışmasına ve modern ulus-devletin stratejik amacında bir gerilemeye neden olmuştur. Böylece kaynak dağıtımı ve kamu hizmetlerine, kamu yararı çerçevesinde yüklenen duyarlılık ve sorumluluk geriliminin kamu yararına işleyen bir yönetim mantığı aracılığıyla azaltılmasına yönelik çaba geri plana itilmiştir. Bu çerçevede, 1980’lerden itibaren hâkim olan verimlilik odaklı kamu yönetimi yaklaşımı, sosyo-ekonomik eşitsizliklere nötr kalarak kaynaklara erişimdeki ‘devlet dışı’ engelleri görmezden gelme eğiliminde olmuştur. Popülist partizan siyasî eylem tarzı ile verimlilik odaklı yönetim mantığının kesiştiği bu nokta, böylece, modern ulus-devletin yönetsel niteliklerini

klientelizmin etkisine açık hale getirmiştir. Klientelist mantığın sirayet ettiği siyasî liderliklerin kaynak dağıtımındaki etkisi, sosyo-ekonomik alanda yaşanan eşitsizliklerin derinleşmesi olmuştur.

Dezavantajlı toplumsal grupların kamu hizmetlerine erişimini kısıtlayan ve yaşam şartlarını daha da zorlaştıran bu durum, özellikle pandemi sürecinde “sosyal mesafe” kavramının anlamını yeniden düşünmeyi gerektirmektedir. Bu dönem, aynı zamanda, kamu yararı odaklı bir yönetim zihniyeti değişimi için Hobbes’un (1993) “düzen sağlayıcı kriz” şeklinde ifade ettiği bir dönemi de işaret edebilir. Diğer yandan, verimlilik ve kamu yararı perspektiflerinin hangisinin yönetime hâkim olacağı, doğrudan kaynak dağıtım sorumluluğunu üstlenen siyasî liderlik tarzıyla ilgilidir.

Bu çalışmada ele alınan ABD örneği, stratejik kaynak yönetimi ve partizan-popülist kaynak yönetimi arasındaki farkı, toplumsal aktörlerin reaksiyonunu da içeren siyasî liderlik tarzını yansıtan ve bir kriz anında açığa vuran siyasî üslup üzerinden açıklama amacındadır. Jenkins, kategorik olarak yapılan ve kaynak dağıtım tarafından biçimlendirilen toplumsal faillerin tercih ve eylemlerini diğerlerini kategorize ederek gerçekleştirdiği iddiasındadır. Çünkü, ona göre, sosyal kategoriler anlamlı referans grupları olarak siyasî aktörlerin eylemlerini etkilerler (Jenkins, 2014, s. 112). Pandemi süreci, popülist siyasî liderliğin verimlilik için klientelist aparatları nasıl işlettiğinin gözlemlenebilmesi açısından dikkate değerdir. Popülist liderliğin inşa ettiği, ‘biz’ kategorisi kamu yararının genele referans veren mantığından ayrı bir siyasî eylemi vaaz eder. Siyasî liderliğin toplumu kategorileştirmesinin sonuçları, her şeyden önce, onun söylevlerinde ve üslubunda hayat bulmaktadır. Bu nedenle, çalışmanın kapsamı ve sınırlılıkları da düşünülerek temsili bir metin seçimi yapılmıştır. Ancak, metnin söylemsel analizine geçmeden önce popülist siyasetin kaynak dağıtım üzerindeki etkileri konusunda belirli noktalara açıklık getirmek gerekir.

KAYNAK DAĞITIMININ POPÜLİST NİTELİĞİ ve POPÜLİST SİYASET

II. Dünya Savaşı sonrasına kadar “popülist” olmak, pejoratif anlamından uzak şekilde siyasî yelpazenin farklı noktalarında konumlanmış pek çok parti için üstlenilebilir bir sıfat olarak görülüyordu. Öyle ki, Devrim öncesi Fransa’da yazar Chevalier de Louis Jaucourt, 18.yy’da halkın ulusun en “saygın” parçası olduğunu ifade ediyordu. Bununla birlikte, tüccarlar, avukatlar ve edebî zürefa halktan ayırdır, halktan geriye bir gün işçi ve köylülerden başka bir şey kalmayacaktır (D’eramo, 2013, s. 5–10). Jules Michelet ise 1846’da “salon efendisi azınlığa karşı” halkı özverili ve insanlık vasıfları taşıyan genel topluluk olarak tanımlamıştır. Le Bon, 1894 ve 1895’te kitle-kalabalık gibi kelimeleri halk ile daha yakın anlamda kullanarak halkın “anti-rasyonel ve suça meyilli” bir kalabalık olma potansiyeline vurgu yapmıştır (D’eramo, 2013, s. 10). “Popülist” kavramının ilk entelektüel-politik kullanımı, 1898’de “The Nation” dergisinde Kansas eyaletinin bölünmesi hakkındaki tartışma üzerine çıkan bir makalede farklı tarafları tanımlamak için bir tarafa “republican” ve diğer tarafa “popülist” etiketi koyulmasıyla gerçekleşmiştir (Jager, 2017, s. 311). 1929 Ekonomik Buhranı ve iki savaş arasında deneyimlenen totaliter rejimler, dünya çapında, halka yönelik politik bir seferberliği yeniden gündeme getirmiştir. 1936’da ABD’de Demokratlar başkanlık kampanyasını “ekonomik kraliyetçilik karşıtlığı” üzerine kurarken, halka ve halkın çoğunluğu olarak gördükleri alt gelir grubuna seslenmişlerdir. Ayrıca, Franklin Roosevelt, 1936’da Madison Square Garden’deki konuşmasında, kendisini işsizler ve ayaktakımının iktidara taşıyacağına yönelik eleştirilere “Artık biliyoruz ki, organize parayla (ekonomik oligarşi) kurulan hükümet, organize ayaktakımı tarafından kurulan hükümet kadar tehlikelidir” ifadesi ile yanıt vermiştir.⁴ II. Dünya Savaşı’nın bitişiyle birlikte, ‘kitle siyaseti’ ve popülist siyaset tarzı ara kurumların yetersiz kalacağı ve doğrudan kurulan lider-kitle ilişkisinin aşırılaşma sebep olacağı yönündeki değerlendirmeler nedeniyle pejoratif bir anlam kazanmıştır. Böylece, siyasal meşruiyet veya D’Eramo’nun ifadesi ile “yaşamsal merkez”, hukukun üstünlüğü ve kuvvetler ayrılığı ilkesine dayalı yeni bir veçheye kavuşmuştur (D’eramo, 2013, s. 21).

Yukarıda özetlendiği şekliyle, halkın (people) politik kullanımındaki semantik serüven, popülist siyasetin tanımını da doğrudan etkilemiştir. Jager, 1980’lerden itibaren kavramın monist, müzakere ve uzlaşma kültürüne ayak direyen ve liberal demokratik kurumsallaşmaya karşıt bir pozisyonun temsili olduğuna dikkat çekmiştir (Jager, 2017, s. 310). Norman Pollack ise II. Dünya Savaşı sonrası popülizme yönelik küçümseyici tavrın, popülizmin radikalizmin bir türü olduğu varsayımından ileri geldiğini dile getirmiştir (Pollack, 1965, s. 61). Savaş sonrası dönemin çoğulcu demokratik değerleri ile popülist siyaset arasındaki, Antonio Gramsci’nin (1971) ifadesiyle “national-popular” olma mücadelesinin yarattığı gerilim popülizme yönelik bu küçümseyici tavrın kaynağıdır.

⁴ <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/october-31-1936-speech-madison-square-garden>

1980 sonrasında eskisinden farklı bir popülist dalganın yükselmeye başladığı görülmüştür. ABD’de neo-liberalizm ve neo-muhafazakârlık bağlamında yükselen bu popülist dalga, kimlik siyaseti ve küreselleşmenin meydan okumasına karşı, statükocu toplumsal kesimlerin bir koalisyonu olarak ortaya çıkmıştır. ABD’deki kozmopolit kültürel yapının gözle görülür talepleri ve diğer ülkelerle ekonomik rekabetteki tartışılmaz üstünlüğünün sarsılmasının⁵ ardından popülist siyasî tavır, muhafazakâr gruplar içinde etkili bir şekilde yer bulmaya başlamıştır.

Popülizmin bu değişken semantik ve sosyolojik yolculuğu, kaynak dağıtımında siyasî liderliğin ve siyaset tarzının rolünü de ortaya koymaktadır. Kaynak dağıtımı ve popülizm arasındaki ilişki, popülist liderlikler ve siyaset tarzının dışlayıcılığı üzerinden kurulur. Bu nedenle, ‘popülist-partizan’ ifadesi özellikle kullanılmıştır. Bu çerçevede, popülist-partizan siyaset, Ernesto Laclau’nun (2007) kullandığı anlamda, farklı konjonktürlerde ortaya çıkabilen “halkçı” bir moment ve söylemden ziyade, iradesi önünde engel tanımayan siyasî liderlik tarafından pragmatik ihtiyaçlar doğrultusunda ve partizanca yerleşik kural ve kurumların görmezden gelinmesi, hukukun üstünlüğü ilkesinin sistematik olarak ihlali ve kamu yararının verimlilik karşısında ikincilleştirilmesi anlamında kullanılmaktadır.

Popülist siyaset, kaynak dağıtımı üzerinde popülizmin farklı bağlamlarda farklı biçimler alabilen iki temel niteliği aracılığıyla etkili olur. Bunlardan birincisi, popülizmin temelinde yer alan ve içeriği sürekli değişen “halk” ve “öteki” arasındaki kurucu karşıtlık ile ilgilidir. Bu bağlamda, kendisini iktidarda tutacak ya da mevcut iktidarını sağlamlaştıracak her türlü ‘verimliliği’ hedefleyen popülist siyasî liderlik, uzun vadeli politikalara odaklanan, kamu yararını temel ilke olarak belirleyen toplumsal süreçler sonunda biçimlenmiş kural ve kurumları çoğunlukla hâkim elit konumlar olarak görür. Bu nedenle, hâkim elit konumların halkın iradesi lehine ‘arkasından dolaşılması’ popülist siyasetin bir gereğidir. İşte, tam olarak bu noktada, kaynak dağıtımının siyasî niteliği hem anti-elitist hem de ‘halkçı’ bir karakter kazanır. Ancak, kaynak dağıtımı noktasında önemli olan, sadece “ötekinin” belirlenmesi değildir. Popülist siyasî performans içinde, halkın belirli bir bölümü ya da iktidar destekçilerinin ‘gerçek’ halk olarak imlenmesi her popülist momentte yeniden inşa edilir. Bu bakımdan, kamu ya da genelin iyiliğine yönelmiş kamu yararı, evrensel olana referans vermesiyle popülist siyaset tarzıyla genel bir doku uyumsuzluğu içindedir. Popülist siyasette, kamu yararı yerine, yeniden inşa edilen gerçek halka yönelen hizmetlerdeki etkinlik ve verimlilik vurgusu ön plandadır. Böylece, kaynak dağıtımı popülist söylemdeki ‘gerçek’ halkın ihtiyaçları doğrultusunda gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

İkincisi, popülist-partizan siyasete karakterini kazandıran “klientelizm” ile ilgilidir. Burada klientelizmden kast edilen, sanayileşme öncesi geleneksel toplumlarda gözlemlenen doğrudan asimetrik güç ilişkilerinden çok modern demokratik bağlamda belirli avantajların, mal ve hizmetlerin belirli kişi ya da gruplara dağıtılmasıdır (Berenschot & Aspinall, 2020). Popülist liderlik ve siyaset tarzı bu noktada kurucu bir şekilde devreye girer: müşteriler (klientler) aynı zamanda halk olarak inşa edilir. Başka bir deyişle, ‘halk’ ve ‘müşteri’ kimlikleri siyasî liderliğin siyasî gündemi doğrultusunda ‘yurttaş’ kimliği hilafına dolaşıma sokulur. Bu noktada kaynak dağıtımı, klientelist olduğu ölçüde siyasî bir nitelik kazanır. Böylece, yürütülen siyaset tarzı partizan-popülist hale dönüşmüş olur.

Müller’e göre, popülist liderlerin stratejileri, açıkça ve meşru bir şekilde popülistlerin ‘gerçek’ halkına, siyasî destekleri karşılığında maddî kazançlar veya maddî olmayan bürokratik avantajlar sunmak üzerine kuruludur (Müller, 2019, s. 16). Klientelizm, aslında birer seçmen olarak yurttaşların bir siyasî lidere ya da partiye destekleri koşuluyla doğrudan ödemeler, istihdam, mal ve hizmetlere ayrıcalıklı erişim gibi karşılık elde ettikleri, seçmenler ve siyasetçiler arasındaki alışverişin özel bir türü olarak yönetimin partizanlaşmasının konusudur. Bununla birlikte, popülizm farklı siyasî aktörlerin ve seçmenlerin paylaşabileceği bir ideolojyken klientelizm esas olarak siyasî erki elde etmek ve kullanabilmek için (farklı ideolojilerden) liderler ve partiler tarafından yararlanılan özel bir tür siyaset anlayışıdır (Mudde & Kaltwasser, 2019, s. 19). Bu bakımdan, klientelizmin popülist siyasetin hâkim kaynak dağıtım biçimi olduğu iddia edilebilir.

Popülist-partizan siyasî liderlik, halk iradesi dolayısıyla, kendi iradesini kurallara ve kurumlara karşı kurar. Bu tarz liderliğin kaynak dağıtımına müdahalesi, kamu yararından çok verimlilik mantığına dayanan halkın çıkarı ilkesi, ki bu halk aynı zamanda ‘müşteridir’, doğrultusunda gerçekleşir. Bu müdahale, doğası gereği partizan ve dışlayıcı olduğundan, doğrudan siyasî bir nitelik taşır. Bu çerçevede, başında siyasî liderliğin yer aldığı klientelist ilişki ağları siyasî kaynak dağıtımının merkezi olarak ortaya çıkar. Popülist siyaset ve kaynak dağıtımı arasındaki ilişki, böylece, klientelist ağlar oluşturularak, ‘gerçek’ halk kategorisine kimlerin dâhil edileceği sorusu üzerinden kurulmuş olur.

⁵<https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/562761468762881153/the-world-bank-annual-report-1990>

Krizler, sadece partizan-popülist siyasî liderliklerin siyasî kitle desteğini seferber etmeleri için değil, aynı zamanda kurumsal kısıtlamaları aşarak bütün gücü kendisinde toplamak isteyen karizmatik liderler için de özel zamanlardır (Madsen & Snow, 1991). Böyle bir krizi işaret eden Covid-19 Pandemi'si döneminde, popülist liderler, “siyasal alanı daraltıp, karar alma süreçlerini tamamen merkezileştirerek alternatif siyaset yapma ve örgütlenme/dayanışma girişimlerini durdurmak istediler. (...) Ve çoğunlukla salgınla mücadeleyi değil, ‘mücadelede başarı’ algısını önceleyerek kontrolün sadece kendilerinde olduğu imajını beslediler” (Öztaş, 2020, s. 431). Tam olarak bu çerçevede, Donald Trump’ın pandemi dönemindeki partizan-popülist liderliği, siyahî Amerikalıların ‘gerçek’ halk kategorisinden dışlanarak “ötekinin” sınırlarına sürüklenmesinin ve kaynak dağıtımının siyasallaşmasının açık bir örneğini sunmaktadır.

PANDEMİ İÇİNDE PANDEMİ: ABD’DE SOSYAL MESAFENİN POLİTİK ANLAMI⁶

Dünya Sağlık Örgütü’nün (DSÖ) 11 Mart 2020 itibarıyla Covid-19’u küresel salgın olarak ilan etmesi ile 25 Mayıs 2020 tarihinde siyahî George Floyd’un öldürülmesi arasındaki süre partizan-popülist siyasetin tezahürlerini analiz etmek bakımından önemli bir uğraktır. Hem pandemi sürecinde yaşanan protestolar hem de George Floyd’un öldürülmesi sonucu ortaya çıkan toplumsal infial, salgının tetiklediği kriz dönemini derinleştirerek çok katmanlı bir hale getirmiştir. Protestocuların, hastalıktan ölme riski ile polis tarafından öldürülme riskini eşit görmesi, toplumsal alandaki gerilimin en önemli göstergelerinden biri olarak görülebilir. Bu bakımdan, toplum pandemi süreciyle birlikte “sosyal mesafe” kavramının negatif anlamlarını yeniden hatırlatacak bir dizi göstergeye sahip olmuştur. Bunlar arasında, ‘Beyaz olmayan’ Amerikalıların orantısız polis şiddetine maruz kalmaları, işten çıkarılmada öncelikli görülmeleri, güvencesiz çalışmaya zorlanmaları ve hastalığa karşı sağlık hizmetlerine erişimde güçlük yaşamaları sayılabilir (Stolberg, 2020).

Covid-19, ABD’nin sağlık altyapısı ve iş olanaklarının zayıf olduğu bölgelerinde toplumsal problemlerin daha çok hissedilmesine neden olmuştur. Bu durum, kaynak dağıtımında nasıl bir siyasî liderlik tarzının benimseneceği, yönetsel mantığın kamu yararını mı yoksa verimliliği mi tercih edeceği konusunda bir karmaşa ortaya çıkarmıştır. Toplumsal olarak dezavantajlı grupların ‘hayatta kalmak’ için gerekli tıbbi kaynaklara ve hizmetlere erişiminde hükümetin dağıtıcı rolü olağan dönemlerdekinden daha önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla, siyasî liderliğin hangi kaynakları kimler için ulaşılabilir kılacağı, sosyal mesafenin tanımda da değişikliklere neden olmuştur.

Salgının beraberinde getirdiği problemler ve sağlık politikalarına yönelik eleştiriler, özellikle Trump destekçisi Cumhuriyetçi bölgelerdeki olumsuz koşullar nedeniyle Beyaz Saray’ın dikkatini çekmiştir (McCarthy, 2020). Salgının etkileri, dezavantajlı grupların siyasal iktidara erişimini, dolayısıyla kaynak dağıtımından pay alma olasılıklarını azaltarak, modern devletin stratejik amacı olan eşit ve özgür bir ulus kurma amacından daha da uzaklaştırmıştır.

Wright Mills’in *İktidar Seçkinleri* (1974) çalışmasından itibaren dikkat çeken partizan kaynak dağıtımına odaklanan siyaset anlayışı, 2016 yılındaki seçimlerden beri süre giden politik tartışmaları, bütün farklı tanımlama çabalarına rağmen popülizm kavramında düğümlenmekte, popülizm bağlamını göz ardı eden bir politik analizi mümkün kılmamaktadır. Asıl sorunsala, yani, sosyal mesafe kavramının ekonomik ve kültürel-biyolojik ayrımcılık temelinde işleyen biçimine dönüşecek olursa, yukarıda değinildiği gibi, halkın kimlerden oluştuğu, kimlerin halk kategorisine dâhil edileceği ve/veya kimlerin bu kategoriden dışlanacağı büyük önem taşımaktadır. Modern devletin kamu yararı mantığı ile yönetilen eşit, özgür ve dayanışma içindeki ulus yapısı “halk” ile “kamuyu” (geneli) örtüştürmektedir (Rousseau, 2013).

Verimlilik mantığı ile idare etme eğiliminde olan popülist-partizan siyasî liderlik için halk, iktidar odağının kendisinden olanı içerir. Laclau’nun ifade ettiği gibi (1983, s. 118) iktidar bloğu içinden konuşan Trump’ın, ‘gerçek’ halk olarak barışçıl gösteri taraftarı olan hukuka saygılı vatandaşları işaret etmesi, dolayısıyla protestocuları ‘halk olmayan’ olarak kurgulaması popülist-partizan bir retorikğin örneğidir. Kaynak dağıtımında üslup ve kavrama yüklenen anlam, halkın kim olduğu doğrultusunda yapılandırılmaktadır. Bu çerçevede, Trump yönetiminin konumlanışını temsil eden bir metne başvurmanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

2016 ABD Başkanlık Seçimlerine yönelik olarak yapılan bir ankette, Trump’a oy vereceğini söyleyenlerin taşranın veya büyük şehirlerin yüksek gelirli kesimlerinde yaşayan ve genellikle 50.000 ABD Doları ve üstü yıllık gelir sahibi olan erkek seçmenler oldukları, seçmenlerin dini ve ulusal bağlarını vurguladıkları, bununla birlikte sınıfsal bir vurgu yapmadıkları görülmektedir (Huang vd., 2016). Genellikle 45 yaş üstü olan bu seçmenlerin, üniversite ve altı düzeyde eğitim düzeyine sahip olması, onların siyasi taleplerinin yoğunlaştığı alan hakkında belirli bir yoruma imkân tanımaktadır. Öncelikle, seçmenlerin taşralı ya da şehirliliği orta sınıf, orta sınıfa yakın vasıflı

⁶ Bu bölümün başlığı New York Times’ta Sherly Gay Stolberg’in 7 Haziran 2020 tarihli yazısının başlığından esinlenilerek belirlenmiştir.

işçi ve ara eleman olan beyazlardan oluşmaları, siyasî talepleri ve bu talepleri karşılayacak politikalar arasındaki katılığı ya da esneklik payını göstermesi bakımından önemlidir. Göçmenlerin yarattığı sorunlar ve federal hükümetten kaynaklanan ekonomik darboğazın, “eskiden büyük olan” Amerika’yı ‘gerçek’ halktan çalması olarak yorumlanması ve aslında tikel olan pek çok problemin belirli bir eşdeğerlik zinciri içerisinde hegemonize edilmesi, Cumhuriyetçi adayın “yeniden büyük Amerika” sloganını dolaşıma sokmasıyla politik bir anlama kavuşmuştur. Bu anlamda, hem bir kaybı hem de umudu, hem sorunu hem de çözümü içinde barındıran slogan doğallığı, retorığı ve mobilizasyonu ile bir ‘halk’ı imleyebilmeye imkan vermesi ölçüsünde popülist bir kavrayışa sahiptir. Ancak ‘gerçek’ olarak talepte bulunanlar ile bunun dışında ya da ‘öteki’ olarak görülenlerin talepte bulunması arasında hak sahibinin kim olduğunu belirleyecek bir sınır çizgisi mevcuttur. Trump’ın “Make America Great Again” söylemi, nostaljik bir çağrışım ile tazelenme için gerekli desteği verme arzusunun aynı potada bir araya getirmektir. Ancak, “America the Great” geneli ifade etmemekte belirli bir bloğu kapsamaktadır.

Trump’ın 1 Haziran 2020 tarihli konuşma metni, yönetimin halk tasavvurunu ve buna bağlı olarak popülizm ekseninde yürütülen tartışmanın ABD’deki görünümünü belirli oranda açığa çıkarması açısından önem taşımaktadır. Trump, konuşmasına Amerikan halkının bir üyesi olduğunu söyleyerek başlamakta ve ardından en temel görevinin ülkeyi ve halkı korumak olduğunu ifade etmektedir. Trump, böylece, kitle psikolojisi açısından Freud’un (1975) örtük olarak değindiği, lider ve kitle arasındaki bağın önceliğini birinci ağızdan teyit etmektedir. Bununla birlikte, Trump kendini hem halkın hem de iktidar bloğunun sorumluluk sahibi bir üyesi olarak sunmaktadır. Birinci tekil şahıs temelinde işleyen politik üslup pek çok popülizm eleştirmeninin özellikle dikkatini çeker (Urbinati, 2019). Aidiyet ve sahiplik kiplerinin, birinci tekil şahsın ağzından iç içe sunulması bir özdeşlik mantığının ürünüdür. Onun sıradan olmayan, imtiyazlı bir gücü sıradan insanlar için elinde tuttuğu izlenimi, kendi benlik sunumunun toplumsal taleplerin tatmini noktasında yeterli olduğu izlenimi uyandırır. Çünkü o, benliğinde kendisine yönelecek talepleri ve bunları tatmin yetisini bir arada barındırmakta olduğu iddiasındadır.

Trump, konuşmasında polis şiddeti ve George Floyd’un öldürülmesi konusunda, bütün Amerikalılarla aynı kanaatte olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre, atılması gereken bütün adımlar atılmaktadır. Temenni ve vaatlerini sunmasının ardından, protestoların barışçıl amaçların dışına çıktığını ve barışsever yurttaşlara zarar vermeye başladığını öne süren Trump, protestocuları ‘gerçek’ halk olarak görmediğini, ‘gerçek’ halkın hukuka saygılı vatandaşlar olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanında, kendisinin her Amerikalı gibi barışçıl tüm gösterilerin müttefiki olduğunu öne sürmektedir. Böylece, hukuka ilk başta kendisinin saygılı olduğu kanaatini gölge ileti olarak dolaşıma sokarak, ‘gerçek’ halkın kim olduğu ve nasıl bir politik duruş göstermesi gerektiğine ilişkin imgelemi somut duruma uygun şekilde üretmektedir. Trump hegemonik konumlanışını ortaya koyarken, Amerikan tarihinde köklenmiş olan özgürlük ve barış simgelerini kültürel refleksleri harekete geçirecek şekilde devreye sokmaktadır. Ayrıca, o, işsiz kalan kesimlere sunulacak desteklerin ve istihdam vaatleri ile de acil telafi olanaklarının kendi elinde olduğunu, bunun 2011-2016 arası dönemden çok daha iyi bir tablo altında gerçekleştiği imajıyla beraber sunmaktadır. Dolayısıyla, Covid-19 pandemisi ve ırk ayrımcılığının aynı anda deneyimlenmesine neden olan kriz durumu altındaki topluluğa, kendi şahsında bir model yaratma ve umut hikayesi sunma çabası geçmiş politikalara referansla aktarılmaktadır.

Trump, açıklamasında bu eylemlerin barışçıl olmadığını, eyleme öncülük edenlerin ‘dahili teröristler’ olduklarını ifade ederken insanlığa ve tanrıya karşı masum hayatları karartarak suç işlendiklerini dile getirmektedir. Trump’ın bu söylemi, siyasete yönelik kavrayışının bir başka yönünü açığa vurmaktadır. Başında bulunduğu iktidar bloğu cephesi, kriz anlarındaki politik kıpırdanmayı “partizan-popülist” bir perspektifinden değerlendirmekte, paysızların, görünmeyenlerin seslerinin kışkırtıcı niteliğini vurgulamaktadır (Ranciere, 2016, s. 71-72).⁷

Trump, ABD’nin neye ihtiyacı olduğunu ve buna bağlı olarak neyi reddetmesi gerektiğini de belirli bir antagonistik sınır içerisinde ifade etmektedir: Ona göre, ABD’nin yok etmeye değil yaratmaya, hor görmeye değil birleşmeye, anarşiye değil güvenliğe, nefrete değil ılımlı olmaya, kaosa değil adalete ihtiyacı vardır. Burada dikkat çeken nokta, bu ikiliklerin ortalama bir Amerikan vatandaşının kabul edeceği bir karşıtlık içinde oluşturulmuş olmasıdır. Halk oldukları iddiasıyla sokakları dolduranlar, aslında, adaleti ve güvenliği tercih etmeyen, nefreti ve anarşiyi yaşam tarzı edinmiş özsel olarak kötü, tanrının lanet ve gazabını üzerlerine çekmiş ve hatta yabancı

⁷ Ranciere, polis ve siyasal olarak siyasetin anlamına yönelik bir ayrımı sahiptir. Benzer şekilde, Laclau da (2007) ontolojik ve ontik ayrımı yapar. Laclau, popülist hareketleri iktidar bloğunun dışında olması yönüyle ontolojik kategorisinde değerlendirir. Ontik olan ise yönetim, mevcudun idaresi anlamında düşünülmelidir.

güçlerle –bu olaylarla ilgili kendi sosyal medya hesabından “CHINA!” yazması hatırlanmalıdır- işbirliği içindeki kişilerdir.⁸

Her eyaletin, ulusun bütününe karşı bir komplo içinde olduğunu ifade eden Trump, bütünün gerçekliğini bir tek kendisinin kavradığını öne sürmektedir. Popülist siyasetin geneline hakim olan ‘bütün’ adına konuşmadaki monist tavır, burada da kendini açığa vurmaktadır. ‘Bütünün’ ya da ‘gerçek’ halkın kim olduğunun tanımlanması monist bir zeminde işlediğinde kaynakların partizanca dağıtımı için koşulların oluşmaya başladığı ifade edilebilir. Kimin ‘içeride’ kimin ‘dışarıda’ kalacağı, kaynakların kim tarafından hangi ölçüte göre kullanılacağıyla yakından ilişkili bir konudur. Eğer, ‘bütünü’ tanımlama monist bir bakış açısı ile yapılırsa o zaman, kaynak dağıtımında stratejik yönetim normları yerine popülist-partizan liderliğin verimlilik normları daha fazla öne çıkmaya başlar. ABD’nin çoğulcu kurumsal mekanizmaları, bu kriz anında, ulusun bütünü adına konuşma hakkının başkanda cisimleşmesiyle bir karşıtlık oluşturarak, politik alanın kurallarının yeniden ve partizan-popülist bir tarzda tanımlanma ihtiyacı doğurmuştur. Trump, bu konuşmasıyla, tıpkı Louis Bonaparte’ın veya herhangi bir Bonapartist’in kendine yakıştıracığı bir tonda, ‘bütün’ adına konuştuğunu, yani, gerçek ontolojik konunun hegemonik sözcüsü olduğunu ortaya koymaktadır.

Son olarak, Trump, asla nefret ve kızgınlık içinde olmadan, şiddet ve zalimlik saltanatına son vereceğini, ancak o zaman gerçekten özgür bir ülke olunabileceğini ifade etmektedir. Burada, aslında yasanın şiddetinin yasa dışının sesinden daha az zararlı olduğuna yönelik genel sağduyuya referansla, devlet şiddetine atfedilen olumsuz imgelemi reddetmektedir. Kriz dönemindeki protestoların üstesinden gelmek için, kamusal güvenliğin bir hak olmaktan çok bir kaynak olarak, siyasî liderlik dolayımından işleyen bir dağıtım mekanizması içerisinde herkese değil, kendi taraftarlarına aktarılması ve kamu sağlığına yönelik acil politikaların yine aynı mantıkla uygulanması, ‘yasaya’ yapılan vurgunun bir tür manipülasyon olduğunu düşündürmektedir. Yasa, partizan-popülist siyasetin stratejik amaçlarının somut ifadesi olmakla birlikte, iktidarın korunması için bir ‘kaldıraç’ haline gelmiştir.

SONUÇ

Trump, meşru kurumlar ve yasalarla hegemonik bir konum elde etmeye ve bu konumu korumaya çalıştığı ölçüde, halkla partizan-popülist siyaset tarzının dışında bir dolayımından ilişki kurmaya çalışmıştır. 2016 seçimlerinden sonra yapılan zafer konuşmasında kullanılan “come together as one”⁹(bir olma) ifadesi Trump’u söylemlerinden de gözlemlenebileceği üzere belirli derecede popülist bir lider olarak konumlandırmıştır. Ancak, 2020 Haziran’ında gelinen nokta, neredeyse ‘doxa’ haline gelmiş bir ırkçılık ve derin bir ekonomik bölünmüşlikle somut hale gelerek tam bir partizan-popülist moment olmuştur.

Amerikan siyasetini katastrofik hale getiren pek çok sorunsal partizan-popülist siyaset tarzına uygun ‘halkın’ inşa edilmesi çabasıyla bir arada düşünülmelidir. Kıtanın sömürgeleştirilmesi ve ABD’nin kuruluşunun eşliğinde oluşturulan çeşitli yasal belgeler, öncelikle “insan” ve “yurttaş” kavramlarının somut anlamlarının muğlaklığı ile maluldür. Temsil hakkının massettiği bireylerin gerçekte kimler olduklarına yönelik muğlaklığa rağmen, özgürlüğün yasal ve kurumsal tezahürleri çoğu bakımdan esnek bir çerçeve sunmaktadır. Bu esneklik ve beraberinde getirdiği genişletilmiş kurumsal çevre, iktidar ilişkileri ile dolmakta ve politik alanda temel meşruiyet kaynağı olan halkın temsili ile anlam kazanmaktadır.

Demokrasi güneşi, ‘ethos’ bulutlarından bağımsız bir şekilde ‘demos’un üzerinde parladığında berrak bir atmosfere açılır. 21. yüzyılın politik karşı çıkışları, alışılmış olanın politik bir patoloji olarak reddinin, yani normal dışının küresel çapta hızla yayılmasıyla bir nevi sosyal pandemi olarak algılanmasına neden olmuştur. Gerçekte olan ise popülist siyasî liderliklerin hakimiyeti altındaki verimliliği şiar edinmiş kamu idaresinin yarattığı sosyal pandemidir. Popülist liderliklerin verimlilikten anladıklarının kendisini var eden klientelist ağları genişletmek ve bunun karşılığında siyasî iktidarlarını daha sürdürülebilir kılmak olduğu düşünüldüğünde, siyaset, müzakere ve kamu yararı adına hareket edilen bir alan olma niteliğini büyük ölçüde kaybeder. Böylece, siyasal alanın kamu yararının en üst düzeyde gerçekleşmesi için bir müzakere alanı olduğu fikri ‘enfekte’ olur ve salgın siyasî alanı da etkisi altına alır.

ABD’de yaşanan olaylar, itiraf edilemeyen ama varlığından her an haberdar olunan sezgisel sorgulamaların su yüzüne vurması olarak değerlendirilebilir. George Floyd ile polis memuru arasındaki fiziksel ilişki, ABD toplumundaki sosyal mesafenin sezgisel düzeyini aşan, açıkça politik bir görünümüdür. Polis memurunun dizi ile Floyd’un kafası arasındaki mesafe, Trump’un siyasî liderliğinde somutlaşan, iktidar bloğu ile halk arasındaki

⁸ Ayrıca bkz. Trump (2020) “CHINA!” <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1266354084036194306>

⁹ Bu ifade Claude Lefort’un (1986) “people as one” (kitlelerin bir topluluk olarak halk haline gelmesi) kavramlaştırması ile birlikte düşünülmelidir.

asimetrik ilişkinin, yani politik bir sosyal mesafenin marjinal görüngüsü olarak kabul edilebilir. Bu görüngü, aynı zamanda, iktidar olanın çıplak gücü ile halkın 'lisan-ı hâlinin' analogik tasviridir. Covid-19 pandemisi ve Floyd'un öldürülüşü ile açığa çıkan kriz, kendinde bir vaka olmanın ötesinde, kendi varoluşunu sorgulayan ve Arendt'in (1994) kavradığı şekilde 'görünmeyenlerin' görülmesi anlamında 'pandemi içindeki pandemi' açığa vurur. Bir ülkede gölgelerin boyunun insanların boyunu geçtiğinde o ülkede 'güneşin' battığını söyleyen bir Kızılderili atasözünden hareketle sorulması gereken soru şudur: politik olanın, her şeyden önce, varlığını bir başka öznenin varlığına bağladığı ölçüde 'terk edilmemiş' olan olduğu düşünüldüğünde, kendisini gölgeler içinde bulan bir halkın kendi karanlığından başka kaybedecek neyi vardır?

Kriz dönemlerinde kaynak dağıtımının siyasî liderlik ve yönetim mantığı açısından sorgulanması ve bunun siyasî liderliğin üslubu üzerinden ele alınması, toplumdaki iktidar ilişkilerinin sorgulanmasına imkân tanınması bakımından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, dağıtıcı iktidar, yapısal ve ekonomik görünümünden çok kültürel bir mantığa da sahip olan popülist-partizan siyaset bağlamında ele alınmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, kamu yönetimi açısından kritik bir önem taşıyan stratejik yönetimin, popülist-partizan uygulamaları sınırlandırabilecek bir imkânı da içinde barındırdığı mutlaka ifade edilmelidir. Kriz dönemleri, toplumsal taleplere verilen cevaplar çerçevesinde, siyasî sorumluluğun yeniden biçimlenmesi için önemli dönüm noktaları olarak görülmelidir. Konuya bu açıdan bakmak ve çalışmadaki sorgulamaları, değişim için gösterilen belirli bir zihinsel çaba olarak değerlendirmek herhalde mazur görülebilir.

KAYNAKLAR

- Arendt, H. (1994). *İnsanlık durumu* (B. S. Şener, çev.). İletişim Yayınları.
- Berenschot, W., & Aspinall, E. (2020). How clientelism varies: comparing patronage democracies. *Democratization*, 27(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1645129>
- Çamurcuoğlu, G. (2021). Ortak yarardan kamu yararına. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 29(3), 2235–2265.
- D'eraimo, M. (2013). Populism and the new oligarchy. *New Left Review*, 82, 5–28.
- Farazmand, A. (2007). *Strategic public personnel administration: Building and managing human capital for the 21st century (Vol.2)*. Praeger.
- Freud, S. (1975). *Kitle psikolojisi* (K. Şipal, çev.). Bozak Yayınları.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks of Antonio Gramsci* (Q. Hoare & G. N. Smith (çev.)). International Press.
- Hobbes, T. (1993). *Leviathan* (S. Lim, çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Huang, J., Jacoby, S., Strickland, M., & Lai, K. K. R. (2016). Election 2016: Exit polls. *The New York Times*.
- Jager, A. (2017). The semantic drift: Images of populism in post-war American historiography and their relevance for (European) political science. *Constellations*, 24(3), 310–323.
- Jenkins, R. (2014). *Social identity* (4. Edition). Routledge.
- Laclau, E. (1983). "Socialism," the "people," "democracy": The transformation of hegemonic logic. *Social Text*, 7, 115–119.
- Laclau, E. (2007). *Popülist akıl üzerine* (N. B. Çelik, çev.). Epos.
- Lefort, C. (1986). *The political forms of modern society: Bureaucracy, democracy, totalitarianism* (J. B. Thompson (ed.)). MIT Press.

- Madsen, D., & Snow, P. G. (1991). *The charismatic bond: Political behavior in time of crisis*. Harvard University Press.
- McCarthy, T. (2020, Haziran 15). As virus cases rise in states where Trump won, Republican attitudes may shift. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/15/republican-coronavirus-skepticism-may-shift-cases-rise-states-trump-won>
- Mills, W. (1974). *İktidar seçkinleri* (Ü. Oskay, çev.). Bilgi Yayınevi.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. K. (2019). *Popülizm: Kısa bir giriş* (E. S. Türközü, çev.). Nika Yayınevi.
- Müller, J.-W. (2019). *Popülizm nedir?* (O. Yıldız, çev.; 3. Baskı). İletişim Yayınları.
- Öztaş, G. G. (2020). Sağ popülist liderler ve pandemi. Ş. Yenen & S. Badur (Ed.), *Pandemi ve covid-19 içinde* (ss. 428–447). Ayrıntı Yayınları.
- Pollack, N. (1965). Fear of man: Populism, authoritarianism, and the historian. *Agricultural History*, 39, 59–67.
- Ranciere, J. (2016). *Siyasalın kıyısında* (A. U. Kılıç, çev.; 2. Baskı). Metis.
- Rousseau, J.-J. (2013). *Toplum sözleşmesi* (V. Günyol, çev.; 10. Basım). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Steiss, A. W. (2003). *Strategic management for public and nonprofit organizations*. Marcel Dekker, Inc.
- Stolberg, S. G. (2020, Haziran 7). “Pandemic within a pandemic”: coronavirus and police brutality roil black communities. *The New York Times*.
- Urbinati, N. (2019). Political theory of populism. *Annual Review of Political Science*, 22, 111–127.
- Trump, D. (2020, 29 Mayıs). CHINA!. Twitter. <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1266354084036194306>
- Trump, D. (2020, Haziran 1) <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/statement-by-the-president-39/>

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

HEDONİK TÜKETİCİ DEĞERLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERE İLİŞKİN BİR MODEL ÖNERİSİ

Simge AKSU¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1239236

Makale Geçmişi:

Geliş 19.01.2023

Kabul 02.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Öznel Mutluluk,

Yaşam Doyumu,

Kendini Gerçekleştirme,

Materyalizm,

Anı Yaşama.

ÖZ

Tüketicilerin satın alma davranışları hedonik ve işlevsel (faydacı) olarak ikiye ayrılmaktadır. Faydacı tüketimde kişiler bir ürünü veya hizmeti fonksiyonel özelliklerinden dolayı satın alırken, hedonik tüketim satın almanın gerekçesi birçok kapsamda olabilmektedir. Bunlardan bazıları kişisel hazlar, deneyim arayışı, bireysel imaj ve benlik inşası vb.dir. Bu araştırmanın temel amacı hedonik tüketici değerlerinin oluşmasında etki eden değişkenler ile bu değerlerin kişilerin yaşamsal doyum, kendini gerçekleştirme ve öznel mutluluklarına yönelik etkilerinin araştırılmasıdır. Bu çalışmada önerilen araştırma modeli hipotezlerinin testi için yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Gözlenen değişkenler aracılığı ile modelin uygunluğu ve araştırma hipotezleri test edilmiştir. Çalışma bütçesinin kısıtlı olması ve zaman sınırı sebebiyle örneklem alma yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veriler anket yöntemi ile çevrim içi olarak toplanmıştır. Ankete toplamda 409 kişi katılmış olup, anketlere uygun cevap vermediği tespit edilen kişilerin anketleri araştırmaya dâhil edilmediğinde, toplamda 394 kişiden toplanan veriler analize tabi tutulmuştur. Sonuç olarak önerilen teorik modelin veri ile uyumlu olduğu gözlemlenmiştir. Ölçeklerin içsel tutarlılıkları ile yapı ve uyum geçerlilikleri istenilen düzeydedir. Önerilen teorik model kabul edilmiş olup, hedonik tüketici değerlerinin kişilerin öznel mutluluklarına yönelik etkileri açıklanmıştır.

HEDONIC CONSUMER VALUES: A MODEL PROPOSAL FOR FACTORS AFFECTING THEM

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1239236

Article History:

Received 19.01.2023

Accepted 02.05.2023

Keywords:

Subjective Happiness,

Life Satisfaction,

Self-Realization,

Materialism,

Living in the Moment.

ABSTRACT

Consumers' purchasing behaviors are divided into two as hedonic and functional (utilitarian). In functional consumption, while people buy a product or service because of its functional characteristics, the reason for purchasing hedonic consumption can be varied and context-dependent. Some of these are the realization of personal pleasure, the pursuit of experience, individual image and construction of the self, social status etc. The main purpose of this research is to investigate the variables that affect the formation of hedonic consumer values and the effects of these values on people's life satisfaction, self-actualization and subjective happiness. This study employed structural equation modeling to test the hypotheses of the proposed research model. The suitability of the model and research hypotheses were tested through the observed variables. Convenience sampling method was used as the sampling method due to the limited study budget and time limitations. In the research, the data were collected online through a survey method. A total of 409 people participated in the survey, and the data collected from 394 people in total were analyzed when surveys that were incomplete or contained inappropriate responses were excluded from the analysis. As a result, it has been observed that the proposed theoretical model works in harmony with the data. The internal consistency and construct and conformity validity of the scales are at the desired level. The proposed theoretical model has been accepted and the effects of hedonic consumer values on the subjective happiness of individuals are explained.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, simge.aksu@yobu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1818-0455.

Bu araştırmanın etik kurul izinleri Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonu tarafından 21.12.2022 tarihli ve Karar No: 40/12 sayılı karar ile alınmıştır.

Alıntılanak için/Cite as: Aksu, S. (2023), Hedonik Tüketici Değerlerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bir Model Önerisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 394-408.

GİRİŞ

Günümüzde tüketim davranışı, sıklıkla gerçek ihtiyaçları karşılamaktan ziyade kişilerin hazza yönelik ve sembolik ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile yapılmaktadır. Kişilerin yaşamlarının en nihai amacı öznel mutluluğa ulaşmaktır. Mutlu ve tatmin olmuş bir yaşama erişen bir kişinin kendisi ile ilgili pek çok aşamayı gerçekleştirmiş olması beklenir. Bunlardan ilki yaşam doyumuna ulaşmış olmak ve kendini gerçekleştirmiş olmaktır.

Kendini gerçekleştirme noktasında en çok vurgu yapılan model Maslov'un Etkiler Hiyerarşisi Modeli'dir. Bu modele göre kişilerin yaşam doyumuna ulaşması kademeli olarak gerçekleşir ve bu sırayı, fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik, ait olma, saygınlık ve son olarak kendini gerçekleştirme gelmektedir. Kendini gerçekleştirme, kişinin temel bedensel ve ego ihtiyaçları karşılandıktan sonra kişisel potansiyelin tamamen gerçekleştiği psikolojik gelişimin en üst düzeyidir (Maslow, 1943). Kendini gerçekleştirmiş bireylerin yaşamda tam doyuma ulaşmış ve öznel mutluluğa sahip kişiler olması beklenir.

Mutluluğun kişileri pozitif yönde etkilediğine dâhil ortak çalışmalar yer alsada da kişilerin mutluluğu algılayış şekilleri değişebilmektedir. Örneğin kolektivist toplumlarda büyüyen bir kişi ile alturistik bir toplumda yetişen bir bireyin mutluluk algıları birbirinden farklı olabilmektedir. Daha özgeci toplumlarda mutluluk kişisel başarıların sonucu olarak gelmektedir (Markus, ve Kitayama, 1991). Kolektivist toplumlarda ise kişiler toplumun diğer üyeleri ile uyum, bağlılık ve sosyal uyum gerçekleştirdikçe mutlu olmaktadır (Akın ve Satici, 2011, s. 66). Yapılan araştırmalar çocukluk döneminde yaşanan yoksulluğun kişilerin yetişkinlik döneminde daha materyalist bir hayat görüşü benimsemesine neden olduğu, bunun da kişilerin yaşam doyumlarının azalmasına yol açtığı (Wright ve Larsen, 1993) ve bunun kişilerin öznel mutluluklarını etkilediği sonucuna ulaşmıştır (Kasser, 2002).

Günümüz tüketim toplumunda materyalistik değerler, metalara sahip olma ve anı yaşama, ilginç tüketim deneyimleri yaşamak yüceltilmektedir. Endüstriyel devrim, aristokrat ve feodal beylerinin yerine burjuva sınıfını, kültürünü ve karşısında fabrika işçi sınıfını oluşturmuştur. Sürekli gelişme ve metalara olan düşkünlük mal edinme yoluyla refaha ve mutluluğa ulaşma, maddiyatçılık kapitalist toplumun en büyük söylemi olarak belirlenmiştir (Odabaşı, 2009, s. 17). Bu anlamda bu mevcut araştırmada hedonik ve materyalistik değerlerin tüketicilerin öznel mutluluklarına giden yolda ne gibi etkilerinin olduğu, hedonik tüketiciliği etkilediği düşünülen öncü ve artçı değişkenler araştırılmıştır.

Tüketicilerin satın alma davranışları hedonik ve işlevsel (faydacı) olarak ikiye ayrılmaktadır. İşlevsel tüketimde kişiler bir ürünü veya hizmeti işlevsel (fonksiyonel) özelliklerinden dolayı satın alırken, hedonik tüketim satın almanın gerekçesi birçok kapsamda olabilmektedir. Bunlardan bazıları, imaj ve benliğe katkı sağlama, kendini iyi hissetme, kendini şımartma, farklı deneyimler yaşama vb. gibidir. Hedonik tüketici değerleri sıklıkla materyalist değerler ile ilişkilidir. Maddî nesnelere ve gösterişe değer veren kişilerin hedonik tüketim eğilim gösterdikleri bilinmektedir. Bu araştırmada hedonik tüketici değerlerinin kişilerin yaşam doyumu ve kendini gerçekleştirme sürecinde ne gibi etkilerinin olduğu araştırma konusudur. Araştırma modeli piramidinin en üstünde ise öznel mutluluk yer almaktadır. Araştırma kapsamında materyalistik değerler ve anı yaşamanın, hedonik tüketici değerleri üzerindeki etkisi, bu etkinin devamında hedonik tüketici değerlerinin yaşam doyumu ve kendini gerçekleştirme üzerindeki etkisi ve son olarak da öznel mutluluğa olan etkisi incelenmiştir. Önerilen araştırma modeli çalışmanın yöntem bölümünde tartışılmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

1. Materyalizm, Hedonik Tüketicilik Değerleri ve Anı Yaşama

Materyalizm kavramı ile Batı felsefesi, doğu teolojisi, politik ekonomi, psikoloji, sosyoloji veya tüketici davranışı gibi pek çok farklı disiplinde karşılaşmak mümkündür. Çünkü materyalizm hakkındaki çalışmalar pek çok disiplinde yer alabilmektedir (Richins ve Fournier, 1991, s. 403). Örneğin, felsefede fizikalizm olarak da adlandırılan materyalizm, tüm gerçeklerin (insan zihni ve iradesi ve insanlık tarihinin akışı hakkındaki gerçekler dâhil olmak üzere) nedensel olarak fiziksel süreçlere bağlı olduğu ve hatta onlara indirgenebileceği görüşüdür (Britannica, 2023).

Tüketici davranışı açısından bakıldığında ise materyalizm kişilerin dünyayı nesnelere üzerinden algılayarak, metalara sahip olmanın verdiği öznel mutluluk, güç, yaşam doyumu, hedonik tatmin, kendini gerçekleştirme gibi değerlerdir. Tüketim kavramı açısından bakıldığında materyalizm tüketicilerin dünya malına verdikleri önem/değer olarak ifade edilmektedir (Belk, 1984, s. 291). Materyalistik değerleri baskın olan kişilerin maddî şeylere, zenginlik ve birikime önem verdikleri söylenebilir (Richins ve Dawson, 1992).

Hedonik tüketim, genel anlamda duygusal gerekçelerle yapılmaktadır ve tüketiciler ürünleri kullanırken duydukları haz ve eğlence için bu ürünleri tercih ederler (Holbrook ve Hirschman, 1982). Hedonik tüketimlerde,

faydacı tüketimden farklı olarak ortada her zaman işlevsel bir gerekçe olmak zorunda değildir. Literatürde hedonik değerlere sahip kişiler tüketmek için üretimde bulunan, kazandığını güzel vakit geçirmeye ve eğlenceye harcayan, tükettikleri ile toplumda var olmaya çalışan, anlık hazların peşinde koşan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Deniz, 2019, s. 103).

Anı yaşamak; Carpe diem, İngilizce'de "anı yakala" olarak çevrilen Latince bir ifadedir. İnsanları mevcut anın en iyisini yapmaya, hayatı dolu dolu yaşamaya ve gelecekle ilgili endişelenmemeye teşvik eder. Bu ifade, Roma şairi Horace tarafından popüler hale getirilmiş ve yüzyıllar boyunca çeşitli edebi eserlerde ve medya türlerinde kullanılmıştır. Günümüzde, carpe diem (anı yaşama) anın tadını çıkarma ve zamanlarının en iyisini yapma felsefesine vurgu yapmaktadır. Anı yaşamak hayatın tam olarak yaşanması ve gelecekle ilgili endişelerin bir kenara bırakılması fikrine odaklanmaktadır.

2. Yaşam Doyumu ve Kendini Gerçekleştirme

Yaşam doyumu, bireylerin kendi yaşamına yönelik sahip olduğu genel yargı ve değerlendirmeler olarak açıklanmaktadır (Çivitçi, 2012, s. 322). Kişilerin yaşam doyumuna ulaşabilmeleri için gerçekleşmesini diledikleri veya hedefledikleri durumların tamamlanmış olması gerekmektedir. Hedonik değerlere sahip tüketiciler, yaşamsal doyumlarına ulaşmak ve kendilerini gerçekleştirmek yolunda tüketim nesnelere temel alırlar. "Lacan bunu dürtüler aracılığıyla bir kimlik oluşturmayı vaad eden (objet petit a) öznenin arzu nesnesi olarak tanımlar. Özne, simgesel sistemin sınırları içinde alamadığı Gerçek'in açıklanamayan, adlandırılmayan bu "fazla"sı ile başa çıkabilmek için bir "ben" olarak oluşturduğu fantezi nesnesi yaratır" (Rigel, Batuş, Yücedoğan, Çoban, 2003, s. 322-324). Zizek (2002) Lacan'ın arzu nesnesini Coca Cola örneği üzerinden açıklar. Örneğin Coca Cola içmenin hiçbir fonksiyonel bir faydası yoktur. Ancak kişiler Coca Cola içmeye devam ederler (Rigel vd., 2003, s. 323).

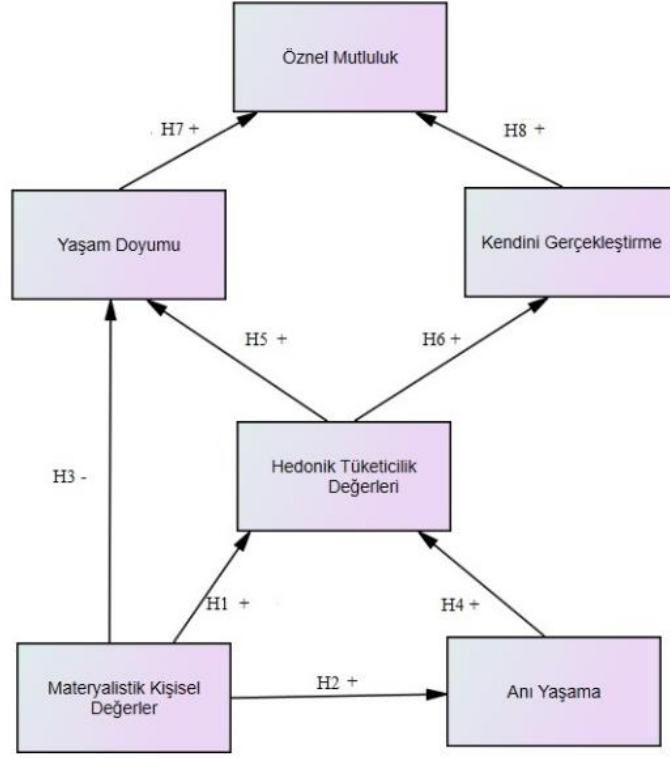
3. Öznel Mutluluk

Geçmişten günümüze insanlık nasıl mutlu olacağını ve nasıl mutlu bir hayat sürebileceğini araştırmıştır. Epikuros'a göre felsefenin temel amacı insanı mutluluğa ulaştırmaktır (Akarsu, 1970, s. 71). Kişilerin içerisinde yaşadığı toplumsal koşullar onların mutluluğu algılama şekillerini de etkilemekte ve değiştirmektedir. İlk zamanlarda üretmek ve ürettiğini çevresi ile paylaşarak mutlu olan bireylerin yerine günümüzde sahip olma arzusu ile sürekli yeninin peşinde koşan bireyler almıştır (Fromm, 2003'den aktaran Deniz, 2019, s. 103). Epikuros, Yunan felsefesinde kendisinden önce ortaya çıkan bir görüşü, Kyrene Okulunun hedonizmini canlandırmıştır. Epikuros'a göre biricik iyi, mutlak değer, hazdır, biricik mutlak kötü ise acıdır. Buna göre haz bütün eylemlerin sebebi olmalıdır (Akarsu, 1970, s. 72). Mutluluğun insanları olumlu yönde etkilediği konusunda görüş birliği sağlanmış olsa da; mutluluğun ne olduğu ve insanların nasıl mutlu olduğu konusunda literatürde birlik sağlanamamıştır (Akin ve Satici, 2011, s. 66).

YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi (YEM)(Structural Equation Modeling).*"YEM gizli değişkenler ile gözlenen değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri modeller aracılığı ile test etmek için kullanılmaktadır. YEM'in amacı teorik modelin veri ile desteklenmediğini ya da modelin veriye uyup uymadığını belirlemektir. YEM çalışmaları genellikle teoriye dayanmaktadır* (Alkış, 2016, s. 107). YEM modellemesinde gözlenen (observed) ve gizil (latent) değişkenler olmak üzere iki değişken türü vardır. Bu modelleme ile değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler tahmin edilerek model uyarlamalarının yapılmasını sağlamaktadır (Özdamar, 2016, s.161).

Bu araştırmada gözlenen değişkenler aracılığı ile modelin uygunluğu ve araştırma hipotezleri test edilmiştir. Yapısal eşitlik modellemelerinde bağımlı ve bağımsız değişken tanımları yerine exojen (dışsal) ve endojen (içsel) değişkenler tanımları kullanılmaktadır. Önerilen teorik araştırma modeline göre exojen değişkenler; materyalistik kişisel değerler ve anı yaşama iken, endojen değişkenler; hedonik tüketicilik değerleri, yaşam doyumu, kendini gerçekleştirme ve öznel mutluluktan oluşmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Teorik Modeli

1. Araştırma Hipotezleri

Bu araştırmada literatürden yola çıkarak sekiz araştırma hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Materyalistik kişisel değerler hedonik tüketici değerlerini pozitif yönde etkilemektedir.

Materyalistik değerlere sahip kişilerin anlık zevklere ve anı yaşamaya daha fazla önem verdikleri düşünülmektedir. Bu kapsamda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir.

H₂: Materyalistik kişisel değerler arttıkça kişilerin anı yaşama istediği de artmaktadır.

Materyalizmin kişileri nesnelere daha fazla sahip olma ve mutluluğu nesnelere (şeylerde) aramaya yönelttiği bilinmektedir. Mutluluğu nesnelere arama ihtiyacı onlara karşı yaşanan uzun bir yoksunluk döneminden sonra gelişebilir. Inglehart, (1990'den akt Manchiraju ve Son, 2014) yapılan bir araştırmada çocukluk ve ergenlik yıllarında yaşanan ekonomik yoksunluğun, yetişkinlik döneminde kişilerin materyalist değerlere sahip olmasına yol açabileceğini, bunun da yaşam doyumunun azalmasıyla (Wright ve Larsen, 1993' den akt Manchiraju ve Son, 2014) ve öznel iyi oluş/mutlulukla bağlantılı olduğunu ileri sürmüşlerdir. (Kasser, 2002'den akt Manchiraju ve Son, 2014). Literatürden yola çıkarak materyalistik kişisel değerler ve yaşam doymu ile ilgili şu hipotez geliştirilmiştir.

H₃: Materyalistik kişisel değerler arttıkça yaşam doymu azalmaktadır.

H₄: Anı yaşamak isteği hedonik tüketici değerlerini pozitif yönde etkilemektedir.

Hedonik tüketimde bireylerin anlık hazlarını gerçekleştirerek yaşamsal tatmin arayışı içinde oldukları bilinmektedir. Bu kapsamda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₅: Hedonik tüketici değerleri, yaşam doyumunu pozitif yönde etkilemektedir.

Hedonik tüketim değerlerine sahip bireyler arzu nesnelere kendilerini ifade etme ve gerçekleştirme noktasında kullanabilmektedir. Tüketim toplumunun dinamiklerinden dolayı kişilerin toplumda sahip oldukları konumu, statüyü tükettikleri nesnelere ifade etmeye başlaması, ürünlerin ne olduğundan çok neyi ifade ettiğini ön plana çıkarmıştır (Özgül, 2011, s. 26). Bu kapsamda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₆: Hedonik tüketici değerleri, kendini gerçekleştirmeyi pozitif yönde etkilemektedir.

Mutluluğun insanları olumlu yönde etkilediği konusunda görüş birliği sağlanmış olsa da; mutluluğun ne olduğu ve insanların nasıl mutlu olduğu konusunda literatürde birlik sağlanamamıştır (Akın ve Satıcı, 2011, s. 66). Ancak

kişilerin yaşam doyumları ile öznel mutlulukları arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₇: Kişilerin yaşam doyumları arttıkça öznel mutlulukları da artmaktadır.

Maslov'un (1943) etkiler hiyerarşisi modeline göre kendini gerçekleştirme bireylerin ulaştığı son aşamadır. Kendisini gerçekleştirmenin kişilerin öznel mutluluk düzeylerini etkilediği düşünülmektedir. Bu kapsamda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₈: Kişilerin kendilerini gerçekleştirmeleri öznel mutluluklarını pozitif yönde etkilemektedir.

2. Örneklem ve Veri Toplama

Bu araştırmada çalışma bütçesinin kısıtlı olması ve zaman sınırı sebebiyle örneklem alma yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kolayda araştırma yöntemi araştırmacının örneklem için erişilebilirlik ve kolaylık nedeniyle bireyleri veya öğeleri seçtiği bir olasılıksız örnekleme yöntemidir. Bireyler veya öğeler genellikle gönüllüler, arkadaşlar, aile üyeleri veya belirli bir zamanda belirli bir yerde bulunan kişiler gibi kolayca erişilebilir olanlar arasından seçilmekte ve veriler hızlı ve ekonomik bir şekilde elde edilmektedir (Malhotra, 2004).

Bu araştırmada anketler Yozgat Bozok Üniversitesi'nde çalışan memur, akademisyen, hizmetli personel ve öğrenciler üzerinde uygulanmıştır. Araştırma örnekleminin ana kütleyi temsil etme gücü olmadığından sonuçların evrene genelleymeyeceği ön kabulü ile araştırma gerçekleştirilmiştir. $p=0.5$ ve $E=0.05$ için, $n = (1.96^2 * 0.5 * 0.5) / 0.05^2 = 384.16$ olarak hesaplanmaktadır (Kılıç, 2012, s. 141). 50.000 kişiden oluşan bir araştırma evreninde 0.05 örnekleme hatası ile 384 kişiye anket uygulanması yeterli olmaktadır. Çalışmada veriler anket yöntemi ile çevrim içi olarak uygulanmıştır. Ankete toplamda 409 kişi katılmış olup anketlere uygun cevap vermediği tespit edilen kişilerin anketleri sürece dâhil edilmediğinde toplamda 394 kişiden toplanan veriler analize tabi tutulmuştur. Anketler Google forms aracılığı ile 22.12.2022 - 15.01.2023 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırma anketlerinin uygulanabilmesi için gerekli izinler (Yozgat Bozok Üniversitesi Etik Komisyonu 21.12.2022 tarihli ve Karar No: 40/12) alınmış olup, katılımcılara gönüllü katılım formu dijital olarak uygulanarak ankete katılımları sağlanmıştır.

3. Araştırma Ölçekleri

3.1. Öznel Mutluluk Ölçeği

Kişilerin öznel mutluluk seviyeleri onların var olan durumları ve olayları olumlu veya olumsuz yönde nasıl algıladıklarını ve dış dünyayı nasıl yorumladıklarını etkilemektedir. Bu araştırmada kişilerin öznel mutlulukları Akın ve Satıcı (2011) tarafından Türkçeleştirilen Öznel Mutluluk Ölçeği ile ölçülmüştür. Tek faktörlü ve dört ifadeden oluşan ölçek 1 ile 7 arasında puanlanarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha ile güvenilirliği test edilmiştir.

3.2. Yaşam Doyumu Ölçeği

Kişilerin yaşam doyumları Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen ve Dağlı ve Baysal (2016) tarafından Türkçeleştirilen Yaşam Doyumu Ölçeği ile ölçülmüştür. Orijinal dili İngilizce olan ölçek tek faktörlü ve beş ifadeden oluşmaktadır. Bu araştırma kapsamında yararlanılan ölçek 5'li likert yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.

3.3. Materyalistik Kişisel Değerler Ölçeği

Katılımcıların materyalistik kişisel değerleri, başarı, merkeziyetçilik ve mutluluk olmak üzere üç alt boyuttan ve toplamda 18 ifadeden oluşan Materyalistik Kişisel Değerler Ölçeği ile ölçülmüştür. Literatürde materyalistik kişisel değerleri ölçmede pek çok araştırmada kullanılan bu ölçek, ölçme sürecindeki tutarlılığından dolayı tercih edilmiştir. Richins ve Dawson (1992)'den alınan ölçek 5'li likert yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.

3.4. Kendini Gerçekleştirme Endeksi

Kendini gerçekleştirme bireyin tam potansiyelini gerçekleştirme ve kişisel büyüme ile tatmin elde etme sürecini tanımlayan bir terimdir. Kişilerin kendini gerçekleştirme dereceleri tek boyutlu ve 12 ifadeden oluşan Kendini Gerçekleştirme Endeksi ile ölçülmüştür. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Oğlu (2014) tarafından yapılmıştır. Endeks katılımcılara 5'li likert yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.

3.5. Hedonik Tüketici Değerleri Ölçeği

Hedonik tüketim, mal ve hizmetlerin edinimi ve tüketimi yoluyla zevk ve keyif arayışına odaklanan bir tüketim davranışı türüdür. Hedonik tüketimde, bireyler temel ihtiyaçlarından daha çok istek ve arzularının tatminine öncelik verirler. Hedonik tüketim yapan bireylerin diğer bireylerden farklı tüketim değerleri bulunmaktadır. Kişilerin hedonik tüketicilik değerleri Piotr and Rutkowski (2015) tarafından geliştirilen dört alt boyut ve toplamda 10 ifadeden oluşan Hedonik Tüketicilik Değerleri ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçek araştırmada 5'li likert yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.

3.6. Anı Yaşama Ölçeği

Carpe diem, İngilizce'de "anı yaşa" olarak çevrilen Latince bir ifadedir. Günümüzde genellikle bir yaşam felsefesi olarak kullanılmaktadır ve insanları anın tadını çıkarmaya ve yaşamlarını dolu dolu yaşamaya teşvik etmektedir. Bu araştırmada kişilerin anı yaşama deneyimleri Sobol-Kwapińska (2009)'dan alınan Anı Yaşama Ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçek tek boyuttan ve 12 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmada ölçek 5'li likert yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.

4. Ölçek Güvenilirlikleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılığını ölçmek için cronbach alpha katsayılarına bakılmıştır. Ölçekler analiz edilirken (if item deleted) seçeneği de seçilerek ölçekte silinmesi gereken maddenin olup olmadığı kontrol edilmiştir. Tablo 2'de araştırmada kullanılan ölçeklerin cronbach alpha değerlerinin kabul edilir (.70'den yüksek) olduğu gözlemlenmektedir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2015, s. 126)

4.1.-Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçeklerin yapı ve uyum geçerliliklerini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (CFA) uygulanmıştır. Ölçek ifadelerine doğrulayıcı faktör analizi uygulandığında bazı ifadelerin regresyon katsayılarının istenilen düzeyden oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle bu ifadeler ölçekten çıkartılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Tablo 2'de ölçekten çıkartılan ifadeler, regresyon katsayıları, Cronbach Alpha değerleri, CR ve AVE değerleri verilmiştir (bk. Tablo 2).

" χ^2 değerinin anlamlı olmaması gözlenen kovaryans matrisi ile kestirilen kovaryans matrisi arasında anlamlı fark bulunmadığını, bu nedenle modelin uyumlu olduğu göstermektedir. Ancak χ^2 değeri çoğunlukla anlamlı çıktığından, model uyumu değerlendirilirken, doğrudan χ^2 değerinden hareket etmek yerine; χ^2 değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle elde edilen değerin dikkate alınması önerilmektedir" (akt. İlhan ve Çetin, 2014:30). RMSEA'nın 0.08'den küçük olması yeterli olmaktadır ancak 0.05'in altında olması çok daha iyi bir uyuma işaret etmektedir (Berberoğlu ve Uygun, 2012, s. 462). Geleneksel CFA [onaylayıcı faktör analizi] uygunluk kriterleri, çoğu çoklu faktörlü değerlendirme aracına uygulandığında çok kısıtlayıcıdır. Denemeler madde düzeyinde yapıldığında ve her biri makul sayıda maddeden (örneğin, her ölçekte en az 5-10 madde) oluşan birden fazla faktörün (örneğin, 5-10) bulunduğu durumlarda bile "iyi" çoklu faktörlü değerlendirme araçları için kabul edilebilir bir uyum elde etmek neredeyse imkânsızdır (örneğin, CFI, RNI, TLI> .9; RMSEA <.05). Bu nedenle "geleneksel" kabul edilebilir uyum hakkındaki kuralcılardan daha esnek olunması gerektiği savunulmaktadır (akt. Herbert, Kit & Zhonglin 2004, s. 325; McDonald & Ho, 2002).

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği verileri (Model Fit Index) aşağıdaki gibidir (bk. Şekil 1). Uyum iyiliği verileri bir modeldeki ilişkilerin veri seti ile ne kadar uyum içerisinde olduğunu göstermektedir. Ki-kare/serbestlik derecesi, GFI, IFI, TLI, CFI, NFI, RMSEA, RMR sıklıkla kullanılan uyum istatistiklerin en çok tercih edilenleridir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda modelin uyum iyiliği değerleri şu şekildedir. Kikare=2042,649 ve serbestlik değeri=1206 (1,694). DFA ile hesaplanan uyum iyiliği değerleri incelendiğinde NFI: ,822, IFI: ,884, TLI: ,804, CFI: ,880, RMSEA: ,069 modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Özdamar, 2016, s.185; Herbert, Kit & Zhonglin 2004).

Tablo 1. YEM Modelinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri (n: 394)

DFA Uyumluluk İstatistiği	Uyum Değerleri
Ki-kare; p değeri	2042,649 , p = .00 (p<.05)
Serbestlik Derecesi	1206
Ki-kare değeri / serbestlik derecesi	2042,649 / 1206=1,694***
RMSEA; p	.069 (p< .05)***
IFI	.884**

NFI	.822**
TLI	.804**
CFI	.880**

* ≤0.10 Zayıf Uyum, ** Kabul edilir uyum, ***İyi uyum

Tablo2 incelendiğinde ölçeklerin Cronbach Alpha, Composite Reability (CR) değerlerinin (0.70 ila 0.80 arasında bir Cronbach Alpha değerinin kabul edilebilir bir seviyedir) istenilen düzeyde olup, Average Variance Extracted (AVE ≥ 0.50 istenilen seviyedir) değerlerinin istenilen düzeyden düşük olduğu gözlemlenmektedir. Ancak araştırmada kullanılan ölçek ifadeleri geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ifadeler olduklarından ölçeklerden daha fazla madde çıkarılmak istenmemiştir. Uyum iyiliği değerlerinden Cronbach Alpha ve CR değerleri dikkate alınarak önerilen araştırma modeli test edilmiştir.

Tablo 2. Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları, Cronbach's alpha, CR ve AVE Değerleri

Değişken	Madde	Madde	β	Cronbach α	CR	AVE
Öznel Mutluluk	Genel olarak kendimi olarak düşünüyorum. (Çok mutsuz çok mutlu)	OM1	0,957	0,704	0,86	0,67
	Kendimi akranlarım ile kıyasladığımda olarak görüyorum.	OM2	0,855			
	Bazı insanlar genellikle çok mutludur. Neler olup bittiğine bakılmaksızın hayattan zevk alırlar, her şeyden en iyi şekilde yararlanırlar. Bu nitelendirme sizi ne ölçüde tanımlıyor? (Pek sayılmaz ... büyük oranda).	OM3	0,624			
	Bazı insanlar genellikle çok mutlu değildir. Depresyonda olmasalar da, asla olabilecekleri kadar mutlu görünmüyorlar. Bu nitelendirme sizi ne ölçüde tanımlıyor? (Pek sayılmaz ... büyük oranda).	OM4**	0,292			
Yaşam Doyumu	İdeallerime yakın bir yaşantım vardır.	YD1	0,713	0,831	0,85	0,55
	Yaşam koşullarım mükemmeldir.	YD2	0,816			
	Yaşamımdan memnunum.	YD3	0,852			
	Şimdiye kadar yaşamdan istediğim önemli şeylere sahip oldum.	YD4	0,772			
	Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.	YD5	0,508			
Kendini Gerçekleştirme	Duygularımın hiçbirinden utanmam.	KG1	0,302	0,761	0,6	0,25
	Başkalarının benden beklediği şey neyse onu yaparım.	KG2	0,432			
	İnsanların özünde iyi ve güvenilir olduğunu düşünürüm.	KG3	0,44			
	Sevdiğim insanlara kızmakta kendimi özgür bırakırım.	KG4	0,397			
	Başkalarının yaptıklarını onaylaması benim için önemlidir.	KG5	0,595			
	Kendi yetersizliklerimi kabul etmem.	KG6**	0,284			
	İnsanların beni onaylamasını beklemeden onları sevebilirim.	KG7	0,468			
	Başarısızlıktan korkarım.	KG8	0,538			
	Karmaşık şeyleri çözmek ve basitleştirmekten kaçınırım.	KG9	0,477			
	Kendin gibi olmak başkaları tarafından beğenilmekten daha iyidir.	KG10	0,32			
	Yaşamımda kendimi adadığım bir dava yok.	KG11	0,453			
	İstenmedik sonuçlara yol açsa da duygularımı dışa vurabilirim.	KG12**	0,294			
	Herhangi birisine yardım etmek konusunda bir sorumluluk hissetmem.	KG13	0,414			

	Yetersiz olmaktan korku duyarım.	KG14	0,583			
	Başkalarına sevgimi verdiğim için ben de sevilirim.	KG15	0,393			
Materyalistik Kişisel Değerler	Pahalı evleri, arabaları ve kıyafetleri olan insanlara hayranlık duyarım.	MB1	0,72	0,72	0,8	0,35
	Hayattaki en önemli başarılarından bazıları, maddiyat ve mülk edinmeyi içerir.	MB2	0,568			
	*İnsanların sahip oldukları maddi nesnelere miktarını bir başarı işareti olarak görmem.	MB3**	0,104			
	Sahip olduğum şeyler hayatta ne kadar başarılı olduğum hakkında çok şey söyler.	MB4**	0,203			
	İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı seviyorum.	MB5	0,662			
	*Başkalarının sahip olduğu maddi nesnelere pek dikkat etmem.	MB6**	0,033			
	*Genellikle sadece ihtiyacım olan şeyleri satın alırım.	MM1**	0,065			
	*Sahip olduğum şeyler söz konusu olduğunda hayatımı basit tutmaya çalışıyorum.	MM2**	0,129			
	*Sahip olduğum şeyler benim için o kadar da önemli değil.	MM3**	0,121			
	Çok işe yaramayan şeylere para harcamaktan hoşlanırım.	MM4	0,531			
	Bir şeyler satın almak bana çok zevk veriyor.	MM5	0,499			
	Hayatımda çok fazla lüksü seviyorum.	MM6	0,747			
	*Maddi şeylere tanıdığım çoğu insandan daha az önem veririm.	MM7**	0,23			
	*Hayattan zevk almak için gerçekten ihtiyacım olan her şeye sahibim.	MH1**	0,147			
	Sahip olmadığım bazı şeylere sahip olsaydım hayatım daha iyi olurdu.	MH2	0,538			
	*Daha güzel şeylere sahip olsaydım daha mutlu olmazdım.	MH3**	0,112			
	Daha fazla şey almaya gücüm yetseydi daha mutlu olurdu.	MH4	0,607			
İstedğim her şeyi almaya gücümün yetmemesi bazen beni biraz rahatsız ediyor.	MH5	0,475				
Hedonik Tüketici Değerleri	Kendimi diğerlerinden daha çok önemsiyorum.	HK1	0,573	0,888	0,84	0,35
	Profesyonel hayatımda başarıya ulaşmak için çabalarım.	HK2	0,797			
	Hayatımda kendim için seçimler yapıyorum.	HK3	0,793			
	Övüldüğümde ve beğenildiğimde hoşuma gidiyor	HK4	0,656			
	Güzel zaman geçiriyorum.	HE1	0,726			
	Maceralı ve heyecanlı bir hayat arıyorum.	HE2	0,547			
	Her zaman yeni deneyimler için çabalarım.	HM1	0,698			
	Yaratıcı olmak ve hayal gücümle hareket etmek istiyorum.	HM2	0,734			
	Daha çok kazanmayı ve kendimi eğlendirmek için daha çok harcamayı severim.	HT1	0,618			
Tüketim başlı başına hayatımda keyifli bir deneyimdir	HT2	0,557				
Anı Yaşama	Şu anda olanlar hayatım için çok önemli.	AN1	0,691	0,922	0,93	0,40
	Şimdiki zamana odaklanmakta fayda vardır.	AN2	0,852			
	Şimdi ne olduğuna odaklanmakta fayda var.	AN3	0,837			
	Şimdiki zaman benim için çok önemlidir.	AN4	0,904			
	Şimdiki zamana odaklanmayı seviyorum.	AN5	0,888			
	Gerçekçi bir insanım ve şimdiki zamana odaklanırım.	AN6	0,82			
	Hayatın her anının değerini bilirim.	AN7	0,715			
	Vücudumun ritmine göre yaşıyorum.	AN8	0,474			

Belirli bir anda yaptığım şeye odaklanabiliyorum.	AN9	0,7			
Sıklıkla şimdiki zamana odaklanırım.	AN10	0,79			
Şimdinin değeri hakkında düşünmem.	AN11	,067**			
Her günü elimden geldiğince dolu yaşamaya çalışıyorum	AN12	0,657			

*İfadeler ters kodlanmıştır.

** Ölçekten çıkarılmıştır. $p \leq ,001$

ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında bulgulara ilişkin verilere yer verilmektedir.

1. Sosyo-Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet oranlarına bakıldığında yüzde 57 kadın katılımcı bulunmaktayken, yüzde 43 erkek katılımcı yer almaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde 18-35 yaş arası katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir seviyeleri incelendiğinde yine çoğunlukla asgari ücret ve asgari ücret altı gelir seviyesine sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde çoğunlukla lisans düzeyince oldukları, sonrasında lisansüstü, en az katılımcının ortaöğretim seviyesinde olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyo-demografik Özellikleri

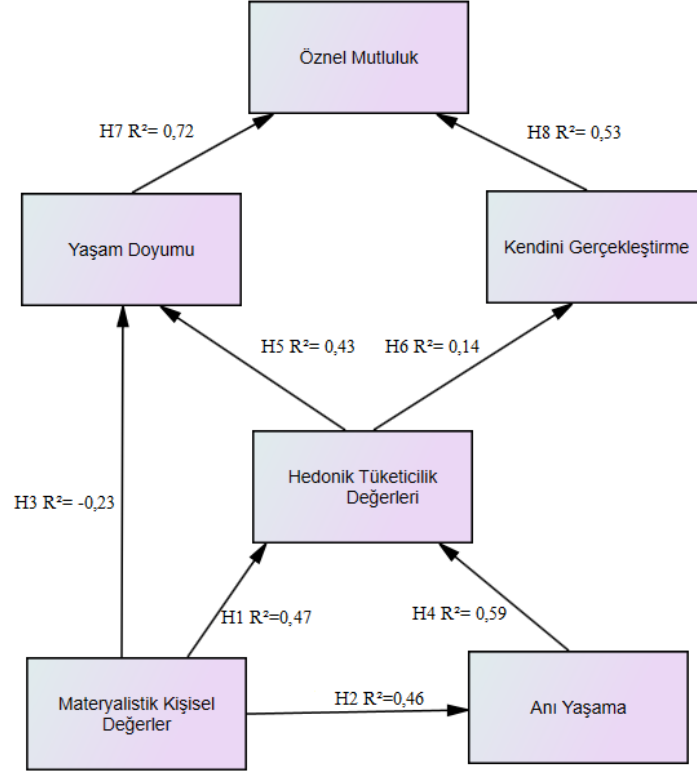
		N	%
Cinsiyet	Kadın	226	57,4
	Erkek	168	42,6
	Toplam	394	100,0
Yaş	18-34	374	94,9
	35-44	10	2,5
	45-54	10	2,5
Gelir	Asgari ücret ve altı	204	51,8
	Asgari ücret	102	25,9
	Asgari ücret – 11.500 TL	62	15,7
	11.501 TL – 20.000 TL	22	5,6
	20.000 TL ve üstü	4	1,0
Eğitim	Ortaöğretim	14	3,6
	Lisans	348	88,3
	Lisansüstü	32	8,1
Toplam		394	100

2. Araştırma Modeli İstatistiksel Sonuçları

Çalışmada önerilen ölçme modeli test edilmiştir. Literatürden edinilen bilgiler doğrultusunda önerilen araştırma modeline ilişkin hipotezlerin regresyon katsayıları Şekil 2’de gösterilmektedir. Elde edilen sonuçları değerlendirirken, yapısal eşitlik modeli için kabul edilebilir değerler hakkında farklı görüşler olmasına rağmen, literatürde genellikle kabul edilen bazı değerler mevcuttur (Hu ve Bentler, 1999; Herbert, Kit & Zhonglin, 2004; McDonald ve Ho, 2002). Bu kabul edilebilir değerler arasında NFI için 0.90, CFI için 0.95 ve RMSEA için 0.06 veya daha az bulunmaktadır (Hu ve Bentler, 1999). Ayrıca, SRMR için kabul edilebilir bir değer olan 0.08 veya daha az da literatürde önerilmiştir (Kline, 2015). Bu değerler, uyum iyiliği indekslerinin yanı sıra, modele özgü faktörler, örnekleme büyüklüğü ve diğer faktörler gibi çeşitli faktörlere de bağlıdır. RMSEA genellikle, .05'ten az bir değer iyi bir uyumu gösterirken, .08'den az bir değer kabul edilebilir bir uyuma karşılık gelir ve bu yönde otoriter bir iddia kabul edilmektedir (McDonald & Ho, 2002).

Araştırma modelin uyum iyiliği verileri bir modeldeki ilişkilerin veri seti ile ne kadar uyum içerisinde olduğunu göstermektedir. Modelin Ki-kare/serbestlik derecesi, Kikare=33,315 ve serbestlik değeri=7 (4.759***). GFI, IFI, TLI, CFI, NFI, RMSEA, RMR sıklıkla kullanılan uyum istatistiklerinin en çok tercih edilenleridir. Yapısal eşitlik

modellemesi ile hesaplanan uyum iyiliği değerleri incelendiğinde NFI: ,867** IFI: ,892**, CFI: ,885**, RMSEA: ,072*** modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Özdamar, 2016, s. 185; Kline, 2015; Herbert, Kit & Zhonglin, 2004). (* ≤ 0.10 Zayıf Uyum, ** Kabul edilebilir uyum, ***İyi uyum).



Şekil 2. Yapısal Model ve Sonuçları

Test edilen teorik modelin hipotez test sonuçları Tablo 4’de verilmektedir. Önerilen sekiz hipotezinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 4. Araştırma Modeli Hipotez Sonuçları

			R	R²	S.E.	C.R.	P
Anı Yaşama	<---	Materyalistik T.D.	,455	0,46	,109	4,166	***
Hedonistik T.D.	<---	Materyalistik T.D.	,565	0,47	,080	7,071	***
Hedonistik T.D.	<---	Anı Yaşama	,549	0,59	,047	11,567	***
Yaşam Doyumu	<---	Hedonistik T.D.	,434	0,43	,072	6,004	***
Kendini Gerçekleştirme	<---	Hedonistik T.D.	,155	0,14	,045	3,444	***
Yaşam Doyumu	<---	Materyalistik T.D.	-,272	-0,23	,120	-2,267	,023
Öznel Mutluluk	<---	Yaşam Doyumu	,670	0,72	,075	8,904	***
Öznel Mutluluk	<---	Kendini Gerçekleştirme	,576	0,53	,111	5,200	***

SONUÇ

Hedonizm kavramının bir diğer temsilcisi olan Epikuros, mutluluğun ölçülü ve geçici değerlerden uzak bir yaşamla mümkün olabileceği üzerinde durmuştur. Epikuros’a göre aldatıcı ve geçici değerlerden uzak durmayan bir birey, sürekli olarak daha fazlasına sahip olmak isteyecek ve isteklerinin sonunun gelmeyeceğini fark ettiği zaman da mutsuzluğa sürüklenecektir (Deniz, 2019, s. 104). Freud tarafından açıklanan süper ego paradoksuna göre: Ne kadar çok Cola içersen o kadar çok susarsın. Ne kadar çok kar edersen o kadar fazlasını istersin. Süper egonun taleplerine ne kadar hizmet edersen kendini o kadar suçlu hissedersin. Tüketim açısından bakılırsa ne kadar

çok satın alırsan o kadar çok harcaman gerekir (Rigel vd., 2003, s. 324). Tüketmenin nihai amacı nedir? İhtiyaçları karşılamak mı? Kendini gerçekleştirme ve sonunda öznel mutluluğa giden yolda tüketmek bir araç mıdır? Sorularına cevap aramak günümüz tüketici davranışları araştırmalarının temel problemlerinden bazıları olmuştur.

Bu araştırmada kişilerin öznel mutluluğuna giden yolda etki ettiği düşünülen değişkenler araştırma literatüründen yola çıkılarak önerilen hipotezler doğrultusunda incelenmiştir. Araştırma modelinde de gösterildiği gibi bu değişkenlerden ilk ikisi materyalistik kişisel değerler ve anı yaşamadır.

Materyalizm terimi psikolojide kişilerin maddi varlıklara sahip olması ile ilişkilendirilir. Bunun yanında insanların yaşamlarında önemli bir yer tutan bireysel doyuma veya doyumsuzluğa neden olan maddi ve dünyevi varlıklara sahip olmaya verdiği önem ile ifade edilir (Belk, 1985). Kasser (2002) materyalizmi yüksek statü, güç ve popülerliğe sahip olma olarak açıklar. Materyalizm kavramı yaşamsal refah ilişkisi pek çok çalışma tarafından ele alınmış olsa da bu ilişkinin altında yatan mekanizmalar tam anlamıyla açıklanamamıştır (Dittmar, Bond, Hurst ve Kasser, 2014).

Bu çalışmanın da literatürdeki çalışmalara benzer olarak ulaştığı bulgulardan birisi materyalistik kişisel değerlerin yaşam doyumu ile negatif yönde ilişkili olduğudur ($R^2 = -0,23$). Öte yandan materyalistik kişisel değerler anı yaşama isteğini pozitif yönde etkilemektedir ($R^2 = 0,46$). Materyalistik değerlere sahip kişilerin anı yaşama istekleri materyalizm ile doğru orantıda artarken bu durum yaşam doyumlarını aynı şekilde pozitif yönde etkilememektedir. Buradan çıkarılan sonuç mutluluğu dünyevi ve maddi değerlerde arayan kişiler bu yöntemle yaşam doyumuna ulaşamamaktadır.

Bazı insanların geçmişte yaşadığı, geçmişte olan olayların hala şimdiki zamanda onların duygu durumlarını etkilediği gözlemlenmektedir. Bu kişiler geçmiş zaman oryantasyonu ile karakterize edilmektedir. Bazı kişilerinde sürekli gelecek hakkında düşündükleri, hayaller ve planlar kurdukları gözlemlenir. Bu kişilerinde gelecek zaman perspektifine sahip olduğu ifade edilmektedir. Son bir kategori olarak da bazı insanlar, hâlihazırda olan veya olacak olana güncel olanı tercih ederler. Bu insanlar şimdiki zaman odaklı olarak nitelendirilmektedir. Genel olarak, zaman yönelimi şu üç zaman boyutuna yönelik tutumları içermektedir: Bunlar, geçmiş, gelecek ve şimdiki zamandır (Sobol-Kwapinska, 2013, s. 371-372).

İnsanlar zihinlerinde genellikle ya geçmiş hadiseleri değerlendirme, pişmanlık-özlem duyma ya da gelecek hakkında endişe, merak içerisinde yaşarlar. Bu nedenle insan zihninin oldukça gürültülü olduğu söylenmektedir. Geçmiş ve gelecek arasında gidip gelen bireyler bu süreçte monoton bir hayat döngüsüne kapılmak da ve anı yaşama, andan zevk alma duygusundan uzaklaşmaktadır. Sakinlik, dinginlik ve berrak bir zihin ise anı yaşama beraberinde gelmektedir ve kişilere yaşamlarında keyif alma hissini kazandırmaktadır (Murcko, 2015, s. 75'den aktaran Özdengül ve Çam, 2017, s.410).

Şimdiki zaman yönelimi bazı araştırmacılar tarafından kadercilik olarak da tanımlanmaktadır. Zimbardo ve Boyd (1999) bugüne karşı kaderci bir yaklaşıma sahip insanları şu şekilde tanımlamaktadır: Bu zamansal yönelime sahip kişiler geleceği neredeyse hiç düşünmezler. İnançlarına göre, önceden plan yapmanın veya planı gerçekleştirmenin gelecek üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı için bu süreçlere dâhil olmazlar. Şans faktörüne biraz inanarak, sıkı çalışmanın getirdiği sonuçlara değil, şansa bağlı olduklarına inanırlar. Bu nedenle, geleceği önceden planlamaktan kaçınırlar ve günlük yaşamlarını teslimiyetle kabul ederler. Kaderciler, sadece haz peşinde olmazlar, aynı zamanda gelecek kaygısını en aza indirmek ve belirsizlikten kaçınmak amacıyla günlük varoluşlarını sürdürürler. Zimbardo ve Boyd'un (1999) belirttiği gibi, yoksulluk içinde büyüyen insanlar genellikle şimdiki zamana kaderci bir odaklanmanın "mahkûmları" haline gelirler. Maslow'a (1999) göre, bir kaderci kişi şimdiki zamana odaklandığında, isteme kavramını terk eder, özgür iradesini kaybeder ve "ne olacaksa o olacak" ilkesine göre yaşar; dünya bu şekildedir (akt. Sobol-Kwapinska, 2013 s. 372-373).

Ancak bu makalede anı yaşamak, ana odaklanmaktan kastedilen Carpe diem "“burada ve şimdi” olanlara odaklanmak ve hayatın her anının değerinin bilincinde olmak, anın getirdiklerine odaklanmak, hayatın her anının değerini ve benzersizliğini ayırt etmek anlamında ifade edilmektedir (Sobol-Kwapinska, 2013, s.373). “Geçmiş ve geleceği bir arada yaşayan ne geçmişe ne de geleceğe tek başına bağlanmak istemeyen, şimdiki zamanı yaşama eğilimi gösteren postmodern birey, günümüz modern tüketicisini oluşturmaktadır.” Postmodern tüketicilerin en önemli özellikleri, geçmişten bağımsız olma, gelecek için bağlanmama ve sadece şimdiki yaşamadır” (Odabaşı 2009, s. 85).

Segev, Gavish ve Gavish (2015) çalışmasında satın alma merkezli yaşayan kişilerin yaşam doyumu arasında zayıf ama pozitif bir kolerasyon olduğunu bulmuştur. Mevcut araştırmanın bulguları da materyalistik kişisel değerler ile yaşam doyumu arasında negatif bir ilişkiye rastlamıştır. Ancak bunun yanında materyalistik kişisel değerler, hedonik tüketicilik değerlerini pozitif yönde etkilemektedir ($R^2 = 0,47$). Aynı şekilde anı yaşamak da hedonik tüketicilik değerlerini pozitif yönde etkilemektedir ($R^2 = 0,59$).

Postmodern pazarlama anlayışında semboller markalar tarafından iletişim sürecinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında ürünlerle ilgili üç değerden bahsedilmektedir. Bunlar ürünün mübadele değeri yani ürün için belirlenen parasal değer. Diğeri kullanım yani fonksiyonel değerdir. Modernizm en çok bu iki değer ile ilgilenmiş ve ürünün bağlantı ya da kimlik değerini yoksayımıştır. Diğer taraftan postmodernizm günümüzdeki sembolik imajlar dünyasında ürünün asıl önemli olan değerinin bağlantı değeri olduğuna dikkat çekmektedir. Ürünün bağlantı değeri, tüketicinin ürün ve onun markası ile oluşturduğu ve bununla sosyal çevresi ile iletişime geçtiği değerdir (Odabaşı, 2009, s. 87).

Günümüzde ürünlerin fonksiyonel yani kullanım değerleri tüketiciler tarafından eskisi kadar önem arz etmemektedir. Ürünler ve hizmetler tüketicilerin sosyal çevreleri ile iletişim kurmalarında, kendilerini gerçekleştirmelerinde birer basamak olarak kullanılmaktadır. Mevcut araştırma modelinin bulgularına göre de hedonik tüketicilik değerleri, kendini gerçekleştirme ($R^2= 0,14$) ve yaşam doyumunu ($R^2= 0,43$) pozitif yönde etkilemektedir. Hedonik tüketicilik değerleri kendini gerçekleştirme arasında zayıf da olsa pozitif yönde bir etki vardır. Buradan çıkarılan sonuç hedonik bir tüketim anlayışına sahip olmak, kişilerin kendilerini gerçekleştirme sürecinde zayıf da olsa etkilidir. Materyalistik hayat görüşüne sahip kişilerin bu bakış açıları yaşam doyumlarını olumlu yönde etkilemese de dolaylı yoldan hedonik bir tüketim anlayışı ile yaşamsal doyumları pozitif yönde etkilenmektedir ($R^2= 0,43$). Materyalizm ile yaşam doyumları arasında “hedonik tüketicilik değerleri”nin aracı bir değişken görevinde olduğu söylenebilir.

Yaşamsal doyuma ulaşmış ve kendini gerçekleştirmiş kişilerin gündelik hayatlarında mutlu oldukları varsayılabilir. Bu araştırmanın önemli bulgularından bir diğeri de bu varsayımı doğrulamasıdır. Yaşamsal doyum ($R^2= 0,72$), kendini gerçekleştirme ($R^2= 0,53$) kişilerin öznel mutluluklarını önemli anlamda pozitif yönde etkilemektedir. Bu araştırmanın sonuçlarına bakıldığında günümüz postmodern tüketicisinin öznel mutluluk yolunda temelleri materyalist bir hayat görüşünden ve anı yaşama (carpe diem) ile başlayan yolculuğu hedonik tüketicilik özellikleri sergilemesine neden olmaktadır. Yaşamsal doyum ve kendini gerçekleştirme sürecini metalarda arayan tüketiciler gündelik pratiklerinde hazzı ve anlık zevklere yönelerek, kendi kimlik ve benliklerini sembolik olarak ifade etmelerine yarayan tüketim içeriklerine yönelmektedir. Günümüzde yaşamsal doyuma ve kendini gerçekleştirmeye giden yol postmodern bir tüketim kültüründe hedonik değerlerden beslenmektedir. Her ne kadar metalara sahip olmanın direkt olarak yaşamsal doyum sağlamadığı bulgularda gözlemlense de hedonik bir tüketim anlayışına sahip olmak yaşamsal doyuma ulaşmada tüketicileri pozitif yönde etkilemektedir.

Gözlemediğimizde günümüzde kişilerin kitlesel bir arayış içinde olduğunu fark etmemiz kaçınılmazdır. Sosyal medyada paylaşılan içerikler, bireysel sosyal medya hesaplarında kişilerin kendileri sergileme ve ön planda tutma ihtiyacı, video içerikli sosyal medya platformlarındaki mistik, spiritüel ve geleceği tahmin etmeye yönelik binlerce izleyiciye sahip kanallar, kitlesel bir uyanışa çağrı, uzak doğu felsefelerine olan yoğun yöneliş, adeta postmodern bir ruhaniyetin doğuşunu sergilemektedir. Kollektiften bir kopuş ile kişilerin benlik ve öznel mutluluk arayışlarını, kendilerini özgün ve farklı kılarken bir yandan video içerikli paylaşım sağlanan sosyal medya ortamlarında aynı hayat görüşüne sahip kişilerin tekrardan bir komün olma çabasını gözlemlemekteyiz. Postmodernist pazarlama adeta her şeyi tüketilebilen bir deneyim, hazları besleme ve kişilerin kendilerini gerçekleştirmeleri noktasında bir deneyim olarak sunmaktadır.

Bu araştırma postmodern bir tüketim kültüründe kişilerin öznel mutluluğa ulaşmasında etki eden faktörleri araştırmıştır. Ancak tüketici davranışı belirli kavramlar ve kalıplar ile sınırlandırılmayacak kadar derindir. Gerçekleştirilen bu tür çalışmalar buz dağının ancak küçük bir noktasına ışık tutsa da gelecekteki araştırmalara katkı sağlaması noktasında en azından bir yol açması hedeflenmiştir. Gelecek araştırmalar açısından önerilen bir diğer konu ise kişilerin demografik özelliklerinden özellikle gelir seviyesindeki farklılığın bu modeldeki değişkenler üzerinde ne gibi etkilerin anlamlı farkların olup olmadığının araştırılması olabilir.

KAYNAKLAR

- Akarsu, B. (1970). *Ahlak öğretileri 1 mutluluk ahlakı (Eudaimonism)*. (2. Baskı). İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No. 1144.
- Akın, A. & Satici, A.S. (2011). Öznel mutluluk ölçeği: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21 (Mayıs 2011), 65-77.
- Alkış, N. (2016). Bayes yapısal eşitlik modellemesi: kavramlar ve genel bakış. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(3), 105-116. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gjeb/issue/25327/256565>.

- Belk, R. W. (1984). Three scales to measure constructs related to materialism: Reliability, validity, and relationships to happiness. *Advances in Consumer Research*, 11, 291-297.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-280.
- Berberoğlu, E. O., Uygun, S. (2012). Çevre farkındalığı - çevre tutumu arasındaki ilişkinin yapısal eşitlik modeli ile sınanması. *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25 (2), s.459-473.
- Britannica (Şubat 2023). <https://www.britannica.com/topic/materialism-philosophy> (Erişim Tarihi: 05.12.2022).
- Coşkun, R.; Altınışik, R.; Bayraktaroğlu, S.; Yıldırım, E. (2015). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Spss uygulamalı. (8. Baskı). Sakarya Kitapevi.
- Çivitçi, A. (2012). Üniversite öğrencilerinde genel yaşam doyumu ve psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiler. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 321-336. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/4390/60371>
- Dağlı, A. & Baysal, N. (2016). Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması:Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 15, 59 (1250-1263). <https://doi.org/10.17755/esosder.263229>
- Deniz, A. K. (2019). Dijital çağın hedonist çalışanları: Dijital göçebeler. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 101-113. <https://doi.org/10.21733/ibad.603406>.
- Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M., & Kasser, T. (2014). The relationship between materialism and personal well-being: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(5), 879-924. <https://doi.org/10.1037/a0037409>.
- Herbert W. Marsh , Kit-Tai Hau & Zhonglin Wen (2004): In search of golden rules: Comment on hypothesis-testing approaches to setting cutoff values for fit indexes and dangers in overgeneralizing Hu and Bentler's (1999) Findings, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 11:3, 320-34.
- Holbrook, Morris B., & Hirschman, Elizabeth C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(March), 132-140. <https://doi.org/10.1086/208906>.
- Hu, L.T. & Bentler, P.M. (1999) Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *structural equation modeling. A Multidisciplinary Journal*, 6, 1-55.
- İlhan, M & Çetin, B. (2014). LISREL ve AMOS programları kullanılarak gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli (YEM) analizlerine ilişkin sonuçların karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*. 5(2), Kış, 26-42.
- Kasser, T. (2002). *The high price of materialism*. Cambridge, NY:MIT.
- Kılıç, S. (2012). Örnek büyüklüğü, güç kavramları ve örnek büyüklüğü hesaplaması. *Journal of Mood Disorders*;2(3):140-142.
- Kline, R. B. (2015). Principles and practice of structural equation modeling. Guilford publications.
- Malhotra, N. K. (2004). Marketing research an applied orientation, 4. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Manchiraju, S. & Son, J. (2014). Materialistic (and unhappy?) adult now, economically deprived child then: How are felt formative economic deprivation, materialism, and well-being measures related? *Journal of Business and Management Research*, 5, 125-127.
- Markus, Hazel & Kitayama, Shinobu. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, *Emotion, and Motivation. Psychological Review*. 98. 224-253. 10.1037/0033-295X.98.2.224
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. Harper and Row.

- McDonald & Ho (2002), "Principles and practice in reporting structural equation analyses." *Psychological Methods*, 7(1), 64-82. doi: 10.1037/1082-989x.7.1.64.
- Odabaşı, Y. (2009). *Postmodern pazarlama*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Oğlu, A.M. (2014). *Kendini gerçekleştirme ve kişilik*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (2016). *Eğitim, sağlık ve davranış bilimlerinde ölçek ve test geliştirme yapısal eşitlik modellemesi*. Nisan Kitapevi.
- Özdengül, A. G., & Çam, M. S. (2017). Reklamcılık ve spiritüalite kavramı: televizyon reklamları üzerine bir inceleme. *Selçuk İletişim*, 10(1), 399-432. <https://doi.org/10.18094/josc.330957>
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin hedonik tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*. 11(1), 25-38.
- Piotr, T. & Rutkowski P. Ireneusz (2015). "Scale for testing hedonic-consumerism values", in Andreani J.-C., *Proceedings International Marketing Trends Conference*, January. 23-24.
- Richins, Marsha L. & Fournier, S. (1991). To have possessions: A handbook on ownership property. (Rudmin, F.W. (Ed.) içinde, some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behavior and Personality*. 6(6). 403-414.
- Richins, Marsha L. & Scott Dawson, (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation, *Journal of Consumer Research*, 19(3) December 303–316, <https://doi.org/10.1086/209304>.
- Rigel, N. Batuş, G. Yücedoğan, G., Çoban, B. (ed.). (2003). *Kadife karanlık- 21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar*. Su Yayınevi.
- Segev, S., Gavish, A., & Gavish, Y. (2015). A closer look into the materialism construct: The antecedents and consequences of materialism and its three facets. *Journal of Consumer Marketing*, 32, 85–98.
- Sobol-Kwapinska, Malgorzata. (2009). Forms of present time orientation and satisfaction with life in the context of attitudes toward past and future. *Social Behavior and Personality: an international journal*. 37. 433-440. 10.2224/sbp.2009.37.4.433
- Sobol-Kwapinska, M. (2013). Hedonism, fatalism and 'carpe diem': Profiles of attitudes towards the present time. *Time & Society*, 22(3), 371–390. <https://doi.org/10.1177/0961463X13487043>
- Wright, N. D. & Larsen, V. (1993). Materialism and life satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 6, s.158-16.

GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE YENİLENEBİLİR-YENİLENEMEYEN ENERJİ TÜKETİMİNİN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ: SAKLI EŞBÜTÜNLEŞME YAKLAŞIMI¹

Servet KAPÇAK²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1240166

Makale Geçmişi:

Geliş 20.01.2023

Kabul 29.04.2023

Anahtar Kelimeler:

Ekonomik Büyüme,

Ekolojik İktisat,

Yenilenebilir-Yenilenemeyen Enerji

Tüketimi,

Saklı Eşbütünlüşme Yaklaşımı,

Saklı Hata Düzeltme Modeli.

ÖZ

Enerji, ilk dönemlerden beri insanlığın ele aldığı temel faktörlerden biri olmuştur. Sanayi devrimiyle birlikte önemi artmış ve ülkelerin sanayileşmesinde önemli rol oynamıştır. Sürdürülebilir büyümenin temel kaynaklarından biri olan enerji, geleneksel ekonomi akımları tarafından dikkate alınmayarak bir üretim girdisi olarak görülmemiştir. Ancak 1970 yılından sonra yeni bir ekonomi teorisi olan ekolojik iktisat yaklaşımı iktisatçıları enerjiyi ekonomik büyümenin birincil kaynağı olarak görmüşlerdir. Meydana gelen petrol krizleriyle birlikte ekonominin her sektörü için önemli olan yenilenemeyen enerji kaynaklarının tükenebilir olması ve ekolojik dengeyi bozması nedeniyle ülkeler enerji politikalarında değişime giderek tükenemeyen temiz, ucuz ve çevre dostu olan yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmişlerdir. Bu çalışmada yenilenebilir, yenilenemeyen enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki asimetrik ilişki Çin, Peru, Endonezya, Tayland, Kolombiya, Ekvator, Brezilya ve Meksika gibi seçilmiş orta-yüksek gelirli ekonomilerde 1965-2018 dönemi itibarıyla analiz edilmiştir. Değişkenlerin logaritmik değerlerinin DF-GLS, KPSS ve Ng-Perron birim kök analizleri yapılmış ve değişkenlerin birinci farkında durağan olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisi yeni nesil testlerden biri olan saklı eşbütünlüşme testi kullanılarak analiz edilmiştir. Nedensellik ilişkileri de saklı hata düzeltme modeline dayalı asimetrik nedensellik testi ile incelenmiştir. Örneklem grubunda farklı bileşenler arasında ilişki tespit edilmiş ve uygun politika önerileri sunulmuştur.

THE IMPACT OF RENEWABLE-NON-RENEWABLE ENERGY CONSUMPTION ON ECONOMIC GROWTH IN DEVELOPING COUNTRIES: HIDDEN COINTEGRATION APPROACH

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1240166

Article History:

Received 20.01.2023

Accepted 29.04.2023

Keywords:

Economic Growth,

Ecological Economics

Renewable-Non-Renewable Energy

Consumption,

Hidden Cointegration,

Rouching Error-Correction Model.

ABSTRACT

Energy has been one of the main factors that human beings have been dealing with since the early periods of human history. With the industrial revolution, its importance has increased and it has played an important role in the industrialization of countries. Energy, which is one of the main sources of sustainable growth, has not been evaluated as a production input by not being considered by traditional economic movements. However, after 1970, the economists in the ecological economics approach which is a new economic theory, evaluated energy as the primary source of economic growth. As a result of the exhaustible nature of non-renewable energy resources, which became crucial to every sector of the economy after the oil crisis, and their adverse effects on the environment, many countries have amended their energy policies and shifted towards renewable energy resources. These sources are abundant, clean, affordable, and environmentally friendly. In this study, the asymmetric relationship between renewable, nonrenewable energy consumption and economic growth in the selected mid-high income economies such as China, Peru, Indonesia, Thailand, Colombia, Ecuador and Brazil has been analysed over the period of 1965-2018. DF-GLS, KPSS and Ng-Perron unit root analyzed were performed and the variables were found to be stationary in the first difference. The long-term relationship between the variables was analyzed by using the hidden cointegration test, which is one of the new generation tests. Causality relations were examined by using asymmetric causality test based on crouching error-correction model. The relationship between the different components was determined in the sample group and appropriate policy proposals were presented.

¹ Bu çalışma Servet Kapçak tarafından hazırlanan "Seçilmiş Yüksek-Orta Gelirli Ülkelerde Yenilenebilir Enerji ve Yenilenemeyen Enerji Tüketiminin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Bir Saklı Eşbütünlüşme Yaklaşımı" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

² Dr., Bağımsız Araştırmacı, servet.kapcak@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-0397-9704

Alıntılanak için/Cite as: Kapçak, S. (2023), Gelişmekte olan ülkelerde yenilenebilir-yenilenemeyen enerji tüketiminin ekonomik büyüme etkisi: Saklı eşbütünlüşme yaklaşımı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 409-423.

GİRİŞ

Enerji, uygarlık tarihinde insanoğlunun farkında olup veya farkında olmadan kullandığı temel kavramlardan birini oluşturmaktadır. İlk çağlardan beri kullanılan enerji faktörü insanların barınma, korunma, beslenme ve tüm yaşam faaliyetlerinde kullanılmıştır. Ancak kitlesel üretimin başladığı ve küresel bir değişim yaratan Sanayi devrimiyle birlikte enerji faktörü başka bir boyut kazanmıştır Yaşanan bu küresel etkileşim nedeniyle enerjiye duyulan ihtiyaç her geçen gün artış göstermiştir. Sanayi devrimiyle enerji ihtiyacı artmış ve kullanılan fosil yakıt enerji kaynaklarından kömür ilk kullanım başlangıçlarından biri olmuştur. Enerjiye olan ihtiyacın artmasıyla etkin olan sanayileşme, aynı zamanda nüfus artışına ve insanların şehir merkezlerine yerleşmesine sebep olmuştur. Bu durum da enerjiye olan ihtiyacı daha da artırmıştır (Usta, 2015).

Küreselleşmeyle birlikte ve enerjinin küreselleşme sürecinde meydana getirdiği sorunlar ve savaşlar her dönemde kendini hissettirmiştir. Özellikle birinci ve ikinci dünya savaşında ciddi bir yıkımın oluşması ülkelerin enerji politikalarını da etkilemiştir. İkinci dünya savaşından sonra ülkelerin hızlı büyüme sürecine girmesi ve sanayileşmenin hızlanması enerjiye duyulan talep ve ilgiyi artırmıştır. Bunun yanında sanayi devrimiyle birlikte kullanılan fosil yakıtlar önemli çevresel sorunları ortaya çıkarmaya başlamıştır. 1970 yılından sonra enerji ampirik çalışmalara konu olmuş ve ekonomik büyümenin temel girdisi haline gelmiştir. Gerçekleştirilen bu uygulamalı çalışmalarda hem tartışmalı sonuçlar elde edilmiş hem de enerji kavramının üretim fonksiyonundaki yeri anlaşılmasına başlamıştır (Usta & Berber, 2017, s. 174). 1973 yılında meydana gelen petrol kriziyle birlikte enerji arz güvenliği sorunu ortaya çıkmıştır. Bu kriz gelişmekte ve gelişmiş ekonomileri olumsuz etkilemiş ve ülkelerin büyüme sürecini tersine çevirmiştir. Petrolde yaşanan darboğaz ülkelerin iç ve dış dengelerini olumsuz etkilemiştir. Dünyada yaşanan bu enerji krizleriyle birlikte Türkiye gibi ekonomisi bıçak sırtında olan ekonomiler hızlı bir enflasyon artış sürecine girmiş, bu durum dış ticaret ve cari açıklarında negatif bir etki yaratmıştır (Yanar & Kerimoğlu, 2011, s.192). Yaşanan petrol krizleriyle birlikte enerjinin önemi arttığı gibi enerji kaynakları bakımından yetersiz olan ülkeler enerji politikalarında değişime gitmek zorunda kalmıştır. Ekonominin her sektörü için kullanılan fosil yakıtların rezerv bakımından sorgulanması ve tükenebilir olması ülkeleri yeni arayışlara sürüklemiştir. Fosil yakıtların hem tükenebilir olması ve hem ekolojik dengeyi bozması ucuz, temiz ve sürekliliği olan alternatif enerji kaynaklarına ihtiyacı gündeme getirmiştir (Coester, Hofkes & Papyrakis, 2018).

Enerjinin ekonomideki yerinin yeni ekonomik yaklaşım olan ekolojik iktisat ve ekolojik iktisat yaklaşımının bir alt sistemi olan biyofiziksel iktisat yaklaşımıyla bulduğu söylenebilir. Ekolojik iktisadın çıkış noktası geleneksel büyüme teorisi olan Solow (Neoklasik) büyüme modelinin enerji unsuruna hiç değinmemesi ve ekonomik büyümenin girdisi olarak görmemesi olup bu noktada Solow büyüme modelini eleştirerek enerjinin üretim sürecinde ekonomik büyümenin temel girdisi olduğu ifade edilmiştir. Solow büyüme modeline göre ekonomik faaliyetler emek ve sermaye arasında diğer bir ifadeyle hanehalkı ve firmalar arasında gerçekleşmektedir. Ekolojik iktisat, Solow büyüme modeline bir eleştiri olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda literatüre enerjiyi ekonomik büyümenin tek ve birincil girdisi kabul ederek Neoklasik iktisatçılardan daha farklı bir analitik bakış açısı kazandırmıştır (Tafti & Mottaghitalab, 2017; Cipolla, 1967; Nordhaus, 2007)

Çalışmanın ana konusu olan enerji faktörü literatürde farklı makroekonomik serilerle ilişkilendirilip ekonometrik uygulamalara temel değişken olmuştur. Ayrıca enerji-ekonomik büyüme arasındaki ilişki farklı bir ekonometrik metodoloji kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı geleneksel yöntemlerin kullanılmaması ve değişkenler arasında gizli bir ilişkinin varlığını araştırmasıdır. Bu çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. Giriş kısmında konunun önemi üzerinde durulmuştur. Birinci bölümde ekolojik iktisadın geleneksel büyüme model olan Neoklasik büyümeye getirdiği eleştiriler yer almıştır. İkinci bölümde konu ile ilgili çalışılmış ampirik çalışmalar bulunmaktadır. Üçüncü bölümde model, veri seti ve bulgular raporlanmıştır. Son ve dördüncü bölümde ise elde edilen bulgular doğrultusunda sonuç ve değerlendirme yapılmıştır.

Ekolojik İktisat Perspektifinden Neoklasik İktisat Yaklaşımı ve Getirilen Eleştiriler

Klasik modelin devamı olarak düşünülen Neoklasik büyüme modeli, klasik modeli analizlerle besleyen ve teorik olarak önemli bir altyapı oluşturan Solow büyüme modeli olarak bilinmektedir. Neoklasik büyüme modeli makroekonomide kendini kabul ettirmiştir. Keynesyen kısa dönem analizini, uzun dönem dinamik analiz olarak ele alan Neoklasik büyüme modeli Keynesyen ekolünden gelen büyüme modeli olan Harrod-Domar büyüme modeline bir eleştiri olarak doğmuştur. Solow modeline göre; Harrod- Domar modeli uzun dönemde ekonominin kararlı ve dengede nasıl olmayacağını vurgulamıştır. Solow ise ekonominin uzun dönemde kararlı ve dengede nasıl olabileceğini analiz etmiş ve Harrod-Domar büyüme modeline karşı bir eleştiri ile doğmuştur (Fix, 2014, s. 3).

Solow büyüme modeli, Harrod-Domar büyüme modelinin tüm sabit oran varsayımlarını reddetmiş ve ekonomide istikrarsızlık yerine bir istikrar normu kabul ederek, sabit oranları ortadan kaldırarak üretim faktörleri olan emek ve sermaye arasında ikamenin olabileceğini vurgulamıştır. Bu kararlılık, Neoklasik büyüme modelinin varsayımı gereği serbest piyasanın kendi kendini düzeltebileceğini ifade etmiş ve büyüme modeli için temel varsayımlardan biri haline gelmiştir. Hall & Klitgaard göre; Solow, uzun dönemde, ekonominin kendi kendini düzeltebileceği varsayımı altında “istikrarsızlığı” sosyal ve teknik bir sorun haline getirmiştir. Böylece Neoklasik büyüme teorisinin altında yatan varsayımların kendiliğinden oluşmadığını, daha ziyade Neoklasik ilkelerle daha tutarlı bir model oluşturmak için seçilmişlerdir. Solow büyüme modelinde, hane halkı ve firma ekonomide homojen olarak kabul edilmektedir. Hane halkının sahip olduğu emek ve sermaye faktörlerini, firmanın bu üretim faktörlerini üretim sürecinde kullanmaları için kiralamaktadırlar. Ölçeğe göre sabit özelliğinin geçerli olduğu Solow büyüme modeli üretim fonksiyonu ve sermaye birikimi denklemleri üzerine kurulmuştur (Fix, 2014, s. 4).

$$Y = AL^{\beta}K^{\alpha}$$

Üretim fonksiyonu denkleminde görülen Y yıl sonu girdi miktarını, L emek miktarını ve K ise sermaye miktarını temsil etmektedir. A ve a ise teknolojik değişimleri ifade etmektedir. Cobb-Douglas üretim fonksiyonu, Neoklasik teorisinin gerekliliği için basit bir yöntem olup, enerji ve farklı enerji kaynakları gibi üretim unsurlarını bünyesinde barındırmamaktadır.

Neoklasik büyüme modelinin temel ilkelerinden biri de ölçeğe göre sabit getiri uygulamasıdır. Böylece β , milli gelirdeki sermaye payını temsil ederken, α ise emek payını temsil etmektedir. Bu varsayım büyüme modelinde çok önemli temel varsayımlar arasında yer almaktadır. Çünkü marjinal verimlilik dağıtım teorisinin kanıtı, yalnızca ölçeğe göre getiri varsayımı altında çalışmaktadır (Robinson, 1934).

Solow büyüme modeli, tam olarak gerçek dünya ekonomisiyle bağdaşmasa bile büyümenin temel yönlerine önemli bir bakış açısı sağlayan idealize edilmiş bir teoridir. Daha sonra Neoklasik büyüme modelini takip eden diğer modellerin temel çekirdeğinde, büyümeye, sermaye birikimi ve teknolojik ilerlemenin sonucu olan istikrarlı bir süreç kazandırmıştır. Varsayılan karmaşıklıkta içinde bu temel çekirdeğin oluşabilmesi için marjinal role bağlıdır. Eğer bu karmaşıklar marjinal bir özellik taşımazsa, büyüme sürecinin merkezi, Neoklasik büyüme teorisinde elde edilen sonuçlar büyük ölçüde yanıltıcı olabilir. Bu nedenle var sayımları titizlikle incelemek çok önemlidir, ancak Neoklasik büyüme modeli bunu önemli düzeyde yapmamıştır (Fix, 2014, s. 5).

Ekolojik iktisadın kurucuları arasında yer alan David Stern’e göre; “*ekonomide, üretim kaynaklarının rolünü açıklayabilmek için üretim fonksiyonunda ve ekonomik büyümede bir önyargı söz konusudur*”. Üretim fonksiyonlarını içeren Solow büyüme modelinde enerji kaynakları tamamen yok sayılmıştır. Bir diğer ekolojik iktisatçı Herman Daly’e göre; “*Solow büyüme modelinin teknik olarak üretim fonksiyonlarını açıklamalarını mutfakta yapılan yemek tarifine benzetmiştir*”. Bir başka ekonomist Joseph Stiglitz ise doğal kaynaklarla bir üretim işlevi sunarak bu eksikliği doldurmaya çalışmıştır (Fix, 2014, s. 6). Bu bağlamda Stiglitz aşağıdaki gibi bir üretim fonksiyonunu ele alır:

$$Y = AL^{\beta}K^{\alpha}R^{\lambda}$$

Bu büyüme modeli, faktör gelirlerini, her faktörün marjinal üretkenliğini daha geniş bir çerçevede ele almıştır. Sonuç olarak üretim faktörlerinin üstündeki üstel değerlerin her biri, milli gelirin içindeki payı ifade etmekte ve ekonomi için önemli bir ilişkiyi açıklamaktadır. Bununla birlikte doğal kaynak sahiplerinin geliri (λ), gelir içinde çok küçük bir yüzdeliği temsil ettiği için bu durum ister istemez doğal kaynakların önemini azaltmaktadır. Örnek olarak; fosil enerji kaynakları son 60 yılda Amerikan ekonomisi içinde %3'lük bir oran oluşturmuş. Neoklasik üretim fonksiyonuna girdi olarak enerji unsuru eklendiğinde üstel sayı 0.03 oranında bir artış sağlamaktadır. Bu durumda enerji kaynaklarının, Neoklasik büyüme teorisinde yer alması Neoklasik büyüme modelini oldukça önemsiz bir hale getirecektir (Fix, 2014, s. 6).

Ekolojik iktisat ise temel olarak Neoklasik iktisatçılardan daha farklı bir analitik bakış açısına sahiptir. Ekonomik süreç yani mal ve hizmet akışı çevreden elde edilen entropi yani yüksek kaliteli enerji akışı ile sürdürülmektedir. Ekolojik iktisatçılar, doğal kaynaklar ve ekolojik hizmetler üreten doğal sermayeyi üretilen sermayeden ayırmakta, insanlardan, kurumlardan, kültürlerden ve ekonomilerden yararlanmaya çalışmaktadır (Cleveland, 2003, s. 6). Ekolojik iktisadın tarihsel geçmişi, 30 yıl öncesine kadar ulaşmaktadır. Ekolojik iktisat iktisadi mal ve hizmetlerin üretiminden, kaçınılmaz olarak oluşan yüksek entropi atığının uzaklaştırılmasına kadar tüm sosyo-ekolojik süreçlerin altında yatan düşük entropili enerji, iyi işleyen ekosistemler ve doğal kaynaklar gibi biyofiziksel paradigmanın özelliklerini içine alacak şekilde doğmuştur. Bu paradigma, özünde geleneksel iktisat anlayışını reddeder. Ekolojik iktisat farklı disiplinlerden akademisyenler ve uygulayıcıların sürdürülebilirlik bilimi ve yönetiminin gelişmesi için bir araya geldiği bir alana da dönüşmüştür. Ekolojik iktisat o zamandan beri temiz

enerji, temiz çevre ve sürdürülebilirlik konuları üzerine odaklanan bir iktisadi yaklaşım olarak kabul görmektedir (Mergar & Hall, 2020, s. 1).

Ekolojik iktisatçılar, kütle ve enerjinin korunumu yasalarına (termodinamiğin ilk yasası) uygun olarak bir ekonomideki malzeme ve enerji akışına vurgu yaparlar. Nicolas Georgescu-Roegen'in ufuk açıcı çalışmasını takiben, ekolojik iktisatçılar, enerjiyi içeren ekonomik süreçleri anlayabilmek için termodinamiğin ikinci yasasını ele almışlardır. Bu temel fizik yasasına göre; ekonomik olanlar da dâhil olmak üzere herhangi bir fiziksel süreçte kullanıldığında enerji miktarı korunurken, yararlı iş yapma kapasitesi (ekserji) kaçınılmaz olarak azalır. Alternatif olarak, “enerji girdisinden yararlanmayan kapalı bir sistemde, entropi yani iş yapma yeteneği olmayan enerji sadece yukarı çıkabilir, asla azalmaz. Enerji korunur, ancak entropi korunmaz”. Bu nedenle, canlılar, makineler, şehirler ve ekonomiler gibi her tür sistem, yapılarını ve performanslarını korumak için sürekli yeni enerji girdisine ihtiyaç duymaktadırlar. Ekonomik büyümenin fosil yakıtların kullanımına son derece bağımlı olduğu bir ortamda, termodinamiğin ikinci yasası, bu azalan kaynaklardan elde edilen enerjinin yerine alternatif enerji kaynaklarının yeterliliği konusundaki endişelerin temelini oluşturmaktadır (Victor, 2010, s. 239).

Daly ve Farrey'e göre termodinamiğin birinci kanunu mal ve hizmetlerin üretiminde teorik olarak bir sınırlama koyarken, ikinci kanun ise enerji ve madde kullanımının pratik olarak kullanımına bir sınırlama getirmektedir. Genel olarak bu iki yasayı göz önünde bulundurduğumuzda mevcut işleyişin yapısına göre; mal ve hizmet üretiminde enerjinin kullanılması kaçınılmazdır. Kullanılan bu enerji birkaç kez tekrarlırsa artık kullanılmayacak seviyeye gelecektir. Böylece ekonomiyi genişletmek veya üretim düzeyini artırmak için enerji arzını ya da enerji verimliliğini artırılması gerekmektedir (Murphy & Hall, 2011, s. 53).

Ekonomik büyüme, enerji açısından bakılırsa, dünya üzerinde yaşayan tüm canlıların yaşamları boyunca temel büyüme süreci olarak aynı özelliklere sahiptir. Her sistemin yaşamsal sürecine devam etmesi için gerekli olan temel faktörler bulunmaktadır. Yeryüzündeki canlılar için nasıl yeterli düzeyde yiyecek faktörüne ihtiyaç var ise, ekonomik sürecin verimli bir şekilde işlemesi için enerjiye ihtiyaç vardır (Murphy & Hall, 2011, s. 54). Ekolojik yaklaşıma göre, ekonomik büyümede meydana gelen artışla birlikte ekosistemde kirlilik oranı artmaktadır. Bu yüzden maddenin dönüşümü gerçekleştirerek farklı bir biçime ulaşması için enerjiye gereksinim vardır. Ancak ihtiyaç duyulan enerjinin ikame edilmesi imkânsız olması sebebiyle ekonomik büyüme için enerjiye ihtiyaç her zaman söz konusudur (Stern & Cleveland, 2004, s. 4). Ekolojik iktisat en geniş anlamda ekosistem ve ekolojik sistem arasındaki ilişkiyi açıklayan ve çalışma alanı oluşturan yeni bir disiplin olmakla birlikte, çevre-ekonomi ilişkisine verdiği önemle geleneksel ekonomi ve geleneksel çevre anlayışlarından ayrılmaktadır (Munda, 1997, s. 220).

Biyofiziksel Yaklaşım

Biyofiziksel iktisat, gerçek bir ekonomik sistemin özelliklerini, yapılarını ve süreçlerini kapsayan biyolojik ve fiziksel bir yaklaşım sunmaktadır. Zenginliğin kaynağını doğa olarak kabul eder ve dolaylı ya da dolaysız bir şekilde insan faktörünü zenginliği artırıcı bir üretim unsuru olarak görür (Hall & Klitgaard, 2006, s. 10-11). Biyofiziksel yaklaşım açısından bakıldığında; üretim sürecinde yer alan üretim faktörleri arasında kuvvetli bir ilişkinin varlığına işaret edilmektedir (Christensen, 1989, s. 28).

Tüketici ve üretici arasında mal ve hizmetlerin parasal dolaşımı her zaman mevcuttur. Biyofiziksel açıdan göz atıldığında, enerji ve diğer kaynaklar para dolaşımını yönlendirmektedir. Ancak, para dolaşımı yoksa enerji kaynaklarının bağımsızlığı mümkün değildir. Para ekonomisinin dayanak noktasını bilgiyi ve faydayı maksimize etmeye çalışan üreticiler ve karlarını maksimize etmeye çalışan tüketiciler oluşturur. Kıt kaynakların rekabetçi amaçlar arasındaki tahsisi ve fiyat ile ilgili para ekonomisinin işleyişini açıklayan teoriler ve kavramlar Neoklasik modelde ele alınmaktadır. Bu kavramların nasıl ve niçin çalıştığı bazı teorisyenler tarafından kabul edildiği gibi, diğer taraftan bu kavram ve teorilere şüpheli yaklaşan zıt görüşlü teorisyenler de bulunmaktadır. Neoklasik ekonomi modeli her ne kadar doğru ya da yanlış bilgiler verse bile, genel ekonominin bir kısmını açıklayabilme özelliğine sahiptir (Brown & Ulgiati, 2011, s. 5).

Biyofiziksel iktisat anlayışına göre ekonomi; para akışıyla birlikte madde, enerji ve bilgi akışıyla oluşan bir sistemi niteler. Ekonomi tanımlamasına getirdiği en önemli yenilik, çevre ve enerji olgularını dâhil etmesidir. Biyofiziksel iktisatçılara göre ekonomide madde akışı ile birlikte enerji akışının etkileri de ele alınmalıdır (Brown & Ulgiati, 2011, s. 6).

Biyofiziksel bir bakış açısıyla insan uygarlığının tarihi, karmaşık sosyo ekonomik sistemimizin gelişimine imkân sağlayan enerji dönüşümlerine eşlik eden enerji arayışı, enerjiyi kötüye kullanan teknolojiler ve ekonomik fazlalıklar tarafından damgalanmıştır. Daha önceki iktisat teorileri, 1880'lerin Sanayi devriminden önce çoğu modern teori gibi genellikle biofiziksel temelliydi. Sonraki iktisat teorileri özellikle de geleneksel iktisat teorileri

gerçeği yansıtmayan tahminler yaparken sosyo-ekonomik gelişimin temel unsurlarını göz ardı eden matematiksel modellere, yönetsel bireyselliğe ve denge analizine dayalı modern piyasa teorileri gibi pek çok kusuru barındırdığı ileri sürülmektedir. Daly, bizim kişisel çıkarlara güdümlü atomistik bireyler olmadığımızı; fakat başkalarıyla ilişkilerimiz sonucunda belirli kimliklerimizin oluştuğunu, topluluğa dayalı bireyler olduğumuzu vurgular. Gowdy ve Erickson, gerçekçiliği bireysellik, rasyonalizm, hatasız enformasyon ve bütün tarafların fiyat kabullenen ekonomik aktörler olduğunu varsayan denge teorisinin biçimselliğiyle değiştirmenin saçma olduğunu öne sürmektedir. Geleneksel iktisat teorilerine olan eleştirilerinin yanı sıra, Polanyi, kullanışlı bir biofiziksel iktisat tanımlaması yapmıştır: *“İktisadın önemi, insanların doğaya ve diğer insanlara karşı bağımlılığından ileri gelmektedir.”* İnsanların doğal ve sosyal çevrelerinin birbiri yerine geçmesinin belli bir dereceye kadar sonucu olarak ortaya çıkan materyal, istek ve tatmin araçlarının insanlara temin edilmesini ifade eder (Mergar & Hall, 2020, s. 2).

Biyofiziksel iktisat ve ekolojik iktisat aynı mıdır ya da birbirleriyle örtüşüyor mu? sorusu tartışılmaktadır. Ekolojik iktisat bir bölgeyi simgelerse biyofiziksel ekonomi bunun bir alt dalı, bir alt başlığı ya da bir alt sistemi olduğu söylenebilir. Biyofiziksel ekonomi bir ekonomiyi yaşayan bir canlıya benzeterek ekonominin küresel ve yerel ekosistemin kısıtlarına ve kaynaklarına tamamen bağımlı olduğunu savunur. Çoğu ekolojik sistemin aksine, biyofiziksel ekonomi ekosistemin belirlediği sınırlar içindeki doğal hareketliliği inceler. Aynı zamanda gerçek ve gerekli olan ekosistemin içinde yaşayan bir unsur gibi düşünülmektedir. Bununla birlikte yeni bir ekonomi yaklaşımı olarak gündeme gelmiştir. Biyofiziksel ekonomi ne bir palyatif model, nede geleneksel modeller için yeni bir versiyondur. Ekonominin nasıl araştırılması gerektiğini açıklar ve farklı temellere dayanır. Biyofiziksel ekonomi tutarlı ve değişmez olup doğa kanunları ile örtüşmektedir. Bazı biyofiziksel analizler giderek daha kapsamlı bir ekonomi analizi yapmaktadırlar (Hall & Klitgaard, 2006, s. 15-16).

Enerji insan faaliyetleri için çok önemli bir faktördür. İnsanlar, doğal kaynakların mal ve hizmete dönüştürülmesinde enerji ve emek ile sermayeyi uyum içinde kullanmaktadırlar. İnsanlar, yer kabuğundan materyalleri ve düşük yararlı entropi yakıtları yüksek kalitede ayrıştırabilir ve bu kaynakları tüketebilir. Enerji ve materyallerin akış ölçüsü *“verim”* olarak adlandırılmaktadır. Yüksek entropi atığını faydalı hale getirebilecek herhangi bir süreçte önemli ölçüde enerji gerekir. Enerji, insanın hayatta kalabilmesi için temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu yüzden İngiliz fizikçi Soddy şunları söylemektedir: *“Kullanılabilir enerjimiz varsa, yaşamı sürdürür ve gerekli olan her malzemeyi üretebiliriz. Bu yüzden enerji akışı ekonominin birincil kaynağı olabilir”*(Elsinga, 2014, s. 7-8).

LİTERATÜR TARAMASI

Enerji insanların günlük faaliyetlerini yerine getirebilmesi için önem arz etmektedir. İnsanoğlu ilk çağlarda ve tarımsal faaliyetlerin olduğu dönemlerde üretimde insan ve hayvan gücünü kullanırken, Sanayi Devrimiyle ilk olarak yer altı kaynaklardan (kömür, petrol ve doğal gaz) yararlanmış ve günümüzde ise kendini yenileyen enerji kaynakları da (güneş, rüzgâr, biyokütle ve jeotermal) eklenmiştir. Bu kısımda konuyla ilgili yapılan yerli ve yabancı ampirik çalışmalara yer verilmiştir. Anaja ve arkadaşları (2017) çalışmalarında 1990-2012 yıllarını kapsayacak verileri kullanarak, enerji tüketimi ile büyüme arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket ettiği tespit edilmiştir. Nedensellik sonucuna göre; ekonomik büyümeden, yenilenebilir enerji tüketimi ve yenilenemeyen enerji tüketimine doğru tek taraflı bir nedensellik belirlenmiştir. Nasreen ve arkadaşları (2020) çalışmalarında gelir artışı, ulaştırma enerji tüketimi ve çevre kalitesi arasındaki ilişkiyi panel nedensellik testi ile tespit etmek için 1980- 2017 dönemine ait yıllık verileri kullanılarak 18 Asya ülkesi üzerine inceleme yapmışlardır. Değişkenler arasında nedensellik analizleri yapılmıştır. Yapılan nedensellik testine göre; enerji tüketimi, ekonomik büyüme ve çevre arasında iki taraflı bir ilişki bulunmuştur. Tuna ve Tuna (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada 5 Asya ülkesi için ekonomik büyüme ve yenilenebilir enerji tüketimi değişkenleri arasındaki ilişkiyi analiz etmek için 1980-2015 dönemine ait yıllık veriler kullanılmıştır. Modele dâhil edilen değişkenler arasındaki ilişkiyi araştırmak için Hacker ve Hatemi-J yöntemi kullanılmıştır. Sonuçlara göre, genel olarak ekonomik büyüme ve yenilenebilir enerji tüketimi arasında bir ilişki olmadığı, ancak yenilenemeyen enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasında önemli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Kahouli (2019) bu çalışmasında 34 OECD ülkesi dikkate alarak ve 1990-2015 dönemlerini kapsayacak şekilde ekonomik büyüme ve enerji tüketimi değişkenler arasındaki bağ araştırılmıştır. Dinamik ve statik panel veri yöntemleriyle ortaya değişkenler arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Nedensellik testine göre, değişkenler arasında çift taraflı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Maji ve Sulaiman (2019) çalışmalarında 14 Batı Afrika ülke ekonomisini modele dâhil ederek, 1995-2014 döneminde yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyüme üzerinde etkisini incelemişlerdir. Bu ülkelerdeki yenilenebilir enerji tüketimi ekonomik büyümeyi yavaşça

azalttığını göstermektedir. Apergis ve Danuletiu (2014) 80 ülke ekonomisi üzerine çalışmışlardır. 1990-2012 yıllık veriler ve Canning-Pedroni panel nedensellik testi kullanılarak ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişki incelenmiş ve yapılan nedensellik testinin sonucuna göre; ekonomik büyümeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek taraflı bir ilişkinin varlığına rastlanılmıştır. Zaidi ve arkadaşları (2017) çalışmalarında ekonomik büyüme, petrol tüketimi ve gaz tüketimi arasındaki ilişkiyi, 1980-2011 dönemi verilerini dikkate alınmış ve panel veri yöntemi ile analiz etmişlerdir. Modelde yer alan ülkeler petrol ve doğal gaz çıkaran Cezayir, Tunus, Güney Afrika, Morocco, Fildişi Sahili, Camerun, Mısır ve Senegal'dir. Elde edilen analiz sonucuna göre; koruma hipotezinin Güney Afrika dışındaki diğer tüm ülkelerde geçerlidir. Kourtzidis ve arkadaşları (2018) sektörel bazda ele alınan (endüstri, konutlaşma, elektrik gücü, taşımacılık) ve Amerika ekonomisi üzerine yapılan bu çalışmada 1991-2016 dönemlerine ait aylık veriler ve asimetrik eşbütünleşme testi kullanılarak ekonomik büyüme ve enerji tüketimi arasında eşbütünleşme tespit edilmiş ve değişkenlerin yönünü belirleyebilmek için Granger nedensellik testi kullanılmış ve enerji tüketiminden ekonomik büyümeye tek yönlü bir nedensellik sonucuna ulaşılmıştır. Troster ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan bu çalışmada 1986-2016 dönemlerine ait yıllık veriler ve yenilenebilir enerji tüketimi, petrol fiyatları ve ekonomik faaliyet arasındaki nedensellik ilişkisi analiz edilmiştir. Granger nedensellik sonucuna göre, yenilenebilir enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki iki taraflı nedensellik bulunmuştur. Fan ve Hao (2020)'nun çalışmalarında Çin ekonomisi ele alınmıştır. Bu çalışma 2000-2015 dönemi kapsamaktadır. Çalışmanın amacı ekonomik büyüme, yenilenebilir enerji tüketimi ve doğrudan yabancı yatırımları değişkenlerini kullanarak analiz etmektir. Granger nedensellik sonuçlarına göre, yenilenebilir enerji tüketiminden ekonomik büyümeye doğru tek taraflı bir ilişkinin olduğu ispatlanmıştır. 1971-2009 dönemi kapsayan ve Pakistan ekonomisi üzerine odaklanan Mirza ve Kanwal (2017) çalışmalarında ekonomik büyüme, enerji tüketimi ve karbon emisyonu arasındaki ilişkiyi incelemektedirler. Granger nedensellik sonucuna göre; değişkenler arasında çift taraflı bir ilişkinin olduğu açıklanmıştır. Ocal ve Aslan (2013) bu çalışmalarında Türkiye ekonomisi üzerine ekonomik büyüme ve enerji tüketimi arasındaki nedensellik bağımlı incelemektedir. Toda-Yamamoto nedensellik sonucuna göre; ekonomik büyümeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek taraflı bir nedenselliğin varlığına rastlanılmıştır. Uzun dönemde yenilenebilir enerji tüketimi büyüme üzerinde negatif bir etki oluşturmaktadır. 103 ülke ekonomisi üzerine odaklanan Chen ve arkadaşları (2020), çalışmalarında 1995-2015 dönemini kapsayan verileri dikkate alarak ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji ilişkisini analiz etmişlerdir. Ampirik bulgulara göre; yenilenebilir enerji ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki yenilenebilir enerji tüketimine bağlıdır. Yenilenebilir enerji tüketimi büyüme üzerinde pozitif etkilidir. Rahman ve Valeyutham (2020) Asya'nın 5 ülkesi üzerine yapılan bu çalışmada panel veri yöntemi ile 1994-2014 dönemine ait yıllık veriler kullanarak yenilenebilir, yenilenemeyen enerji tüketimi ile ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre; yenilenebilir enerji, yenilenemeyen enerji tüketimi büyüme üzerinde pozitif bir etki oluşturmaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinin enerji politikalarını dikkate alarak ekonomik büyüme ile enerji tüketimi arasındaki bağı araştırılan Smiech ve Pepiec (2014), çalışmasında Konya (2006) tarafından geliştirilen panel Granger nedensellik testi kullanmışlardır. Sonuçlar gösteriyor ki, enerji politikası hedefleri, enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki bağlantıyı etkilemektedir. Hao ve arkadaşları (2020) çalışmalarında panel Granger nedensellik testi ile 1995-2014 dönemine ait yıllık veriler kullanmışlardır. Ekonomik büyümeden enerji tüketimine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı bulunurken diğer taraftan da enerji tüketiminin finansal gelişme ve ekonomik büyümenin nedeni olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. 17 gelişmekte olan ülke üzerinde duran Özcan ve Öztürk (2019), çalışmalarında Panel nedensellik testi, 1990-2016 dönemine ait yıllık yenilenebilir enerji ve ekonomik büyüme serileri kullanarak uygulanmıştır. Ekonomik büyümeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek taraflı nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Saad ve Talep (2018) çalışmalarında 12 Avrupa ülkesi ekonomisi üzerine ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi değişkenleri arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Bunu yapmak için 1990-2014 dönemine ait veri ve panel yöntemi kullanılmıştır. Kısa dönemde ekonomik büyümeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru, uzun dönemde ise yenilenebilir enerji tüketiminden ekonomik büyümeye doğru tek taraflı bir ilişki bulunmuştur. İnançlı ve İnan (2012) çalışmasında 1960-2014 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak Türkiye ekonomisi üzerine, ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji kullanımı arasındaki ilişkiyi saklı eşbütünleşme ile araştırmışlardır. Analiz sonucuna göre; ekonomik büyüme ve yenilenebilir enerji tüketimi değişkenlerinin pozitif ve negatif serileri arasında uzun dönemli ilişki bulunmuş ve ekonomik büyümenin pozitif bileşeni ile yenilenebilir enerji tüketiminin negatif bileşeni arasında ilişkinin varlığına rastlanılmıştır. Shahbas ve arkadaşları (2017) çalışmalarında Hindistan ekonomisini kapsayacak şekilde ve finansal gelişim, emek, sermayeyi üretim fonksiyonuyla birleştirerek ekonomik büyüme ve enerji tüketimi arasındaki asimetrik ilişkiyi incelenmişlerdir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi NARDL yani asimetrik bir eşbütünleşme ve asimetrik nedensellik testi kullanılmıştır. Değişkenlerin eşbütünleşik olduğu ve enerji tüketimi

ve finansal gelişmedeki negatif şokların ekonomik büyüme üzerinde önemli etkisinin olduğu ve sermayenin ekonomik büyümenin bir nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tugcu ve Topcu (2018) tarafından yapılan bu çalışmada G7 ülkelerinde 1980-2014 dönemine ait veriler kullanılarak, NARDL yaklaşımı ile yenilenebilir ve yenilenemeyen enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişki incelenip, asimetrik nedensellik testine başvurulmuştur. Asimetrik ve simetrik analiz sonuçlarına göre; yenilenebilir enerji tüketiminden ekonomik büyümeye doğru tek taraflı bir nedensellik tespit edilmiştir.

Ekonometrik Model ve Veri Seti

Bu çalışmada yenilenemeyen enerji tüketimi ve yenilenebilir enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler 1965-2018 döneminde analiz edilmektedir. Bu nedenle aşağıdaki 1 ve 2 no'lu denklemler kullanılarak incelenmiştir:

$$\ln GDP_t = \delta_0 + \delta_1 \ln OIL_t + \mu_{t1} \quad 1$$

$$\ln GDP_t = \delta_0 + \delta_1 \ln REN_t + \mu_{t2} \quad 2$$

Modellerde ekonomik büyümenin bir ölçütü olan GDP_t kişi başına reel GSYİH (2010 sabit \$ fiyatlarıyla)'yı, OIL_t yenilenemeyen enerji tüketimini (milyon ton) temsilen petrol tüketimini, REN_t ise yenilenebilir enerji tüketiminin bir ölçütü olarak toplam yenilenebilir enerji tüketimini (petrol eşdeğeri olarak milyon ton) ifade etmektedir. Her bir değişkenin logaritması alınarak tahminler yapılmıştır. Ayrıca kişi başına reel gelir Dünya Bankası (World Bank, 2020) veri sitesinden, petrol tüketimi ve yenilenebilir enerji tüketimi verileri ise British Petrol (2020) veri sitesinden temin edilmiştir.

METODOLOJİ

Değişkenlerin durağanlık mertebelerinin belirlenmesi amacıyla birim kök testleri uygulanmıştır. Bundan dolayı birim kök analizlerinde DF-GLS, KPSS ve Ng-Perron birim kök testleri ile sınanmıştır. Değişkenlerin uzun dönem ilişkisini son yıllarda ampirik çalışmalarda yaygın bir şekilde tercih edilen yeni nesil yöntemlerden olan Saklı Eşbütünleşme Yaklaşımı ile araştırılmıştır. Burada Johansen eşbütünleşme testinden ayrıca yararlanılmıştır. Son olarak literatürde simetrik nedensellik testleri pozitif ve negatif şokların aynı olduğunu varsaymaktadır. Ancak ekonomik faktörlerin pozitif ve negatif şokları farklı etkiledikleri bilinmektedir. Bu yüzden değişkenlerin uzun dönem asimetrik nedensellik ilişkisi Saklı Hata Düzeltme Modeli ile hesaplanmıştır.

Saklı Eşbütünleşme Analizi

Saklı eşbütünleşme testi, seriler arasındaki ilişkiyi uzun dönemde tespit etmektedir. Bileşenlerin uzun dönemde piyasada meydana gelen şoklara ortak tepki gösterdiklerinde eşbütünleşik olacağını ancak ayrı ayrı tepkiler vermeleri durumunda böyle bir ilişkinin olmayacağını ifade eden Granger-Yoon ve Hatemi J-Irandoust tarafından literatüre kazandırılan saklı eşbütünleşme testleri geliştirmişlerdir. Bu yüzden değişkenlerin pozitif ve negatif şoklar barındırdığı ve bu şoklarında herhangi bir durumda farklı tepki verebileceğini iddia eden Granger ve Yoon (2003) tarafından literatüre kazandırılan saklı eşbütünleşme testi Engle-Granger eşbütünleşme testinin altyapısını kullanırken ikinci test ise Hatemi-J & Irandoust (2012) tarafından literatüre kazandırılmış olup Johansen eşbütünleşme temeline dayanmaktadır. X_t ve Y_t serilerinin denklemleri aşağıda gösterilmiştir. Bu değişkenler pozitif ve negatif şoklara ayrıştırılarak Engle-Granger ve Johansen eşbütünleşme testine benzer aşamalardan geçmektedir.

$$X_t = X_{t-1} + \varepsilon_t = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i \quad 3$$

$$Y_t = Y_{t-1} + \eta_t = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i \quad 4$$

Burada yer alan $t = 1, 2, \dots, T$ dönemlerini, ε_t, η_t serileri standart hatayı, X_t ve Y_t serileri ise başlangıç değerlerini göstermektedir. Ancak eşbütünleşme ilişkisi aranan değişkenler X_t ve Y_t değildir. Bu değişkenlerin pozitif ve negatif serileri arasında eşbütünleşme ilişkisi aranmaktadır. Pozitif ve negatif seriler arasında saklı eşbütünleşme ilişkisi aşağıdaki denklemler ile ifade edilmektedir:

$$\varepsilon_i^+ = \max(\varepsilon_i, 0) \quad \varepsilon_i^- = \min(\varepsilon_i, 0) \quad 5$$

$$\eta_i^+ = \max(\eta_i, 0) \quad \eta_i^- = \min(\eta_i, 0) \quad 6$$

Buradan hareketle 7 ve 8 no'lu modellerde yer alan hata terimleri $\varepsilon = \varepsilon^+ + \varepsilon^-$ ve $\eta = \eta^+ + \eta^-$ şeklinde tanımlanabilir. Bu seriler başlangıçtaki adı geçen denklemlerin yerine yazıldığında aşağıdaki denklemler elde edilir:

$$X_t = X_{t-1} + \varepsilon_t = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^+ + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^- \quad 7$$

$$Y_t = Y_{t-1} + \eta_t = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i^+ + \sum_{i=1}^t \eta_i^- \quad 8$$

Böylece bu seriler 9 ve 10 no'lu denklemler gibi düzenlenebilir:

$$X_t = X_0 + \varepsilon_t^+ + \varepsilon_t^- \quad 9$$

$$Y_t = Y_0 + \eta_t^+ + \eta_t^- \quad 10$$

Granger ve Yoon (2003), $X_i^+ = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^+$, $Y_i^+ = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i^+$, $X_i^- = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^-$, $Y_i^- = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i^-$ varsayımını 9 ve 10 no'lu denklemlerden türetmiştir. Pozitif ve negatif serilerin değişimi $\Delta X_t^+ = \varepsilon_t^+$, $\Delta Y_t^+ = \eta_t^+$, $\Delta X_t^- = \varepsilon_t^-$, $\Delta Y_t^- = \eta_t^-$ şeklinde ifade edilir. Elde edilen şoklara yani serilerin + ve - bileşenlerine Engle-Granger eşbütünlük testi uygulandığında Granger-Yoon saklı eşbütünlük testi, Johansen eşbütünlük testi uygulandığında ise Hatemi-J & Irandoust saklı eşbütünlük testi analizde kullanılmış olur (Gündüz, 2020, s. 7).

Saklı Hata Düzeltme Modeli (Nedensellik Analizi)

Değişkenler arasında (+ ve - bileşenler) bir saklı eşbütünlüğün varlığı tespit edildiğinde Granger ve Yoon (2003) tarafından önerilen saklı hata düzeltme modeli oluşturulabilir. X^t ve Y^t serileri arasında bir saklı eşbütünlük söz konusu ise bu durumda saklı hata düzeltme modelleri aşağıdaki gibi belirlenebilir:

$$\varepsilon_t^+ = \gamma_0 + \gamma_1 \left(\sum_{i=1}^{t-1} \varepsilon_i^+ - \sum_{i=1}^{t-1} \eta_i^+ \right) + lags(\varepsilon_{t-1}^+, \eta_{t-1}^+) + \zeta_t \quad 11$$

$$\eta_t^+ = \delta_0 + \delta_1 \left(\sum_{i=1}^{t-1} \varepsilon_i^+ - \sum_{i=1}^{t-1} \eta_i^+ \right) + lags(\varepsilon_{t-1}^+, \eta_{t-1}^+) + \zeta_t \quad 12$$

Burada $(\varepsilon_{t-1}^+, \eta_{t-1}^+)$ gecikmeleri, uzun dönem tahmin kalıntıları olan ε_{t-1}^+ , η_{t-1}^+ 'nin farklı gecikmeleridir. Böylece ΔX_t^+ ve ΔY_t^+ değişkenleri 13 ve 14 no'lu denklemlerdeki gibi formüle edilebilir:

$$\Delta X_t^+ = \gamma_0 + \gamma_1 (X_{t-1}^+ - Y_{t-1}^+) + lags(\Delta X_{t-1}^+ - \Delta Y_{t-1}^+) + \zeta_t \quad 13$$

$$\Delta Y_t^+ = \delta_0 + \delta_1 (X_{t-1}^+ - Y_{t-1}^+) + lags(\Delta X_{t-1}^+ - \Delta Y_{t-1}^+) + \zeta_t \quad 14$$

Modelde yer alan γ_1 ve δ_1 hata düzeltme katsayılarıdır. Bu katsayıların negatif ve istatistiki olarak anlamlı olması beklenir. Bundan dolayı kısa dönemde meydana gelen herhangi bir olumsuz durum bir sonraki dönemde (uzun dönem) iyileşebileceğini göstermektedir. Bu durumda hata düzeltme terimini ifade eden ECT katsayısının negatif ve anlamlı olması pozitif ve negatif bileşenler arasında uzun dönem asimetrik nedenselliğin olduğu anlamını taşımaktadır (Gündüz, 2020, s. 8).

Ekonometrik Bulgular

Çin, Peru, Endonezya, Tayland, Kolombiya, Ekvator, Brezilya ve Meksika ülkelerine ait değişkenlerin 1965-2018 dönemine ait verilere birim kök testleri uygulanmıştır. Literatürde çok kullanılan birim kök analizlerinden DF-GLS, KPSS ve Ng-Perron birim kök testleri uygulanmıştır. Tüm ülkelere ait değişkenlerin birinci farkında durağan olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca değişkenlerin Johansen eşbütünlük testine tabi tutulması için Var gecikme yöntemiyle uygun gecikme uzunlukları belirlenmiştir. Yenilenemeyen enerji tüketimi ve ekonomik büyüme (Model 1) için SIC kriteri dikkate alınarak belirlenen uygun gecikme uzunluğunun Peru, Endonezya, Tayland, Kolombiya, Ekvator, Brezilya ve Meksika ülkelerinde 1, Çin de ise 3 olduğu, öte yandan yenilenebilir enerji tüketimi ve ekonomik büyüme (Model 2) için Endonezya, Tayland, Kolombiya, Ekvator, Brezilya ve

Meksika ülkelerinde 1, Peru'da ise 2 olarak belirlenmiştir. Bu durumda Tablo 1'de Johansen eşbütünleşme testi yapılmış olup Çin, Peru, Endonezya, Tayland ve Kolombiya'da değişkenlerin karşılıklı herhangi bir ilişki içinde olmadığı yani uzun dönemli bir ilişkinin bulunmadığı, Ekvator, Brezilya ve Meksika ise değişkenler arasında karşılık bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları

Ülkeler/Modeller	<i>İz istatistiği</i>	<i>Max. Öz değer istatistiği</i>
Panel 1: Çin		
Model 1		
R=1	36.370***	36.360***
R≤1	0.010***	0.010***
Model 2		
R=1	8.861	7.852
R≤1	1.008	1.008
Panel 2: Peru		
Model 1		
R=1	3.543	3.515
R≤1	0.027	0.027
Model 2		
R=1	7.328	7.323
R≤1	0.004	0.004
Panel 3: Endonezya		
Model 1		
R=1	11.321**	10.351**
R≤1	0.021**	0.021**
Model 2		
R=1	6.962	6.639
R≤1	0.322	0.322
Panel 4: Tayland		
Model 1		
R=1	9.395	8.738
R≤1	0.657	0.657
Model 2		
R=1	24.958**	20.953**
R≤1	4.005**	4.005**
Panel 5: Kolombiya		
Model 1		
R=1	7.555	7.750
R≤1	0.005	0.005
Model 2		
R=1	12.744*	12.492*
R≤1	0.252*	0.252*
Panel 6: Ekvator		
Model 1		
R=1	14.021*	10.443
R≤1	3.577*	3.577*
Model 2		
R=1	15.392*	11.370
R≤1	3.821*	3.821*
Panel 7: Brezilya		
Model 1		
R=1	14.787*	11.957
R≤1	2.830*	2.830*
Model 2		
R=1	24.212***	17.280***
R≤1	6.331***	6.331***
Panel 8: Meksika		
Model 1		
R=1	25.614***	25.080***
R≤1	0.530	0.530
Model 2		
R=1	26.023***	21.198
R≤1	4.824**	4.824**

Tablo 1’de Johansen eşbütünlük testi sonucunda uzun dönemde karşılıklı ilişki içinde bulunmayan ülkeler dikkate alınarak (Çin, Peru, Endonezya, Tayland ve Kolombiya) değişkenler pozitif ve negatif bileşenler ayrıştırılmıştır. Bu değişkenler pozitif ve negatif şoklara ayrıştırılarak aynı şekilde DF-GLS, KPSS ve Ng-Perron birim kök testleri uygulanmış ve değişkenler birinci farkında durağan hale gelmiştir. Değişkenlerin barındırdığı pozitif ve negatif bileşenlerin ayrı ayrı ekonomik aktörlere tepki verebileceğini ifade eden Hatemi J & Irandoust saklı eşbütünlük sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir. Pozitif bileşenler kendi arasında negatif bileşenler ise kendi arasında uzun dönem ilişkisi tespit edilmiştir. Bu yüzden saklı eşbütünlük sonucunda aralarında uzun dönem ilişkisi bulunan bileşenler üzerinde işlem yapılacaktır. Ancak uzun dönemde aralarında saklı eşbütünlük çıkan seriler, uzun dönemde aralarında asimetric nedensellik bulunmayabilir.

Tablo 2.Hatemi J- Irandoust Saklı Eşbütünlük Analiz Sonuçları (+ ve – Bileşenleri)

Ülkeler/Modeller	<i>İz istatistiği</i>	<i>Max. Öz değer istatistiği</i>
Panel 1: Çin		
GDP + OİL +		
R=1	46.948***	31.992***
R≤1	14.956**	14.956**
GDP - OİL -		
R=1	44.033***	38.811***
R≤1	5.221**	5.221**
GDP + REN +		
R=1	7.618	7.496
R≤1	0.122	0.122
GDP-REN-		
R=1	19.547***	18.704***
R≤1	0.842	0.842
Panel 2:Peru		
GDP + OİL +		
R=1	7.505	6.704
R≤1	0.800	0.800
GDP - OİL -		
R=1	24.023***	21.479***
R≤1	2.543	2.543
GDP + REN +		
R=1	7.677	7.676
R≤1	0.001	0.001
GDP-REN-		
R=1	23.504***	20.611***
R≤1	2.893**	2.893**
Panel 3: Endonezya		
GDP + OİL +		
R=1	10.716	10.632
R≤1	0.084	0.084
GDP - OİL -		
R=1	5.202	5.055
R≤1	0.147	0.147
GDP + REN +		
R=1	14.670**	11.218
R≤1	3.451**	3.451**
GDP-REN-		
R=1	9.693	8.831
R≤1	0.862	0.862
Panel 4: Tayland		
GDP + OİL +		
R=1	14.585*	13.445*
R≤1	1.130	1.130
GDP - OİL -		
R=1	8.005	7.031
R≤1	0.984	0.984
GDP + REN +		
R=1	9.597	8.253
R≤1	1.343	1.343
GDP-REN-		
R=1	4.530	4.208

R<1	0.321	0.321
Panel 5: Kolombiya		
GDP+ OİL+		
R=1	10.215	10.030
R<1	0.184	0.184
GDP- OİL-		
R=1	14.100**	13.916**
R<1	0.183	0.183
GDP+ REN+		
R=1	8.023	7.039
R<1	1.003	1.003
GDP- REN-		
R=1	9.120	98.960
R<1	0.159	0.159

Tablo 3'te değişkenlerin uzun dönem katsayıları gösterilmiştir. Serilerin uzun dönem ilişkisi FMOLS tahmin yöntemiyle tespit edilmiştir. Çin için yenilenebilir enerji tüketiminin negatif bileşeninde meydana gelen %1'lik artışın uzun dönemde ekonomik büyümenin negatif bileşeninde %0.379, Peru için yenilenebilir enerji tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.611, Peru ekonomisi tekrar incelendiğinde yenilenebilir enerji tüketiminin negatif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin negatif bileşeninde %0.343, Endonezya için yenilenebilir enerji tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.335, Kolombiya için yenilenemeyen (petrol) tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.208, son olarak Tayland için yenilenemeyen (petrol) enerji tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.699 oranında bir artış sağlamamaktadır.

Tablo 3. Uzun Dönem Katsayı Sonuçları (FMOLS)

Ülkeler/Bağımsız değişken	GDP +	REN +	GDP -	REN -
	Pozitif bileşenler		Negatif bileşenler	
Çin	-	-	11.458***	0.379***
Peru	1.801***	0.611***	1.192***	0.343***
Endonezya	3.172***	0.335***		
Ülkeler/Bağımsız değişken	GDP +	OİL +	GDP -	OİL -
	Pozitif bileşenler		Negatif bileşenler	
Kolombiya	4.751***	0.208***	-	-
Tayland	1.454***	0.699***	-	-

Not: *** işaretleri %1 düzeyinde anlamlılığı gösterir

Her bir ülke için asimetric nedenselliği ifade eden saklı hata düzeltme modeli Tablo 4'de sunulmuştur. Maksimum gecikme uzunluğu 10 olarak alınan saklı hata düzeltme modeli anlamlı katsayıları adimsal regresyon yöntemi ile tahmin edilmiştir. Peru ve Endonezya için kurulan saklı hata düzeltme modelinde ECT'nin negatif ve anlamlı bulunmuş ve bağımsız değişken olan yenilenebilir enerji tüketimi + bileşeninden bağımlı değişken olan ekonomik büyüme + bileşenine doğru, tersi durumunda ECT'nin negatif ve anlamlı tespit edilmiştir. Bu durumda bileşenler arasında uzun dönemde çift taraflı asimetric nedensellik söz konusudur. Diğer taraftan tekrar Peru ekonomisi dikkate alındığında ECT katsayısı negatif ve anlamlı olup, bağımsız değişken ekonomik büyüme – serisinden bağımlı değişken yenilenebilir enerji tüketimi – serisine doğru tek yönlü uzun dönemde asimetric nedensellik tespit edilmiştir.

Çin için kurulan saklı hata düzeltme modelinde ECT'nin negatif ve anlamlı bulunmuş ve bağımsız değişken olan yenilenebilir enerji tüketimi - bileşeninden bağımlı değişken olan ekonomik büyüme - bileşenine doğru, tersi durumunda ECT'nin negatif ve anlamlı tespit edilmiştir. Dolayısıyla bileşenler arasında uzun dönemde çift taraflı asimetric nedensellik söz konusudur.

Kolombiya ve Tayland için kurulan saklı hata düzeltme modelinde ECT'nin negatif ve anlamlı bulunmuş ve bağımsız değişken olan ekonomik büyüme + bileşeninden bağımlı değişken olan yenilenemeyen enerji tüketimi + bileşenine doğru asimetric nedenselliğin varlığına rastlanılmıştır, tersi durumunda ECT katsayısı hesaplanmadığından uzun dönemde herhangi bir asimetric nedensellik hesaplanmamıştır.

Tablo 4. Saklı Hata Düzeltme Modeli

Ülkeler	Bağımlı değişken GDP+		Bağımlı değişken REN+		Bağımlı değişken GDP-		Bağımlı değişken REN-		Değişkenin Yönü
	Bağımsız değişken REN+		Bağımsız değişken GDP+		Bağımsız değişken REN-		Bağımsız değişken GDP-		
Çin Peru Endonezya	ECT	Olasılık	ECT	Olasılık	ECT	Olasılık	ECT	Olasılık	GDP- ↔ REN- GDP+ ↔ REN+,GDP-→REN- GDP+ ↔ REN+
	-	-	-	-	- 0.006	0.0000	-0.161	0.099	
	-0.061	0.0845	-0.066	0.0690	-	-	-0.115	0.042	
	Bağımlı değişken OIL+		Bağımlı değişken GDP+		Bağımlı değişken OIL-		Bağımlı değişken GDP-		
	Bağımsız değişken GDP+		Bağımsız değişken OIL+		Bağımsız değişken GDP-		Bağımsız Değişken OIL-		
Kolombiya	-0.155	-	-	-	-	-	-	-	GDP+ →OIL+
Tayland	0.0029	-	-	-	-	-	-	-	GDP+→OIL+
	-0.161	-	-	-	-	-	-	-	
	0.0351	-	-	-	-	-	-	-	

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İnsan yaşamının her alanında yer alan enerji, vazgeçilmez temel ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. Önemli bir temel girdi olduğundan üretim ve tüketimim safhalarında yer almaktadır. Bu yüzden ekonomik büyümenin temel ve birincil girdisi olarak kabul görmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte artan kentleşme, nüfus, sanayileşme ve artan yaşam ve tüketim şartları enerjiye olan ihtiyacı her geçen gün artırmaktadır. Dünya enerji ihtiyacını büyük bir kısmını oluşturan fosil yakıtlar yeryüzünde adil dağılmamakta ve hızlı tüketimin sonucu sonlu enerji kaynaklardır. Bu durum enerjiye tamamen bağımlı olan ve gelişmekte olan ülkeleri alternatif enerji kaynaklarına yöneltmektedir.

Mevcut çalışma amacı, 1965-2018 dönemi için seçilen ülkelerde yenilenebilir ve yenilenemeyen enerji tüketimin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmaktır. Yenilenebilir enerji tüketimi, yenilenemeyen enerji tüketimi ve ekonomik büyüme değişkenlerinin logaritmik değerleri DF-GLS, KPSS ve Ng-Perron birim kök testleri ile analizleri yapılmıştır. Birim kök testi yapıldıktan sonra değişkenlerin logaritmik değerleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını tespit edebilmek için Johansen eşbütünlük testi kullanılmıştır. Daha sonra Johansen eşbütünlük testi sonucuna göre eşbütünlük ilişkisi tespit edilmeyen ülkelerin değişkenleri pozitif ve negatif bileşenlerine ayrıştırılarak Hatemi J-Irandoust saklı eşbütünlük testi ile incelenmiştir. Saklı eşbütünlüğün özelliği serileri pozitif ve negatif bileşenler ile asimetrik bir eşbütünlüğü tespit etmesidir. Pozitif ve negatif bileşenler ile asimetrik eşbütünlük sonucu anlamlı çıkan değişkenlerin uzun dönem katsayıları FMOLS tahmin yöntemi ile belirlenmiştir. Son olarak Saklı Eşbütünlük Modeli yardımıyla araştırılmıştır. Analiz sonucunda değişkenlerin birinci farkında durağan oldukları tespit edilmiştir. Johansen eşbütünlük testi sonuçları; 8 ülkeden Çin, Peru, Endonezya, Tayland, Kolombiya değişkenler arasında bir eşbütünlük ilişkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Ekvator, Brezilya ve Meksika değişkenleri arasında eşbütünlük sonuçları elde edildiğinden bu ülkeler modele dâhil edilmemiştir.

Birik kök sonuçlarına göre; analize dâhil edilen ülkelerin tüm değişkenlerinin birinci farkında durağan olduğu tespit edilmiştir. Johansen eşbütünlük testi sonuçları; Çin, Peru, Endonezya, Tayland, Kolombiya değişkenler arasında karşılıklı bir ilişki içinde olmadığını ortaya koymuştur. Saklı eşbütünlük analizi sonuçlarına göre; Çin'de yenilenebilir enerji – bileşeni ile ekonomik büyüme – bileşeni arasında, Peru'da yenilenebilir enerji + bileşeni ile ekonomik büyüme + bileşeni arasında ayrıca yenilenebilir enerji - bileşeni ile ekonomik büyüme - bileşeni arasında, Endonezya'da yenilenebilir enerji + bileşeni ile ekonomik büyüme + bileşeni arasında, Kolombiya'da petrol tüketimi + bileşeni ile ekonomik büyüme + bileşeni arasında, Tayland'da ise petrol tüketimi + bileşeni ile ekonomik büyüme + bileşeni arasında bir saklı eşbütünlük ilişkisi belirlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda Peru ve Endonezya için çift taraflı asimetrik nedensellik söz konusu olduğundan geri besleme hipotezi yani bir değişkende meydana gelebilecek negatif bir şok diğer değişkeni de etkileyecektir böylece bu ülkeler kaynaklarını verimli ve etkin kullanılmalıdır. Tekrar Peru'nun negatif bileşenleri, Kolombiya ve Tayland

için koruma hipotezi yani ekonomik büyümeyi sürdürebilmek için enerjiye bağımlı olmadıklarını göstermektedir. Son olarak Çin için ise büyüme hipotezi söz konusudur. Çin gibi dışa bağımlı bir ülke olduğunda enerji arzında meydana gelebilecek olumsuz bir durum ekonomik büyümeyi negatif etkileyebilir.

Serilerin + bileşenleri ve – bileşenleri arasında bir eşbütünlük ilişkisi tespit edildikten sonra bu değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisi ve bunu ifade eden katsayı FMOLS tahmin yöntemiyle tahmin edilmiştir. Çin için yenilenebilir enerji tüketiminin negatif bileşeninde meydana gelen %1'lik artışın uzun dönemde ekonomik büyümenin negatif bileşeninde %0.379, Peru için yenilenebilir enerji tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.611, Peru ekonomisi tekrar incelendiğinde yenilenebilir enerji tüketiminin negatif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin negatif bileşeninde %0.343, Endonezya için yenilenebilir enerji tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.335, Kolombiya için Petrol tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.208, son olarak yenilenemeyen enerji tüketiminin pozitif bileşeninde meydana gelen %1'lik artış uzun dönemde ekonomik büyümenin pozitif bileşeninde %0.699 oranında bir artış sağlamaktadır.

Çin gibi enerjide dışa bağımlı bir ülkede ortaya çıkabilecek bir enerji krizinin ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkileyebileceği söylenebilir. Yenilenebilir enerji sektöründe enerji etkinliği ve verimliliğini artıracak uygulamalara hız verilmelidir. Peru'da ekonomik büyüme - bileşeninden yenilenebilir enerji tüketimi - bileşenine doğru işleyen tek yönlü bir uzun dönemli asimetrik nedensellik ile Kolombiya ve Tayland'da ekonomik büyüme + bileşeninden petrol tüketimi + bileşenine doğru tek yönlü bir uzun dönemli asimetrik nedenselliğin varlığı koruma hipotezinin geçerli olduğu anlamına gelmektedir. Bu durumda bu ülkelerin ekonomik büyümeyi sürdürebilmek için enerjiye bağımlı olmadıkları sonucu çıkarılmakta dolayısıyla enerji koruma politikalarının ekonomik büyüme üzerinde negatif bir etki yapmayacağı söylenebilir.

Peru ve Endonezya'da yenilenebilir enerji tüketimi + bileşeni ile ekonomik büyüme + bileşeni arasında uzun dönemde çift yönlü bir asimetrik nedenselliğin bulunması geri besleme hipotezinin geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumda iki değişken bu ülkelerde birlikte belirlenmekte ve aynı anda birbirlerini etkilemektedir. Bu ülkelerde enerji tüketimindeki bir azalış, ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyebilecektir. Bu nedenle enerji etkinliği ve verimliliğini artırıcı ve maliyetleri düşürücü politikalar izlenmelidir. Bu bağlamda ayrıca yenilenebilir enerji sektörünün desteklenmesi adına genel olarak şu adımlar da atılabilir: Etkin ve verimli enerji politikalarının hayata geçilmesi açısından güneş, rüzgâr, biyokütle, hidrolik ve jeotermal gibi özel sektörün yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik devlet destekli teşvik ve destekler uygulanmalıdır. AR-GE çalışmaları desteklenmeli ve ülkeye temiz enerji teknolojileri getirilerek yenilenebilir enerji kaynakları kullanılmalıdır. Bu durum hem fosil yakıtların kullanımını hem de ekonomik yükü azaltabilir.

Genel sonuç doğrultusunda enerji faktörünün sürdürülebilir büyüme için temel ve birincil girdi olarak söylenebilir. Bu çalışma ileride yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır. Ayrıca gelecekteki çalışmalarda farklı gelir grubu ülkeler seçilerek farklı yöntemler uygulanabilir. Ya da düşük gelir grubuna ve yüksek gelir grubuna dâhil ülkeler belirlenerek onlara dönük aynı analizler gerçekleştirilebilir. İlaveten, düşük, orta-yüksek ve yüksek gelirli ülkeler bir panel grubu oluşturularak her ülke grubu için ayrı ayrı veya tek bir ülke için aynı ya da farklı analizler yapılabilir ve sonuçlar alınabilir. Bir başka öneri olarak yenilenebilir enerji kaynakları tek tek ayrı bir yenilenebilir enerji türü olarak modele dâhil edilip ekonomik büyüme ile olan ilişkisi saklı eşbütünlük ve nedensellik analizine tabi tutulabilir. Son olarak bu çalışmada yöntemin kabul gördüğü iki değişken arasındaki ilişki araştırılmıştır. Değişken sayısı artırılabilir ve farklı öneriler sunulabilir.

KAYNAKLAR

- Aneja, R., Bandy, U. J., Hasnat, T., & Koçoğlu, M. (2017). Renewable and non-renewable energy consumption and economic growth: Empirical evidence from panel error correction model. *Jindal Journal of Business Research*, 6(1), 76-85. <https://doi.org/10.1177/2278682117713577>
- Apaergis, N., & Daneletiu, D.C. (2014). Renewable energy and economic growth: Evidence from the sign of panel long-run causality. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 4(4), 578-587.
- Chen, C., Pınar, M., ve Stergos, T. (2020). Renewable energy consumption and economic growth nexus: Evidence from a Threshold model. *Energy Policy*, 139, 1-13. <http://www.elsevier.com/locate/enpol>

- Coester, A., Hofkes, M. W., & Papyrakis E. (2018). An optimal mix of conventional power systems in the presence of renewable energy: A new design for the German electricity market. *Energy Policy*, 116, 312-322.
- Fan, W., & Hao, Y. (2020). An empirical research on the relationship amongst renewable energy consumption, economic growth and foreign direct investment in China. *Renewable Energy*, 146, 598-608. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.06.170>
- Hao, Y., Wang, L., & Lee, C.C. (2020). Financial development, energy consumption and China's economic growth: New evidence from provincial panel data. *International Review of Economics and Finance*, 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2018.12.006>
- İnançlı, S., & İnal, V. (2012). Türkiye' de alternatif enerji üretimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin saklı eşbütünleşme testi ile analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20 (4), 102-106.
- Kahouli, B. (2019). Does static and dynamic relationship between economic growth and energy consumption exist in OECD countries? *Energy Reports*, 5, 104-116. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2018.12.006>
- Kourtsidis, S.A., Tzeremes, P., & Tzeremes, N. (2018). Re-evaluating the energy consumption-economic growth nexus for the United States: An asymmetric threshold cointegration analysis. *Energy*, 148, 547-545. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2018.01.172>
- Maji, İ.K., Sulaiman, C., & Abduldahim, A.S. (2019). Renewable energy consumption and economic growth nexus: A fresh evidence from West Africa. *Energy Reports*, 5, 384-392. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2019.03.005>
- Mirza, F. M., & Kanwal, A. (2017). Energy consumption, carbon emissions and economic growth in Pakistan: Dynamic causality analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 72, 1233-1240. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.10.081>
- Nasreen, S., Mbarek, M. B., & Rehman, M. (2020). Long-run causal relationship between economic growth, transport energy consumption and environmental quality in Asian countries: Evidence from heterogeneous panel methods. *Energy*, 192, 1-10.
- Ocal, O., & Aslan, A. (2013). Renewable energy consumption–economic growth nexus in Turkey. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 28, 494-499.
- Özcan, B., & Öztürk, İ. (2019). Renewable energy consumption-economic growth nexus in emerging countries: A bootstrap panel causality test. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 104, 30-37.
- Rahman, M. M., & Valeyutham, E. (2020). Renewable and non-renewable energy consumption-economic growth nexus: new evidence from South Asia. *Renewable Energy*, 147, 399-408. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.09.007>
- Saad, W., & Taleb, A. (2018). The causal relationship between renewable energy consumption and economic growth: Evidence from Europe. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 20, 127-136. <https://doi.org/10.1007/s10098-017-1463-5>
- Shahbas, M., Van-Hong, T., Mahalik, M.K., & Roubaud, D. (2017). Energy consumption, financial development and economic growth in India: New evidence from a nonlinear and asymmetric analysis. *Energy Economics*, 63, 199-212. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2017.01.023>

- Tafti, M. A. D., & Mottaghitalab, A. (2017). Renewable energy consumption and its impact on economic growth of OPEC members. *International Journal of Chemoinformatics and Chemical Engineering*, 6(1), 39–47. 10.4018/IJCCE.2017010103
- Troster, V., Shahbaz, M., & Uddin, G. S. (2018). Renewable energy, oil prices, and economic activity: A Granger-causality in quantiles analysis. 1-42. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2018.01.029>
- Tugcu, C.T., & Topcu, M. (2018). Total, renewable and non-renewable energy consumption and economic growth: Revisiting the issue with an asymmetric point of view. *Energy*, 152, 64-74. 10.1016/j.energy.2018.03.128
- Tuna, G., & Tuna, V. E. (2019). The asymmetric causal relationship between renewable and non-renewable energy consumption and economic growth in the ASEAN-5 countries. *Resources Policy*, 62, 114-124. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2019.03.010>
- Usta, C. (2015), Türkiye’de enerji tüketimi ekonomik büyüme ilişkisinin bölgesel ve sektörel analizi, (yayımlanmamış doktora tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Trabzon.
- Usta, C., & Berber, M. (2017). Türkiye’de enerji tüketimi ekonomik büyüme ilişkisinin sektörel analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(1), 173-187.
- Yanar, R., & Kerimoğlu, G. (2011). Türkiye’de enerji tüketimi, ekonomik büyüme ve cari açık ilişkisi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(2), 191-201.
- Zaidi, S., Gmiden, S., & Saidi, K. (2017). How energy consumption affects economic development in selected African countries. *Qual Quant*, 52, 501-513. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0480-0>

ÇEVRESEL, SOSYAL VE KURUMSAL YÖNETİŞİM (ESG) DEĞERLERİNİN BANKA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ: ABD BANKALARI ÖRNEĞİ

Emin Hüseyin ÇETENAK¹, Aytakin AYTAÇ², İbrahim YAĞLI³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1136191

Makale Geçmişi:

Geliş 27.06.2022

Kabul 29.04.2023

Anahtar Kelimeler:

Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetişim (ESG),

Bankacılık Sektörü,

Banka Performansı.

ÖZ

Son yıllarda firmalar belirsiz iş ve piyasa koşullarının zorlukları ile daha kolay baş edebilmek ve paydaşlarının çeşitli taleplerini karşılamak amacıyla raporlama ve iş modelleri geliştirme konusunda yeni arayışlar içerisine girmiştir. Firmaların çevresel, sosyal ve yönetişim (Environmental, Social, and Corporate Governance - ESG) ile ilgili faaliyetlerinden hareketle kurumsal sürdürülebilirliği değerlendirmek için kullanılan bir ölçüt olan ESG skorları, bu ihtiyaca cevap olarak ortaya çıkmış ve günden güne tüm paydaşların finansal kararları üzerinde daha belirleyici olmaya başlamıştır. Ekonomik kalkınma ve küresel ekonominin finansal istikrarında en önemli aktörlerden biri olan bankalar sahip oldukları önem ve sorumluluk nedeniyle bu gelişmelerin dışında kalmamış, geçmiş bankacılık skandallarının da etkisiyle çevre koruma, sosyal katılım ve kurumsal yönetim çalışmalarına odaklanmıştır. Çalışmada, ABD’de faaliyet gösteren ticari bankaların ESG skorlarının finansal performans üzerindeki etkisi incelenmiştir. 2016-2020 yılları arasında ABD’de faaliyet gösteren ve SIC kodu 6021 olan 183 ticari bankanın verilerinden yararlanılarak yapılan analizlerde ESG skorları ile bankaların aktif kârlılığı ve piyasa performansı arasında ters U şeklinde doğrusal olmayan ilişki olduğu, belirli bir ESG seviyesine kadar performansın pozitif daha sonra negatif etkilendiği sonucu elde edilmiştir.

THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE (ESG) VALUES ON BANK PERFORMANCE: THE CASE OF US BANKS

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1136191

Article History:

Received 27.06.2022

Accepted 29.04.2023

Keywords:

Environmental, Social and Corporate Governance (ESG),

Banking Sector,

Bank Performance.

ABSTRACT

In recent years, companies have been in search of new reporting and business models to cope with the difficulties of uncertain business and market conditions more easily and to meet the various demands of their stakeholders. ESG scores, which is a criterion used to evaluate corporate sustainability based on the environmental, social and governance activities of companies, has emerged as a response to this need and has become more and more decisive in the financial decisions of all stakeholders. Banks, one of the most important actors in economic development and financial stability of the global economy, have not been left out of these developments due to their importance and responsibility, and have focused on environmental protection, social participation and corporate governance with the effect of past banking scandals. This study examines the effect of ESG scores on the financial performance of commercial banks operating in the USA. Analyzes was made using the data of 183 commercial banks (SIC code 6021) operating in the USA between 2016 and 2020. The analysis reveals that there is an inverted U-shaped relationship between the ESG scores and the return on assets and market performance of the banks; in other words, the effect of ESG on performance is first positive and then negative after a certain ESG level.

¹ Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, cetenak@gmail.com, 0000-0003-2900-4948

² Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Bankacılık ve Finans ABD, aytakin.aytac@mail.ohu.edu.tr, 0000-0002-3047-0420

³ Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, ibrahimyaqli09@gmail.com, 0000-0001-8985-0172

Alıntılanak için/Cite as: Çetenak, E. H., Aytaç, A. ve Yağlı, İ. (2023), Çevresel, sosyal ve kurumsal yönetişim (esg) değerlerinin banka performansı üzerine etkisi: Abd Bankaları örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 424-434

GİRİŞ

Son yıllarda tüketici bilinci artkça firmaların üzerinde çevreye ve topluma karşı olan duyarlılığın artması yönünde baskı da artmıştır. Bu doğrultuda yürütülen kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri hem araştırmacılar hem de firmalar için en önemli endişelerden biri olmuştur. Firmaların finansal olan ve olmayan bilgilerine müşteriler, çalışanlar, sosyal çevre ve gruplar, tedarikçiler, hissedarlar, medya ve kredi verenler tarafından gün geçtikçe daha fazla talep olmuştur (Maama ve Appiah, 2019). Bu faaliyetlerin temelini oluşturan kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), tedarikçiler, müşteriler, düzenleyiciler, yatırımcılar ve toplum dâhil olmak üzere paydaşları için bir şirketin gönüllü girişimlerinin ve operasyonlarının bileşimini ifade etmektedir (Malik, 2015).

ESG kavramı (Environmental, Social, and Corporate Governance) ise şirketler tarafından çevresel, sosyal ve yönetimle ilgili girişimleri ifade eden Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının bir uzantısı olup, firmaların çevresel, sosyal ve yönetimle ilgili faaliyetlerini temsil eden ve kurumsal sürdürülebilirliği değerlendirmek için kullanılan ölçüm aracı ifade etmektedir. Buna ek olarak, ESG terimi kurumsal sürdürülebilirliği çok iyi tanımlayan ve şirketlerin kurumsal sürdürülebilirliğinin tüm önemli öğelerini açıklayan bir kavramdır (Dufwa vd., 2015; Schaltegger vd., 2002). Aynı zamanda ESG faktörleri olarak yaygın olarak bilinen çevresel, sosyal ve yönetim faktörleri dünyanın en hızlı büyüyen eğilimleri arasındadır. Son yıllarda yaşanan küresel krizler ve pandemi nedeniyle ortaya çıkan belirsiz piyasa koşulları, firmaların stratejik ve önemli kararlar alırken sürdürülebilir olmasını gerekli kılmıştır (Elgergeni vd., 2018). Artan küresel nüfus ve yüksek iklim değişikliği tehdidi ile modern dünya şu anda çeşitli çevresel ve sosyal sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için sürdürülebilir girişimler veya kurumsal sürdürülebilirlik olarak da tespit edilebilecek sürdürülebilirlik ile ilgili faaliyetler, işletmelerin başarısında daha önemli hale gelmiştir (Peylo, 2012). Firmalar bu süreçte, paydaşlarının taleplerini karşılamak amacıyla raporlama ve iş modellerini geliştirmek için yeni arayışlar içerisine girmiştir (Nazari vd., 2015).

Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetim veya güncel kısaltmasıyla ESG, bir yatırımın performansında önemli ölçüde etkisi bulunabileceği düşünülen çevresel, sosyal ve yönetsel uygulamaları açıklar. Geleneksel finansal analizin yanı sıra ESG uygulaması, finansal olmayan fırsat ve potansiyel riskleri de inceleyerek yatırımcılara daha kapsamlı bir analiz yapma imkânı sunmaktadır. Firmaların finansal olmayan bilgilerini kamuya açık platformlarda sunması günümüzde firmaların paydaşları tarafından daha çok önemsenmektedir. ESG açıklamaları bu nedenle finansal sistemin içinde yer alan birçok oyuncu için büyük önem arz etmektedir. ESG açıklamalarının günden güne öneminin artmasında bu açıklamaların bilgi asimetrisini azaltması, yönetim performansını artırması, şeffaflık sağlaması, yönetim kararlarının paylaşımını kolaylaştırması, kurumsal yönetim uygulamalarını daha çok teşvik etmesi, bağımsız denetimi artırması, sermayeye doğrudan ulaşmaya olanak sunması, risk ve getiri yönetimine pozitif katkı sağlaması gibi unsurlar etkili olmuştur. Bununla beraber, ESG açıklamaları kurumsal iletişime katkı sağlaması, diğer firmalarla karşılaştırma yapmaya imkân sunması, marka değerine olumlu etki yaratması, KSS raporlarının hazırlanmasına imkân sunması, yolsuzluğun önlenmesi ve paydaş haklarının korunmasında da önemli bir rol oynamaktadır.

Çevre yönetimi, kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilir çevre ve adil bir toplum için çevresel, sosyal ve yönetim faaliyetlerinin uyumlu olarak raporlanmasına gerek duyulmaktadır. Bu sebepten yatırımcıların ESG faaliyetlerini değerlendirme ve inceleme ihtiyacı sonucunda bu faaliyetlerin derecelendirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ESG derecelendirme kuruluşları, tıpkı kredi derecelendirme kuruluşları gibi piyasaya bilgi aktarımı ve değerlendirme rolü üstlenir ve firmaların çevresel, sosyal ve yönetim kalitesini değerlendirmek için ilgili bilgileri toplar, analiz eder ve sonuçlarını yatırımcılara ve diğer paydaşlara sunarlar (Landi ve Sciarelli, 2018). Firmaların ESG performansları yatırımcıların firma ile ilgili kararlarını pozitif yönde etkilemekte ve firmayı yatırımcı gözünde daha değerli hale getirmektedir (Mervelskemper ve Streit, 2017). ESG puanları veya endeksi her ne kadar üzerinde tartışmalar devam etse de yaygın olarak doğru kabul edilmekte ve firmanın sürdürülebilirliği için bir ölçüt olarak kullanılmaktadır (Whitelock, 2019).

ESG genel skorunun 3 temel boyutu bulunmakta olup bunların altında 10 temel kategori yer almaktadır. Üç temel boyut çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim boyutları olarak tanımlanır. Alt kategoriler ise çevresel boyut için kaynak kullanımı, yenilik ve emisyon, sosyal boyut için iş gücü, ürün ve toplum sorumluluğu ve insan hakları, kurumsal yönetim boyutu için ise yönetim, hissedar ve KSS stratejisidir (Şeker, 2020, s. 32-33)

Günümüz iş dünyasında bir şirketin başarılı olmak için büyüme potansiyelini ve kâr elde etme yeteneğini vurgulaması gerekmektedir. Buna ek olarak, şirketlerin yatırım kararları esas olarak hissedarların servetini en üst düzeye çıkarmak için ekonomik kârların ve nakit akışlarının tahminine göre alınmaktadır. ESG'nin veya sürdürülebilir faaliyetlere yapılan yatırımların finansal değer yaratma üzerindeki etkisine ilişkin iki farklı görüş

bulunmaktadır. İlk görüşe göre ESG ile finansal performans arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Bu görüş, hissedar teorisi, paylaşılan değer teorisi veya kaynak temelli görüşe dayandırılmaktadır (Whelan vd., 2021). Paydaş teorisi, şirketi toplumun bir parçası olarak ele almakta ve şirketin başarılı olması için yatırımcıların yanı sıra çalışanlar, tedarikçiler ve sivil toplum içinde değer yaratması gerektiğini belirtmektedir (Freeman, 1984). Paylaşılan değer teorisi de tüm paydaşlar için ortak değer yaratan şirketlerin finansal olarak daha iyi durumda olacaklarını savunmaktadır. Bu noktada, paydaşların çatışan istekleri olabileceğinden şirketin çok sayıda çıkarı uzlaştırmayı başarması gerekmektedir. ESG ile finansal performans arasında pozitif ilişkiyi savunan kaynak temelli görüşte ise şirketin çalışanlarına ve entelektüel sermayeye odaklanılmaktadır. Kaynak temelli görüşe göre şirketler rekabet avantajı elde etmek için çalışanlar ve maddi olmayan varlıklar gibi iç kaynaklarına değer vermelidir. Bu teorilerin aksine, vekâlet teorisi (Jensen ve Meckling, 1976), ESG harcamalarını temsil maliyeti olarak nitelendirmekte ve bu nedenle ESG ile finansal performans arasında negatif ilişki olacağını ileri sürmektedir.

Bu teoriler ışığında ESG-financeal performans ilişkisi pozitif veya negatif olabilecektir. Bununla beraber, literatürdeki baskın görüş değer artırıcı teoriyi doğrular şekilde ESG ile finansal performans arasında pozitif ilişki bulunduğu yönündedir. Ancak bu görüş daha çok finansal olmayan firmalardan elde edilen bulgulara dayanmaktadır. Bu çalışmada ise ESG-financeal performans ilişkisi finansal sistemin önemli aktörü olan bankalar için araştırılacaktır.

Çalışma beş bölümden oluşacak şekilde organize edilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ESG ve performans alanında literatüre yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise ESG skoru ile Bankacılık performansı arasındaki ilişkinin analiz edildiği yöntem bölümü yer almaktadır. Dördüncü bölümünde elde edilen bulgular tartışılacaktır. Sonuç bölümü ile çalışma sonlandırılacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Çevresel, sosyal ve yönetim uygulamaları bankacılık sektöründeki tüm paydaşlar için önemlidir. İyi sosyal ve yönetim performansı, finansal riski azaltmada ve bankaların iyi yönetim ve çevresel uygulamalara bağlılığını güçlendirmede önemli bir role sahiptir (Chollet ve Sandwidi, 2018). Yine, güçlü bir ESG performansı oluşturmanın, gelir istikrarı, daha düşük iş riskleri, olumlu performans etkileri ve önemli katma değer ile telafi edilecek faydalar üretmesi beklenmektedir (Buallay, 2019). Ancak, ESG politikalarının oluşturulması, ESG çerçevesinin, durum tespiti ve mevcut bilgilendirme politikalarının belirlenmesi ciddi bir maliyet ve zaman gerektirmektedir (Nizam vd., 2019). Dolayısıyla, ESG faaliyetlerinin firmaya etkisi noktasında farklı görüşler de bulunmaktadır.

ESG-financeal performans ilişkisi ile ilgili olarak ortaya atılan farklı görüşlere paralel olarak ESG faaliyetlerinin şirketlerin finansal performansı üzerindeki etkileri son birkaç yıldır akademik ve kurumsal araştırmaların merkezinde yer almış ve konu ile ilgili çok sayıda ampirik araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların bazılarında ESG ile finansal performans arasında pozitif ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Örneğin, Peiro vd. (2013) 984 ABD firmasına ait 2006-2010 ESG ve finansal verileri ANOVA testi ile analiz etmiştir. Çalışmada, aktif kârlılık oranı (ROA), çalışan başına gelir, faiz ve vergi öncesi kâr marjı, hisse başına nakit akışı ve net dönen varlıklar bağımlı değişken olarak, ESG puanları ise bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Araştırma sonucunda ESG puanlarına göre, sektörlerinin en alt %25'inden seçilen ABD firmalarının sektörlerinin en üst %25'inden seçilen firmalara nazaran daha iyi performans sergilediği tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Wu ve Shen (2013) 22 ülkeden 162 bankanın 2003-2009 yıllarına ait verileri kullanarak KSS performansının aktif kârlılığı (ROA), özsermaye kârlılığını (ROE), net faiz geliri (NIM) ve faiz dışı geliri olumlu etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Mans-Kemp (2014) Johannesburg Borsasında (JSE) yer alan 227 firmanın 2002-2010 yılları arasındaki verilerini kullanarak ESG-financeal performans ilişkisini araştırmıştır. Performans ölçütü olarak hisse başı kazanç, aktif kârlılık oranı, özsermaye kârlılık oranı, alfa riski ve toplam pay getirisi verilerinin kullanıldığı çalışma sonucunda, kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik ile hisse başına kâr arasında güçlü ve pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Giannarakis vd. (2016), S&P 500'de işlem gören ABD firmaların 2009-2013 verilerini kullanarak kurumsal sosyal sorumluluklarının finansal performanslarına olan etkisini incelemiştir. Çalışmada bağımsız değişken olarak ESG puanı kullanılırken, bağımlı değişken olarak ROA kullanılmıştır. Panel regresyon analiz yöntemi kullanılarak yapılan çalışma neticesinde, finansal performans üzerinde sosyal sorumluluk sahibi girişimlere katılımın ciddi anlamda etkisi olduğu tespit edilmiştir. Konu ile ilgili yapılan bir başka çalışmada, Clubb vd. (2016) halka açık 1000 şirketin pay senedinin yıllık bazda ESG skorlarını kullanarak, ESG ve sabit getiri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırmıştır. 2005-2015 yıllarını kapsayan çalışma neticesinde ESG ile sabit getiri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Li vd. (2018) de ESG skorları ve CEO gücünün firma değerini etkileyip etkilemediğini

inceledikleri çalışmada 2004-2013 yılları arasında İngiltere FTSE 350'de yer alan 367 firmanın ESG ve finansal verilerini kullanmışlardır. Çalışmada bağımlı değişken olarak ROA ve Tobin's Q kullanılırken, bağımsız değişkenler olarak ise ESG genel skoru, çevresel (E) ve sosyal (S) skorlar ile CEO gücü kullanılmıştır. Çalışma sonucunda ESG skoru ile firma değeri arasında pozitif bir ilişki olduğu, ayrıca yüksek CEO gücünün ESG'nin şirket değeri üzerindeki açıklama etkisini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Yoon vd. (2018), kurumsal sosyal sorumluluk ile ESG verileri ve firma değeri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2010-2015 yıllarında Kore Borsasında işlem gören 705 firmanın finansal ve ESG verilerini kullanmıştır. Çalışma sonucunda KSS uygulamalarının önceki çalışmalara paralel olarak firmanın piyasa değerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Minutolo vd. (2019), ESG verilerinin finansal performansa olan etkisini incelemek amacıyla S&P 500'de yer alan 467 firmanın 2009-2015 tarihleri arasında ESG ve finansal verilerini kullanarak çalışma yapmıştır. Bağımsız değişken olarak ESG genel skoru kullanılırken, bağımlı değişken olarak ROA ve Tobin's Q kullanılmıştır. Bulgular, ESG'nin finansal performans üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmaları destekler şekilde, Friede vd. (2015) de ESG skoru ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2200 farklı çalışmanın bulgularını incelemiştir. Araştırma sonucunda ESG ve kurumsal finansal performans arasında farklı bölge, gelir sınıfı ve çalışma yaklaşımları arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

ESG ile finansal performans arasındaki pozitif ilişkinin varlığına dair kanıtlar sunan bu çalışmalara karşılık, ESG'nin firma üzerinde olumsuz etkileri olabileceğini raporlayan çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin, Nollet vd. (2016) bağımsız değişken olarak ESG genel skoru ile ESG bireysel skorlarını kullanarak, S&P 500 de yer alan firmaların sosyal performansı ve finansal performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 2007 ve 2011 yıllarını kapsayan çalışmada bağımlı değişken olarak kullanılan sermaye getirisi ile kurumsal sosyal performans arasında anlamlı ve negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Grisales ve Caracuel (2019) de Latin Amerika için finansal performans ve ESG puanları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Güney Amerika'da yer alan 5 ülkeye ait 104 çok uluslu şirketin 2011-2015 yıllarına ait verilerinin kullanıldığı çalışmada, bağımlı değişken olarak ROA kullanılırken, bağımsız değişken olarak ESG genel puanı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, ESG puanı ile finansal performans arasında anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sjögren ve Wickström (2019) ESG ile finansal performans arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Avrupa bölgesindeki çok sayıda firmanın 2008-2017 yılları arasındaki verilerini kullanarak tespit etmek istemişlerdir. Çalışma sonunda ESG birleşenlerinin finansal performansı negatif etkilediğini tespit etmişlerdir. Velte (2019), ESG performansının kâr yönetimi üzerindeki etkisini incelemiştir. ESG performansı için Thomson Reuters veri tabanından elde edilen skorlar kullanılmıştır. Çalışmada 2011-2017 yılları arasında Almanya borsasında yer alan 548 firma verisinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda ESG performansı ile kâr yönetimi arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Şimşek ve Çankaya (2021) ESG-banka performansı ilişkisini G8 ülkelerinde borsaya kote bankalar için araştırmıştır. ESG skorlarının bağımsız değişken olarak kullanıldığı çalışmada banka performansının ölçümünde ROA ve ROE kullanılmıştır. Analiz sonuçları, ESG'nin banka performansı üzerindeki etkisinin ESG kırımlarına göre farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmıştır. Örneğin, çevre puanı ile banka performansı arasında negatif ve anlamlı bir tespit edilirken, sosyal puanın banka performansı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görülmüştür. Konu ile ilgili yapılan bir başka çalışmada, Menicucci ve Paolucci (2022) İtalyan bankaları için ESG politikalarının operasyonel ve piyasa performansını olumsuz etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

ESG ile firma performansı arasında anlamlı ilişki bulan çalışmaların yanı sıra bazı çalışmalarda ESG'nin finansal performans üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı raporlanmıştır. Örneğin, Çelik vd. (2017) kurumsal yönetim ve ESG puanları ile pay senedi getirileri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2012-2016 yılları arasında Standard&Poor's 500 Endeksi bünyesindeki tüm firmaları analiz ettikleri çalışma sonucunda şirket puanları ile pay senetleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Velte (2017) de ESG skorunun finansal performansa etkisini incelemek amacıyla 2010-2014 yılları arasında MDAX, TecDAX, Almanya DAX30 endekslerinde yer alan 412 firmanın finansal ve ESG verileri ile yaptığı çalışma sonucunda ESG skorunun Tobin's Q üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığına ulaşılmıştır. Bir başka çalışmada, Lee vd. (2018), Kore borsasında işlem gören firmaların 2011-2016 yıllarına ait finansal ve ESG verilerini kullanarak firmaların sosyal sorumluluğunun finansal performans ile olan ilişkisini incelemiştir. Panel veri analizinin kullanıldığı çalışmada bağımlı değişken olarak ROE, ROA ve Tobin's Q oranları, bağımsız değişken olarak ESG genel ve bireysel skorlarını kullanılmıştır. Bireysel skorlar ele alındığında firmaların çevresel puanı ile ROE ve ROA arasında negatif ilişki, yönetim puanı ile Tobin's Q değeri arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde, ESG genel skoru ile ROE arasında negatif bir ilişki tespit edilirken, ROA ve Tobin's Q değeri ile istatistik olarak anlamlı bir ilişki olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Kuruşman ve Afrooz (2019) ESG skoru ile pay senedi yükseliş yönlü

ani fiyat artışı arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Baltık ülkelerinden olan Finlandiya, İsveç, Norveç ve Danimarka'da yer alan 105 firmanın 2008-2017 yılları arasındaki verilerinin incelenmesi neticesinde söz konusu veriler arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Lundin ve Olandersson (2019) kârlılık ile sürdürülebilirlik arasında istatistiksel açıdan bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla 303 İsveç firmasının 2006-2013 yıllarını kapsayan ROA, ROE ve net faaliyet aktif kârlılığı verilerini kullanmışlardır. Panel veri regresyon modeli kullanılarak yapılan araştırma neticesinde sürdürülebilirlik ile kârlılık arasında anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Kuiper ve Galzev (2020) ESG ile pay senedi fiyatı arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla S&P 500 endeksinde yer alan 484 firmanın 2015-2017 yılları arasındaki verilerini kullanarak ESG skoru ile beklenmedik pay getirileri arasında ilişki bulamamışlardır.

Konu ile ilgili yapılan ampirik çalışmalar incelendiğinde, her iki görüşü de destekleyen sonuçların olduğu görülmektedir. Bu noktada, El Khoury vd. (2021) ESG ve banka performansı arasındaki ilişkinin ESG boyutları, performans ölçüsü ve ESG seviyesi olmak üzere üç faktöre bağlı olduğunu belirtmiştir. Yine bazı çalışmalarda, ESG-banka performansı ilişkisinin doğrusal olmadığını tespit edilmiştir. Örneğin, Ersoy vd. (2022) 2016-2020 dönemi için ABD ticari banka verilerini kullanarak ESG puanı ile piyasa değeri arasında ters-U şeklinde ilişki olduğunu tespit etmiştir. Benzer şekilde, Azmi vd. (2021) 2011-2017 döneminde 44 gelişmekte olan ekonomiden 251 bankanın yer aldığı geniş bir örneklemi kullanarak ESG ile banka performansı arasındaki ilişkiyi ele almıştır. İçsellik sorununu kontrol etmek için Genelleştirilmiş Momentler Yönteminin (GMM) kullanıldığı çalışmada ESG skorları ile ROA ve Tobin's Q ile ölçülen banka performansı ilişkisinin doğrusal olmadığını, anılan ilişkinin ters-U şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Ancak, literatürde ağır basan görüş ESG-finansal performans arasında pozitif ilişki olduğudur (Whelan vd., 2021; Friede vd., 2015; Godfrey vd. 2009; Barnett ve Salomon, 2006). Bununla birlikte, literatürde ESG-finansal performans ilişkisi genellikle finansal olmayan firmalar için ele alınmıştır ve dolayısıyla ESG-finansal performans arasındaki pozitif ilişkinin varlığı bu çalışmalara dayanmaktadır. Mevcut çalışma kapsamında, ESG-finansal performans ilişkisi ekonomideki kıt kaynakları dağıtım rolünü üstlenen bankalar için ele alınacaktır. Bu doğrultuda, ABD bankalarının ESG skorları ile finansal performans arasındaki ilişki ele alınacaktır.

YÖNTEM

Bu çalışmada ESG-Finansal Performans ilişkisi SIC (Standard Industrial Classification) kodu 6021 olan ABD ticari bankaları için araştırılmıştır. Bankalarda ESG skorlarının görece yeni olması nedeniyle çalışma kapsamında 2016-2020 yılları arasında ESG skoru bulunan 183 bankanın verileri kullanılmıştır. ESG skorları bankaların çevresel, sosyal ve yönetim olmak üzere üç ana sosyal sorumluluk alanını değerlendirmektedir. Bununla birlikte, bu üç temel kategori altında 10 alt kategori yer almaktadır. Alt kategoriler çevresel boyut için kaynak kullanımı, yenilik ve emisyon, sosyal boyut için iş gücü, ürün ve toplum sorumluluğu ve insan hakları, yönetim boyutu için yönetim, hissedar ve KSS stratejisidir (Şeker, 2020). Bankaların finansal performansının ölçülmesinde ise biri muhasebe temelli (ROA) diğeri piyasa temelli (PTOB) olmak üzere iki ölçüt kullanılmıştır. Banka büyüklüğü ve etkinlik gibi bankaya özgü diğer faktörlerin finansal performans üzerindeki etkisini kontrol etmek için sırasıyla toplam aktiflerin logaritması ile kazanç verimliliği kontrol değişkeni olarak dikkate alınmıştır. Çalışmada kullanılan tüm veriler Thomson Reuters Refinitiv Eikon veri tabanından elde edilmiştir. Değişkenlere ait detaylı tanımlamalar Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Çalışmada Kullanılan Değişkenlerin Tanımları

ESG	ESG skoru, Thomson Reuters kapsamında ASSET4 şirketi tarafından şirketlerin çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim alanlarındaki beyanlarını esas alınarak hesaplanan, şirketlerin sosyal sorumluluk başarısını temsil eden puandır.
ESG²	ESG skorunun karesi
PTOB	Piyasa değeri/defter değeri oranı, hisse senedi fiyatının hisse başına defter değerine bölünmesiyle hesaplanan oran şirketin piyasa temelli finansal başarısını göstermektedir.
ROA	Aktif kârlılığını gösteren bu değişken (Net Kâr/Toplam Aktifler)X100 şeklinde hesaplanmıştır
BÜYÜKLÜK	Bankanın büyüklüğünü temsil eden bu gösterge toplam aktiflerin logaritması alınarak hesaplanmıştır.
BÜYÜKLÜK²	Büyüklük değişkeninin karesi.
ETKİNLİK	Kazançların etkinliğini gösteren bu ölçüt (Toplam Faiz Geliri + Ticari Hesapların Getirisi + Döviz Kuru Getirisi + Yatırımlardan Elde Edilen Getiri + Menkul Kıymetlerden Elde Edilen Getiri)/(Cari yıl ve önceki yılın ortalama yatırımlar + net borçları)x100 şeklinde hesaplanmıştır.

ESG skorunun firmaların sosyal sorumluluk konularındaki başarılarını temsil ettiğini göz önünde bulundurarak, daha yüksek ESG skoruna sahip bankaların, düşük skorlu bankalara göre hem yatırımcılar hem de müşteriler açısından daha çekici olduğu varsayılmaktadır. Bu nedenle, ESG skorunun bankanın kârlılığını ve piyasa değerini olumlu etkilemesi beklenmektedir. Bu doğrultuda, çalışmada test edilecek iki model aşağıdaki gibi oluşturulmuştur. Model 1, ESG skorunun banka kârlılığı üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlarken, Model 2 ESG skorunun piyasa değeri üzerindeki etkisini analiz etmek için oluşturulmuştur. ESG performans ilişkisinin tespit etmek amacıyla oluşturulan bu modellerde yer alan ESG² değişkeni, ESG ile performans arasındaki ilişkinin doğrusal olup olmadığını tespit etmek amacıyla modele eklenmiştir. ESG skorunun performans üzerindeki etkisi belirli bir seviyeden sonra ortadan kalkabilir veya tersine dönebilir. Bu yüzden modellere ESG skorunun karesi ile bankaya özgü faktörlerin etkisini kontrol edebilmek için büyüklük ve etkinlik değişkenleri eklenmiştir (Velte, 2017; El Khoury vd., 2021, Ersoy vd., 2022). 183 bankadan oluşan örneklemin tüm dünyada operasyonları olan büyük bankalar ile bölgesel faaliyet gösteren görece küçük bankalardan oluşması nedeniyle modele olası doğrusal olmayan büyüklük performans ilişkisini tespit etmek amacıyla Büyüklük değişkeninin karesi de eklenmiştir.

$$ROA_{i,t} = \alpha + \beta_1 ROA_{i,t-1} + \beta_2 ESG_{i,t} + \beta_3 ESG_{i,t}^2 + \beta_4 BUY_{i,t} + \beta_5 BUY_{i,t}^2 + \beta_6 ETKINLIK_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$PTOB_{i,t} = \alpha + \beta_1 PTOB_{i,t-1} + \beta_2 ESG_{i,t} + \beta_3 ESG_{i,t}^2 + \beta_4 BUY_{i,t} + \beta_5 BUY_{i,t}^2 + \beta_6 ETKINLIK_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

Yukarıdaki 1 ve 2 no'lu dinamik panel denklemlerinin tahmin edilmesinde En Küçük Kareler, Tesadüfü Etkiler ve Sabit Etkiler gibi panel tahmincileri değişkenler arasındaki potansiyel içsellik problemleri dikkate almadığından yetersiz kalmaktadır. Diğer bir ifadeyle bu tahminciler dinamik panel tahmininde içsellikle başa çıkamadığından sapmalı ve tutarsız katsayı tahminlerine neden olmaktadır. Ayrıca, önceki literatürdeki birçok çalışma banka kârlılığının dinamik ve kalıcı olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla, kârların kalıcılığı meselesinin ve içsellik sorununun (örn: modele dâhil edilemeyen değişkenlerden kaynaklanan içsellik ve bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ters nedensellik ilişkisi nedeniyle ortaya çıkabilecek içsellik) üstesinden gelebilmek amacıyla bu çalışmada Arellano ve Bover (1995) ve Blundell ve Bond (1998) tarafından önerilen sistem iki aşamalı GMM tahmincisi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Tablo 2'de çalışmada kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Tabloya göre ortalama ESG skorunun 35,06 olduğu görülmektedir. ESG skorlarının 0-100 arasında değiştiği göz önüne alındığında ABD bankalarının ESG skorlarının görece düşük olduğu değerlendirilebilir. Bununla birlikte, ESG skoruna ait standart sapma değerinden hareketle bankalar arasında ve/veya yıllar itibarıyla ESG skorunun büyük ölçüde farklılaştığı söylenebilir. Finansal performansa ilişkin veriler incelendiğinde bankaların aktif kârlılık oranlarının %1,19 piyasa değeri/defter değeri oranının ise 1,32 olduğu görülmektedir. Modele kontrol değişkeni olarak eklenen büyüklük ve etkinlik göstergelerinin ise ortalaması sırasıyla 17,77 ve 4,21 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler

	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Medyan	Maksimum	Minimum
ESG	842	35,06	13,8	32,79	88,45	5,31
PTOB	909	1,32	0,45	1,28	3,72	0,37
ROA	825	1,19	0,41	1,18	2,26	-4,32
BÜYÜKLÜK	909	17,77	1,59	15,51	21,94	13,26
ETKİNLİK	909	4,21	0,63	4,17	8,04	1,51

Değişkenler arasındaki korelasyon Tablo 3'te raporlanmıştır. Korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, ESG skoru ile PTOB değişkeni arasında negatif, aktif kârlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmektedir. Benzer şekilde, ESG ile etkinlik arasında negatif yönlü ilişki olduğu söylenebilir ancak değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı son derece düşük bulunmuştur. Diğer kontrol değişkeni olan banka büyüklüğü ile ESG skoru arasında ise 0,74 düzeyinde pozitif yönlü ilişki saptanmıştır. Çoklu doğrusal bağıntı tespiti için modeller tahmin edildikten sonra bağımlı değişkenlerin varyans artış faktörleri (VIF – Variance

Inflation Factor) kontrol edilmiş ve tüm değerler için altında bulunmuştur. Bu sonuç değişkenler arasında çoklu doğrusal bağıntı sorunu olmadığını işaret etmektedir.

Tablo 3. Korelasyon Matrisi

	ESG	PTOB	ROA	BÜYÜKLÜK	ETKİNLİK
ESG	1				
PTOB	-0,069**	1			
ROA	0,073**	0,306***	1		
BÜYÜKLÜK	0,740***	-0,028	0,103***	1	
ETKİNLİK	-0,188***	-0,055*	0,359***	-0,1787***	1

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

Model 1 ve Model 2'nin tahmininde bağımsız değişkenlerin gecikmeli değerlerini araç değişken olarak modele dâhil eden iki aşamalı Sistem GMM yöntemi kullanılmıştır. Bununla birlikte, farklı makroekonomik etkenlerin bankaların finansal performansı üzerindeki dönemsel etkilerini kontrol etmek için yıl değişkenleri kukla değişken olarak analizlere dâhil edilmiştir.

İki aşamalı Sistem GMM yönteminin başarısı büyük ölçüde araç değişkenlerinin tutarlılığına bağlıdır. Bu noktada, araç değişkenlerinin tutarlılığını test etmek elde edilen bulguların sağlamlığı ile ilgili şüphelerin giderilmesini sağlayacaktır. Bu amaçla, çalışmada kullanılan araç değişkenlerinin geçerliliğini saptamak amacıyla Hansen aşırı belirleme testinden faydalanılmıştır. Araç değişkenlerinin geçerliliğinin yanı sıra GMM yönteminin önemli varsayımlarından birisi, birinci fark denkleminin hataları arasında ikinci dereceden korelasyon olmamasıdır (Arellano ve Bond, 1991). Bu doğrultuda, ardışık bağımlılık (otokorelasyon) testi kullanılarak bu varsayımın geçerliliği test edilmiştir. Sistem GMM testi sonuçları Tablo 4'te raporlanmıştır.

Tablo 4. İki Aşamalı Sistem GMM Sonuçları

BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ROA	PTOB
$ROA_{t-1}/PTOB_{t-1}$.3944487 (1.87)*	.5200528(4.21)***
ESG	.0138922(1.74)*	3.871211(2.07)**
ESG ²	-.0001818(1.66)*	-.0557193(-2.04)**
Büyüklik	-.9416356(-2.85)***	-304.3832(3.50)***
Büyüklik ²	.0284622(2.80)***	9.11215 (3.27)***
Etkinlik	-.0454986(-0.32)	-7.971298(-0.23)
Sabit	8.20266(2.69)***	2495.44(3.59)***
Yıl Değişkeni	Evet	Evet
Gözlem S.	751	846
F-istatistiği	52.60***	1857.47***
Grup/Araç	174/21	183/15
AR(1) istatistiği	-1.74*	0.78
AR(2) istatistiği	0.42	-1.07
Hansen istatistiği	11.33	4.32

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5, %10 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Parantez içerisindeki değerler Z değerlerini göstermektedir. AR(1), AR(2) ve Hansen için p değerleri verilmiştir.

Tablo 4'te görüldüğü üzere, 1 ve 2 no'lu regresyon modellerinde yer alan performans ölçütlerinin (ROA ve PTOB) gecikmeli değerlerinin katsayıları sırasıyla yaklaşık 0.39 ve 0.52 olarak tahmin edilmiştir. Her iki katsayının da anlamlı olması modelin dinamik yapısını desteklemektedir.

Tablo 4'te rapor edilen bulgular incelendiğinde, ESG skoru ile her iki performans ölçütü arasında doğrusal olmayan ters U şeklinde bir ilişki olduğu gözlenmiştir. ESG değişkeni aktif kârlılığı ve piyasa değeri/defter değeri ile ölçülen finansal performans ölçütleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Ancak, ESG skorunun karesini gösteren ESG² değişkeninin her iki modelde de anlamlı ve negatif olması ESG skorunun performans üzerindeki etkisinin belirli bir seviyeden sonra negatife döndüğünü göstermektedir. Pozitif ilişki, bankaların sosyal sorumluluk alanındaki başarılarının finansal performansı olumlu etkilediği varsayımını doğrulamakta ve Wu ve Shen (2013), Friede vd. (2015), Giannarakis vd. (2016), Li vd. (2018) ve Minutolo vd. (2019) çalışmalarını destekler niteliktedir. Diğer taraftan Azmi vd. (2021), Ersoy vd. (2022) ve El Khoury vd. (2021) çalışmalarında da tespit edilen doğrusal olmayan ilişki, belirli seviyelerden sonra ESG faaliyetlerinin bürokratik yapısı ve maliyetleri nedeniyle gelir azaltıcı etkiye sahip olduğuna bu nedenle sermaye piyasalarında da performans artırıcı rolünün ortadan kalktığına işaret etmektedir.

Kontrol değişkenlerinin performans üzerindeki etkilerine geldiğimizde, büyüklük değişkeninin hem aktif kârlılığı hem de piyasa değeri/defter değeri üzerindeki etkisi negatif ve %1 önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu bulgu bankalar büyüdükçe performanslarının azalacağı şeklinde yorumlanabilir. Ancak, büyüklük değişkeninin karesinin katsayısının pozitif ve anlamlı olması bankaların büyümesinin belli bir noktadan sonra performansa olumlu katkı yapacağını göstermektedir. Bu sonuçlar büyüklük değişkeni ile performans ölçütleri arasında doğrusal olmayan U şeklinde bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

Bankanın varlıkları artıkça finansal performansının olumsuz etkilenmesi yönetimin karmaşıklaşması, operasyonel etkinsizlik ve kaynakların etkin kullanılmaması vb. nedenlerle ortaya çıkabilir. Örnekleme yer alan bankalar için geçerli olan bu durum belirli bir büyüklük seviyesinden sonra ortadan kalkmakta, büyüklükle gelen rekabet avantajı ile birlikte performansa olumlu katkı yapmaktadır. Diğer bir ifadeyle bankalar büyüdükçe belli bir noktadan sonra ölçek ekonomisinden faydalanabilmektedir. Diğer kontrol değişkeni olan etkinlik değişkeninin tahmin edilen katsayısı her iki modelde de istatistiksel olarak anlamsızdır.

Tablo 4'ün alt kısmında rapor edilen Hansen aşırı belirleme testi sonuçları tahmin edilen modellerde kullanılan araç değişkenlerin geçerliliğinin reddedilemeyeceğini, buna ilaveten AR(2) testi de dinamik panel modellerinde otokorelasyon sorunu olmadığını işaret etmektedir.

SONUÇ

Küresel ekonominin finansal istikrarında önemli bir rol oynayan bankalar taşıdığı sorumluluklar nedeniyle ekonomik kalkınma için de son derece önemlidir. Geçmiş bankacılık skandalları ve krizler nedeniyle artan iyi kurumsal yönetim ihtiyacı bankaların stratejik düzeyde de çevre koruma, sosyal katılım ve kurumsal yönetime odaklanmasında etkili olmuştur. İyi işleyen bir sosyal sorumluluk sistemine sahip olan batamayacak kadar büyük kabul edilen bankaların itibarları bile farklı skandallardan etkilenmiştir (Venturelli vd., 2018). Ancak, 2008 mali krizinde bankaların rolüyle bağlantılı skandallar ve tartışmalar, farklı kurumsal sosyal boyutlarda ve yönetim mekanizmalarında başarısızlıklarını ortaya çıkarmıştır (Esteban-Sanchez vd., 2017). Bugüne gelindiğinde finans sektörünün sürdürülebilirliği konusunda bankaların ikili bir rol oynamaları beklenmektedir. Dâhili rol, normal iş akışında yürütülen faaliyetlerle ilgiliyken, dış rol, kredi verme, finansman ve yatırım kararlarına farklı ESG risklerinin dâhil edilmesini ifade eder (Buallay vd., 2020). Bu yolla bankaların doğrudan veya dolaylı olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, rekabetçiliği teşvik ederken toplumun sürdürülebilirliğine katkıda bulunur (Siueia vd., 2019).

Ancak ESG ile finansal performans arasındaki bağlantıya ilişkin tartışmalar halen devam etmektedir. Konu ile ilgili yapılan çalışmaların birçoğunda ESG ile finansal performans arasındaki pozitif ilişkinin varlığına dair kanıtlar elde edilmesine rağmen, ESG'nin finansal performans üzerinde negatif etkileri olacağını ya da ESG ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını gösteren çalışmalar da bulunmaktadır. Bununla birlikte, önceki çalışmalarda genellikle finansal olmayan firmalar ele alınmış ve ESG-finance performans ilişkisi bu çalışmalar etrafında şekillenmiştir. Bu çalışma, ESG faaliyetlerinin finansal işletmelerin performansı üzerinde bir etki oluşturup oluşturmadığı incelemeyi amaçlamıştır. Bu doğrultuda, ESG-finance performans ilişkisi ABD'li ticari bankalar için ele alınmıştır. Önceki çalışmalardan farklı olarak, ESG ve banka performansı arasındaki ilişki İki Aşamalı Sistem GMM yöntemi ile analiz edilerek, sonuçlar üzerindeki ihmal edilmiş değişkenlerin yol açtığı sapma azaltılmıştır. 2016-2020 yılları arasında ESG verisi bulunan 183 bankanın verileri kullanılarak yapılan analizlerde ESG değişkeni ile performans ölçütleri arasında doğrusal olmayan ters U ilişkisi tespit edilmiştir. ESG skorlarının belirli seviyelere kadar artmasının bankaların aktif kârlılığı ve piyasa değeri/defter değeri oranını olumlu yönde etkilediği, bu seviyelerden sonra söz konusu etkinin negatife döndüğü tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, ABD'li ticari bankalar için belirli seviyelere kadar değer artırıcı tezinin geçerli olduğunu ve ESG yatırımları için optimal bir yatırım seviyesinin var olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlar Azmi vd. (2021), Ersoy vd. (2022) ve El Houry vd. (2021) çalışmalarını desteklemekte ve hem banka yöneticileri hem de politika yapımcılar için önemli çıkarımlar sunmaktadır. ESG faaliyetinin bankaların finansal performansına olumlu katkı yaptığı göz önünde bulundurulduğunda banka yöneticileri ESG faaliyetlerini yatırım olarak değerlendirmeli ve sosyal sorumluluk performanslarını artırmaya çalışmalıdırlar. Yine, bankaların finansal sistemde üstlendiği kaynak dağıtım rolü göz önünde alındığında ESG performansı dolaylı olarak diğer firmaların performansı üzerinde de olumlu etkileri olacaktır. Bu nedenle, politika yapımcıların bankaların ESG faaliyetlerini geliştirecek politikaları benimsemeleri yerinde olacaktır. Ancak ESG faaliyetleri ile birlikte artan bürokrasi ve maliyetler bankaların optimal düzeyde bu yatırımlara yönelmesi gerekliliğini işaret etmektedir.

Son olarak bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Çalışmanın en önemli kısıtı elde edilen bulguların yalnızca ABD ticari banka verilerine dayanmasıdır. Dolayısıyla, gelecek çalışmalarda anılan ilişkinin farklı ülke

örneklemi için araştırılması elde edilen sonuçların karşılaştırılabilmesini sağlayacaktır. Bununla birlikte, ESG ile banka performansı arasındaki ilişkide rol oynayacak sahiplik yapısı ve yönetim kurulu yapısı gibi değişkenlerin etkisi takip eden çalışmalarda analize dâhil edilebilir.

KAYNAKLAR

- Azmi, W., Hassan, M. K., Houston, R., & Karim, M. S. (2021). ESG activities and banking performance: International evidence from emerging economies. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 70, 101277.
- Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of Econometrics*, 87(1), 115-143.
- Buallay, A. (2019). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 98-115.
- Buallay, A., Fadel, S.M., Al-Ajmi, J.Y. & Saudagaran, S. (2020). Sustainability reporting and performance of MENA banks: is there a trade-off?, *Measuring Business Excellence*, 24(2), 197-221.
- Chollet, P. & Sandwidi, B.W. (2018). CSR engagement and financial risk: A virtuous circle? International evidence, *Global Finance Journal*, 38, 65-81
- Clubb, R., Takahashi, Y., & Tiburzio, P. (2016). *Evaluating the Relationship Between ESG and Corporate Fixed Income*. Management Sloan School.
- Dufwa, L., & Hammarström, M. (2015). *Corporate Sustainability and the Financial Implications for the European Basic Materials Industry*. Bachelor Thesis. University of Gothenburg, Gothenburg.
- Elgergeni, S.- Khan, N. & Kakabadse, N.K. (2018). Firm Ownership Structure Impact on Corporate Social Responsibility: Evidence From Austerity UK. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25(7), 602-618.
- El Khoury, R., Nasrallah, N., & Alareeni, B. (2021). ESG and financial performance of banks in the MENAT region: concavity–convexity patterns. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-25.
- Ersoy, E., Swiecka, B., Grima, S., Özen, E., & Romanova, I. (2022). The Impact of ESG Scores on Bank Market Value? Evidence from the US Banking Industry. *Sustainability*, 14(15), 9527.
- Esteban-Sanchez, P., de la Cuesta-Gonzalez, M. & Paredes-Gazquez, J.D. (2017). Corporate social performance and its relation with corporate financial performance: International Evidence in the Banking Industry, *Journal of Cleaner Production*, 162, 1102-1110
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing Inc.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210-233.
- Giannarakis, G., Konteos, G., Zafeiriou, E., & Partalidou, X. (2016). The impact of corporate social responsibility on financial performance. *Investment Management and Financial Innovations*, (13, Iss. 3 (contin. 1)), 171-182.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm. Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Kuiper, C., & Galzev, A. (2020). *The effect of ESG on stock prices An event study on the S&P 500*. Master Thesis, Linnaeus University, Sweden.

- Kuruusman, A., & Afroz, Z. (2019). *The effect of the ESG score on the stock Price Jumps: A Quantitative Study on Nordic Countries*. Master Thesis, Umeå University.
- Landi, G., & Sciarelli, M. (2018). Towards a more ethical market: the impact of ESG rating on corporate financial performance. *Social Responsibility Journal*, 15, 11–27.
- Lee, J. H., Kang, Y. S., & Kim, S. S. (2018). Corporate social responsibility and financial performance in Korean retail firms. *Journal of Distribution Science*, 16(5), 31-43.
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X. Y., & Koh, L. (2018). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power. *The British Accounting Review*, 50(1), 60-75.
- Lundin, F., & Olandersson, M. (2019). *Sustainability and Profitability in Sweden: A Quantitative Study of Swedish Firms*. Master Thesis, Umeå University.
- Maama, H., & Appiah, K.O. (2019). *Green Accounting Practices: Lesson From An Emerging Economy. Qualitative Research in Financial Markets*, 11(4), 456-478.
- Malik, M. (2015). Value-enhancing capabilities of CSR: A brief review of contemporary literature. *Journal of Business Ethics*, 127(2), 419–438.
- Mans-Kemp, N. (2014). *Corporate governance and the financial performance of selected Johannesburg Stock Exchange industries*. Doctoral dissertation, Stellenbosch University.
- Menicucci, E., & Paolucci, G. (2022). ESG dimensions and bank performance: an empirical investigation in Italy. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (ahead-of-print).
- Mervelskemper, L., & Steit D. (2017). Enhancing Market Valuation of ESG Performance: Is Integrated Reporting Keeping its Promise?, *Business Strategy and the Environment*. 26(4), 536-549.
- Minutolo, M. C., Kristjanpoller, W. D., & Stakeley, J. (2019). Exploring environmental, social, and governance disclosure effects on the S&P 500 financial performance. *Business Strategy and the Environment*, 28(6), 1083- 1095.
- Nazari, J. A., Herremans, I. M., & Warsame, H. A. (2015). Sustainability reporting: External motivators and internal facilitators. *Corporate Governance*, 15(3), 375-390.
- Nizam, E., Ng, A., Dewandaru, G., Nagayev, R. & Nkoba, M.A. (2019) The impact of social and environmental sustainability on financial performance: A global analysis of the banking sector. *Journal of Multinational Financial Management*, 49, 35-53.
- Nollet, J., Filis, G., & Mitrokostas, E. (2016). Corporate social responsibility and financial performance: A non-linear and disaggregated approach. *Economic Modelling*, 52, 400-407.
- Peiro, S.A., Segarra, O.M., Mondejar, J.J., & Vargas, V.M. (2013). Influence of the environmental, social and corporate governance ratings on the economic performance of companies: An overview.
- Peylo, B. T. (2012). A Synthesis of Modern Portfolio Theory and Sustainable Investment. *The Journal of Investing*, 21(4), 33–46.
- Schaltegger, S., & Synnestvedt, T. (2002). The link between ‘green’ and economic success: Environmental management as the crucial trigger between environmental and economic performance. *Journal of Environmental Management*, 65(4), 339–346.

- Siueia, T.T., Wang, J. & Deladem, T.G. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: A comparative study in the Sub-Saharan Africa banking sector, *Journal of Cleaner Production*, 226, 658-668.
- Sjögren, R., & Wickström, J. (2019). A study of ESG's contribution to firm performance Evidence from the European region. Master Thesis, Blekinge Institute of Technology, Sweden.
- Şeker, Y. (2020). *Finansal Rapolarlama Kalitesi ile Çevresel Sosyal ve Kurumsal Yönetim (ESG) Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Uluslararası Bir Araştırma*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, O., & Çankaya, S. (2021). Examining the relationship between ESG scores and financial performance in banks: Evidence from G8 countries. *PressAcademia Procedia*, 14, 169-170.
- Velte, P. (2017). *Does ESG performance have an impact on financial performance? Evidence from Germany*. *Journal of Global Responsibility*, 8(2), 169-178.
- Velte, P. (2019). The bidirectional relationship between ESG performance and earnings management—empirical evidence from Germany. *Journal of Global Responsibility*, 10(4), 322-338.
- Venturelli, A., Cosma, S. & Leopizzi, R. (2018). Stakeholder engagement: An Evaluation of European Banks, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 690-703.
- Whelan, T., Atz, U., Van Holt, T., & Clark, C. (2021). Uncovering the Relationship by Aggregating Evidence from 1,000 Plus Studies Published between 2015 – 2020.
- Whitelock, V. G. (2019). Multidimensional environmental social governance sustainability framework: Integration, using a purchasing, operations, and supply chain management context. *Sustainable Development*, 27(5), 923–931.
- Wu, M. W., & Shen, C. H. (2013). Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance. *Journal of Banking & Finance*, 37(9), 3529-3547.
- Yoon, B., Lee, J. H., & Byun, R. (2018). Does ESG performance enhance firm value? Evidence from Korea. *Sustainability*, 10(10), 3635.

Yazar Katkı Oranı

Bu çalışmaya birinci yazarın %40, ikinci yazarın %30, üçüncü yazarın %30 oranında katkısı bulunmaktadır.

TÜRKİYE’DEKİ YAŞLILAR ÜZERİNE ‘İKİGAI’ ARAŞTIRMASI¹

İkuko MURAKAMI²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1218808

Makale Geçmişi:

Geliş 14.12.2022

Kabul 18.05.2023

Anahtar Kelimeler:

İkigai,

Japonya,

Yaşlılar,

Gerontoloji.

ÖZ

Bu çalışmada ‘İkigai’ üzerinde Türkiye’deki yaşlıların bakış açılarının araştırılmasıyla birlikte ileride yaşlıların yaşam kalitesi ve mutluluklarını artırma yolunda çalışacak olan Gerontolog adaylarının bu konuyla ilgili bilgi sahibi olmaları ve bununla ilgili araştırma motivasyonunun sağlanması amaçlanmıştır. Araştırma, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında Gerontoloji Bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin memleketlerinde buldukları pandemi sürecinde, öğrencilerin çevrelerinde bulunan yaşlı aileleri, akrabaları ve komşuları üzerine karma araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni öğrencilerin memleketleri olup, örneklemini ise öğrencilerin çevresinde bulunan yaşlılar oluşturmuştur. Katılımcılara demografik bilgi formuyla birlikte ‘İkigai-9 Ölçeği’nin Türkçe versiyonu uygulanmıştır ve elde edilen veriler, SPSS programına kaydedilip analiz edilmiştir. Regresyon analizi bulgularına göre, yaş ve ilköğretim düzeyinde eğitime sahip olmanın İkigai üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ve İkigai üzerinde negatif etkiye sebep olduğu görülmüştür. Görüşmeler pandemi süreci nedeniyle yüz yüze veya telefon ile yapılmıştır. Görüşme yapan öğrenci sayısı 52’dir ve çoğu Akdeniz Bölgesi’ndendir. Toplamda 334 yaşlı katılımcıya ulaşılmıştır. Görüşmeden sonra bütün öğrenciler, görüşmede yaşadıklarını ve dikkatlerini çeken konuları rapor olarak paylaşmışlardır. Öğrenciler, özellikle kırsal kesimde yaşayan yaşlılarla görüşme ve onları bilgilendirme fırsatı elde ettikten sonra kendi görevlerinin ne olduğunu yeniden düşündüklerini ifade etmişlerdir.

'İKIGAI' RESEARCH ON THE OLDER ADULTS IN TURKEY

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1218808

Article History:

Received 14.12.2022

Accepted 18.05.2023

Keywords:

Ikigai,

Japan,

Older adults,

Gerontology.

ABSTRACT

In this study, we not only the researched the perspectives of the older adults in Turkey on Ikigai, but also it is aimed to provide that the Gerontologist have information about this subject and obtain the motivation for the research. The research was carried out during the 2019-2020 academic year, amidst the pandemic, using the mixed methods. The interviewers were 3rd and 4th year students of the Gerontology Department, and the participants were their family, relatives or neighbors. Therefore the survey population of the research was the hometowns of the students and the sample consisted of the older adults residing in the vicinity. Interviews were conducted either face-to-face or over the phone. The participants were given the Turkish translation of the “Ikigai-9” scale. The data were analyzed using the SPSS program. There were 52 students interviewers, most of whom were from Mediterranean region. A total of 334 older adults were included in the study. The regression analysis revealed a statistically significant negative effect on Ikigai related to age and being a primary school graduate. After the data collection process, the students were asked to prepare a report regarding their observations, experience during the interviews and notable findings. The students mentioned that they had the opportunity to inform older adults living in rural areas about ‘Ikigai’ and they realized what their own mission was.

¹ Bu çalışma, 22.10.2021 tarihlerinde Muş Alparslan Üniversitesi’nde düzenlenen I. Uluslararası Gerontolojik Bakış Kongresi’nde sunulmuştur.

² Dr. Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Gerontoloji Bölümü, mikuko1025@yahoo.co.jp, ORCID: 0000-0003-2836-7173.

Alıntılanmak için/Cite as: Murakami, İ. (2023). Türkiye’deki yaşlılar üzerine ‘İkigai’ araştırması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 435-445

GİRİŞ

İkigai, Japonya’da iyi bilinen bir terimdir. Bu terim bazen ‘yaşam amacı’ olarak çevrilmekte olup, bazen de ‘yaşam sevinci’ olarak tanımlanabilmektedir. Kamiya’ya (1966) göre; İkigai denildiğinde hem bireyin içindeki İkigai’nin kaynağı veya İkigai’nin nesnesi, hem de İkigai’nin hissedildiği psikolojik/ duygusal durum (İkigai-kan) akla gelmektedir. Buna göre ‘İkigai’ yaşam amacının/ sevincinin kaynağı veya nesnesi olarak, ‘İkigai-kan’ ise bunların hissedildiği psikolojik/ duygusal durum olarak tanımlanabilir.

Gerontoloji, yaşlanan toplumlarda yaşlıların yaşam kalitesini artırılması ve mutlu yaşlılığın sağlanması için uğraşan yeni bir bilim dalıdır. Bu bölümde eğitim gören öğrenciler için aktif ve sağlıklı yaşlanmayı teşvik etmek açısından İkigai kavramı önemli rol üstlenmektedir. Bu yüzden özellikle Gerontolog adaylarının, İkigai kavramı ile ilgili bilgilere sahip olmaları ve Türk toplumunun, bu konu üzerine bilinçlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

İkigai sözcüğü üzerinde bilgiler paylaşılacak olursa, Kamiya, bir kitapta İkigai’nin özelliklerini şu şekilde ifade etmiştir (Kamiya, 1966):

Bireye ‘İkigai-kan (İkigai duygusu)’ verir, ancak yaşamda maddi açıdan kazanç sağlamaya destek vermez. Kişinin kendi isteğine bağlıdır ve gönüllü şekilde olabilir, ancak ne kadar çok fedakârlık gösterilse de eğer kişi pasif bir tutum içindeyse İkigai gerçekleştirilemez. Tamamen bireye özgüdür, diğer kişilerle kıyaslanamaz ve de taklit edilemez. Kişinin içindeki gerçekliğinin kendisinden kaynaklanması gerekmektedir; içgüdü, sorumluluk duygusu ve alışkanlık ile oluşturulamaz. İkigai’ye sahip olan kişinin iç dünyasında, neyin ön planda olduğuna göre bir düzen kurulur ve rahat ve uyumlu bir dünya yaratılır.

Bu özelliklere bakıldığında İkigai/ İkigai-kan, insanın psikolojik yönden tatmin olmasına katkı sağlar.

Kamiya (1996)’ya göre İkigai-kan ile mutluluk duygusu arasında farklılık görülmektedir. İkigai-kan, mutluluk duygusunun bir parçası ve en büyük kısmıdır. İkigai-kan mutluluk duygusundan daha çok geleceğe yönelik olup insan benliğinin merkezine yaklaşmaktadır. Bir kişide İkigai, sadece bir alan ile kalmaksızın; iş, aile, komşuluk ilişkisi gibi farklı alanlarda da bir sevinç kaynağı olarak görülebilir. Diğer bir deyişle İkigai’nin çeşitlilik gösterdiği söylenebilir. İkigai’nin farklı türleri, yedi madde şeklinde belirtilmiştir (Kamiya, 1966):

- Yaşam memnuniyeti/ doyum talebini karşılayıcı (doğaya ve sanata, sevgi, oyun, spor, hobi ve günlük yaşamda ufak tefek şeylerle keyfine bakmak)
- Değişim ve gelişim talebini karşılayıcı (akademik çalışma, seyahat, dağa çıkmak, macera vb.)
- Geleceğe yönelik talebi karşılayıcı (çeşitli yaşam amacı, hayal, hırs vb.)
- Karşılıklı talebi karşılayıcı (sempatik duygu, dostluk ve sevgi paylaşımı/ üstünlük veya egemenlik ile başka birinin saygısını, onurunu kazanmak / itaatli ve fedakâr davranışlarla başka biri tarafından ihtiyaç duyulması)
- Özgürlük talebini karşılayıcı (insanın iç dünyasında kendisini rahat ve serbest bırakmayı sağlayan şeyler, insanlar vb. olabilir)
- Kendisini gerçekleştirme talebini karşılayıcı (eşsiz bir ‘İkigai’dir. Çok özel bir yeteneğe sahip olmasa da kendisine özgü ve başka birinin yapamadığı şeylerle uğraşmak ve kendi hayatını değerlendirmek ile ilgilidir. Bunun uzantısı, yaratıcılık sevince dönüşebilir)
- Yaşamın anlamı ve değerini arama talebini karşılayıcı (varoluşunun önemini hissettiren iş, misyon veya ana babaya saygı, sadakat, felsefi ve dini inanç vb.)

Kamiya’ya (1966) göre, İkigai’ ve İkigai-kan’a sahip olmak, bireyin bu taleplerinin yerine getirilmesidir. Kaliteli ve sağlıklı yaşamak için İkigai/ İkigai-kan, hava ya da su gibi gereklidir. Öte yandan bireyde bulunan İkigai, ağır bir hastalıkla mücadele etmek, sevilen kişiyi kaybetmek, hayal kırıklıklarına uğramak, suç işlemek ve ölüm ile karşı karşıya gelmek gibi sebeplerden dolayı kırılmalı hale gelip kolayca kaybedilebilir (Kamiya, 1966). Yaşlılık döneminde insanlar, hastalık ve sevilen kişinin ölümü vb. gibi durumlara sıkça karşılaşılabirler. Yaşlılık dönemi, zaten İkigai/ İkigai-kan’ın kırılmalı hale gelmesiyle birlikte yüksek olduğu bir dönemdir. İkigai kaybedildiğinde insanların psikolojisinin bozulduğu; iç dünyasının kapkaranlık duygularla kaplandığı, özellikle de dışlanma, yalnızlık, umutsuzluk ve çaresizlik gibi duyguların olumsuz ifadelerle açığa çıktığı belirtilmiştir (Kamiya, 1966). Yine de İkigai, farklı türlerinde de görüldüğü üzere değişim/gelişim ihtiyacı, geleceğe yönelik beklenti, kendini gerçekleştirme motivasyonu ve yaşamın anlamını bulma arayışı gibi konuları kapsamaktadır (bk. Yukarıda 2, 3, 6 ve 7 numaralı talepler).

Kamiya’nın İkigai üzerinde yoğunlaşması, aslında bir lepra hastanesine muayene için gittiği bir ziyarette karşılaştığı hastaların yaşamından ilham alarak başlamıştır (Kamiya, 1966). Eskiden lepra, bulaşıcı hastalık olarak nitelendirilmiş ve tedavi edilemeyen bir hastalık olarak görülmüştür. Bu yüzden hastalar, Japonya’nın batısında

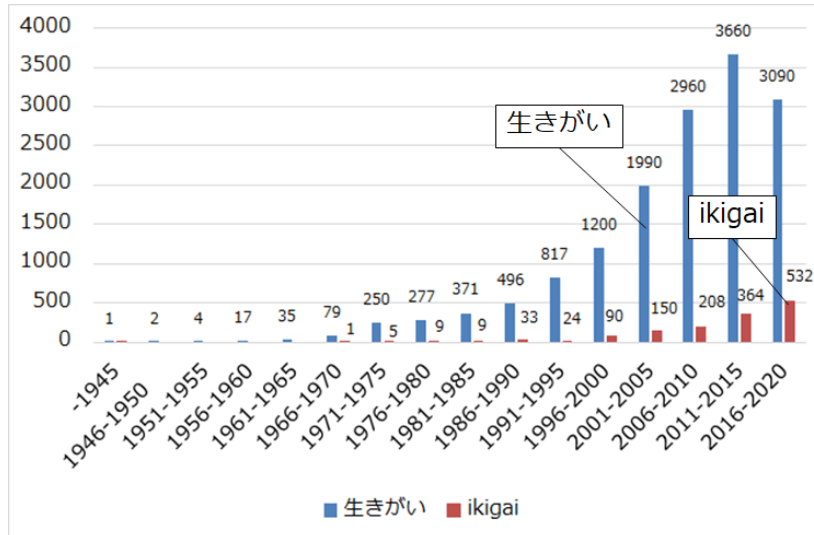
bulunan bir adaya kapatılıp geri kalan hayatı boyunca orada yaşamaya terk edilmiştir. Hastaların çoğu ileriye yönelik herhangi bir hayal ve plandan yoksun kalmıştır. Ancak Kamiya, bazı hastaların herhangi bir umut ile yaşama tutunmaya ve başa çıkmaya çalıştıkları olaylara tanıklık etmiştir. Neticesinde Kamiya, insanların hayal kırıklığına uğradıklarında umutsuz ve çaresiz durumdan nasıl kurtarılacaklarını ve yeni yeşeren bir umut ile hayat düzenlerini tekrardan nasıl kurabileceklerini bilimsel kitaplarda araştırarak İkiğai üzerine yoğunlaşmıştır.

Kamiya'nın düşüncelerinden yola çıkılacak olunursa, aslında İkiğai/ İkiğai-kan sözcüklerinin, insanların şimdiki hayatında ayakta durabilmek için önemli bir anlam taşımasıyla birlikte zor durumdayken bile ileriye dönük başa çıkabilme çabaları için destek sağlayıcı bir rol üstelendiği söylenebilir.

LİTERATÜR

İkiğai'ye yönelik araştırma adımları üzerine ilk çalışma 2010'lu yılların birinci yarısında yapılmış (Hasegawa vd., 2015) ve daha sonra Hasegawa (2020) tarafından tekrarlanmıştır. Buna karşılık kökeni Japonca olan İkiğai sözcüğüne yönelik Japonya'da oldukça fazla araştırma yapılmıştır. Hasegawa (2020) İkinci Dünya Savaşı öncesinde de bir araştırmanın olduğunu belirtmektedir. İkiğai konusu, '生きがいについて İkiğai ni tsuite (İkiğai hakkında)' adlı bir kitabın yazılması (Kamiya, 1966) ile birlikte daha yaygın hale gelmiştir. İkiğai kavramı, 1960'lı yıllardan sonra ekonomik gelişme ile birlikte toplumda maddi memnuniyetten ziyade manevi açıdan memnuniyetin aranmasıyla daha çok önem kazanmıştır (Hasegawa, 2020).

Şekil 1.'de görüldüğü gibi, Japonya dışındaki İkiğai araştırmaları 2000 yılı civarlarında artmaya başlamış ve bu tarihlere Japonca makalelerin İngilizce özetlerinde de İkiğai sözcüğü, çevrilmeden orijinal Japonca kelime (İkiğai) kullanılmaya başlanmıştır.



Şekil 1. Japonya İçinde ve Dışında 'İkiğai' Üzerine Yapılan Araştırma Sayısının Yıllara Göre Değişimi

Kaynak: En yeni '生きがい' ve 'İkiğai' araştırmalarının eğilimleri: Artık 'İkiğai' araştırmasının aslına dönüşü beklenir (Hasegawa, 2020).

Japonca sözcüğü '生きがい' (ikigai) (mavi) Japonya'da yapılan araştırma sayısını ve 'İkiğai' (kırmızı) ise Japonya dışında yapılan araştırma sayısını göstermektedir.

İkiğai konusuyla ilgili araştırmalara bakıldığında, sadece yaşlıların değil, ergenlik dönemindeki çocuk ve gençler (Sorita, 1973) veya çalışan yetişkinler (Horie, 1990; Nishimura, 2005) gibi farklı kuşaklarda insanların hayatında karşılaştıkları sorunlar ile bağlantı kurulduğu görülmektedir. Hatta üniversite öğrencilerine yönelik İkiğai ölçeğinin oluşturulduğu bir çalışmaya da rastlanmıştır (Kondou & Kamada, 1998). Ancak 2000'li yılların başına kadar yaşlanan toplumu öngörerek, daha çok yaşlılar üzerinde durulmuştur (Hasegawa, 2020). Bu tarihlere Batılı ülkelerde geliştirilen ölçek kullanılarak, yaşlıların yaşam memnuniyeti/ öznel mutluluk duygusuyla ilgili nicel araştırmalar yapılmıştır. Bunları takiben, sağlık durumu (Moriya, Nunogami, Niikuni & Fukuchi, 1990; Moriya & Nunogami, 1996), Baby Boomers (Bebek patlamaları) kuşağından olan bireylerin emekliliği (Sato, 2006), yerleşim yerine göre İkiğai'nin farklılığı (Hasegawa, Fujiwara, Hoshi & Shinkai, 2003), topluma katılım (Kobayashi, 1993) gibi yaşlılık konusuyla bağlantı kurulan araştırmalara rastlanmaya başlanmıştır (Hasegawa, Fujiwara ve Hoshino, 2001 & 2015). Yaşlılık döneminde topluma katılım ile psikolojik yönden iyi olma halinin

sağlanmasına ilişkin araştırmalar, daha çok 2010’lu yılların ikinci yarısında görülmektedir (Fujii & Kosaka, 2016; Umetani, 2017; Onoguchi & Fukukawa, 2017).

Günümüz Japonya’ında yaşlı nüfusun artışıyla yaşam boyu çalışma fikri teşvik edilmekte (Toda, 2015) ve yaşlıların kaliteli yaşamı ile bağlantılı olan İkişigai konulu araştırmalar ön plana çıkmaktadır. ‘長寿社会開発センター Chouju Shakai Kaihatsu Center (Uzun Ömürlü Toplum Geliştirme Merkezi)’ adlı bir vakıf tarafından 1995 yılından itibaren ‘生きがい研究 İkişigai Kenkyuu (İkişigai Araştırması)’ adlı yıllık derginin yayınlanması da dikkat çekmektedir. Yapılan İkişigai konulu araştırmalar üzerine bazı bibliyometrik analiz çalışmaları da yapılmıştır (Shibasaki & Aoki, 2011; Hasegawa, 2020).

Dünyadaki duruma bakılacak olursa; İkişigai sözcüğü, 2000 yıllarından sonra bazen Japonca dergilerdeki İngilizce özeti ile bazen de Japonların yabancı araştırmacılar ile yazdıkları ortak yazarlı makalelerin İngilizce dergilerde yayınlanması ile (Yamamoto & Wallhagen, 2002) popülerlik kazanıp dünyaya tanıtılmaya başlanmıştır. 2010’lu yıllarda uzun ömür ile ilgili ‘The Blue Zones’ adlı kitapta Okinawa’dan bahsedilirken İkişigai sözcüğünün geçmesiyle (Buettner, 2010) Japonya dışında da bu konuyla ilgili araştırmalar artmaya başlamıştır. Ayrıca Japonlar tarafından yapılan bir araştırma İngilizce bir makalede paylaşılmıştır (Mori, Kaiho, Tomata, Narita, Tanji, Sugiyama, ... & Tsuji, 2017). Ancak batılı ülkelerde anlaşılan İkişigai kavramında anlam kaymasının görüldüğüne (örneğin ‘hayatında başarılı olmak için hedef ‘purpose’ gibi) dikkat çekilmiştir (Kemp, 2020). Buna ek olarak Japonlar tarafından, Japon toplumunda bu sözcüğün nasıl kullanıldığının ve algılandığının İngilizce ile ifade edildiği de (Mitsubishi, 2017) görülmüştür. Bu tür girişimler sayesinde çeviriyle ortaya çıkabilecek anlam kaymasını düzeltme imkânı sağlanmaktadır. Özellikle günümüzde psikolojik sağlığın korunması açısından İkişigai/İkişigai-kan konusuna odaklanılmaya (Fido, Kotera & Asano, 2019) ve pratik alan sağlanmaya başlanmıştır (Kemp, 2020).

Türkiye’de ise 2017 yılında ‘İkişigai: Japonların Uzun ve Mutlu Yaşam Sırrı’ (Garcia & Miralles, 2016) adlı İngilizce kitabın Türkçe çevirisi yayınlanmıştır. İkişigai-9 ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanma çalışması da yapılmıştır (Belice et al., 2022).

İkişigai araştırmalarında yaşam memnuniyeti, mutluluk duygusu ve iyi olma hali (well-being) ölçeği gibi batılı ülkelerde yaygın olan ölçekler ve PGC (Philadelphia Geriatric Center) Morale Scale gibi Amerika’da geliştirilen ölçek kullanılmıştır (Sugiyama, Takekawa, Nakamura, Satou, Urasawa, Satou, ... & Otani, 1981; Sugiyama, Takekawa, Nakamura, Satou, Urasawa & Satou, 1981; Koyano, 1981). Ancak sosyal ve kültürel ortamın farklı olması gerekçesiyle Japonya’ya özgü ölçeğe ihtiyaç duyulmuş (Kondou & Kamada, 1998) ve yaşlılara özgü ‘İkişigai-kan Ölçeği’ (K-1 tipi, 16 soru) oluşturulmuştur (Kondou & Kamada, 2003). Bu ölçekte İkişigai-kan ile yaş ve cinsiyet faktörü arasındaki ilişkilere odaklanılmıştır (Aoki, 2009). Bunu takiben ‘İkişigai’nin Nesnesi ve Tipi Ölçeği’nin (24 soru) oluşturulduğu bir çalışma mevcuttur. (Hasegawa, Miyazaki, Imori, Hoshino & Kawamura, 2007). Ancak İkişigai Ölçeği’nin uygulama alanında çok daha pratik ve kullanışlı olması beklendiğine işaret edilip 9 sorudan oluşan ‘İkişigai-9 Ölçeği’ oluşturulmuştur (İmai, Osada & Nishimura, 2012). İkişigai kavramı ile ‘sübjektif mutluluk duygusu’ arasındaki farklılık açısından; İkişigai’nin şimdiden ziyade daha çok geleceğe yönelik olduğuna işaret edilmiştir (İmai, Osada & Nishimura, 2009).

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada ‘İkişigai-9 Ölçeği’yle Türkiye’deki yaşlıların İkişigai hakkında bakış açılarının nasıl olduğunun araştırılması ve Gerontolog adaylarının bu konuyla ilgili araştırma motivasyonunun sağlanması amaçlanmıştır. Öğrenciler, daha önce almış oldukları “Aktif ve Sağlıklı Yaşlanma” dersinde İkişigai hakkında bilgilendirilmiştir ve İkişigai kavramının yaygınlaştırılması için bir fırsatı olarak, öğrencilerin saha araştırması planlanmıştır. Bu araştırma, Türkiye’de İkişigai konusunda farkındalık oluşturulması açısından önemlidir.

Çalışma Grubu

Bu araştırma 2019-2020 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Akdeniz Üniversitesi Gerontoloji Bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin memleketlerinde bulunduğu pandemi sürecinde çevrelerindeki yaşlı aileleri, akrabaları ve komşuları ile yapılmıştır. Araştırmanın evreni, öğrencilerin memleketleri olup örneklemi ise onların çevrelerindeki yaşlılar oluşturmuştur.

Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

Veri toplama tekniği olarak karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Karma araştırma yöntemi, kapsamlı, çoğulcu, tamamlayıcı, araştırmacıya yöntem seçimi ve araştırma hakkında tasarlama yapması için seçmeci bir

yaklaşım önermektedir (Baki ve Gökçek, 2012). Öncelikle öğrenciler, çevrelerindeki yaşlılar ile görüşüp, demografik form ile birlikte 'İkigai-9 Ölçeği'nin Türkçe versiyonunu uygulamıştır. Görüşmeler pandemi sürecinde gerçekleştirildiği için yüz yüze veya telefon ile yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 26 paket programına kaydedilip analiz edilmiştir. Sonrasında öğrencilerin görüşme kayıtları ve gözlemlerinden faydalanarak, görüşme sürecindeki gözlemler ve yaşlıların ifadeleri üzerine söylem analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Görüşmeler, 2020 yılı Mayıs ve Haziran ayında yapılmıştır ve pandemi sebebiyle yaşlılarla yüz yüze görüşmede zorluklar yaşanmıştır. Araştırmanın bulguları Gerontoloji Bölümü öğrencileri ve onların çevresinde bulunan yaşlıların görüş ve bakış açılarıyla sınırlıdır.

Öğrenciler yaşlılar ile görüşme öncesinde araştırmayla ilgili kısa bilgiler paylaşmışlardır ve görüşme, gönüllü kişilerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Ancak araştırmanın yürütüldüğü tarihlerde pandemi sürecinde olunması nedeniyle katılımcıların sözlü onamları alınmıştır.

Etik Boyut

Akdeniz Üniversitesi Tıp Klinik Araştırma Etik Kurulu'ndan (Tarih: 13.05.2020, Karar No: KAEK-319) onay alınmıştır. Katılımcılardan görüşmeye katılmaları için sözlü onamları alınmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu araştırmada görüşme yapan öğrenci sayısı 52'dir ve onlardan 25 kişi (% 48.1) Akdeniz bölgesindedir. Görüşülen yaşlı sayısı ise toplam 334'dür ve 23 ilden katılım sağlanıp onların çoğunluğu da Akdeniz bölgesindedir. Katılımcıların yaşları 54 - 90 aralığında olup ortalama yaş 69'dur.

Saha Araştırmasında Elde Edilen Bulgular

İkigai-9 Ölçeği'nin güvenilirliğinin ölçülebilmesi için Cronbach Alpha (iç tutarlık) değerleri hesaplanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. İkigai-9 Ölçeği'ne ait Cronbach Alpha Değerleri

Soru Numarası	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tamam
Cronbach Alpha Değerleri	0,810	0,813	0,800	0,826	0,808	0,815	0,804	0,808	0,819	0,829

Güvenirlilik testinden elde edilen sonuca göre ölçeğin tamamına ait iç tutarlılık katsayısı 0,829'dur. Güvenirlilik katsayısının 0,70 ve üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2010). Bu doğrultuda dokuz maddeden oluşan İkigai-9 Ölçeği'nin tamamına ait güvenirlilik katsayılarının yeterli düzeyde olduğu söylenebilir.

Katılımcıların demografik bilgilerine ait frekans analizinden elde edilen bulgular Tablo 2.'de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Konu	Kategori	Frekans (kişi)	Yüzde (%)
1	Cinsiyet	Kadın	180	53,9
		Erkek	154	46,1
2	Yaş	54 – 69	187	56
		70 – 90	147	44
3	Eğitim	Okur-yazar değil	45	13,5
		İlköğretim	179	53,6
		Lise	59	17,7
		Üniversite	51	15,3
4	Medeni durum	Evli	218	65,3
		Bekâr	23	6,9
		Dul	76	22,8
		Boşanmış	17	5,1

Bu tablo incelendiğinde, katılımcıların %53,9'u kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %53,6 ile en çok ilköğretim mezunu oldukları, bunu sırasıyla lise, üniversite mezunlarının ve okur-yazar olmayanların takip ettiği görülmektedir. Medeni duruma ilişkin verilere bakıldığında ise katılımcıların %65,3'ünün evli olduğu tespit edilmiştir ve diğer (dul, bekâr ve boşanmış olan) oranı ise 34.7'dir.

İkigai-9 Ölçeği formunda her soru için olumsuz cevaptan olumlu cevaba doğru (1-kesinlikle katılmıyorum ile 5-kesinlikle katılıyorum) birer puan eklenmekte ve katılımcının İkigai durumu değerlendirilebilmektedir. Soruya verilen cevapların dağılımına ait frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma Tablo 3.'de gösterilmektedir.

Tablo 3. Sorulara Göre Puan (Yüzde) Dağılımı, Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma (n = 334)

	1	2	3	4	5	Aritmetik ortalama	Standart sapma (s.s.)
1-Çoğu zaman kendimi mutlu hissederim.	17 (5,1)	41 (12,3)	87 (26)	128 (38,3)	61 (18,3)	3,52	1,08125
2-Yeni bir şeyler öğrenmek veya yeni bir şeye başlamak isterim.	18 (5,4)	43 (12,9)	80 (24)	106 (31,7)	86 (25,7)	3,60	2,49537
3-Birine veya topluma bir katkı olduğunu düşüncesindeyim.	13 (3,9)	32 (9,6)	74 (22,2)	120 (35,9)	95 (28,4)	3,75	1,08756
4-Kalbimde herkese bir yer vardır ve farklı düşüncelere açıgım.	11 (3,3)	30 (9)	52 (15,6)	120 (35,9)	121 (36,2)	3,93	1,08259
5-Hayatta hemen hemen birçok şeye ilgilenirim.	19 (5,7)	64 (19,2)	90 (26,9)	106 (31,7)	55 (16,5)	3,34	1,13250
6- Varlığımı biri veya bir şeylerin ihtiyaç duyduğuna inanıyorum.	21 (6,3)	31 (9,3)	74 (22,2)	99 (29,6)	109 (32,6)	3,73	1,19024
7-Hayatı yeterince tatmin edici ve dolu buluyorum.	19 (5,7)	61 (18,3)	97 (29)	104 (31,1)	53 (15,9)	3,33	1,11785
8-Kendimi geliştirmek istiyorum.	23 (6,9)	44 (13,2)	92 (27,5)	92 (27,5)	83 (24,9)	3,50	1,19496
9-Başkaları üzerinde bir etkim olduğunu düşünüyorum.	17 (5,1)	41 (12,3)	78 (23,4)	125 (37,4)	73 (21,9)	3,59	1,11094

Tablo 3. incelendiğinde, herhangi bir soruya verilen yanıt için tek bir cevaba yığılma olmadığı, diğer bir ifade ile cevapların dağılımında sorun olmadığı görülmektedir. Katılımcıların tüm yanıtları göz önünde bulundurulduğunda, aritmetik ortalaması en düşük olan soru 3,3 (s.s. 1,12) ile 7.soru iken, 4.soru ise 3,93 (s.s. 1,08) ile en yüksek aritmetik ortalamaya sahip soru olmuştur.

İkigai ölçeğinden elde edilen puanlara betimsel analiz uygulanarak, alınan minimum ve maksimum değerler, aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmıştır ve Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. İkigai-9 Ölçeği'nden ve Elde Edilen Puanlara İlişkin Betimsel İstatistikler

	N	Minimum	Maksimum	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
İkigai-9 Ölçeği	334	10	45	32,2994	6,60468

İkigai-9 Ölçeği'nden alınan puanlar incelendiğinde, alınan en düşük puanın (10), en yüksek puanın (45) ve ölçek ortalamasının ise (=32,2994) olduğu görülmektedir.

İkigai üzerinde yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi değişkenlerin etkisi olup olmadığını incelemek üzere lojistik regresyon analizi yapılmıştır (Tablo 5.)

Tablo 5. İkigai'yi Etkileyen Unsurlar (Regresyon)

Değişken	B	t	P
(sabit)	2,287	3,555	0,000
Cinsiyet	-0,208	-1,767	0,078
Yaş	-0,030	-3,748	0,000
Eğitim			
İlköğretim	-0,346	-2,166	0,031
Üniversite	0,238	1,462	0,145
Okur-yazar değil	-0,294	-1,708	0,089
Medeni durum			
Bekâr	-0,001	-0,004	0,996
Dul	0,094	0,653	0,514
Boşanmış	0,333	1,307	0,192

Regresyon analizi bulgularına göre, yaş ve ilköğretim mezunu olmak, istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($p < 0,05$) ve İkiğai üzerinde negatif etkiye sebep olmaktadır. Diğer unsurların ise İkiğai üzerinde bir etkisi bulunmamıştır.

Öğrencilerin Gözlem Raporlarından Bulgular

Öğrencilerin gözlem raporlarından elde edilen ilgi çekici söylemler Tablo 6.'da toplanmıştır:

Tablo 6. Öğrencilerin Gözlem Raporlarından Söylemler

	Öğrencilerin görüşleri	Öğrencilerin gözleminde yaşlıların tutumları
İkiğai Araştırması Üzerinde	<p>E-1: İlk kez böyle kısıtlı iletişim imkânları ile bir araştırma yaptım.görüşme sırasında gözlem yapamadığımız için o yönü eksik kaldı.</p> <p>Y:bireyleri gözlemleyememiş olmam büyük bir eksiklik olmuştur.</p> <p>N: Hayatlarında belki daha önce düşünmedikleri bazı konuları sorgulamak onlar (yaşlılar) için de bir farklılık yarattı.</p> <p>B-1: Yaşlıların kendi ikiğailerini düşünmesini sağlayan hem bizler hem de onlar için yararlı bir çalışma olduğunu düşünüyorum.</p> <p>C-1: Bu araştırma sayesinde kendi yaşama amacımı (ikiğai) düşünmeye başladım.</p>	<p>Ş: Ancak yaşlılıklarına bağlı olarak “bu yaştan sonra kendimi geliştirsem de ne olacak” gibi sözler duyulmuş olup.....</p> <p>E-2: Bu yaştan sonra kendimi geliştirip ne yapacağız? demişti.</p> <p>T: Bazı katılımcılarda “bu yaştan sonra ne öğrenebiliriz daha, bundan sonrası kara toprak” gibi ifadeler kullanıp kendi hayatlarının artık sona yaklaştığını düşünmektedirler.</p> <p>S-1: Birçoğu kendilerini farklı alanlarda geliştirmek istemektedir fakat buna olanaklarının olmadığını düşünmektedir.</p> <p>G-1: Yeni şeylere uzaklar, özellikle daha yaşlı ve köyde yaşayanlar daha uzak bu kavramlara.</p> <p>Ö-1: en önemli çıkarımın ikiğailerin genellikle çocuklar ve torunlar olmasıdır. Genelde evde vakit geçiren insanlar hayatlarının merkezine ailelerini koymaktadırlar.</p> <p>C-2: Çocuklarının ve torunlarının onun için değerli olduğunu ve onlarla birlikte oldukça hayatta daha çok zevk aldığını belirtmiştir.</p>
Pandemi Sürecinde Yaşlıların Durumu ve Gerontolog Adayı Olarak Öğrencilerin Görüşleri	<p>F: Bu araştırma ile Antalya’da gözlem yapma imkânı bulduğum yaşlılar ile çevremdeki yaşlı profiline büyük farklılığı gördüğümü yadsıyamam.</p> <p>M: Bu ödev sayesinde kendi memleketimde mesleğimle ilgili ilk kez araştırma yapma fırsatı buldum.... Görüşmeler sırasında tanıdığım insanlar bana umutla bakıyordu. Umarım mezun olduğumda onlara en iyi hizmeti sunarım ve onların başarılı ve sağlıklı bir yaşlılık dönemi geçirmelerine yardımcı olabilirim.</p> <p>S-2: Bu araştırma sayesinde bir Gerontolog olarak onlara ne gibi katkılar sağlayabileceğimi düşündüm.</p> <p>K-2: Anlıyorum ki yaşlılık döneminin kaliteli geçmesi için Gerontologlara ihtiyaç şarttır. Sadece sohbet edip tavsiye verdiğimde bile çok mutlu olup yaşam sevinciyle doldular.</p> <p>L: Gerontolojinin amacı da bu çerçevede şekillenebilir ve yaş alan bireylerin kendi ikiğailerini keşfetmelerine yardımcı olabilir.</p>	<p>Ö-2: Anket yaparken, yaşlı bireylerin bu zor süreçte iletişim kurmayı özlediklerini hissettim.</p> <p>Ö-3: Bu pandemi sürecinde yaşlıların sosyal, psikolojik ve fiziksel durumları hakkında bilgi edinmiş oldum.</p> <p>G-3: Araştırma için onlarla iletişime geçmiş olmam onları çok mutlu etti ve heyecanlandırdı.</p> <p>K-1: Anketler sayesinde çevremdeki yaşlılarla bir kez daha iletişime geçmem beni ve eminim ki onları da memnun etti.</p> <p>B-2: Görüştüğüm kişilerin çoğu görüşmeden memnun kaldığını, evde kaldıkları bu süreçte sıkıldıklarını ve bu soruların onlara iyi geldiğini bildirdiler.</p>

Tablo 6.daki söylemler aşağıda özetlenmektedir:

Öğrencilerden bazıları, yüz yüze olmayan görüşme yapmakta güçlük çektiklerini belirtmişlerdir. Telefon aracılığıyla soruların açıklanması ve cevapların toplanması, bu süreçte bir arada bulunup gözlem yapılamamasının görüşmenin eksik kalmasına neden olduğunu belirtmişlerdir (E-1 ve Y).

İkiğai konusuna gelince; çoğu öğrenci bu konu üzerinde çalışmaktan memnun kaldığını belirtmiştir. Örnek olarak iki öğrencinin sahadaki gözlem ve deneyimleri (N ve B-1) tabloda paylaşılmaktadır. Bu konu üzerinde farkındalık kazanan öğrenci de görülmüştür (C-1). Öğrenciler bu araştırmaya oldukça olumlu bakmalarına karşın yaşlılardan İkiğai konusu üzerine oldukça negatif cevaplar almışlardır (Ş, E-2 ve T). Araştırmaya katılan yaşlılar tarafından İkiğai'nin geliştirilmesi için olanakların eksik olmasından da bahsedilmiştir (S-1 ve G-1). Katılımcıların birkaç ise İkiğai'nin kendi aileleri olduğunu dile getirmiştir (Ö-1 ve C-2).

Oldukça fazla öğrenci, pandemi sürecinde bu araştırma sebebiyle yaşlılar ile iletişim kurma fırsatı sağlandığını belirlemiştir. Örnek olarak iki öğrencinin sözleri, tabloda paylaşılmaktadır (Ö-2 ve Ö-3). Çok sayıda öğrenci bu

araştırmadan memnun kaldığını yazmıştır ve yalnızlık hisseden monoton günlük yaşamdan sıkılan yaşlılar tarafından teşekkür edildiği belirlenmiştir (G-3, K-1 ve B-2).

Öğrenciler, katılımcı yaşlıların yerleşim yeri (kent/ kırsal), ekonomik seviyesi ve eğitim durumlarının İkiğai anlayışlarını etkilediğini fark etmişlerdir ve tabloda bir öğrencinin sözü paylaşılmaktadır (F). Genelde öğrenciler üniversite hayatlarını şehirde geçirmektedirler bu yüzden kendi memleketlerinde özellikle kırsalda yaşayan yaşlılar ile ilgilenme fırsatının ilk kez sağlandığını açıklayan öğrenci görülmüştür (M). Bu öğrenci, köydeki kahvehanede yüz yüze görüşme yapmış ve yaşlılardan umudu ve beklentisini öğrenince kendi mesleği için motivasyon sağlandığını yazmıştır (M). Benzer şekilde ifade eden birkaç öğrenci de görülmüştür, onların sözlerinde bu araştırma aracılığıyla Gerontologların görevleri üzerinde düşünme fırsatı sağlandığı gösterilmiştir (S-2, K-2 ve L).

TARTIŞMA

İkiğai-9 Ölçeği'nin puan dağılımı incelendiğinde, genel olarak olumlu cevapların daha fazla verilmiş olduğu söylenebilir. Aritmetik ortalamaya bakıldığında 7.soruda en düşük ve 4.soruda ise en yüksek puan alındığı görülmüştür. Yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi değişkenlerin etkisini incelemek üzere lojistik regresyon analizi yapıldığında, yaş ve ilköğretim mezunu olmak, istatistiksel olarak anlamlı farklılık oluşturur ($p<0,05$) İkiğai üzerinde negatif etkiye sebep olduğu görülmüştür ancak diğer unsurların ise İkiğai üzerinde bir etkisi bulunmadığı tespit edilmiştir.

Japonya'da İkiğai-9 Ölçeği ile yapılan bir araştırmada (İmai ve vd., 2012) alınan puanların betimsel analizi sonucunda cinsiyet farklılığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmamasına karşın yaş farklılığında bazı sorular üzerinde anlamlı farklılık görülmüştür ancak genel olarak İkiğai bilincinde yaşın fazla etkisinin olmadığı değerlendirilmiştir. Uluslararası diğer bir çalışmada, İkiğai düzeyine yönelik cinsiyetler arası bir farklılık bulunmamıştır (Fido, Kotera & Asano, 2019). Japonya'da başka bir ölçek olan İkiğai-kan Ölçeği ile yapılan bir araştırmada (Aoki, 2009) ileri yaş (85+ yaşı) grubunda, daha genç yaş (65-84 yaşı) grubuna göre puanların daha düşük olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu çalışmada cinsiyet değişkeninde toplam puan olarak farklılık görülmemiş ancak 'yaşama isteği' konusunda erkekler kadınlara göre daha yüksek puan almışlardır. Bu doğrultuda, yaş ve cinsiyetler arası farklılık üzerine farklı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bazı yaşlılar, kendini geliştirme konusunda olumsuz düşüncelere (fırsatın sağlanmaması veya bu yaştan sonra artık geç olması vb.) sahip oldukları paylaşmışlardır. Ancak İkiğai sadece şimdiki memnuniyet ile kalmaksızın, ileriye bakarak dayanıklılık/ hazırlık anlamını da taşımaktadır (İmai, Osada & Nishimura, 2009). Bunu göz önünde bulundurarak yaşlıların yaşam motivasyonunun sağlanması İkiğai ile desteklenebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yaşlılık dönemindeki insanlar, hayatta kalan vakitlerinin sınırlı olduğunu düşünebilir, yaş ilerledikçe ortaya çıkabilecek fiziksel/ zihinsel sıkıntılarla karşı karşıya kalabilir ve İkiğai kaybına uğrama riski artabilir. Buna ek olarak her kuşaktan insan, pandemi sürecinde yaşandığı gibi beklenmedik zorluklarla karşı karşıya kalabilir. Bu durumlarda bireylerin İkiğai'ye sahip olması, yaşamı kolaylaştırmak için bir ipucu olabilir. Hayatı boyunca bireye moralini yüksek tutması, kaliteli yaşama motivasyonunu sağlaması ve kendini gerçekleştirmesinin teşvik edilmesi beklenmektedir. Bu beklentiler İkiğai kavramını önemli kılmaktadır. Bu doğrultuda yaşlılar ile İkiğai üzerine daha çok araştırma yapılması beklenmektedir ve insanların İkiğai felsefesi hakkında bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Görüşme yapan öğrenciler, bu araştırmaya oldukça olumlu bakmışlardır. Öğrenciler, pandemi sürecinde yaşlılarla iletişim kurma fırsatını yakaladıklarını, özellikle kırsal kesimde yaşayan yaşlılarla görüşme fırsatı sağlandığını ve İkiğai üzerine bilgilendirme fırsatı elde ettiklerini belirtmişlerdir, sonuçta bu araştırmadan memnun kalmışlardır. Yaşlılar da gençlerle iletişim kurmaktan memnun kaldıklarını belirtmişlerdir. Görüşülen bazı yaşlılarda İkiğai hakkında negatif söylemler görülmüştür. Bu söylemler üzerine öğrencilerin çözüme yönelik araştırma ve uygulamaya ihtiyaç duydukları görülmüştür. İkiğai konusunda farkındalık oluşturmak adına yapılan bu araştırma sonucunda öğrenciler, Gerontolog adayı olarak kendi görevlerinin neler olduğunu yeniden düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin bu araştırmaya olumlu baktıkları ve kendi İkiğailerini üzerine de düşündükleri göz önünde bulundurulduğunda, İkiğai'nin sadece yaşlılarla kalmaksızın genç kuşaklar için de önemli bir araştırma konusu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kavram yaygınlaştıkça, kişisel yaşam motivasyonunun sağlanmasında faydalı olabilir ve toplum olarak da yaşam memnuniyetine yönelik uygulamaların değerlendirmesinde bir gösterge olarak dahil edilebilir. Boylamsal araştırmalarda İkiğai'nin bir değişken olarak dahil edilmesi de mümkündür.

KAYNAKLAR

- Aoki, K. (2009). The factor structure of “scale fort the feeling that life is worth living among the aged’ and its scores of the elderly living at home. *Yamaguchi Devlet Üniversitesi Akademik Bülteni*, 2, 100-07.
- Baki, A. & Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştırmalarına genel bakış, *Elektronik Sosyal Bilimleri Dergisi*, 11 (42), 1-21.
- Belice, T., Yıldırım, N.Ö., Gursoy, U., Murakami, I., Demir, I., Yüksel, A., Akçiçek, S.F. (2022). The Turkish version of the İkigai-9 Scale: A validity and reliability study. *Research Square*. <https://doi:10.21203/rs.3.rs-1303957/v1>
- Buettner, D. (2010). *The Blue Zones: Lessons for Living Longer from the People Who’ve Lived the Longest* Washington, D.C: National Geographic.
- Büyüköztürk, ř. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi Yayınları.
- Fido, D., Kotera, Y. & Asano, K. (2019). English translation and validation of the İkigai-9 in a UK sample, *International Journal of Mental Health and Addiction*, Published online, 25. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00150-w>
- Fujii, M., & Kosaka, M. (2016). A proposal of value co-creation model to promote elderly people’s community activities concerning QOL improvement: care studies of successful social activities by elderly people.
- Garcia , H., & Miralles, F. (2017). *İKIGAI: The Japanese Secret to a Long and Happy Life*. London Hutchinson.
- Hasegawa, A. (2020). En yeni ‘生きがい’ ve ‘İkigai’ araştırmalarının eğilimleri: bundan sonra ‘İkigai’ araştırmasının aslına dönüşü beklenir. *Kenkou Chouju Net*. <https://www.tyoju.or.jp/net/topics/tokushu/kenkochoju-ikigai/Ikigai-research-doko.html>
- Hasegawa, A., Fujiwara, Y., & Hoshi, T. (2001). The review of İKIGAI on the relationship of İkigai and well-being in the elderly. *Comprehensive Urban Studies*, 75, 147-170.
- Hasegawa, A., Fujiwara, Y., & Hoshi, T. (2015). 2000 yılından 2014 yılına kadar ülkemizdeki ‘İkigai’ araştırmasında trendler: İkigai araştırmasının ‘Rönesans’. *İkigai Kenkyuu (İkigai Araştırması)*, 21, 60-143.
- Hasegawa, A., Fujiwara, Y., Hoshi, T., & Shinkai, S. (2003). Regional differences in ikigai (reason(s) for living) in elderly people: relationship between İkigai and family structure, physiological situation and functional capacity. *the Journal of Japan Geriatrics Society*, 40 (4), 390-396.
- Hasegawa, A., Miyazaki, T., Iimori, H., Hoshino, T., & Kawamura, N. (2007). Construction of İKIGAI objects scale: measuring İKIGAI objects and type of İKIGAI. *Psikosomatik Tıp Derneği Dergisi*, 11 (1), 5-10.
- Horie, K. (1990). On the meaning of self actualization work. *Japan Industrial Management Association Research Report*, 41 (5), 342-347.
- İmai, T., Osada, H. ve Nishimura, Y. (2009). 60 yaşı ve üzeri emeklilerin İkigai kavramının yapısı: İkigai kavramı ve sübjektif mutluluk duygusu arasındaki farklılık. *Japanese Journal of Gerontology*, 31 (3), 366-377.
- İmai, T., Osada, H. & Nishmura, Y. (2012). The reliability and validity of a new scale for measuring the concept of İkigai (İkigai-9). *Japanese Journal of Public Health*, 59 (7), 433-440.
- Kamiya, M. (1966). *生きがいについて İkigai ni tsuite (İkigai hakkında)*. Tokyo Misuzu-shobou.

- Kemp, N., IKIGAI TIBE: Workshop Webinar 'Find Your Ikigai' <https://ikigaitribe.com/wp-content/uploads/2020/07/The-Ikigai-Worksheets-Final.pdf>
- Kobayashi, K. (1993). Life worth living in advanced age. *Departmental Bulletin of Kobe University*, 1, 29 – 38.
- Kondou, T. & Kamada, J. (1998). The sense of a life worth-living among contemporary college students and its scale. *The Japanese Journal of Health Psychology*, 11 (1), 73-82.
- Kondou, T. & Kamada, J. (2003). Construction of 'the K-I Scale for the feeling that life is worth living among the aged' and the definition of this feeling. *Japanese Society for the Study of Social Welfare*, 43 (2), 93-101.
- Koyano, W. (1981). İkigai'nin ölçülmesi: düzeltilmiş PGC (Philadelphia Geriatric Center) morale scale'in analizi. *Japanese Journal of Gerontology*, 83-95.
- Mitsuhashi, Y. (2017). İkigai: A Japanese concept to improve work and life. BBC online news. <https://www.bbc.com/worklife/article/20170807-ikigai-a-japanese-concept-to-improve-work-and-life>
- Mogi, K. (2017). The Little Book of Ikigai: The Secret Japanese way to live a happy and long life. London: Quercus Publishing.
- Mori, K., Kaiho, Y., Tomata, Y., Narita, M., Tanji, F., Sugiyama, K., Sugawara, Y. & Tsuji, I. (2017). Sense of life worth living (ikigai) and incident functional disability in elderly Japanese: The Tsurugaya Project. *Journal of Psychosomatic Research*, 95, 62-67. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2017.02.013>
- Moriya, K. & Nunogami, K. (1996). Continuing exercise and health, Morale and physical level of senior citizens. *Koureisha Mondai Kenkyuu (Yaşlıların Sorun Araştırması)*, 12, 123-131.
- Moriya, K. , Nunogami, K., Niikuni, M. & Fukuchi, Y. (1990). Health, morale and physical fitness level of participants in the physical conditioning class for the aged people. *Koureisha Mondai Kenkyuu (Yaşlıların Sorun Araştırması)*, 6, 101-114.
- Nishimura, J. (2005). Investigation of the Structure: Age difference and sex difference concerning the purpose in life among Japanese salaried workers. *Bulletin of Tokyo Kasei University*, 45 (1), 209-214.
- Onuguchi, W. & Fukukawa, Y. (2017). Orta yaş /yaşlılıktaki İkigai ile psikolojik sağlık arasında ilişki: yerleşim yeri ve yaş grubuna odaklı inceleme, *Web Journal 'Nenkin Kenkyuu (Emekl Maaş Araştırması)*, 7, 84-96. <http://www.nensoken.or.jp/nenkinkenkyu/>
- OUKAN (Journal of Transdisciplinary Federation of Science and Technology)*, 10 (2), 91-99.
- Sato, S. (2006). Baby boomers için emeklilik ve İkigai. *Monthly Journal of Japan Institute of Labour*, 550, 83-93.
- Shibasaki, Y. ve Aoki, K. (2011). A review of studies on IKIGAI of the elderly people. *Yamaguchi Devlet Üniversitesi Akademik Bülteni* 4 (3), 121-130.
- Sorita, T. (1973). Gençlik döneminde yaşam bilinci: mutluluk duygusu ve İkigai-kan'a odaklanmak. *Faculty of General Education, Gifu University, Research Report*, 9, 159-177.
- Sugiyama, Y., Takekawa, T., Nakamura, K., Satou, S., Urasawa, K. & Satou, Y. (1981). Yaşlıların İkigai bilincinin ölçüsü olarak PGM Japon versiyonunun oluşturulması (2): pratik geçerliliğin incelenmesi. *Japanese Journal of Gerontology*, 3, 70-82.

Sugiyama, Y., Takekawa, T., Nakamura, K., Satou, S., Urasawa, K., Satou, Y., ... & Otani, M. (1981). Yaşlıların İkiğai bilincinin ölçüsü olarak PGM Japon versiyonunun oluşturulması (1): ölçeğin güvenilirliği ve faktör geçerliliğinin incelenmesi. *Japanese Journal of Gerontology*, 3, 57-69.

Toda, A. (2015). Who finds the job worthwhile?: towards a society where seniors can play more active roles in their work. *Works Review*, 10, 88-99.

Umetani, N. ve arkadaşlar (2017). Social participation and the worth of living of the elderly: relations between job or volunteering and awareness about the elements of worth of living. *Bulletin of Momoyama Gakuin University Research Institute*, 43 (2), 49-61.

Yamamoto, M.N. & Wallhagen, M.I. (2002). Pursuit of psychological well-being (ikigai) and the evolution of self-understanding in the context of Caregiving in Japan. *Culture, Medicine and Psychiatry*, 26 (1), 399-417. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12572767/>

Etik Kurul Onamı

Akdeniz Üniversitesi Tıp Klinik Araştırma Etik Kurulu'ndan (Tarih: 13.05.2020, Karar No: KAEK-319) onay alınmıştır.

Teşekkür

Bu çalışmada danışman olan J.F. Oberlin Üniversitesi Prof. Dr. Hisao OSADA'ya ve veri analizi aşamasında katkı sağlayan Yüksek Lisans öğrencisi Özgen YILMAZ'a içtenlikle teşekkür ederim.

MİLLÎ MARKA DUYARLILIĞI VE MARKA FARKINDALIĞININ SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ¹

Yusuf BİLGİN², Tuğba PABUÇCU³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1214822

Makale Geçmişi:

Geliş 05.12.2022

Kabul 15.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Millî Marka Duyarlılığı,

Marka Farkındalığı,

Satın Alma Niyeti,

Beyaz Eşya Sektörü.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, tüketici etnosentrizmi kapsamında millî marka duyarlılığının tüketicilerin satın alma niyetine etkisini incelemektir. Buna ek olarak, araştırmada marka farkındalığının tüketicilerin satın alma niyetine etkisinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini, sosyal medyada en fazla takipçi sayısına sahip Türk menşeli on beyaz eşya markasını Facebook ve Instagram'da aktif olarak takip eden kullanıcılar oluşturmaktadır. Çevrim içi anketler vasıtasıyla 615 katılımcıdan elde edilen veriler, Yapısal Eşitlik Modellemesi (AMOS 24.0) kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, millî marka duyarlılığının tüketicilerin marka farkındalığı ve satın alma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Buna ek olarak, analiz sonuçları marka farkındalığının tüketicilerin satın alma niyetlerini pozitif etkilediğini göstermektedir. Dahası, araştırma sonucunda marka farkındalığının millî marka duyarlılığının tüketicilerin satın alma niyetlerine etkisinde aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırmada ulaşılan sonuçlar, Türk menşeli beyaz eşya markaları için millî marka hassasiyetine sahip tüketicilere yönelik pazarlama eylemlerinin marka farkındalığını artırmada ve tüketicileri satın almaya teşvik etmede işlevsel olduğunu göstermektedir.

THE EFFECT OF NATIONAL BRAND SENSITIVITY AND BRAND AWARENESS ON PURCHASE INTENTION

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1214822

Article History:

Received 05.12.2022

Accepted 15.05.2023

Keywords:

National Brand Sensitivity,

Brand Awareness,

Purchase Intention,

White Goods Industry.

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of national brand sensitivity on consumers' purchase intention within the scope of consumer ethnocentrism. In addition, the study aims to test the effect of brand awareness on consumers' purchase intention. The research population consists of users who actively follow the ten white goods brands of Turkish origin, which have the highest number of followers on Facebook and Instagram. Data from 615 participants through online surveys were analyzed using Structural Equation Modeling (AMOS 24.0). As a result of the research, it was determined that national brand sensitivity has a significant effect on consumers' brand awareness and purchase intentions. In addition, research findings show that brand awareness positively affects consumers' purchase intentions. Moreover, it has been determined that brand awareness has a mediating role in the effect of national brand awareness on consumers' purchasing intentions. The research results show that marketing actions aimed at consumers with national brand sensitivity for white goods brands of Turkish origin are functional in increasing brand awareness and encouraging consumers to buy.

¹ Bu araştırma, Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Tuğba Pabuçcu tarafından tamamlanan, "Yerli üretim algısı ve millî marka duyarlılığının algılanan marka değeri ve satın alma niyetine etkisi" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Doç. Dr., Bayburt Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yusufbilgin@bayburt.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0656-2031

³ Yüksek Lisans, Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, tbpc@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-2421-9686

Alıntılanak için/Cite as: Bilgin, Y. ve Pabuçcu, T. (2023). Millî marka duyarlılığı ve marka farkındalığının satın alma niyetine etkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 446-459

GİRİŞ

Son dönemde, Türkiye’de üretim ve ihracata dayalı büyüme modeliyle uyumlu olarak yerli üretimle birlikte milli markanın önemi hem politika yapıcılar hem de ekonomistler tarafından sıklıkla dile getirilmektedir. Marka, tüketiciler üzerinde farkındalık yaratma, talep oluşturma, ürün ve hizmetlere bağlılığı artırma ve fiyat tolerasyonu gibi etkiler meydana getirmektedir. Ülkeler perspektifinden ele alındığında, sahip olduğu markalar bir ülkenin imajını doğrudan etkilemekte ve o ülkede üretilen mal veya hizmetlerin tercih edilebilirliğinde kritik bir rol oynamaktadır. Konuyla ilgili araştırmalar, tüketim mallarının menşe ülkesinin tüketicilerin marka tutumlarını ve davranışlarını önemli ölçüde şekillendirdiğini göstermektedir (Balabanis ve Diamantopoulos, 2008; Kipnis vd., 2012). Uluslararası pazarlarda Japonya’ya ait elektronik ürünlerin, İsviçre saatlerinin, Fransız şaraplarının ve Alman otomobillerinin tüketicilerin zihninde sahip olduğu pozitif imaj ve yüksek tercih edilirlilik ülkeler açısından uluslararası marka geliştirmenin önemini açıkça ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, gelişmekte olan ülkeler için milli markalara sahip olmak sürdürülebilir bir ekonomik kalkınmanın sağlanmasında, pozitif bir ülke imajının inşa edilmesinde ve uluslararası rekabetçiliğin artırılmasında oldukça önemlidir.

Tüketiciler açısından ele alındığında bir markanın milli olması, özellikle ülkelerinin ekonomisine destek vermek isteyen etnosentrik eğilimleri yüksek tüketiciler için önemlidir. Etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler, bir mal veya hizmeti tercih ederken ülkelerinin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir (Gašević vd., 2017). Buna ek olarak, bu tüketiciler yabancı menşeli ürünlere ön yargıyla yaklaşmakta ve kendi ülkelerine ait ürün ve markaları yabancı menşeli ürün ve markalardan üstün görme eğilimindedir (Balabanis vd., 2001). Dolayısıyla bir markanın menşesi etnosentrik eğilimi yüksek tüketiciler için duygusal ve sembolik bir değer taşımaktadır (Hong ve Wyer, Jr., 1989). Magnusson vd. (2011) küreselleşen dünyada tüketiciler için marka menşesi algısının bir ürünün nerede üretildiğini gösteren “made in” etiketinden daha önemli görüldüğünü belirtmiştir. Öte yandan etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin yerli ve milli olarak algıladıkları bir marka için daha fazla ödeme yapmayı kabul etmeleri beklenen bir durumdur (Bešlagić, 2015). Bu doğrultuda milli marka, özellikle kendisini menşesi ülke üzerinden konumlandıran markalar için toplumda etnosentrik tüketimi harekete geçirecek işlevsel bir pazarlama stratejisi olabilir (Saffu vd., 2010).

Kipnis vd. (2012) marka tercihi ve tüketici etnosentrizmine ilişkin literatürün son dönemde yerleşik bir pazarlama araştırma alanı haline geldiğini ve araştırmalarda yaygın bir şekilde tüketicilerin yerel markaları duygusal olarak tercih etme nedenlerine odaklanıldığını belirtmiştir. Siamagka’ya göre (2015, s. 12) bu durum, etnosentrik tüketicilerin yabancı markalara göre yerel markalara yönelik tercihlerinin daha iyi tahmin edilebilirliğinden kaynaklanmaktadır. Yapılan araştırmalarda, tüketici etnosentrizmi bağlamında tüketicilerin milli markalara yaklaşımları genel olarak menşe ülke imajı (Fischer ve Zeugner-Roth, 2017; Pecotich ve Rosenthal, 2001; C. L. Wang ve Chen, 2004), marka değeri (Sun vd., 2021) ve algılanan kalite kavramları ile ilişkili olarak ele alınmaktadır (Rittenburg ve Supphellen, 2001). İlgili araştırmalarda elde edilen bulgular, etnosentrik tüketicilerin ürün ve markalara karşı yaklaşımlarının endüstrilere göre farklılaştığını göstermektedir (Ari ve Madran, 2011; Balabanis vd., 2001; Maison ve Maliszewski, 2016). Benzer olarak, literatürde Türkiye’de tüketicilerin etnosentrik eğilimlerinin ürün gruplarına göre farklılık gösterdiğine ilişkin bulgular vardır (Yapraklı ve Keser, 2013; Uyar ve Dursun, 2015). Bu araştırmada, tüketicilerin milli marka duyarlılıklarının Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde incelenmesi bu markalar için etnosentrik eğilimlere dayalı bir pazarlama stratejisinin işlevsel olup olmadığının ortaya konulması noktasında önemlidir. Buna ek olarak, bu araştırmada etnosentrik eğilimlerin tüketicilerin marka farkındalığını nasıl etkilediğinin Türk tüketiciler özelinde test edilmesi literatüre özgün katkılar sunmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde milli marka duyarlılığının ve marka farkındalığının tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini incelemektir. Ayrıca, marka farkındalığının tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, araştırmanın kavramsal çerçevesi tüketici etnosentrizmi bağlamında milli marka duyarlılığı, marka farkındalığı ve satın alma niyeti kavramları üzerine inşa edilmiş, ardından araştırmanın değişkenleri ilişkilendirilerek önerilen araştırma hipotezleri temellendirilmiştir. Yöntem bölümünde araştırmanın uygulama alanı, veri toplama ve analizi sürecinin nasıl gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Ardından veri analizinden elde edilen bulgular sunulmuştur. Sonuç ve tartışma kısmı, araştırmada ulaşılan sonuçları, araştırmanın sınırlılıklarını ve gelecekte yapılması muhtemel araştırma önerilerini kapsamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ

Millî Marka Duyarlılığı

Sınırları açıkça çizilmiş bir tanımı bulunmama ile birlikte, millî marka, bir ülkede doğan ismi ya da logosu o ülkenin ilgili ofisi tarafından tescil edilen, tüm sınai hakları o ülkenin yasaları kapsamında korunan ve o ülke ile ilgili temel mesaj veren marka olarak ifade edilebilir. Millî marka duyarlılığı ise tüketicilerin kendi ülke ekonomilerine katkı sağlamak için ithal ya da yabancı markalar yerine sınai hakları kendi ülkelerine ait olan markaları tercih etmeye dönük hassasiyetleri şeklinde tanımlanabilir. Pazarlamada, genel olarak tüketicilerin millî ya da yerli olarak nitelendirilen markalara karşı sergiledikleri tutum ve davranışlar tüketici etnosentrizmi ile açıklanmaktadır (Balabanis ve Diamantopoulos, 2004). Aslında etnosentrizm, sosyolojik açıdan kişinin kendini ait hissettiği gruba veya topluluğa olumlu bir şekilde bağlanma ve kültürel olarak farklı grupları reddetme eğilimini ifade etmektedir (Kipnis vd., 2012). Tüketim açısından ise etnosentrizm, tüketicilerin yerli üretim ürünleri ithal ürünlere, millî markaları ise yabancı markalara tercih etmelerine odaklanmakta ve duygusal ya da ahlaki düşüncelere dayalı olarak tüketicilerin yerel ürün ve markalar için bilinçli bir tercih yapma eğilimlerini ifade etmektedir (Batra vd., 2000).

Tüketici etnosentrizmine ilişkin öncü çalışmalarında Shimp ve Sharma (1987), tüketicilerin ülke ekonomisini ve üreticileri desteklemek için yaklaşımlarını iki açıdan kavramsallaştırmıştır. Bunlar; bireyin sahip olduğu kimlik ve aidiyet duygusunu içeren güçlü grup içi ilişki ve yerel ürün tüketiminin ahlaki yönünü vurgulayan satın alma davranışının kabul edilebilirliğidir. Shimp ve Sharma, araştırmalarında işsizliği artırdığı ve ülke ekonomisine zarar verdiği düşüncesiyle etnosentrik tüketicilerin ABD’de ithal arabaların satın alınmasına karşı çıktıklarını tespit etmiştir. Etnosentrik tüketiciler, yerli ya da millî olarak algılanan markalara karşı güçlü olumlu tutumlara sahiptir (Balabanis vd., 2001). Ayrıca araştırmalar, etnosentrik tüketicilerin kalite açısından yabancı ürünlerden daha düşük olsa bile kendi ülkelerinde üretilen ürün ve markaları tercih edebileceğini göstermektedir (Balabanis vd., 2002; Hsu vd., 2017; Wall ve Heslop, 1986). Vo vd. (2022) bunun için yerli markaların toplumla bağlarını güçlendirmeleri ve iç tüketimi teşvik eden toplum odaklı programlara yatırım yapmaları gerektiğini belirtmiştir.

Etnosentrik tüketicilerin millî markaya duyarlılığı, o ülkedeki tüketicilerin genel algılarına, üretilen yeni ürün ve markaların güvenilirliğine ve sonuçta ülke imajına katkı sağlamaktadır (Ashill ve Sinha, 2004; Zeren ve Çelenk, 2020). Araştırma bulguları, güçlü markaların ait olduğu ülkenin ürünlerinin uluslararası pazarlarda tercih edilebilirliğini ve ihracatını etkilediğini göstermektedir (Pappu vd., 2006; Ueltschy, 1998). Thøgersen vd. (2021) ve Leonidou vd. (2022) tüketicilerin bir ürüne yönelik değerlendirmelerinde menşe ülkenin güçlü bir etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir. Dahası, millî marka, tüketicilerin yeni ürün veya markayı değerlendirecek niteliklere sahip olmadıkları uluslararası pazarlarda ülke imajını temsil edebilir ve ülkede üretilen yeni ürünler veya markalar hakkında hale etkisi oluşturabilir (Ashill ve Sinha, 2004). Literatürde, tüketici etnosentrizminin marka tercihinin yansımalarına ilişkin araştırmalarda menşe ülke etkisi sıklıkla vurgulanmaktadır (Hamin ve Elliott, 2006; Kan vd., 2014; Samiee vd., 2005; Zeren vd., 2020). Buna ek olarak, marka ve ürün gruplarına karşı tüketicilerin etnosentrik eğilimlerinin farklılaştığını gösteren araştırma bulguları mevcuttur. Yapraklı ve Keser (2013) yiyecek içecek markalarında tüketici etnosentrizminin beyaz eşya markalarına göre daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Benzer olarak, Uyar ve Dursun (2015) gıda sektöründe tüketici etnosentrizminin tekstil ve elektronik ürünlere göre daha yüksek olduğunu saptamıştır.

Marka Farkındalığı ve Millî Marka Duyarlılığı

Birçok marka, nihai hedefi olan satışları ve geliri artırmak için ideal olarak ürünlerine yeni müşteriler çekme ve mevcut müşterilerini tekrar satın almaya teşvik etme gayreti içerisinde. Bu bakımdan marka farkındalığı markanın tanınmasını, tüketicinin aklında kalmasını ve zihninde geri çağırılmasını kolaylaştırdığından ve markanın tüketicilerin zihnindeki değerini yansıttığından oldukça önemlidir (Aaker, 1992). Keller (1993) marka farkındalığının tüketicilerin markayı benzerlerinden ayırt edebilmesini içeren tanıma ve ilgili ürün kategorisinde markayı doğru bir şekilde hatırlaması bileşenlerinden oluştuğunu belirtmiştir. Aaker (1991, s. 61) marka farkındalığını, “potansiyel bir alıcının, bir markanın belirli bir ürün kategorisinin üyesi olduğunu tanıma veya hatırlama yeteneği” şeklinde tanımlamıştır. Gustafon ve Chabot (2007) tüketicilerin bir işletme hakkında ne kadar bilinçli olduklarının marka farkındalığı yoluyla anlaşılabilirliğini belirtmiştir. Vo ve diğerleri (2022) marka farkındalığını müşteri hafızasını takip etme ve müşterinin farklı koşullar altında bir markayı ayırt edebilme gücü olarak ifade etmişlerdir. Tüketicilerin marka ile düzenli karşılaşmalarını sağlayan isim, logo, ambalaj, slogan, reklam ve promosyon gibi unsurlar tüketicilerin markaya aşinalığını artırmakta ve marka farkındalığını geliştirmektedir (Keller, 1993). Aaker (1992) bir markayı rakiplerden farklı kılmak için marka farkındalığı

piramidinin habersiz olma, tanınırlık, hatırlanma ve önce akla gelen marka olma düzeylerinden oluştuğunu ve ilk akla gelmenin işletmelerin hedeflediği marka farkındalığı seviyesi olduğunu belirtmiştir.

Marka farkındalığı genel anlamda bir markanın tüketicilerin zihninde yer edinmesi, kolayca tanınması ve bilinir olması ile ilişkilidir. Etnosentrik eğilimli tüketiciler, milli ve yerli olarak algıladıkları markalara karşı duyarlı olduklarından bu markalarla ilgili farkındalık düzeyleri yüksektir. Etnosentrik tüketiciler, ülkelerine ait olduğunu düşündükleri milli markaları zihinlerinde ayrıcalıklı bir yere konumlandırmaktadırlar (Şahin ve Gültekin, 2017). Verlegh ve Steenkamp (1999) bir markanın etnosentrik tüketiciler üzerinde oluşturduğu duygusal çağrışımların o markanın işlevselliği, sosyal kabul görme ve tercih edilebilirliği noktasında tüketici yargılarını etkilediğini belirtmiştir. Dolayısıyla, milli marka duyarlılığına sahip tüketicilerin bu markaları hatırlama ve benzer markalardan ayırt edebilme düzeyleri yüksektir. Buna ek olarak, milli marka duyarlılığına sahip tüketiciler istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek milli markalara daha fazla ilgi göstermekte ve bilgi sahibi olmaya çalışmaktadırlar. Esmailpour ve Abdolvand (2016) tarafından ortaya konulan bulgular, tüketicilerin etnosentrik eğilimleri ile marka farkındalıkları arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu araştırmada test edilmek üzere önerilen hipotez şu şekildedir:

H1: Milli marka duyarlılığı tüketicilerin marka farkındalığını pozitif etkilemektedir.

Satın Alma Niyeti, Millî Marka Duyarlılığı ve Marka Farkındalığı

Tüketicilerin beğeni ve algıları, bilgi düzeyleri, marka, ambalaj, fiyat ve tasarım gibi ürün tercihini etkileyen birçok etmen olmasına karşın nihai satın alma kararı bu etmenlerle birlikte tüketicinin niyetine bağlıdır. Ancak çoğu zaman bu unsurlar bir tüketicinin satın alma eylemine girişiminden bağımsız olarak oluşabilirken satın alma niyeti gerçekleşmesi beklenen bir satın alma eyleminin varsayımı altında oluşmaktadır (Chang ve Wildt, 1994). Bu bakımdan satın alma niyetinin tüketicilerin gerçek satın alma eylemlerinin önemli bir göstergesi olduğu yaygın bir şekilde kabul edilmektedir (Chen ve Chang, 2008; Verma, 2021). Tüketiciler, satın alma eylemlerinde çoğu zaman kendilerine fonksiyonel ya da deneyimsel faydalar açısından en yüksek yararı sağlayacağını düşündükleri ürün ve markaları tercih etmektedirler. Buna ek olarak, tüketiciler satın alma eylemlerinde fonksiyonel veya deneyimsel faydaların yanı sıra sosyal kabul görmeyi sağlayan veya kişisel görüşlerini ifade etmeyi kolaylaştıran sembolik faydaları da göz önünde bulundurmaktadırlar. Bu durum, vatansever duygularla hareket eden etnosentrik tüketiciler üzerine yapılan araştırma sonuçlarında açıkça gözlemlenebilmektedir (Balabanis vd., 2001; Evanschitzky vd., 2008).

Etnosentrik eğilimleri yüksek olan tüketiciler, ülke ekonomisine zarar verdiğinden ve işsizliğe neden olduğundan satın alma eylemlerinde yabancı menşeli ürün ve markalara karşı negatif bir tutum içerisindeyler (Sharma, 2011). Dahası bu tüketiciler, ülke ekonomisine sağladığı katkının ötesinde yerli üretim ürünleri ve milli markaları yabancı markalardan üstün görme eğilimindedirler (Balabanis vd., 2001). Dolayısıyla milli marka duyarlılığına sahip tüketiciler istek ve ihtiyaçlarını karşılama potansiyeline sahip milli markaların daha fazla farkındadırlar ve onlar hakkında daha fazla araştırma yapmaktadırlar (Aydoğan, 2019). Souiden ve diğerleri (2018) Çin’de etnosentrik tüketicilerin Tayvan markalarına karşı kalite algılarının pozitif olmasına karşın satın alma isteklerinin negatif olduğunu belirlemişlerdir. Maison ve Maliszewski (2016) Polonya’da yüksek bilinirliği ve net bir menşei algısı olan markalar üzerine yapmış oldukları araştırmada tüketicilerin örtük bir etnosentrik eğilime sahip olduklarını ve bu örtük çağrışımların tüketicileri yerel markaları satın almaya teşvik ettiğini tespit etmiştir. Garmatjuk ve Parts (2015) Estonya’da etnosentrizm düzeyi yüksek olan tüketicilerin cilt bakım ürünlerinde yerli markaları tercih ettiklerini belirlemişlerdir. Özdemir ve diğerleri (2018) benzer araştırma bulgularına Türkiye’de beyaz eşya markaları özelinde ulaşmışlardır. Rawwas ve diğerleri (1999) milliyetçilik düzeyi yüksek tüketicilerin milli olarak algıladıkları markaları satın almaya istekli olduklarını ve milli markaları daha kaliteli algıladıklarını belirlemiştir. Bu doğrultuda, önerilen araştırma hipotezi şu şekildedir:

H2: Milli marka duyarlılığı tüketicilerin satın alma niyetlerini pozitif etkilemektedir.

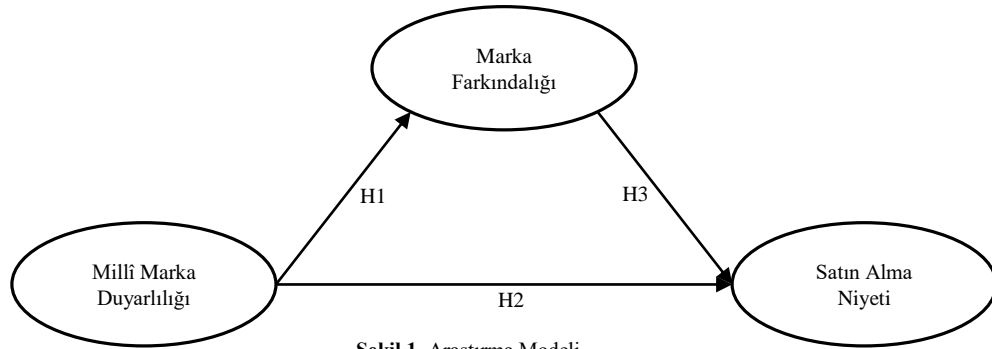
Tüketicilerin bilgi ve farkındalık düzeyleri ürün ve markalara yönelik tutum ve davranışlarında önemli belirleyicilerdir. Aaker (1992) marka farkındalığının bir markanın tanınma düzeyinde bile tüketiciler üzerinde aşinalık duygusu oluşturduğunu ve tüketicileri markayı tercih etmeye teşvik ettiğini belirtmiştir. Tüketicilerin farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu ürün ve markalara karşı yaklaşımlarında kalite ve fiyatı dikkate alma olasılıkları daha düşüktür (Macdonald ve Sharp, 2000). Tüketicilerin satın alma niyetlerinde marka farkındalığının pozitif etkisini ortaya koyan araştırmalar yaygındır (Hutter vd., 2013). Ancak tüketici etnosentrizmi özelinde marka farkındalığının satın alma niyetine etkisini inceleyen araştırmalar sınırlıdır. Kipnis ve diğerleri (2012)

tüketicilerin benzer ihtiyacı karşılayan ürün ve markalarla ilgili bilgi sahibi olduklarında millî markalı ürünleri tüketim için daha tercih edilebilir bulduklarını belirlemiştir. Etnosentrik eğilimi yüksek tüketicilerin kendilerini diğer toplumlardan ya da gruplardan farklılaştıran temel unsurlara ilişkin farkındalık düzeyleri yüksek olduğundan millî olarak algılanan ürün ve markaların daha fazla farkındadırlar ve onları tercih etme olasılıkları daha yüksektir. Garmaçjuk ve Parts, (2015) yabancı menşeli cilt bakım markalarının tercih edilmesinde Estonya'daki yerel markaların düşük bilinirliğinin etkili olduğunu tespit etmiştir. Konu diğer bir açıdan ele alındığında mevcut bulgular, marka farkındalığının etnosentrik eğilimi düşük olan tüketicilerin marka tercihlerinde etkinli olduğunu göstermektedir. Vida ve Fairhurst, (1999) tüketicilerin uluslararası markalı ürünleri tercih etmelerinin yüksek farkındalıktan kaynaklandığını belirtmiştir. Hien ve diğerleri (2020) bir markanın menşenin yansıttığı farkındalığın ve imajın tüketicilerin satın alma niyetlerini pozitif etkilediğini saptamıştır. Bu doğrultuda, önerilen araştırma hipotezi şu şekildedir:

H3: Marka farkındalığı tüketicilerin satın alma niyetlerini pozitif etkilemektedir.

YÖNTEM

Bu araştırmada, millî marka duyarlılığının ve marka farkındalığının tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın değişkenleri arasında önerilen hipotezleri test etmek için araştırmada nicel yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma modeli şekil 1'deki gibidir. Bu araştırmanın evrenini, Türk menşeli beyaz eşya markalarını sosyal medya iletişim platformları Facebook ve Instagram'da aktif olarak takip eden kullanıcılar oluşturmaktadır. Evreni oluşturan kullanıcılar tarafından sosyal medyada en fazla takip edilen Türk beyaz eşya markaları şu şekildedir: Arçelik, Vestel, Beko, Profilo, Altus, Ferre, Regal, Simfer, Kumtel ve Uğur. Araştırmada evrenin çerçevesinin bu markaları sosyal medyada takip eden kullanıcılar olarak çizilmesinde konunun millî marka duyarlılığı yani tüketici etnosentrizmi ile ilgili olması belirleyici olmuştur. Burada Türk menşeli beyaz eşya markalarını sanal platformlarda takip eden tüketicilerin millî marka hassasiyeti taşıdıkları varsayımından hareket edilmiştir. Ancak Facebook ve Instagram'da bu markaları takip eden tüketicilere ilişkin bilgiler sosyal medya profilleriyle sınırlıdır. Bu sebeple araştırmada kolayca örnekleme tekniği kullanılmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma verileri çevrim içi anketler yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın ölçüm modelini teşkil eden ölçek dört kısımdan oluşmaktadır. Ankette ilk olarak, katılımcıların demografik karakteristiklerine ilişkin dört kapalı uçlu ifade bulunmaktadır. İkinci kısımda, katılımcıların millî marka duyarlılığını ölçmeye yönelik dört ifade vardır. Bu ifadeler, Ellialtı (2009), Çatak (2020) ve Yousif ve Noureidein'den (2019) uyarlanmıştır. Bir ifade (MM4) ise araştırmacılar tarafından üretilmiştir. Üçüncü kısımda katılımcıların marka farkındalığını ölçmeye ilişkin üç soru Sasmıta ve Suki'den (2015) uyarlanmıştır. Son olarak, tüketicilerin satın alma niyetlerine ilişkin üç ifade Çatak (2020), Bozacı (2019) ve Peker (2017) uyarlanmıştır. Ölçüm modelindeki açık uçlu gözlenen değişkenler Likert tipi ölçek (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) vasıtasıyla ölçülmüştür.

Ölçüm modelinin geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek için üç aşamalı bir süreç izlenmiştir. Bu doğrultuda, ilk olarak ölçeğin yapı ve içerik geçerliliği pazarlama alanında uzman iki akademisyenin görüşüne başvurularak değerlendirilmiştir. Daha sonra ölçüm aracının içerik geçerliliği, altı tüketicinin ölçüm modelindeki ifadelerle ilişkin düşüncelerinin alınması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Ardından tüketicilerden elde edilen bilgiler uzmanlarla paylaşılmış ve uzmanların önerileri doğrultusunda ölçüm modeline son hali verilmiştir. Daha sonra ön test için 75 katılımcıdan veri toplanmıştır. Ölçüm modelinin güvenilirliği bu veriler üzerinden test edilmiştir.

Analiz sonucunda, Cronbach's Alpha değeri (0,89), ölçüm modelinin bütün olarak güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçüm aracının geçerliliğinin ve güvenilirliğinin onaylanmasının ardından veri toplama sürecine geçilmiştir. Ocak- Mart 2022 arasında Facebook ve Instagram'da Türk beyaz eşya markalarının sosyal medya hesaplarını takip eden 6000'den fazla kullanıcıya araştırma anketi direkt mesajlar yoluyla gönderilmiş ve araştırma verileri 832 tüketiciden toplanmıştır. Ön test için elde edilen veriler, cevaplayıcılar tarafından eksik bırakılan veriler ve bir dakikadan daha az cevaplama süresine sahip veriler ise analiz dışında bırakılmıştır. İleri analizler için 615 katılımcıdan elde edilen veriler, SPSS 18.0 ve AMOS 24.0 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların %56,3'ü erkek ve %38,9'u kadındır. Katılımcıların %40,8'i 25-35 yaş aralığında ve %28,8'i 36-45 yaş aralığındadır. Katılımcıların %62,4'ü ön lisans veya lisans mezunu, %20'si lisansüstü eğitim mezunudur. Katılımcıların %33,7'sinin geliri 7500 TL'nin altında, %28,1'nin geliri 7501 TL- 10000 TL arasındadır. Tablo 1'de katılımcıların demografik karakteristikleri gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Karakteristikleri

	Frekans	%		Frekans	%
Cinsiyet			Eğitim durumu		
Kadın	346	56,26	İlköğretim	20	3,32
Erkek	239	38,84	Ortaöğretim	88	14,36
Belirtmek istemiyorum	30	4,90	Ön lisans veya Lisans	384	62,32
Aylık gelir miktarı			Lisansüstü	123	20,00
7500TL ve altı	207	33,62	Yaş		
7501TL-10000TL arası	173	28,11	25-35 yaş	251	41,74
10001TL-12500TL arası	84	13,73	36-45 yaş	177	28,86
12501TL-17500TL arası	85	13,76	46-55 yaş	166	27,00
17500TL ve üzeri	62	10,12	56 ve üstü	21	3,40
Belirtmek istemiyorum	4	0,66	Toplam	615	100

Ölçüm Modeli

Araştırma verilerinin analizinde, ölçüm modelinin uyarlanmış bir ölçek olması ve ölçüm modelinde araştırmacılar tarafından oluşturulan ifadelerin yer almasından ötürü ilk olarak gözlenen değişkenlere keşifsel faktör analizi uygulanmıştır. Principal components → varimax rotation seçilerek gerçekleştirilen keşifsel faktör analizinde, faktör yükleri 0,716-0,852 arasına değişen ve toplam varyansın %64,398'ini açıklayan bir yapı ortaya çıkmıştır. Ancak ölçüm modelinde millî marka duyarlılığına ilişkin bir gözlenen değişkenin ("MM1: Millî markalar yabancı markalara göre daha çekicidir") faktör yükü 0,50'nin altında (0,41) çıkmıştır. Bu nedenle bu gözlenen değişken ölçüm modelinden çıkarılmıştır. Bu işlemin ardından elde edilen yapının geçerliliğini doğrulamak için verilere Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Tablo 2'de DFA'da ortaya çıkan sonuçlar gösterilmektedir. DFA'da ki-kare oranı (p=0,000) serbestlik derecesi (CMIN/DF:30,419/24=1,267) 3'ten küçüktür. Model uyum indekslerine ilişkin dikkate alınan değerler (CFI= 0,996, NFI=0,983, GFI=0,979, IFI =0,996, RMSEA= 0,021) ölçüm modelinin uyum iyiliğini doğrulamaktadır.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Gizil/ Gözlenen Değişkenler	λ	t	CR	AVE
Millî Marka Duyarlılığı				
MM4 Bir markanın millî marka olduğunu öğrendiğimde o markaya karşı olumlu hisler beslerim.	0,788	---	0,824	0,610
MM3 Bir Türk olarak millî markalı ürünleri tercih etmek gurur vericidir.	0,842	18,363		
MM2 İki marka arasında kaldığımda millî marka benim için her zaman daha önce gelir.	0,709	16,757		
Marka farkındalığı				
MF3 X markasını diğer markalar arasından hemen fark edebilirim.	0,617	---	0,757	0,513
MF2 Beyaz eşyalar üzerine konuşulduğunda X markasının bazı özellikleri hemen aklıma gelir.	0,818	12,812		
MF1 X markası beyaz eşya sektöründe lider markalardan biridir.	0,700	12,669		
Satın alma niyeti				

SN3	İki marka arasında kaldığımda diğer unsurlar (fiyat, kalite, bilinirlik vs.) eşitse tercihim millî markadan yanadır.	0,785	---	0,769	0,527
SN2	Uzun dönemde daha maliyetli olsa da yerli ve millî olan markayı tercih ederim.	0,708	13,902		
SN1	Yerli ve millî markaları tercih etmeye devam etmek niyetindeyim.	0,682	13,693		
Not: λ : Standardize edilmiş faktör yükü, CR : Birleşik güvenilirlik, AVE : Ortalama açıklanan varyans					

Ölçüm modelinde yer alan boyutların ortalama açıklanan varyansları (AVE) önerilen 0,50'den (Hair vd., 2019) büyüktür. Ölçüm modelini oluşturan her bir boyutun bileşik güvenilirlik katsayısı 0,70'ten büyüktür. Dahası, gözlenen değişkenlerin standardize edilmiş faktör yükleri 0,617 ile 0,842 arasındadır. Bu değerler, Hair ve diğerleri (2014, 2019) tarafından önerilen değerlerin üzerindedir. Dolayısıyla, DFA sonuçları oluşturulan ölçüm modelinin geçerliliğini doğrulamaktadır.

Buna ek olarak, ölçüm modelini oluşturan yapıların AVE değerlerinin karekökleri modeldeki gizil değişkenler arasındaki korelasyonlar ile karşılaştırılmıştır. Bu işlem sonucunda diskriminant geçerliliği için verilerin Fornell-Larcker kriterini karşıladığı ve modeldeki yapıların ayırım geçerliliğini doğruladığı belirlenmiştir. Tablo 3'te ayırım geçerliliğine ilişkin sonuçlar gösterilmektedir.

Tablo 3. Ayırım (Diskriminant) Geçerliliği

Fornell-Larcker Kriteri	1	2	3
1. Millî Marka	0,781		
2. Marka Farkındalığı	0,450***	0,716	
3. Satın Alma Niyeti	0,345***	0,333***	0,726
Not: *** p <0,001			

Yapısal Model

Ölçüm modelinin doğrulanmasının ardından araştırma hipotezlerinin test aşamasına geçilmiştir. AMOS 24.0 paket programı kullanılarak uygulanan yol analizi sonucunda Ki-kare değerinin anlamlı ($p=0,000$) olduğu ve serbestlik derecesine oranının 3'ten küçük olduğu görülmektedir ($CMIN/DF=30,419/24=1,267$). Buna ek olarak, model uyumunu değerlendirmek için dikkate alınan uyum indeksleri, yapısal model uyumunun iyi olduğunu göstermektedir. Standart eşiklerin üzerinde olan model uyum indeksleri; IFI (0,996), CFI (0,995), NFI (0,983), AGFI (0,979), GFI (0,989) ve RMSEA (0,021) olarak ortaya çıkmıştır. Tablo 4'te ölçüm modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki doğrudan etkilerine ilişkin yapısal model (yol analizi) sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4. Yapısal Model Sonuçları

Hipotezler	β	SE	t-değeri	Sonuçlar
H1 : Millî marka duyarlılığı → Marka Farkındalığı	0,45	0,038	8,379***	Kabul edildi
H2 : Millî marka duyarlılığı → Satın alma niyeti	0,24	0,046	4,256***	Kabul edildi
H3 : Marka Farkındalığı → Satın alma niyeti	0,22	0,067	3,752***	Kabul edildi
Not: ***: p <0,001, β : standartlaştırılmış yol katsayıları, SE: standart hata				

Yol analizi sonuçları, millî marka duyarlılığının tüketicilerin marka farkındalığı üzerinde anlamlı bir pozitif etkiye sahip olduğunu göstermektedir ($\beta=0,45$, $t=8,379$, $p <0,001$). Buna ek olarak, analiz sonuçları tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde millî marka duyarlılığının pozitif bir etkisini desteklemektedir ($\beta=,24$, $t=4,256$, $p <0,001$). Dahası, yol analizi sonuçları, tüketicilerin satın alma niyetlerinde marka farkındalığının pozitif etkilediği varsayımını doğrulamaktadır ($\beta=,22$, $t=3,752$, $p <0,001$). Bu bulgulardan hareketle, önerilen hipotezler H1, H2 ve H3 kabul edilmiştir.

Bununla birlikte, yol analizinde marka farkındalığının gizil değişkenler arasındaki aracılık rolünü açığa çıkarmak için yapısal model Baron ve Kenny (1986) tarafından önerildiği gibi aracı değişkenler olmadan çalıştırılmıştır. Analiz sonucunda, millî marka duyarlılığının aracı değişken olmadan (doğrudan) tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde anlamlı bir pozitif etkiye sahip olduğu ($0,34$, $p <0,001$) belirlenmiştir. Marka farkındalığının aracılık rolü gizil değişkenler arasındaki etki düzeyini 0,24'ten 0,34'e yükseltmiştir. Bu sonuç, marka farkındalığının tüketicilerin millî marka duyarlılığı ve satın alma niyetleri arasındaki ilişkide "Bootstrap

approximation ($P < 0,001$, two-tailed)” anlamlı bir aracılık rolüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Tablo 5’te aracılık testlerine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 5. Aracılık Testi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Endirekt Etki		Direkt Etki		Toplam Etki	
	Farkındalık	Niyet	Farkındalık	Niyet	Farkındalık	Niyet
Millî marka duyarlılığı	---	---	0,250	---	0,450	---
Satın Alma Niyeti	0,100	---	0,245	0,223	0,345	0,223

SONUÇ

Ülkelerin uluslararası etki düzeyleri ekonomik güçleri, başka bir ifadeyle sahip oldukları uluslararası markalarla yakından ilişkilidir. Bir ülke ekonomisinde millî markaların varlığı ve gelişimi, ekonomik kalkınma, rekabetçiliğin güçlendirilmesi, ihracatın artırılması ve ülke imajının geliştirilmesi gibi açılardan önem taşımaktadır. Millî markalar gelişmekte olan ülkelerde ekonomik kalkınmanın devamlılığı ve küresel anlamda ulusal rekabet gücünün artırılması noktasında etkin bir role sahiptir. Bu bakımdan Türkiye’de son on yılda savunma sanayi başta olmak üzere yerli üretimin artırılması ve millî markaların geliştirilmesi konusu bütün endüstriler için açık bir şekilde vurgulanmaktadır. Dahası, tüketiciler millî markaları ve yerli üretim ürünleri tercih etmeye teşvik edilmekte ve tüketicilerin yapmış oldukları tercihlerin ülke ekonomisine etkisi sıklıkla dile getirilmektedir. Tüketicilerin millî duygulardan ötürü kendi ülkelerinin ürün ve markalarını tercih etmeleri durumu, pazarlamada tüketici etnosentrizmi olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada, tüketici etnosentrizmi perspektifinden Türk menşeli beyaz eşya markaları özelinde millî marka duyarlılığının tüketicilerin marka farkındalığına ve satın alma niyetine etkisi analiz edilmiştir. Buna ek olarak, tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde marka farkındalığının etkisi incelenmiştir.

Araştırma sonucunda, ilk olarak millî marka duyarlılığının tüketicilerin marka farkındalıklarını pozitif etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuç, Verlegh ve Steenkamp (1999) tarafından ifade edilen millî markanın etnosentrik tüketiciler üzerinde oluşturduğu duygusal çağrışımların tüketicilerin algılarını etkilediğine ilişkin görüşü desteklemektedir. Başka bir ifadeyle analiz sonuçları, millî marka duyarlılığı tüketicilerin millî markaları benzer mal ve hizmet üreten markalardan ayırt edebilmesini (Esmailpour ve Abdolvand, 2016), bu markalar hakkında bilgi sahibi olmalarını (Aydoğan, 2019) ve millî markaları zihinlerinde ayrıcalıklı bir yere konumlandırmalarını kolaylaştırdığını göstermektedir. Tüketicilerin Türk menşeli beyaz eşya markalarına ilişkin farkındalık düzeyinin yüksek çıkmasında araştırma verilerinin bu markaları sosyal medya platformlarında aktif olarak takip eden kullanıcılardan elde edilmiş olması etkili olabilir. Buna ek olarak, Türkiye, beyaz eşya üretiminde dünyanın lider ülkeleri arasındadır (Euromonitor, 2020). Dolayısıyla tüketicilerin Türk menşeli beyaz eşya markalarına aşinalık düzeyleri yüksektir ve bu durum tüketicilerin bu markalara ilişkin farkındalık düzeyini etkilemiş olabilir.

Araştırmada ulaşılan diğer bir sonuç, tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde millî marka duyarlılığının anlamlı bir pozitif etkiye sahip olduğudur. Bu sonuç, mevcut literatürle uyumludur. Konuyla ilgili araştırma bulguları tüketicilerin etnosentrik eğilimleri ile zihinlerinde yerli ve millî olarak konumlandıkları markaları satın alma davranışları arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu göstermektedir (Garmatjuk ve Parts, 2015; Maison ve Maliszewski, 2016; Souiden vd., 2018). Buna ek olarak, çalışmada marka farkındalığının tüketicilerin millî marka duyarlılıkları ile satın alma niyetleri arasındaki ilişkide aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle, millî marka duyarlılığı tüketicilerin satın alma niyetlerini pozitif etkilerken marka farkındalığı bu etkiyi güçlendiren bir role sahiptir. Literatürde marka farkındalığının tüketicilerin bir markanın güvenilirliği ile satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi olumlu yönde düzenlediğine ilişkin bulgular vardır (X. Wang vd., 2010).

Araştırmada ulaşılan sonuçlardan hareketle, millî marka hassasiyeti olan tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılarken ülke ekonomisine fayda sağlamaya önem verdikleri ifade edilebilir. Elde edilen sonuçlar, Türk menşeli beyaz eşya markalarına pazarlama aktivitelerinde işlevsel çıkarımlar sunmaktadır. Uluslararası pazarlarda etkinliğini artırmak isteyen Türk menşeli beyaz eşya markaları, öncelikle ulusal pazardaki rekabetçilik düzeyini artırmalıdır. Çünkü Türkiye, küresel ölçekte beyaz eşya markalarının en önemli üretim üslerinden birisidir. Bosch, Samsung, Siemens ve Hoover gibi birçok uluslararası beyaz eşya markası üretimlerini Türkiye’de gerçekleştirmekte ve pazarlama eylemlerinde yerli üretim etiketi kullanarak tüketicilerin ilgisini ve beğenisini kazanma gayretini içersindedirler. Bu araştırma sonuçları, Türk menşeli beyaz eşya markalarının pazarlama eylemleri için millî marka temelinde kendilerini konumlandırabilecekleri bir hedef pazara sahip olduklarını ve

millî marka hassasiyeti olan bu tüketicilere yönelik pazarlama eylemlerinin işletmeler için hem marka farkındalığını hem de pazar payını artırma noktasında pozitif sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir.

Bu araştırma sonuçlarının genellenebilirliğinde bazı kısıtlar bulunmaktadır. İlk olarak, bu araştırma Türk menşeli beyaz eşya markalarını Facebook ve Instagram sosyal medya platformlarında aktif olarak takip eden kullanıcılardan kolayca örnekleme yoluyla elde edilmiştir. Tüketicilerin millî marka duyarlılıkları, marka farkındalıkları ve satın alma niyetleri endüstrilere göre farklılık gösterebilir. Nitekim konuyla ilgili araştırmalarda ulaşılan sonuçlar, etnosentrik eğilimler ile tüketicilerin satın alma niyeti arasındaki etkileşimin endüstrilere göre farklılaştığını göstermektedir (Balabanis ve Diamantopoulos, 2004; Toksarı ve Senir, 2015; Yüce ve Kavak, 2018). Buna ek olarak, araştırmanın evren ve örnekleme kapsamında ve araştırmanın gerçekleştirildiği süreçle ilgili yapılacak değişiklikler araştırma sonuçları farklılaştırabilir. Çünkü millî hassasiyetlerle bağlantılı olarak, millî marka duyarlılığının ülkelerin içerisinde buldukları uluslararası konjonktürden etkilenme düzeyi yüksektir. Yapılacak araştırmalarda, tüketicilerin millî marka duyarlılıkları ve satın alma niyetleri dönemsel olarak karşılaştırılmalı bir şekilde incelenebilir. Buna ek olarak, tüketicilerin eğitim, gelir düzeyi gibi demografik özellikleri ve jenerasyonlara göre millî marka duyarlılıklarına ilişkin araştırmalardan özgün çıkarımlar elde edilebilir.

KAYNAKLAR

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (1992). The value of brand equity. *Journal of Business Strategy*, 13(4), 27–32.
- Arı, E. S. ve Madran, C. (2011). Satın alma kararlarında tüketici etnosentrizmi ve menşe ülke etkisinin rolü. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(35), 15–33.
- Ashill, N. J. ve Sinha, A. (2004). An exploratory study into the impact of components of brand equity and country of origin effects on purchase intention. *Journal of Asia-Pacific Business*, 5(3), 27–43. https://doi.org/10.1300/J098v05n03_03
- Aydoğan, S. (2019). Tüketici etnosentrizmi ve ülke menşe etkisinin yabancı markalı ürün satın alma niyeti üzerine etkisi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(1), 89–122. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/1.89-122>
- Balabanis, G. ve Diamantopoulos, A. (2004). Domestic country bias, country-of-origin effects, and consumer ethnocentrism: a multidimensional unfolding approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 80–95.
- Balabanis, G. ve Diamantopoulos, A. (2008). Brand origin identification by consumers: A classification perspective. *Journal of International Marketing*, 16(1), 39–71. <https://doi.org/10.1509/jimk.16.1.39>
- Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R. D., ve Melewar, T. C. (2001). The impact of nationalism, patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies. *Journal of International Business Studies*, 32(1), 157–175.
- Balabanis, G., Mueller, R. ve Melewar, T. C. (2002). The Relationship between consumer ethnocentrism and human values. *Journal of Global Marketing*, 15(3–4), 7–37. https://doi.org/10.1300/J042v15n03_02
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research. conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Batra, R., Ramaswamy, V., Alden, D. L., Steenkamp, J.-B. E. M. ve Ramachander, S. (2000). Effects of Brand Local and Nonlocal Origin on Consumer Attitudes in Developing Countries. *Journal of Consumer Psychology*, 9(2), 83–95. <https://doi.org/10.1207/15327660051044178>

- Bešlagić, A. (2015). The key determinants of consumer ethnocentrism in Bosnia and Herzegovina. *Marketing*, 46(3), 217–226.
- Bozacı, E. (2019). *Yerli üretim etiketinin tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi: yüksek ve düşük ilgilenimli ürünler üzerinde bir araştırma*. Selçuk Üniversitesi.
- Chang, T. Z. ve Wildt, A. R. (1994). Price, product information, and purchase intention: An empirical study. *Journal of the Academy of Marketing Science: Official Publication of the Academy of Marketing Science*, 22(1), 16–27. <https://doi.org/10.1177/0092070394221002>
- Chen, C. F. ve Chang, Y. Y. (2008). Airline brand equity, brand preference, and purchase intentions-The moderating effects of switching costs. *Journal of Air Transport Management*, 14(1), 40–42. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2007.11.003>
- Çatak, G. (2020). *Kültürel farklılıkların yerli üretim logosuna yönelik tutum üzerindeki etkisi: İzmir-Erzurum örneği*. Balıkesir Üniversitesi.
- Elliälti, Y. (2009). *Ürün özellikleri, görece ürün kalitesi ve tüketici etnosentrizminin yerli ürün satın alma eğilimine etkisi: Kozmetik sektöründe bir uygulama*. Marmara Üniversitesi.
- Esmailpour, F. ve Abdolvand, M. A. (2016). The impact of country-of-origin image on brand loyalty: evidence from Iran. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(4), 709–723. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2015-0143>
- Euromonitor. (2020). *Türkiye’de Ve Dünyada Beyaz Eşya Sektörü*. <https://baglantielemanlari.com/?h2919/turkiyede-ve-dunyada-beyaz-esya-sektoru>
- Evanschitzky, H., Wangenheim, F., Woisetschläger, D. ve Blut, M. (2008). Consumer ethnocentrism in the German market. *International Marketing Review*, 25(1), 7–32. <https://doi.org/10.1108/02651330810851863>
- Fischer, P. M. ve Zeugner-Roth, K. P. (2017). Disentangling country-of-origin effects: the interplay of product ethnicity, national identity, and consumer ethnocentrism. *Marketing Letters*, 28(2), 189–204. <https://doi.org/10.1007/s11002-016-9400-7>
- Garmatjuk, K. ve Parts, O. (2015). Consumer ethnocentrism in estonian skin care products market. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 610–615. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.458>
- Gašević, D., Tomašević, D. ve Vranješ, M. (2017). Key factors determining the ethnocentric tendencies of consumers in Serbia. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 22(3), 63–73. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2017.0028>
- Gustafon, T. ve Chabot, B. (2007). Brand Awareness in: Cornell Maple Bulletin 105. 2007, 105, 5. <http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1358439894.9656brand40.pdf>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. ve Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. ve Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hamin, ve Elliott, G. (2006). A less-developed country perspective of consumer ethnocentrism and “country of origin” effects: Indonesian evidence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18(2), 79–92.

<https://doi.org/10.1108/13555850610658246>

- Hien, N. N., Phuong, N. N., van Tran, T. ve Thang, L. D. (2020). The effect of country-of-origin image on purchase intention: The mediating role of brand image and brand evaluation. *Management Science Letters*, 10(6), 1205–1212. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.038>
- Hong, S.-T. ve Wyer, Jr., R. S. (1989). Effects of country-of-origin and product-attribute information on product evaluation: An information processing perspective. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 175. <https://doi.org/10.1086/209206>
- Hsu, C. L., Chang, C. Y. ve Yansritakul, C. (2017). Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34(August 2016), 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.006>
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S. ve Fuller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: The case of MINI on Facebook. *Journal of Product and Brand Management*, 22(5), 342–351. <https://doi.org/10.1108/JPBM-05-2013-0299>
- Kan, G., Cliquet, G. ve Gallo, M. P. (2014). The effect of country image on hypermarket patronage intention: A cross-cultural study in China and Spain. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(2), 106–130. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2012-0080>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Kipnis, E., Kubacki, K., Broderick, A. J., Siemieniako, D. ve Pisarenko, N. L. (2012). “They don’t want us to become them”: Brand Local Integration and consumer ethnocentrism. *Journal of Marketing Management*, 28(7–8), 836–864. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.698634>
- Leonidou, L. C., Aykol, B., Samiee, S. ve Korfiatis, N. (2022). A Meta-analysis of the Antecedents and Outcomes of Consumer Foreign Country Image Perceptions: The moderating role of macro-level country differences. In *Management International Review* (Vol. 62, Issue 5). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00482-1>
- Macdonald, E. K. ve Sharp, B. M. (2000). Brand awareness effects on consumer decision making for a common, repeat purchase product: A replication. *Journal of Business Research*, 48(1), 5–15. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00070-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00070-8)
- Magnusson, P., Westjohn, S. A. ve Zdravkovic, S. (2011). Further clarification on how perceived brand origin affects brand attitude: A reply to Samiee and Usunier. *International Marketing Review*, 28(5), 497–507. <https://doi.org/10.1108/02651331111167615>
- Maison, D. ve Maliszewski, N. (2016). “Worse but ours,” or “better but theirs?” - The role of implicit consumer ethnocentrism (ICE) in product preference. *Frontiers in Psychology*, 7(NOV), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01830>
- Özdemir, E. K., Güzeloğlu, E. B. ve Topsümer, F. (2018). Tüketici etnosentrizmi, marka kişiliği algısı ve satın alma niyeti arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: Türkiye’deki beyaz eşya markalarına yönelik bir uygulama. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 354–372.
- Pappu, R., Quester, P. G. ve Cooksey, R. W. (2006). Consumer-based brand equity and country-of-origin relationships: Some empirical evidence. *European Journal of Marketing*, 40(5–6), 696–717. <https://doi.org/10.1108/03090560610657903>

- Pecotich, A. ve Rosenthal, M. J. (2001). Country of origin, quality, brand and consumer ethnocentrism. *Journal of Global Marketing*, 15(2), 31. https://doi.org/10.1300/J042v15n02_03
- Peker, A. (2017). *Yerli ve yabancı markalı ürünlerde marka genişlemesine yönelik tüketici tutumlarına etki eden faktörlerin incelenmesi: Kahve zincirlerine yönelik bir uygulama*. İstanbul Üniversitesi.
- Rawwas, M. Y. A., Rajendran, K. N. ve Wuehrer, G. A. (1999). The influence of worldmindedness and nationalism on consumer evaluation of domestic and foreign products. *International Marketing Review European Journal of Marketing Iss Journal of Consumer Marketing*, 13(16), 20–38. <https://doi.org/10.1108/02651339610115746%0Ahttps://doi.org/10.1108/02651339610115746/8>
- Rittenburg, T. L. ve Supphellen, M. (2001). When foreign products are better. *Psychology ve Marketing*, 18(9), 907–927.
- Saffu, K., Walker, J. H. ve Mazurek, M. (2010). The role of consumer ethnocentrism in a buy national campaign in a transitioning country: Some evidence from Slovakia. *International Journal of Emerging Markets*, 5(2), 203–226. <https://doi.org/10.1108/17468801011031829>
- Samiee, S., Shimp, T. A. ve Sharma, S. (2005). Brand origin recognition accuracy: Its antecedents and consumers' cognitive limitations. *Journal of International Business Studies*, 36(4), 379–397. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400145>
- Sasmitha, J. ve Suki, N. M. (2015). Young consumers' insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image. *International Journal of Retail ve Distribution Management*, 43(3), 276–292. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2014-0024>
- Sharma, P. (2011). Country of origin effects in developed and emerging markets : Exploring the contrasting roles of materialism and value consciousness. *Journal of International Business Studies*, 42(2), 285–306. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.16>
- Shimp, T. A. ve Sharma, S. (1987). *Consumer ethnocentrism : Construction and validation of the CETSCALE*. XXIV(August), 280–289.
- Siamagka, N. (2015). Revisiting consumer ethnocentrism : review , reconceptualization , and empirical testing. *Journal of International Marketing*, 23(3), 66–86.
- Souiden, N., Ladhari, R. ve Chang, L. (2018). Chinese perception and willingness to buy Taiwanese brands: The role of ethnocentrism and animosity. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 816–836. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2017-0203>
- Sun, Y., Gonzalez-jimenez, H. ve Wang, S. (2021). Examining the relationships between e-WOM , consumer ethnocentrism and brand equity. *Journal of Business Research*, 130(November 2018), 564–573. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.040>
- Şahin, E. ve Gültekin, C. (2017). *Markaya duyulan güven ve etnosentrik eğilimlerin marka sadakatine etkisi: Bir Marka örneği*. 2222(44), 993–1012.
- Thøgersen, J., Aschemann-Witzel, J. ve Pedersen, S. (2021). Country image and consumer evaluation of imported products: test of a hierarchical model in four countries. *European Journal of Marketing*, 55(2), 444–467. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2018-0601>
- Toksarı, M. ve Senir, G. (2015). Tüketici etnosentrizminin tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki rolü. *Sakarya İktisat Dergisi*, 4(3), 19–28.

- Ueltschy, L. C. (1998). Brand perceptions as influenced by consumer ethnocentrism and country-of-origin effects. *Journal of Marketing Management (10711988)*, 8(1), 12–23.
- Uyar, K. ve Dursun, Y. (2015). Farklı ürün kategorilerinde yabancı markalama ve tüketici etnosentrizmi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 363–382.
- Verlegh, P. W. J. ve Steenkamp, J.-B. E. M. (1999). A review and meta-analysis of country-of-origin research. *Journal of Economic Psychology*, 20, 521–546.
- Verma, P. (2021). The effect of brand engagement and brand love upon overall brand equity and purchase intention: A moderated – mediated model. *Journal of Promotion Management*, 27(1), 103–132. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1809591>
- Vida, I. ve Fairhurst, A. (1999). Factors underlying the phenomenon of consumer ethnocentricity: Evidence from four central european countries. *International Journal of Phytoremediation*, 21(1), 321–337. <https://doi.org/10.1080/095939699342444>
- Vo, M. S., Nguyen, M. T. ve Le, T. V. (2022). Impact of consumer ethnocentrism on reasoned action and brand equity: Empirical evidence from local fashion brands in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(5), 87–98. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no5.0087>
- Wall, M., ve Heslop, L. A. (1986). *Consumer Attitudes Toward Canadian-Made Versus Imported Products*. 14(2), 27–36.
- Wang, C. L. ve Chen, Z. X. (2004). Consumer ethnocentrism and willingness to buy domestic products in a developing country setting : testing moderating effects. *Journal of Consumer Marketing*, 21(6), 391–400. <https://doi.org/10.1108/07363760410558663>
- Wang, X., Yang, Z., Wang, X. ve Yang, Z. (2010). The effect of brand credibility on consumers ' brand purchase intention in emerging economies : The moderating role of brand awareness and brand image. *Journal of Global Marketing*, 23(3), 177–188. <https://doi.org/10.1080/08911762.2010.487419>
- Yapraklı, T. Ş. ve Keser, E. (2013). Tüketici etnosentrizmi: beyaz eşya ve içecek sektörlerinde karşılaştırmalı bir saha araştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 385–420.
- Yousif, B. ve Noureldein, M. (2019). *Tüketici etnosentrizmi ve menşe ülke etkisinin algılanan marka değeri ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Türkiye ve Sudan karşılaştırması*. Kocaeli Üniversitesi.
- Yüce, A. ve Kavak, O. (2018). Dindarlık ve milliyetçilik düzeyinin, tüketicilerin yerli-yabancı ürünleri satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 581–607.
- Zeren, D. ve Çelenk, M. (2020). Ülke itibarının ulus marka değeri ve ülke imajına etkisi üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 24(4), 91–110.
- Zeren, D., Kara, A. ve Arango Gil, A. (2020). Consumer ethnocentrism and willingness to buy foreign products in emerging markets: Evidence from Turkey and Colombia. *Latin American Business Review*, 21(2), 145–172. <https://doi.org/10.1080/10978526.2019.1697186>

Etik Beyanı

Bu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğu 23.05.2022 tarih ve 70578 sayılı Bayburt Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır.

Yazar Katkı Oranı

Araştırma hipotezlerinin oluşturulması, giriş kısmının düzenlenmesi, yöntemin seçimi, raporun düzenlenmesi dahil olmak üzere 2. yazarın araştırmaya katkısı %40'tır. Araştırmanın diğer süreçleri için birinci yazarın katkı oranı %60'tır.

ANNELERİN BİLİNÇLİ FARKINDALIK DÜZEYİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ*

Sinem ÇAKIR¹, Gülümser GÜLTEKİN AKDUMAN², Arzu ÖZYÜREK³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1164944

Makale Geçmişi:

Geliş 21.08.2022

Kabul 13.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık,

Anne Ebeveyn Özyeterliği,

Okul Öncesi Dönem.

ÖZ

Bu çalışmada, annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma grubu, okul öncesi çocuğa sahip 242 anneden oluşmuştur. Verilerin toplanmasında Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık Ölçeği (MIPQ) kullanılmıştır. Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeyini etkileyen faktörler sınıflandırma analizlerinden CHAID analizi kullanılarak belirlenmiştir. Ölçek toplam puanı ve alt boyut puanları bağımlı değişken, annelere ilişkin bazı kişisel bilgiler bağımsız değişken olarak atanmıştır. Sonuç olarak annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık alt boyutlarından ebeveyn özyeterliğini etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış davranışını düşündüğü davranışa tepkisi olduğu belirlenmiştir. Annelerin çocuğun yanlış davranışına karşısında sakin kalıp iletişim kurmayı denemesi durumunda ebeveynlikte bilinçli farkındalıkları; kaza, ameliyat veya ciddi bir rahatsızlık geçirmemiş ve çocuğunun yanlış davranışına sakin kalarak iletişim kurmayı deneyen annelerin ebeveyn özyeterlikleri daha yüksek bulunmuştur. Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık alt boyutundan çocuğuyla anda olmasını etkileyen en önemli değişkenin ise anne öğrenim durumu olduğu, çocuğunun yanlış davranışına sakin kalarak iletişim kurmayı deneyen orta-lise-üniversite mezunu annelerin çocukla anda olma düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Çocuğa ilişkin kişisel değişkenlerin annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkilemediği belirlenmiştir.

DETERMINING THE FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF CONSCIOUS AWARENESS OF MOTHERS

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1164944

Article History:

Received 21.08.2022

Accepted 13.05.2023

Keywords:

Conscious Awareness in Parenting,

Mother-Parent Self-Efficacy,

Preschool Period.

ABSTRACT

This study aim to determine the factors affecting the mindfulness levels of mothers in parenting. The study group consisted of 242 mothers with pre-school children. The Mindfulness in Parenting Questionnaire (MIPQ) was used to collect the data. The factors affecting mothers' level of mindfulness in parenting were identified using CHAID analysis, one of the classification analyses. The dependent variable was the total score and sub-dimension scores of the scale, while the independent variables were certain personal information about the mothers. The results revealed that the most important variable affecting mothers' parental self-efficacy, one of the sub-dimensions of mindfulness in parenting, was the child's reaction to the behavior that the mother perceived as wrong. When mothers were consciously aware of their, try to stay calm and communicate in the face of the child's misbehavior; mothers who did not have an accident, surgery or a serious illness and who tried to communicate with their child's misbehavior by staying calm were found to have higher parental self-efficacy. Regarding the sub-dimension of being present with the child, it was found that the mother's education status, and mothers who are middle-high school-university graduates who try to communicate with their child's misbehavior by staying calm have a higher level of being present with their child. It was determined that the personal variables related to the child did not affect the mother's mindfulness in parenting.

*Bu çalışma, Prof. Dr. Gülümser Gültekin Akduman danışmanlığında Sinem Çakır tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinin verilerinden üretilmiştir.

¹Milli Eğitim Bakanlığı, Hacı Eyyüp Koç Anaokulu, Şanlıurfa, sinemcakiirr@gmail.com ORCID: 0000-0002-1056-1720

²Prof. Dr. Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi, gulumser@gazi.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2965-7017

³Prof. Dr., Karabük Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, a.ozyurek@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3083-7202

Alıntılanmak için/Cite as: Çakır, S., Akduman, G.G. ve Özyürek, A. (2023). Annelerin bilinçli farkındalık düzeyini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 460-472.

GİRİŞ

Yaşamın ilk yıllarından itibaren çocuklar, güven temelli ve destekleyici bir ortamda çeşitli davranışlar kazanırlar (Kılıç, 2017). Özellikle erken çocukluk döneminde çocukların toplumsallaşmasında en etkili olan yapı ailedir (Yavuzer, 2010). Bu nedenle çocukların büyüdüğü çevrenin niteliği, gelişimlerinde kritik bir öneme sahiptir. Aile ortamındaki etkileşim örüntülerinin sağlıklı bir yapıya sahip olması, çocuğun bir bütün olarak gelişmesine katkı sağlamaktadır (Bağatarhan & Nazlı, 2013). Ebeveyn ve çocuk arasındaki etkileşim, çocuğun davranışlarını şekillendirmesinde ve olumlu davranışlar edinmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Özyürek, 2004). Bu bağlamda ebeveyn çocuk arasındaki etkileşimi olumsuz yönde etkileyecek durumlardan kaçınılabilmek için ebeveynlerin ruh sağlığının olumlu olması ve çocuğuna karşı bilinçli farkındalık ile yaklaşması önemlidir.

Bilinçli farkındalığın tanımına yer vermeden önce bilinç ve farkındalık kavramlarına yer vermek gerekmektedir. Bilinç doğuştan gelen bir yetidir ve bireyin bilinçli olması, çevresinde gerçekleşen durumların farkında olmasına ve duyu organlarına gelen uyarıları fark etmesini kapsamaktadır (Shapiro, Brown & Biegel, 2007). Algı, bellek ve düşünme gibi bilişsel beceriler bilinç aracıyla oluşmaktadır (Göksu, 2007). Farkındalık, o an'da meydana gelen şeylerin farkında olmak ile birlikte durumun da ötesinde olan bir derinlik halidir (Uzun, 2020). Bilinçli farkındalık ise bireyin yer aldığı ortamda karşılaştığı bir durum veya olaya dikkatini verebilmesi, odaklanması ve yaşadığı her deneyimin olumlu ve olumsuz yanlarını kabullenerek geçirdiği anın farkında ve bilincinde olmasıdır (Kabat-Zinn, 2003). Bireyin hissettiği duygu ve gerçekleştirdiği davranışların farkına varması için bireyin kendine yönelim göstermesi gerekmektedir. Bu doğrultuda akla Krishnamurti'nin felsefesi gelmektedir. Krishnamurti'nin öğretisinde birey ve bireyin iç sesini duyma ön plandadır (Tascier, 2021). Bu görüşe göre birey kendine yönelim göstermeli, gözlem yapmalı ve bir şeyleri kendinden öğrenmelidir (Durhan, 2018).

Bireylerin bilinçli olması, bilinçli farkındalığa sahip olması önemlidir. Çünkü birey bir duruma karşı rahatsızlık durumunun ne düzeyde olduğunu bilirse özgürleşir, kaygı ve stresi azalır ve bu rahatsızlık durumunun kendine nasıl bir faydası olacağını düşünür (Kabat-Zinn, 2019). Ancak bilinçli farkındalık halinde olmak tüm yaşama genellenebilecek bir durum değildir. İnsan beyni yapısı gereği her zaman düşünce üretmekte ve uyumlu bir şekilde çalışmaktadır. Bir duruma odaklanıldığında zihin başka bir şeye yönelebilir. Farkındalık hali ise bireyin zihninin dağıldığını fark ettiği an ile başlamaktadır (Germer, 2009). Bu farkındalık hali, bireylerin soğukkanlı bir tutumla zamanlarını atlatabilmelerinde, çevreye karşı daha anlayışlı ve saygılı olabilmelerinde yardımcı olmaktadır (Hatch, 2020). Bireylerin farkındalık düzeyleri arttıkça stres, depresyon (Arslan, 2018; Poissant, Moreno, Potvin & Mendrek, 2020) ve kaygı düzeylerinin azaldığı (Yıldırım, 2020); kendilik algısı, psikolojik dayanıklılık, duygusal zekâ düzeylerinin arttığı (Balci, 2018) çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Aynı zamanda bilinçli farkındalığın, bireylerin iyimserlik, yaşam doyumu (Güler & Usluca, 2021; Özdoğan, 2018); iyi oluş (Yılmaz, 2019; Çelikler, 2017); evlilikte problem çözme ve evlilik doyumunu düzeyleri ile ilişkili olduğu (Parlar & Akgün, 2018) çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur.

Ebeveynlikte bilinçli farkındalık, ebeveynlerin çocuklarının davranışına yönelik ani bir tepki vermeden önce seçimler yapabilmesinde ve çocuklarına uygun bir karşılık verebilmesinde yardımcı olmaktadır. Bu farkındalık hali ebeveynlerin çocukların ihtiyaçlarını görebilmesini ve çocuklarına güçlü ve olumlu seçenekler sunmasını sağlamaktadır (Kabat-Zinn, 2019). Atalay'a (2020) göre bilinçli farkındalığa sahip ebeveynlerin bir anlaşmazlık ortaya çıktığında kendi duygularının farkında olması, ani tepki vermeden önce düşünmesi ve aile-çocuk arasında bir fikir ayrılığı olsa da çocuğu dinleyebilmesi olarak üç farklı tutumu bulunmaktadır.

Bögels, Lehtonen ve Restifo (2010) bilinçli farkındalığın ebeveynliğe etkisiyle ilgili altı alandan bahsetmektedir. Bu alanların geliştirilmesi ile hem ebeveyn-çocuk etkileşiminin hem de ebeveynlik sürecinin olumlu yönde etkileenebileceği belirtilmektedir. Birinci alanda bilinçli farkındalık eğitimi vurgulanmıştır ve bu alana göre bilinçli farkındalık eğitimi anne ve babaların stres düzeylerini azaltarak, çocuklarına tepkisellikten daha uzak ve kendilerini kontrol edebilen davranışlar sergilemeleri bakımından fayda sağlamaktadır. İkinci alan; bilinçli farkındalık, ebeveynlerin çocuklarıyla geçirdikleri zamanlarda zihinlerinde tekrarlanan düşüncelerin önüne geçerek çocuklarının düşünce, tutum, ilgi ve ihtiyaçlarının farkına varmasında fayda sağlamaktadır. Üçüncü alan; bilinçli farkındalık, ebeveynlerin ani tepki vermesini önlemeye yardımcı olmaktadır. Günlük hayatta hoş gitmeyen bir durumla karşılaşıldığında ebeveynlerin tepkisel davranışlar sergilemeden önce derin bir nefes alarak sakinleşmesini sağlamaktadır. Dördüncü alan; ebeveynlerin çocuk yetiştirme tutumları, çocuklar tarafından benimsenerek kuşaklar arasında aktarılmaktadır. Bilinçli farkındalık, hoş giden veya gitmeyen deneyimlerin yeniden yapılandırılmasını sağlamaktadır. Böylelikle ebeveynlerin olumsuz aktarımını bilinçli farkındalıklı olmanın önleyebileceği düşünülmektedir. Beşinci alan; bilinçli farkındalık, bireyin öz şefkatini geliştirmektedir. Ebeveynlerin çocuklarıyla ilişkilerinin sevgi ve şefkat temelli olması, ilişkilerinde olumlu duygusal etkilere neden olabileceği ve ebeveynlerin kendilerine daha olumlu bir bakış açısı ile bakmalarına yardımcı olabileceği

düşünülmektedir. Altıncı alan; bilinçli farkındalık, ebeveyn-çocuk ilişkisi haricinde evlilik işleyişinde de yardımcı olmaktadır.

Duncan, Coatsworth ve Greenberg (2009), temelinde bilinçli farkındalık uygulamalarının yer aldığı dikkatli ebeveynlik modelini geliştirmişlerdir. Bu modele göre beş boyut bulunmaktadır. Tüm dikkatle dinleme boyutunda, ebeveynlerin çocuklarıyla geçirdikleri süreçte tüm dikkatini çocuklarına yönelterek etkin bir dinleme gerçekleştirilmesi önemlidir. Çocuklara dikkatini tam olarak veren ebeveynler çocukların ihtiyaçlarını anlamakta zorluk yaşamazlar. Kendini ve çocuğunu yargılamadan kabul etme boyutu, çocuğun sergilediği her davranışı onaylamaktan ziyade yaşanan duruma karşı kabullenici bir tutum sergilemeyi içermektedir. Hatalar ve zorluklar, hayatın bir parçasıdır ve her yönüyle kabullenmek gerekmektedir. Bir diğer boyut, benlik ve çocuğun duygusal farkındalığı boyutudur. Bilinçli farkındalığa sahip ebeveynlik becerilerinin temelini oluşturan duygusal farkındalık, hissedilen duyguların yalnızca o a duyulan hislerden kaynaklandığını fark etmeyi sağlamaktadır. Bu nedenle ebeveynler çocuklarına tepki göstermeden önce mantıklı seçimler yaparak davranışlarını şekillendirebilir. Ebeveynlik ilişkilerinden öz düzenleme boyutunda, ebeveynlerin çocuklarıyla ilişkilerinde tepkisel olmadan duygularını düzenlemelerini beklemektedir. Son boyut ise kendine ve çocuğa şefkat boyutudur. Çocuklarına şefkatli yaklaşan ebeveynler, aslında çocukların olumsuz yaşantılarında zorlukların üstesinden gelmeleri için destek sağlamaktadır.

Ebeveynlikte bilinçli farkındalık annelerin çocuklarıyla ilişkisini, çocuk yetiştirme tutumlarını ve ebeveynlik becerilerini yakından etkilemektedir. Annelerin tutumları ve algılarının çocuklarıyla ilişkilerini olumsuz etkilememesi için annelerin çocuklarına yönelik yaklaşımı oldukça önemlidir. Bilinçli farkındalık bu aşamada anneye olumsuz bir davranış karşısında öfke ve cezaya başvurmada veya ani bir tepki vermeden önce sakin kalabilmesini sağlamaktadır (Hatch, 2020). Eğer anne çocuğuna karşı anlayışlı ve şefkatli bir yaklaşım sergilerse çocuk annesini içselleştireceği için aynı şekilde çevresine de bu davranışları yansıtacaktır (Germer, 2009). İlgili araştırmalar incelendiğinde okul öncesi eğitim alan ve gelişimsel gecikmeler yaşayan çocuklara sahip ebeveynlere yönelik yapılan eğitimler sonucunda ebeveynlerin çocuklarıyla iletişim becerilerinin, ebeveynlik becerilerinin (Little, 2013) ve bilinçli farkındalık düzeylerinin arttığı görülmüştür. Aynı zamanda ebeveynlerin stres (Little, 2013), depresyon (Oord, Bögels & Peijnenburg, 2011) ve aşırı tepkisellik içeren davranışlarında azalma, yaşadıkları hayattan memnun olma düzeylerinde bir artma meydana gelmiştir (Neece, 2014). Bilinçli farkındalığın annelerin zihinsel sağlığı, dikkatli ebeveyn olma, anne rolleri, ebeveyn çocuk etkileşimi ve çocuklara yönelik algılarıyla ilişkili olduğu görülmüştür (Corthorn & Milicic, 2016). Buradan hareketle ebeveynlerin, ebeveynlik uygulamalarında bilinçli farkındalığa yer vermesi, çocuklarıyla etkileşimlerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Ebeveynlerin bilinçli farkındalığını kişisel, ailesel, çevresel veya çocuğa ilişkin çeşitli faktörler etkileyebilir. Annelerin çocuklarına yönelik tutumları ve ebeveynlik becerilerine ilişkin öz yeterlik algılarının yaş, meslek, eğitim ve gelir durumu, çocukların doğum sırası ve ebeveynlik deneyimleri gibi kişisel değişkenlerden etkilendiği çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur (Demiriz & Öğretir, 2007; Gülay Ogelman & Çiftçi Topaloğlu, 2014; Şanlı & Öztürk, 2012). Ebeveynlik uygulamalarında bilinçli farkındalığı etkileyen anne ve çocuğa özgü değişkenleri belirleyebilmek, anne-çocuk ilişkisini daha nitelikli hale getirecektir. Bilinçli farkındalığı etkileyen faktörlerin belirlenmesi hem erken çocukluk döneminde anne ve çocuk arasındaki etkileşimi etkilemesi bakımından hem de ebeveynlik uygulamalarında alan çalışanlarına rehber olacağından bu çalışmaya ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle çalışmada, okul öncesi çocuğa sahip annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın alt amaçları ise şu şekilde ele alınmıştır:

- Annelerin bilinçli farkındalık düzeyini etkileyen en önemli faktörler nelerdir?
- Annelerin ebeveyn öz yeterliğini etkileyen en önemli faktörler nelerdir?
- Annelerin çocukla anda olma durumunu etkileyen en önemli faktörler nelerdir?

YÖNTEM

1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada betimsel araştırmalardan tarama modelinden yararlanılmıştır. Buna göre mevcut durum var olduğu gibi ortaya konmaya çalışılmıştır (Büyüköztürk vd., 2020).

2. Çalışma Grubu

Çalışma grubunu, 2021-2022 eğitim öğretim yılında Samsun ili Atakum ilçesindeki resmi okul öncesi eğitim kurumlarına devam eden ve kolay ulaşılabilir örnekleme yoluyla kendilerine ulaşılabilen 48-72 aylık 242 çocuk

ve bu çocukların anneleri oluşturmuştur. Çalışma grubunda yer alan annelere ilişkin bazı kişisel bilgilerin dağılımı Tablo 1’de, çocuklara ilişkin bazı kişisel bilgilerin dağılımı ise Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 1. Annelerin Kişisel Bilgilerinin Dağılımı

Değişkenler	Grup	n	%
Anne yaşı	26-30 yaş	49	20,2
	31-35 yaş	96	39,7
	36-40 yaş	63	26,0
	41-45 yaş	28	11,6
	46-50 yaş	6	2,5
Annenin öğrenim durumu	Okuryazar-İlkokul	32	13,2
	Ortaokul	30	12,4
	Lise	78	32,2
	Lisansüstü	102	42,1
Ailedeki çocuksayısı	Bir çocuk	52	21,5
	İki çocuk	126	52,1
	Üç çocuk	42	17,4
	Dört ve üzeri çocuk	22	9,1
Annenin aile tipi	Çekirdek aile	232	95,9
	Parçalanmış aile	10	4,1
Annenin günlük ortalama uyuma süresi	3-5 saat	13	5,4
	6-8 saat	192	79,3
	9-11 saat	37	15,3
Annenin günlük ortalama çalışma süresi	1-3 saat	43	17,8
	4-6 saat	77	31,8
	7-9 saat	80	33,1
	9 ve üzeri	42	17,4
Annenin geçirdiği ciddi kaza, ameliyat ya da hastalık olma durumu	Evet/var	18	7,4
	Hayır/yok	224	92,6
Annenin sürekli kullandığı ilaç olma durumu	Evet	27	11,2
	Hayır	215	88,8
Annenin herhangi bir DSM-5 tanısına sahip olma durumu	Evet/var	11	4,5
	Hayır/yok	231	95,5
Annenin belirgin bir korkuya sahip olma durumu	Evet/var	90	37,2
	Hayır/yok	152	62,8
Annenin arkadaşları ile görüşme sıklığı	Arkadaşı yok	5	2,1
	Nadiren	70	28,9
	Genellikle	142	58,7
	Her zaman	25	10,3
Annenin çocuğun yanlış gelen davranışları karşısında verdiği tepki şekli	Kızgınlık-sinirlilik	33	13,6
	Sakin kalarak iletişim kurma	170	70,2
	Kararsızlık	39	16,1

Tablo 1’e göre annelerin %39,7’si 31-35 yaş grubunda, %32,2’si lise mezunu, %52,1’i iki çocuk sahibi, %95,9’u anne-baba-çocuk birlikteliğinden oluşan aileye sahiptir. Annelerin günde ortalama uyku süreleri %5,4 oranında 3-5 saat, %79,3 oranında 6-8 saat, %15,3 oranında 9-11 saat; ortalama çalıştıkları saat %17,8 oranında 1-3 saat, %31,8 oranında 4-6 saat, %33,1 oranında 7-9 saat ve %17,4 oranında 9 saat ve üzeridir. Annelerin %7,4’ünün geçirdiği ciddi kaza-ameliyat-hastalık vardır ve bunlardan %2,5’i trafik kazası geçirmiş, diğerlerinin farklı hastalıklara sahip veya ameliyatlara olduğu görülmüştür. Annelerin %11,2’sinin sürekli kullanması gereken ilaçlar varken, %4,5’i DSM-5’te belirlenen bir tanı almıştır ve bunlardan %1,24’ü panik bozukluk, %3,31’i stres bozukluğudur. Annelerin %37,2’sinin belirgin korkuları vardır ve bunlardan %14,9’u hayvan korkusu ve %15,3’ü yükseklik korkusudur. Annelerin arkadaşlarıyla görüşme sıklığı incelendiğinde, annelerin %2,1’i “arkadaşım yok”, %28,9’u “nadiren görüşürüm”, %58,7’si “genellikle görüşürüm” ve %10,3’ü “her zaman görüşürüm” cevabını vermiştir. Çocuğun yanlış gelen davranışları karşısında verilen tepki şekli incelendiğinde, araştırmaya katılan annelerin %13,6’sı “kızgınlık-sinirlilik”, %70,2’si “sakin kalarak iletişim kurma”, %16,1’i “kararsızlık” cevabını vermiştir.

Tablo 2. Çocukların Kişisel Bilgilerinin Dağılımı

Değişkenler	Grup	n	%
Çocuğun cinsiyeti	Kız	145	59,9
	Erkek	97	40,1

Çocuğun yaşı	48-60 ay	63	26,0
	61-72 ay	179	74,0
Çocukla ilgilenen kişi	Anne-baba	231	95,5
	Büyükanne-Büyükbaba	11	4,5
Çocuğun okul öncesi eğitim alma süresi	1 yıldan az	177	73,1
	1-2 yıl	50	20,7
	2 yıl ve üzeri	15	6,2
Çocuğun herhangi bir sağlık problemi olma durumu	Evet/var	21	8,7
	Hayır/yok	221	91,3
Çocuğun düzenli kullandığı ilaç olma durumu	Evet/var	7	2,9
	Hayır/yok	235	97,1
Çocuğun belirli bir korkusu olma durumu	Evet/var	113	46,7
	Hayır/yok	129	53,3
Çocuğun günlük ortalama teknolojik araçlar ile geçirdiği süre	Bir saatten az	60	24,8
	1-2 saat	107	44,2
	2-3 saat	48	19,8
	3 saat ve üzeri	27	11,2

Tablo 2’de görüldüğü üzere çalışma grubundaki çocukların %59,9’u kız ve %40,1’i erkek, %26’sı 48-60 aylık ve %74,0’ü 61-72 aylıktır. Çocukla ilgilenen kişi 95,5 anne-babadır, çocukların %73,1’inin okul öncesi eğitimde ilk yılıdır, %8,7’si bir sağlık problemine sahiptir ve bu çocukların %4,1’inin alerjisi vardır. Çocukların %2,9’u sürekli bir ilaç kullanmakta ve bunlardan 4’ü alerji ilacıdır. Çocukların %46,7’sinin belirgin bir korkusu vardır ve bunlardan %21,9’unun korkusu karanlıktır. Çocukların günlük olarak teknolojik araçlarla geçirdiği süre %24,8 bir saatten az, %44,2 oranında 1-2 saat, %19,8 oranında 2-3 saat, %11,2 oranında 3 saat ve üzeridir.

3. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında katılımcıların demografik bilgilerine ulaşmak için kişisel bilgi formu Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık Ölçeği (MIPQ) kullanılmıştır.

Genel Bilgi Formu; doğrudan elde edilmesi amaçlanan anne ve çocuğa ilişkin yaş, öğrenim durumu, çocuğun cinsiyeti vb. kişisel değişkenleri kapsamaktadır. Anneye ilişkin değişkenler; annenin yaşı, öğrenim durumu, çocuk sayısı, aile tipi, günlük ortalama uyku süresi-çalışma süresi, geçirilen önemli bir kaza, ameliyat veya ciddi rahatsızlık olma durumu, sürekli ilaç kullanma durumu, herhangi bir DSM-5 tanısına sahip olma durumu, belirgin bir korku olma durumu, arkadaşlarıyla görüşme sıklığı, çocuğun yanlış davranışına verilen tepki şeklidir. Çocuğa ilişkin değişkenler; çocuğun cinsiyeti, yaşı, çocukla ilgilenen kişinin kim olduğu, çocuğun okul öncesi eğitime devam süresi, sağlık problemi olması durumu, düzenli kullandığı ilaç olması durumu, belirgin bir korkusu olma durumu, çocuğun günlük teknolojik cihaz kullanım süresidir.

MIPQ; ebeveynlerin bilinçli farkındalık düzeylerini belirlemek amacıyla McCaffrey, Reitman ve Black (2017) tarafından geliştirilmiştir. Orijinal hali 28 maddeden oluşmakta ve “neredeyse her zaman (4), sık sık (3), bazen (2) ve nadiren (1) olarak puanlanmaktadır. MIPQ’nun Türkçeye uyarlama ve geçerlik-güvenirlilik çalışması Gördesli vd. (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin dilsel eşdeğerliği incelenmiş ve eşdeğer olduğu gözlemlenmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısının her bir alt ölçek ve ölçeğin tamamı için .73 ile .87 arasında değiştiği bulunmuştur. Sonuçlar, düzeltilmiş madde toplam korelasyonlarının .50 ile .85 arasında olduğunu ve puanların üst %27’si ve alt %27’si için t testi sonuçlarının anlamlı olduğunu ortaya koymuştur (Gördesli vd., 2018).

Ölçek “Ebeveyn Özyeterliliği (EÖY)” ve “Çocukla Anda Olma (ÇAO)” olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte her bir madde için “neredeyse her zaman”, “sık sık”, “bazen” ve “nadiren” seçenekleri yer almaktadır. Cevaplar neredeyse her zaman (4)-nadiren(1) arasında puanlanmaktadır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınan maksimum puan 96, minimum puan ise 24’tür. Yüksek puan, ebeveynlikte daha yüksek farkındalık düzeyini, daha düşük puan ise ebeveynlikte daha düşük farkındalık düzeyini göstermektedir.

4. Verilerin Toplanması

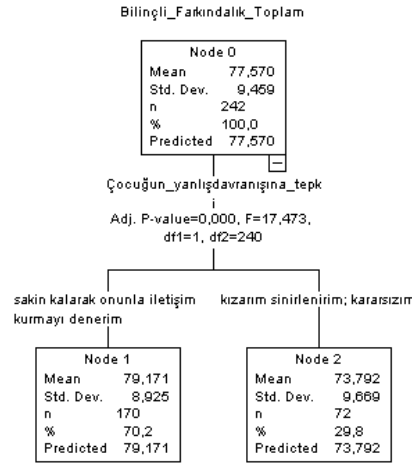
Veri toplama öncesi Gazi Üniversitesi Ölçme Değerlendirme Etik Alt Grubu’ndan etik izin ve Samsun Valiliği Olur’u alınmıştır. Okul öncesi eğitim kurumu yönetici ve öğretmenlerinin araştırma hakkında bilgilendirilmesinin ardından ölçüm araçları öğretmenler aracılığıyla annelere ulaştırılmıştır. Toplam 1437 adet veri toplama aracının dağıtılmasının ardından 323 adet veri dönüşü sağlanmıştır. Hatalı ve eksik doldurulan 81 adet veri çıkartılmıştır. Toplam yirmi okul öncesi eğitim kurumunda gerçekleştirilen çalışmada, gönüllülük esası dikkate alınmıştır.

5.Verilerin Analizi

Verilerin analizinde sınıflandırma analizlerinden CHAID analizi kullanılmıştır. CHAID ağacı, uzayın alt kümelerinin tüm veri kümesinden başlayarak iki veya daha fazla alt düğüme tekrar tekrar bölünmesiyle oluşturulan bir karar ağacıdır (Ho vd., 2004, aktaran Michael vd., 1997). CHAID analizinde en önemli ilişkiler, bir ağaç diyagramının yapısını kontrol etmek için kullanılmaktadır (Hoare, 2004). CHAID analiziyle bağımlı değişkende ortaya çıkan değişimi önemli derecede etkileyen faktörler irdelenmektedir ve modeldeki değişkenlerin etkileşimi, ortak kombinasyonları belirlenir (Şata, 2015). Verilerin analizinde Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık Ölçeği (MIPQ) toplam puanları, Ebeveyn Özyeterliliği ve Çocukla Anda Olma alt boyutları puanları bağımlı değişken; bağımlı değişkene etkisi incelenen anne ve çocuğa ilişkin demografik değişkenler ise bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

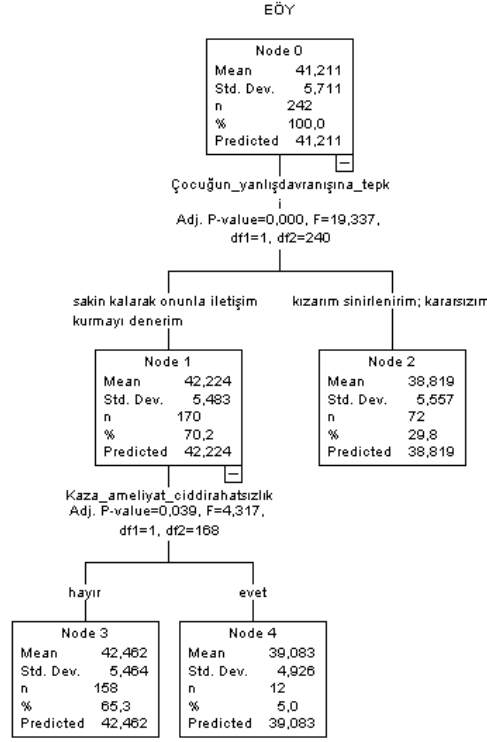
Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeyini etkileyen faktörleri belirlemek için yapılan CHAID analizinde, Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık Ölçeği toplam puanı bağımlı değişken ve çalışmada ele alınan anneye ait kişisel değişkenler bağımsız değişken olarak atanmıştır. Ağaç derinliği 3, bir düğümden en az 100 ve terminal düğümden en az 50 katılımcı durdurma kriteri olarak belirlenmiştir. Durdurma kriterinin belirlenmesinde analiz sonucunda ortaya çıkan risk tahmin değeri dikkate alınmış, en düşük değere sahip analiz sonucu kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda iki düzeyli ve üç düğümden oluşan ağaç yapısı Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Annelerin Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalığını Etkileyen Değişkenlere İlişkin Karar Ağacı Yapısı

Şekil 1 incelendiğinde, annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış olduğunu düşündüğü davranışa tepkisi olduğu görülmüştür ve annelerin bilinçli farkındalığı çocuğunun yanlış davranışına tepkilerine göre manidar farklılaşmıştır ($F=17,473$; $p=0,000$). CHAID analizi annelerin tepkilerini “sakin kalarak çocukla iletişim kurmayı deneme” ve “kızma, sinirlenme veya kararsızlık” olarak iki kümeye ayırmıştır. Çocuğun yanlış davranışına tepkisi sakin kalarak onunla iletişim kurmayı deneme şeklinde olan annelerin Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık Ölçeği toplam puan ortalaması 79,171 iken kızıp sinirlenen veya kararsız kalan annelerin puan ortalaması 73,792’dir.

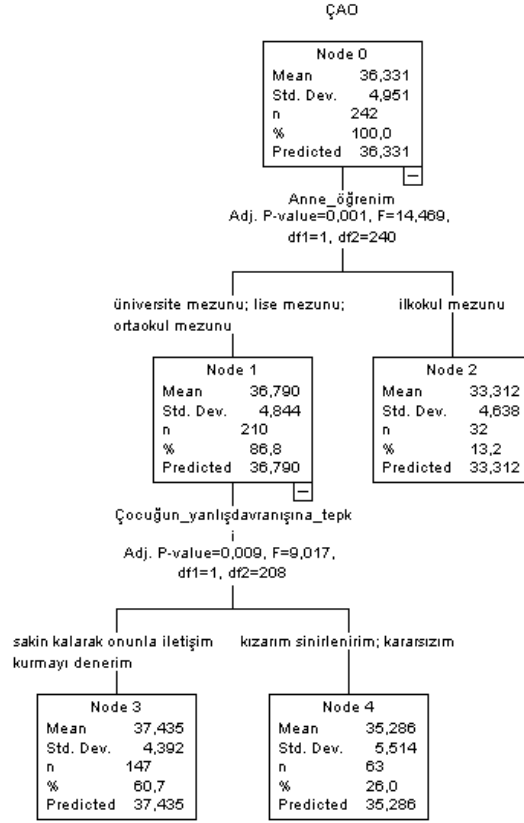
Annelerin ebeveyn özyeterlilik düzeyini etkileyen faktörleri belirlemek için yapılan CHAID analizinde, çalışmada ele alınan anneye ait kişisel değişkenler bağımsız değişken olarak atanmıştır. Ağaç derinliği 3, bir düğümden en az 20 ve terminal düğümden en az 10 katılımcı durdurma kriteri olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda üç düzeyli ve beş düğümden oluşan ağaç yapısı Şekil 2’de sunulmuştur.



Şekil 2. Annelerin Ebeveyn Özyeterliliğini Etkileyen Değişkenlere İlişkin Karar Ağacı Yapısı

Şekil 2 incelendiğinde, annelerin ebeveyn özyeterliliğini etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış olduğunu düşündüğü davranışa tepkisi olduğu görülmüştür ve annelerin ebeveyn özyeterliliği çocuğunun yanlış davranışına tepkilerine göre manidar farklılaşmıştır ($F=19,337$; $p=0,000$). CHAID analizi annelerin tepkilerini “sakin kalarak çocukla iletişim kurmayı deneme” ve “kızmaya, sinirlenme veya kararsızlık” olarak iki kümeye ayırmıştır. Çocuğun yanlış davranışına tepkisi sakin kalarak onunla iletişim kurmayı deneme şeklinde olan annelerin MIPQ Ebeveyn Özyeterlik alt boyutu puan ortalaması 42,224 iken kızıp sinirlenen veya kararsız kalan annelerin puan ortalaması 38,819’dur. Çocuğun yanlış davranışına sakin kalarak onunla iletişim kurmayı deneyen annelerin ebeveyn özyeterliliğini etkileyen en önemli değişken annelerin kaza, ameliyat veya ciddi bir rahatsızlık geçirme durumudur ve anneler kaza, ameliyat veya ciddi bir rahatsızlık geçirme durumuna göre manidar farklılaşmıştır ($F=4,317$; $p=0,039$). Kaza, ameliyat veya ciddi bir rahatsızlık geçirmemiş annelerin Ebeveyn Özyeterlik alt boyut ortalama puanı 42,462 ve geçirenlerin puan ortalaması 39,083’tür.

Annelerin çocukla anda olma düzeyini etkileyen faktörleri belirlemek için yapılan CHAID analizinde, çalışmada ele alınan anneye ait kişisel değişkenler bağımsız değişken olarak atanmıştır. Ağaç derinliği 3, bir düğümde en az 60 ve terminal düğümde en az 30 katılımcı durdurma kriteri olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda üç düzeyli ve beş düğümden oluşan ağaç yapısı Şekil 3’te sunulmuştur.



Şekil 3. Annelerin Çocukla Anda Olmasını Etkileyen Değişkenlere İlişkin Karar Ağacı Yapısı

Şekil 3 incelendiğinde, annelerin çocuğuyla anda olmasını etkileyen en önemli değişkenin anne öğrenim durumu olduğu görülmüştür ve annelerin çocuğuyla anda olma davranışı öğrenim durumlarına göre manidar farklılaşmıştır ($F=14,469$; $p=0,001$). CHAID analizi anneleri öğrenim durumlarına göre orta-lise-üniversite mezunu ve ilkokul mezunu olmak üzere iki kümeye ayırmıştır. Orta-lise-üniversite mezunu annelerin MIPQ Çocukla Anda Olma alt boyutu puan ortalaması 36,790 iken ilkokul mezunu annelerin puan ortalaması 33,312'dir. Orta-lise-üniversite mezunu annelerin çocukla anda olmalarını etkileyen en önemli değişken çocuğun yanlış davranışına verdikleri tepkidir ve anneler çocuğun yanlış davranışına tepkilerine göre manidar farklılaşmıştır ($F=9,017$; $p=0,009$). CHAID analizi annelerin tepkilerini "sakin kalarak çocukla iletişim kurmayı deneme" ve "kızma, sinirlenme veya kararsızlık" olarak iki kümeye ayırmıştır. Çocuğun yanlış davranışına tepkisi sakın kalarak onunla iletişim kurmayı deneme şeklinde olan annelerin MIPQ Çocukla Anda Olma alt boyutu puan ortalaması 37,435 iken kızıp sinirlenen veya kararsız kalan annelerin puan ortalaması 35,286'dır.

Çocuğa ilişkin değişkenlerin annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyip etkilemediğine ilişkin yapılan CHAID analizleri sonucunda herhangi bir ağaç yapısı oluşmamıştır. Yani hem ölçek toplam puanı hem de alt boyut puanlarının çocuğa ilişkin kişisel değişkenlerden anlamlı düzeyde etkilenmediği belirlenmiştir.

TARTIŞMA

Okul öncesi çocuğa sahip annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeyini etkileyen faktörlerin incelendiği bu çalışmada, anneler ve çocuklara ilişkin bazı kişisel değişkenlerin annelerin bilinçli farkındalığı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sınıflandırma analizlerinden CHAID analiziyle incelenen veriler, annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyen kişisel değişkenlerin olup olmadığını ve varsa hangi değişkenler olduğunu ortaya koymuştur.

Çalışmada annelerin genel olarak ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış olduğunu düşündüğü davranışa tepkisi olduğu, annelerin çocuğun yanlış davranışı karşısında sakin kalıp iletişim kurmayı denemesi durumunda ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ebeveynler, aile ortamında çeşitli zorluklarla karşılaşmakta, olumlu ve olumsuz duyguları deneyimlemektedir. Bu aşamada ebeveynlerin farkındalık becerilerine sahip olması, çocukla ilişkilerinde ebeveynlerin hem kendi hem de çocuklarının duygularının farkında olmasını sağlar ve otomatik tepkide bulunmak yerine tepki vermeden önce bilinçli bir şekilde seçim yapabilmeye yardımcı olur (İlgaz, 2017). Farkındalığın etkisi dikkate alındığında çocuğuna yönelik tepkisellikten uzak, daha anlayışlı davranışlar sergileyen annelerin farkındalık düzeyinin daha yüksek olması beklenen bir davranış biçimidir. Bilinçli farkındalığa sahip annelerin çocuklarıyla ilişkilerinde daha olumlu bir iletişim ve etkileşim içerisinde olması beklenmektedir. Çünkü farkındalık düzeyi yüksek anneler çocuklarına karşı daha anlayışlı, duyarlı, dikkatli, kabullenici ve yargılayıcı olmayan bir tutumla yaklaşabilmektedir. İlgili araştırmalar incelendiğinde farkındalığın annenin dikkatli bir ebeveyn olma, zihinsel sağlık, ebeveyn çocuk etkileşimleri (Corthorn & Milicic, 2016), stres (Little, 2013; Oord, Bögels & Peijnenburg, 2011) gibi durumları etkilediği görülmüştür.

Çalışmada annelerin ebeveyn özyeterliliğini etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış olduğunu düşündüğü davranışa tepkisi olduğu; kaza, ameliyat veya ciddi bir rahatsızlık geçirmemiş ve çocuğunun yanlış davranışına sakin kalarak iletişim kurmayı deneyen annelerin ebeveyn özyeterlilikleri daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Özyeterlilik, sorun oluşturan durumlara karşı koyabilme, stres durumlarında daha az olumsuz duygular hissedebilme ve sabırlı olma ile ilişkilidir. Düşük özyeterliliğe sahip ebeveynler kendilerinden şüphe etme, zorluklar karşısında kaygı yaşama ve sorunları tehdit olarak algılama davranışları sergileyebilir (Weaver, Shaw, Dishion & Wilson, 2008). Bu bulgu annenin günlük yaşamında kaza veya ciddi bir hastalık gibi olumsuz durumlar ile karşılaşmaması sonucu kaynaklanmış olabilir. Annelerin herhangi bir olumsuz yaşantı geçirmesi sonucu psikolojisi olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Bu durum annenin çocuğuna yönelik aşırı tepkisellik, kendini yetersiz hissetme, anlayışlı olamama ve dikkatini verememe gibi davranışlar sergilemesine yol açabilmektedir. Buradan hareketle, herhangi bir kaza, ameliyat gibi yaşantılar geçirmemiş annelerin çocuklarına yönelik yaklaşımları diğer annelere göre daha farklı olabilir. Alanyazın incelendiğinde olumsuz bir yaşantı veya hastalık geçiren bireylerin bilinçli farkındalık düzeylerinin etkilendiği görülmüştür. Tatoğlu (2019) araştırmasında travma geçiren bireylerin farkındalık puanlarının daha düşük olduğu; Avşar (2020) ise ciddi bir sağlık problemine sahip olmayanların bilinçli farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmada annelerin çocuğuyla anda olmasını etkileyen en önemli değişkenin anne öğrenim durumu olduğu; çocuğunun yanlış davranışına sakin kalarak iletişim kurmayı deneyen orta-lise-üniversite mezunu annelerin çocukla anda olma düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Eğitim, bir toplumun sürekliliğini sağlayan, toplumsal, kültürel ve ekonomik alanlarda gelişme sağlayan kurumlardır (Dinçer, 2003). Bu bağlamda annelerin ebeveynliğe ilişkin bilgi ve becerilerinin desteklenmesinde eğitim önemli bir unsur olmaktadır. Eğitim, bireylerin doğru bilgi ve kaynaklara ulaşma, özeleştiride bulunma, kendini geliştirme, farklı bakış açılarına sahip olma, ebeveynliğe ilgi gösterme ve bilinçli olma gibi becerilerini destekleyebilir. Bu beceriler annelerin çocukları ile ilişkilerinde olumlu bir etkiye sahip olabilmelerinde ve çocuklarına gereken ilgi ve özeni gösterebilmelerine katkı sağlayabilir. Seçer, Çeliköz ve Yaşa (2008) tarafından yapılan araştırmada ilköğretim mezunu annelerin ebeveynliğe yönelik ilgi puanları yükseköğretim mezunu annelere göre daha düşük olduğu bulunmuştur. Saygı (2011) araştırmasında eğitim seviyesi daha düşük annelerin çocukları ile ilişkilerinin daha olumsuz olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyen anneye ait değişkenler bulunmasına rağmen, çalışmada çocuğa ilişkin değişkenlerin annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını manidar düzeyde etkilenmediği belirlenmiştir. Annenin ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeyini çocuğun kişisel özelliklerinden çok, annenin kişisel özelliklerinden ve kendine ait diğer faktörlerden etkilenebileceği düşünülebilir. Alanyazın incelendiğinde bireylerin bilinçli farkındalık düzeylerinin özyeterlilik ve benlik saygısı (Yıldırım & Atilla, 2020), stres (Kara, 2021; Little, 2013; Oord vd., 2011), öğrenim durumu, çalışma koşulları (Sezgin, 2022), çocukları ile ilişkileri, ebeveynlik davranışları, evlilik işleyişi, ebeveyn yetkinliği, memnuniyet algısı (ReićErcegovac&Ljubetić, 2019), ebeveyn çocuk etkileşimi (Bögels vd., 2010) gibi faktörler ile ilişkili olduğu görülmüştür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın alt problemleri doğrultusunda, aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığı etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış olduğunu düşündüğü davranışa tepkisi olduğu, annelerin çocuğun yanlış davranışı karşısında sakin kalıp iletişim kurmayı denemesi durumunda ebeveynlikte bilinçli farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.
- Annelerin ebeveyn özyeterliğini etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış olduğunu düşündüğü davranışa tepkisi olduğu; kaza, ameliyat veya ciddi bir rahatsızlık geçirmemiş ve çocuğunun yanlış davranışına sakin kalarak iletişim kurmayı deneyen annelerin ebeveyn özyeterlikleri daha yüksek olduğu belirlenmiştir.
- Annelerin çocuğuyla anda olmasını etkileyen en önemli değişkenin anne öğrenim durumu olduğu; çocuğunun yanlış davranışına sakin kalarak iletişim kurmayı deneyen orta-lise-üniversite mezunu annelerin çocukla anda olma düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.
- Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyen anneye ait değişkenler bulunmasına rağmen, çalışmada çocuğa ilişkin değişkenlerin annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını manidar düzeyde etkilenmediği belirlenmiştir.

Annelerin çocuklarıyla ilişkilerinde bilinçli bir yaklaşım sergilemesi, yaşadıkları anın farkında olması ve odaklanması, annelerin ebeveynlikte kendilerine ilişkin inançlarının yüksek olması, kendilerini yeterli görmeleri gibi faktörler çocuklarına yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir. Farkındalığı yüksek annelerin çocuklarının olumsuz davranışları karşısında tepkisellikten uzak ve yargılayıcı olmayan bir tutum sergilemesi anne-çocuk ilişkilerini olumlu yönde etkileyecek ve çocuklarına karşı daha anlayışlı olmalarını sağlayacaktır. Böylelikle farkındalık düzeyi yüksek annelerin hem kendi yaşamlarında hem de çocuklarıyla ilişkilerinde daha olumlu deneyimler elde edeceği düşünülmektedir. Bu kapsamda, son yıllarda psikolojide yaygın olarak kullanılan bilinçli farkındalık kavramının ebeveynlikte etkisinin anlaşılması, annelerin farkındalık düzeylerini etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması, anne-çocuk ilişkisinin kalitesini etkilemesi bakımından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, okul öncesi çocuğa sahip annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığı etkileyen faktörlerin neler olduğu incelenmiştir. Çalışmada sadece okul öncesi eğitim alan çocuklar ve annelerinin yer alması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Yapılacak farklı çalışmalarda farklı yaşlarda çocuğa sahip annelerin bilinçli farkındalıkları incelenebileceği gibi babaların bilinçli farkındalıkları da incelenebilir. Daha geniş kapsamlı örneklem gruplarıyla çalışılabilir.

Annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını ve ebeveyn özyeterliğini etkileyen en önemli değişkenin çocuğun yanlış davranışına yönelik tepkisi olduğu görülmektedir. Annelerin tepkisel davranışlarını en aza indirmek ve özyeterliklerini olumlu yönde etkileyebilmek için aileye yönelik bilinçli farkındalık temelli yaklaşımların geliştirilmesi ve uygulanması önerilebilir.

Araştırmanın bir diğer sonucu olarak, annelerin öğrenim durumunun çocuğu ile anda olmasını etkilediği görülmektedir. Öğrenim durumu düşük olan annelerin çocukları ile ilişkileri konusunda eğitimler yoluyla bilinçlendirilmesi sağlanabilir.

Son olarak çalışmada çocuğa ilişkin değişkenlerin annelerin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını manidar düzeyde etkilemediği belirlenmiştir. Annenin çevresinde yer alan diğer bireylerin annenin ebeveynlikte bilinçli farkındalığını etkileyip etkilemeyeceğine ilişkin çeşitli çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Arslan, I. (2018). Bilinçli farkındalık, depresyon ve algılanan stres arasındaki ilişki. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 73-86. <http://doi.org/10.20493/birtop.477445>
- Atalay, Z. (2020). *Mindfulness-bilinçli farkındalık*(8.Basım). İnkılap.
- Avşar, N. (2020). *Yaşam doyumunun yordanmasında bilinçli farkındalık ve sosyal beceriler* [Yüksek Lisans Tezi İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi].
- Bağatarhan, T. & Nazlı, S. (2013). Ebeveyn eğitim programının annelerin ebeveynlik öz-yeterliklerine etkisi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 7(31), 67-88.
- Balcı, Y. (2018). *Altı haftalık modifiye bilinçli farkındalık uygulaması yapılan bir örnekte duygusal zekâ ve psikolojik dayanıklılığın değerlendirilmesi* [Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi].

- Bögels, S. M., Lehtonen, A. & Restifo, K. (2010). Mindfulparenting in mentalhealthcare. *Mindfulness*, 1, 107–120. <http://doi.org/10.1007/s12671-010-0014-5>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, E., Ö., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2008). Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri. Bilimsel Araştırmanın Temelleri içinde (ss.24). Pegem.
- Corthorn, C. & Milicic, N. (2016). Mindfulnessandparenting: a correlationalstudy of non-meditatingmothers of preschoolchildren. *Journal of Child andFamilyStudies*, 25(5), 1672-1683. <https://doi.org/10.1007/s10826-015-0319-z>
- Çelikler, A. N. (2017). *Bir grup genç yetişkinde bilinçli farkındalık düzeyi ile başa çıkma tutumları ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi Haliç Üniversitesi].
- Demiriz, S. & Öğretir, A. D. (2007). Alt ve üst sosyo-ekonomik düzeydeki 10 yaş çocuklarının anne tutumlarının incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 105-122.
- Dinçer, M. (2003). Eğitimin toplumsal değişme sürecindeki gücü. *Ege Eğitim Dergisi*, (3)1, 102-112.
- Duncan, L. G., Coatsworth, J. D. & Greenberg, M. T. (2009). A model of mindfulparenting: implicationsforparent-childrelationshipsandpreventionresearch. *Clinical Child andFamilyPsychologyReview*, 12(3), 255-270. <http://doi.org/10.1007/s10567-009-0046-3>
- Durhan, G. (2018). Dünya öğretmeni JidduKrishnamurti'nineğitim felsefesi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 977-987 . <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bitlissos/issue/41200/442115>
- Germer, C. K. (2009). *Öz şefkatli farkındalık* (Çev. H. Ü. Haktanır). İstanbul: Diyojen.
- Göksu, T. (2007). *Sosyal psikoloji*. Seçkin.
- Gördesli, A. M., Arslan, N., Çekici, F., Sünbül, A. Z. & Malkoç, A. (2018). Thepsychometricproperties of mindfulnessinparentingquestionnaire (MIPQ) in Turkishsample. *EuropeanJournal of EducationStudies*, 5(5), 175-185.
- Güluy Ogelman, H. & Çiftçi Topaloğlu, Z. (2014). 4-5 yaş çocuklarının sosyal yetkinlik, saldırganlık, kaygı düzeyleri ile annebabalarının ebeveyn özyeterliği algısı arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1), 241-271. <http://doi.org/10.17240/aibuefd.2014.14.1-5000091511>
- Güler, K. & Usluca, M. (2021). Yetişkin bireylerde bilinçli farkındalık ile yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 372-383. <http://doi.org/10.47525/ulasbid.868875>
- Hatch, E. (2020). *Ebeveynler için farkındalık*, (Çev. C. Özkaya). İstanbul: Sola Unitas.
- Ho, S., Jee, S., Lee, J. & Park, J. (2004). Analysis on risk factorsforcervicalcancerusingindutiontechnique. *ExpertSystemswith Applications*, 27, 97-105. <http://doi.org/10.1016/j.eswa.2003.12.005>
- Hoare, R. (2004). *Using CHAID forclassificationproblems*. Erişim Adresi: <https://vdocuments.net/using-chaid-for-classification-problems.html>

- Ilgaz, Ö. (2017). *Ebeveynlikte bilinçli farkındalık*. Erişim Adresi: <https://www.attachmentparentingturkiye.com/ebeveynlikte-bilincli-farkindalik>
- Kabat-Zinn, J. (2019). *Yeni başlayanlar için farkındalık* (Çev.S.S. Tezcan). İstanbul: Pegasus.
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: past, present and future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10(2), 144-156. <http://doi.org/10.1093/clipsy/bpg016>.
- Kara, O. K. (2021). *Üniversite öğrencilerinde bilinçli farkındalık düzeyinin algılanan stres ve sağlık anksiyetesi ile ilişkisinin incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi Gelişim Üniversitesi].
- Little, M. (2013). *The voices of mindfulness, attachment-related strategies and the mother-child relationship* [Doktora Tezi, University of Minnesota].
- Neece, C. L. (2014). Mindfulness-based stress reduction for parents of young children with developmental delays: implications for parental mental health and child behaviour problems. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 27(2), 174-186. <http://doi.org/10.1111/jar.12064>
- Oord, S. V. D., Bögels, S. M. & Peijnenburg, D. (2011). The effectiveness of mindfulness training for children with ADHD and mindful parenting for their parents. *Journal of Child and Family Studies*, 139-147. <http://doi.org/10.1007/s10826-011-9457-0>
- Öngider N. (2013). Anne-baba ile okul öncesi çocuk arasındaki ilişki. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 5(4), 420-440. <https://doi.org/10.5455/cap.20130510>
- Özdoğan, H. (2018). *Yetişkinlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin iyimserlik ve yaşam doyumlarına etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi Ondokuz Mayıs Üniversitesi]
- Özyürek, A. (2004). *Kırsal bölge ve şehir merkezinde yaşayan anne-babaların çocuk yetiştirme tutumlarının incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi Gazi Üniversitesi]
- Parlar, H. & Akgün, Ş. (2018). Evlilikte bilinçli farkındalık, evlilik doyumu ve problem çözme becerileri ilişkilerinin incelenmesi. *Akademik Platform Eğitim ve Değişim Dergisi*, 1(1), 11-21. <https://dergipark.org.tr/en/pub/apjec/issue/50941/664656>
- Poissant, H., Moreno, A., Potvin, S. & Mendrek, A. (2020). A meta-analysis of mindfulness-based interventions in adults with attention-deficit hyperactivity disorder: impact on ADHD symptoms, depression, and executive functioning. *Mindfulness*, 11(12), 2669-2681. <http://doi.org/10.1007/s12671-020-01458-8>
- Reić Ercegović, I. & Ljubetić, M. (2019). Svjesnost u roditeljstvu majki i očeva: djeca različitih dobi. *Validacija Hrvatske Inačice Upitnika*. 28(2), 397-418. <http://doi.org/10.31820/pt.28.2.9>
- Saygı, D. (2011). *Ebeveyn-çocuk ilişkisi ölçeğinin Türkçeye uyarlanması ve anne-çocuk ilişkisinin bazı değişkenler açısından incelenmesi (İstanbul örnekleme)* [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Seçer, Z., Çeliköz, N. & Yaşa, S. (2008). Okul öncesi eğitim kurumlarına devam eden çocukların annelerinin ebeveynliğe yönelik tutumları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 413-428.
- Sezgin, E. (2022). Baba-çocuk ilişkisinin 5-6 yaş grubu çocukların psikolojik dayanıklılıkları ve ebeveynlikte bilinçli farkındalıkları arasında ilişkinin incelenmesi. *Turkish Studies*, 17(2), 273-298. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.55657>

- Shapiro, S. L., Brown, K. W., & Biegel, G. M. (2007). Teaching self-care to caregivers: effects of mindfulness-based stress reduction on the mental health of therapists in training. *Training and Education in Professional Psychology, 1*(2), 105–115. <https://dx.doi.org/10.1037/1931-3918.1.2.105>
- Şanlı, D. & Öztürk, C. (2012). Annelerin çocuk yetiştirme tutumlarını etkileyen etmenlerin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, (32)*, 31-48.
- Şata, M. (2015). *Lise öğrencilerinin fizik dersi tutumlarının çaid analizi ve lojistik regresyon analizi ile karşılaştırılması olarak incelenmesi*[Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Tatoğlu, S. (2019). *Bilinçli farkındalık ve problem çözme becerisinin demografik ve psikolojik değişkenler bakımından incelenmesi*[Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi]
- Tascier, F. (2021). Krishnamurti'nin eğitim anlayışı. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 5* (4) , 1177-1204 . <http://dx.doi.org/10.47525/ulasbid.960199>
- Uzun, B. (2020). *En uzun yollar tek adımla başlar*. İstanbul: İnkılap.
- Weaver, C. M., Shaw, D. S., Dishion, T. J. & Wilson, M. N. (2008). Parenting self-efficacy and problem behavior in children at high risk for early conduct problems: The mediating role of maternal depression. *Infant Behavior and Development, 31*, 594–605.
- Yavuzer, H. (2010). *Ana-baba ve çocuk*. Remzi.
- Yıldırım, G. & Atilla, G. (2020). Öz yeterliğin bilinçli farkındalık ve benlik saygısına etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21*(1), 59-84. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.763397>
- Yıldırım, M. (2020). *Bilinçli farkındalık, öz-anlayış ve anksiyete arasındaki ilişkilerin incelenmesi*[Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi]
- Yılmam, B. (2019). *Bilinçli farkındalık ve öz duyarlılığın, öznel iyi oluş üzerindeki etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi Üsküdar Üniversitesi]

Yazar Katkı Oranı

Araştırma kapsamında, birinci yazarın araştırmaya katkı oranı %40; ikinci yazarın araştırmaya katkı oranı %40; üçüncü yazarın araştırmaya katkı oranı %20'dir.

Etik Kurul Onayı

Bu makale, “Annelerin Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık (Mindfulness) Düzeyi ile Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Kaygı Düzeyi ve Arkadaşlık Becerileri Arasındaki İlişki” başlıklı yüksek lisans tezinin verilerinin bir kısmı kullanılarak oluşturulmuştur. Tüm işlemler Gazi Üniversitesi Etik Kurulu'nun 15.04.2021 tarih ve E-77082166-302.08.01-74254 sayılı izni çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

YARATICI ENDÜSTRİLER, BİREY VE TOPLUM: NETFLIX ÜZERİNE BİR İNCELEME¹

Damla AKIN²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1258434

Makale Geçmişi:

Geliş 01.03.2023

Kabul 29.04.2023

Anahtar Kelimeler:

Yaratıcı Endüstriler,

Kültür Endüstrisi,

Küreselleşme,

Yeni Medya.

ÖZ

Kültür endüstrisinin bireyi nesneleştiren doğası, toplumsal yaşamın her alanında etkisini göstermektedir. Küreselleşme ve medya yoluyla meta formuna girerek şeyleşen bireyler Batı hegemonyasının denetimi altına girmektedir. Küreselliğin dahi Batı kaynaklı olduğu bu dünya düzeninde somut veya soyut olarak üretilen her bir nesne reproduksiyon ürünler hâline gelmeye başlamıştır. Yaratıcılığın öldüğünün düşünüldüğü bir zamanda ortaya çıkan yeni kavram yaratıcı endüstri ise kültür endüstrisi kavramının olumsuz imajını değiştirmeye yetmemiştir. Aksine, kültür endüstrisi ile ifade edilen olumsuzluklar yaratıcı endüstri şemsiyesinin altında normalleştirici ve daha ticari bir hal almıştır. Bu çalışma, kuramsal bağlamda kültür endüstrisi ile yaratıcı endüstrilerin toplumsal düzen ve bireyin durumu bağlamında benzeştiği ve buna bağlı bir düzen ürettiği varsayımında bulunmuştur. Özellikle kültür endüstrilerinin inşa ettiği küresel kültürel yapıların, yaratıcı endüstrilerle de devam ettirildiğini temellendirmeye çalışmıştır. Bu bağlamda, yaratıcı endüstri niteliğinde olan Netflix Türkiye'nin kurgusal dizilerini, yarattığı dünya düzeni, kültür coğrafyası ve bireyi konumlandırış biçimi bağlamında irdelemiştir. Sonuç olarak, yaratıcı endüstrilerin de kültür endüstrisine benzer nitelikte olduğunu, güçlü ülkelerin kültürlerini, bireyi ve toplumu algılama/konumlandırma şekillerini dünya kültürüne dönüştürmeye çalıştığını, böylece de yaratıcı endüstri kavramının ve uygulamalarının geliştiği coğrafyalara soyut ve somut anlamda hizmet ettiğini ortaya koymuştur.

CREATIVE INDUSTRIES, INDIVIDUAL AND SOCIETY: A REVIEW ON NETFLIX

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1258434

Article History:

Received 01.03.2023

Accepted 29.04.2023

Keywords:

Creative Industries,

Cultural Industries,

Globalization,

New Media.

ABSTRACT

The objectifying nature of the culture industry shows its influence in all areas of social life. Commodified by globalisation and the media, the human being is under the control of Western hegemony. In this world order, where even globalisation comes from the West, every concrete or abstract object becomes a product of reproduction. The new concept of the creative industry, which emerged at a time when creativity was thought to be dead, was not enough to change the negative image of the cultural industry. On the contrary, the negativity of the culture industry has been normalised and commercialised under the umbrella of the creative industries. This study aims to show that the global cultural structures constructed by the culture industries are also sustained by the creative industries. In this context, the nature of the creative industries in Turkey and the positioning of individuals and society within the global culture created by the world order are analysed through Netflix Turkey series. As a result, it has been revealed that creative industries are similar to cultural industries, powerful countries try to transform the way they perceive/position their own culture, individuals and societies in the world culture, thus the concept and practices of creative industries serve the geographies in which they develop in an abstract and concrete sense.

¹ Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde ve Doç. Dr. Onur Dursun danışmanlığında yazılan "Yaratıcı Endüstrilerin Küresel Kültür Politikalarına Yansıması: Netflix Üzerine Bir İnceleme" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, dmlakn@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4561-9777

Alıntılanak için/Cite as: Akın, D. (2023). Yaratıcı endüstriler, birey ve toplum: Netflix üzerine bir inceleme. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 474-485.

GİRİŞ

Kültür endüstrisi kavramı, temel bağlamda yaratıcı endüstri şemsiye kavramı içerisinde yer almaktadır. Yaratıcı endüstrisinin nüvesini oluşturan yaratıcılık, kültür endüstrisi kavramına sosyal refah önermesiyle birlikte eklenmiştir (Demir, 2014, s. 89). Üretimi gerçekleştirilen ürünlerin birbirinin kopyası olduğu ve yaratıcılığı öldürdüğü, Aydınlanma'nın Diyalektiği isimli eserlerinde Adorno ve Horkheimer tarafından da vurgulanmıştır (2014, s. 162) Yaratıcılık kavramının öldüğü tespiti beraberinde “yaratıcı endüstri” kavramını doğrularak kendi karşısını ortaya çıkarmıştır.

Yaratıcı endüstri de kültür endüstri gibi ticareti merkeze almaktadır ve bu bağlamda benzer özellikler taşıdığı söylenebilir. 1990'lı yıllarda gündeme gelmeye başlayan ve maddi / manevi kazanç sağlamayı temele alan yaratıcı endüstri kavramının, erk sahipleri tarafından olumlanarak hem gündelik yaşam pratiklerinde hem de söylemde kendine yer bulması sağlanmıştır. Ezcümle, kültür endüstrisi mevcut ortamda ticari kaygıların neticesinde gündelik yaşam pratiklerinde metazori bir şekilde kendisini var etmişken yaratıcı endüstri ise talebini yaratmış ve üstün işlevi ve faydaları olan hatta “gerekli” bir unsur olarak karşımıza çıkarılmıştır. Geniş perspektifte kültür endüstrisi karanlık tarafta yer alırken yaratıcı endüstri işlevsel ve faydalı bir değer üretimi olarak gösterilmektedir. Temelde ise ikisinin birbirinden bu bağlamda bir farklılığı olduğu söylenemez. Yöntemlerini şekillendirdikleri temel amaç kültürü metalaştırarak maddi kazanç elde etmek ve toplumları bu doğrultuda yönlendirmektir.

Bu çalışmada, yaratıcı endüstri ürünlerinin hâlihazırdaki hegemonyayı yeniden ürettiğinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, küresel çapta faaliyet gösteren Netflix platformunun Türkiye’de yayınlanan içerikleri incelenecektir. Netflix Türkiye’de yayınlanan kurgusal dizilerin örneklem alındığı çalışmada, 2018 ve 2019 yılları arasında yayınlanan 205 dizi üzerinde nicel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışma doğrultusunda kültür endüstrisi kavramının özelliklerinin yaratıcı endüstri ürünlerinde de yer alıp almadığı sorusuna yanıt aranmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Yaratıcı Endüstriler

Kavram Olarak Yaratıcı Endüstri ve Tarihsel Gelişimi

Entelektüel ve yaratıcı sermaye ile ürün ve hizmetlerin yaratılması, üretimi ve dağıtımı için yapılan her şey olarak da tanımlanabilen yaratıcı endüstriler (UNCTAD, 2008, s. 13), somut ve soyut ürünlerin üretildiği bilgiye dayalı etkinlikleri içermektedir. Toplumların gelişiminde ve rekabette öne geçmede önemli işlevi olduğu düşünülen entelektüel sermayeyi artırmaya yönelik faaliyetler, yaratıcı endüstriler içerisinde de yer alır. Geleneksel sanatı da içerebilen yaratıcı etkinlikler ve etkileşimlerin yanı sıra geleneksel medya yayıncılığı, yeni medya, Ar-Ge gibi hizmetler de bünyesinde yer alır. Yaratıcı endüstrilerin skalası, ufak bir imalathaneden çok uluslu şirketlere kadar genişleyebilmektedir.

Yaratıcı sanatlar ve kültür endüstrisi birbirine eklenmiş durumdadır. Hartley’e göre (2005, s. 18) kamusal ve özel, vatandaş ve tüketici, siyasi ve kişisel gibi kimi ikilikler arasındaki sınırlar belirsizleşmiş durumdadır. Yaratıcı endüstri fikri de bu alanlardan beslenerek kendini üretmektedir. “İkiz gerçekler” olarak da ifade edilen bu durumda kültürün özü hâlen yaratıcılık iken yaratıcılık endüstrisi sonrasında geline nokta yaratıcılık eğlence malzemesi hâline gelerek yeniden üretilip tüketilen, geçmişinden ve köklerinden koparılan bir gerçektir.

Yaratıcı endüstrileri kültürün girdi olarak kullanıldığı ve çıktılarının kültürel anlamda “işlevsel” olduğu endüstriler olarak ifade eden Deoite’e göre (2019, s. 18), mimari ve tasarımın yanında reklamcılık, moda ve grafik tasarımı gibi sektörler de sürece dâhil olmaktadır. Yaratıcı endüstrinin endüstri konseptinden doğmasının yanında hızlıca gelişen ve geniş bir zaman diliminde varlık gösteren bir tarihin sonucu olduğunu vurgulayan Hartley (2005, s. 5), kültür endüstrisi ve yaratıcı sanatlarının birleşiminin bir konsept yarattığını belirtmektedir. 18. yüzyıla kadar uzanan bu konsept, tüketici ve vatandaşlardaki etkilerin de eseridir. Yaratıcı endüstriler, kültürel politikalar ve medya politikalarını araştırma noktasında etkili olan yüksek öğretim kurumlarında da giderek daha fazla kendine yer bulmaktadır.

Yaratıcı endüstri kavramı aynı zamanda bir oksimoronu da içerisinde barındırmaktadır. Kavramda yer alan yaratıcılık, özgünlük kavramını çağırırsa da maddi kaygı ve endüstrileşme ile bir arada düşünülemeyecek bir kavramdır. Yaratıcı ürünler, ticari kaygılardan arındırılmış ürünler olarak düşünülebilir ancak yaratıcı endüstri ile birlikte bu kavramın algılanışı ve niteliği de farklılaşmıştır (Arslan, 2017, s. 110).

İngiliz Dijital, Kültür, Medya ve Spor Departmanı'nın (DCMS), raporuna göre ise yaratıcı endüstriler bireyselliği ön planda tutmakta, yetenek ve yaratıcılığı desteklemektedir. Bunun yanında, Telif hakları ile korunan

içerikleri de destekleyerek istihdam ve refahın da üretiminde rol almaktadır. Kültür endüstrisi sadece sanat ve sanatla alakalı ürünleri ifade ederken yaratıcı endüstri sanat ve bununla ilgili ürünlerin yanı sıra dans, görsel sanatlar, kuyumculuk vb. zanaat ürünleri de kapsamına alarak gelişen teknoloji ve dijitalleşmenin de katkısıyla yeni ekonomilere istihdam ve yaratıcılık kaynağı olmuştur (DCMS, 2001, s. 57).

Yaratıcı Endüstrilerin Kültürü Araçsallaştırması

Kültür kavramı, tarih boyunca farklı şekillerde tanımlanmış, bu tanımlar dönemler ve bireyler arasında da farklılık göstermiştir. Jan Van Dijk ise dijital çağ içerisinde kültürü, bilgi ürünleri ve iletişim kanalları aracılığı ile gelecek nesillere aktarımı sağlanabilecek her türlü işaret ve eseri üreten insanların belirli bir yaşam biçimi olarak tanımlamaktadır (2006, s. 190). Toplumların tükettiği kaynakların değişimiyle paralel olarak bu tüketimden doğan ürünlerde de farklılık göstermiştir. Girdilerin değişmesi çıktıların değişimini, bu da yaşam biçimi değişikliğini beraberinde getirmiş ve dijital çağda dijital sonuçlar gündeme gelmiştir.

Dijitalleşme, yapısı gereği bilginin üretim ve tüketiminde büyük bir hızlanmayı sağlamıştır. “Hız” tercih sebebi hâline gelmiş ve “hızlı” ürünlerin tüketimi artarken hız açlığı yatışamaz duruma gelmiştir (Van Dijk, 2005, s. 193). Bu durum, hemen her türlü metanın tüketiminde asli unsur ve aranan özellik hâline gelerek bir kültür oluşturmuştur.

Kültür endüstrileri ve yaratıcı endüstriler, kültürel meta üretimini büyük / küçük fark etmeksizin tüm işletmelerin asli faaliyeti hâline getirmiştir. Ürün ve hizmet akışında iletişim teknolojileri kilit rol üstlenir durumdadır. Van Dijk, dijital kültür ile birlikte ifade miktarının katlanarak arttığını belirtmektedir. Bu durum, üretim, iletim ve değişim hızı noktasında da geçerli olmaktadır. Kültür, her anlamda bir patlama yaşamaktadır. Anlamlardan ziyade metaların öncelendiği kültür, her an daha fazla araçsallaşarak ölçülebilir bir niteliğe bürünmektedir. Dijitalleşmenin bir neticesi olan kültürel araçsallaştırma, yaratıcı endüstri faaliyetlerinin gördüğü maddi destek ile daha da artmış, toplumsal yapı ve iş dünyasının büyük bir kesiminde yaygınlaşmıştır (Van Dijk, 2006, s. 190).

Dijitalleşmeyle birlikte yeni medya teknolojileri ve sosyal medya uygulamalarının gelişmesi ile paralel olarak ortaya çıkan ağ toplumu, bambaşka bir kültürün eseri hâline gelmiştir. Ağ toplumunda bireyler daha özgür ve aktif gibi görünse de sosyal davranışların izleri ve etkilerinin anlaşılması zor olmaktadır (Van Dijk, 2006, s. 191). Kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstrilerin tahakkümü altındaki birey, farkına varmadan nesnelere kültürün araçsallaşmasına aracı olmaktadır.

Yaratıcı endüstri, kullandığı yöntem, teknik, program ve uygulamalarla eserleri araçsallaştırmaktadır. Yaratıcı faaliyet olarak gösterilebilecek film, müzik vb. eserlerin araçsallaştırılması, yaratıcılıktan azadedir ve özgünlüğün kaybına sebep olmaktadır (Van Dijk, 2006, s. 193).

Bilgisayar teknolojileri temelde “bite” ve “byte”lardan oluşmaktadır. Görünürde karmaşık olan bu yapı, yaratıcı endüstri faaliyetlerini “bite” ve “byte” düzeyine indirgeyerek kültürel dokuları ortadan kaldırmaktadır. En ufak kültürel anlam parçacıkları dahi çözülerek anlaşılır hâle getirilerek hedeflenen toplumsal yapıya doğru bir adım daha atılmakta ve edilgen bir toplum üretilmektedir. Bu yeni sistemde kültürün sadece bir araç olduğu söylenebilir.

Yaratıcı Endüstrilerin Hedeflediği Kültür ve Yaratığı Toplum

McLuhan'ın ifade ettiği gibi (2019, s. 68), Batı toplumlarında bireysellik ön plana çıkarken, doğu toplumlarında birlik ve topluluk önemlidir. Bu farklılıklar, kültürel ve tarihsel faktörlere dayanır. Batı toplumları, Antik Yunan ve Roma dönemlerinde bireysel özgürlükler ve haklar gibi kavramlar üzerine inşa edilmiştir. Batı toplumları, Rönesans, Aydınlanma ve Endüstri Devrimi gibi dönemlerde değişim ve yenilikler yaşayarak bireysel özgürlüklerin ve hakların korunması ve geliştirilmesi için mücadele etmişlerdir. Doğu toplumları ise genellikle kolektivist yapıya sahiptir. Bu toplumlarda, bireyler, aileleri, toplulukları veya ulusları ile bir bütün olarak ele alınır ve bu bütünlüğün korunması önemlidir. Doğu toplumları, uzun bir tarihe ve geleneklere sahip oldukları için, toplumda var olan hiyerarşi, aile değerleri ve toplumsal normlar gibi unsurların korunmasına özen göstermektedir. Batı toplumları, görsel uyaranlara daha çok tepki verirler ve görsel uzamın önemi daha yüksektir. Bu da Batı kültürlerinde sanatın, moda ve popüler kültürün önemli bir yer tutmasına neden olmaktadır. Doğu kültürlerinde ise müzik, dans, ritüeller ve semboller gibi görsel olmayan unsurlar daha önemlidir. Sonuç olarak, kültürler arasındaki farklılıklar, tarih, coğrafya, dil ve gelenekler gibi birçok faktöre bağlıdır ve her kültür kendine özgü bir yapıya sahiptir. Bu farklılıkları anlamak, üretilen içeriklerin yayılımı ve tüketimi noktasında da ciddi bir öneme sahiptir.

Horkheimer (2018, s. 153), bireyin tarihsel bir varlık olarak anlaşılması, sadece insan türünün duyuşsal varoluşu değil, aynı zamanda kendi bireyselliğinin farkında olduğu ve kendi kimliğini taşıdığı bilincine sahip olduğu anlamına geldiğini belirtmektedir. Günlük hayatta, bireyler dış görünüşleriyle ilgili olarak birçok mesaja ve uyarana maruz kalırlar. Bu uyarıcıların en büyük kaynağı, dijital ortamdaki reklam içerikli görüntülerdir. Bu nedenle, tüketim faaliyetleri dış görünüşle birlikte insanın iç dünyasına da nüfuz eder. Toplumsal yapı içinde bağlı bulunan kültür, bireyleri kültür tüketicileri ve taşıyıcılarına dönüştürür.

Toplumsal yapı içinde bireylerin dış görünüşleri, kültürel kodların etkisi altında şekillenir. Bu kodlar, tüketicilik kültürü aracılığıyla bireylerin zihinlerine yerleştirilir ve reklamlar, medya, popüler kültür ürünleri gibi araçlarla sürekli olarak yenilenir. Bu süreçte bireyler, belirli bir toplumsal norma uygun görünmek için bu kültürel kodları takip etmeye mecbur hissederler. Bu nedenle, bireysellik ve kişisel kimlik yerini daha çok toplumsal kabul edilebilirlik ve kalıplara uyum sağlama çabasına bırakır. Ancak, bu durumda bireylerin özgünlüğü kaybolabilir ve toplumda benzer yüzlerce insan arasında kaybolabilirler.

Dijital çağa bireyler, kültürel tüketimin içinde aktif bir rol üstlenmek yerine pasif bir konumda yer alarak, kültürel değişim sürecinin bir izleyicisi hâline gelirler. Bu durum toplumsal yaşamın her alanında gözlemlenebilir ve bireyler, sürece dâhil olma gücünü kaybederler. Dijital iletişim bireyleri hem kullanıcı hem de müşteri konumuna getirirken, bireyler maruz kaldıkları uyarılar açısından belirli bir sınırlama içinde kalırlar. Bu sınırın dışına çıkarak farklı bir deneyim yaşama imkânları da sınırlıdır (Çakır, 2014, s. 325).

Son zamanlarda, vatandaşlık kavramı toplumsal yaşamdaki yaratıcı bir eylem olarak değerlendirilmeye başlamıştır ve bireyler de zamanla buna uyum sağlamaktadır. Bu süreç, kültürel tabakaların her birinde yer alan bireylerin kimlik yaratımına dâhil olmasını sağlamıştır. Küreselleşme ve medyanın etkisiyle bireyin özel kişiliğiyle kamusal kişiliği arasındaki ayrım belirsizleşmiş ve karmaşık hâle gelmiştir (Hartley, 2005, s. 111). Bu değişimin temelinde ise postmodernliğin tüketimi bir yaşam biçimi hâline getirmesi yatmaktadır. Fiziksel nesnelerin yerini soyut unsurların tüketimi almış ve tüketilen şeyler arasında vaatler, umutlar, imajlar ve yeni yaşam biçimleri gibi unsurlar yer almıştır (Hatıpler, 2017, s. 44).

Endüstrileşen tüketim ve postmodern vaatler, bireylerin yaşamındaki bolluk ve konfor arzusunu artırmıştır. Hartley (2005, s. 9), bu durumu "seyirci turizmi" olarak adlandırmış ve yeni medya tüketimini "özelleştirilmiş, etkileşimli bir ortaklık" olarak tanımlamıştır. Bu model, disiplinli endüstriyel iş gücünün kitlesel eğlenceleri tüketmesine değil, farkındalık, yakınlık ve bilinçli seçimlere dayalı bir ortaklığa dayanmaktadır. Bu durum kitlelerin pasifliğine değil, katılımcılığına vurgu yapmaktadır (Hartley, 2005, s. 9).

Bugünün dünyasında, medya küresel şirketler tarafından kontrol edilmektedir ve medyanın kültürlerin oluşumunda, mevcut kültürlere etkisi olmakta ve onlara tepki verebilmektedir (Çelik, 2009, s. 30). Endüstrilerin tüketime yönlendirdiği kalıplar, bireyleri belirli bir yaşam tarzını benimsemeye zorlamaktadır. Bireyler, tüketim eylemini gerçekleştirirken bu zorlamayı fark etmezler ve kendilerine özgü kararlar aldıklarını düşünürler. Ürünlerin satın alınmasıyla, bireyler o ürünün üretildiği ülkenin kültürel değerlerini benimseyen bir yaşam tarzına adım atmış olurlar. Bu durumun medya yansımaları ise, bu konuda güç merkezi hâline gelmiş ülkelerin medya aracılığıyla yansıttığı ve inşa etmeye çalıştığı merkezi bir toplumsal yapıdır.

Hartley (2005, s. 112), postmodern eğlenceyi, bireyin ekran karşısında kendini inşa etmesi olarak yorumlamaktadır. Örneğin ABD'de Fox TV kanalında yayınlanan 6-13 yaş arası çocuklara yönelik yaratıcı bir kimlik tasarımı programı ya da American Idol gibi katılımcıları yıldızlaştırmayı vaat eden bir yarışma programı kültürel bir öğrenme görevi üstlenmektedir. Dolayısıyla bireylerin yaşamlarının ve geniş çaplı eğlencelerinin önemli bir bölümünü oluşturan "gerçeklik" in gerçek ve hayâli biçimleri arasında bir tür ilişki vardır. Bireyler ekran karşısında kimlik oluşumuna dâhil olurlar (Hartley, 2005, s. 112).

Eğlence gibi görünen bu durum, bireyleri daha çok tüketici ve pasif hale getirmektedir. Yaratıcı endüstri araçlarının sunduğu benlik ve kişiliğe ilişkin aktarımlar, dünya kültürüne de homojen bir şekilde yansır. Gösteri dünyasının dijital olanakları en çok sınıf atlama fikriyle, görünür Amerikan Rüyasını gerçekleştirmek isteyen bireyleri desteklemektedir (Sennett, 2017, s. 16). İnsanların işyeri dışındaki duyuşsal yaşamları üzerinde en etkili olgu, yüksek teknoloji veri aktarımı, küresel borsa ya da serbest ticaretten ziyade küreselleşme ve yeni kapitalizmin zamansal boyutudur (Sennett, 2017, s. 25).

Televizyonun kendisi görüntünün bir tezahürüdür ve bu beyaz cam, birey ile yaşamı arasına girer. Bu durum öyle bir hâl alır ki, eğlence amaçlı kullanılan bir meta, kişinin kendi hayatından daha gerçek bir konum bulur. Ellul'a (2017, s. 180) göre "İnsanın hayatında kullanabileceği en güçlü uyuşturucu televizyondur çünkü insan ekranın karşısına oturduğu anda hayatını bir kenara bırakarak kendisini bambaşka bir dünyanın içinde bulur. Birey, belli bir gerçeklik yaşanırken doğrudan sahnedeymiş gibi kendini orada hisseder ve toplumsal uygunluk nesnesi hâline geldiği için bu etki kaçınılmazdır." (Ellul, 2017, s. 207, 209).

Bireylerin kısa vadeli planlarla günlerini geçirmeye çalışmaları, karakterlerine yönelik bir dönüşümün etkisi altında kalmalarına neden olmaktadır. Adorno'ya (2017, s. 25) göre, bu durum bireylerin özel yaşamlarının bile araçların ve acentelerin tekeline tabi hâle gelmesinden kaynaklanmaktadır. McLuhan ise (2019, s. 100) mevcut durumdaki bireylerin, özellikle de gençlerin, herhangi bir hedefi benimsemekten uzaklaştığını belirtmektedir. Ona göre, toplumsallaşan bireyler kendi benliklerini anlamak yerine bir rol talep etmektedir. Bu durum, dünya genelinde hemen hemen herkesin maruz kaldığı bir şeydir ve bireylerin benimsediği kültürler de birbirinden ayırt edilemeyecek hâle gelmektedir.

Küresel Batı hegemonyası, bireylerin hayat tarzlarının tamamına sızarak gücünü göstermektedir. Medya tüketicileri, özellikle Amerikan yaşam tarzının en normal ve doğal kültür olarak algılanmasına maruz kalmaktadır. Pasifleşen doğaları nedeniyle, bireyler en kolay yoldan kendilerini bu yaşam tarzına benimseyebilirler. Sonuç olarak, farklı görüntülere sahip olsalar da küresel Batı yaşam tarzının temsilcisi olan evrensel insanlar ortaya çıkmaktadır.

YÖNTEM

Araştırma Problemi ve Gerekeçesi

Yaratıcı endüstriler, kültürü ve yaratıcılığı teknolojik araçlarla birleştirerek üretim yapma felsefesine sahiptir. İletişim teknolojileri gibi yeni teknolojiler aracılığıyla kültürel unsurlarla birlikte ekonomik bir çıktı oluşturmayı amaçlamaktadır. Ancak, teknolojinin kullanımı üzerinden yıllardır tartıştığımız Kuzey-Güney veya Doğu-Batı ayrımları, teknik ve kültürel farklılıkları ortadan kaldırmamıştır. Yani, teknolojiyi üretenin kültürel üretimini sağladığı düşüncesi, günümüzde de iletişim teknolojilerinin hâkimiyet kurduğu ortamda geçerlidir.

Bu çalışmanın temel hedefi, Batı kökenli bir şirket olan Netflix'in Türkiye'de yayınlanan içerikleri üzerinden, yaratıcı endüstrilerin küresel düzeyde ürettiği kültürün kaynaklarını ve ideolojik boyutunu araştırmaktır. Araştırma, aşağıdaki soruları sorma amacıyla yürütülmüştür:

Yaratıcı endüstriler:

- Netflix aracılığıyla, Batı kültürünü üretmekte midir?
- Kültür aracılığı ile güncel bir toplumsal yapı oluşturma amacı taşımakta mıdır?
- Küresel kültüre ve bireye yaklaşımı tek boyutla sınırlandırmakta mıdır?
- Kültür endüstrisi gibi işlev görmekte midir?

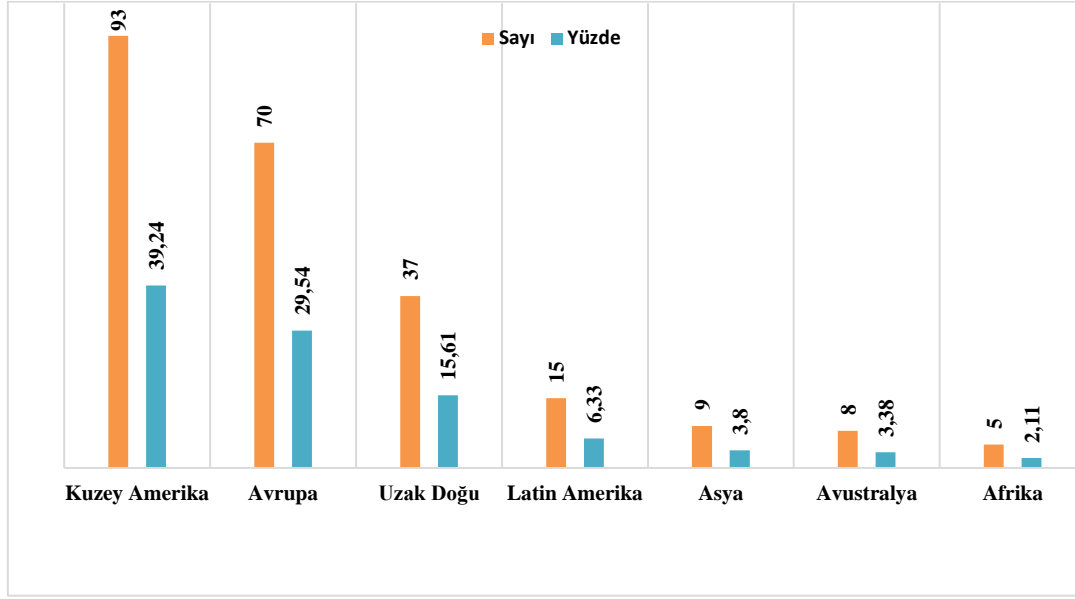
Araştırma Yöntemi, Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmada, yaratıcı endüstri kavramı üzerine odaklanılarak Netflix Türkiye içerikleri üzerinden bir nicel içerik analizi yapılmıştır. Çalışmada, kültürel ve ideolojik boyutları olan yaratıcı endüstri kavramı, kültür politikalarının toplum ve birey üzerindeki etkilerini içeren kuramsal bir çerçeveye oturtulmuştur. Netflix Türkiye'de 2018-2019 yılları arasında yayınlanan 205 kurgusal dizi örneklem alınarak içerikler, yapım şirketleri, baskın kültür, güç ve eşitlik dengesi ile kolektiflik ve bireysellik dengesi kategorileri altında analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı, Netflix Türkiye üzerinden yaratıcı endüstrilerin küresel düzlemde nasıl bir kültürel çevre inşa etmeye çalıştığını ortaya koymaktır. Bu 205 dizi yapımının 1'er bölümü izlenirken, 5 dizi yapımının aranan verinin tek bölüm izlenerek elde edilememesi nedeniyle 2'şer bölümü izlenmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Netflix Türkiye Dizi Yapım Şirketlerinin Bölgesel Görünümü

Netflix Türkiye üzerinden yapılan bu çalışmada, örneklem olarak seçilen 205 dizi içerisinde yer alan yapım şirketlerinin bölgesel dağılımı incelenmiştir. Şekil 1'de gösterildiği gibi, bu şirketlerin çoğunluğu Kuzey Amerika (özellikle ABD) ve Avrupa ülkelerinde yer almaktadır. 205 dizinin 15'i iki ayrı yapım ortaklığında, 3'ü üç ayrı yapım ortaklığında ve biri ise 4 ayrı yapım ortaklığında hazırlanmıştır, bu nedenle toplam yapım şirketi sayısı 238 olarak belirlenmiştir. Bu veriler neticesinde Netflix Türkiye yapımlarının coğrafi konumlanışı hakkında bilgi edinilmiştir.



Şekil 1. Yapım Şirketlerinin Bölgesel Konumlanışı.

Netflix, ABD merkezli bir şirket olduğu için, Kuzey Amerika'nın en önde gelen pazarları arasında yer alması anlamlıdır. Ancak, bu durumun arkasında ABD'nin siyasi ve ticari olarak birçok alanda öncülük etme üstünlüğü de yatmaktadır. Özellikle film ve dizi yapım-dağıtım şirketleri gibi sektörlerde, ABD'nin önde gelen konumu bilinmektedir. Bu durum, Forbes tarafından yıllık olarak yayınlanan Global 2000 listesinde de medya ve eğlence sektöründeki şirketlerin çoğunun ABD merkezli olmasından anlaşılmaktadır (Forbes, Global 2000, 2020).

Avrupa, medya ve eğlence sektöründe hala Batı'nın (Kuzey Amerika dâhil) egemen olduğunu gösteren ikinci sırada yer almaktadır. Bu kavram ilk kez İngiltere'de 1990'larda ortaya atılmış ve buna ilişkin raporlar hazırlanmıştır. Avrupa, yaratıcı endüstriler için içerik oluşturma ve istihdam yaratma açısından önemli bir bölgedir ve bu endüstriler, Avrupa'da yeni istihdam olanakları yaratmış ve toplam bütçenin %4,2'sini oluşturmuştur. Bu çalışma, ilgili raporları doğrular niteliktedir. Ayrıca, Şekil 1'deki veriler, Avrupa'nın yaratıcı endüstrilerden beslendiğini ve kültürünü ticarileştirerek küreselleştirdiğini göstermektedir.

Avustralya kıtasının özel durumu, coğrafi bağlamda verilerde anlamsızlık yaratsa da ülke olarak bakıldığında anlamlı veriler sunmaktadır. 205 dizi içerisinde Avustralya menşeli şirketlerin sayısı 8 olarak bulgulanmıştır. Avustralya, geliştirdiği tekno-siyasi politikalarla hem teorik hem de pratik düzeyde yaratıcı endüstri kavramının ortaya çıktığı bir ülke olarak dikkat çekmektedir (Dursun, 2018, s. 166). Şekil 1'de görüldüğü üzere Asya ve Afrika kıtalarının verilerinde anlamlılık görülmektedir. Dolayısıyla bu kıtalarda işbu kategori özelinde henüz bir gelişme görüldüğü söylenemez.

Medyanın gücü, sınırları olmayan bir evrende bireyler üzerinde küresel güçlerin etkisini artırmıştır. Bireyler, medya yoluyla dünya genelindeki olaylara vakıf olabilir ve kendi gündemlerini belirleyebilirler. Örneğin, ABD merkezli CNN muhabirleri, yalnızca ABD haberlerini değil, istedikleri herhangi bir yerden haber yapabilir ve kendi filtrelendirdikleri görüşlerini dünyaya yayabilirler. Medya artık küresel bir olgudur (Çakır, 2014, s. 302). Bu nedenle, medyanın sunmak istediği dünya görüşü tamamen kendi inisiyatifindedir ve özgün bir tutum beklenemez.

Netflix Türkiye Dizi Yapımlarında Baskın Kültürün Görünümü

Küreselleşme ve kitle iletişim araçlarının gelişimi, sınırları ortadan kaldırmış ve toplumsal ve kültürel etkileşimi artırmıştır. Bu durum, küresel kültürün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Küresel kültür, coğrafi bölgeler veya fiziksel konumlarla bağlantılı olmaksızın, her yerde her şeyin benzer olması veya aynı olması durumudur. Bu kültürün ortaya çıkması, benzer giyim tarzlarına, aksesuarlara, eşyalara sahip olmaya, benzer konutlarda yaşamaya, simgesel değeri değişmeyen otomobillere sahip olmaya ve zenginliği gösteren büyük ve ışıltılı konutlara sahip olmaya neden olmuştur. Şehir yaşamı, sokak görünümleri ve kuş bakışı görüntüleri ciddi benzerlikler göstermektedir. Kültürel göndermeler de belirsizleşmektedir (Rauner, 1997, s. 465).

Bireyler medya endüstrilerine maruz kaldığında, büyük ölçüde o kültürün etkisi altına girme eğilimindedir ve bu kültürü yansıtmaya ve yayma konusunda çaba sarf ederler. Dijital teknolojinin emperyalist bir şekilde kültürleri

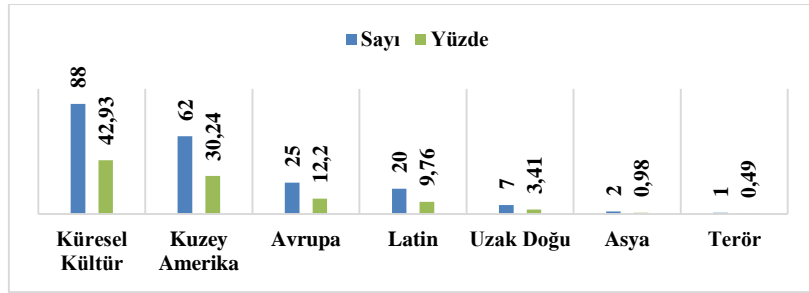
yayması, bireylerin seçim yapma özgürlüğünü bile azaltabilmektedir. Görsel ve işitsel yollarla yayılan kültürel hegemonya, insan davranışları, istekleri ve inançları kadar sahip olunan kültürü de etkileyebilir.

Kültürel hegemonya, sadece belirli fikirlerin yayılmasını değil, bir toplumun tüm yaşam biçimini etkileyen bir durumdur. Kültürler, küresel kültür politikaları çerçevesinde kendi özelliklerini vurgulama amacıyla hegemonya oluşturma yarışına girmektedir. Kültürel hegemonya genellikle görsel iletişim araçları aracılığıyla aktararak sunulur ve eğlence odaklıdır. Kültürler, kendilerine özgü ifade biçimlerini sunarlar ve insanların bu biçimlere uymasını beklerler. İstenen kültürün benimsenmesi beklenir ve aksi takdirde bu durum anormal olarak kabul edilir (Çakır, 2017, s. 313).

Postmodernizm, kapitalizmin anlaşılması ile hâlâ ilişkilidir. Bu durumun temelinde, özel sermayenin egemenliğindeki bir dünya düzeni yatmaktadır. Özellikle eğlence sektörü ve boş zaman aktiviteleri, özel şirketlerin tekeline girmesiyle postmodern dünya düzeni ile kapitalizm arasındaki bağı güçlendirmektedir (Bocock, 2005, s. 40). Bu nedenle, Batı'nın eğlence sektöründeki konumu küresel ölçekte etkili sonuçlar doğurur ve toplumların yaşam tarzlarında değişimlere neden olabilir.

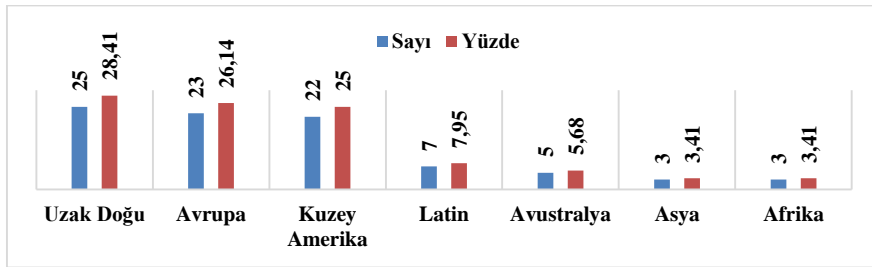
Batı kültürünün küresel ölçekte etkili olması, kültürlerin kendi içinde farklı bir form kazanmasına sebep olmuştur. Bu sonuç, Batı yaşam tarzından ziyade kendine has bir küresel kültürdür. Dizilerin kültür aktarımında önemli bir rolü olduğu düşünüldüğünde, Batı kaynaklarının hakimiyetiyle kültürlerin Batı tarzından etkilendiği açıkça görülebilir. Bu durum, farklı görümlere ve dillere sahip, kopyalanmış postmodern bireylerin ortaya çıkmasına sebep olur.

Araştırmanın analizine göre, Netflix Türkiye'de yer alan 205 dizi örneğinin kategorileri küresel, Kuzey Amerika, Avrupa, Latin Amerika, Uzak Doğu, Asya ve son olarak terör kültürü olarak altı farklı kategoriye ayrılmıştır. Küresel kültür kategorisi kıtalararası bir kategoriye ifade ederken, Latin Amerika kültürü hem Akdeniz kültürüne ait ülkeleri hem de Latin Amerika kıtasındaki öğeleri kapsamaktadır.



Şekil 2. Netflix Türkiye Dizilerindeki Baskın Kültürün Görünümü.

Şekil 2'ye bakıldığında, %42,93 ile (n=88) en baskın kültürün "Küresel Kültür" olduğu görülmektedir. Akabinde sırasıyla Kuzey Amerika ve Avrupa kültürü, %30,24 (n=62) ve %12,2 (n=25) oranlarla yer almaktadır. Uzakdoğu yapımları sayıca fazla olsa da %3,41 oranıyla (n=7) kültürel bağlamda etkili olmadığı söylenebilir. Avustralya'nın ve Afrika'nın ise kültürel yayılım noktasında diziler bağlamında etkili olmadıkları görülmektedir.



Şekil 3. Netflix Türkiye Dizilerindeki Küresel Kültürün Bölgelere Göre Dağılımı.

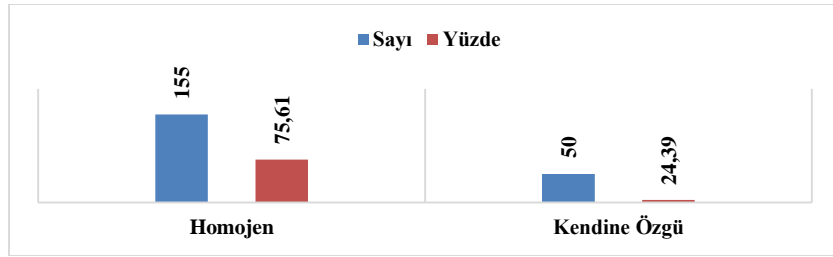
Küresel kültür kategorisine dâhil edilen içeriklerdeki ürün yerleştirmelerinin çoğunluğunun Batı menşeli olması dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra, Batı'ya özgü yaşam tarzlarının diğer bölgelerde de sıklıkla vurgulandığı görülmüştür. Örneğin, Güney Kore yapımı bir dizide Belçika menşeli Godiva çikolatasının en iyi çikolata olarak sunulması, Uzak Doğu yapımı bir dizinin tamamen Amerikan futbolu üzerine kurulu olması, Asya yapımı bir dizide kriketin yerel sporları arasında gösterilmesi ve tenisin en önemli spor olarak vurgulanması

tesadüf değildir. Ayrıca içeriklerde tenisteki en iyi atışın "Batı vuruşu" olarak adlandırılması ve en kaliteli müziğin "Batı müziği" olarak gösterilmesi, Uzak Doğu yapımı dizilerde de sıkça karşılaşılan özelliklerdir.

Örneğin, dünya genelinde yayınlanan dizi içeriklerinin birçoğunda Mercedes, prestij sembolü olarak ortak bir tema haline gelmiştir. Ayrıca, Ford, Audi, Volkswagen, Fiat, Jeep, Toyota, Volvo ve BMW markaları da tüm kültürlerin içeriklerinde baskın olarak yer almaktadır. Güney Kore menşeli KIA ve Hyundai marka otomobiller ise sadece Güney Kore yapımı içeriklerde dikkat çekmektedir. Nike, Adidas, Converse, Skechers ve Reebok marka giyim ürünleri özellikle Uzak Doğu yapımı içeriklerde genç yaşam tarzının bir parçası olarak vurgulanmaktadır. Öte yandan, Living with Yourself gibi bir ABD yapımında Güney Koreli karakterlerin Starbucks bardağından kahve içmesi ve yine aynı yapımında Honda marka otomobilin taksi olarak kullanılması, Batı kültürüyle Doğu kültürü arasındaki farklılıkları açıkça göstermektedir.

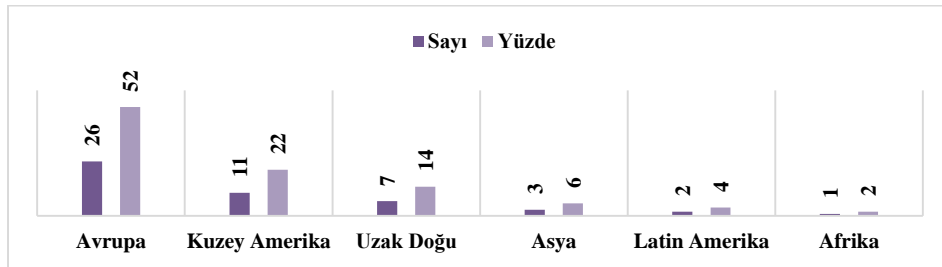
İçeriklerin sunumu, kültürlerin benimsenmesi açısından önemli bir faktördür. Basit anlatımla her yerde aynı şekilde sunulan içeriklerin sonucu, benzer yapımların hafızalarda soru işareti bırakmayacak kadar benzer kalmasıdır. Kültürel homojenlik, özgünlükten uzaklığı ifade eder. Postmodernlik, bir akım olarak, modernliğin yarattığı kuralcılığın ve karmaşanın üstüne çıkarak kendini daha basit göstermeye çalışırken kültürel anlamda homojenlik en çok bu akıma dayanır (Harvey, 2010, s. 136). Kültür unsurunun en açık şekilde görüldüğü içeriklerin özgün olanlar olduğu söylenebilir ve postmodern bir yapıyla hemhâl olan global kültürden nispeten ayrı konumlanmaktadır.

Postmodernlik, yerel, bölgesel ve ulusal boyutta maskeleyme ve üstü kapalı işlemlerin kabul edilmesini ve yüceltilmesini istemektedir. Bu durum, kültürlerin iç içe geçmesi ve postmodernizmin dayandığı evrensellik ön plana çıkararak kültürlerarası iletişimi veya etkileşimi yansıtmaktadır. Netflix Türkiye içerikleri, belirli bir bölge kültürüne dayanmak yerine daha çok karma ya da postmodern bir kültürel aktarım sunmaktadır. Bu konuda ilgili veriler Şekil 4'te yer almaktadır.



Şekil 4. Netflix Türkiye Dizilerinde Kültürü Sunma Şekli.

Şekil 4'e bakıldığında %75,61 oranla kültürel açıdan homojen bir dağılım olduğu söylenebilir (n=155). Homojen dağılımın yüksek olmasının sebebi hem küresel kültür içeriklerinin hem de Kuzey Amerika menşeli yapımların sayısının yüksekliği olarak gösterilebilir. Kuzey Amerika ülkelerinin kültürel homojen yapısının da bu tablonun oluşmasında katkısının olabileceği söylenebilir.



Şekil 5. Netflix Türkiye Dizilerindeki Özgünlüğün Bölgesel Görünümü.

Özgünlük kategorisine bakıldığında ilk sırayı Avrupa yapımlarının aldığı görülmektedir (n=26). Avrupa'yı Kuzey Amerika (n=11) takip ederken, en düşük orana Afrika'nın (n=1) sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.

Netflix Türkiye aracılığıyla Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzak Doğu kültürlerinden öğelerin birleştirilerek Türkiye'ye aktarılması, yaratıcı endüstrilerin coğrafi olarak geliştiği ülkelerin kültürlerini diğer ülkelere ticari bir yaklaşımla yaydıklarını göstermektedir. Yani, yaratıcı endüstrileri elinde tutan coğrafyalar, kendi kültürlerini pazarlayarak dünya kültürünü kendi kültürleriyle dönüştürmektedir.

Netflix Türkiye Dizilerindeki Güç İlişkilerinin Temsili ve Bireyin Konumu

“Ben” demeyi öğrenmek, bireyin kendisini bir varlık olarak konumlandırma çabasının başlangıcını oluşturur. Bu bilinç, Batı toplumlarında daha belirgin bir şekilde ortaya çıkar; ancak ilkel insanlarda bu denli yoğun bir şekilde bulunmaz. Batı uygarlığı, bireyselliği bir güç göstergesi olarak sunarak küresel bir modele dönüşmüştür. (Horkheimer, 2018, s. 153-154)

Yaratıcı endüstri çalışmaları, kültür endüstrisi kavramının soyut kültür paradigmasından ayrılarak bireylerin toplum hayatında aslı bir unsura dönüşeceğini ve daha aktif olarak varlığını sürdüreceği iddia ederek aktif bir birey vaat etmektedir. İzlenme oranları, takipçi ve beğeni sayıları gibi yeni medya araçlarının interaktif doğası, bu iddianın bir örneği olarak gösterilebilir (Demir, 2014, s. 92, 101). Buna mukabil, ulaşılan hedef, yola çıkılardan epey uzaktadır.

Dijital medyanın dizi içerikleri, televizyon yayınlarının izlenmesi gibi bireyin dış dünya ile olan bağlantısını kurmasına yardımcı olur. Batı kültüründe, görsel ve ses dünyası sayesinde varlığını tesis eden bu yayınlar, bireyler tarafından benimsenir ve hatta onların bir uzantısı haline gelir. Dizi içerikleri, bireylerin olaylara tanıklık etmiş gibi hissetmelerine olanak tanıyarak, aktif bir rol üstlendikleri hissine kapılmalarına neden olur ve böylece bireyler Batı yaşam tarzında aktif bir şekilde yer alırlar (McLuhan, 2018, s. 125).

Ellul (2017, s. 180) tarafından da belirtildiği gibi, insanların evleri artık birer dekor sahnesine dönüşmüştür. Dizi karakterleri ve kendi hayatlarını çalışma gereği duymadan sürdüren insanlar, doğrudan seyirciye ulaşan görüntülerle bir perde haline gelir. Bu, toplumsal tabakada taklit edilme arzusunu uyandırır ve bireyleri giderek daha pasif hale getirir. Ancak bazen bireyi rahatlatan ve kendi benliği olmadan da pasifleşmesine yol açan bir duruma dönüşür, çünkü artık çaba sarf etmeye gerek yoktur. Bireylerin film kahramanlarında ve dizi karakterlerinde gördükleri yaşam tarzı ve duruş, onların kendi günlük yaşamlarında kullanabilecekleri ve kendi hayatlarını yaşıyor gibi hissedebilecekleri birer kalıp hâline gelir. Sonuç olarak, tüm bu görüntüler bireyde başlar ve bireyde son bulur (Adorno, Horkheimer, 2014, s. 207; McLuhan, 2018, s. 125).

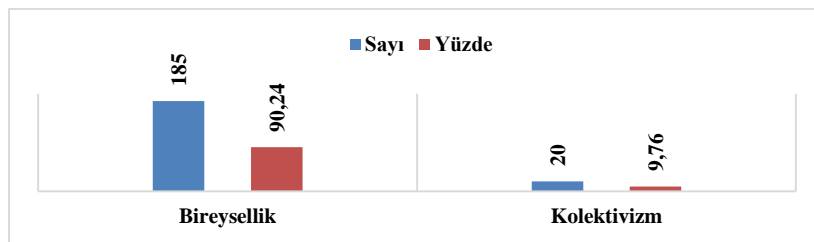
Araştırmada analiz edilen 205 yapımın büyük çoğunluğu Kuzey Amerika ve Avrupa kökenlidir, bu da Batı düşüncesinin bireyin konumlandırılmasında etkili olduğunu göstermektedir. Bu durum, kapitalizmin bireyi yalnızlaştırması ve toplumsal bağları zayıflatması gibi bir eğilimi yansıtmaktadır. Araştırmada, yapımların bireyleri nasıl konumlandığını anlamak için güç dengesi, bireysellik ve kolektivizm eksenine odaklanılmıştır.

Netflix Türkiye içerikleri incelendiğinde (Şekil 6), yapımların büyük ölçüde bireyi eşitlikten uzaklaştırarak bireysel güç merkezleri haline getirdiği görülmektedir. Eşitlik vurgusu ise oldukça azdır.



Şekil 6. Netflix Türkiye Yapımlarının Bireysel Anlamda Güç Dengesi Görünümü.

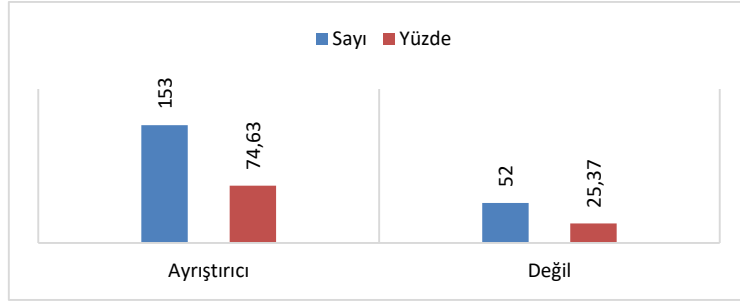
Bireyselliğin merkeze alındığı yaşam tarzının sunumunun dizilerde yoğun şekilde yer aldığı görülmektedir. Şekil 6 ve 7'deki oranlar incelendiğinde sonuçlar neredeyse aynı durumdadır. Bireyin, tamamen kendi başına hareket etmesi, her durumda aile bağı, devlet veya grup aidiyetini önemsememesi fikri yeniden üretilmektedir.



Şekil 7: Netflix Türkiye Dizilerinin Bireysellik-Kolektivizmin Görünümü.

Yaratıcı endüstriler, mevcut kırılğan durumu pekiştirerek hiçbir olumlu sonuç üretmeden sürdürmektedir. Netflix Türkiye'deki içerikler, bireysellik düşüncesine aşırı vurgu yaparak bireyi pasifleştirmeye odaklanıyor gibi görünüyor. Bu durumun temeli, kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstrilerin, bireysellik algısını pekiştirerek, insanları pasif hale getirme eğiliminde olmalarından kaynaklanmaktadır.

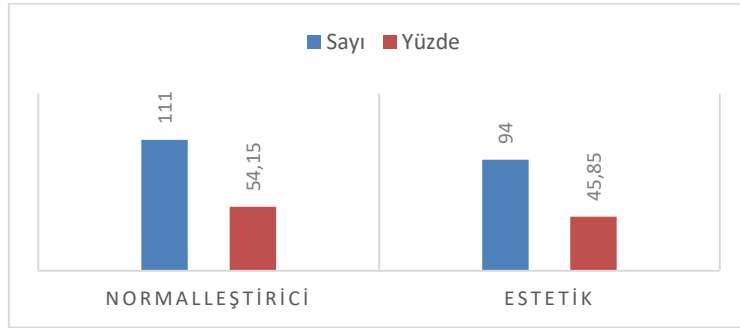
İncelenen yapımlardaki ayırım sebebi ögeler Şekil 8'de ortaya koyulmaktadır. Grafiğe bakıldığında, bireyin çok ciddi bir oranda (%74,63) ayrıştırıcıya maruz kaldığı, yalıtıldığı görülmektedir (n=153). Birey, yalıtılarak komün yaşam tarzından uzaklaştırılarak sunulmaktadır. Oluşturulan personalar, kendi ortamlarında dahi ötekileştirici tavırlarla karşı karşıya bırakılmaktadır. Sadece %25,37'lik (n=52) oranın ise ötekileştirici tutumla karşı karşıya kalmadığı görülmektedir.



Şekil 8: Netflix Türkiye Dizilerinin Ayrıştırıcılık Açısından Görünümü.

Netflix Türkiye dizileri içinde şiddet içeren yapımların sayısı oldukça fazladır. Bu diziler, şiddeti ya açıkça ya da örtük bir şekilde sunmaktadır. Normalleştirici kategoriye giren yapımlar, güç ve şiddeti normalleştirerek ya da sıradanlaştırarak sunarken, genellikle yüksek oranda fiziksel şiddet ve kanlı görüntüler içerirler. Diğer yapımlarda ise güç ve şiddet sezgi yoluyla aktarılmakta ve rahatsız edici görüntülerden kaçınılmaktadır. Şekil 9'a göre, yapımların %54,15'i (111) güç ve şiddeti normalleştirici bir şekilde sunarken, geri kalan %45,85'i (94) ise şiddet ve gücün estetize edilerek sunulmaktadır.

Bu durum, günümüzde yaşamın her düzeyindeki şiddeti normalleştirerek anlamlı kılmaktadır. Hem gerçek gündelik yaşamda hem de kurgusal gerçeklikte, sürekli bir şiddet vardır. Bireylerin şiddet tutumları, kurgusal gerçekliğe yansıtıldığı gibi, kurgusal gerçekliğin barındırdığı şiddet de gündelik gerçekliğe dönüşmektedir. Bu durum, içinden çıkılması zor bir ikilem olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 9: Netflix Türkiye Dizilerinin Şiddeti Sunma Şekli Açısından Görünümü.

SONUÇ

Batı medyasının daha gelişmiş olması, kültür endüstrisini ve ardından yaratıcı endüstrileri güçlendiren önemli faktördür. Bu nedenle Batı, küresel bir güç olarak yayılmaya eğilimlidir. Özellikle görsel medya aracılığıyla Batı kültürü merkezli bir dünya sunulmaktadır. Kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstriler arasındaki ayırım da kültürel farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Yaratıcı endüstrilerin kavramsal niteliği, kültürleri daha sistematik olarak kodlanabilir nesnelere dönüştürmüştür. Artık sadece sanat eserleri değil, bir toplumun tüm yaşam biçimleri yaratıcı endüstrilerin kapsamındadır. Yaratıcı endüstri kavramı artık, endüstrileşen kültürün ticari faaliyetlerini ifade etmektedir.

Batı merkezli olarak araçsallaştırılan yaratıcı endüstri kavramının Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'da yüksek bir oranda faaliyet gösteren kuruluşlarla sınırlı kalması, kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstrilerin Batı medyasının güçlenmesine bağlı olduğunu göstermektedir. Batı, özellikle eğlence sektöründe faaliyet göstererek, dünyayı eğlendirirken kendi kültürünü de yansıtmaya imkânına sahip olmaktadır.

Netflix, son zamanlarda yaratıcı endüstri olarak en büyük güç hâline gelmiştir. ABD merkezli olan bu yayın hizmeti, internete bağlı binlerce cihaz üzerinden kullanıcılara ödüllü diziler, filmler, belgeseller ve daha fazlasını izleme imkânı sunmaktadır. Netflix, reklam içermeyen platformu aracılığıyla sınırsız sayıda dizi, film, belgesel ve program sunmaktadır. Apple, Amazon, Disney, Marvel ve YouTube gibi rakip platformlara karşı mücadele veren Netflix, bu pazarda önemli bir paya sahiptir. Parrot Analizlerinin Küresel Televizyon Talebi Raporu'na göre, 2018'de Netflix'in pazar payı %71'e ulaşmıştır.

Netflix, farklı ülkelerde ağlar kurarak yönetim yapılanmasını esnek hâle getirmiştir. Bu durum, şirketin sahip olduğu fiziksel altyapıdan çok daha önemli bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Netflix, her ülke için farklılaşan bir yayın politikası uygulayarak kültürel üretimini küresel bir seviyeye taşımaktadır. Şirket, Uzak Doğu ülkelerine de yayılarak dijital büyüme pastasından payını almayı hedeflemektedir.

Netflix, kullanıcılarına sunduğu içeriklerde doğrudan veya dolaylı mesajlar vererek, sadece bir seyir deneyimi sunmanın ötesinde, kendisini bir jenerik marka olarak konumlandırmayı hedeflemektedir. Farklı kültürlerden içerikler üretmesine rağmen, bu içeriklerde yansıtılan kültür gerçekçi bir şekilde yansıtılmamaktadır. Bunun nedeni, küreselleşme ve postmodernizmin, tüm yapımların birbirine benzer hâle getirerek, küresel bir kültürel yapı oluşturmasındadır. Bu kültürel yapı, Netflix'in Batı kültürü süzgecinden geçmesiyle şekillenmektedir.

Netflix, Türkiye içeriklerinde bireyleri güçlü ve yalnız bir şekilde işlerken, aile veya toplum yapısından ayrı bir şekilde ele almaktadır. Mücadele unsuru, içeriklerde ve bireylerin yaşamlarında büyük yer tutmaktadır. Ancak, adaletin ve eşitliğin altının çizildiği yapımlarda değinilmesi noktasında anlamlı bir farklılıktan söz edilememektedir. Bu bağlamda, global ölçekte tek başına, mücadelecisi ve sosyal yaşamdan azade birey unsurunun küreselleştirilmeye çabaladığını söylemek yanlış olmayacaktır.

KAYNAKLAR

Adorno T. (2017). *Minima moralia* (çev. Orhan Koçak, Ahmet Doğukan). Metis Yayınları.

Adorno T, Horkheimer M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği* (çev. Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan). Kabalcı Yayıncılık.

Aslan G. (2017). Yaratıcı endüstrilerin yükselişi: Geçmiş, bugün ve gelecek. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 109-122.

Bocock R. (2005). *Tüketim* (çev. İrem Kutluk). Dost Kitabevi Yayınları.

Çakır M. (2004). *Görsel kültür ve küresel kitle kültürü*. Ütopya Yayınevi.

Çelik H. (2009). *Televizyonda yayınlanan magazin programlarında tüketim kültürü olgusu* [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].

Deloitte Touche Tohmatsu Limited. (2019). Building the creative economy. UK.

Demir E. M. (2014). Yaratıcı endüstriler. *İlef Dergisi*, 1(2), 87-107.

Department For Culture, Media and Sport. (2001). Annual report 2001-2004. Norwich.

Dursun O. (2018). Yaratıcı endüstrilerin aşkınsal alanda görünümü: Yaratıcı endüstrilerin yaşam dünyasının sömürgeleştirilmesine etkisi. *Moment Dergi*, 5(2), 144-173.

Ellul J. (2017). *Sözün gözden düşüşü*. (çev. Emre Can Ercan). Sentez Yayınları.

Elsevier Editorial. (2016). Introduction: Mapping cultural intangibles. *City, Culture and Society*, 7, 1-7.

- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMWi). (2017). Annual economic report: For inclusive growth in Germany and Europe. January.
- Forbes, GLOBAL 2000: The world's largest public companies. Erişim: forbes.com/global2000/#36130292335d
Erişim tarihi: 06.08.2020
- Hartley J. (2005). *Creative industries*. Blackwell Publishing.
- Harvey D. (2019). *Postmodernliğin durumu* (çev. Sungur Savran). Metis Yayınevi.
- Hatipler M. (2017). Postmodernizm, tüketim, popüler kültür ve medya. *Bilgi*, 34, 32-50.
- Horkheimer M. (2018). *Akıl tutulması* (çev. Orhan Koçak). Metis Yayınevi.
- McLuhan M. (2009). *Yaradığımız medya* (çev. Ünsal Oskay). Nora Kitap.
- Rauner F. (1997) Industrial Culture and its implication for a development concept for a "culture of manufacturing". *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 13, 464-472.
- Sennett R. (2017) *Karakter aşınması* (çev. Barış Yıldırım). Ayrıntı Yayınları, 2017.
- United Nations. (2008). Creative economy report 2008 - The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making. *Geneva*, UNCTAD/DITC/2008/2.
- United Nations. Creative economy report 2013 special edition – Widening local development pathways. Geneva, UNDP/UNESCO, 2013.
- Van Dijk J. (2006) *The network society: Social aspects of new media*. SAGE Publications Ltd.

RUMİNATİF DÜŞÜNCE BİÇİMİ VE DÜŞÜNCE EYLEM KAYNAŞMASININ YAŞANTISAL KAÇINMAYLA İLİŞKİSİ¹

Ali ŞİK², Sabahattin ÇAM³

Makale Bilgisi

Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1228760

Makale Geçmişi:

Geliş 03.01.2023

Kabul 31.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Yaşantısal Kaçınma,

Ruminasyon,

Düşünce Eylem Kaynaşması.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinde yaşantısal kaçınma ile ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşması değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemek ve ilgili değişkenlerin yaşantısal kaçınmanın yordanmasındaki katkılarını ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın örneklemini Çukurova Üniversitesi'nde öğrenim gören 806 (525 kadın, 281 erkek) lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmaya ilişkin veriler; Kabul ve Eylem Formu-II (KEF-II), Kısa Form Ruminasyon Ölçeği (KF-RÖ) ve Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği (DEKÖ) kullanılarak elde edilmiştir. Veriler, SPSS 21.0 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinden önce normallik ve doğrusallık sayılsını bozacak aykırı değerler Mahalanobis uzaklık değerlerine bakılarak belirlenmiş ve uç değerler veri setinden çıkarılmıştır. Veriler; Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı, Standart Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ve Adımsal Seçim Metodu (Stepwise) teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre ruminasyona ait saplantılı düşünme ve derin düşünme alt boyutları ile yaşantısal kaçınma arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Düşünce eylem kaynaşmasına ait DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak alt boyutları ile yaşantısal kaçınma arasında düşük düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Üniversite öğrencilerinde yaşantısal kaçınmanın anlamlı yordayıcılarının saplantılı düşünme (%35), derin düşünme (%3) ve DEK-Olasılık (%1) olduğu bulunmuştur. Bu üç değişken birlikte yaşantısal kaçınmanın %39'unu açıklamaktadır. Düşünce eylem kaynaşmasına ait DEK-Ahlak alt boyutunun ise üniversite öğrencilerinde yaşantısal kaçınmayı anlamlı düzeyde yordamadığı görülmüştür.

AN EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP OF RUMINATION AND THOUGHT ACTION FUSION WITH EXPERIENTIAL AVOIDANCE

Article Info

Research Article

DOI: 10.35379/cusosbil.1228760

Article History:

Received 03.01.2023

Accepted 31.05.2023

Keywords:

Experiential Avoidance,

Rumination,

Thought Action Fusion.

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the relationships between experiential avoidance, rumination and thought action fusion and to investigate rumination and thought action fusion as predictors of experiential avoidance among university students. The sample of the research consists of 806 (525 female, 281 male) undergraduate students studying at Çukurova University. The data related to the research was collected using the Acceptance and Action Questionnaire-II (AAQ-II), the Short Version of Ruminative Response Scale (RRS) and the Thought-Action Fusion Scale (TAFS). The data obtained in the study were analyzed using SPSS 21.0 statistical software. Prior to the data analysis, outliers that could affect normality and linearity were identified using Mahalanobis distance values. The extreme values were removed in the data analysis. Data was analyzed by using Pearson Product-Moments Correlation Coefficient, Multiple Linear Regression Analysis and Stepwise Method techniques. The result revealed that; experiential avoidance was positively and significantly correlated with brooding, reflection, likelihood and morality. Brooding, reflection and likelihood were significant predictors of experiential avoidance among university. Brooding was the most significant predictor for experiential avoidance. However morality did not emerge as a significant predictor for experiential avoidance.

¹ Bu çalışma birinci yazarın Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Haziran 2020 tarihinde tamamlanan yüksek lisans tezinden üretilmiş olup 07-10 Ekim 2021 tarihlerinde düzenlenen 22. Uluslararası Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nün 20/10/2022-E.534944 tarih-sayılı Etik Kurul kararı ile etik ilkelere uygun bulunmuştur.

² Uzman Psikolojik Danışman, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, alsk7@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-9010-1654

³ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, sabahcam64@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2262-6357

Alıntılanmak için/Cite as: Erkan, Z., Şık, A. ve Karataş, A. (2023). Ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşmasının yaşantısal kaçınmayla ilişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 485-496.

GİRİŞ

Bireyler yaşamları süresince baş etmekte zorlandıkları veya zorlanacaklarına dair inanç geliştirdikleri durumlardan kaçınma eğilimi gösterebilmektedirler. Yaşanan veya yaşanma ihtimali olan zorlayıcı durumlar, bireyleri onlarla karşı karşıya gelmemek için yollar aramaya iter. Öznel yaşantılarına temas etmekten kaçınan bireyin bu davranışı, bilinçli veya bilinçsiz nitelikte olabilmektedir. Yaşantılarıyla temas durumunda gerilim yaşayan birey, teması önlemek için çoğunlukla farkında olmadığı fakat bazen de bilinçli şekilde geliştirdiği davranış kalıplarını uygulamaya sokar. Foa, Sketee ve Young (1984); hoş olmayan durumların görmezden gelinmesi, unutulması veya çarpıtılmasını yaşantısal kaçınma olarak tanımlamışlardır. Yaşantısal kaçınma, duyguları bastırma veya kontrol etme girişimleri gibi içsel olaylara temas etmekten kaçınmayı ifade eder (Hayes, 1987). Glick ve Orsillo (2011), istemli veya istemsiz olarak kontrol altına alma ve manipüle etmeye yönelik olan bu davranışların kaygı uyandırıcı durumlarla başa çıkmak için meydana geldiğini belirtmişlerdir. Birey, bu durumları yaşamaya isteksizdir. Bu durumlarla temas etmemek için kendini dahi yanıltacak stratejileri uygulamaya koyabilmektedir. Hayes ve Feldman'a (2004) göre dikkat dağıtma, inkar ve baskılama bireylerin gerilim yaratan durumlara karşı sergiledikleri kaçınmacı davranışlardır. Örneğin, birey üzüntü hissetmekten ya da başarısızlığı düşünmekten hoşnut olmadığı için bu yaşantıların varlığını yok sayabilir, kendini bu yaşantılardan uzaklaştıracak etkinlikler yapabilir veya bu yaşantıları deneyimlemeyi erteleyebilir (Yıldırım, 2019). Bu stratejilerin her biri, caydırıcı öznel yaşantılara teması engellemek adına ortaya konuldukları için yaşantısal kaçınma davranışları olarak adlandırılabilirler (Chawla ve Ostafin, 2007). Birey, bu yollara başvurarak anlık rahatlama ile günlük hayatına devam etme çabası içine girer. Kaygı durumu her ortaya çıktığında bu kaçınmacı davranışlar tıpkı bir ağrı kesici gibi kullanılır. Kısa süreli bir rahatlama hissi yaşansa da asıl problem olduğu yerde artarak varlığını korumaktadır. Bu durum, yaşantısal kaçınma davranışının bireyin hayatına beklediğinin tam tersi yönde etki ederek bir paradoks yarattığını göstermektedir. Yaşantısal kaçınma, öznel olaylara yönelik tepkisiz kalınması veya kasıtlı kontrol çabalarının ortaya konmasıyla zararlı etkilerin paradoksal olarak artmasına neden olabilmektedir.

Kaçınmacı davranışlar yaşam dengesini sarsar. Çünkü bazen zor duygular yaşam dengesi için önemli olabilmektedir ve sağlıklı davranış değişiklikleri genellikle başlangıçta psikolojik rahatsızlık yaratır (Hayes, Wilson, Gifford, Follette ve Strosahl, 1996). Bu nedenle, aşırı düzeydeki yaşantısal kaçınmanın, genel olarak daha yüksek psikopatoloji ve daha düşük bir yaşam kalitesi ile ilişkili olması muhtemeldir (Hayes ve diğerleri, 2004). Bal, Çakmak, Yılmaz, Tamam ve Karaytuğ'a (2015) göre yaşantısal kaçınma, psikolojik rahatsızlığı doğuran psikolojik katılıklardandır ve bu katılık bireyin inandığı değerler doğrultusunda yaşamasına engel olur. Özellikle bireyin kendine ve öznel yaşantılarına yönelik olumsuz değerlendirmeleri ve aşırı düzeyde yaşanan bilişsel karışıklık; düşünceye, duygusal baskıya ve öznel yaşantıları düzenlemeye yönelik çeşitli verimsiz girişimlere yol açar. Sonuç olarak, kişisel olaylar karşısında gerekli aksiyonların alınmaması söz konusu hale gelir (Hayes ve diğerleri, 2004). Deneysel çalışmalar da yaşantısal kaçınmanın, kaçınma davranışıyla hedeflenen tersine artan temas veya uzun vadede ortaya çıkan zorluklar nedeniyle etkisiz bir başa çıkma yöntemi olduğunu göstermektedir (Gámez, Chmielewski, Kotov, Ruggero ve Watson, 2011). Bunun yanı sıra yaşantısal kaçınma, çeşitli klinik problemler ve bozukluklarla ilişkilendirilmiştir. Bu durumla ilgili Barlow, Allen ve Choate (2004) yaşantısal kaçınmanın önlenmesi veya azaltılmasının duygudurum ve anksiyete bozukluklarının tedavisi için temel bir bileşen olduğunu belirtmişlerdir.

Kaçınmacı davranışların görünen ve öncelikli etkileri genellikle olumludur. Örneğin, bilişsel dikkat dağıtma veya diğer düşünce bastırma biçimlerinin anlık etkileri, kaçınılan olayın etkisinde bir azalma yaratır ancak zamanla kaçınılan düşüncenin sıklığı artar (Gold ve Wegner, 1995). Uzun vadede bir artışa yol açan bu kısa vadeli azalma etkisi, değişime oldukça dirençli olabilen ve kendi kendini besleyip güçlendiren bir döngüyü kolaylıkla meydana getirebilir.

Zorlayıcı durumlarla karşı karşıya gelmek ve onlarla temas halinde kalıp mücadele etmek yaşamın her alanında gelişim sağlamanın en önemli yollarındandır. Kaçınmacı birey, gerilimden kaçma stratejilerini uygulamaya koyarak bireysel gelişiminin de engellenmesine neden olur. Bazı durumlarda birey, zorlayıcı olayla temas etmemek ve potansiyel bir mücadeleyi olabildiğince ertelemek için düşünme eylemini devreye sokabilmektedir. Durum üzerinde sıkça düşünceler geliştirip herhangi bir eylemde bulunmamak da yaşanacak yoğun gerilime temas etmemek için bir yol olabilmektedir. Bu noktada karşımıza çıkan ruminasyon kavramı, zihnin tek bir obje veya fikirle sürekli ve yoğun bir şekilde meşgul olma durumunu içerir (Rachman, 1971). Derinlikli, kendini tekrar eden ve zihninden atılamayan bir yapıda olan ruminasyon, işlevsiz bir düşünce biçimini ifade eder. 1970'lerde travma sonrası stres bozukluğuna (TSSB) yönelik yapılan çalışmalarda araştırmacılar; genellikle kontrol edilmesi zor olan ve bastırma için yoğun bir çaba gerektiren, kişinin eylemlerini isteği

dışında kontrol eden tekrarlayan düşünceler olarak tanımladıkları bu durumu anlatmak için zorlayıcı/girici ruminasyon terimini kullanmışlardır (Clark ve Rhyno, 2005). Depresif düşünceler olarak gördüğü ruminasyonu nitelemek için Rippere (1977) de süregelen ve kendini tekrarlayan sıfatlarını kullanmıştır. Birçok farklı yazar tarafından tanımlanan ruminasyonun genel özellikleri farklı psikopatolojik koşulları merkezine alan içsel, kontrol edilemez, geri döndürülemez ve tekrarlayıcı olmasıdır (Brinker ve Dozois, 2009).

Düşünme becerisini işlevsiz hale getiren etmenlerden olan ruminasyon, düşüncenin etkin gücünü pasifize eden bir yapıya sahiptir. Ruminatif düşünce biçimine sahip bireyler yaşantılar üzerine istemsizce derin düşüncelere dalarak bu düşünceleri zihinlerinden atmakta ve değişim için harekete geçmekte zorlanırlar. Rachman (1971); ruminasyonu, zihnin tek bir özne ya da fikirle sürekli meşgul olması şeklinde açıklamıştır. Ruminasyon; derin, kendini tekrar eden ve kişinin zihninden atamadığı bir yapıda olan işlevsiz bir düşünce biçimini ifade eder. Bireyin genellikle kendi başına gerçekleştirdiği bilişsel bir süreç olan ruminatif düşünce ‘‘Olayları neden daha iyi idare edemiyorum?’’, ‘‘Olaylar neden hep benim başıma geliyor?’’ ve ‘‘Neden böyle hissediyorum?’’ gibi farklı sorularında ortaya çıkabilmektedir (Bugay ve Erdur-Baker, 2015). Wells (2011) ise, ruminasyonu depresyon ve anksiyeteye ilgili ‘‘Eğer...?’’ ve ‘‘Neden böyle hissediyorum?’’ gibi soruları cevaplamaya çalıştığı aşırı kavramsallaştırılmış işlemler olarak tanımlamıştır.

Ruminasyon, olumsuz düşünceleri daha yoğun şekilde harekete geçirir (Koç, 2017). Olay veya durumla ilgili değerlendirme yapan birey olumsuz yanlara odaklanarak bir kısır döngüye girer. Aksöz-Efe (2018), ruminasyon tepkilerinin yaşanan olumsuz olaylar ile pozitif bir ilişkisinin olmasını, bireylerin olumsuz yaşantılar sonucunda içsel dünyalarına dönerek başa çıkma yöntemi olarak ruminasyon yaptıkları şeklinde açıklamıştır. Ruminasyon kavramıyla ilgili Nolen-Hoeksema, Wisco ve Lyubomirsky (2008); olumsuz ruh hali ve depresif belirtilerin nedenleri, anlamları ve sonuçları üzerine odaklanan negatif ve tekrarlayıcı bir düşünce şekli olduğu yönünde bir tanımlama yapmışlardır. Burhanoglu (2016) da bu tanımlamayı destekler biçimde ruminatif bireylerin geçmişi değerlendirirken olumsuz yaşantıları daha çok hatırladıklarını, yaşantılarının çoğunlukla olumsuz durumlardan oluştuğunu düşündüklerini, başarıları küçümseme ve hataları genelleme gibi çarpıtılmış yorumları sıkça yaptıklarını ifade etmiştir. Ayrıca, ruminatif düşünceden doğan geleceğe dair umutsuzluk ve kendini değerlendirmedeki olumsuzluk eğilimlerinin birçok yazar tarafından depresyonla ilişkilendirildiğini belirtmiştir.

Bir düşünceyle sürekli olarak meşgul olan bireyler bazen de düşünce gücüne olağan dışı önemler atfedebilmektedirler. Bu atf, zihinde beliren düşüncenin eylemi doğuracak veya eylem kadar etkili olacak güce sahip olmasını içerebilmektedir. Düşüncelerin, eylemlere yol açabileceği veya eylemlere eşdeğer olduğuna dair inançları ifade etmek için düşünce eylem kaynaşması kavramı kullanılmaktadır. Düşünce eylem kaynaşması, düşüncelere abartılmış sorumluluklar yükleyerek düşünceleri yaşananlardan sorumlu tutar veya eylemi gerçekleştirmiş gibi görülmesine neden olur. Zihinsel olaylar ve açık davranış arasındaki ilişki hakkında yanlış ve uyumsuz inançları içeren, özellikle kabul edilemez düşüncelerin (örneğin; ebeveynle seks yapma, evin yanması hakkında düşünme) söz konusu davranışı sergilemeyle eşdeğer tutulduğu ya da o olayın gerçekleşme olasılığını artıracığını düşündüren bir dizi bilişsel çarpıtma olarak tanımlanır (Berle ve Starcevic 2005; Shafran, Thordarson ve Rachman, 1996).

Düşünce eylem kaynaşmasının ahlak ve olasılık olmak üzere iki boyutu vardır. Rachman, Shafran, Mitchell, Trant ve Teachman’a (1996) göre bireyler, düşüncelerinin kötü bir sonuç verebileceğine inanırlarsa, bu tür düşüncelere sahip olmanın ahlaken yanlış olduğunu düşünebileceklerini belirtmektedir. Bu durum, düşünce eylem kaynaşmasına ait boyutların farklı kavramlar olsalar da birbirleriyle ilişkili olabileceklerini göstermektedir. Ahlaken kabul edilmez olmayan bir durumu akıldan geçirmek veya birine zarar vermeyi düşünmek, davranışı yapmakla eşdeğer tutulur (Çiftçi ve Kuru, 2013). Berle ve Starcevic (2005) de düşünce eylem kaynaşmasını, bireylerin belirli düşüncelerin ahlaksızlığı ima ettiğini ya da felaket olasılığını artırdığını varsayma eğilimi olarak tanımlamışlardır. Düşünce eylem kaynaşması bazen olumlu durumlarla ilgili olabilmesine rağmen (örneğin, piyangoyu kazandığını düşünmenin kazanmayı olası hale getirileceğine dair bir inanç) kavramın negatif yönlerinin Obsesif Kompulsif Bozukluk’a daha yakın olduğu düşünülmüştür. Örneğin bir anne, çocuğunu bir demiryolu hattına itmeyi düşünmesinin bu eylemi yapmış olması kadar kötü olduğuna inanabilir (Sillence, 2010). Kavram, saplantılı düşüncelere sahip olan insanlarla yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Bu bireyler incelendiğinde abartılı bir sorumluluk duygusuna sahip oldukları ve ilgisiz dış güçlerden meydana gelen olaylara içsel atıflar yaptıkları görülmüştür (Rachman, 1993).

Berle ve Starcevic (2005) örnek olarak düşünce eylem kaynaşmasının; bir bireyin ‘‘Babam yaşıyor ve yakında ölebilir’’ gibi bir düşüncesi varsa, bunu ‘‘Bu düşüncem babamın ölüm riskini artırdı’’ şeklinde yorumlamasına neden olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte düşünce eylem kaynaşması, bir inanç stili olarak da düşünülebilir. Çünkü birey, düşünce gücünün olayları ortaya çıkma olasılığını artırdığına dair genel bir inanç

geliştirir. Çoklu çalışmalardan elde edilen bilgileri inceleyen araştırmacılar, düşünce eylem kaynaşmasının hem bir değerlendirme biçimi hem de kalıcı inanç olarak var olabileceğini belirtmişlerdir. Piri ve Kabakçı (2007) ise, düşünce eylem kaynaşmasını obsesif problemlerin gelişmesinde etkisi olduğu düşünülen bir bilişsel yanlılık olarak görmüştür. Tıpkı ruminasyon gibi düşünce eylem kaynaşmasının da obsesif problemlerde etken role sahip olduğu düşünülmektedir.

Literatür incelendiğinde yaşantısal kaçınma ve ruminasyonun birbirleriyle ilişkilerinin incelendiği sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir (Neziroğlu, 2010; Cowdrey ve Park, 2012; Cernvall, Skogseid, Carlbring, Ljungman, Ljungman ve von Essen, 2016; Esen, 2017). Ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşması gibi zihinsel süreçleri içeren işlevsiz bir yapıyı ifade eden yaşantısal kaçınmanın, düşünce eylem kaynaşması ile ilişkisini gösteren herhangi bir araştırmaya ise rastlanmamıştır. Bilişsel becerilerin üst düzeye ulaştığı dönemlerden olan yükseköğretim düzeyindeki bireylerin bilişsel yapılarındaki işlevsizlikleri anlamak ve söz konusu ilişkinin üniversite öğrencilerinin oluşturduğu örnekleme araştırılması büyük önem arz etmektedir. Bununla birlikte yaşantısal kaçınmanın açıklanmasında ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşmasının etkisini inceleyen herhangi bir çalışmaya da rastlanmamıştır. Bu nedenlerden dolayı; yaşantısal kaçınma, ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşmasının birbirleriyle ilişkisini açıklamak; yaşantısal kaçınmanın ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşması tarafından ne oranda yordandığını incelemek bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Ruminatif düşünce biçimi ile yaşantısal kaçınma arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
2. Düşünce eylem kaynaşması ile yaşantısal kaçınma arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşması yaşantısal kaçınmayı ne oranda yordamaktadır?

YÖNTEM

Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nün 20/10/2022-E.534944 tarih-sayıli Etik Kurul kararı ile etik ilkelere uygun bulunmuştur. Araştırma; ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşmasının yaşantısal kaçınmayı ne derece yordadığını inceleyen yordayıcı korelasyonel desen ile yürütülmüştür. Araştırmanın yordayıcı değişkenleri; ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşmasıdır. Araştırmanın yordanan değişkeni ise yaşantısal kaçınmadır. Araştırma, tüm aşamalarıyla bilimsel etik ilke ve kurallara uygun bir şekilde yürütülmüştür.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evreni, Çukurova Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans öğrencileridir. Farklı program ve sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerden kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemiyle 811 öğrenciye ulaşılmıştır. Bunlardan beşinin ölçüm sonuçları uç değer olduğundan örneklemden çıkarılmıştır ve sonuçta 806 öğrenci çalışma grubunu oluşturmuştur. Çalışmaya katılan öğrencilerin yaşları 17 ile 42 arasında değişmektedir ($\bar{x}=20,7$). Çalışma grubunu oluşturan 806 öğrencinin 525'i (%65,1) kadın, 281'i (%34,9) erkektir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada yaşantısal kaçınma değişkenine ilişkin veriler Kabul ve Eylem Formu-II (KEF-II), ruminasyon değişkenine ilişkin veriler Kısa Form Ruminasyon Ölçeği (KF-RÖ), düşünce eylem kaynaşmasına ilişkin veriler ise Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği (DEKÖ) kullanılarak elde edilmiştir. Ayrıca katılımcıların fakülte, bölüm, sınıf düzeyi, yaş ve cinsiyet bilgileri toplam üç sayfalık ölçeklerin ilk sayfasının üst kısmında ayrı bir bölüm içinde istenmiştir.

Kabul ve Eylem Formu-II (KEF-II): Bond, Hayes, Baer, Carpenter, Guenole ve Orcutt, (2011) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması Yavuz, Iskin, Ulusoy, Esen ve Burhan (2016) tarafından yapılmıştır. KEF-II Türkçe formu için yapılan iç tutarlılık analizinde Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0.84 olarak bulunmuştur. Ayrıca 60 gün arayla yapılan test-tekrar test güvenilirlik analizinde Pearson korelasyon katsayısı 0.85 olarak saptanmıştır. Yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi'ne göre ölçeğin yedi maddeden oluştuğu ve tek faktörlü yapıda olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin ölçüt geçerliği çalışması için KEF-II'nin Ruminatif Düşünce Biçimi Ölçeği ve Durumluk Sürekli Kaygı Envanteri-II arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile incelenmiştir. Buna göre KEF-II'nin RDBÖ ($r=0.57$) ve Durumluk-Sürekli Kaygı Envanteri-II ile ($r=0.67$) orta dereceli ilişkiler saptanmıştır. Çalışmada KEF-II toplam puanları ve yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ölçekten alınan puanlar cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Ölçekten alınan yüksek puan, yüksek düzeyde yaşantısal kaçınmayı ifade etmektedir.

Bu çalışmanın yapıldığı örneklem üzerinde KEF-II'nin madde toplam puan korelasyon değerleri .53 ile .65 arasında değişmektedir. Ayrıca ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .84 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, KEF-II'nin bu örneklemde güvenilir ölçüm yaptığını göstermektedir.

Kısa Form Ruminasyon Ölçeği (KF-RÖ): Nolen-Hoeksema ve Morrow tarafından geliştirilen Ruminatif Tepki Ölçeği'nin kısa formu Treynor, Gonzalez ve Nolen-Hoeksema (2003) tarafından ölçeğin orijinalinde yer alan depresif semptomlara benzer maddelerin çıkarılmasıyla elde edilen 10 maddeden oluşturulmuştur. Ölçeğin kısa formu saplantılı düşünme (brooding) ve derin düşünme (reflection) alt boyutlarına sahiptir. Saplantılı düşünme ve derin düşünme alt boyutlarının her ikisi de beşer maddeden oluşmaktadır. Treynor ve arkadaşları (2003; akt; Erdur-Baker ve Bugay, 2012), derin düşünmenin olumsuz ruh halini hafifletmek için kullanıldığını, saplantılı düşünmenin ise olumsuz bir çağrışımı olduğunu ve karamsar kalmayı ifade ettiğini belirtmişlerdir. Ölçeğin kısa formuna ait Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Erdur-Baker ve Bugay (2012) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin yakınsak geçerlik çalışmasında ise, ölçeğin puanları ve Ruminasyon Ölçeği Uzun Formu ile Beck Depresyon Envanteri toplam puanları arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Analiz sonucunda korelasyon değerlerinin .50 ve .91 arasında değiştiği görülmüştür. Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısının ölçeğin tümü için .85, derin düşünme alt boyutu için .77 ve saplantılı düşünme alt boyutu için ise .75 olduğu belirlenmiştir. Yapılan analizler, Kısa Form Ruminasyon Ölçeği'nin (KF-RÖ) Türk kültüründe kullanılabilir olacak geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın yapıldığı örneklemde KF-RÖ tüm ölçek için madde toplam puan korelasyon değerlerinin .17 ile .62 arasında değiştiği görülmektedir. Tüm ölçeğe ait Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .78 olarak bulunmuştur. KF-RÖ saplantılı düşünme alt boyutuna ait madde toplam korelasyon değerlerinin .29 ile .56 arasında değiştiği ve Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısının da .67 olduğu bulunmuştur. Derin düşünme alt boyutu için madde toplam korelasyon değerlerinin .24 ile .56 arasında; Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısının da .68 olduğu hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, KF-RÖ'nün bu örneklemde güvenilir ölçüm yaptığını göstermektedir.

Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği (DEKÖ): Shafran, Thordarson ve Rachman'ın (1996) düşünce ve eylemin psikolojik karışmasını ölçmek için geliştirdiği ve orijinal ismi Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği (DEKÖ) olan ölçek 19 maddeden oluşmaktadır. Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlama çalışmasını Yorulmaz, Yılmaz ve Gençöz (2004) yapmıştır. Çalışma sonucunda ölçeğe ait Olasılık-kendisi ve Olasılık-diğerleri alt ölçeklerinin tek bir yapıda oldukları, dolayısıyla DEKÖ'nün üç faktörlü yapıya sahip orijinalin aksine iki faktörlü (DEK-Ahlak, DEK-Olasılık) yapıda olduğu belirlenmiştir. DEK-Ahlak alt boyutu 12, DEK-Olasılık alt boyutu ise 7 maddeden oluşmaktadır. DEK-Ahlak alt boyutuna ait Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0.85, DEK-Olasılık alt boyutuna ait Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0.92 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin tümüne ait iç tutarlılık katsayısı ise .86 olarak hesaplanmıştır. DEKÖ puanları ile obsesif-kompulsif belirtiler arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Ölçekten alınan yüksek puanın, daha yüksek düşünce eylem kaynaşmasını göstermektedir.

Bu çalışmanın yapıldığı örneklem üzerinde DEKÖ tüm ölçek için madde toplam puan korelasyon değerleri .32 ile .61 arasında değişmektedir. Tüm ölçeğe ait Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .88 olarak bulunmuştur. DEK-Ahlak alt boyutu için madde toplam puan korelasyon değerleri .33 ile .68 arasında değişmekte; Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .88'dir. DEK-Olasılık için madde toplam puan korelasyon değerleri .60 ile .82 arasında değiştiği ve Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısının da .91 olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar, DEKÖ'nün bu örneklemde güvenilir ölçüm yaptığını göstermektedir.

İşlem

Araştırmanın verileri; 2019-2020 eğitim öğretim yılının Güz döneminde Çukurova Üniversitesi'nin farklı fakültelerinden oluşturulan örneklem grubundan toplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler için gerekli izinler alındıktan sonra ölçeklerin uygulanmasına izin veren fakülterle gidilerek farklı bölümlerdeki öğretim elemanlarıyla görüşülmüştür. Ölçeklerin kendi sınıfında uygulanmasına gönüllü olan öğretim üyeleriyle birlikte belirlenen gün ve saatte belirlenen sınıfa gidilmiştir. Veriler araştırmacı tarafından toplanmıştır. Ölçekler uygulanmadan önce katılımcılara çalışmanın genel amacı ve toplanan verilerin nerede kullanılacağı hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Ölçeklerin uygulanma süresi 15 ile 25 dakika arasında değişmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde SPSS 21.0 istatistik programından yararlanılmıştır. Verilerin analizinden önce doğrusallık ve normallik sayılısını bozan uç değerleri (outlier) belirlemek için Mahalanobis uzaklık değerlerine bakılmıştır. Uç değer gösteren beş katılımcının verileri, veri setinden çıkarılmıştır. Araştırmanın yordayıcı değişkenleri olan saplantılı düşünme, derin düşünme, DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak ile

yaşantısal kaçınma arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu kullanılmıştır. Saplantılı düşünme, derin düşünme, DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak'ın hepsinin birlikte yaşantısal kaçınmayı ne kadar yordadığını belirlemek için Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır. Daha sonra her değişkenin yordamaya olan katkılarını belirlemek için Adımsal (Stepwise) Seçim Yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle hangi değişkenlerin yordanan değişkeni en iyi açıkladığı belirlenmiştir. Bu yöntemde amaç, yordanan değişkeni etkileyebilecek yordayıcı değişkenlerin neler olduğu teorik olarak belirlendikten sonra, bunlar arasından birbiriyle ilişkileri olmayan ve yordanan değişkeni en çok etkileyen değişkenleri belirlemektir. Adımsal seçim yönteminin en önemli yararı, çoklu doğrusal bağlantı sorununa çözüm getirmesidir (Işık, 2006, Akt; Kayaalp, Güney ve Cebeci, 2015). Analiz sonuçlarının yorumlanmasında 0.05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizleri sonucunda ulaşılan bulgular sunulmuştur.

İlişkilere Yönelik Bulgular

Kısa Form Ruminasyon Ölçeği'ne ait saplantılı düşünme ve derin düşünme alt boyutları, Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği'ne ait DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak alt boyutları ile Yaşantısal Kaçınma arasındaki ilişkilerle yönelik elde edilen korelasyon değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Saplantılı Düşünme, Derin Düşünme, DEK-Olasılık, DEK-Ahlak ve Yaşantısal Kaçınma Arasındaki İlişkilerin Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı Değerleri

Faktörler	1	2	3	4	5	\bar{x}	SS
1. Saplantılı Düşünme	1					11,56	2,84
2. Derin Düşünme	,50**	1				11,55	2,95
3. DEK-Olasılık	,18**	,13**	1			6,49	6,76
4. DEK-Ahlak	,12**	,09**	,27**	1		22,64	11,23
5. Yaşantısal Kaçınma	,59**	,45**	,22**	,10**	1	22,80	8,68

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

Tablo 1 incelendiğinde üniversite öğrencilerinin oluşturduğu örnekleme yaşantısal kaçınma ile saplantılı düşünme ($r = .59$) ve derin düşünme ($r = .45$) arasında pozitif yönde orta düzeyde; DEK-Olasılık ($r = .22$) ve DEK-Ahlak ($r = .10$) arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür ($p < 0.05$).

Çalışmanın yordayan değişkenlerinin kendi aralarındaki ilişkilere bakıldığında; saplantılı düşünme ile derin düşünme ($r = .50$; $p < .05$) arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Saplantılı düşünme ile DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak; derin düşünme ile DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak ve DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak arasında düşük düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu ilişkilerin katsayı (r) değerleri .09 ile .27 arasında değişmektedir ($p < 0.05$).

Yordamaya Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinden oluşan örnekleme yaşantısal kaçınmanın yordayıcıları olarak ele alınan değişkenlere ilişkin çoklu regresyon analizi yapılmış, sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Yaşantısal Kaçınmanın Yordayıcıları Olarak Ele Alınan Değişkenlere İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Faktörler	B	SH _B	β	t	p
Sabit	-1,409	1,181	-	-1,193	,233
Saplantılı Düşünme	1,419	,098	,465	14,434	,000
Derin Düşünme	,604	,094	,205	6,423	,000
DEK-Olasılık	,145	,037	,113	3,917	,000
DEK-Ahlak	-0,005	0,22	-,006	-,226	,821

$R^2 = 0,392$; Düzeltilmiş $R^2 = 0,389$; $F(4-801) = 129,312$, $p < .05$

Tablo 2'de regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayıları (β) incelendiğinde; saplantılı düşünme ($\beta = .46$, $p < .05$), derin düşünme ($\beta = .20$, $p < .05$) ve DEK-Olasılık'ın ($\beta = .11$, $p < .05$) üniversite öğrencilerinde yaşantısal kaçınmayı anlamlı düzeyde yordadığı görülmektedir ($F(4-801) = 129,31$, $p < .05$). Buna karşın DEK-Ahlak'ın ($\beta = -.006$, $p < .05$) yaşantısal kaçınmanın anlamlı bir yordayıcısı olmadığı görülmektedir. Bu araştırma kapsamında ele alınan değişkenlerin yaşantısal kaçınmanın %39'unu açıkladığı görülmektedir.

Saplantılı düşünme, derin düşünme ve DEK-Olasılık değişkenlerinin her birinin ayrı ayrı yaşantısal kaçınmayı açıklamaya katkılarına Adımsal Regresyon Analizi (Stepwise) ile bakılmıştır. Çoklu Regresyon analizinde görüldüğü gibi DEK-Ahlak'ın yaşantısal kaçınmanın anlamlı bir yordayıcısı olmadığı belirlenmiştir (bk. Tablo 1). Bu nedenle DEK-Ahlak değişkeni adımsal regresyon analizi modeline dâhil edilmemiştir.

Yaşantısal kaçınma ile en yüksek düzeyde korelasyona sahip olan saplantılı düşünme (bk. Tablo 1), modele ilk olarak alınmıştır. Saplantılı düşünmenin yaşantısal kaçınmayı yordamada standardize edilmiş regresyon katsayısı $\beta=0,589$ olarak bulunmuş, modelde yaşantısal kaçınma ve saplantılı düşünme ($t=20,67$; $p<0,05$) varken yapılan regresyon analizi sonuçları Şekil 1'de gösterilmiştir.

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		
	B	Standart Hata	Beta (β)	T	P
1 Sabit	2,041	1,034		1,973	,049
Saplantılı Düşünme	1,795	,087	,589	20,668	,000

Şekil 1. Model 1. Saplantılı Düşünme Modele Alındığında Ortaya Çıkan Regresyon Sonuçları.

İkinci modeli oluşturmak için saplantılı düşünme sabit tutularak yaşantısal kaçınma ile en yüksek korelasyon gösteren ikinci değişkenin belirlenmesi gerekmektedir. Yaşantısal kaçınma ile en yüksek korelasyona sahip ikinci değişken derin düşünmedir. Derin düşünme ($t=6,57$; $p<0,05$) modele dahil edilerek her iki yordayan değişken modelde iken yapılan regresyon analizi sonuçları Şekil 2'de gösterilmiştir.

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		
	B	Standart Hata	Beta (β)	T	P
1 Sabit	2,041	1,034		1,973	,049
Saplantılı Düşünme	1,795	,087	,589	20,668	,000
2 Sabit	-1,376	1,135		-1,213	,225
Saplantılı Düşünme	1,470	,098	,482	14,976	,000
Derin Düşünme	,622	,095	,212	6,571	,000

Şekil 2. Model 2. Saplantılı Düşünme ve Derin Düşünme Modele Alındığında Ortaya Çıkan Regresyon Sonuçları.

Şekil 2'deki sonuçlara bakıldığında derin düşünmenin modele dahil edilmesinden sonra saplantılı düşünmenin yaşantısal kaçınmayı yordamada standardize edilmiş regresyon katsayısı $\beta=0,482$ olarak hesaplanmıştır. Derin düşünmenin modele dahil edilmesiyle standardize edilmiş regresyon katsayısı $\beta=0,212$ olmuştur. Yordayan değişkenlerin anlamlılık düzeyi $p<0,05$ olduğundan derin düşünmenin modelde kalmasına karar verilmiştir.

Üçüncü modeli oluşturmak için saplantılı düşünme ve derin düşünme sabit tutularak yaşantısal kaçınma ile en yüksek korelasyon gösteren üçüncü değişken belirlenmiştir. Yaşantısal kaçınma ile en yüksek korelasyona sahip üçüncü değişken DEK-Olasılık'tır. DEK-Olasılık ($t=3,99$; $p<0,05$) modele dahil edilerek, her üç yordayan değişken modelde iken yapılan regresyon analizi sonuçları Şekil 3'te gösterilmiştir.

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		
	B	Standart Hata	Beta (β)	T	P
1 Sabit	2,041	1,034		1,973	,049
Saplantılı Düşünme	1,795	,087	,589	20,668	,000
2 Sabit	-1,376	1,135		-1,213	,225
Saplantılı Düşünme	1,470	,098	,482	14,976	,000
Derin Düşünme	,622	,095	,212	6,571	,000
3 Sabit	-1,490	1,125		-1,325	,186

Saplantılı Düşünme	1,418	,098	,465	14,451	,000
Derin Düşünme	,603	,094	,205	6,424	,000
DEK-Olasılık	,143	,036	,112	3,989	,000

Şekil 3. Model 3. Saplantılı Düşünme, Derin Düşünme ve Dek-Olasılık Modele Alındığında Ortaya Çıkan Regresyon Sonuçları.

Şekil 3'teki sonuçlara bakıldığında DEK-Olasılık değişkeninin modele dahil edilmesinden sonra saplantılı düşünmenin yaşantısal kaçınmayı yordamada standardize edilmiş regresyon katsayısı $\beta=0,465$; derin düşünmenin standardize edilmiş regresyon katsayısı $\beta=0,205$ ve DEK-Olasılık'ın standardize edilmiş regresyon katsayısının ise $\beta=0,112$ olduğu görülmektedir.

Modele dahil olan değişkenler tarafından yaşantısal kaçınmanın yordanmasına ilişkin Adımsal Regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Yaşantısal Kaçınmanın; Saplantılı Düşünme, Derin Düşünme ve DEK-Olasılık Tarafından Yordanmasına İlişkin Adımsal Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Değişkenler	B	SH _B	β	t	p	R	R ²	F	P
1	Sabit	2,04	1,03	-	1,97	0,49	,59	,35	427,15	0,000
	Saplantılı Düşünme	1,80	90	,59	20,67	,000				
2	Sabit	-1,38	1,13	-	1,21	,225	,62	,38	43,18	0,000
	Saplantılı Düşünme	1,47	10	48	14,98	,000				
	Derin Düşünme	62	,09	21	6,57	,000				
3	Sabit	-1,50	1,12	-	-1,32	,186	,63	,39	15,91	0,000
	Saplantılı Düşünme	1,42	10	46	14,45	,000				
	Derin Düşünme	60	09	20	6,42	,000				
	Yaşantısal Kaçınma	14	03	11	3,99	,000				

Üniversite öğrencilerinde yaşantısal kaçınmayı anlamlı düzeyde yordayan değişkenler sırasıyla saplantılı düşünme, derin düşünme ve DEK-Olasılık'tır. DEK-Ahlak değişkeni yaşantısal kaçınma ile anlamlı düzeyde ilişkili olmasına rağmen yaşantısal kaçınmayı anlamlı düzeyde yordayamamaktadır (bk. Tablo 2). Her bir yordayıcı değişkenin yaşantısal kaçınmayı tek başına açıklama gücünü görebilmek için Adımsal Regresyon Analizi sonucunda yaşantısal kaçınmayı yordayan en önemli değişken olarak saplantılı düşünme tek başına toplam varyansın %35'ini açıklamaktadır. Saplantılı düşünme, derin düşünme ile birlikte yaşantısal kaçınmanın %38'ini açıklamaktadır. Saplantılı düşünme, derin düşünme ve DEK-Olasılık değişkenlerinin hepsi birlikte toplam varyansın %39'unu açıkladığı bulunmuştur (bk. Tablo 3).

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgulara yönelik tartışma, sonuç ve önerilere yer verilmiştir. Araştırmada ruminatif düşünce biçimi ve düşünce eylem kaynaşmasının yaşantısal kaçınmayı ne derece yordadığı incelenmiştir.

Çalışma verilerinden elde edilen bulgulara bakıldığında; yaşantısal kaçınma ile Kısa Form Ruminasyon Ölçeği'ne ait saplantılı düşünme ve derin düşünme alt boyutları arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Araştırmadan elde edilen bu bulguların, literatürde yer alan yüksek ruminasyonun yaşantısal kaçınmanın artmasıyla ilişkilendirildiği bulgularla tutarlılık göstermektedir (Eisma, Stroebe, Schut, Van Der Bout, Boelen ve Storebe, 2014; Eisma, Rinck, Stroebe, Schut, Boelen, Stroebe ve van den Bout, 2015; Giorgio, Sanflippo, Reilly, Bender, Wagner ve Alloy, 2010; Moulds, Kandris, Starr ve Wong, 2007).

Yaşantısal kaçınma ile Düşünce Eylem Kaynaşması Ölçeği'ne ait DEK-Olasılık ve DEK-Ahlak alt boyutları arasında ise düşük düzeyde pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. İlgili literatüre bakıldığında bu bulguya yönelik bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Bununla birlikte Batmaz'ın (2018) yaptığı çalışmada; yaşantısal kaçınma ve düşünce eylem kaynaşmasının olumsuz psikolojik süreçlerin altında yatan sebep niteliğindeki transdiagnostik (tanılar üstü) kavramlar olarak görülmesi söz konusu değişkenlerin ilişkili olabileceklerini göstermektedir. Bunun yanında Karimi ve Ahmadniya (2016) yaşantısal kaçınma ve düşünce eylem kaynaşmasının obsesif kompulsif bozukluğun anlamlı yordayıcıları olduğunu belirtirlerken Thompson-Hollands, Farchione ve Barlow (2013) de endişenin bir kaçınma stratejisi olarak işlev gördüğünü, düşünce eylem kaynaşmasının da endişeyi anlamada önemli bir yapı olduğunu belirtmişlerdir. Bu bulguların da yaşantısal kaçınma ve düşünce eylem kaynaşması arasındaki ilişkinin göstergeleri olarak görülebileceği düşünülmektedir.

Yaşantısal kaçınmanın yordanmasına yönelik yapılan çalışmaya ait bulgulara göre; ruminasyona ait saplantılı düşünme ve derin düşünme alt boyutlarının ve düşünce eylem kaynaşmasına ait DEK-Olasılık alt boyutunun üniversite öğrencilerinde yaşantısal kaçınmayı anlamlı düzeyde yordadığı belirlenmiştir. Üç değişken arasında

yaşantısal kaçınmayı tek başına en fazla saplantılı düşünme açıklamaktadır. Yaşantısal kaçınmayı en fazla yordayan ikinci değişken ise derin düşünme ve üçüncü değişken ise DEK-Olasılık'tır. Üç değişkenin birlikte ele alındığında yaşantısal kaçınmanın %39'unu açıklamaktadır. İlgili literatür incelendiğinde ruminasyonun yaşantısal kaçınmayı yordamasına yönelik tek çalışmanın Neziroğlu (2010) tarafından yapıldığı görülmüştür. Bu çalışmaya göre; üniversite öğrencilerinde ruminasyona ait geniş getirir gibi düşünme alt boyutunun, endişe kontrol altına alındığında yaşantısal kaçınmanın anlamlı bir yordayıcısıdır. Bu bulgu, mevcut çalışmanın bulgusu ile tutarlılık göstermektedir. Ruminasyonun, odağın istemsizce belli bir noktada kalmasına neden olduğu için öznel süreçlerle teması engellediği düşünülmektedir. İlgili literatür incelendiğinde düşünce eylem kaynaşmasının yaşantısal kaçınmayı ne derece yordadığını gösteren herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmadan elde edilen bulguyu destekleyecek herhangi bir çalışma bulunamamıştır. Bu sonuca bakıldığında ise; bir durum üzerinde düşünmenin onun gerçekleşme ihtimalini artıracığına dair inancı içeren düşünce eylem kaynaşmasının, bireyin yaşanmasından çekindiği öznel durumla temas etmekten kaçınmasına neden olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer önemli sonuç da düşünce eylem kaynaşmasına ait DEK-Ahlak alt boyutunun yaşantısal kaçınmayla anlamlı düzeyde ilişkili olmasına rağmen yaşantısal kaçınmanın anlamlı bir yordayıcısı olmayışıdır. Çalışmada ele alınan yordayıcı değişkenlerin birbirleriyle düşük düzeyde ilişki göstermeleri bu durumun nedeni olarak görülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında uygulamaya ve gelecekteki araştırmalara yönelik bazı öneriler sunulabilir. Yaşantısal kaçınmanın en önemli yordayıcısı saplantılı düşünme olmuştur. Psikolojik Danışmanlık çerçevesinde yürütülen çalışmalarda kaçınmacı davranış sergileyen bireylerin davranışlarına yönelik altta yatan sebep olarak saplantılı düşünme faktörü incelenebilir. Üniversite öğrencilerine ve ebeveynlerine yönelik yaşantısal kaçınma ve bu çalışmada yaşantısal kaçınmayla ilişkisi ortaya konan ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşması ile ilgili bilgilendirici seminerler düzenlenerek farkındalık yaratılabilir. Böylece öğrencilerin sosyal ve akademik yaşamlarındaki işlevsizlikleri anlamlandırmalarına yardımcı olunarak problemlerine çözüm arayışları desteklenebilir. Bu önerilerin uygulamalara ve uygulayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Gelecekteki araştırmalara yönelik de bazı öneriler sunulabilir. Bu çalışmanın örneklemini lisans düzeyindeki öğrencilerden oluşmaktadır. Aynı çalışmanın diğer eğitim düzeylerinden oluşan örneklem gruplarında yapılmasıyla öğrenim kademesindeki farklılıkların değişkenler üzerinde ne tür etkilerinin olduğu görülebilir. Bu çalışmada ele alınan yaşantısal kaçınma, ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşmasının akademik başarı üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik çalışmalar yapılabilir. Yaşantısal kaçınma, ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşmasının üniversite öğrencilerinin kişisel ve sosyal yaşamlarını nasıl etkilediğini derinlemesine incelemek amacıyla nitel çalışmalar yapılabilir. Bu değişkenler arasındaki ilişkilerin bireyin yaşamında ne tür etkiler yaratacağı da araştırmalara konu olabilir. Bununla birlikte ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşmasında olduğu gibi bilişsel süreçlerde yaşanan diğer işlevsiz yapıların yaşantısal kaçınmayla ilişkisi ve yaşantısal kaçınma üzerindeki etkileri incelenebilir. Son olarak literatürde bu çalışmanın yordayıcı değişkenleri olan ruminasyon ve düşünce eylem kaynaşması arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırmacılar bu değişkenler arasındaki ilişkiyi farklı örneklem gruplarıyla ortaya koyarak literatürdeki bir açığı doldurabilirler.

KAYNAKLAR

- Bal, U., Çakmak, S., Yılmaz, E., Tamam, L. ve Karaytuğ, M. (2015). Smoking cessation through acceptance and commitment therapy: A Case Report. *Cukurova Medical Journal*, 40(4), 841-846.
- Barlow, D. H., Allen, L. B. ve Choate, M. L. (2004). Toward a unified treatment for emotional disorders. *Behavior Therapy*, 35, 205-230. doi : 10.1016/S0005-7894(04)80036-4
- Batmaz, S. (2018). Ergen psikopatolojisine transdiagnostik yaklaşım. *Türkiye Klinikleri Child Psychiatry-Special Topics*, 4(2), 74-83.
- Berle, D. ve Starcevic, V. (2005). Thought-action fusion: Review of the literature and future directions. *Clinical psychology review*, 25(3), 263-284.

- Brinker JK. ve Dozois JA. (2009). Ruminative Thought Style and Depressed Mood. *Journal of Clinical Psychology*, 65(1);1-19.
- Bugay, A. ve Baker, Ö. E. (2015). Eşli Ruminasyon ölçeğinin Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(43).
- Burhanoglu, S. (2016). Ruminasyon (Rumination) Kavramı Nedir? www.sabriburhanoglu.com. (07.01.2020).
- Cernvall, M., Skogseid, E., Carlbring, P., Ljungman, L., Ljungman, G. ve von Essen, L. (2016). Experiential avoidance and rumination in parents of children on cancer treatment: relationships with posttraumatic stress symptoms and symptoms of depression. *Journal of clinical psychology in medical settings*, 23(1), 67-76.
- Chawla, N. ve Ostafin, B. (2007). Experiential avoidance as a functional dimensional approach to psychopathology: An empirical review. *Journal of clinical psychology*, 63(9), 871-890.
- Clark, D. A. ve Rhyno, S. (2005). Unwanted intrusive thoughts in nonclinical individuals. *Intrusive thoughts in clinical disorders: Theory, research, and treatment*, 1-29.
- Cowdrey, F. A. ve Park, R. J. (2012). The role of experiential avoidance, rumination and mindfulness in eating disorders. *Eating behaviors*, 13(2), 100-105.
- Çiftçi, Ş. ve Kuru, T. (2013). Obsesif kompulsif bozuklukta düşünce eylem kaynaşması. *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 2, 138-46.
- Efe, İ. A. (2018). Olumsuz yaşam olayları, psikolojik danışma hizmeti alma, ruminasyon ve stres arasındaki ilişki. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 51(2), 95-119.
- Esen, F.B. (2017). Depresyonda tedaviye yanıtı yordamada ruminasyon, yaşantısal kaçınma, bilişsel birleşme ve kendine-şefkatin etkisi. Yayınlanmamış uzmanlık tezi, TC Sağlık Bakanlığı, İstanbul.
- Foa, E. B., Steketee, G. ve Young, M. C. (1984). Agoraphobia: Phenomenological aspects, associated characteristics, and theoretical considerations. *Clinical Psychology Review*, 4, 431 -457.
- Gámez, W., Chmielewski, M., Kotov, R., Ruggero, C. ve Watson, D. (2011). Development of a measure of experiential avoidance: The Multidimensional Experiential Avoidance Questionnaire. *Psychological assessment*, 23(3), 692.
- Giorgio, J. M., Sanflippo, J., Kleiman, E., Reilly, D., Bender, R. E., Wagner, C. A. ve Alloy, L. B. (2010). An experiential avoidance conceptualization of depressive rumination: Three tests of the model. *Behaviour research and therapy*, 48(10), 1021-1031.
- Glick, M. ve Orsillo, M. (2011). Relationships among social anxiety, self-focused attention, and experiential distress and avoidance. *Journal of Cognitive and Behavioral Psychotherapies*, 11(1), 1-12.
- Gold, B. ve Wegner, M. (1995). Origins of ruminative thought: Trauma, incompleteness, nondisclosure, and suppression. *Journal of Applied Social Psychology*, 25,1245-1261.
- Hayes, A. M. ve Feldman, G. (2004). Clarifying the construct of mindfulness in the context of emotion regulation and the process of change in therapy. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 11, 255–262. doi: 10.1093/clipsy/bph080
- Hayes, C. (1987). A contextual approach to therapeutic change. In N.S. Jacobson (Ed.), *Psychotherapists in clinical practice: Cognitive and behavioural perspectives* (pp. 327–387). New York: Guilford Press.

- Hayes, C., Wilson, G., Gifford V., Follette M. ve Strosahl D. (1996). Experiential avoidance and behavioral disorders: A functional dimensional approach to diagnosis and treatment. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64, 1152-1168.
- Hayes, Steven C., Kirk Strosahl, Kelly G. Wilson, Richard T. Bissett, Jacqueline Pistorello, Dosheen Toarmino, Melissa A. Polusny, Thane A. Dykstra, Sonja V. Batten, John Bergan, Sherry H. Stewart, Michael J. Zvolensky, Georg H. Eifert, Frank W. Bond, John P. Forsyth, Maria Karekla, ve Susan M. McCurry. (2004). "Measuring Experiential Avoidance: A Preliminary Test of a Working Model". *The Psychological Record* 54(4):553-78. doi: 10.1007/BF03395492.
- Eisma, M. C., Rinck, M., Stroebe, M. S., Schut, H. A., Boelen, P. A., Stroebe, W. ve van den Bout, J. (2015). Rumination and implicit avoidance following bereavement: an approach avoidance task investigation. *Journal of behavior therapy and experimental psychiatry*, 47, 84-91.
- Eisma, M. C., Stroebe, M. S., Schut, H. A., Van Den Bout, J., Boelen, P. A., ve Stroebe, W. (2014). Development and psychometric evaluation of the Utrecht Grief Rumination Scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 36(1), 165-176.
- Karimi, J. ve Ahmadniya, B. (2016). The role of thought action fusion, experiential avoidance and responsibility in predicting symptoms of obsessive-compulsive in non-clinical population. *Journal of Iran University of Medical Sciences*, 22, 8-18.
- Kayaalp, G. T., Güney, M. Ç., ve Cebeci, Z. (2015). Çoklu doğrusal regresyon modelinde değişken seçiminin zootekniye uygulanaşı. *Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 30(1), 1-8.
- Koç, V. (2017). Üstbilişsel perspektiften depresyon ve tedavisi üzerine bir derleme: Üstbilişsel Perspektiften Depresyon. *Klinik Psikoloji Dergisi*, 1(1), 34-43.
- Moulds, M. L., Kandris, E., Starr, S. ve Wong, A. C. (2007). The relationship between rumination, avoidance and depression in a non-clinical sample. *Behaviour research and therapy*, 45(2), 251-261.
- Neziroğlu, G. (2010). Ruminasyon, yaşantısal kaçınma ve problem çözme becerileri ile depresif belirtiler arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Nolen-Hoeksema, S., Wisco, B. E. ve Lyubomirsky, S. (2008). Rethinking rumination. *Perspectives on psychological science*, 3(5), 400-424.
- Piri, S. ve Kabakçı, E. (2007). Düşünce-eylem kaynaşması, yüklenme biçimleri, depresif ve obsesif-kompulsif belirtiler arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 18(3), 197-206.
- Rachman, S. (1971). Obsessional ruminations. *Behaviour Research and Therapy*, 9(3), 229-235.
- Rachman S. (1993). Obsessions, responsibility and guilt. *Behav Res Ther*, 31: 149-54.
- Rachman, S., Shafran, R., Mitchell, D., Trant, J. ve Teachman, B. (1996). How to remain neutral: An experimental analysis of neutralization. *Behaviour Research and Therapy*, 34(11-12), 889-898.
- Rippere, V. (1977). What's the thing to do when you're feeling depressed: A pilot study. *Behaviour Research and Therapy*, 15: 185-191.
- Shafran, R., Thordarson, D. S. ve Rachman, S. (1996). Thought-action fusion in obsessive compulsive disorder. *Journal of Anxiety Disorders*, 10(5), 379-391.

Sillence, M. (2010). The world's art under one roof: The sainsbury centre for visual arts, Norwich. *The Art Book*, 17(4), 73-74.

Thompson-Hollands, J., Farchione, T. J. ve Barlow, D. H. (2013). Thought-action fusion across anxiety disorder diagnoses: Specificity and treatment effects. *The Journal of nervous and mental disease*, 201(5), 407.

Yıldırım, J. C. (2019). Üstbilişler ve psikolojik belirtiler arasındaki ilişkide yaşantısal kaçınma stratejilerinin aracı rolünün incelenmesi. (Master's thesis), Maltepe Üniversitesi, Ankara.

Wells, A. (2011). Metacognitive therapy for anxiety and depression. New York, NY: *The Guilford Press*.

Yazar Katkı Oranı

Yazarlar, araştırmaya eşit düzeyde katkıda bulunmuşlardır.

MEKÂN-KULLANICI İLİŞKİSİ AÇISINDAN KAFELERİN TERCİH EDİLME NEDENLERİ: TRABZON ÖRNEĞİ¹

Berrin TUZCUOĞLU², Ümran SOFUOĞLU DEMİRBAŞ³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1256610

Makale Geçmişi:

Geliş 26.02.2023

Kabul 16.06.2023

Anahtar Kelimeler:

Kahve mekanları,

Kafeler,

Kullanıcı,

Tercih edilme

ÖZ

Günümüzde kahve mekânları, insanların bir şeyler yiyip içmek, boş zamanlarını değerlendirmek, sohbet etmek, dinlenmek ve sosyalleşmek için tercih ettiği mekânlardır. Hızla sayıları artan bu mekânların, iyi bir tasarımla müşteriyle buluşması son derece önemlidir. Bu noktada çalışma, kahve mekânlarının tercih edilme nedenlerinin kullanıcıyla ilişkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Trabzon ilinin Beşirli semtinde gerçekleştirilen araştırmanın çalışma alanı olarak aynı cadde üzerinde bulunan üç kafe seçilmiştir. Çalışma alanının belirlenmesinde kafelerin bu bölgelerde yoğunlaşması ve kullanıcılar tarafından yoğunlukla tercih edilmeleri etkili olmuştur. Çalışma alanını oluşturan üç kafede o an bulunan kullanıcılara anket çalışması uygulanmıştır. Her kafede 50 kullanıcı olmak üzere toplam 150 kullanıcıyla gerçekleştirilen anketler yüz yüze yapılmıştır. Çalışmanın verileri IBM SPSS Statistics programında analizlenmiştir. Elde edilen analizler sonucunda çalışmada mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenleri mekânsal, estetik ve konfor özellikleri başlıkları altında irdelenmiştir. Çalışmanın sonunda hedeflenen kullanıcıların kafeler özelinde kahve mekânlarını tercih etme nedenlerini ortaya çıkararak, yapılacak yeni mekânların tasarım kriterleri için faydalı olmaktadır.

REASONS OF PREFERRING CAFES IN TERMS OF SPACE-USER RELATIONSHIP: CASE OF TRABZON

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1256610

Article History:

Received 26.02.2023

Accepted 16.06.2023

Keywords:

Coffee places,

Cafes,

User,

Reason for preference

ABSTRACT

Currently, coffee houses are preferred as places for dining, spend their free time, chat, relax and socialize. It is extremely important that these places, which are increasing in number, provide customers with an appealing design. At this point, the study aims to examine the relationship between coffee houses and their users. Three cafes located on the same street in Beşirli District of Trabzon province were selected as the study area of the research carried out. The high concentration of cafes in these regions and the fact that they were preferred by the users played a significant role in selecting the research area. A questionnaire was administered to the users who were present in the three cafes that make up the study area. Face-to-face interviews were conducted with a total of 150 users, with 50 participants in each cafe. The data of the study were analyzed using IBM SPSS Statistics program. The analysis focused on exploring the reasons behind, the preference of cafes in terms of space-user relationship were examined under the titles of spatial, aesthetic and comfort characteristics. The study aims to uncover the factors influencing for the design criteria of the new places to be built by revealing the reasons for the users to prefer coffee places, especially cafes.

¹ E-26014373-050.01.04-312963 nolu Etik Kurul kararı ile uygun bulunmuştur.

² Öğr. Gör., Avrasya Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, berrin.tuzcuoglu@avrasya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3546-1013.

³ Doktora Öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, umransofuoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5475-0462

Alıntlamak için/Cite as: Tuzcuoğlu, B. ve Demirbaş, Ü.S. (2023), Mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenleri: Trabzon örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 497-510.

GİRİŞ

Kafeler, insanların günlük yaşam içerisinde boş vakitlerini geçirdikleri mekânlardır. İnsanlar bu mekânlarda bir şeyler yiyip içmek, sosyalleşmek, sohbet etmek, dinlenmek, vakitlerini değerlendirmek gibi eylemler gerçekleştirirler. Günümüz dünyasında sudan sonra en fazla tüketilen içecek kahvedir. Kahvenin etkileri ise toplumlar arası kültürel etkileşim, iletişim ve sosyalleşmeye katkı sağlaması ile birlikte, mekânsal gelişime de katkısı mevcuttur (Dedeoğlu, 2022). 15.yy'da Yemen'de kahvenin keşfiyle başlayan serüvenle geçmiş dönemde kahvehane olarak adlandırılan mekânlar günümüzde kahve mekânları olarak varlığını sürdürmektedir.

Kahve mekânlarının değişimleri kültürel ve toplumsal gelişmelerle aynı hızda değişiklik gösterdiği düşünülmektedir (Şahin, 2020). Bu mekânların algısı kişiyle kurduğu etkileşimle ilişkilidir. Bu sebeple bu mekânların tasarımı, mekân organizasyonu, kullanılan malzemeler ve donatılar önem taşımaktadır. Kullanıcının değişen mekân algısı ve popüler kültür yansımaları ile mekânlar tasarlanmalıdır. Kahve mekânı kullanıcının tercih etmesi için sebepler sunmalıdır. Mekânsal özellikleri ile estetik ve konfor algısına hizmet etmelidir. İnsanların kahve içmek için tercih ettiği mekânları incelemek, tasarlanacak yeni mekânlar için önemli bilgiler içermektedir.

Literatüre bakıldığında, Dedeoğlu (2022) kafe mekânlarında uygulanan iç mimari tasarımların müşteri tercihlerindeki rolünü Starbucks kahve mekânlarında iç mekân analizi yaparak gerçekleştirmiştir. Güven ve Şenkal Sezer (2019) ise kafelerin konfor koşullarının değerlendirilmesi gerekliliğini Görükle/Bursa örneği üzerinden incelemişlerdir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, kafelerin kahve mekânları özelinde tercih edilme nedenlerinin kullanıcıyla ilişkisini ortaya çıkarmaktır. Bu nedenler çalışma strüktüründe mekânsal, estetik ve konfor özellikleriyle ilişkilendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışma, Trabzon Ortahisar ilçesi Beşirli semtinde yer alan kullanıcılar tarafından tercih edilen üç adet kafede gerçekleştirilmiştir. Her kafede 50 kullanıcı olmak üzere, toplam 150 kullanıcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anketler kafelerde o an bulunan kullanıcılarla yapılmıştır. Daha sonra yapılan anketlerin girdisi gerçekleştirilerek, IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Statistics programında analizlenmiştir. Analiz sonuçları değerlendirilerek mekân-kullanıcı ilişkisi ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan değerlendirmelerle kahve mekânlarının tercih edilme sebeplerinin tespitiyle tasarlanacak yeni mekânların tasarım kriterlerine ışık tutması hedeflenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Kafeler ve Kahve Mekanları

Kafeler insanların günlük hayatlarında boş zamanlarını değerlendirdiği, bir şeyler yiyip içmek, dinlenmek, sohbet etmek gibi aktivitelerde bulunarak sosyalleştiği mekânlardır. Geçmişten günümüze birtakım değişimlere uğrayan kafe sektörünün temeli kahvehanelere dayanmaktadır (Kolektif, 2004).

Kahvehanelerin oluşmasında kahvenin keşfi başlangıç sayılmaktadır (Gregoire ve Georgeon, 1999). Özünde bir bitki türü olan kahve ilk olarak Afrika Bölgesinde yemiş olarak tüketilmeye başlamıştır. Ardından toz halinde sıcak su ile karıştırılarak tüketilmiş ve içecek olarak yaygınlaşmıştır (Bostan, 2001). Kahve tüketimin bir içecek davranışının ötesine geçerek bir çeşit eğlence aracına dönüşmesi ise kahvehaneleri yaygınlaştırmıştır (Şahbaz, 2007). Böylece "Kahve evi" olarak tanımlanan kahvehaneler güncel ve dini tartışmaların yapıldığı, hikâyelerin anlatıldığı, dinlenen, eğlenen ve sohbet edilen kültürel mekânlar olarak hayatımızdaki yerini almıştır (Sami, 2010).

İlk kez 1551 yılında Mekke'de karşımıza çıkan kahvehaneler, 16.yy. başlarında Mısır'da 16.yy. ortalarında ise Suriye ve Türkiye'ye görülmüştür. Daha sonra ise buradan tüm Avrupa'ya yayılmıştır (Hattox, 1996). (Şekil 1, Url-1).



Şekil 1. Bir Kahvehane İçini Gösteren 16. yy. ın İkinci Döneminden Bir Minyatür (Url-1)

18.yy. gelindiğinde kahveneler kahve içmenin yanı sıra farklı işlevlerle de kullanılmıştır. Özellikle İngiltere’de kahvehane mekânlarında konaklama amaçlı kullanıldığı da bilinmektedir (Araz, 2007). 19.yy. ise kahvehaneler kahveyle beraber farklı içeceklerinde erişilebildiği mekânlar haline dönüşmüştür. 20. yy.la birlikte kahvehaneler hem cinsiyet ayrımını ortadan kalkarak herkes için erişilebilir olmuş hem de hızla sayısı artmıştır (Güven ve Şenkal Sezer, 2019). Günümüze gelindiğinde kahvehane mekânları insanlığın değişen ve gelişen talepleri doğrultusunda popülerliğini yitirmiş ve mekânsal özellikleri değişime uğramıştır. Dinsel ve mistik öğeler yerine daha çağdaş görünümde mekânlar oluşturulmuştur (Bilge, 2010). Bu mekânsal dönüşüm sonucu kahvehaneler yerini Fransızca cafe sözcüğünden türetilerek oluşturulan kafe sektörüne bırakmıştır (Kolektif, 2004). Kafeler ve kahvehaneler arasındaki en temel fark mekân atmosferi ve kahvenin sunum şekli olmuştur (Bilge, 2010).

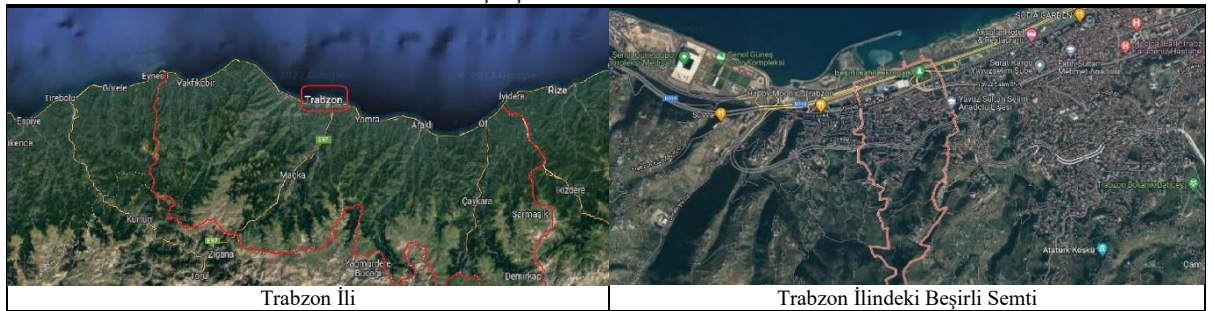
Kafeler aynı zamanda Batı’da “coffee house” veya “cafe shop” kültürü ile de tanımlanmaktadır Kahve mekânları olarak adlandırılan bu mekânlar da çeşitli kahve çeşitleri bulunmakta, hazırlanmakta, sunulmakta ve satılmaktadır. İnsanlar bu mekânlarda kimi zaman sabah işe giderken bir fincan kahve içilerek kimi zaman ise günün herhangi bir saatinde dinlenerek veya arkadaşları ile buluşarak sosyalleşmektedir (Tucker, 2011).

Özetle oldukça köklü geçmişe sahip olan kahvehaneler geleneklere bağlı düzenlenmiş ve kullanıcı gereksinimlerine bağlı kahve mekanlarına dönüşmüştür (Andreini vd.,2000). Dış görünüşleri ve iç mekân tasarımlarında meydana gelen bu dönüşümlerle kahve mekanları kullanıcılarına farklı hizmetler sunarken her daim dönemin genç nesilleri tarafından da tercih edilmiştir (Heise, 2001; Özdemir vd.,2007). Günümüzde her geçen gün kahve mekânlarının sayısı artmaktadır. Kahve mekânlarının yaygınlaşması olumlu ve olumsuz birçok sonucu da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda kahve mekânların incelenmesi önem kazanmıştır. Kullanıcılar bu mekânlar arasında birçok faktörün etkisi ile seçim yapmaktadır. İç mekân faktörlerinde, tasarım adına verilmiş doğru kararlar ile müşteri yoğunluğu da artacaktır (Azzuhri ve Tanjung, 2017). Bireylerin yeme içme gereksinimlerini karşılarken sosyalleşmelerine de olanak sağlayan kahve mekanlarının farklılaşan tasarımları kullanıcıların tercihleri üzerindeki etkisi yadsınamaz derecede önemlidir.

YÖNTEM

Alan çalışması için seçilen bölge, Trabzon ilinin Ortahisar ilçesine bağlı olan Beşirli semtidir. Kullanıcıların oturmak, vakit geçirmek ve sosyalleşmek için tercih ettikleri bir bölgedir. Bu bölgenin seçilme nedeni kafelerin burada yoğunlaşmasıdır. Çalışmadaki kafeler, kullanıcılar tarafından yoğunlukla tercih edilen kahve mekânlarından seçilmiştir. Anketler kafelere gidilerek, orada bulunan müşterilerle yüz yüze uygulanmıştır. Her kafede 50 kullanıcıyla görüşülmüştür. Anket çalışması yapılmadan önce KTÜ Fen ve Mühendislik Bilimleri Etik Kurulundan araştırma izni alınmıştır (Karar no: E-26014373-050.01.04-312963). Seçilen kahve mekânları ise Brew Mood Coffee, The Middle Coffee ve Cali Coffee’ dir.

Tablo1. Çalışma Alanının Haritalandırılması











Beşirli Semtindeki Seçilen Kafelerin Konumları

Brew Mood Coffee

Brew Mood Coffee 2 Nolu Beşirli Mahallesi Devlet Sahil Yolu Caddesi üzerinde bulunmaktadır. Kafe 2022 yılında açılmıştır ve betonarme yapım sistemine sahip bir apartmanın zemin katında bulunmaktadır. Kafenin kapasitesi 150 kişilik olup, 300 m² alana sahiptir. İki kata sahip kafenin ikinci katı asma kattır. Kapalı ve yarı açık mekânları vardır. Yarı açık mekânlardan biri girişte bulunurken diğeri asma katta bulunmaktadır. Girişteki yarı açık mekânın üst örtüsü alüminyum kanatlı malzemeden yapılan açılır kapanır uzaktan kumandalı tavan sistemine sahiptir. Döşeme kaplaması olarak bütün mekânlarında koyu gri seramik malzeme kullanılmıştır. Tavan kaplaması olarak sıva + boya üzeri raylı sarkıt ve spot aydınlatmalar kullanılmıştır. Duvar kaplaması olarak tuğla görünümlü taş örgüsü ve boya tercih edilmiştir. Boya kullanılan duvar yüzeylerinde farklı resimlerden ve yazılardan oluşan estetik öğeler kullanılmıştır. Tüm mekânlarda kumaş, deri, metal ve ahşap malzemelerden oluşan donatılar seçilmiştir. Servis tezgâhı giriş katında yer almaktadır. Tezgâh malzemesi olarak metal ve ahşap malzemeler kullanılmıştır. Tezgâhın arka yüzeyinde ise siyah fayanslar kullanılmıştır. Giriş katında konumlanmış bir bayan ve bir bay olmak üzere iki adet tuvalet mevcuttur. Kafeye ait bir otopark bulunmamaktadır.

Tablo2. Brew Mood Coffee Görselleri (Tuzcuoğlu ve Sofuoğlu Demirbaş Arşivi, 2022)

Giriş Görseli	Yarı Açık Mekan Görseli	Yarı Açık Mekan Görseli
Servis Tezgâhı Alanı Görseli	İç Mekan Görseli	İç Mekan Görseli

		
İç Mekan Görself	İç Mekan Görself	İç Mekan Görself
		
İç Mekan Görself	Yarı Açık Mekan Görself	İç Mekan Görself

The Middle Coffee

The Middle Coffee 2 Nolu Beşirli Mahallesi Devlet Sahil Yolu Caddesi üzerinde bulunmaktadır. Kafe 2019 yılında açılmıştır ve betonarme yapıım sistemine sahip bir apartmanın zemin katında bulunmaktadır. Kafenin kapasitesi 120 kişilik olup, 200 m2 alana sahiptir. İki kata sahip kafenin ikinci katı asma kattır. Kapalı ve açık mekânları vardır. Açık mekânlar şemsiyelerle desteklenmektedir. Açık mekânın ortasında büyük ahşap sakı kullanılmıştır ve aynı zamanda oturma elemanı olarak işlevlendirilmiştir. Açık mekânda kullanılan donatılar plastik görünümlü oturma elemanları ve mermer yüzeyli masalardan oluşmaktadır. Döşeme kaplaması olarak açık ve kapalı mekânlarda farklı çeşitte seramik kullanılmıştır. Tavan kaplaması sıva + boya üzeri spot aydınlatmalar kullanılmıştır. Galeri boşluklarında hasır ve bitkilerle sarılı aydınlatmalar tercih edilmiştir. Genel olarak mekânda nötr renkler hakimken, iç mekân bazı duvarlar yüzeylerinde yer yer ahşap malzeme mevcuttur. Duvar yüzeylerinde tablolar ve grafiksel estetik öğeler bulunmaktadır. İç mekânda kullanılan donatılarda kumaş yüzeyleri ve ahşap malzemeler kullanılmıştır. Servis tezgâhı giriş katında yer almaktadır. Tezgâhın malzemesi mermer görünümlü kaplama malzemesidir. Arka yüzeyinde ise beyaz fayanslar kullanılmıştır. Asma katta konulanmış bir bayan ve bir bay olmak üzere iki adet tuvalet mevcuttur. Kafeye ait bir otopark bulunmamaktadır.

Tablo 3. The Middle Coffee Görselferi (Tuzcuoğlu ve Sofuoğlu Demirbaş Arşivi, 2022)







		
Giriş Görself	Yarı Açık Mekan Görself	Servis Tezgâhı Alanı Görself

		
İç Mekan Görself	İç Mekan Görself	İç Mekan Görself

Cali Coffee

Cali Coffee 1 Nolu Beşirli Mahallesi Devlet Sahil Yolu Caddesi üzerinde bulunmaktadır. Kafe 2022 yılında açılmıştır ve betonarme yapıım sistemine sahip bir apartmanın zemin katında bulunmaktadır. Kafenin kapasitesi 60 kişilik olup, 160 m2 alana sahiptir. İki kata sahip kafenin ikinci katı asma kattır. Kapalı ve yarı açık mekânları vardır. Yarı açık mekânın üst örtüsü alüminyum kanatlı malzemeden yapılan açılır kapanır uzaktan kumandalı tavan sistemine sahiptir. Döşeme kaplaması olarak yarı açık mekânda sokak taşı görünömlü koyu gri seramik kullanılırken kapalı mekânlarda çini karo seramikler kullanılmıştır. Yarı açık mekânın ortasında heykel bir obje bulunmaktadır. Yarı açık mekânda kullanılan donatılar metal oturma elemanları ve mermer yüzeyli masalardan oluşmaktadır. Yer yer ahşap malzemesi de kullanılmıştır. Tavan kaplaması olarak sıva + boya üzeri sarkit ve spot aydınlatmalar kullanılmıştır. Duvar kaplaması olarak sıva + boya ve duvar kâğıdı tercih edilmiştir. Boya kullanılan duvar yüzeylerinde farklı resimlerden ve yazılardan oluşan estetik öğeler kullanılmıştır. İç mekânda kullanılan donatılarda kumaş yüzeyleri ve ahşap malzemeler kullanılmıştır. Servis tezgâhı giriş katında yer almaktadır. Tezgâh malzemesi olarak ahşap malzemeler kullanılmıştır. Asma katta konumlanmış bir adet tuvalet bulunmaktadır. Kafeye ait bir otopark bulunmamaktadır.

Tablo 4. Cali Coffee Görselferi (Tuzcuoğlu ve Sofuoğlu Demirbaş Arşivi, 2022)

		
Giriş Görself	Yarı Açık Mekan Görself	Yarı Açık Mekan Görself
		
İç Mekan Görself	Servis Tezgâhı Alanı Görself	İç Mekan Görself



ARAŞTIRMA BULGULARI

Mekân-Kullanıcı İlişkinin Değerlendirilmesi

Çalışma kapsamında yapılan anket formunda görüşmecilere 3 adet demografik soru ve bulunduğu kafe bilgisi sorulmuştur. Diğer kısımda 6 adet mekânsal özelliklerin, 13 adet estetik özelliklerin, 21 adet konfor özelliklerin tercihe etkililik derecesini ölçen sorular sorulmuştur. Son bölümde ise bulunulan kahve mekânını 24 adet sıfat çiftine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Veriler ise IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Statistics programında analizlenmiştir. Demografik soruların verileri Tablo 5, 6 ve 7’de gösterilmiştir.

Çalışmaya 10-15 yaş arası 4 kullanıcı, 16-20 yaş arası 31 kullanıcı, 21-25 yaş arası 79 kullanıcı, 26-30 yaş arası 25 kullanıcı, 31-35 yaş arası 6 kullanıcı ve 35 yaş üstü 5 kullanıcı katılmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Kullanıcıların Yaş Dağılımı

Yaş	10-15 yaş	16-20 yaş	21-25 yaş	26-30 yaş	31-35 yaş	35 yaş üstü	Toplam
Kişi Sayısı	4	31	79	25	6	5	150
%	%2,7	%20,7	%52,7	%16,7	%4	%3,3	%100

Çalışmaya katılan 150 kullanıcınının 86’sı kadın ve 64’ü erkektir (Tablo 6).

Tablo 6. Kullanıcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Kadın	Erkek	Toplam
Kişi Sayısı	86	64	150
%	%57,3	%42,7	%100

Alan çalışmasında Brew Mood Coffee, The Middle Coffee ve Cali Coffee’nin her birinde 50 kullanıcı anket çalışmasına katılarak, toplamda 150 kullanıcıyla görüşülmüştür (Tablo 7).

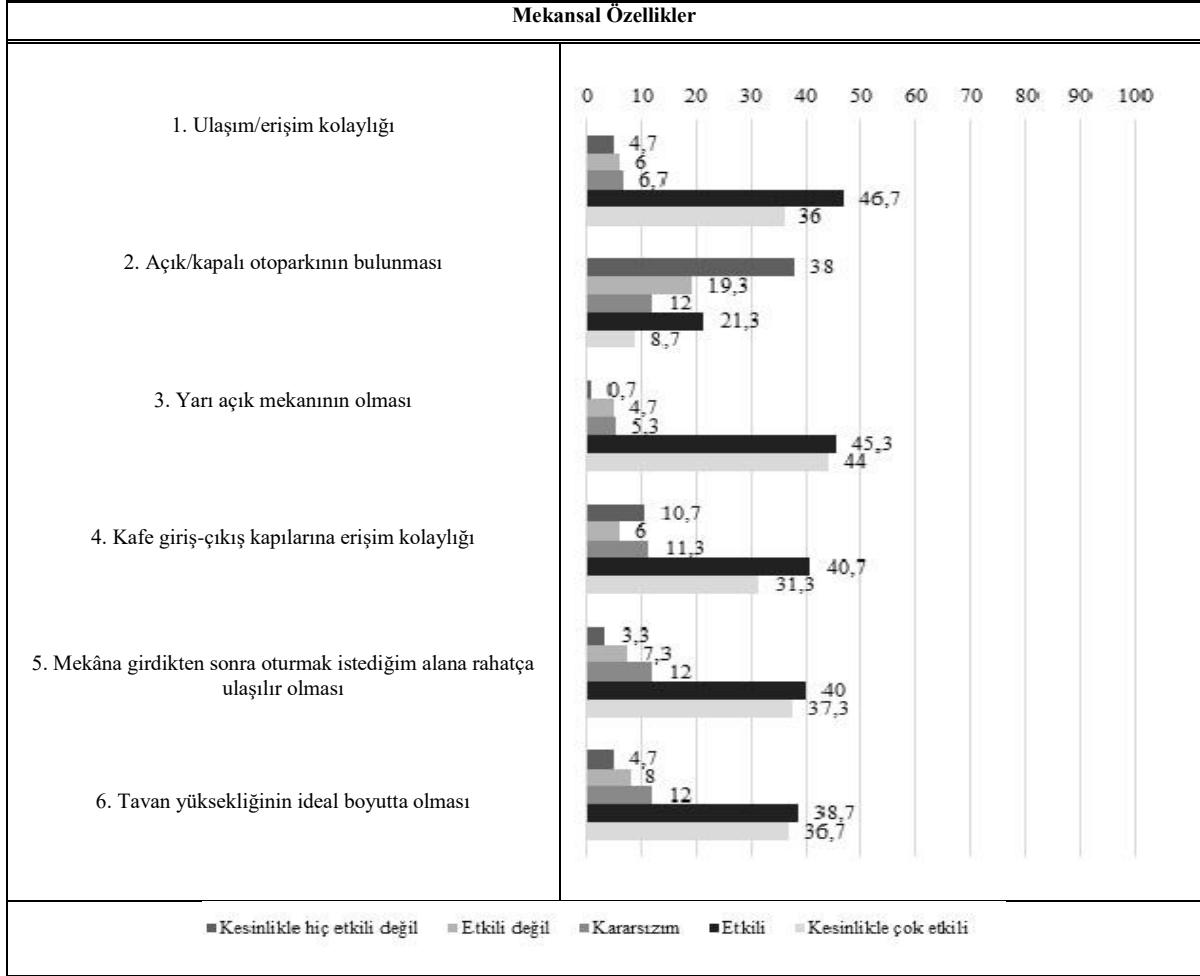
Tablo 7. Kafelerde Çalışmaya Katılan Kullanıcı Sayıları

Kafeler	Brew Mood Coffee	The Middle Coffee	Cali Coffee	Toplam
Kişi Sayısı	50	50	50	150
%	%33,3	%33,3	%33,3	%100

Mekânsal Özelliklerin Değerlendirilmesi

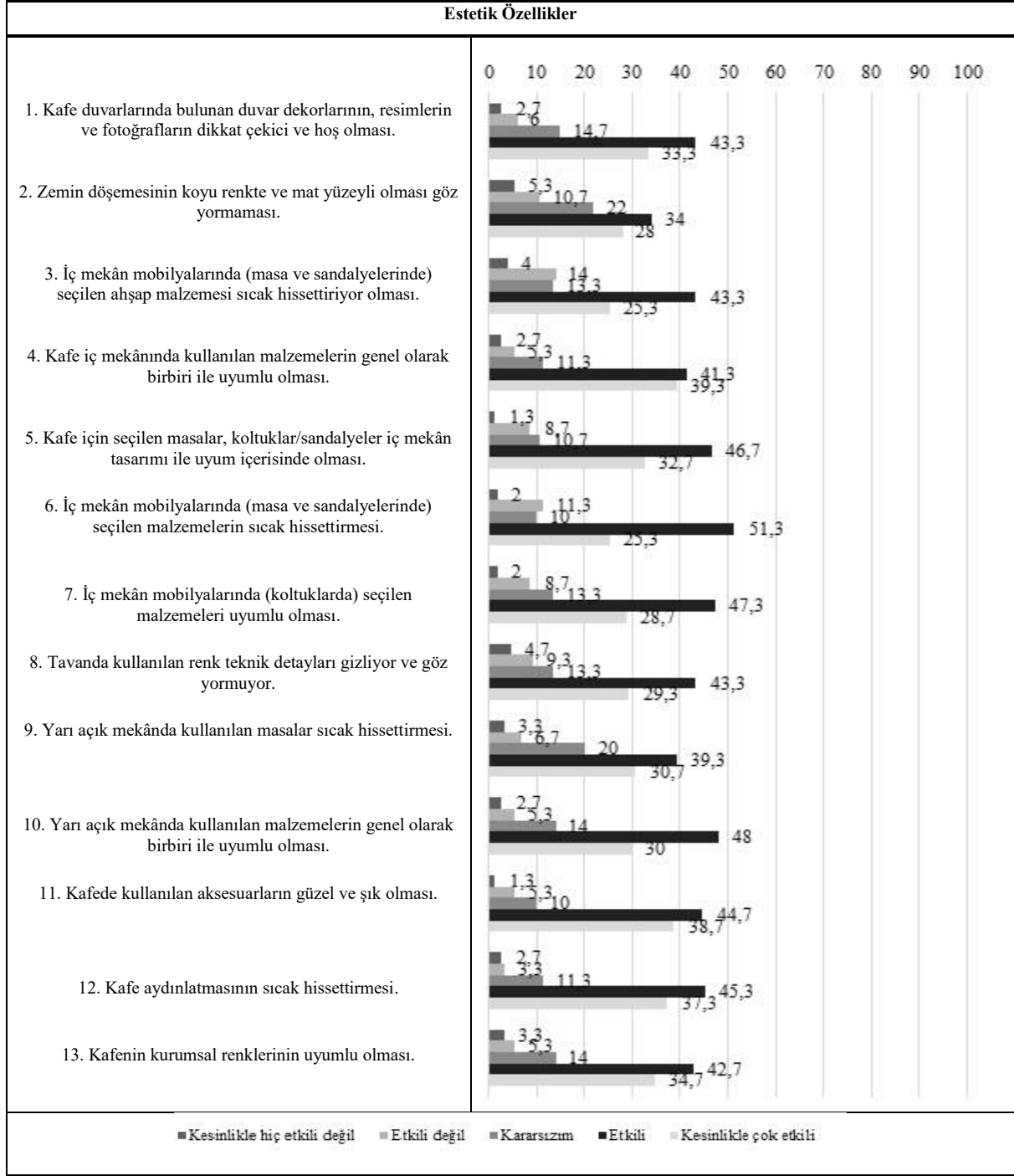
Kafelerin mekânsal özelliklerine ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde pozitif yanıtlar ağırlıklıdır. Fakat kafelerin mevcut kullanıcıya hizmet edecek açık ya da kapalı otoparkının olmaması sebebiyle ‘kesinlikle hiç etkili değil’ yanıtları yüksek oranda (%38) verilmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Mekânsal Özelliklerin Dağılımı



Kafelerde gerçekleştirilen anket çalışması değerlendirildiğinde estetik özelliklerle ilgili sorulara verilen cevaplar ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneklerinde toplanarak %70’in üzerinde bir oranla sonuçlandırıldığı görülmektedir. Bunun yanında ‘zemin döşemesinin koyu renkte ve mat yüzeyle olması göz yormaması’ (%22) ve ‘yarı açık mekânda kullanılan masalar sıcak hissettirmesi’ (%20) sorularında %20 gibi fark edilir bir oranda kullanıcıların ‘kararsız’ kaldığı belirlenmiştir (Tablo 9).

Tablo 9. Estetik Özelliklerin Dağılımı

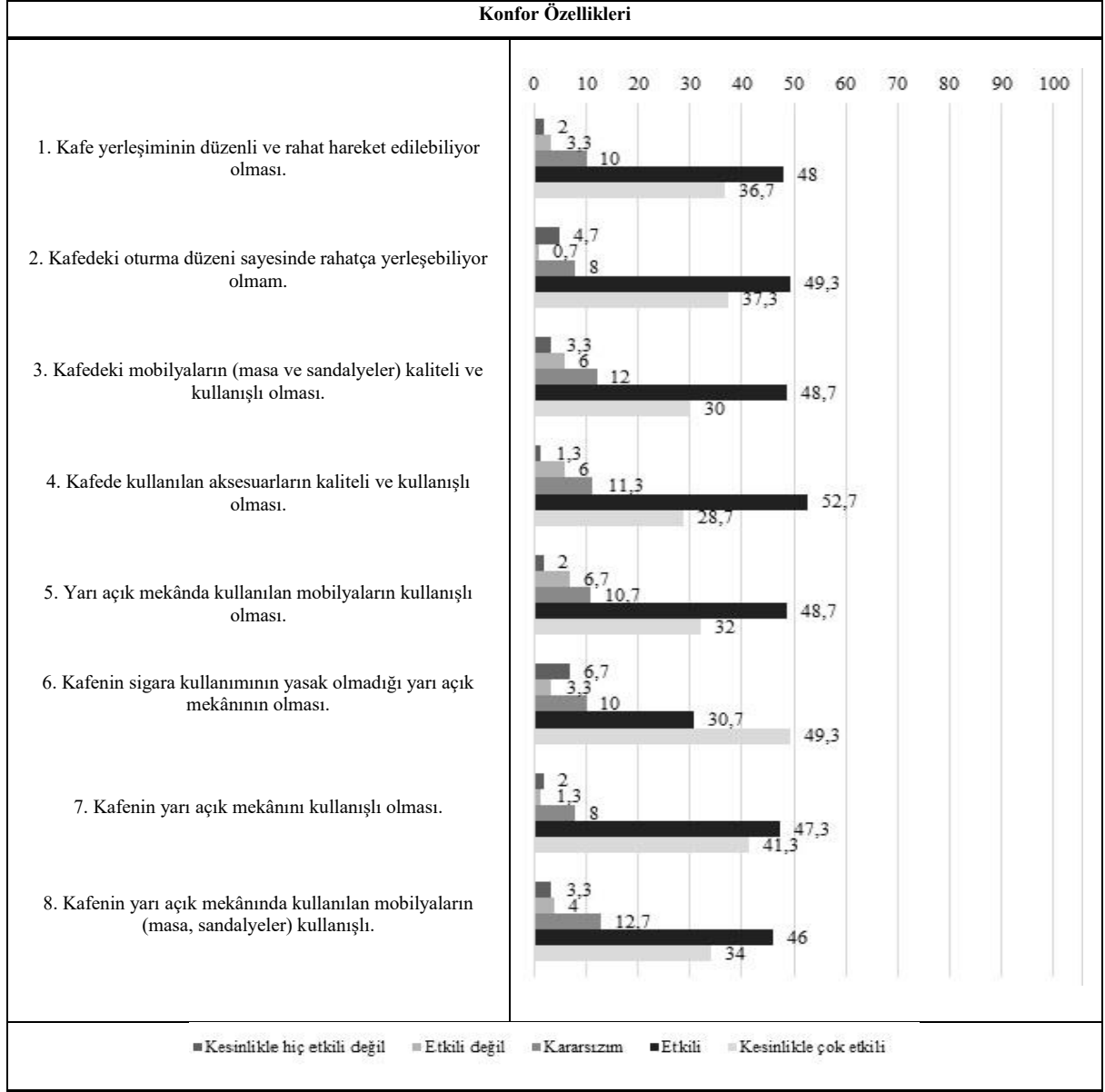


Konfor Özelliklerinin Değerlendirilmesi

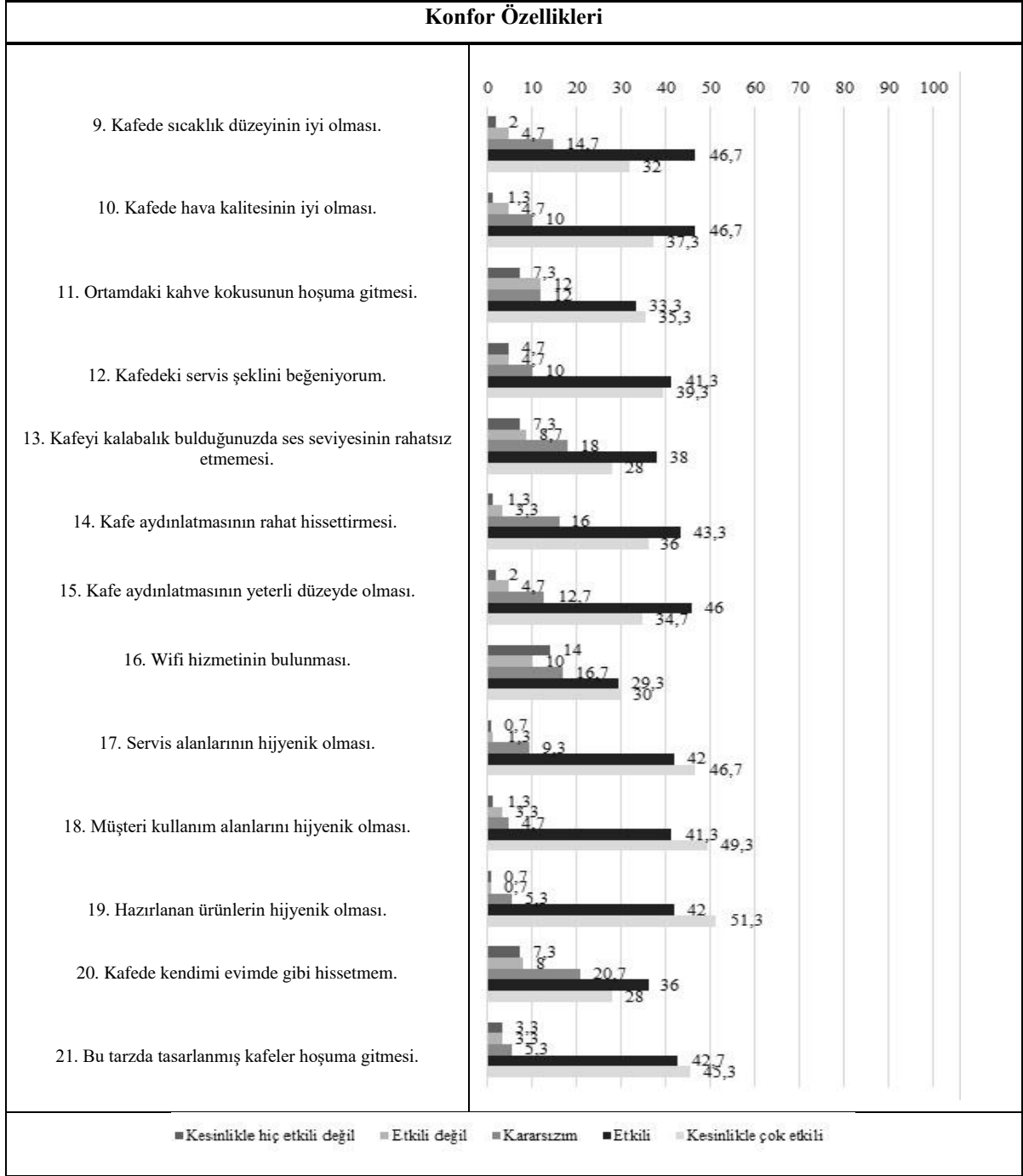
Mekân-kullanıcı ilişkisinin değerlendirildiği bu çalışmada konfor özellikleri ile ilgili sorulara verilen cevaplarda %80 oranında 'etkili' ve 'kesinlikle çok etkili' cevaplarının ağırlıkta tercih edildiği görülmektedir. 'Kafenin sigara kullanımının yasak olmadığı yarı açık mekânının olması', 'kafenin yarı açık mekânının kullanışlı olması' gibi yarı açık mekânla ilgili sorularda, 'servis alanlarının hijyenik olması', 'müşteri kullanım alanlarının hijyenik olması', 'hazırlanan ürünlerin hijyenik olması' gibi mekânın hijyeniyle ilişkili sorularda ve 'bu tarzda

tasarlanmış kafelerin hoşuma gitmesi' sorusunda kullanıcılar %45 ve üzeri gibi ciddi bir oranda 'kesinlikle çok etkili' seçeneğini tercih etmişlerdir. Öte yandan kullanıcılar 'kafede kendimi evimde gibi hissetmem' sorusunda ise %20,7 gibi ciddi oranda kararsız olduğunu belirtmişlerdir (Tablo 10-11)

Tablo 10. Konfor Özelliklerinin Dağılımı 1



Tablo 11. Konfor Özelliklerinin Dağılımı 2



Sıfat Çiftlerinin Analizi

Zıt sıfat çiftlerinden oluşan anlamsal farklılaşma ile amaç, kullanıcıların mekânları kullanırken duygularını ya da davranışlarını ölçmektir. Kullanıcıların mekânları zıt sıfat çiftlerini puanlandırarak değerlendirdiği anlamsal farklılaşma sonuçlarına göre mekânlar 'en çok' güzel (%48,0), etkileyici (%32,7), bakımlı (%42), ferah (%41,3), düzenli (%41,3), rahat (%42), geniş (%30,7), sıcak (%32), aydınlık (%31,3), renkli (%25,3); 'çok' 'sevimli' (%33,3), kurallı (%32,0), özgür (%30,0), 'orta derecede' pahalı (%34,7), abartılı (%29,3), ender (%34,7), şaşırtıcı (%24,7) heyecanlı (%31,3), huzur verici (%31,3), basit (%30,0), sabit (%43,3), dengeli (37,3), simetrik (%38,7),

sert (%30,7) olarak değerlendirilmiştir. Mekânlar hakkında ‘en çok’ ve ‘çok’ olarak değerlendirilen sıfat çiftleri ağırlıkta gibi görünse de ‘orta’ değerlendirmelerin oranlarına oldukça yakındır (Tablo 12).

Tablo 12. Sıfat Çiftlerinin Analiz Tablosu

	% 80-100	% 60-80	% 40-60	% 20-40	% 0-20	
	en çok	çok	orta	az	en az	
Güzel	%48					Çirkin
Sevimli		%33,3				Sevimsiz
Etkileyici	%32,7					Sıradan
Pahalı			%34,7			Ucuz
Bakımlı	%42					Bakımsız
Abartılı			%29,3			Sade
Ferah	%41,3					Sıkışık
Düzenli	%41,3					Düzensiz
Kurallı		%32				Kuralsız
Rahat	%42					Rahatsız
Geniş	%30,7					Dar
Ender			%34,7			Sık Rastlanan
Şaşırtıcı			%24,7			Şaşırtıcı Olamayan
Heyecanlı			%31,3			Sıkıntılı
Özgür		%30				Kısıtlı
Huzur Verici			%31,3			Tedirgin Edici
Sıcak	%32					Soğuk
Basit			%30			Karmaşık
Sabit			%43,3			Değişebilen
Dengeli			%37,3			Dengesiz
Simetrik			%38,7			Asimetrik
Aydınlık	%31,3					Karanlık
Renkli	%25,3					Tekdüze
Sert			%30,7			Yumuşak

SONUÇ

Kafelerde yapılan araştırma sonucunda mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenlerine ilişkin veriler Tablo 8’de mekânsal, Tablo 9’da estetik ve Tablo 10-11’ de konfor özellikleri bakımından ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Değerlendirmenin sonucunda; mekânsal özellikler açısından eksikler tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan kafelerin mevcut otoparklarının bulunmaması kullanıcıların park sorunu yaşamasına neden olmaktadır. Buna karşın kafelerin ulaşılabilirliği (%46,7), kafeye giriş algısı (%40,7) ve kafenin içerisindeyken ulaşmak istenilen hedefe erişim kolaylığı (%40) açısından olumlu düşüncelerin ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Aynı

zamanda mekânsal özellikler açısından mekânların açık veya yarı açık mekânlarının bulunması (%45,3) önemli oranda yüksek çıkarak kafelerin tercih edilmesinde etkin rol oynadığı görülmektedir.

Estetik özellikler açısından değerlendirmelere bakıldığında ise kullanıcılar üzerinde memnuniyetsizlik durumu görülmemektedir. Kullanıcıların estetik özelliklerle ilgili sorulara verdiği cevaplar ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneklerinde toplanarak %70’in üzerinde bir oranda olumlu bulunmuştur. Ayrıca ‘kafede kullanılan aksesuarların güzel ve şık olması’, ‘kafe aydınlatmasının sıcak hissettirmesi’ ve ‘kafenin kurumsal renklerinin uyumlu olması’ sorularına verilen yanıtların ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneklerinin %80 oranla diğer sorulara göre daha yüksek oranda çıkarak öne çıktığı görülmektedir. Bunun dışında ‘zemin döşemesinin koyu renkte ve mat yüzeyli olması göz yormaması’ (%22) ve ‘yarı açık mekânda kullanılan masalar sıcak hissettirmesi’ (%20) sorularında %20 gibi fark edilir bir oranda kullanıcıların ‘kararsız’ kalması öne çıkmaktadır. Bu bağlamda zeminde seçilen malzemelerin gözü yormayacak ve görsel konforu artırıcı özellikte olması gerekmektedir. Aynı şekilde mekânlarda kullanılan donatıların sıcak hissettirici özellikte malzemelerle desteklenmesi gerekmektedir.

Konfor özellikleri açısından değerlendirmelere bakıldığında olumsuz bir düşünceye ulaşılmamıştır. Konfor özelliklerine verilen yanıtların %80 oranında ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ cevaplarının ağırlıkta tercih edildiği görülmektedir. Buradan hareketle mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenleri arasında konfor özellikleri mekânsal ve estetik özelliklerine oranla öne çıktığı görülmektedir.

Mekânların kullanıcılarına verdiği olanaklar doğrultusunda kullanıcıların mekân hakkındaki görüşleri şekillenir. Zıt sıfat çiftlerinden oluşan anlamsal farklılaşma ile amaçlanan, kullanıcıların mekân hakkındaki duygularını anlayabilmektir. Anlamsal farklılaşma sonuçlarının en çok, çok ve orta değerlendirmelerin ağırlıkta olduğu göz önüne alınırsa mekânlar hakkında çok fazla negatif değerlendirmeler olmamıştır. Buna karşın kullanıcıların mekânları tercih etme nedenleri ortalamanın üstünde (%70) olumlu sonuçta çıkarken, zıt sıfat çiftlerine verdikleri puanlar (%53) ortalamaya çok yakın değerlerde çıkmıştır. Bu anlamda mekânların davranışsal performans açısından kullanıcılarına verdiği hazda eksikler görülmüştür.

Günümüzde kahve mekânlarının yaygınlaştığı ve sayısının her geçen gün arttığı bilinmektedir. Kullanıcıların sıklıkla kullandığı, boş zamanını değerlendirdiği ve sosyalleştiği kahve mekânlarının tasarımı önem arz etmektedir. Bu bağlamda kafelerin kullanıcı memnuniyetsizliğini ortadan kaldıracak mekânsal, estetik ve konfor özellikleri göz önüne alınarak tasarlanması gerekliliği kabul görmektedir. Kullanıcıların tercih ettiği mekânda; kendini rahat hissetmesi, o mekânı ve malzemelerini beğenmesi, mekâna erişimin kolay olması, mekânda kendini konforlu hissetmesi mekânı tekrar tercih edilebilir kılmaktadır. Bu anlayış doğrultusunda tasarım adına verilen doğru kararlarla kullanıcıların bu mekânları tercih etmesinde artış görülecektir. Bundan sonra tasarlanacak kafelerde ve mekânlarda koşulların sağlanamadığı durumlarda mekânsal, estetik ve konfor özellikleri bakımından tasarım kararları düzenlenmeli/iyileştirilmeli ve tasarım problemlerine çözüm aranmalıdır. Çalışma bu bağlamda tasarımcılara kaynak oluşturabilmekte ve iç mekân araştırmalarına katkı sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

Andreini L., Flora N., Giardiello P. ve Postiglione G. (2000). *Cafes And Restaurants*, Teneues.

Araz, A. (2007). Kafelerde mekân örgütlenmesi: Trabzon örneği. [Yüksek lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi].

Azzuhri M. ve Tanjung A. D. (2017). Interior design at coffee shop as a factor influencing customer retention and mediating role of perceived customer satisfaction. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, 6(2), 43-54. <https://doi.org/10.37715/jee.v6i2.639>

Bilge, E. (2010). Evliya çelebi’den hareketle kahvehanelerden kafelere dönüşüm. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.

Bostan, İ. (Ed.). (2001). *Türkiye: Türkiye diyanet vakfı islâm ansiklopedisi*, İSAM Yayınevi.

Dedeoğlu, M. (2022). *Kafe mekânlarında iç mekân analizi: Konya-Starbucks kafe örneği* [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi].

Gregorie, H.D., Georgeon, E. (1999). *Doğu’da kahve ve kahvehaneler*. 2. Baskı, Yapı Kredi yayınları.

- Güven E. ve Şenkal Sezer F. (2019). Kafelerde kullanıcı memnuniyetinin konfor koşulları açısından değerlendirilmesi: Görükle/Bursa örneği. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 4(1), 183-196. <https://doi.org/10.26835/my.559964>
- Hattox, R.S. (1996). *Kahve ve kahvehaneler. bir toplumsal içeceğin yakın doğudaki kökenleri*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Heise U. (2001). *Kahve ve Kahvehane*, M. 1. Baskı, M. Tüzel (çev.) Dost Kitabevi.
- Kolektif (2004). *Ana britanica genel kültür ansiklopedisi*. 15. Baskı, Türkiye: Ana Yayıncılık A.Ş., 5, 264.
- Özdemir, İ.M., Hasançebi, Ö. ve Araz, A. (2007). *Dönüşüm Paralelinde Popüler Kültürün Yarattığı Aynı Mekanlar*, XIX. Yapı-Yaşam Kongresi, 22-24 Mart 2007, Bursa, Cilt 1, 453-462.
- Sami, K. (2010). Halk kültürü bağlamında kahvehanelerin toplumsal ve mekânsal dönüşümleri Diyarbakır kent örneği. *Milli Folklor Uluslararası Kültür ve araştırma Dergisi*, (85), 159-182.
- Şahbaz, S. (2007). *Geçmişten günümüze kahvehaneler, kahvehanelerin sosyal yaşamdaki yeri ve önemi: aydın merkez örneği* [Yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi].
- Şahin, E.B. (2020) *Kahve mekânı tasarımı ve kullanıcı ilişkisinin fenomenolojik yöntemler üzerinden irdelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Tucker, M. C. (2011). *Coffee culture; local experiences, global connections*. Roledge.
- Url 1- Dünya Bülteni-Kültür Sanat. Dünya bülteni [Çevrimiçi]. Erişim: <https://www.dunyabulteni.net/kultur-sanat/kahvehaneler-osmanli-da-halkin-sesinin-duyuldugu-kamusal-alanlard-h301417.html/> adresinden 24 Eylül 2022 tarihinde erişilmiştir.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşittir.

Etik Beyanı

Bu çalışma Etik Kurulunun kararı ile uygun bulunmuştur.

GAZETECİLİK ALANINDA BİR ALT ALAN OLARAK YAVAŞ GAZETECİLİK

Ahmet Cevdet AŞKIN¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1199763

Makale Geçmişi:

Geliş 05.11.2022

Kabul 24.05.2023

Anahtar Kelimeler:

Yavaş Gazetecilik,

Yavaş Hareketi,

Bourdieu,

Medya,

Gazetecilik.

ÖZ

Bu makalede küreselleşmenin olumsuz sonuçlarına karşı yavaş yemek akımıyla başlayan yavaşlama trendinin gazetecilik alanındaki izdüşümü olan yavaş gazetecilik, Bourdieu sosyolojisinden ödünç alınan alan, sermaye ve *doxa* kavramlarıyla kurulan kuramsal çerçeveden irdelenmektedir. Bu amaçla İtalya’da başlayan yavaş yemek hareketinden yavaş gazeteciliğe uzanan süreç tarihsel akış içinde ele alınmaktadır. İlgili alanyazında dikkat çeken eserlere dayanarak yavaş gazeteciliği diğer gazetecilik türlerinden farklılaştıran özellikleri ön plana çıkarılmaktadır. Yavaş gazetecilik enformasyonun yavaş ve zaman sınırı olmadan tüketimine dönük mecralarda gelişim göstermektedir. Doğası gereği, ayrıntılı ve derinlemesine enformasyon üretimi için ihtiyaç duyulan geniş zamanı ayırabilmektedir. O nedenle kaliteli bir şekilde işlenen haberleri okumak isteyen okuyucu kitlesinin dikkatini çekme potansiyeline sahiptir. Bu çerçevede yavaş gazeteciliğin gazetecilik alanı içinde bir alt alan olarak tasavvur edilebileceği ileri sürülmektedir. Çalışmanın özgünlüğü ve önemi de buradan kaynaklanmaktadır. Günümüzde büyük sermayenin kontrolündeki medya sistemi içindeki genel işleyişin tersine, yavaş gazetecilik kendine özgü finansman modeliyle editoryal bağımsızlığı garantileme ve halkın haber alma hakkını sağlıklı biçimde kullanmasına hizmet etme imkânına sahiptir. Gazetecilik alanında yeni sayılabilecek bu oyuncunun, yerini sağlamlaştırması ve yaygınlaşması hâlinde, alanın tümünde geleneksel gazetecilik değerlerinin ihya edilmesi ya da en azından daha da fazla aşınmasını frenleme potansiyeli söz konusudur.

SLOW JOURNALISM AS A SUB-FIELD IN THE JOURNALISM FIELD

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1199763

Article History:

Received 05.11.2022

Accepted 24.05.2023

Keywords:

Slow Journalism,

Slow Movement,

Bourdieu,

Media,

Journalism.

ABSTRACT

This article examines slow journalism, which is the projection on the journalistic field of the “slowdown” trend that originated from the slow food movement in response to the negative consequences of globalization. It draws upon concepts such as field, capital, and doxa from Bourdieu’s sociology to establish the theoretical framework. The article explores the process from the slow food movement started in Italy to slow journalism in the historical flow. Drawing on notable works in the relevant literature, it gives special attention to the features differentiating slow journalism from other journalism types. Slow journalism develops in media outlets prioritizing slow and unhurried information consumption. This kind of journalism, by its nature, allows the ample time needed for producing detailed and in-depth information. For this reason, it can potentially captivate the readership who seek high-quality news. In this context, the article suggests that slow journalism can be considered a sub-field within the broader journalism field, and this unique approach contributes to its originality and importance. Contrary to the dominant practice in today’s media system controlled by powerful corporates, slow journalism, thanks to its specific finance model, offers the opportunity to ensure editorial independence and uphold the people’s right to know. Moreover, as a new player, slow journalism can revive traditional values or impede their further erosion in the whole field, provided it solidifies its position and gains wider acceptance.

¹ Dr., Bağımsız Araştırmacı, ahmetcevdetaskin@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2049-2941

Alıntılanak için/Cite as: Aşkın, A.C. (2023). Gazetecilik alanında bir alt alan olarak yavaş gazetecilik. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 511-523.

GİRİŞ

Günümüz toplumunda ister özel ister kamusal alanda olsun karar alma süreçlerinin kısılması ve bu kararların dijital teknolojinin imkânlarıyla giderek genişleyen bir uzamda derhâl ve hızla yayılması anlamında yaşanan ve son yıllarda iyice yoğunlaşan zaman-mekân sıkışması, ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel boyutlarda kafalarda soru işaretleri yaratırken, yıkıcı sonuçları da beraberinde getirmektedir (Harvey, 1992). Enformasyon bolluğu içinde doğru enformasyona ulaşmanın zorlaşması bunların arasındadır. Eskisine göre daha fazla enformasyona daha kolay erişim söz konusu olduğu hâlde, gerçekler hakkında ihtiyaç duyulan doğru ve güvenilir enformasyonda paradoksal biçimde kıtlık yaşanmaktadır. Bu durum adeta görünmeyen bir sansüre dönüşmüştür (Serrano, 2012). Gazeteciliğin en önemli görevinin halkın gerçekleri bilme hakkını kullanmasına hizmet etmek olduğu göz önüne alındığında, son yıllarda pratik uygulamalarıyla dikkat çeken ve kuramsal planda da bir alanyazının oluşmasına yol açan “yavaş gazetecilik”, yoğunlaşan zaman-mekân sıkışmasına rasyonel bir tepki olarak değerlendirilebilir. Çünkü dijital teknolojiye gelişmelerin medya ekosisteminde yarattığı altüst oluş, günümüzde gazetecilik ürünlerinin tüketildiği mekânı giderek artan biçimde mobil hâle getirmektedir. Enformasyon çağının hızına ayak uydurmaya zorlanan gazetecilik, ürünlerini tüketen okur-izler kitlesiyle etkileşime girmekte ve ona multimedya mantığında özetlenen çoklu mecralardan hitap etmektedir (Peters, 2012). Hemen ve her yerden, üstelik de herkesten önce haber verme baskısı, çapraz kontrolleri yapılmış, ayrıntılı, derinlikli ve arkaplan bilgi içeren türde haberlerin üretim imkânını ortadan kaldırmaktadır. Eskiden olduğu gibi günümüzde de hızla ve anında verilen habere, diğer bir ifadeyle “hızlı gazetecilik”e olan ihtiyaç devam etmektedir. Bununla birlikte küresel ekonomideki belirsizlikler, neoliberal düşüncenin doğa ve toplum üzerindeki yıkıcı sonuçları, iklim değişikliği, düzensiz göç, kimlik ve yaşam tarzına müdahaleler gibi öne çıkan sorunları ayrıntılı şekilde haberleştirebilme potansiyeline haiz gazetecilik türüne ihtiyaç olduğu da düşünülmektedir (Craig, 2016). Bu çalışmada yavaş gazeteciliğin Bourdieu sosyolojisi çerçevesinde gazetecilik alanının bir alt alanı olarak tasavvur edilebileceği ileri sürülmektedir. Bu amaçla İtalya’da “yavaş” hareketinin ortaya çıkışıyla birlikte hızla yayılan “yavaşlama” kültürü ve günlük yaşamın değişik alanlarındaki yansımalarından söz edildikten sonra yavaş gazetecilik çeşitli boyutlarıyla ele alınacaktır. Ardından Bourdieu sosyolojisinden ödünç alınan alan, sermaye ve *doxa* kavramlarına dayanarak yavaş gazeteciliğin gazetecilik alanının bir alt alanı olarak kurulabilme imkânı irdelenecektir. Yavaş gazeteciliğe ilişkin bugüne kadar kuramsal ve amprik çalışmalar yapılmış olmakla birlikte burada Boudieu sosyoloji çerçevesinde bir yaklaşımın uygulanması makalenin önem ve özgünlüğünün temelini oluşturmaktadır.

ALANYAZIN

Yavaş yemek hareketiyle başlayan yavaşlama trendinin gazetecilik alanındaki izdüşümü olarak nitelendirilebilen yavaş gazetecilikle ilgili alanyazının sınırlı olduğu gözlemlenmektedir. Kavramın ilk ortaya atılışından günümüze geçen 15 yılda uluslararası planda alana yapılan önemli sayılabilecek katkılar belirli yazarlardan gelmiştir (Craig, 2016; Dowling, 2016 ; Greenberg, 2007, 2012; Masurier, 2015, 2016; Neveu, 2016; Pedriza, 2017 ; Rauch, 2011). Türkiye’de ise yavaş gazetecilikle ilgili az sayıda çalışma göze çarpmaktadır (Apak, 2021; Ata, 2019; Bilecen & Bayraktutan, 2018; Birsen ve diğerleri, 2018; Duman, 2020; Karaman, 2022).

Journalism Practice dergisinde 23 Mayıs 2022 tarihinde yayınlanan bir alanyazın tarama çalışması, yavaş gazetecilik ve onun genel olarak gazetecilik alanında işgal ettiği yerin diğer gazetecilik biçimleriyle bağlantılı şekilde anlaşılması açısından çok önemli bir katkı sunmaktadır. Alanyazın bilançosu niteliği taşıyan bu çalışmada, uluslararası planda 31 Ocak 2022 tarihine kadar yayınlanan araştırmalar Sistematik Alanyazın Taraması yöntemi ile analiz edilmiştir. *Web of Science Core Collection*, *Scopus*, *B-ON* ve *Communication Abstracts* üzerinde yapılan taramada 562 metin bulunmuş, bunların içinde erişilebilen 433 çalışmaya araştırma protokolu uygulanarak çoğunlukla nitel karakterli 37 metinden oluşan örneklem elde edilmiştir. Örneklemi oluşturan çalışmaların 35’i makale, ikisi kitaptır. Yayınlar ağırlıklı olarak 2016 yılında yapılmıştır. Konuya yaklaşım açısından beşinin özcü, 10’unun özcü olmayan, geri kalan çoğunluğun ise tarafsız perspektiften kaleme alındığı görülmüştür. Yapılan analiz, yavaş gazeteciliğin gazetecilik faaliyetinin yürütülmesinde geçerli bir alternatif olarak kendini kabul ettirdiğine işaret etmektedir. Buna göre, yavaş gazetecilik kavramı yeni olmakla birlikte aslında gazetecilik alanında derin köklere sahiptir ve gelenek ile yenilik arasında bir konuma yerleşiktir. “Hızlı gazetecilik”in yanı sıra adı ne olursa olsun (örneğin soruşturmacı gazetecilik) yavaş gazeteciliğe yer açan ya da açabilecek olan geleneksel gazetecilik, yavaş gazetecilikle bir arada yürüyebilir. Çünkü yavaş gazetecilik, gazeteciliğin bugünkü krizine çözüm bulma çerçevesinde tartışılan iş modeli, kalite ya da şeffaflık gibi konuların da içinde olduğu bir dizi meselede değişik ve ilgi çekici yaklaşımlar sunmaktadır. Çalışmaya göre, yavaş gazeteciliğin hem kuram hem de gazetecilik pratiğine olan en büyük katkısı, olayları, gazetelerin yazı işlerini, gazetecilik rutinlerini ve hatta

okuyucuların zamana dair anlayışlarını düzenleyen bir yaklaşımı temel almasından kaynaklanmaktadır (Mendes & Marinho, 2022). Bu makalede ise yavaş gazetecilik, Bourdieu sosyolojisi çerçevesinde gazetecilik alanının bir alt alanı olarak ele alınarak alanyazında gözlemlenen boşluğun kapatılması amaçlanmaktadır.

YÖNTEM VE KAVRAMSAL ARAÇLAR

Bu çalışma yavaş gazeteciliğe Bourdieu sosyolojisinden ödünç alınan alan, sermaye ve *doxa* kavramlarıyla kurulan kuramsal çerçeveden yaklaşmaktadır. Bourdieu sosyolojisi, Anglo-Amerikan medya araştırmalarında sıklıkla kullanılan ekonomi-politik, kültürel, hegemonya ve teknolojik yaklaşımlardaki öncelik/belirleyicilik arayışlarından uzak durmakta, hem eyleyicileri hem de yapıları diyalektik bir ilişki içinde ele almaktadır. Bourdieu'nün kavramsal araçlarının ortak özelliğinin onların anlamı sabitlemeleri değil, araştırma nesnesinin özelliğine göre yeniden şekillenmeleri olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Bourdieu, sosyal bilimlerde yaygın bir alışkanlık olan kavramların başlangıçta keskin tanımlarının verilmesi yerine, kâğıt üstünde kuramsal kapatmalardan sakınarak, onları ampirik kullanımları içinde içerik kazanmalarını sağlayacak şekilde "açık" bırakmaktadır (Göker, 2016, s. 278). O nedenle alan, sermaye, *doxa* ve diğer kavramlara Bourdieu metinlerinde farklı biçimlerde rastlanmaktadır. Bu durum, onun kavramsal araçlarının belli bir kuramsal tutumu, sosyolojik eğilimi ve hayata bakışı aktarmak istemesinden kaynaklanmaktadır (Brubaker, 1993, s. 217).

Temel işlevi toplumsal nesnelere bilimsel inşasına imkân veren bir araştırma aracı olan alan, eyleyicilerin ve kurumların bir araya geldiği bir mikro kozmos olarak düşünülebilir. Alan, güç ilişkilerinin inşa ettiği görünmez yapıdır. Eyleyiciler bu alan içinde işgal ettikleri konumlarda birbirleriyle mücadele içinde hareket etmektedirler. Bu mücadeleler, alanı kuran güç ilişkilerinin korunması ya da dönüştürülmesine dönüktür (Bourdieu, 2010, s. 30). Başka bir ifadeyle, eyleyiciler diğerleriyle rekabet içinde bu alan içinde tuttıkları konumun kendilerine sağladığı gücü devreye sokmaktadırlar (Bourdieu, 1997, s. 47).

Alan kavramını Bourdieu'nün pratik kuramının kilidi olarak niteleyen ve onun meta-teorilerle hesaplaşması olarak okunmasını öneren Kaya (2016), alanın büyük ölçüde içsel mekanizması tarafından belirlendiğini ve belli ölçüde dış dünyadan bağımsız olduğunu söylemektedir. Bu bağımsızlık görelidir; alanın türü ile konjoktüre bağlıdır. Örneğin ekonomik alan modern dönemde hızla özerklik kazanmıştır. İktidar alanı ise temel alandır, iktidar şekilleri ve farklı sermaye türleri arasında var olan güç dengesinin yapısıdır. Farklı alanlar iktidar alanında sermaye biçimlerinin nesnel hiyerarşisine göre dağılmıştır (s. 404, 416). Calhoun'a göre sözü edilen özerklik, bir alanın "*kendine özel bir oyun alanı içinde yer alabilmesi, kendine özel bir sermaye yaratabilmesi ve bir başka alana doğrudan bağımlılığa indirgenememesi anlamına*" gelmektedir (2016, s. 108).

Wacquant (2016) alanın üç özelliğinden söz etmektedir. Bir alan öncelikle yapılaşmış bir konumlar uzayıdır ve kendini dışarıya dayatan bir güç alanıdır. İkinci olarak aktörler ve kurumların mevcut sermaye dağılımlarını korumaya veya değiştirmeye çalıştıkları bir mücadele arenası, kimlik ve hiyerarşinin temellerinin sürekli tartışma konusu olduğu bir savaş alanıdır. Özerklik derecesi, yani alanın kendini dış etkilerden yalıtma ve diğer alanlara kendi kriterlerini dayatma kapasitesi, alanın üçüncü kritik özelliğini teşkil etmektedir. Bu çerçevede alan, eylem ve yapıyı dışardan yapılandıran, yani eyleyiciye potansiyel kazançlar ve ödeyeceği bedeller arasında seçim yapmasına imkân veren bir çeşitlilik sunmaktadır (s. 63-64).

Her alanda eyleyicilerin hem mücadele silahı hem de uğruna mücadele ettikleri bir sermaye türü geçerlidir. Bu sermaye, sahibine iktidar gücü vermekte ve alanda var olma imkânı sağlamaktadır (Bourdieu & Wacquant, 2016, s. 82). Bourdieu, her biri kendi alt türlerine ayrılan üç sermaye türünden söz etmektedir: ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye. Bu türlerden herhangi birinin algı kategorileriyle kavrandığı biçimini de simgesel sermaye olarak tarif etmektedir (2016, s. 108).

Ekonomik sermayeyi dolaysız biçimde paraya dönüşebilen ve mülkiyet hakları biçiminde kurumsallaşabilen sermaye biçimi olarak kabul eden Bourdieu, kültürel sermayenin insan zihninde ve bedeninde uzun süreli eğilimler biçiminde bedenleşmiş, kültürel mallar olarak nesneleşmiş ve eğitimle kazanılan özellikler biçiminde kurumsallaşmış hâl olmak üzere üç biçimde kendini gösterebileceğini söylemektedir. Sosyal sermaye ise yükümlükler ve bağlantılardan oluşan sermaye türüdür (1986, s. 43). Başka bir ifadeyle birey ya da grupların kalıcı bir ilişkiler ağına sahip olmalarının sonucunda kullanabilecekleri gerçek ya da potansiyel kaynaklar toplamıdır (Bourdieu & Wacquant, 2016, s. 108). Modern toplumun çalışma dünyasında gelir kaynaklarına erişim, eğitim biçimindeki kültürel sermayeye ve ilişki ağları biçimindeki sosyal sermayeye bağlıdır (Swartz, 2018, s. 109). Toplumsal gruplar tarafından biriktirilen sermayenin farklı biçimler altında var olabilen bir tür toplumsal fizik enerjisine benzeten Bourdieu, bu sermaye biçimlerinin katı eşdeğerlik kurallarına tabi olduğundan ve bu yüzden de birbirlerine dönüşebildiğinden söz etmektedir (1990, s. 122). Sermaye biçimleri arasındaki dönüşümün bütün yönlerde eşit derecede olanaklı olmadığına dikkat çeken Swartz, sosyal ve kültürel sermayenin ekonomik

sermayeye kıyasla birbirleriyle daha yakın ilişki içinde olduğunun, ekonomik sermayenin genel olarak kültürel ve sosyal sermayeye çevrilmesinin, tersinin gerçekleşmesinden daha kolay olduğunun altını çizmektedir (2018, s. 118).

Bourdieu'ye (1986) göre ekonomik sermaye diğer tüm sermaye biçimlerinin temelinde yatmaktadır, diğer bir ifadeyle diğer sermaye türleri ekonomik sermayenin dönüşmüş ve gizlenmiş biçimleridir. Bununla birlikte diğer sermaye türleri, kökenlerinde ekonomik sermaye var diye hiçbir şekilde o kavrama indirgenemezler. Çünkü onlar bu durumu gizledikleri ölçüde en özgül etkilerini yaratabilmektedirler. Ekonomik sermayenin toplumsal sermayeye dönüşmesi özgül bir emeği gerektirmektedir. Zamanın cömertçe harcanması, ilgi, alaka ve dikkat gösterilmesi, özel durumlara uygun hediyelerin verilmesi gibi jestler sayesinde toplumsal ilişkilerin kurulması ve korunması mümkün olmaktadır. İlk bakışta ekonomik açıdan boşa sarf edilmiş gibi görünen bu çabalar, toplumsal ilişkiler mantığı içinde sağlam bir yatırımdır ve uzun vadede maddi ya da manevi fayda olarak geri dönmektedir. Benzer şekilde ekonomik sermayenin kültürel sermayeye dönüşümü, ekonomik sermaye sahibi olunmasının imkânlı kıldığı bir zaman tahsisine gerçekleşmektedir. Örneğin aile içinde kültürel sermaye çocuklara aktarımı sadece o sermayenin birikimi için harcanan zamanla değil, aynı zamanda ebeveynlerden birinin özellikle de annenin çocukların yetiştirilmesi görüntüsü altında kültürel sermayeyi onlara aktarmak için çalışma hayatından çekilmesini de temsil etmektedir. Aile içinde aktarılanın yanı sıra uzun okul döneminde edinilen kültürel sermaye ancak uzun vadede, çalışma hayatına atılmanın kapısını açan mesleki beceriler biçiminde gizlenmiş olan ekonomik sermayeye dönüşebilmektedir. Sermayenin ve toplumsal uzamda işgal edilen konumun yeniden üretimini garantilemek amacıyla geliştirilen stratejilerin temelinde farklı sermaye türlerinin birbirine en az maliyetle dönüşümü ilkesi yatmaktadır. Ancak ekonomik yönün gizlenmesine yardımcı olan her şey aynı zamanda maliyeti artırma eğilimi göstermektedir (s. 252-254). O hâlde iktisat bilimi açısından söylemek gerekirse sermaye biçimlerinin birbirine dönüşme maliyeti, çeşitli görünümünün arkasında gizlenmiş ekonomik sermayenin alternatif maliyetine de işaret etmektedir.

Bourdieu'ye göre alan, sosyal bilimin gerçek nesnesidir; bir araştırma, merkezine alanı almak zorundadır. Bilim bireyi biyolojik birey, aktör ya da özne olarak değil, eyleyici olarak kurmaktadır. Bu eyleyici alanda toplumsal olarak etkin ve hareketli olarak kurulmaktadır, çünkü o, alanda etki yaratmak için gerekli özelliklere sahiptir. Sahip olduğu sermayenin miktar ve yapısına uygun olarak alanda bir konum işgal etmekte ve ya alandaki sermaye dağılımının korunmasına ya da bunun değiştirilmesine yönelme eğilimi sergilemektedir (Bourdieu & Wacquant, 2016, s. 93-94). Alanda sermaye dağılımının korunmasından yana olanlar baskın gruplardır ve onlar alanda geçerli olan ve doğruluğu tartışılmaksızın kabul edilmiş ilkelerin yani *doxa*'nın sessiz savunucuları durumundadırlar. Alana yeni girenler ise yerleşik ilkelere karşı çıkarak yani *doxa*'nın sessizliğini bozarak kendilerine yer açmak isteyenlerdir (Bourdieu, 1993, s. 83). *Doxa*, Bourdieu'nün eserlerinde tartışmasız kabul edilen inançlar setine gönderme yapmaktadır. Onun sayesinde içinde yaşadığımız toplum, kurumlar ve pratikler bize "doğal" görünmektedir. Fenomenolojinin toplumsal dünyanın olduğu gibi, aşık ve karşı çıkılmaksızın kabul edilmesi olarak tarif ettiği doğal tutumu hatırlatmaktadır. Alışkanlıklara, gündelik yaşam pratiklerine ilişkin "normallik" algısı buradan kaynaklanmaktadır (Vakalopoulos, 2022). Üzerinde ortaklaşılan kurallar seti olarak *doxa*, sermaye türlerinin alandaki kullanılış biçimlerini de anlamlı kılmaktadır.

Bourdieu, alan kavramının anlaşılmasını kolaylaştırmak için "oyun" imgesine başvurmaktadır. Oyun ve alan arasında benzerlik kurarken, alanın oyundan farklı olarak bilinçli bir yaratımın ürünü olmadığını vurgulamakta ve orada açıkça ifade edilmeyen kuralların ya da düzenliliklerin geçerli olduğundan söz etmektedir. Oyunda (alandaki oyuncular (eyleyiciler) arasında rekabetin ürünü olan kazanılacaklar ve kaybedilecekler, yani bir tür bahisler vardır. Oyuna/alana yatırım yani oyuncuları/eyleyicileri bu oyuna/alana girmeye ikna eden çıkar mekanizması *illusio* ve oyuna/alana ve bahislere ortak inanç *doxa* söz konusudur. Her oyuncu/eyleyici, oyuna/alana girerek *doxa*'yı yani oyuna/alana özgü kuralları peşin olarak kabul etmiş olduğu var sayılır. Ellerindeki kartlara göre çıkarlarını korumak, kozlarını artırmak için mücadele ederler. Alanın yapısını belirleyen şey, oyuncular arasındaki güç ilişkilerinin her andaki durumudur. Bu ilişki, sahip oldukları farklı sermaye türlerinin sonucudur. Oyuncu/eyleyici sahip olduğu sermaye türüne göre oyunda/alanda bir yer tutmakta, az ya da çok risk alan, cesur ya da temkinli bir strateji izlemektedir. Bu strateji zaman içinde sermayesinin miktarı ve bileşimindeki değişikliğe göre değişmektedir. Eyleyicilerin/oyuncuların stratejileri yani çıkara dayanan eylemleri, alandaki/oyundaki, yani alana/oyuna özgü sermayenin dağılımındaki konumlarına ve alanı/oyunu algılayışlarına, diğer bir ifadeyle alanın içinde durdukları noktadan alana bakış açılarına bağlıdır (Bourdieu & Wacquant, 2016, s. 82-84, 87). Bu çalışmada yavaş gazetecilik kurumları, gazetecilik alanına yeni giren oyuncular olarak göz önüne alınacaktır.

Yavaş Yemekten Yavaş Gazeteciliğe

Çevreden kültüre hayatın her alanında küreselleşmeye bir başkaldırı olarak nitelendirilen yavaş hareketinin (Özmen ve diğerleri, 2016) çıkış noktası olarak İtalya’da ulusal lezzetlerin korunmasını önemseyen sol görüşlü aktivistler tarafından 1986 yılında kurulan *Arcigola* grubu gösterilebilir (Parkers & Craig, 2006, s. ix-x, 19). Üç yıl zarfında üye sayısı 500’den 11 bine çıkartan *Arcigola*, İtalya dışından katılımlarla uluslararası bir birlik hâline geldi ve ismini *Arcigola Slow Food* olarak değiştirdi. *Slow food* (yavaş yemek) adının benimsenmesinde *fast food* zinciri *McDonald’s*’ın 1989’da Roma’da *Piazza di Spagna*’da restoran açmasına tepki olarak gelişen makarna yeme protestoları rol oynadı. Bununla birlikte *McDonald’s*’a gösterilen tepki aslında *fast food* zincirinin temsil ettiği ve o sıralarda rüşeym hâlinde olan küreselleşmeye karşı alınan bir tavır olarak kabul edildi. *Slow Food* organizasyonu aynı yılın Kasım ayında Paris’teki *Opéra Comique*’de dünyanın dört bir yanından gelen heyetlerin *Slow Food* Manifestosu’nu imzalamasıyla uluslararası bir harekete dönüştü (Petrini, 2001, s. 8). Arjantin, Avusturya, Brezilya, Fransa, Almanya, Hollanda, Macaristan, İtalya, Japonya, İsveç, İspanya, İsviçre, ABD ve Venezüella’dan gelen delegelerin altına imza attığı manifestoda, yerel yemeklerin tat ve lezzetlerinin yeniden keşfedilmesinin *fast food*’a verilecek ilerici bir yanıt olduğu ilan edildi (2001, s. xxiii–xxiv).

İletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin toplumsal hayatın akışını hızlandırması sonucunda insanların hayattan zevk alınacak unsurları gözden kaçırdığını savunan yavaş hareketi (Özmen ve diğerleri, 2016, s. 40), özünde hızı verimlilik ve profesyonellikle özdeşleştiren hâkim değerler setine karşı hayatın her alanında yavaş yaşamaya yapılan bir çağrı olarak görülebilir. Yavaş yaşam, mevcut zamansal düzenin insanların günlük yaşamlarına daha fazla zaman ayırabilmesine imkân verecek şekilde değiştirilmesine dönük bilinçli bir girişim olarak tarif edilmektedir. Buradan yavaş yaşamın mevcut yaşam tarzının ağır çekim bir versiyonu olduğu sonucu da çıkarılmamalıdır. Bireylerin toplumdan izole yaşamlarına izin veren paralel bir zaman düzeni değil, daha ziyade bilinçli bir şekilde yürütülen eşzamanlı olmayan pratikler söz konusudur. Yavaş yaşam, zamanı daha farkında bir şekilde kullanma noktasından hareket eder ve farklı zamansal düzenlerin müzakeresini içerir. Herhangi bir şeye zaman ayrılması, zamanı düşünceli ve dikkatli bir şekilde kullanarak ona önem kazandırmaktır. Bu anlamda yavaş yaşamak demek insanların keyif almasını ya da en azından zaman ayrılan her işin amacını göz önünde tutmasını sağlayan, bilinçli ve dikkatli bir şekilde yürütülen faaliyetlerle uğraşmak demektir (Parkers & Craig, 2006, s. 3). Yavaş yaşam felsefesi “denge” sözcüğü ile özetlenebilir. Yavaş yaşam, hızlı olmak anlamlı olduğunda hızlanmak, yavaşlık gerektiğinde yavaşlamak, yani müzisyenlerin *tempo giusto* dediği doğru hızda yaşamaktır (Honoré, 2004, s. 15). Modern yaşama alternatif bir yanıt olarak gelişen yavaş yaşamın daha yavaş zamansal düzen, yerellik, toplumsallık ve ekolojik olmak üzere dört temel ilkesinden söz edilmektedir. Yani yavaş yaşam; günlük faaliyetlerde yavaşlama, doğru yerde doğru hızda hareket ederek yaşamdaki zamansal düzenin dengelenmesi, toplumsal kimliğin sürdürülebilirliği amacıyla yerel potansiyellerin açığa çıkarılması, toplumsal yaşamın kalitesinin ve toplumsal mutluluğun artırılması ile çevresel bozulmanın önlenmesi ve çevre kalitesinin yükseltilmesidir (Sari & Lukito, 2017).

Yavaş Gazetecilik

Yavaş yemek akımının uluslararası hâle gelmesiyle gelişen yavaş yaşam konsepti, yavaş (sakin) şehir, yavaş seyahat- turizm ve yavaş moda gibi çeşitlenmeleri beraberinde getirmiştir. Yavaş yaşamın gazetecilik alanındaki izdüşümü ise yavaş gazetecilik olmuştur. Yavaş gazetecilik kavramı ilk kez Susan Greenberg tarafından, “ortanın sonu” diye adlandırılan bir pazarlama yaklaşımından hareketle ortaya atılmıştır. Buna göre tüketiciler mal ve hizmetleri satın alırken en ucuz fiyat ile makul kaliteyi temsil eden ürünlere yönelmekte, gerçekten lüks ya da özel bir ürün almak isteyenler seve seve daha fazla ödeme yapmakta, bu arada iki uç arasında kalan mal ve hizmet üretimi ise ortadan kalkmaktadır. Bu konsepti enformasyon alanına uygulayan Greenberg, ucuz ve makul kaliteyi temsil eden uca az bir bedel karşılığı televizyon ya da internet üzerinden ulaşılan haberleri, ortaya hızla okuyucu kaybeden ve tirajları düşen geleneksel yazılı basını ve lüks uca da araştırmak için zaman harcanan, uzun yazılar, ayrıntılı haberler ve diğer mecraların görmediği ama önemli olan konularla ilgilenen ve bütün bunları yüksek standartlarda okuyuculara aktaran yavaş gazeteciliği yerleştirmiştir. “Hızlı” haber kültürünün hâkimiyetine son verme kararlılığının gösterilmesi, ödüllendirmeler ve finansal desteklerin sağlanması hâlinde ve ancak o zaman gerçek bir “yavaş gazetecilik” hareketi ortaya çıkacaktır (Greenberg, 2007). Böyle bir gazeteciliğin temeli, içinde yaşadığımız enformasyon ortamında başka şekilde haberdar olamayacağımız, gözden kaçıracağımız gerçeklerden haberdar olmanın yolu, yavaş gazeteciliğin araştırmaya uzun zaman ayıran, enformasyonun nereden ve nasıl elde edildiğini gösteren yüksek standartlı habercilik tarzında yatmaktadır (Greenberg, 2012).

Jennifer Rauch, 2009 yılında kendisinin dışında yavaş yemek hareketinden etkilenen birkaç kişinin daha bir alt kültür olarak yavaş medyadan söz etmeye başladığını fark etmiştir. Yavaş medya hem bir felsefe hem de bir pratik

olarak anlaşılabilir. Bir felsefedir, çünkü yazılı ya da analog “baba yadigârı” medya biçimlerine hak ettikleri değerin verilmesini temsil eden yavaş medya, insanların sürekli artan enformasyona ve sürekli hızlanan iletişime olan arzusunu sorgular. Bir pratiktir, çünkü medya ürünlerinin üretim ve tüketiminde yavaşlama pratiğini benimser ve uygular. Böylelikle ekseriyetle kişinin dijital ağlarda ve cihazlarda harcadığı zamanı geçici ya da kalıcı biçimde düşürerek medya kullanımında daha yavaş dolayimli (hatta dolayimsız) faaliyetlere yönelimi teşvik eder. Yavaş medya akımının öncüllerine göre, medyanın daha dikkatli ve seçici bir şekilde kullanılması, nicelikten çok niteliğin öne çıkarılması, yerel toplulukların güçlendirilmesi, zanaat ürünlerinin teşvik edilmesi, dijital bildirimler için harcanan zamanın azaltılması ve kitap, kartpostal ve film gibi ata yadigârı medya biçimlerinin kıymetinin bilinmesi rehber ilkelerdir (2011, s. 1-2, 5). Bir yıl sonra Almanya’da yayınlanan Yavaş Medya Manifestosu’nda ise dikkatli bir şekilde seçilen içerik unsurlarının üzerinde yoğunlaşan haber hazırlama tarzına çağrı yapılmaktadır. Manifestoda yavaş medyanın 14 özelliği sıralanmaktadır. Buna göre yavaş medya:

- Sürdürülebilirliğe bir katkıdır,
- Tek işe odaklanmayı teşvik eder,
- Mükemmelliği hedefler,
- Kaliteyi somut bir şekilde gözle görünür kılar,
- Üreten-tüketicilerin (*prosumer*) gelişimine hizmet eder,
- İrdeleyici ve diyaloga açıktır,
- Toplumsal medyadır,
- Okur-izler kitesine saygılıdır,
- Ürünleri reklamla değil, tavsiye yoluyla yayılır,
- Kalitesini zamanla kaybetmez,
- Kendine has bir aurası vardır,
- Gerici değil ilericidir,
- Hem içerik üretiminde hem de tüketiminde kalite odaklıdır,
- Kendisine güvenilmesini ister ve güvenilir olmaya çalışır (Köhler ve diğerleri, 2010).

Günümüz dünyasında dijital teknolojinin gazeteciliği hızlanmaya zorlamasına karşın gazeteciliğin yavaşlaması yönündeki söyleme ve bu alandaki kuramsal gelişmeye en önemli katkının Megan Le Masurier’den geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ona göre yavaş gazetecilik haber kalitesinin düştüğü, gazetecilik etiğinin ikinci plana itildiği ve okuyucuların habere verdiği dikkatin azaldığı yüksek hızda ve aşırı ölçüde yapılan gazetecilik üretimi bağlamında etik bir gazetecilik türüdür. Hız ve haber atlatma rekabetine dayanan geleneksel gazeteciliğin yol açtığı sözü edilen sorunlara bilinçli bir etik pratikle çözüm getirme iddiasında olan yavaş gazetecilik, faaliyetlerinin finansmanı için yeni iş modelleri de denemektedir (2016, s. 439). Geleneksel gazeteciliğin haberi hızla hazırlama ve hiç vakit kaybetmeden neredeyse anında servis etme anlayışından kopmak, diğer bir ifadeyle gazeteciliği ve haberi hızdan ve anilikten ayırtmak gerekmektedir. Çünkü özellikle sosyal medyanın baskısı altında teknolojinin izin verdiği ölçüde hızlı haber verilmesinin temel kaygı hâline geldiği medya ekolojisinde ilk kez 1945 yılında ortaya atılan “kamunun bilme hakkı”nın yerini adeta “kamunun her şeyi bilme hakkı” almıştır. Bunun sonucunda haber mecralarından çok farklı yerlerden gelen haberler ekseriyetle kaotik ve keyfi biçimde akmakta, bağlam ve anlatıdan soyutlanmış olayların temsiline dönüşmektedir (Masurier, 2015, s. 140). Greenberg’in yavaş gazetecilikle ilgili fikirlerini irdeleyen Masurier, ayrıntılı, derinlemesine ve zaman harcayarak yapılan haberciliğin bir yenilik olmadığını, dergi yayıncılığının aslında bu tür haberlere dayandığına dikkat çekmekte, bununla birlikte yavaş gazeteciliği dergi yayıncılığından ayırt eden özelliğinin okuyucuya haberi kuran bilgilerin kaynağı ve onların elde edilme biçimini açıkça göstermesi olduğuna dikkat çekmektedir. Bu özelliğin şeffaflık olarak tanımlanabileceğini düşünen Masurier, yavaş gazeteciliğin, olan biteni nasıl haberleştirdiğini açıklıkla göstermesi gerektiğinin altını çizmektedir. Bunu tüm kaynakları belirterek, neyin gerçek gazetecilik, neyin halkla ilişkiler şirketlerinin basın bültenlerinin aktarılması olduğunda ve enformasyonun nasıl elde edileceğinde net bir tutum sergileyerek, dijital gazetecilik söz konusu ise okuyucuların habere kaynak teşkil eden belgelere, arkaplan araştırmasına ve ilgili diğer haberlere ulaşabilmesi için link vererek yapılmalıdır. Yavaş gazetecilik birlikte aynı masada yemek yeme ahlâkıyla, yani daha ortaklaşmacı ve rekabetçi olmayan bir yaklaşımla yapılmalıdır. O nedenle bu türden gazetecilik böylesi değerlerin hayata geçirilebileceği muhtemelen küçük ölçekli bağımsız ya da alternatif uzamlarda yapılabilir. Yavaş gazeteciliğin kimi uygulamaları işlerliği olan ortak üretim fırsatları sunmakta, yayın periyodunun geniş tutulması da haberlerin hem üretiminden hem de tüketiminden alınan keyfi artırmaktadır (2015, s. 142, 143).

Modernitenin farklı zamansallıklarla karakterize olduğuna işaret eden Craig, zaman yönetimiyle hız ve yavaşlığın farklı ölçülerde gündelik yaşam pratiklerine dağılımının yapılmasının mümkün olduğunu düşünmekte, buradan farklı zamansallıklara karşılık gelen gazetecilik çeşitlerine ihtiyaç olduğunu ileri sürmektedir. Modern yaşamın hızıyla eşzamanlı hızlı gazeteciliğin yanı sıra olaylara daha geniş ve eleştirel açıdan bakabilmeye imkân veren yavaş gazetecilik, ihmal edilen gazetecilik değerlerinin yeniden öne çıkmasını sağlama kapasitesindedir. Günlük yaşamın ve gazetecilik faaliyetinin artan hızı gazetecilerin mesleğin özünü oluşturan eleştirel habercilik yapmalarını giderek daha çok zorlaştırmaktadır. Çünkü bu türde bir habercilik daha fazla zaman ayrılmasını ve dolayısıyla yavaşlamayı gerektirmektedir. Yavaşlama gazetecilerin modern yaşamın karmaşıklığına gerektiği gibi yanıt vermelerine destek olur. Hatta veri gazeteciliğinde olduğu gibi yeni çevrimiçi kaynaklardan yararlanılan durumlarda bile haberciliği kolaylaştırır. Yavaşlık gazetecilerin yazdıkları haberde yer verdikleri kendi varsayımları üzerinde durup düşünmelerine imkân verir. Ayrıca alternatif savları ve değer sistemlerini anlamaları için gerekli zamanı sağlar. Böylelikle kültürel farklılıkların sonuçlarıyla uğraşlarında onlara destek olur (2016).

Yavaş gazeteciliğin, genel gazetecilik değerlerine, geleneksel haber üretim ve tüketim biçimlerine bir geri dönüş olduğu ileri sürülmektedir (Birsen ve diğerleri, 2018). Değerler seti çerçevesinden bakıldığında yavaş gazetecilik 60'lı yılların titiz ve dikkatli gazeteciliğinin tarihsel bir evrimi olarak düşünülse bile aslında onun ötesine geçen bir türü temsil etmektedir. Çünkü o, fikir gazeteciliğinin, okuyucuya en yüksek kalite standartlarını garantilemek için gerekli zamanı harcayan farklı tür ve teknolojik formatlarda yeni bir uygulamasıdır. Yavaş gazetecilik, internetin haber içeriğinin hızla değiştirilmesi gereken mecralarından ziyade enformasyonun yavaş ve zaman sınırı olmadan tüketimine dönük mecralarda gelişim göstermektedir. Google algoritmasının gereği olarak siber uzamda en uzun süre kalan veriler kısa haberler değil, uzun metinler olmaktadır. Buna karşılık ayrıntılı ve derinlemesine enformasyon üretimi için uzun zamana ihtiyaç vardır. Yavaş gazetecilik doğası gereği buna uygundur. O nedenle kaliteli bir şekilde işlenen en son haberleri okumak isteyen genel okuyucu kitlesinin dikkatini çekme potansiyeline sahip olan yavaş gazetecilik, esas olarak derinlemesine enformasyon sağlayan uzmanlık yayınları etrafında toplanan kesimler için cazibe merkezi olmaktadır. Bu yönüyle de günümüzde internette sosyal ağlar üzerinden kontrolsüz şekilde yayılan yanlış ve güvenilir olmayan bilgilere karşı bir mücadele hattı kurmakta olduğu söylenebilir (Pedriza, 2017).

Yavaş gazeteciliğe gazetecilikteki değişimleri sorgulayan Weberyan bir ideal tip olarak da yaklaşılmakta, böylece tutarlı ve net olan yeni pratikler saptama iddiasından uzak durulmaktadır. Bu durum en azından ikili bir avantaj sağlamaktadır: Özcülüğe düşülmenin önu kesilirken, kavramı oluşturan unsurların listesinde tek tek kontrollerinin yapılması meselesi de gereksiz hâle gelmektedir. Gerçekliği betimleme ya da özetleme yerine onu sorgulama işlevini öne çıkaran Weberyan ideal tip yaklaşımı, araştırmacıları yavaş gazetecilikler pratiğindeki farklılıklara ve alt kategorilere odaklanmaya davet etmektedir. Böylelikle, yavaş gazetecilik kavramı, çok yararlı düşünsel bir araç hâline gelebilir. Yani yavaş gazeteciliği kapalı bir tanım içine sıkı sıkıya hapsedmek yerine ona gazetecilik pratiğinin sorgulanmasını amaçlayan bir ideal tip olarak yaklaşmak çok verimli sonuçlar üretebilir. Yavaş gazetecilik çok farklı parametreleri bir araya getiren bir kavram olduğundan bu yaklaşım gazetecilikteki güncel değişikliklerde tüm boyutlarıyla dikkate alınmasına imkân vermekte ve araştırmacıları gazeteciliği, sadece gazete, dergi ve internet sitelerinde yürütülen bir faaliyet olarak kabul eden rutin bakış açısının dışına çıkmaya davet etmektedir. Pratikte yavaş gazeteciliğin çoklu biçimlerinin kullanılması, haberciliğin çok çeşitli yeni biçimlerinin araştırılmasının ve gazetecilik alanının haritasının yeniden çıkarılmasının anahtarını da sunmaktadır (Neveu, 2016).

Yavaş Gazetecilik İş Modeli

Yavaş gazetecilikte uzmanlaşmış haber kuruluşlarının benimsediği iş modeli, büyük medya şirketlerinin dışında faaliyet gösteren medya kuruluşlarınınkinden farklı değildir. İşbirlikleri, sponsorluklar ve abonelikler temel gelir kaynaklarıdır. Bu şekilde büyük medya yapılanmasına ve kaynaklarına sahip olmamakla birlikte, ayakta kalabilmekte, makul kârlar elde edebilmekte ve okuyucularının ilgisini canlı tutabilmektedir (Pedriza, 2017). Diğer bir ifadeyle yavaş gazetecilik kuruluşları esas gelir kaynağı olarak geleneksel reklamcılığa dayanan ana akım medyaya alternatif olan iş modellerini denemektedir. Bu çerçevede basılı ve dijital yavaş gazetecilik kuruluşlarının çoğu okuyucunun dikkatini dağıtan görüntülü, manşet üstüne kuşak ve açılan pencere biçiminde reklamları ya tamamen kaldırdı ya da büyük ölçüde kısıtladı. Bunun yerine bir dizi farklı gelir paketleri devreye sokuldu. Örneğin İspanyol yavaş gazetecilik dergisi *Jot Down* abonelerine gönderdiği kağıt baskı dergilerin sayfa sayısının onda birini sponsorların reklamlarına ayırarak kârını artırmaktadır. ABD'de yayınlanan *Narratively* içerik üretimi ihtiyacı olan şirketlere, kendisine katkı yapan şirketleri yönlendirmelerinin karşılığında komisyon alan bir ajans gibi işlev görerek gelir elde etmektedir. *Delayed Gratification*, *De Correspondent* ve *The Big*

Roundtable gibi yavaş gazetecilik kuruluşları çeşitli abonelik biçimleri, dijital ürün başı küçük ödemeler, bağış, sosyal yardım ve kitle fonlaması ile gelir elde etmektedir. Editoryal misyonlarına sadık kalmak için bu şekilde yaratıcı ve yenilikçi finansman modellerini geliştiren yavaş gazetecilik kuruluşları, gazeteciliğin ve medyanın ticarileşmesinin yol açtığı olumsuzluklardan uzak durabilmektedirler (Dowling, 2016). İtalya’da yavaş gazetecilik örneği olarak üç ayda bir çıkan *L’Ora del Pellic* dergisi de okur desteğine dayanarak faaliyetini sürdürmektedir. Bölgesel bir yayın organı olan *L’Ora del Pellic*’in finansman modeli, okurlarının dergiyi satın almasına dayanmaktadır. Geleneksel reklam biçimlerinin yer olmadığı dergide bölgedeki şirket ve işletmelerin hikâyelerine Carosello (atlıkarınca) adlı bir bölümde yer verilmektedir (Duman, 2020).

İletişime ekonomi-politik açıdan yaklaşıldığında medyanın mülkiyet yapısının medya metinlerine yansımalarının izleri sürülebilmektedir. Günümüzde medya kuruluşlarının bir yandan sahiplerine kâr sağlarken, diğer yandan da halkın gerçekleri bilme hakkına hizmet ettiği kabul edilmektedir. Ticari amaç ve kamusal sorumluluk arasındaki çatışma hâlinin yarattığı gerilim gazetecileri etik açıdan zorlamaktadır (Güngör, 2013, s. 137). O nedenle yavaş gazeteciliğin gazetecilik alanında kalıcı olabilmesi, editoryal bağımsızlığı garantileyen, yani gazetecilerin mesleklerini hiçbir baskıya maruz kalmadan icra edebilmesini sağlayan finansman modellerine bağlıdır.

Yavaş Gazetecilik Okuru

Okuyucu açısından yavaş gazeteciliğin ne anlam ifade ettiği de önemlidir. Bu konu, yavaş gazetecilik çalışmalarının zayıf yönlerinden biri olarak görünmektedir. Bununla birlikte bir fikir vermesi açısından iki çalışmadan söz edilebilir. Yavaş gazeteciliğe okur ilgisini yakın zamanda Meksika, Kolombiya ve Arjantin’de beş vaka incelemesi üzerinden araştıran bir çalışma, 18-65 yaş aralığındaki katılımcıların yüzde 75’inin haberleri her türlü dijital mecradan aldıklarına, bunların içinde yüzde 84’lük kitlenin bu amaçla sosyal medyaya başvurduğuna, yüzde 17’lik bir kesimin ise yavaş gazetecilikten henüz haberdar olmadığına işaret etmektedir. Bununla birlikte 1500 katılımcıyla yapılan anket çalışmasına göre, yavaş gazetecilikle ilgili bir tarif yapılması ve örneklendirilmesi hâlinde yüzde 40’lık bir kesim yavaş basından bir kez haber okuduğunu hatırlamaktadır. Yavaş gazetecilik ürünlerinin özellikle gençler tarafından okunma nedenleri içinde ilk sırada kalite (yüzde 62), ikinci sırada belli bir konunun araştırılması (yüzde 46) yer almaktadır (Peñañiel-Saiz ve diğerleri, 2022). Hollanda’da gelecek kuşakların yavaş gazeteciliğe ne kadar ilgi göstereceğini anlamak amacıyla 15-39 yaş aralığında 2642 katılımcıyla yapılan bir araştırma ise büyük çoğunlukla her an, her yerde ve bedava habere ulaşılmasının istendiğini göstermektedir. Bununla birlikte gençlerin önemli bir bölümü de gazeteciliğin daha araştırmacı, kapsayıcı, işbirlikçi ve yapıcı olmasını istemektedir. Dolayısıyla bu koşulları karşılaması hâlinde gençler arasında yavaş gazeteciliğin ilgi görmesinin zeminin olduğu sonucuna varılmaktadır (Drok & Hermans, 2016).

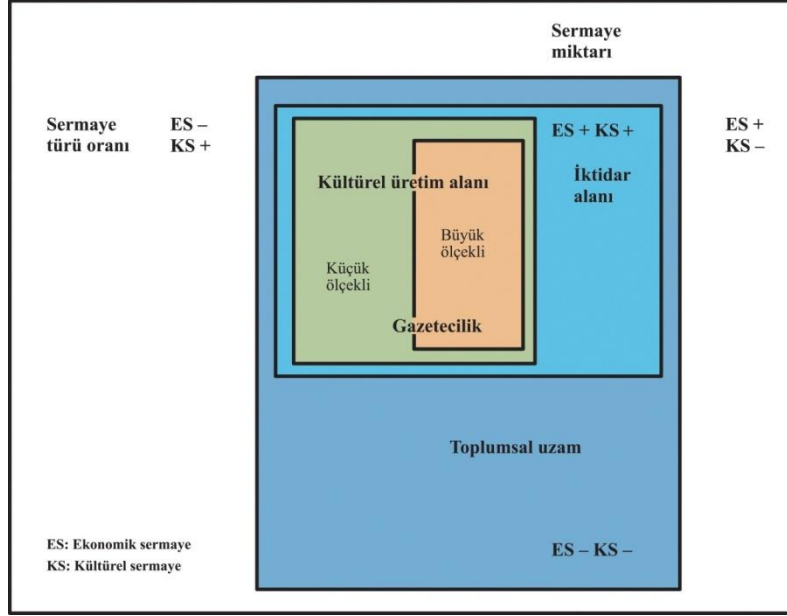
Türkiye’de yavaş gazeteciliğe okur ilgisinin çevre ve iklim değişikliği bağlamında oluştuğu söylenebilir. Bu alanda yavaş gazetecilik örneği olarak *İklim Gazetesi* göze çarpmaktadır. 1 Mart 2021 tarihinde Merve Kara Kaşka tarafından kurulan gazete, iklim krizi ve sürdürülebilirlik eksenindeki yayın çizgisini www.iklimgazetesi.com sitesi üzerinden sürdürmektedir.

Gazetecilik Alanı Ve Yavaş Gazetecilik

Antik Yunan’dan beri demokrasi tartışmaları esas itibarıyla karar alma süreçleriyle ilgilidir. Yurttaşların doğru kararlar verebilmesi ancak doğru ve sağlıklı enformasyona erişimle mümkündür. O nedenle gazeteciler, demokratik bir toplum söz konusu olduğunda, halkın gerçekleri bilme hakkını kullanmasına hizmet eden toplumsal aktörlerdir. Diğer bir ifadeyle, basın, kamusal söylem aracılığıyla vatandaşların anayasal olarak korunan haklarını kullanabilmelerinin zeminini hazırlamakta ve böylelikle onların bilgi sahibi olarak kişisel ve siyasal kararlar almalarına hizmet etmektedir (Mutlu, 2016, s. 251). Evrensel olarak profesyonel gazetecilik faaliyeti, objektiflik, tarafsızlık, doğruluk, etik ilkelere uygun davranma ve kamu yararına hizmet kavramlarıyla temsil edilmektedir. Gazete ve gazeteciler, bu en temel kodlara uygun mesleki faaliyet yürüttükleri ölçüde toplumda saygınlık ve meşruluk kazanmaktadırlar (Cangöz, 2016. s. 18). Bununla birlikte gazetecilerin de belli bir konuya ilişkin kendilerine özgü fikirleri, duyguları ve tutumları vardır. Gazetecilik rutininin getirdiği zaman baskısı, gazete sahibinin çıkarları ve enformasyona erişim kanallarının sınırlı olması gibi nedenlerden dolayı gazeteciler her zaman mesleğin temel kodlarına göre habercilik yapamazlar (Almagor, 2001, s. 71). Bu anlamda yavaş gazetecilik, gazetecilerin mesleki anlamda kendilerini iyi hissedebileceği bir alan açmaktadır.

Gazeteciler ve gazetecilik alanı toplumsal dünya içinde önemli bir yer tutmaktadır. Bourdieu, alanın (gazetecilik) ve eyleyicilerin (gazeteciler) bu durumu “*enformasyonun büyük ölçekli üretim ve yayılımını sağlayan aygıtlar üzerindeki olgusal bir tekelin ellerinde bulundurmakta olmalarına ve bu araçlar eliyle, sıradan yurttaşlara,*

ama aynı zamanda da kültürün öteki üreticilerine, bilim adamlarına, sanatçılara, yazarlara, kimi zaman 'kamu alanı' diye adlandırılan şeye, kolayca ulaşabilmelerine" borçlu olduklarını söylemektedir. Sahip olunan bu güç, özellikle ekonomik alanın baskısı altında olmasına rağmen gazetecilik alanına kültürel üretim alanında az rastlanan bir egemenlik bahşetmektedir (1997, s. 52). Toplumsal uzam içinde gazeteciliğinin iktidar alanına ve kültürel alana göre konumu, toplam sermaye ve sermaye oranı göz önünde tutularak şu şekilde gösterilebilir:



Şekil 1. Gazeteciliğin Yapısal Yeri (Kaynak: Benson, 1999, s. 466)

Şekilde soldan sağa gidildikçe ekonomik sermayenin (ES), kültürel sermayeye (KS) oranı artarken aşağıdan yukarı doğru çıkıldıkça ekonomik ve kültürel sermayenin toplam miktarı artmaktadır. Gazetecilik alanı, tüm toplumsal sınıfları kapsayan alanın (toplumsal uzam) hâkim kutbunu oluşturan iktidar alanının bir parçasını oluşturan kültürel üretim alanının parçasıdır. Gazetecilik alanı aynı zamanda büyük ölçekli üretim alanı içinde yer almakta ve ekonomik ve siyasi iktidara bağımlı olan kutba daha yakın durmaktadır. Gazetecilik alanı diğer alanlara girip araştırma ve bulduklarını kamusal planda paylaşma yetkisine meşru olduğundan günümüz toplumlarında iktidar ilişkilerini aktif biçimde etkileyebilmektedir. Bu etkileme gücü aynı zamanda onun ekonomik ve siyasal iktidar alanlarının güçlü biçimde hâkimiyeti altında olmasını da beraberinde getirmektedir. İktidar alanı içinde diğer alanların yerini kavramak için Şekil 1'in üç boyutlu biçimde tahayyül edilmesi gerekmektedir. Bürokrasi, siyaset, ekonomi ve meslek alanları kültürel üretim alanının üzerinde, ancak ekonomik sermayenin kültürel sermayeye oranı arttığı ölçüde iktidar alanının sağ tarafına doğru giderek daha çok yaklaşmaktadır. Buradan örneğin bürokrasi ya da üniversite içinde türdeş (*homolog*) bir pozisyonun aynı sermaye oranına ve sermaye miktarına sahip olduğu sonucu çıkmaktadır. O nedenle alan yaklaşımı, bir gazetenin bir okuyucusunun akademi, bürokrasi, siyaset ve ekonomi alanlarında türdeş konumlar işgal etme eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Herhangi bir alanda belirli bir konumu işgal eden bir eyleyicinin yetenekleri, kapasitesi ve niteliği onun alanın etkilerinden bağımsız olmasından ya da o etkilere boyun etmesinden dolayı değil, daha ziyade bir dizi alan içinden geçen yaşam eğrisinin özelliğinden dolayıdır (Benson, 1999, s. 466-467).

Yukarıda anlatılanlara dayanarak, yavaş gazetecilik kuruluşlarının, gazetecilik alanına yeni giren oyuncular/eyleyiciler olarak alanda kendilerine yer açtıkları ve hâkim *doxa*'ya bir meydan okumayı temsil ettikleri, bunun sonucu olarak da yavaş gazeteciliğin gazetecilik alanı içinde bir alt alan olarak kurulduğu ileri sürülebilir. Çünkü yavaş gazetecilik; geleneksel gazeteciliğin günümüzde büründüğü biçim olan hızlı gazeteciliğin beraberinde getirdiği yüzeysel, derinlikli olmayan, düşük kaliteli, toplumsal açıdan kritik önem taşıyan sorunları haberleştirmeye ne niyeti ne de zamanı olan, rakiplerine haber atlatma telaşı içinde eleştirel duruşu yitirmiş tarzının karşısına, haberciliği aceleye getirmeyen, derinlikli, kapsamlı, yüksek kaliteli, eleştirel, şeffaf ve hesap vermeye hazır bir tarzı yerleştirmeye çalışmaktadır. Bu tutum ise özünde *doxa*'yı kısmen de olsa değiştirme girişimine işaret etmektedir.

Gazetecilik alanının toplumsal uzam içindeki yerinin grafik gösterimini içeren Şekil-1'de soldan sağa gidildikçe ekonomik sermayenin, kültürel sermayeye oranının ve aşağıdan yukarı doğru çıkıldıkça da ekonomik ve kültürel sermayenin toplam miktarının arttığı göz önüne alındığında; yavaş gazeteciliğin, gazetecilik alanı içinde hem toplam sermaye hem de ekonomik sermayenin kültürel sermayeye oranı açısından aşağıda ve solda bir konum işgal ettiği söylenebilir. Çünkü yavaş gazetecilik kuruluşlarının finansman modellerinin gereği olarak ekonomik sermayeleri kısıtlıdır. Buna karşılık bu tür bir gazetecilik konusunda uzmanlaşmış gazetecilere ihtiyaç duyar, diğer bir ifadeyle hızlı gazeteciliğe göre daha fazla kültürel sermayeye sahip olmayı gerektirir. Dolayısıyla yavaş gazetecilik alt alanı toplam sermaye açısından aşağıya, sermaye oranı açısından ise sola kaymış olarak tasavvur edilebilir. Buna bağlı olarak da ekonomik ve siyasal iktidardan bağımsızlık derecesi yüksektir. Bu yönüyle halkın gerçekleri bilme hakkını kullanmasında büyük sermayenin kontrolündeki yayın kuruluşlarına göre çok daha büyük rol oynayabilir. Şekil-1'deki grafik gösterimde sermaye oranı ve toplam sermaye miktarı açısından gazetecilik alanı içinde sol ve aşağıda konumlanan yavaş gazetecilik alt alanına, toplumsal uzamda türdeş bir okuyucu kitlesi tekabül edecektir. Diğer bir ifadeyle yavaş gazetecilik, kültürel sermayesi yüksek, buna karşılık ekonomik sermayesi mütevazı düzeyde olan toplum kesimlerinin ilgisini çekme potansiyeline sahiptir.

Yavaş gazetecilik, kimi yönleriyle dergi gazeteciliğine benzerdir. Özellikle kapak konusunu bir dosya biçiminde içerideki sayfalarda geniş ve ayrıntılı bir şekilde işleyen, en az haftalık periyotlarda yayınlanan dergiler, haberin işleniş biçim ve uzunluğu ile yavaş gazetecilikle benzerlik arz etmektedir. Ayrıca okuyucusundan hızlı gazetecilik ürünlerine ayırdığından daha fazla zaman talep etmesiyle de benzerdir. Bununla birlikte haberin kaynaklarında şeffaflık ve hesap verilebilirlik açısından ondan ayrılmaktadır. Aslında haber kaynakları konusunda şeffaflık, gazetecilik alanındaki hâkim *doxa*'ya bir karşı çıkışı temsil etmektedir. Geleneksel gazetecilikte haber kaynaklarının gizliliği titizlikle uygulanması gereken kurallar arasındadır. Kamu yararı olmadığı sürece gazeteciler haber kaynaklarını açıklamaya zorlanamaz.

Yavaş gazetecilik, uzun biçim, anlatı ve röportaj gazeteciliği ile yine haber konusunun işleniş açısından benzerlik gösterse de yukarıda ifade edilen şeffaflık ve hesap verilebilirlik açısından farklılaşmaktadır. Söz konusu biçimler, geçmişten beri geleneksel gazetecilikle bütünleşmiş şekilde icra olunmalarıyla da yavaş gazetecilikten ayrılmaktadırlar.

O hâlde yavaş gazetecilik hem kendine yukarıda işaret edildiği gibi kimi özellikleri açısından yakınsayan hem de geleneksel günlük gazeteler gibi ondan iraksayan gazetecilik tarzları arasında bir alt alan açmaktadır. Her alan gibi gazetecilik alanı da aktörler ve kurumların mevcut sermaye dağılımlarını korumaya veya değiştirmeye çalıştıkları bir mücadele sahasıdır. Dolayısıyla gazetecilik alanındaki bu yeni oyuncunun alandaki hâkim pratiklerden farklı olan kendine özgü tarzıyla kimliğini koruması ve kendini alana dayatması süreci izlenmeye değerdir. Gazeteciliğin kamusal çıkarı öne çıkararak bir meslek olması gerektiği hatırlandığında yavaş gazetecilik alt alanının güçlenip istikrar kazanmasının alanın genelinde olumlu sonuçlar üreteceğini ileri sürmek yanlış olmayacaktır.

SONUÇ

Bu çalışmada yavaş yemek akımıyla başlayan ve küreselleşmenin olumsuz etkilerine karşı koyma biçimi olarak gelişen yavaş yaşam hareketinin gazetecilik alanına izdüşümü olan yavaş gazetecilik, Bourdieu sosyolojisinden ödünç alınan alan, sermaye ve *doxa* kavramları çerçevesinde incelendi. Bu amaçla yavaş gazetecilikle ilgili alanyazına göz atıldıktan sonra kavramsal araçlar setiyle ilgili kuramsal temel verildi. Ardından yavaş yemek hareketinden yavaş yaşama, oradan da yavaş gazeteciliğe tarihsel seyir serimlendi. Yavaş gazeteciliğin çeşitli boyutlarıyla irdelenmesinin ışığında gazetecilik alanında bir alt alan olarak tasavvur edilebilmesinin imkânı olup olmadığı irdelendi. Buradan yavaş gazeteciliğin, ekonomik ve kültürel sermaye bileşenleri açısından, gazetecilik alanı içinde iktidardan bağımsızlık derecesi yüksek bir konuma karşılık geldiği değerlendirildi. Yavaş gazeteciliğin derinlikli, kapsamlı, yüksek kaliteli, eleştirel, şeffaf ve hesap vermeye açık tarzıyla gazetecilik alanındaki *doxa*'nın istikrarlı hâlini bozduğu ve kendi kurallarının geçerli olduğu bir alt alan olarak düşünülmesinin mümkün olduğu sonucuna varıldı. Bu sonuç, çalışmayı yavaş gazetecilikle ilgili yapılan diğer çalışmalardan farklılaştıran özgünlüğüne işaret etmektedir.

Medya ekosistemine ekonomi-politik yaklaşım çerçevesinden bakıldığında yavaş gazeteciliğin çok önemli bir farklılığı dikkat çekmektedir. Büyük sermayenin kontrolü dışında kalan finansman modeli, yavaş gazeteciliğin kamunun gerçekleri bilme hakkını kullanmasına olan kritik önemdeki katkısının temelini teşkil etmektedir. İletişim ve medya çalışmalarının gözde sorunsalını teşkil eden sermaye-yayın çizgisi ilişkisi bağlamında bakıldığında, yavaş gazeteciliğin, yayın çizgisinin bağımsızlık sigortasına sahip olduğu söylenebilir. Üstelik farklı

finansman modelleri sayesinde yavaş gazetecilik, geleneksel medya mecralarının ilan ve reklam gelirlerine olan bağımlılığının habercilik üzerindeki boğucu baskısından da uzak durabilmektedir.

Yavaş gazetecilik, diğer taraftan, sosyal medyada bağlamından kopuk, arkaplandan yoksun enformasyon bolluğunun bir tür “sansür”e dönüştüğü günümüzde, güvenilir, ayrıntılı ve karar alma süreçleri için aydınlatıcı nitelikteki haberlere erişim imkânını yurttaşlara sağlamaktadır. Bu özellik onu kaçınılmaz olarak demokrasi ile ilişkilendirmektedir. Antik Yunan’dan beri demokrasinin hangi biçim altında olursa olsun esas itibarıyla karar alma süreçleriyle ilgili olduğu göz önüne alındığında yavaş gazeteciliğin demokratik toplum ideali için taşıdığı değer belirgenleşmektedir. Bu çerçevede kültürel sermayesi yüksek, ekonomik sermayesi mütevazı düzeyde olan toplum kesimlerinden okurlarının olması şaşırtıcı olmayacaktır.

Bütün bunları ışığında gazetecilik alanında yeni sayılabilecek bu oyuncunun, yerini sağlamlaştırması ve yaygınlaşması hâlinde, alanın tümünde geleneksel gazetecilik değerlerini ihya etme ya da en azından onların daha da fazla aşınmasını frenleme potansiyeli taşıdığı ileri sürülebilir. Bu nedenle yavaş gazetecilik tarzını benimseyen basın organlarının işleyişlerine açıklık getirecek şekilde özellikle nitel türde araştırmaların yapılması önem arz etmektedir. Yukarıda da işaret edildiği gibi yurtdışında bu tür çalışmalar göze çarpmaktadır. Türkiye’de ise özellikle çevre ve iklim değişikliği konularına odaklanan dijital mecraların bu tarz haberciliği ne ölçüde hayata geçirdikleri, finansman modelleri ve okur kitleleri araştırmaya değer görünmektedir.

KAYNAKLAR

Almagor, R. C. (2001). *Speech, media and ethics*. Palgrave.

Apak, D. (2021). Pandemi döneminde yavaş gazetecilik: The Guardian gazetesi örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 329-349.
https://doi.org/10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v13i2002

Ata, F. (2019). Yavaş gazetecilik: yeni medya gazeteciliği hızının kurbanı mı oluyor? *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(45), 3834-3839. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1603>

Benson, R. (1999). Field theory in comparative context: a new paradigm for media studies. *Theory and Society*, 28 (3), 463-498. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1006982529917>

Bilecen, N. S., & Bayraktutan, G. (2018). İnternet çağında gazetecilik için tartışmalı bir kavram: ‘yavaşlık’. *Akdeniz İletişim Dergisi* (29. Özel Sayı), 341-354. <https://doi.org/10.31123/akil.454289>

Birsen, Ö., Oğur, O., & Özmen, Ş. Y. (2018). Alternatif gazetecilik örneği olarak yavaş medyanın geleneksel gazetecilik değerleri üzerinden incelenmesi. *Kurgu*, 26(3), 370-384.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. J. Richardson (Ed.). *Handbook of theory and research for the sociology of education* (s. 241-258). Greenwood.

Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford University Press.

Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production*. Polity.

Bourdieu, P. (1997). *Televizyon üzerine* (T. Ilgaz, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.

Bourdieu, P. (2010). The political field, the social science field, and the journalistic field. R. Benson & E. Reveu (Eds.). *Bourdieu and the journalistic field* (3. baskı, s. 29-47). Polity.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2016). *Düşünsel bir antropoloji için cevaplar* (8. baskı). İletişim.

Brubaker, R. (1993). Social theory as habitus. C. Calhoun, E. Lipuma, & M. Postone (Eds.). *Bourdieu: critical perspectives* (s. 212-234). Polity.

- Calhoun, C. (2016). Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları. (G. Çeğin, Çev.). G. Çeğin, G. Emrah, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Eds.), *Ocak ve zanaat: Pierre* (4. baskı, s. 77-129). İletişim.
- Cangöz, İ. (2016). *Değişen Anlam ve Değerleriyle Gazetecilik*. Detay Yayıncılık.
- Craig, G. (2016). Reclaiming slowness in journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 461-475. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1100521>
- Dowling, D. (2016). The business of slow journalism. *Digital Journalism*, 4(4), 530-546. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1111769>
- Drok, N., & Hermans, L. (2016). Is there a future for slow journalism? *Journalism Practice*, 10(4), 539-554. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1102604>
- Duman, K. (2020). Yeni medyada alternatif ekonomik model arayışları ve yavaş gazetecilik: L'ora Del Pellice üzerine vaka çalışması. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(40), 24-42. <https://doi.org/10.5824/ajite.2020.01.002.x>
- Greenberg, S. (2007). Slow journalism. *Prospect* (February), 15-16.
- Greenberg, S. (2012). Slow journalism in the digital fast lane. Richard, L. Keeble, & J. Tulloch (Eds.). *Global literary journalism: exploring the journalistic imagination* (s. 381-393). Peter Lang.
- Göker, E. (2016). Ekonomik indirgemeci mi dediniz? G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Eds.), *Ocak ve zanaat* (4. baskı, s. 227-253). İletişim.
- Güngör, N. (2103). *İletişim* (2. baskı). Siyasal Kitabevi.
- Harvey, D. (1992). *The Condition of postmodernity*. Blackwell.
- Honoré, C. (2004). *In Praise of slowness*. Harper-Collins ebooks.
- Karaman, E. D. (2022). Hızdan arındırılmış anlatının estetiği: yavaş gazetecilik. H. Aldemir & M. Ayyıldız (Eds.). *Sosyal bilimlerin ışığında edebiyat, iletişim, sanat, eğitim, islami ilimler ve felsefe yazıları* (s. 132-147). Kilis 7 Aralık Üniversitesi.
- Kaya, A. (2016). Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı. G. Çeğin, G. Emrah, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Eds.), *Ocak ve zanaat* (4. baskı, s. 397-419). İletişim.
- Köhler, B., David, S., & Blumtritt, J. (2010). *The slow media manifesto*. Retrieved October 4, 2022 from <http://en.slow-media.net/manifesto>
- Masurier, M. L. (2015). What is slow journalism? *Journalism Practice*, 9(2), 138-152. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2014.916471>
- Masurier, M. L. (2016). Slow journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 439-447. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1139902>
- Mendes, I., & Marinho, S. (2022). Slow journalism: a systematic literature review. *Journalism Practice* 1-33. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2075783>
- Mutlu, E. (2016). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya* (2. baskı). Ütopya Yayınevi.

- Neveu, E. (2016). On not going too fast with slow journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 448-460. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1114897>
- Özmen, Ş. Y., Birsen, H., & Birsen, Ö. (2016). "Yavaş hareketi": çevreden kültüre hayatın her alanında küreselleşmeye başkaldırı. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 38-49.
- Parkers, W., & Craig, G. (2006). *Slow living*. Berg.
- Pedriza, S. B. (2017). Slow journalism in the "infoxication" era. *Doxa.Comunicación*, 25(July-December), 129-148.
- Peters, C. (2012). Journalism to go: the changing spaces of news consumption. *Journalism Studies*, 13(5-6), 695-705. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.662405>
- Petrini, C. (2001). *Slow food* (W. McCuaig, Çev.). Columbia University Press.
- Peñafiel-Saiz, C., Manias-Muñoz, M., & Manias-Muñoz, I. (2022). Profile of digital slow journalism audiences in Argentina, Colombia, and Mexico. *Profesional de la información*, 31 (3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.07>
- Rauch, J. (2011). The origin of slow media: early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002-2010. *Transformations*(20).
- Sari, S. A., & Lukito, Y. N. (2017). Slow living as an alternative response to modern life. *UI Proceedings*, 1.
- Serrano, P. (2012). *Desinformación* (7. baskı). Peninsula.
- Swartz, D. (2018). *Kültür ve iktidar* (E. Gen, Çev., 4. baskı). İletişim.
- Vakalopoulos, K. (2022). Shedding some (more) light in Bourdieu's habitus and doxa: A socio-phenomenological approach. *Journal for the Theory of Social Behaviour*. 1-16. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12364>

LUCERNE KONGRE-KÜLTÜR MERKEZİ VE TOKYO OPERA CITY BİNALARI İLE KAPSAMLARINDA BULUNAN KONSER SALONLARININ MİMARİ BAĞLAMDA ANALİZİ

Ayça AKKAN ÇAVDAR¹, Mustafa KAVRAZ²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1226366

Makale Geçmişi:

Geliş 01.01.2023

Kabul 03.07.2023

Anahtar Kelimeler:

Luzern Kongre ve Kültür Merkezi,

Tokyo Opera City,

Konser Salonu,

Pasif Akustik Tasarım,

Tiyatro Yapıları.

ÖZ

Tiyatro sanatının sergilendiği ve mimari bağlamda tarihî süreçteki gelişim ile şekillenen salonları kapsayan yapılar; insanları kültür ve sanat çerçevesinde bir araya toplayan, kentin önemli ve simgesel değerleridir. Bu bağlamda konser yapıları kentsel kimlik açısından kentlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Konser salonları ise kapasiteleri ve akustik gereksinimleri doğrultusunda formları şekillenen mekânlar olarak konser yapılarının kalbini oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında, farklı coğrafyalarda aynı dönemde tasarlanmış olan iki konser yapısı, salonları ile analiz edilmektedir. Bunlardan birincisi, antik dönemden itibaren profesyonel tiyatro yapılarının uygulandığı Avrupa kıtasındaki İsviçre’de yer alan Luzern Kongre ve Kültür Merkezi’dir. İkincisi ise, felsefi ve modern-geleneksel bir mimari üsluba sahip Asya kıtasındaki Japonya’da yer alan Tokyo Opera City’dir. Her iki yapı da mimari bağlamda analiz edilmiş, mekânların ve salonların fiziksel özelliklerinin yanı sıra seyirci kapasiteleri esas alınarak alan ve hacim analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda iki yapının da buldukları çevrede merkezî bir konuma ve simgesel bir değere sahip olduğu; kapsamlarında bulunan salonların ise, kişi başına düşen alan ve hacim oranlarının benzer olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra farklı pasif akustik elemanların, farklı malzeme ve iç mekân tasarımları ile benzer akustik performansı sağlayabileceği ve farklı coğrafi ve kültürel özelliklerin aynı dönem yapılarında tercih edilen tasarımlara yansıtılabileceği sonucu elde edilmiştir.

ARCHITECTURAL ANALYSIS OF CONCERT HALLS WITHIN THE CONTEXT OF LUCERNE CONGRESS- CULTURAL CENTER AND TOKYO OPERA CITY BUILDINGS

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1226366

Article History:

Received 01.01.2023

Accepted 03.07.2023

Keywords:

Luzerne Culture and Congress

Centre,

Tokyo Opera City,

Concert Hall,

Passive Acoustic Design,

Theater Buildings.

ABSTRACT

The buildings that include the halls where the art of theater is performed appear as important and symbolic values of the city that gather people together within the framework of culture and art. In this context, concert buildings represent an inseparable part of cities in terms of urban identity. Concert halls form the heart of concert buildings as spaces whose forms and dimensions are shaped in line with their capacities and acoustic requirements. Within the scope of this study, two concert buildings designed in the same period in different geographies were analyzed together with their concert halls. The first of these is the Luzerne Congress and Culture Center, located in Switzerland in the European continent where professional theaters have been built. The second one is the Tokyo Opera City, located in Japan in the Asian continent, which has a philosophical and modern-traditional architectural style. Both buildings were analysed in an architectural context, and area and volume analyses were carried out based on the physical characteristics of the spaces and halls, as well as the audience capacities. As a result of the study, it was found that both buildings have a central location and a symbolic value in their surroundings, and the halls within their scope have similar per capita area and volume ratios. In addition, it has been observed that different passive acoustic elements can provide similar acoustic performance with different materials and interior designs, and different geographical and cultural characteristics can be reflected in the designs used in the buildings of the same period.

¹ Arş. Gör., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, ayca.akkan@erdogan.edu.tr, 0000-0002-3333-8943.

² Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, mkavraz@ktu.edu.tr, 0000-0001-9556-1916.

Alıntılanak için/Cite as: Çavdar, A.A. ve Kavraz, M. (2023). Luzerne Kongre-Kültür Merkezi ve Tokyo Opera City binaları ile kapsamlarında bulunan konser salonlarının mimari bağlamda analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 524-552.

GİRİŞ

Salonlar, sosyal ve kültürel etkinlikler başta olmak üzere sportif, eğitsel vb. birçok etkinlik gerçekleştirmek amacıyla insanları bir araya getiren mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanım amaçlarına bağlı olarak fonksiyonel ve fiziksel çevre gereksinimleri açısından özel tasarımlar gerektiren bu mekânlar için; gelişen bilimsel çalışmalar ile teknoloji ve yapı malzemeleri alanlarındaki yenilikler sayesinde son derece esnek çözümler gerçekleştirilebilmektedir. Salonlar fonksiyonlarına göre konferans salonları, tiyatro salonları, opera ve bale salonları, konser salonları, sinema salonları ve çok amaçlı salonlar şeklinde sınıflandırılmaktadır (Şekil 1) (Kavraz, 2020).



Viyana Ticaret Üniversitesi Konferans Salonu



Atina Ulusal Tiyatro Salonu



Paris Charles Garnier Opera Salonu



Berlin Filarmoni Konser Salonu



İstanbul Metro City Sinema Salonu



Katar Drama Tiyatrosu

Şekil 1. Çeşitli Fonksiyonlarda Kullanılan Salon Örnekleri (M. Kavraz Arşivi).

Salonlar tek fonksiyonel amaç için kullanılmak üzere tasarlanabildiği gibi farklı işlevlerin aynı mekânda gerçekleştirilmesine imkân sağlayacak yaklaşımla da tasarlanabilmektedir. Bu yaklaşımla tasarlanan salonlar, farklı işlevler için gerekli ihtiyaçları sağlayabilecek esneklikte olmak durumundadırlar. Örneğin, konser salonu işlevinde kullanılacak olan mekân sahnenin, orkestra veya oda müziği türlerindeki konserler için boyutsal ve akustik açıdan gereksinimleri karşılaması gerekmektedir. Opera işlevli salonların sahnelerinin ise, ana sahne, yan sahne ve arka sahne ile sahne kulesine sahip olup bu sahnelerde müzisyenler, dansçılar ve koro için uygun düzenin sağlanmış olması gerekmektedir (Budak, 1994; Aslı: Vural, 2019). Çok amaçlı bir salonun, bu iki farklı sahne uygulanmasına imkân verecek esnekliğe sahip olması gerekmektedir.

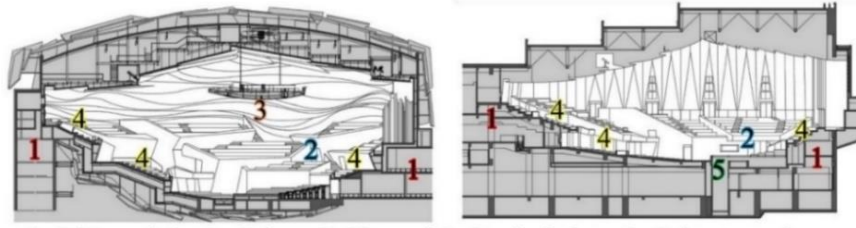
Konser salonlarının tasarımsal gelişimleri son üç yüzyılda gerçekleşmiştir. Bu sürecin başlangıcında gerçekleştirilen müzikal etkinlikler için sarayların ve özel yapıların belirli mekânları kullanılırken sadece müzikal etkinlikler için çok az sayıda salon inşa edilmiştir. Çok sayıda müzisyenin yer aldığı orkestra eşliğinde yapılan ilk konserler Avrupa’da sergilenmiştir. Dinî içerikli olmayan müziklerin icra edildiği bu konserler soylulara ait balo salonları ve farklı amaçlı salonlar gibi mekânlarda bestecilerin halk ile buluştuğu etkinlikler olarak gerçekleştirilmiştir. Gelenek haline getirilen bu etkinlikler, sınırlı açıklığa sahip mekânlarda gerçekleştirilmiştir. Bu mekânlar arasında yer alan “ayakkabı kutusu” biçimli salonların başarılı bir akustik ortam sağlamasından dolayı günümüzde de yaygın olarak tercih edilen bir form olduğu görülmektedir. Bu salonlar düz zemin ve tavan yüzeylerine sahip olup, orkestra platformlu dar bir dikdörtgen biçiminde tasarlanmıştır. Dikdörtgen biçiminde inşa edilen en ünlü salon yapısı ise 1870’li yıllarda Viyana’da inşa edilen the Musikvereinssaal’dür (Gade, 2007).

20. yüzyılın başlarında betonarme yapım teknolojisinin gelişmesi ile konser salonlarının formlarında özgür tasarım yaklaşımları etkili şekilde sergilenmeye başlamıştır. Bunun yanı sıra salon yüzeylerinde kaplama olarak kullanılan malzeme çeşitliliğinin artması, salonlara ışık ve bazı mekanik sistemlerin dâhil edilmesi ve dolayısıyla gürültünün artması, sesin kaynaktan alıcılara ulaşmasını kolaylaştıracak sistemlerin kullanılması konser salonlarının tasarımına yeni yaklaşımlar olarak yansımıştır.

1920-1980 yılları arasında kullanımı artan fan biçimli konser salonlarında yansıtıcı yüzeyler daha az kullanılmış olup netlik etkili şekilde sağlanmıştır. Bununla birlikte sesin çevrenmesi oldukça düşük düzeyde kalmıştır. 1960-1970’li yıllarda üzüm bağı formu salonların tasarımları etkinleşmeye başlamıştır. Klasik

ayakkabı kutusu formu salonda çok sayıda dinleyicinin yer alması dinleyicilerin sahneden çok uzaklaşmasına neden olduğundan, üzüm bağı form ile seyirciler sahneye yakın tutularak daha samimi bir ortam oluşması sağlanmıştır (Gade, 2007). Bu samimi ortamın sağlanması sahneye yakın olan duvarlardan yansıyan seslerin seyirci alanına kısa sürede ulaşması ile gerçekleşmiştir. Belirtilen konser salonu formları haricinde, opera salonlarının tasarımında yaygın şekilde kullanılan at nalı formu da konser salonları tasarımlarında uygulanabilmektedir. Bu tür salonlarda görsel algı etkili bir şekilde sağlanabilmektedir. Balkon katlarının varlığı ise ses dağılımına katkıda bulunmaktadır (Steinway & Sons, 2013).

Tüm salonlar; sahne alanı, seyirci alanı ve sahne arkası birimlerini bünyesinde barındırmaktadır (Şekil 2). Sahne alanı salonun kalbini oluştururken sahnedeki etkinliklerin izlenmesi ve dinlenmesi açısından seyirci alanı büyük önem taşımaktadır. Bu alanın hem işitsel hem de görsel algı açısından sahne ile ilişkisi ergonomik koşullarda sağlanmak durumundadır (Kavraz, 2020).



1- Diğer odalar 2- Sahne 3- Kanopi 4- Seyirci alanı 5- Orkestra çukuru

Şekil 2. Danish Radio Konser Salonu ve Suntory Salonu Üzerinden Yapı Bölümleri (Toyota vd., 2021).

Her salonun kendine özgü bir karakteri olup müzik için özgün bir ortam sunmaktadır. Bu nedenle salonların akustik tasarımında ideal bir tip olduğunu söylemek zor bir durumdur. Uygun akustik ortamı sağlamak için; mekân boyutu ile şekli, yüzeylerde kullanılan malzemeler, yüzey şekilleri, sahne kaplaması ve kanopi önem taşımaktadır (Şekil 3) (Beranek, 1992).

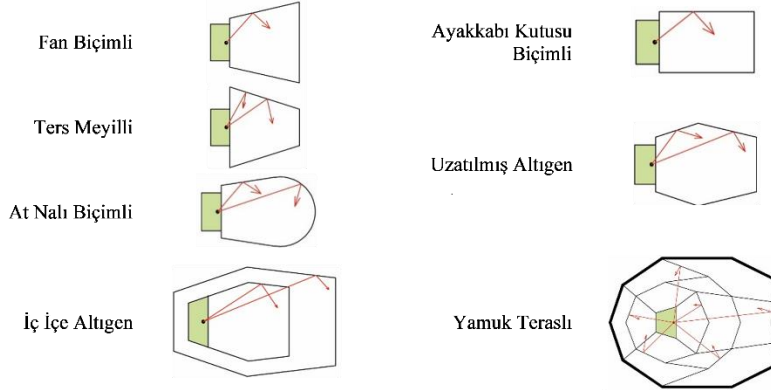


1 - Sahne kaplaması 2 - Kanopi 3 - Yüzey şekilleri 4 - Yansıtıcı yüzeyler 5 - Balkon yüzeyleri 6 - Koltuk malzemesi 7 - Orkestra çukuru

Şekil 3. Joseph Meyerhoff Senfoni ve Kleinhans Müzik Salonlarında Akustiği Etkileyen Etmenler (Beranek, 2004).

Konser salonları iki farklı tasarım ile karşımıza çıkmaktadır. Birincisi senfonik müzik için tasarlanmış özel açık sahneye sahip salonlar, ikincisi ise sesi seyirci alanlarına yansıtmak ve müzisyenlere daha iyi bir akustik ortam sağlamak için kullanılan sahne-evi (üstü yarı kapalı sahne) tasarımına sahip salonlardır (Beranek, 1992).

Artec akustik danışmanı Tateo Nakajima, salonlarda bazı çalışan alet ve makinelerin arka fonda gürültü yapmasının salonda oluşan ambiyansı yok ettiğini söylemiştir. Nakajima, tasarlanan salonun akustik tasarımı %99 başarılı olsa bile, salon dışındaki mekânlardan içeri sızabilecek her türlü gürültünün bu oranı önemsiz kıldığını belirtmiştir. Sahneden yayılan sesin salonun her bölümüne yüksek kalitede ulaşması akustik açıdan hedeflenen durumlardan biridir. Sesin yüzeylerden yansıyarak dinleyici alanına ulaşması durumu dikkate alındığında tasarıma yansıyan seslerin liderlik ettiği ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda akustik performansı etkileyen anahtar etmen salonların şekli olmaktadır (Steinway & Sons, 2013). Şekil 4'te Isbert'in biçimlerine göre konser salonu tasarımları için yaptığı sınıflandırma şemalar ile desteklenerek gösterilmiştir.

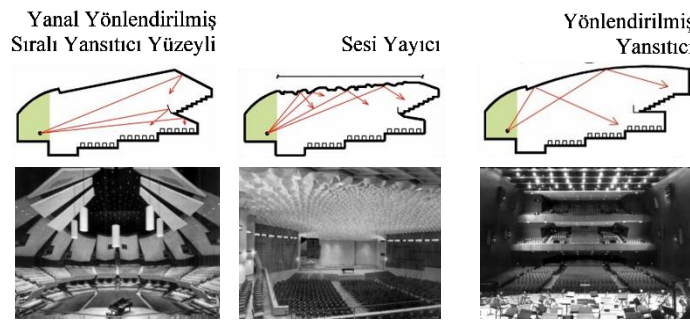


Şekil 4. Isbert'in Biçimlerine Göre Konser Salonu Sınıflandırması (Isbert, 1998).

Ayakkabı kutusu formuna sahip salonların inşası kolay gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca ilk ve geç yansımalar dinleyiciye işitsel konfor sağlayacak şekilde ulaşarak iyi bir akustik ortam da sağlamaktadır (Vural, 2009). Bu doğrultuda çalışma kapsamında analizleri yapılacak olan iki yapının da yaygın olarak uygulanan ayakkabı kutusu/dikdörtgen biçimli plan şemasına sahip olması seçim kriteri olarak belirlenmiştir. Bu forma sahip salonlar için şunlar söylenebilir (Kavraz, 2020):

- Genellikle birçok balkon ve galeriye sahiptir.
- Birbirlerine paralel olan karşılıklı duvarlar, yüzeylerde oluşacak tekrarlanan ekoyu engellemek amacı ile en az 3 derecelik açı ile eğimli olarak tasarlanmalıdır.
- Ekoyu önlemek için yüzeylerde dağıtıcı elemanların yanı sıra dış bükey özelliğe sahip elemanlar da kullanılabilir.
- Ses yansımalarının kısa süreli olmasından dolayı samimi bir ortam oluşmaktadır.
- Sahneden yayılan sesin seyircilere etkili bir şekilde ulaşması için duvarların yüksek tutulması avantaj sağlamaktadır.

Konser salonlarında kullanılan yüzeyler; yanal yönlendirilmiş sıralı yansıtıcı yüzeyler, yönlendirilmiş yüzeyler ve sesi yayıcı yüzeyler olarak üç farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Yanal yönlendirilmiş sıralı yansıtıcı yüzeye sahip konser salonlarında yansıtıcı yüzeyler yansımaları balkona ve seyircilere yansıtır. Balkonun eğimli korkuluğu ve balkon alt yüzeyi de yansıtma görevi görür. Sesi yayıcı yüzeye sahip konser salonlarında yüksek oranda yayıcı tavan ve yan duvar yüzeyleri bulunmaktadır. Sesin sarıcı bir etkide hissedilmesi amaçlanmaktadır. Yönlendirilmiş yansıtıcı yüzeylere sahip konser salonlarında tavan bir parabol şeklinde yönlendirilmiştir. Orkestra için uygun değildir fakat konuşmacılar için uygun ortam oluşturmaktadır (Isbert, 1998) (Şekil 5).



Şekil 5. Isbert'in Konser Salonu Yüzey Tipi Sınıflandırması, Soldan Sağa Doğru Christchurch Town Hall, Beethovenhalle ve Sala Pléyel (Isbert, 1998).

Konser salonunun sahne alanının boyutu ve yüzeylerde kullanılan malzemeler konfor derecesini doğrudan etkilemektedir. Sahne alanının seyirciye yakın olması samimi ortam için önemli olsa da mesafenin iyi kurgulanması gerekmektedir. Büyük bir sahnede müzisyenler arası mesafe arttığından oluşan akustik birlik azalmaktadır. Bu doğrultuda Beranek bir sahnede müzisyen başına düşen alanın 1,9 m² olmasının yeterli

olacağını belirtmiştir. Gade ise sahne alanının 8 metreden daha uzun olması durumunda sahnedeki akustik dil birliğinin azalacağını vurgulamıştır (Isbert, 1998).

YÖNTEM

İsviçre'nin Luzern kentindeki Luzern Kültür ve Kongre Merkezi (KKL) ile Japonya'nın Tokyo kentindeki Tokyo Opera Şehri Kulesi (TOC) yapılarını ve konser amaçlı kullanılan birimlerini tasarımları açısından analiz eden bu çalışmanın ana amacı, aynı dönemde farklı coğrafyalarda inşa edilen ayakkabı kutusu formuna sahip konser salonu bulunduran bu iki yapıyı kentsel ve fonksiyonel bağlamda değerlendirmek, ayrıca konser salon birimlerini ve bu birimlerle doğrudan ilişkili mekânları mimari tasarım kurguları açısından değerlendirmek ve karşılaştırmaktır. Çalışma kapsamında analiz edilecek yapıların ayakkabı kutusu formunda seçilmesinin temel nedeni, bu formun tasarımcılar tarafından daha çok tercih edilmesi ve diğer formlara göre daha basit bir form olmasının bünyesinde kullanılacak pasif akustik elemanların tasarımını da çeşitlendirebileceği ve değerlendirmeye bir katkı sağlayacağıdır. Benzer form ve boyutlara sahip konser salonlarının benzer akustik özelliklere sahip olacağı ve bu doğrultuda yapılan tasarımların farklılaşabileceği düşünülmektedir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın hipotezleri aşağıda belirtilmiştir;

- Farklı coğrafyalarda inşa edilen KKL ve TOC yapılarının kentin simgesel yapıları olmalarında yenilikçi yaklaşımlarının, konumlarının ve dikkat çekici formlarının etkin olduğu; bunun yanı sıra yapı bünyesinde çeşitli etkinliklerin faal olarak organize edildiği düşünüldüğünde konumlarının, otopark imkanının ve ulaşım ağlarına yakınlığının önemli olduğu,
- Farklı coğrafyalarda inşa edilseler de benzer boyutlarda ve ayakkabı kutusu formunda olmaları nedeni ile KKL ve TOC konser salonlarının kişi başına düşen alan ve hacim oranlarının da benzer olacağı; konser salonu işlevinde kullanılan ve belirli akustik özellikleri taşıması gereken bu iki salon bünyesinde tasarlanan akustik elemanların da benzer özelliklerde olacağı,
- Aynı dönem yapısı olmalarına rağmen coğrafi ve kültürel farklılıkların konser salonu tasarımındaki pasif akustik tasarım çözümlerine yansiyebileceği, öngörülmüştür.

Amaç ve hipotezler doğrultusunda öncelikle KKL ve TOC yapılarının buldukları kentlerin kentsel açıdan önem taşıyan mekânları ile olan bağlantıları incelenmiştir. Bu bağlamda yakın çevrede bulunan yapılar ve ulaşım ağlarının analizleri de gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında yapıların; tasarım yaklaşımları, strüktürleri ve mekân kurguları, plan ve kesit düzlemleri üzerinden analiz edilmiş, konser salonlarının fuaye, ana salon ve sahne arkası birimleri detaylı biçimde mekânsal özellikleri açısından değerlendirilmiştir. Ayrıca fiziksel çevre bağlamında değerlendirmeler yapılmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Çalışma Genelinde Mimari Tasarım Kapsamında Yapılan Analizlerin Tablolaştırılması

KKL	TOC
Yapı ve Yakın Çevre İlişkisi Analizi	
Yapının Fonksiyonel İlişkisi Analizi	
Yapının Fiziksel Çevre Bağlamı Analizi	
KKL Konser Salonu	TOC Konser Salonu
Fuaye Alanı	
Ana Salon	
1. Yan yüzey eğimleri, yüzey tipleri ve malzemeler, diğer yansıtıcı yüzeyler 2. Koltuk sayısı, salon alan ve hacmi, kişi başına düşen alan analizleri 3. Kanopi boyutları ve sahne üzerindeki müzisyenler için yüzdelik alan analizi	
Sahne Arkası Birimleri	

Çalışmada literatür taraması yöntemiyle elde edilen bilgiler ve plan şemaları üzerinden yapılan analizlerle çeşitli sayısal veriler belirlenmiştir. Konser salonunun katlara yayılmış olan mekânları, balkonları ve geçiş mekânları için plan düzlemi üzerinden alan hesabı yapılmış, bu alanların seyirci kapasiteleri ile olan ilişkileri ortaya konulmuş ve karşılaştırılmıştır. Ayrıca kesitin de işleme dâhil edilmesiyle birlikte hacim hesap işlemleri de gerçekleştirilmiştir.

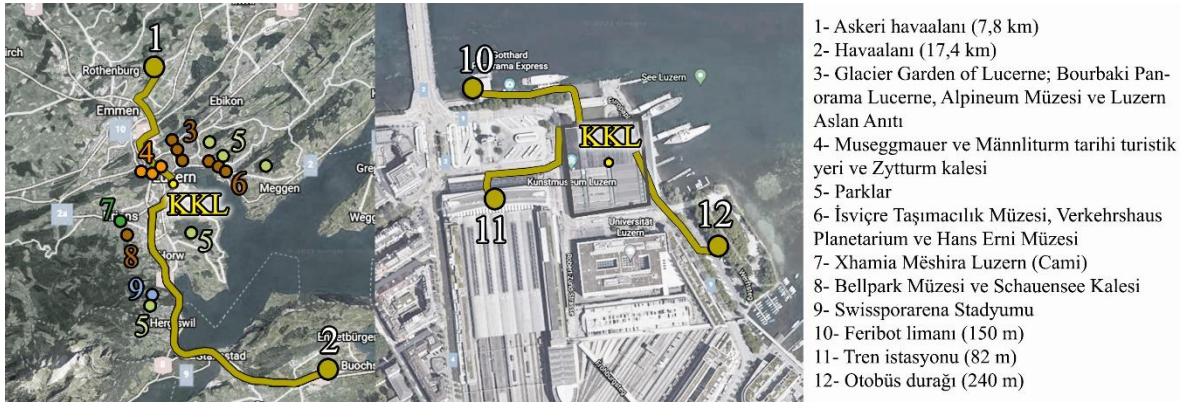
Yapılan çalışma, farklı coğrafyalarda (Avrupa ve Asya kıtalarında) aynı dönemde inşa edilen iki yapıyı ve bu yapılar kapsamında tasarlanan ayakkabı kutusu formuna ve benzer plan şemasına sahip iki konser salonunu,

bağlantılı birimlerini de dikkate alarak karşılaştırıp sayısal verilere bağlı olarak analiz etmesi açısından önem taşımaktadır.

Luzern Kültür ve Kongre Merkezi (KKL)

İsviçre'nin Luzern kenti, Pilatus dağının eteğinde ve Luzern Gölünün kenarında konumlanmış, etkileyici doğa manzarasına sahip tarihi bir kenttir. Luzern Gölünün kenarında inşa edilmiş bu ikonik yapı, kentin önemli bir noktasında yer almaktadır. Çevrede bulunan dağlar ve peyzaj görselinin yanı sıra Luzern gölünün manzarasına da sahiptir. Batısında ticari ve kültürel alan bulunurken, kuzeyinde köprü ile geçilen tarihi kent konumlanmaktadır (KKL, 2016).

Kongre Merkezine 17,4 km uzaklıkta ve yaklaşık 22 dakikalık mesafede havaalanı bulunmaktadır. Yapıya en yakın tren istasyonu 1 dakikalık yürüme mesafesinde yer almaktadır. Luzern Gölünün hemen yanında bulunan yapı feribot iskelesine 150 m uzaklıkta olup yaklaşık 2 dakikada iskeleye ulaşılabilir. En yakın otobüs terminali ise 3 dakikalık bir mesafede olup yapıya 240 m uzaklıkta konumlanmıştır (Şekil 6).



Şekil 6. KKL Yapısı ve Luzerne Kenti ile Olan Çevresel Bağlamı (Google Earth).

Luzern kenti birçok festival ve fuar etkinliklerin yanı sıra 1938 yılından beri süregelen bir klasik müzik festivaline de ev sahipliği yapmaktadır. Bu festival ilk olarak 1933-1934 yıllarında Armin Meili tarafından tasarlanmış Sanat ve Kongre Merkezi'nde düzenlenmiş fakat yapı durumunun kötü olması, görsel estetiğin de yenilenmesi gerektiği düşünülerek yeni bir proje tasarlanması planlanmıştır (Şekil 7) (Majerska-Paľubicka & Latusek, 2021).

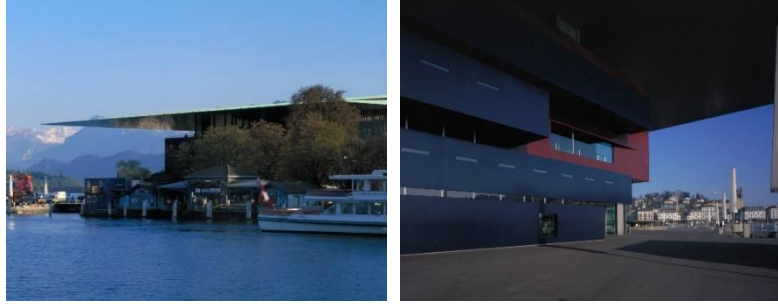


Şekil 7. Armin Meili Tarafından Tasarlanan Sanat ve Kongre Merkezi (Armin Meili, 2021).

1988 yılında kurulan Konser Salonu Vakfı, kültürel tesislerin iyileştirilmesi adına araştırmalar başlatmıştır. 1989 yılında ise bir yarışma planlanmış ve yarışmayı Jean Nouvel ile Emmanuel Cattani'nin kazanmasına rağmen vakıf Rudolphe Luscher'in tasarımını onaylamıştır. Luscher'in 1992'de projeden çekilmesinin ardından vakıf Jean Nouvel'i projeye dâhil etmiş, Nouvel tasarımını 1993 yılında sunmuş ve bunun ardından konye projeyi onaylamıştır. Bu proje Luzern kentinde o ana kadar sunulan en pahalı proje olarak kayıtlara geçmiştir (KKL, 2016). 1994 yılında bu yenilikçi proje halkın %65,7'lik oy oranı ile onayı alındıktan sonra, yapının inşası için 9 milyon İsviçre Frangı onaylanmıştır (Majerska-Paľubicka & Latusek, 2021).

Yapının inşaat çalışmalarına 1995 yılının ocak ayında başlanmıştır. 1998 yılında ise Claudio Abbado şefliğindeki Berlin Filarmoni Orkestrası ile gerçekleştirilen açılış konseri ile salonda ilk konser etkinliği

gerçekleştirilmiştir. Fakat yapının genel açılışı 2000 yılında yapılmıştır. 2020 yılında kafeterya ve restoranlarda yenileme çalışmaları gerçekleştirilmiş, çok amaçlı etkinlik odası olarak tasarlanan Deuxieme'in açılışı gerçekleştirilmiştir (KKL, 2016). Deuxieme, hem seminer hem de akşam yemeği etkinlikleri için kullanılabilen bir oda olup kokteyl etkinliklerinde 140 kişi, seminer oturma düzeninde ise 74 kişi kapasitesine sahiptir (Deuxieme, 2020). Şekil 8'de yapı tasarımının son hali yer almaktadır.



Şekil 8. Luzern Gölünün Manzarası ve KKL Yapısı (Lucerne Culture And Congress Centre, 2021).

Yapı ve Yakın Çevre İlişkisi

Luzern Kültür ve Kongre Merkezi geniş kitleleri içinde barındırabilen ve bu kitlelerin ihtiyaçlarını karşılayabilen, çeşitli etkinlikler düzenlenebilen mekânları kapsamında bulundurmaktadır. Yapı kamusal yaşamın bir parçası olarak görülmekte olup halka açık olarak işletilmektedir (KKL, 2016).

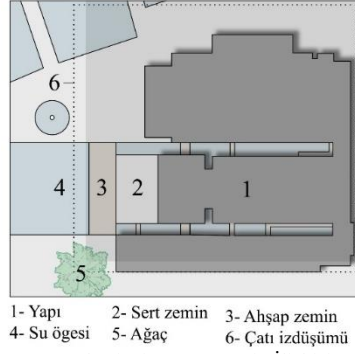
Yapının etrafında üniversite yapısı ve tren istasyonu; göl ile arasında ise yapay bir çeşme olan Wagenbach çeşmesi bulunmaktadır. KKL yapısına ait kapalı yeraltı otoparkına inen yol ise Torbogen Anıtı'nın olduğu otobüs otoparkının hemen sağında bulunmaktadır. (Şekil 9). Yapı toplam 453 adet araç park yerine (2 engelli ve 1 elektrikli araç dâhil) sahiptir (KKL, 2016).



Şekil 9. KKL Yapısı ve Luzern Gölünün Manzarası (Bahnhofparking P1; University of Lucerns ve Europlatz, 2021).

Yapının bulunduğu kent dokusu genellikle az katlı binalar ile çevrelenmiştir. Yapı yakın çevresi modern bir mimari üsluba sahip olsa da, gölün karşı kıyısı tarihi bir alandır. KKL binasını diğer dokudan ayıran özellikleri arasında metal esaslı malzeme ve renk kullanımı, göle doğru uzanan büyük ve görkemli çatısı gösterilebilir. Aynı zamanda gölü küçük ölçekli yarıklardan binanın içine alarak göl ile bütünleşmekte ve mimarın amaçladığı üzere rihtimdeki bir gemi yaklaşımı ile konumlanmaktadır.

KKL yapısının zemin katında su ögesinin içeri alındığı görülmektedir. Bununla birlikte sert zeminin yanı sıra ahşap zemin malzemesi ile geçiş alanları vurgulanmıştır. Yapı bünyesine su ögesi fazlasıyla entegre edilse de yeşilin çok kullanılmadığı görülmektedir (Şekil 10).



Şekil 10. Luzern Kültür ve Kongre Merkezi Binası ve Zemin İlişkisi (KKL Luzern Introducción, 2021)

Yapının mimarı Jean Nouvel, dağlık arazinin ve Luzern gölünün oluşturduğu harika manzara karşısında hayrete düşmüş ve özellikle gölün yüzeyinde bir yapı yapma hayaline kapılmıştır. Fakat bu hayali çevresel ve yasal koşullar nedeniyle gerçekleştirilememiştir (Majerska-Paľubicka & Latusek, 2021).

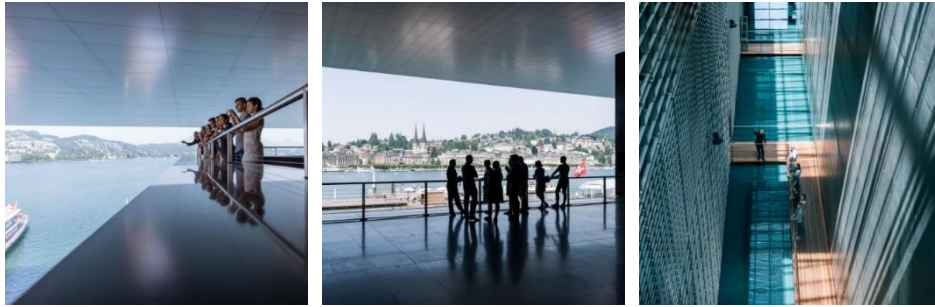
Nouvel diğer yarışmacıların aksine ikinci bir fikir olarak, gölü tasarımın içine çekmiş ve yapıyı göle doğru uzatmıştır. Fakat Nouvel'in orijinal projesi ortaya çıkan bazı sorunlar nedeni ile değişikliğe uğramış ve uzantı iptal edilmiştir (Wieland vd., 2000).

İnşa edildiği tarihe kadar birçok kez tasarımı değişikliğe uğrayan yapının akustik projesinde yer alan isim ise Russell Johnson'dır (Majerska-Paľubicka & Latusek, 2021). Şekil 11'de yapının son tasarımı yer almaktadır.



Şekil 11. Luzern Kültür ve Kongre Merkezi (KKL Luzern Introducción, 2021).

Yapı, 113x107 m² büyüklüğünde bir kabuk altında toplanan üç ana hacimden oluşmaktadır. Kabuk altındaki su ile bütünleşen yapı, rıhtımdaki bir gemi izlenimi vermektedir. Nouvel'in ilk hayali yapıyı bir gemi formunda inşa etmek olsa da çevresel nedenlerle bu fikirden vazgeçmiştir (Şekil 12) (KKL, 2016).



Şekil 12. KKL Yapısının Göl Manzarası ve Yapı İçindeki Kanallar (KKL Guided Tours, 2021).

Luzern Kültür ve Kongre Merkezi betonarme ile çelik strüktürün birlikte kullanıldığı, cam yüzeylerin de ağırlıkta olduğu kompozit sisteme sahip bir yapıdır. Yapının temel, döşeme ve kolonları betonarme sistemle inşa edilirken, çatı strüktürü çelik sistemle inşa edilmiştir (Şekil 13) (Wieland vd., 2000-b). Yapının temeli 70 m

kadar derine inebilen 74 adet fore kazık ile oluşturulmuştur. Gölün hemen yanında bulunan arazinin toprak yapısı sağlam olmadığı için temel güçlendirilmiştir (Wieland vd., 2000-a).



Şekil 13. KKL Yapısının Betonarme ve Çelik Strüktürü (Wieland Vd., 2000-A).

KKL yapısındaki konser salonunun bulunduğu hacmin kabuğunda bordo, lacivert ve koyu yeşil renkleri kullanılmış ve bu renkler ancak güneş vurduğunda fark edilebilecek koyulukta seçilmiştir (KKL, 2016).

Yapının en belirgin özelliği konsol olarak çıkan geniş örtüsüdür. Yaklaşık 26-36 m'lik çıkma yapan örtü 5,4 x 5,4 m'lik çelik çerçeve sistem ile oluşturulmuştur. Strüktürün bazı kısımları ek olarak çapraz kirişler ile de desteklenmiştir (Wieland vd., 2000-b). Kafes çatı strüktürünü oluşturan çelik kirişler, 45 metre uzunluğa kadar çıkabilen çapraz kirişler ile de desteklenmiştir (KKL, 2016).

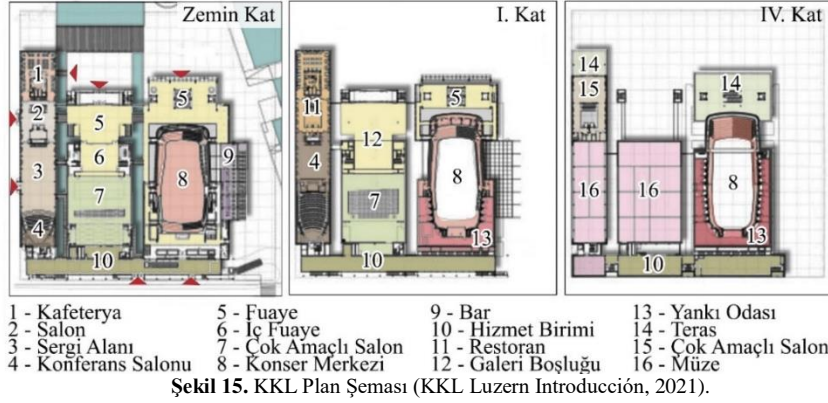
Çatının bakır malzemeden seçilmiş üst yüzey kaplamasının aksine, alt yüzey kaplaması alüminyum sandviç panellerden (1,35 x 2,70 m) oluşturulmuştur (Wieland vd., 2000-a). 15 mm kalınlığındaki bu sandviç panellerin seçilme nedenlerinden biri de gölü yansıtmasının istenmesidir (Şekil 14) (KKL, 2016).



Şekil 14. Çatı Üst ve Alt Yüzeylerinin Görünümü (Wieland Vd., 2000-b; KKL 360 View, 2021).

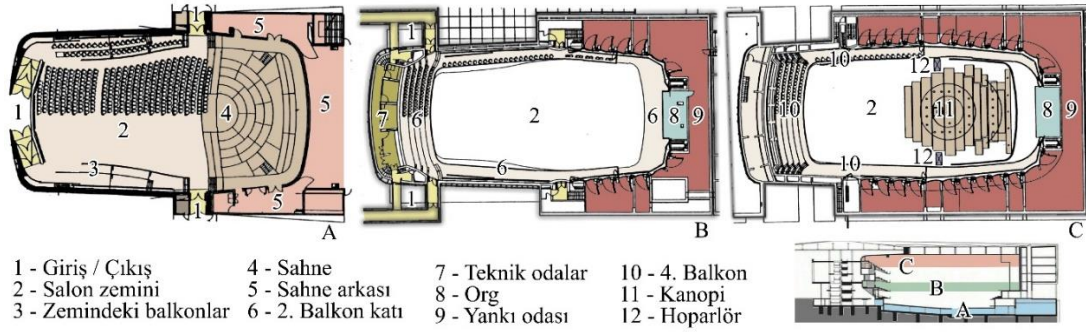
Yapının Fonksiyonel İşleyişi

Yapının bodrum katı haricinde toplam 5 katı bulunmaktadır. Doğudaki kütlede; Konser Salonu ve Seebur Salonu Barı yer alırken merkezdeki kütlede Çok Amaçlı Salon yer almaktadır. Batıdaki kütlede ise Kongre Merkezi'ni kapsayan oditoryum, toplantı odaları ve Lucern Sanat Müzesi, restoran, kafeterya, çok amaçlı odalar ile idari bölümler bulunmaktadır. Yapı kapsamında katlarda kot farklılıkları etkili şekilde kullanılmıştır. Şekil 15'te yapının zemin, birinci ve dördüncü katları yer almaktadır. İkinci ve üçüncü katlarda ise farklı olarak, batıdaki kütlede idari ve toplantı birimleri bulunmaktadır. Hizmet birimleri ise güneydeki kütlede yer almakta olup diğer kütleler ile de bağlantısı bulunmaktadır (KKL Luzern Introducción, 2021).



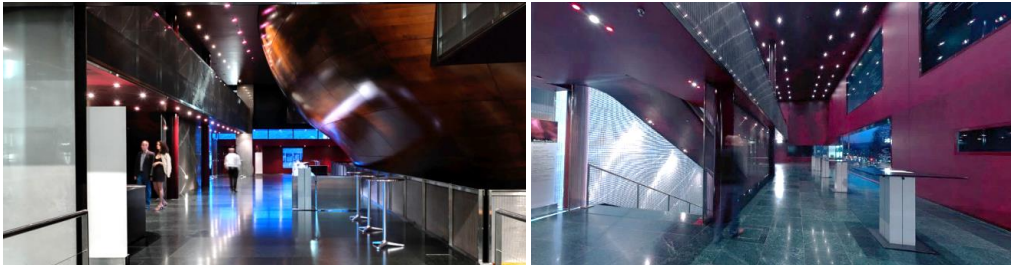
KKL Konser Salonu

Yapının zemin katındaki fuaye alanından konser salonunun 1. balkon katına ulaşılmaktadır. Salon ayakkabı kutusu formunda olup yükseklik, genişlik ve uzunluk oranı; 1:1:2 olarak tasarlanmıştır. Salonun genişliği ve yüksekliği 22 m, uzunluğu ise 46 m olup salonun hacmi yaklaşık 18.000 m³'tür. Salonun sahne zemininin yüksekliği, gerçekleştirilecek etkinliğe göre ayarlanabilmektedir (KKL, 2016). Konser salonunun zemin kat, ikinci balkon katı ile kanopinin yer aldığı konumun planları Şekil 16'da yer almaktadır.



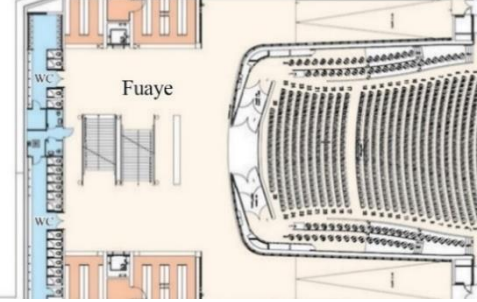
Fuaye

Yapının zemin katında konser salonu kabuğunun dışında (Şekil 17) giriş fuayesi bulunmaktadır ve bu alanda gişeler konumlanmıştır. Giriş fuayesinin ön cephesi tamamen cam ile kaplanmış olup etkili şekilde ışık almaktadır. Konferans salonuna erişim sağlayan bağlantı koridoru bordo renkli yüzeye sahipken kapılar antrasit gri renkte tasarlanmıştır (KKL, 2016). Şekil 17'de ikinci katta ve konferans salonunun hemen önünde bulunan panoramik fuaye alanı yer almaktadır. Hem ana fuaye hem de üst kattaki fuaye 520 m² alana sahiptir. Üst kat fuaye alanı yaklaşık 120 kişi için bir kokteyl/yemek alanına dönüşebilmektedir (Foyers, 2021).



Şekil 17. Zemin Katta Yer Alan Gişeler ve İkinci Kattaki Panoramik Fuaye Alanı (Foyers, 2021).

Konser salonunun bodrum kat fuaye alanında ise seyircilerin kullanabileceği ıslak hacimler bulunmaktadır. İki adet engelli tuvaletinin de yer aldığı bu alana merdivenin yanı sıra engellilerin erişimini kolaylaştıran iki asansörle de bağlantı sağlanmaktadır (Şekil 18) (KKL Luzern Concert Hall, 2021).



Şekil 18. Bodrum kattaki fuaye alanı ve lavabolar (KKL Luzern Concert Hall, 2021)

Plan şeması üzerinden yapılan alan hesaplamalarında, açık ve kapalı olmak üzere toplam bodrum kat fuaye alanı yaklaşık 1000 m² olarak elde edilmiştir. Bu alanın 390 m²'si açık fuaye mekânı, 320 m²'si kapalı mekân olup 290 m²'si ise geçiş mekânı olarak tasarlanmıştır. Yapının bodrum kat düzleminde yer alan konser salonunun parter bölümünde toplam 782 (600+82) koltuk yer almaktadır. Fuaye alanında kişi başına 1,28 m² alan düşmektedir.

Zemin kat toplam fuaye alanı 810 m²'dir. Bu alanın 520 m²'si açık etkinlik mekânı olup 290 m²'si geçiş mekânı olarak kullanılmaktadır. Zemin kat fuaye alanının bağlandığı I. Balkon katında toplam 360 koltuk yer almaktadır ve fuayede kişi başına düşen alan 2,25 m² dir.

Birinci katta toplam fuaye alanı 810 m² olarak elde edilmiştir. Bu alanın 520 m²'si açık etkinlik mekânı olup 290 m²'si ise geçiş mekânıdır. Birinci kat, 214 koltuk kapasiteli II. Balkon kotuna bağlanmaktadır. Birinci kat fuaye alanında kişi başına düşen alan ise 3,46 m²'dir.

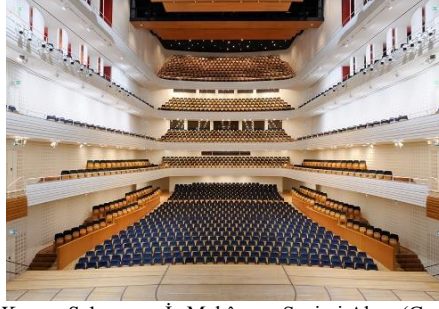
KKL konser salonu toplam fuaye alanı 1430 m² olarak elde edilmiştir. Toplam kişi sayısı 1904 olup, kişi başına düşen fuaye alanı ise 0,75 m²'dir. (Tablo 2).

Tablo 2. KKL Konser Salonu Fuayelerinde Kişi Başına Düşen Alanlar

Fuayeler İçin Kişi Başına Düşen Alan Analizi				
	Fuaye Mekânı	Diğer Mekanlar	Geçiş Mekanları	Toplam
Bodrum Kat	390 m ²	320 m ²	290 m ²	1000 m ²
Alan/Zemin Seyirci (782)	0,50 m ²	0,41 m ²	0,37 m ²	1,28 m ²
Zemin Kat	520 m ²	Yok	290 m ²	810 m ²
Alan/ I. Kat Seyirci (360)	1,44 m ²	-	0,81 m ²	2,25 m ²
I. Kat	520 m ²	Yok	290 m ²	810 m ²
Alan/III. Kat Seyirci (234)	2,22 m ²	-	1,24 m ²	3,46 m ²
TOPLAM	1430 m ²	Toplam Kişi Başına Düşen Fuaye Alanı		0,75 m ²

Ana Salon

Salonun seyirci alanını; parter, ön balkon, dört kattan oluşan arka balkon ve arka balkonlara bağlanan yan balkonlar oluşturmaktadır. Salon 6 kişilik engelli koltuğu ile birlikte toplam 1904 kişi kapasitesine sahiptir (Şekil 19) (KKL Luzern, t.y). Ayakkabı kutusu formuna sahip salonun yan duvarlarının eğimi %2,5 olarak belirlenmiştir.



Şekil 19. KKL Konser Salonunun İç Mekânı ve Seyirci Alanı (Concert Hall, 2021).

Konferans salonunun iç mekân yüzeylerinde kaplama olarak; oregon çamı, kiraz, akçaağaç ve kayın gibi açık renkli ahşap malzemeler kullanılarak ferah bir görsel algı sağlanmıştır. Hem yan duvarlar hem de reverberasyon odasına açılan toplam 50 adet elektronik olarak kontrol edilebilir hareketli beton kapı 20 cm'lik kare kabartma desen ile kaplanmıştır. Bu kabartma desen ile beraber sesteki pürüz ve sertlik giderilmiş olmaktadır (KKL, 2016). Bunun yanı sıra belirtilen kare kabartmalar ses dalgalarının yüksek frekanslarda bile kırılmasını, dolayısıyla her yöne dağılmasını sağlamaktadır (KKL Acoustics, 2021). KKL konser salonunda ses yansıtıcı yüzey olarak kanopi elemanı ve balkon parapetleri ile balkon alt yüzeyleri kullanılmıştır. Bunun yanı sıra kabartmalı yan yüzeyler de yer almaktadır. Bu doğrultuda salonun yanal yönlendirilmiş sıralı yansıtıcı ve sesi yayıcı yüzeylere sahip bir konser salonu olduğu söylenebilir.

Salon, zemin düzleminde; parter kotunda 700 kişi (ön sahne alanındaki ek 53 kişi dâhil) ortada, 82 (2 adet engelli koltuğu dâhil) kişi de yan tarafta (balkon hizasında) olmak üzere toplam 782 seyirci kapasitesine sahiptir. I. Balkon katı; 120 kişi arka balkonda, 116 kişi yan balkonlarda (4 adet engelli koltuğu dâhil), 124 kişi ise sahnenin üstünde bulunan balkonda olmak üzere toplam 360 kişi kapasitesine sahiptir. II. Balkon katı: 150 kişi arka balkonda, 64 kişi yan balkonlarda olmak üzere toplam 214 kişi, III. Balkon katı: 150 kişi arka balkonda, 84 kişi ise yan balkonda olmak üzere 234 kişi, salonun son katı ise: 274 kişi arka balkonda, yan balkon katında ise 40 kişi olmak üzere toplam 314 kişi kapasitesine sahiptir (Tablo 3).

Tablo 3. KKL Konser Salonunda Katlara Göre Seyirci Kapasiteleri

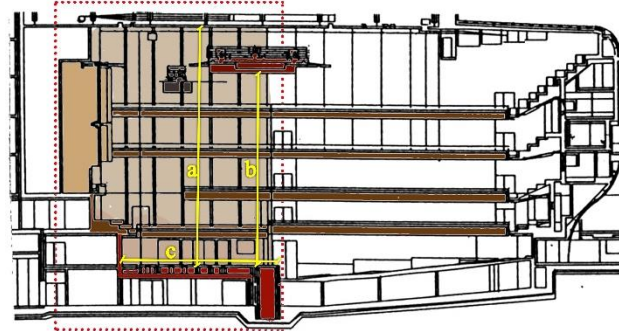
KKL Konser Salonu Katlara Göre Seyirci Kapasiteleri (1904 kişi için)				
Zemin Kat	I. Balkon Katı	II. Balkon Katı	III. Balkon Katı	IV. Balkon Katı
a: 82 kişi	a: 116 kişi	a: 64 kişi	a: 84 kişi	a: 40 kişi
b: 700 kişi	-	-	-	-
-	c: 124 kişi	-	-	-
-	d: 120 kişi	d: 150 kişi	d: 150 kişi	d: 274 kişi
782 kişi	360 kişi	214 kişi	234 kişi	314 kişi

KKL yapısındaki konser salonunun hacmi yaklaşık 17.800 m³'tür (Konzertsaal, 2021). Salona ait planlar ve kesitler üzerinden yapılan ölçüm değerlerine göre elde edilen kişi başına düşen alan ve hacim değerleri Tablo 4'de yer almaktadır. Salonda kişi başına 1,02 m² alan, 9,35 m³ ise hacim düşmektedir.

Tablo 4. KKL Konser Salonunda Kişi Başına Düşen Alan ve Hacim Miktarları

KKL Konser Salonunda Kişi Başına Düşen Alan ve Hacim Miktarları						
Katlar	Koridorlar	Koltuk Alanı	Toplam Alan	Kat Seyirci Sayısı	Koltuk Başına Düşen Alan	Koltuk Alanı/Toplam Alan
Zemin	280 m ²	370 m ²	650 m ²	782	0,47 m ²	%57
I. Balkon	165 m ²	215 m ²	380 m ²	360	0,60 m ²	%57
II. Balkon	100 m ²	135 m ²	235 m ²	214	0,63 m ²	%58
III. Balkon	150 m ²	150 m ²	300 m ²	234	0,64 m ²	%50
IV. Balkon	170 m ²	200 m ²	370 m ²	314	0,64 m ²	%54
Toplam	865 m ²	1070 m ²	1935 m ²	1904	0,56 m ²	%55
Sahne Alanı	Salon Hacmi	Kişi Başına Düşen Alan	Kişi Başına Düşen Hacim			
330 m ²	17.800 m ³	1,02 m ²	9,35 m ³			

KKL konser salonunun sahne alanı ve hacmi Şekil 20’de gösterilmektedir. Sahne genişliği (c) yaklaşık 13-15 metredir (ek sahne alanı ile). Bu genişlik Gade’nin sahne alanındaki optimum akustik uyumu için belirlediği 8 metreyi aşmaktadır. Bunun yanı sıra sahne alanının tavan düzlemine olan mesafesinin (a) yaklaşık 22 metre olduğu, kanopiye olan mesafesinin (b) ise yaklaşık 18 metre olduğu belirlenmiştir. Müzisyen başına 1,9 m² alan düşmesi gerektiği düşünüldüğünde 330 m² sahne alanına ortalama 173 adet müzisyen yerleşebilmektedir.



Şekil 20. KKL konser salonu sahne ölçüleri (Kesit: Johnson & Kahle, 1999).

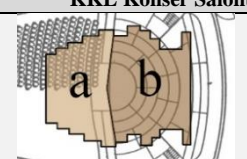
Orkestra yerleşim alanı üzerinde tavadan asılı olarak konumlandırılan ahşap akustik tavan (kanopi) seyirci alanının küçük bir kısmı üzerine de konumlanmaktadır. Genel olarak yansıtıcı özellikli olup müzik türüne bağlı olarak konumu ayarlanabilen kanopi, müzisyenlerin; orkestradan yayılan sesi gecikme süreleri sınırları kapsamında işitsel olarak algılamalarını sağlamaktadır (KKL, 2016). Salonun dolu olmadığı durumlarda ve müzikal açıdan samimi bir işitsel ortam oluşturulmak istenildiğinde kanopi sahneye daha yakın kotlara indirilmektedir. Bununla birlikte, salonun doluluk oranının yüksek ve org müziğin etkin olduğu konserlerde ise tavan düzlemine yakın kotlara yükseltilmektedir (Şekil 21) (KKL Acoustics, 2021).



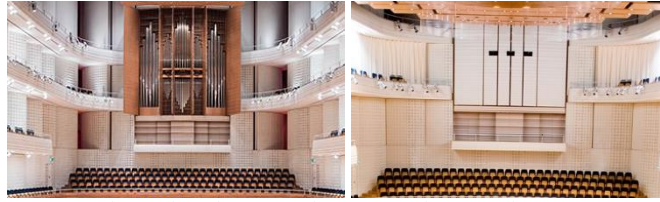
Şekil 21. KKL Konser Salonunda Bulunan Kanopi (KKL Luzern ve KKL Acoustics, 2021).

Kanopinin toplam alanı planlar üzerinden yapılan hesaplamalara göre yaklaşık 170 m² olarak elde edilmiştir. Bu alanın %44’ü seyirci alanı üzerinde konumlanırken %56’sı sahne alanı üzerinde konumlanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. KKL Konser Salonunda Yer Alan Kanopi ve Alansal Dağılımı

KKL Konser Salonunda Yer Alan Kanopi ve Alansal Dağılımı		
	Kanopi Alanı	Kanopi Oranı
	a: 75 m ²	%44 seyirci alanı üzerinde
	b: 100 m ²	%56 sahne alanı üzerinde
	Toplam: 175 m ²	

KKL Konser Salonunun sahne alanının arka duvar üst kotunda, üçüncü balkon seviyesinde borulu org yer almaktadır. Orgda yaklaşık 4387 adet boru, 4 adet manuel klavye ve bir pedal bulunmaktadır. Tasarımı *Orgelbau Goll AG* (İsviçre) tarafından yapılan org 8x12 m boyutlarındadır (Şekil 22) (KKL Luzern Concert Hall, 2021).

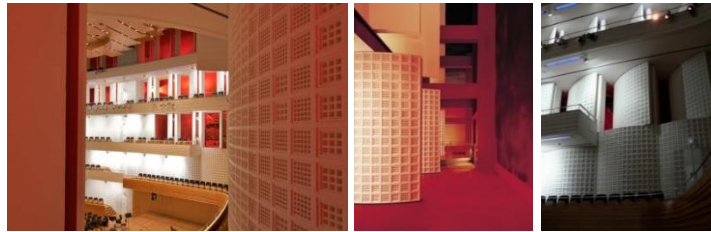


Şekil 22. KKL Konser Salonu'nda Bulunan Borulu Orgun Açık ve Kapalı Durumu (Concert Hall, 2021).

Akustik açıdan önem taşıyan konser salonu baskın bir ses yalıtımına sahiptir. Bu sayede aydınlatma veya havalandırma gürültüsü neredeyse fark edilmemektedir (KKL, 2016). Gürültü düzeyi en yüksek 18 dB olarak algılanacak biçimde yalıtım gerçekleştirilmiştir (KKL Acoustics, 2021). Salonun reverberasyon süresi hareketli kapılar kapalıyken 1,6 sn., açıkken ise en fazla 3,0 sn.'dir (Johnson ve Kahle, 1999).

Yankı Odası

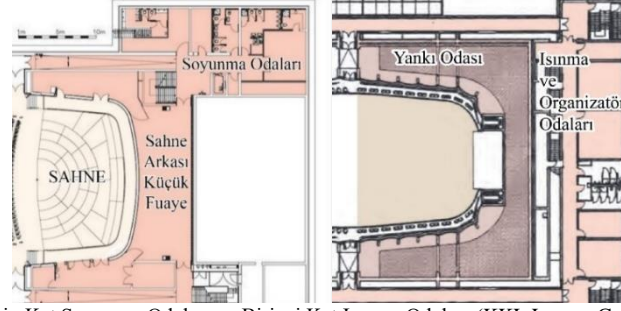
Reverberasyon yani yankı odası, üst balkon seviyelerinin kotunda bulunmaktadır. Bu odayı salondan ayıran beton taşıyıcı ve alçı sıvalı hareketli kapılar özel motorlu sistemleri aracılığıyla açıldığında toplam hacim 7000 m³ artmaktadır. Özel sistemleri sayesinde yerinde dönebilen bu hareketli kapıların açıklık durumuna bağlı olarak salonun akustik performansı da değişmektedir. Bu özellik salona profesyonel düzeyde birçok müzik türüne ev sahipliği yapabilme imkânı da sağlamaktadır. Hareketli beton kapılar ile yan duvar alanları tamamen kapatıldığında (yankılanma alanı kapatıldığında) reverberasyon süresi değeri azaldığından dolayı konferans gibi sesin anlaşılabilirliğinin önem taşıdığı etkinlikler için de uygun akustik ortam sağlanmaktadır (KKL, 2016). Salondaki hareketli beton kapıların üzerinde 20x20 cm genişliğinde ve 6 cm derinliğinde kalıp halinde dökülmüş alçı karolar yapıştirilmiştir. Bu elemanlar reverberasyon süresinde 1,6-3 sn. arasında farklılık meydana getirmektedir (Şekil 23) (Johnson ve Kahle, 1999).



Şekil 23. Akustik Açından İşlevsel Olarak Kullanılan Hareketli Beton Kapılar ve Yankı Odası (KKL Luzern ve KKL Acoustics, 2021).

Sahne Arkası Birimleri

Konser salonunun zemin katında ve sahnenin arkasında orkestra soyunma odaları bulunmaktadır (Şekil 24). Bir üst kotta ise orkestra şefi için bir oda tasarlanmıştır. Salonun ikinci katında ısınma odaları ve organizatör için birer oda, üçüncü kotunda ise solo sanatçı odası ve yeşil oda adı verilen bir mekân bulunmaktadır (Concert Hall Culture, 2021).



Şekil 24. Sahne Arkası Zemin Kat Soyunma Odaları ve Birinci Kat Isınma Odaları (KKL Luzern Concert Hall ve Gigon vd., 2017).

Fiziksel Çevrenin Yapı Tasarımına Etkisi

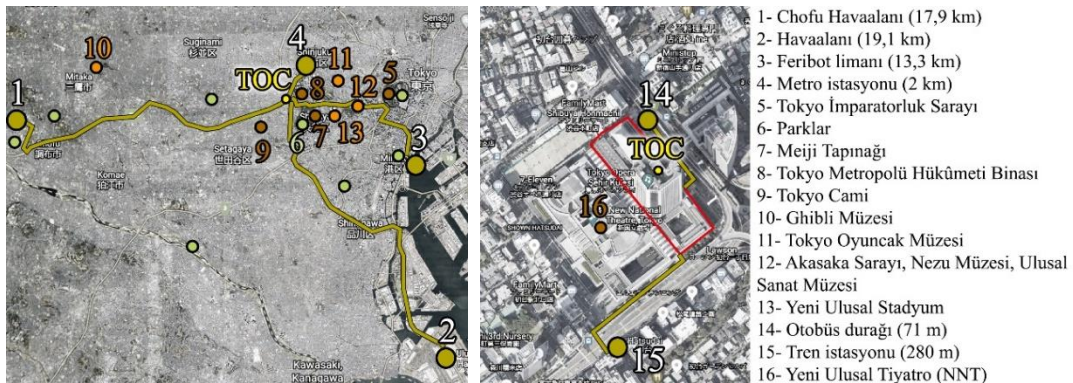
Luzern kenti çok fazla yağış almaktadır. Ayrıca bölgede kış aylarında yoğun kar yağışı da olmaktadır (Molnar & Burlando, 2008). Luzern Kültür ve Kongre Merkezi çatısı 36 metre kadar konsol çıkararak hem yapıyı hem de insanları yağıştan korumaktadır. Kar yükünün fazla olacağı çatıda ise taşıyıcı sistem ek kirişler ile desteklenerek tasarlanmıştır.

Bina bulunduğu konum itibarıyla, yüksek basınçlara neden olan yerel rüzgarlara ve yüksek sıcaklıklara maruz kalan bir yapıdır. Bu nedenle Nouvel tasarıma ikinci bir cephe yaklaşımı getirmiş ve yapıda kullandığı ürünleri sıcaklık dolayısıyla deformasyona uğramayacak, su geçirmeyen ve korozyona dayanıklı olan malzemelerden tercih etmiştir. Çatının alt kaplama yüzeyinde bulunan alüminyum sandviç paneller arasında bırakılan derz boşlukları ile de çatı hacminin havalanmasını sağlamıştır (Wieland vd., 2000-b). Aynı zamanda bina içerisine alınan su ögesi ile kurak aylarda sıcaklık farklarının dengelendiği görülmektedir.

Tokyo Opera City (Toc) Kulesi

Japonya'nın başkenti olan Tokyo günümüzde teknolojisi ve gökdelenleri ile ünlü bir kenttir. Modern bir görünüme sahip olan kentin geleneksel mimarisinin yangın ve deprem gibi felaketler sonucu tarihi süreç içinde etkili şekilde zarar gördüğü ve bu süreçte kentin sık bir şekilde yeniden inşa edildiği bilinmektedir. Bunun yanı sıra kent oldukça kalabalık olup kentte özellikle ulaşım sorunu yaşanmaktadır (Seidensticker, 1983). Bu tür karmaşanın hâkim olduğu büyük kentlerde yaşayanların nefes alabileceği, sosyalleşebileceği ve çeşitli etkinliklerde bulunabileceği alanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda Tokyo kenti için "Tokyo Opera Kulesi" büyük önem taşımaktadır.

Sanat merkezi işlevine sahip olan Tokyo Opera Kulesi, kentin merkezinde ve kolay erişilebilir bir konumda yer almaktadır. Yapının Tokyo Uluslararası Havaalanı'na uzaklığı 19,1 km olup araç ile yaklaşık 18 dakikada erişim sağlanmaktadır. Yapıya en yakın feribot limanı 13,3 km mesafede olup araç ile yaklaşık 24 dakikada erişim sağlanmaktadır. Metro istasyonu ise 2 km mesafede olup araç ile 10 dakikada erişim sağlanmaktadır. Yapıya yaklaşık 70 m mesafede bir otobüs durağı 280 m mesafede ise bir tren istasyonu yer almaktadır. Otobüs durağına ve tren istasyonuna yürüyerek yaklaşık 3 ile 5 dakikalık süre aralığında ulaşılabilir (Şekil 25).



Şekil 25. TOC Binası ile Tokyo Kentindeki Önemli Alan ve Yapılar Arasındaki Fiziksel Erişim (Google Earth).

Tokyo Opera City yapısının mimari tasarım çalışmaları 1991 yılında başlamıştır. Bunun yanı sıra Nisan ayında Leo Beranek, yapının akustik tasarım danışmanı olarak görevlendirilmiştir. Ardından Takayuki Hidaka başkanlığında; Chiba Takenaka Araştırma ve Geliştirme Enstitüsü'nden akustik personel görevlendirilmiş ve akustik ölçümler de için modeller yapılmıştır. Beranek ve ekibi son 30 yılda salonlar üzerine yapılmış önemli çalışmaları incelerken; Hidaka ve ekibi ise Avrupa, Japonya ve Amerika'da bulunan 23 salon üzerinden akustik ölçümler yaparak çalışmalarını sürdürmüştür. Akustik incelemelerin yanı sıra, birçok ülkedeki hala etkin olarak kullanılan 66 adet konser salonunun çizimleri, fotoğrafları, malzeme özellikleri ve akustik verileri analiz edilmiştir. Bunun yanı sıra Tadao Ando'nun önermiş olduğu yöntemlerden yola çıkarak, tasarım için çeşitli yönlendirici şemalar oluşturulmuştur. 1991 yılının Mayıs ayında ise Takahiko Yanagisawa, dikdörtgen plan şemasına ve piramidal bir tavana sahip salon önerisini sunmuştur (Hidaka vd., 2000).

1997 yılında ise TOC yapısının hemen yanında etkin bir şekilde kullanılmak istenilen ve bölgeyi kültürel açıdan kuvvetlendirecek olan Yeni Ulusal Tiyatro (NNT) yapısı inşa edilmiş ve bu alan bir komplekse dönüşmüştür (Tokyo Opera Binası, 2021).

Yapı ve Yakın Çevre İlişkisi

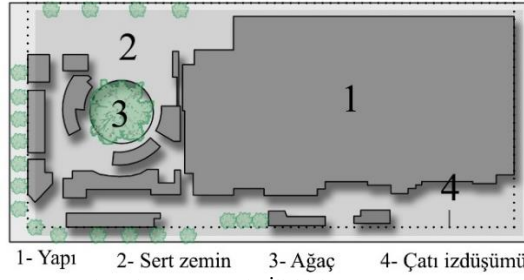
Tokyo Opera City (Tokyo Opera Kulesi), en üst kotu 235 m yüksekliğe sahip bir komplekstir. Yapının çevresinde kendisinden birkaç yıl sonra inşa edilen Yeni Ulusal Tiyatro Kompleksi (NNT) bulunmaktadır (Tokyo Opera Binası, 2021). Bu komplekste; opera, tiyatro, deneysel tiyatro salonları ile farklı amaçlı mekânlar yer almaktadır. Beş (5) dönümlük alanı kapsayan Tokyo Opera City'de ise; sanat müzesi, mağaza ve restoranların yanı sıra, 54 katlı ofis gökdeleni ile konser salonu, prova ve eğitim amaçlı mekânlar bulundurmaktadır (Hidaka vd., 2000). TOC ve NNT yapıları gökdelenlerin bulunduğu bölgede yer almaktadır (Şekil 26).



Şekil 26. Tokyo Opera City Binası ve Sağ Altta Konser Salonu Birimi (a) ve Çevre Analizi (b) (Takemitsu Memorial; New National Theater; Sunkengarden; NNT And TOC; Shinjuku Central Park ve Hatsudai Rehabilitation Hospital, 2021)

TOC binası bir gökdelen yapısıdır ve bulunduğu büyük ölçekteki kent dokusunda yüksek yapılar yer alsa da, yakın kent dokusundaki yapıların daha az katlı olduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra yapı çevresinde bulunan park binanın ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Konser salonunun bulunduğu kanat ise (Şekil 26, a) dikdörtgen tabanlı bir prizma olan çatısı ile özelleşmekte ve kentin geleneksel mimarisinin bir yansıması olarak görülmektedir. Bu çatı, hemen altındaki konser salonunu vurgulamaktadır. Gökdelen yapısının pahlanmış köşelerinin yansıtıcı cam yüzeyler ile döşenmesi binayı vurgulayan detaylardan biridir.

TOC yapısının zemin katının güney kanadı parçalı bir yaklaşımla, sokaklar ve yarı açık mekânlar oluşacak biçimde tasarlanmış, ayrıca peyzaj düzenlemesi de gerçekleştirilmiştir. Güney kanadında bulunan üstü açık Sunken Bahçesi ziyaretçilere açık yarı amfi-tiyatro kullanımı sağlamakta ve dinlenme imkânı sunmaktadır (Şekil 27).



Şekil 27. Tokyo Opera City Binası ve Zemin İlişkisi (Tokyo Opera City Floor Guide, 2021)

Mimari Tasarım, Yapı Sistemi ve Malzeme

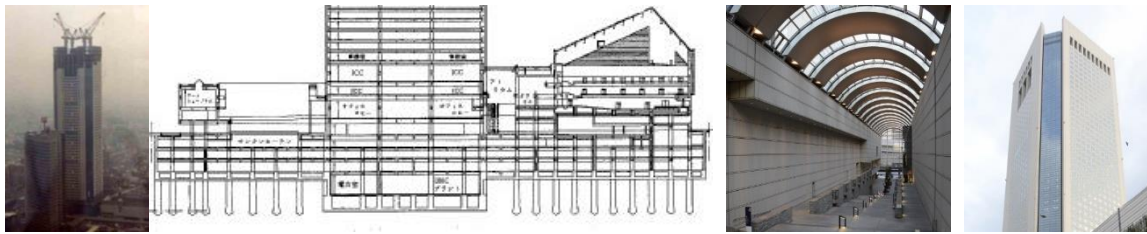
Tokyo Opera City (Tokyo Opera Kulesi), bulunduğu alanı sanat ve kültür bölgesine dönüştürmeyi hedefleyen, bunun yanı sıra çevresinde bulunan iş merkezi, ticaret merkezi ve eğlence merkezi bölgeleri arasında köprü işlevini amaçlayan bir yaklaşımla tasarlanmıştır (Tokyo Opera Binası, 2021). Özel bir tasarım konsepti bulunmayan kule ofislere ev sahipliği yapmaktadır. Düşeyde yükselen katların aksine zemine yayılmış olan katlar ziyaretçilere etkileşim ve sosyalleşme imkânı sunmaktadır. Yapının tek düze olarak algılanan gökdelen görüntüsünün aksine bünyesinde bulunan konser salonu başta olmak üzere iç mekânları çarpıcı tasarımlara sahiptir.

Yapıda toplam 854 araçlık park yeri bulunmakta olup yaklaşık 44.000 m² alana sahiptir. Yapının toplam taban alanı ise yaklaşık 311.000 m²'dir. 60 katlı olarak tasarlanan yapının yer altında 4, yer üstünde ise 56 katı bulunmaktadır. Yapının 2 katı kule evi olarak kullanılmaktadır (Şekil 28) (Tokyo Opera Binası; Opera Şehir Binası, 2021).



Şekil 28. Tokyo Opera City Kulesi'nin Gökdelenler Bölgesinden Görünümü (Terri Meyer Boake tarafından).

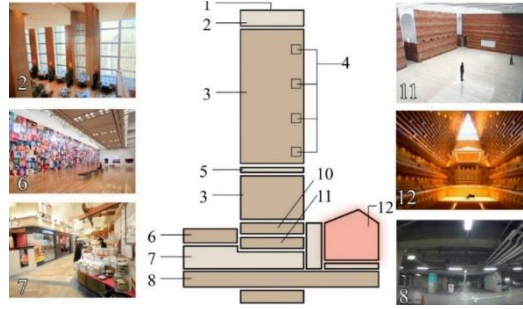
Tokyo Opera City kulesinin inşaatına 1992 yılında başlanılmıştır. Yapının taşıyıcı sisteminde beton ve çelik sistemler uygulanmıştır. Yapının temelinde ve çekirdek biriminde çelik ile güçlendirilmiş beton uygulanırken; kolonlarda ve döşemelerde çelik malzeme ile uygulama gerçekleştirilmiştir. Yapının temeli yaklaşık 28 m derin-kazıklar ile güçlendirilmiştir. Yapının dış cephesi ise granit ile kaplanmıştır. Kulenin köşeleri ise pahlı bir şekilde cam giydirme cephe sistemi ile kapatılmıştır (Şekil 29) (Opera Şehir Binası, 2021).



Şekil 29. Kulenin İnşaatı, Kazık Temel ve Binanın Granit Dış Cephesi (Opera Şehir Binası; Tokyo Opera City Tower, 2021; Terri Meyer Boake tarafından).

Yapının Fonksiyonel İşleyişi

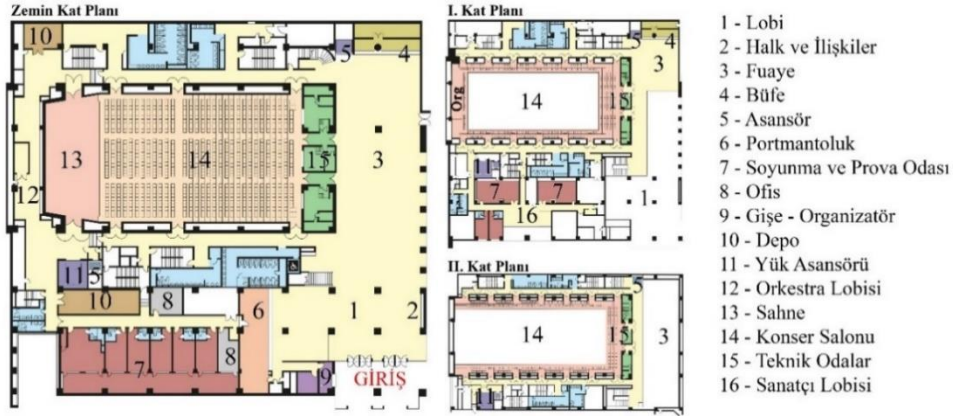
TOC Kulesi toplam 60 kattan oluşmaktadır. Şekil 30'da mekânların katlara göre dağılımları şematik olarak gösterilmektedir. Görseldeki 8 numaralı bodrum kat alanlarında yer altı otoparkı bulunmaktadır. Zemin ve birinci katlarda (7 numara) Sunken Bahçesi adı verilen avlu, yeme-içme alanları, alışveriş sokakları, vb. çeşitli ihtiyaç mekânları bulunmaktadır. 3. Kattaki 6 numara ile gösterilen alan Sanat Galerisi olarak işlevlendirilmiştir. Kuledeki 3 numara ile gösterilen katlar (7-52. kat) ofis birimleri olarak kullanılmakta olup, 5 numara ile gösterilen kat ise restoran olarak kullanılmaktadır. 11 Numaralı alan sanatsal bir mekân olarak tasarlanmış ofis lobisi, 10 numaralı alan ise NTT İletişim Merkezi olarak kullanılmaktadır. Kesitte yer alan 12 numaralı alan, formu ile dikkat çeken Konser Salonu'dur. 53. Kattaki 2 numaralı alan restoran, 54. Kattaki 1 numaralı alan ise gözlemevi olarak işlevlendirilmiştir (Takeoffice, t.y.).



Şekil 30. TOC Kulesi'ndeki Mekânların Katlara Göre Dağılımları (Takemitsu Anıtı; Terri Meyer Boake Tarafından, Gözlem Evi; Sanat Galerisi, 2021 ve Takeoffice, T.Y).

TOC Konser Salonu

Tokyo Opera City Kulesi'nde konser salonunun bulunduğu 3 katlı yapının girişinde gişe, lobi ile halk ve ilişkiler bölümü yer almaktadır. Bu bölümlerin bağlandığı geniş fuaye alanından asansör, büfe, lavabolar ve konser salonuna bağlantı verilmiştir. Genel olarak yapı içerisinde orkestra ve sanatçılar için tuvalet ve banyolu soyunma odalarının yanı sıra; prova odaları, bir adet yük asansörü, bir adet özel asansör ile depolar bulunmaktadır. Aynı zamanda karartma odaları gibi teknik odalara konser salonunun en arka bölümünde yer verilmiştir (Şekil 31) (Operacity Konser Salonu, 2021).



Şekil 31. TOC Konser Salonunun Plan Şeması (Operacity Konser Salonu, 2021)

Fuaye

Konser salonunun fuaye alanı galerili yaklaşımla üç katlı tasarlanmış olup 11,3 m yüksekliğindedir. Tavan düzleminde *amplification* (sesi zenginleştirme) halılar sarkıtlarak fuaye alanı dekore edilmiştir (Şekil 32). 1. ve 2. katlardaki büfeler fuaye alanı ile ilişkilendirilerek tasarlanmıştır (Takemitsu Memorial, 2021).



Şekil 32. Fuaye Alanı ve Bu Alanda Asılı Durumda Yer Alan Halılar (Takemitsu Anıtı, 2021).

Planlar üzerinden gerçekleştirilen alan hesaplarında zemin kat fuayesi kapsamındaki diğer mekânlarla birlikte yaklaşık 1765 m² olarak elde edilmiştir. Bu alanın 740 m²'si açık fuaye mekânı, 815 m²'si diğer kapalı mekânlar olup 210 m²'si ise geçiş mekânlarından oluşmaktadır. Zemin kat fuaye alanının bağlantılı olduğu parter oturma düzlemi toplam 974 koltuk kapasitesine sahip olup aynı katta bulunan 1765 m²'lik fuayede kişi başına 1,81 m² alan düşmektedir. Birinci kat fuaye alanı; 200 m² açık etkinlik alanı, 700 m² diğer mekânlar ve 380 m² geçiş mekânı olmak üzere toplam 1280 m²'lik alana sahiptir. 356 koltuk kapasiteli I. Balkon katı ile bağlantılı olan birinci kat fuaye alanında kişi başına düşen alan 3,60 m² olarak elde edilmiştir. İkinci kat fuaye alanı yaklaşık 740 m² alana sahiptir. Bu alanın 100 m²'si açık etkinlik alanı, 410 m²'si diğer mekânlar olup 230 m²'si ise geçiş mekânlarından oluşmaktadır. 302 koltuk kapasiteli II. Balkon katı ile bağlantısı olan fuaye alanında kişi başına düşen alan 2,45 m² olarak elde edilmiştir. TOC konser salonu fuaye mekânının toplam alanı yaklaşık 1040 m²'dir (Tablo 6).

Tablo 6. TOC Konser Salonunun Fuayelerindeki Kişi Başına Düşen Alan Analizi

Fuayeler İçin Kişi Başına Düşen Alan Analizi				
	Fuaye Mekânı	Diğer Mekanlar	Geçiş Mekanları	Toplam
Bodrum Kat	390 m ²	320 m ²	290 m ²	1000 m ²
Alan/Zemin Seyirci (782)	0,50 m ²	0,41 m ²	0,37 m ²	1,28 m ²
Zemin Kat	520 m ²	Yok	290 m ²	810 m ²
Alan/ I. Kat Seyirci (360)	1,44 m ²	-	0,81 m ²	2,25 m ²
1. Kat	520 m ²	Yok	290 m ²	810 m ²
Alan/III. Kat Seyirci (234)	2,22 m ²	-	1,24 m ²	3,46 m ²
TOPLAM	1430 m ²	Toplam Kişi Başına Düşen Fuaye Alanı		0,75 m ²

Ana Salon

TOC Konser Salonu, ayakkabı kutusu formunda olup ana zemin parter alanının yanı sıra yan cephelere komşu olarak konumlandırılmış iki balkon kata sahip bir yaklaşımla tasarlanmıştır. Salonun tasarımıdaki en sıra dışı özellik piramidal bir çatı düzlemine sahip olmasıdır. Toplamda 1636 kişi kapasitesine sahip olan salonun parter bölümündeki dikdörtgen plan düzleminin boyutları 41.4 x 20.0 m'dir. Sahne ise 19.5 x 9.0 m. Boyutlarındadır (Beranek, 2014; Takemitsu Memorial, 2021). Salonun görsel olarak düz algılanan yan duvarlarının eğimi %3 olarak hesaplanmıştır. Salonun parter katı 974 (4 kişilik engelli alanı dâhil), 1. Balkon katı 356, 2. Balkon katı ise 302 kişi kapasitesine sahiptir (Tablo 7).

Tablo 7. TOC Konser Salonunda Katlara Göre Kişi Kapasiteleri

TOC Konser Salonu Katlara Göre Seyirci Kapasiteleri (1636 kişi için)		
		
Zemin Kat	I. Balkon Katı	II. Balkon Katı
a: 974 kişi	-	-
-	b: 200 kişi	b: 212 kişi
-	c: 130 kişi	c: 90 kişi
-	d: 26 kişi	-
974 kişi	356 kişi	302 kişi

TOC Konser Salonunun hacmi yaklaşık 15.300 m³ olarak elde edilmiştir (Hidaka vd., 2000). Salonun planları ve kesitleri üzerinden yapılan boyutsal ölçümlere göre kişi başına düşen alan 1,01 m², hacim ise 9,38 m³ olarak elde edilmiştir (Tablo 8).

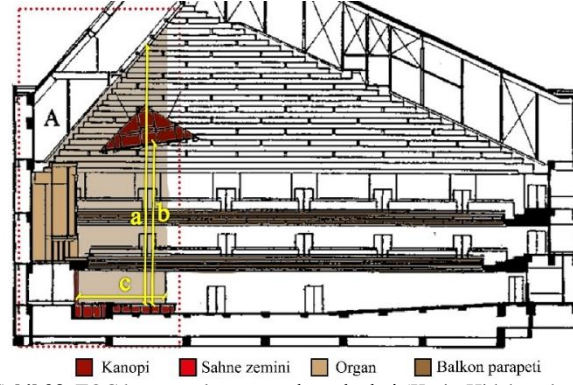
Tablo 8. KKL Konser Salonunda Kişi Başına Düşen Alan ve Hacim Analizi

TOC Konser Salonu İçin Kişi Başına Düşen Alan ve Hacim Analizi						
Katlar	Koridorlar	Koltuk Alanı	Toplam Alan	Kat Seyirci Sayısı	Koltuk Başına Düşen Alan	Koltuk Alanı/Toplam Alan
Zemin	330 m ²	550 m ²	880 m ²	974	0,57 m ²	%62,5
I. Balkon	224 m ²	200 m ²	424 m ²	356	0,56 m ²	%47
II. Balkon	170 m ²	180 m ²	350 m ²	302	0,60 m ²	%51
Toplam	724 m ²	930 m ²	1654 m ²	1632	0,57 m ²	%56
Sahne Alanı	Salon Hacmi	Kişi Başına Düşen Alan		Kişi Başına Düşen Hacim		
175 m ²	15.300 m ³	1,01 m ²		9,38 m ³		

Salonun kesit-düzlemi dikkate alındığında tavanın orantısız bir piramit biçiminde olduğu görülmektedir. Tasarım aşamasında salon için beş farklı tasarım önerisi gerçekleştirilmiştir. Tavan düzlemi için yapılan bu öneriler; pürüzsüz yüzeyler, düzgün basamaklar; tek düze basamaklar, tek düze olmayan basamaklar; tek düze olmayan basamaklar ve sahne üzerindeki kanopi değişkenleri ile birlikte gerçekleştirilmiştir. Nihai tasarımda mimari ve akustik nedenlerden dolayı tekdüze basamaklarla oluşturulmuş tavan, dağıtıcı elemanlar ve sahne üzerindeki kanopi tercihi gerçekleştirilmiştir (Hidaka vd., 2000).

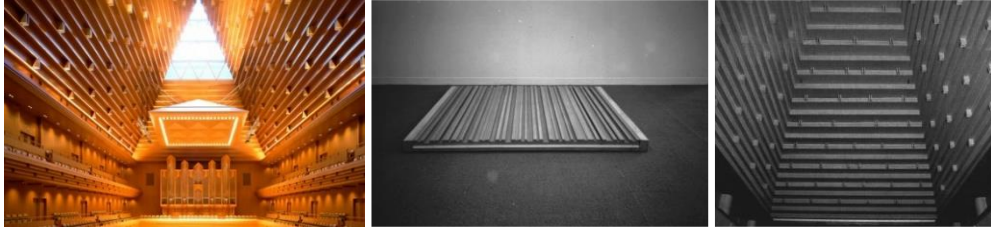
Tokyo Opera City Konser Salonu'nun iç mekânındaki duvarların, balkonların, çatı düzleminin tamamı 25 mm kalınlıklı ve iki katmanlı meşe ağacı ile kaplanmıştır. Piramidal çatının oluşturduğu tavanda üçgen bir ışıklık bulunmaktadır. Sahne alanının kaplamasında ise huş ağacı tercih edilmiştir (Takemitsu Memorial, 2021). TOC konser salonu özgün bir tavan tasarımına sahip olup eğimli küçük üçgen yüzeylerden oluşmaktadır. Bu ses yayıcı yüzeylerin balkon parapetlerinde de kullanıldığı dikkat çekmektedir (Şekil 33).

Konser salonunun sahne ölçüleri Şekil 33'de yer almaktadır. Sahne genişliği (c) yaklaşık 9 metredir ve bu mesafenin sahne alanındaki müzisyenlerin müzik dil birliği için uygun olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra sahne alanının tavan düzlemine olan mesafesi (a) yaklaşık 26 metre, kanopiye olan mesafesi (b) ise yaklaşık 16 metredir. 175 m²'lik sahne alanına, kişi başına 1,9 m² alan olmak üzere ortalama 92 müzisyen yerleşebilmektedir.



Şekil 33. TOC konser salonunun sahne ölçüleri (Kesit: Hidaka vd., 2000).

Salonun balkon parapet duvarlarında yaklaşık 20-24°'lik bir açı ile eğim oluşturulmuştur. Yüzeylerdeki ses dağıtıcılık özelliğinin geniş frekans aralığında sağlanabilmesi için kademeli bir yaklaşım öngörülmüştür. Salonun zemin kat duvar yüzeylerinde ise küçük ölçekte düşey ve çizgisel kabartmalar (yaklaşık 3-12 cm), girintiler-çıkıntılar oluşturulmuş ve yumuşak bir geçiş sağlanmıştır (Beautiful Music, 2021). Salonda etkili akustik ortam sağlayabilmek için eğimli yan tavan yüzeylerinde 4,5 m aralıklarla küçük yansıtıcı bloklar tasarlanmıştır. Bu bloklar sesin yanal olarak dağılmasına da katkı sağlamıştır. Arka tavan yüzeyi ise yankıyı önlemek amacıyla ses dağıtıcı olarak tasarlanmıştır (Şekil 34) (Hidaka vd., 2000).



Şekil 34. TOC Konser Salonundaki Tavan ve Yan Yüzeylerde Yer Alan Kaplama Elemanları (Takemitsu Memorial; Hidaka Vd., 2000).

Salonda tüm frekanslarda ses yutuculuğu sağlayan malzeme kullanımından kaçınılmış, koltuklar bile yansıtıcı özelliğe sahip malzeme ağırlıklı tasarlanmıştır. Koltuklar, duvarlar gibi meşe ağacı ile kaplanmıştır. Koltukların kumaş bölümleri haricinde kalan bu ahşap bölümleri de sesin yankılanmasına katkıda bulunmuştur (Şekil 35) (Takemitsu Anıtı, 2021).



Şekil 35. TOC Konser Salonundaki Seyirci Koltukları (Takemitsu Anıtı; Hidaka, 2000).


Salonun piramidal tavan üst kotu zeminden 28 m yukarıda olmasına rağmen reverberasyon süresini olumsuz bir şekilde etkilememektedir. Sahnenin üstünde ise müzisyenlerin sesleri daha iyi duyabilmeleri için ses yansıtıcı bir kanopi bulunmaktadır. Bu kanopi parterde bulunan ön sıralardaki koltuklarda doğrudan gelen sesin daha güçlü algılanmasını da sağlamaktadır. Piramidal çatının düz ve pürüzsüz olan alt yüzeyi de yankılanma süresinin artışına katkı sağlamaktadır (Şekil 36) (Beranek, 2014). 9,6x9,6 m boyutlarındaki kanopi yaklaşık 8 derecelik açığa sahip eğim ile konumlandırılmıştır (Hidaka vd., 2000).



Şekil 36. TOC Konser Salonu'nda Bulunan Kanopi (Takemitsu Anıtı, 2021).

Kanopinin toplam alanı yaklaşık 92,2 m² olarak hesaplanmıştır. Bu alanın %15'i seyirci alanı üzerinde; %85'i ise sahne alanı üzerinde bulunmaktadır (Tablo 9).

Tablo 9. TOC Konser Salonundaki Sahne ve Seyirci Alanının Üzerinde Yer Alan Kanopi

KKL Konser Salonunda Sahne ve Seyirci Alanının Üstündeki Kanopi		
	Kanopi Alanı	Kanopi Oranı
	a: 78,4 m ² b: 13,8 m ² Toplam: 92,2 m ²	%15 seyirci alanı üstünde %85 sahne alanı üstünde

Konser salonundaki sahne alanının hemen üstünde, birinci balkon seviyesinde borulu org bulunmaktadır. Orgda yaklaşık 3826 adet boru, 3 adet manuel klavye ve bir pedal yer almaktadır. Orgun tasarımı Orgelbau TH Kuhn (İsviçre) tarafından gerçekleştirilmiştir (Şekil 37) (Takemitsu Memorial, 2021).



Şekil 37. TOC Konser Salonu'nda Bulunan Borulu Org (Loreto Aramendi Tarafından).

Salon tamamen doluyken orta frekans bölgesinde reverberasyon süresi 1,96 sn. olarak belirlenmiştir. Ses oldukça temiz, sıcak ve çevreleyici olarak işitilmekte ve yankılı olarak algılanmaktadır. Sesin ortamda yarattığı ambiyans Viyana Music Verein ve Boston Symphony Hall'dekine benzer özelliklerde görülmüştür (Beranek, 2016). Piramidal biçimde olan çatının, mekânın iyi bir akustik performans göstermesini sağlamaya yardımcı olabilmesi için yapılan bu çalışmalar önem taşımıştır (Hidaka vd., 2000). Yapının inşaatı 1996 yılının sonbaharında tamamlanmış ve ardından tasarlanan salonda ölçümler gerçekleştirilerek bazı iyileştirmeler yapılmıştır (Hidaka vd., 2000).

Sahne Arkası Birimleri

Konser salonunun sahne arkasında; iki piyanolu, iki küvetli, 4 tuvaletli, 2 tane de büyük boyutlu olmak üzere on tane oda yer almaktadır. Ayrıca sanatçılar için özel bir lobisi bulunmaktadır (Takemitsu Memorial, 2021). TOC'un bodrum katında, küçük orkestralar tarafından kiralık olarak kullanılabilir, içerisinde piyano bulunan prova odaları yer almaktadır. 40 ile 100 kişi arasında kapasiteye sahip olan odaların zemin kaplama malzemesi meşe ağacından yapılmıştır (Şekil 35) (Operacity Prova Odası, 2021).

Fiziksel Çevrenin Yapı Tasarımına Etkisi

Tokyo, merkezinde yoğunlaşan yüksek yapılaşma nedeni ile ısı adası yoğunluğu yüksek bir şehir olarak karşımıza çıkmaktadır. Sıcaklık farklarının arttığı bu alanlarda yeşil alanlar ile denge sağlanmaya çalışılmakta ve sıcaklık farkları kontrol altına alınmaktadır. Sıcaklık farkı ve yapılaşma ayrıca bölgede oluşan rüzgârın yönünü ve hızını da etkilemektedir (Yamashita, 1990). Bu doğrultuda tasarlanacak olan yüksek yapıların tasarımı da rüzgâr yükünün etkisinin azaltılabilmesi için önem taşımaktadır. Tokyo Opera City yüksek binasında da bu etkiyi azaltmak için bir dikdörtgen prizma olan yapının kenarları yumuşatılmıştır. Ayrıca binanın yakınında yeşil



bir park bulunmakta ve ısı adalarını da azaltmaktadır. Bina insanları hem nemli-sıcak havadan hem de yağmurdan koruyabilmek için kapalı sokaklar tasarlanmıştır.

Yağmurlu bir iklime sahip bölgede su tasarrufu sağlanabilmesi için yapıda yağmur suyunun yeniden kullanılmasına imkân veren bir sistem kullanılmıştır (Takeoffice, t.y.).

ARAŞTIRMA BULGULARI

KKL ve TOC yapıları aynı dönemde farklı coğrafyalarda inşa edilmiş, benzer form ve boyutlardaki konser salonlarını içermektedir. İki yapı da buldukları kentlerin merkezlerinde, yoğun ulaşım ağlarının bulunduğu alanlarda, kültürel aktivite bölgelerinde olup kentler için sanat merkezi konumundadırlar. Yapılan literatür taraması ve sayısal analizler doğrultusunda iki yapı için karşılaştırmalı bir değerlendirme tablosu oluşturulmuştur (Tablo 10).

Tablo 10. KKL ve TOC Yapılarının Tasarım Açısından Değerlendirilmesi

KKL ve TOC Yapılarının Tasarım Açısından Değerlendirilmesi								
Özellik								
	Lucerne Kültür ve Kongre Merkezi				Tokyo Opera City			
Yapı ve Çevre İlişkisi	En yakın havaalanı	17,4 km		En yakın havaalanı	17,9 km			
	En yakın tren istasyonu	82 m		En yakın tren istasyonu	280 m			
	En yakın otobüs durağı	240 m		En yakın otobüs durağı	71 m			
	En yakın feribot limanı	150 m		En yakın feribot limanı	13,3 km			
Mimari Tasarım, Yapı Sistemi ve Malzeme	Şehir/Ülke	Luzern/İsviçre		Yapı alanı	Tokyo/Japonya			
	İnşaat alanı	12,000 m ²		İnşaat alanı	15,500 m ²			
	Yapı sistemi	İskelet sistem		Yapı sistemi	İskelet sistem			
	Malzeme	Beton-Çelik-Kompozit		Malzeme	Beton-Çelik-Kompozit			
	Salon formu	Ayakkabı kutusu		Salon formu	Ayakkabı kutusu			
	Salon boyutu	22x46x22		Salon boyutu	20x41x28			
	Kapasite	1904		Kapasite	1636			
	Balkon sayısı	4		Balkon sayısı	2			
Otopark sayısı	453		Otopark sayısı	854				
Fiziksel Çevre İlişkisi	Sıcaklık	Bina içi su ögesi kullanımı Giydirme cephe kullanımı			Sıcaklık	Üstü kapalı sokak tasarımı Giydirme cephe kullanımı		
	Rüzgâr	Dayanıklı malzeme kullanımı			Rüzgâr	Yuvarlak bina köşeleri		
	Yağmur	Uzun konsol saçak tasarımı			Yağmur	Üstü kapalı sokak tasarımı		
	Kar	Güçlendirilmiş çatı tasarımı			Kar	-		
Sürdürülebilirlik	Sürdürülebilir Malzeme Kullanımı	•	Su ögesi	•	Sürdürülebilir Malzeme Kullanımı	•	Su ögesi	-
	Suyun Geri Dönüşümü	-	Yeşil Kullanımı	-	Suyun Geri Dönüşümü	•	Yeşil Kullanımı	•
	Isı adası	-	HVAC	•	Isı adası	•	HVAC	•

KKL ve TOC Yapıları havaalanına hemen hemen aynı mesafedir. Bunun yanı sıra Luzern Gölünün hemen yanında bulunan KKL Yapısının 150 m ilerisinde bir feribot limanı bulunurken, TOC Yapısına en yakın feribot limanı yaklaşık 13 km uzaklıktadır. İki yapı için de tren istasyonu ve otobüs durağı oldukça yakın uzaklıkta olup 5-10 dakikalık yürüme mesafesinde bulunmaktadır.

İki yapıda iskelet yapım sistemine sahip beton, çelik ve kompozit malzemeler ile inşa edilmiştir. TOC yapısı KKL yapısına göre daha büyük inşaat alanı kaplamakta olup yüksekliği de bir kule yapısı olduğundan dolayı daha fazladır. TOC binası yüksek bir yapı olduğu ve yanal yüklere karşı dayanıklı hale getirilebilmesi için, KKL binası ise gölün yanında konumlandığı ve zeminin güçlendirilebilmesi için fore kazık temel ile tasarlanmıştır.

TOC ve KKL yapılarının içerdiği konser salonları ayakkabı kutusu formunda inşa edilmiş ve benzer boyutlara sahip olsa da; TOC Konser Salonunun yan duvarları dikdörtgen şeklinde, KKL Konser Salonunun yan duvarları

ise eğrisel şekilde tasarlanmıştır. KKL Konser Salonu 1904 kişi kapasiteliyken TOC Konser Salonu 1636 kişi kapasitelidir.

İki yapıda da sıcaklık, rüzgâr, yağmur ve kar gibi dış etkilere karşı bina tasarımında çözümler üretilmiştir. Bu doğrultuda KKL yapısında konsol çıkan görkemli saçak dikkat çekmekte ve bina içine alınan su ögesi etkili olmaktadır. TOC binasının ise gökdelen bölümü dışında kalan ve zemine yayılmış kapalı sokak alanları olduğu ve saksılarda ağaçlar yerleştirilerek yeşilin yapı içerisine çekildiği görülmektedir.

İki yapının da fuaye alanları ve iç mekânları doğal ışıktan faydalanmaktadır. Bunun yanı sıra TOC Konser Salonundaki duvar yüzeyinde yer alan üçgen alınlıktan etkili şekilde iç ortama doğal ışık alınmaktadır. İki salonda da hem niceliksel hem de niteliksel açıdan etkileyici yapay aydınlatma tasarımı gerçekleştirilmiş olup her iki salonda da HVAC sistemleri kullanılmıştır. Ayrıca TOC yapısı için suyun geri dönüşümlü olarak kullanılmasına imkân veren bir sistem de kullanılmıştır. İki yapının da tasarım aşamasında sürdürülebilir malzemelerin seçilmesine özen gösterilmiştir. KKL yapısı bünyesinde su ögesi bulundururken TOC yapısı ise yeşili az miktarda da olsa tasarımda kullanmıştır.

Yapıların bulundurduğu konser salonlarının; fuaye, ana salon ve sahne arkası birimlerine ait kapasite, alan ve diğer fiziksel özellikler Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11. KKL ve TOC Konser Salonlarının Birimlerine Ait Kapasite, Alan ve Fiziksel Özellikler

KKL ve TOC Konser Salonunun Tasarım Açısından Değerlendirilmesi			
Fuaye	<ul style="list-style-type: none"> - Doğal aydınlatma var. - Ana fuaye:520 m² - Toplam: 1430 m² - Kişi başına düşen fuaye alanı: 0,75 m² 		<ul style="list-style-type: none"> - Doğal aydınlatma var. - Ana fuaye:740 m² - Toplam: 1040 m² - Kişi başına düşen fuaye alanı: 0,64 m²
Ana Salon	<ul style="list-style-type: none"> - Toplam: 1904 kişi - Zemin: 782 kişi - I. Balkon: 360 kişi - II. Balkon: 214 kişi - III. Balkon: 234 kişi - IV. Balkon: 314 kişi 		<ul style="list-style-type: none"> - Toplam: 1632 kişi - Zemin: 974 kişi - I. Balkon: 356 kişi - II. Balkon: 302 kişi
	<ul style="list-style-type: none"> - Kişi başına 1,02 m² alan; 9,35 m³ hacim düşmektedir. - Yan duvarların eğimi 0,025’tir. - Duvar yüzeylerinde 20x20 cm kare çıkıntılar bulunmaktadır. - Salon toplam alanının %55’ini koltuklar kaplamaktadır. 		<ul style="list-style-type: none"> - Kişi başına 1,01 m² alan; 9,38 m³ hacim düşmektedir. - Yan duvarların eğimi 0,003’tür. - Duvar yüzeyinde 3-12 cm’lik düşey çıkıntılar bulunmaktadır. - Salon toplam alanının %56’sını koltuklar kaplamaktadır.
	<ul style="list-style-type: none"> - 6 adet engelli koltuğu mevcuttur. Asansör ile katlara ulaşım sağlanabilir. Engelli tuvaleti bodrum katta bulunmaktadır. 		<ul style="list-style-type: none"> - 4 adet engelli koltuğu mevcuttur. Asansör ile katlara ulaşım sağlanabilir. Engelli tuvaleti zemin katta bulunmaktadır.
	<ul style="list-style-type: none"> - Salon yanal yönlendirilmiş sıralı yansıtıcı ve sesi yayıcı yüzeylere sahiptir. 		<ul style="list-style-type: none"> - Salon sadece sesi yayıcı yüzeylere sahiptir.
	<ul style="list-style-type: none"> - Reverberasyon süresi ort. 1,6-3,0 arasındadır. 		<ul style="list-style-type: none"> - Reverberasyon süresi ort. 1,96 saniyedir.
	<ul style="list-style-type: none"> - Kanopi ahşap olarak tasarlanmıştır ve uzun dikdörtgen parçaların birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. - 170 m² alana sahiptir. - %44’ü seyirci alanı üzerine taşmaktadır. 		<ul style="list-style-type: none"> - Kanoi ahşaptır ve piramidal 9 karenin birleşimi ile oluşmuştur. - 92,2 m² alana sahiptir. - %15’i seyirci alanı üzerine taşmaktadır.
Sahne	<ul style="list-style-type: none"> - Max. Sahne alanı yaklaşık 330 m²’dir. - Sahnenin asansörlü arttırılabilir alanı 50 m²’dir. 		<ul style="list-style-type: none"> - Max. Sahne alanı yaklaşık 175 m²’dir.
	Sahne alanı için 173 müzisyen sayısı uygundur.		Sahne alanı için 92 müzisyen sayısı uygundur.

	Sahne genişliği: 12-15 m; sahne-tavan yüksekliği: 22 m; sahne-kanopi yüksekliği: 18 m	Sahne genişliği: 9 m; sahne-tavan yüksekliği: 26 m; sahne-kanopi yüksekliği: 16 m
Org	- Yaklaşık 8x12 m boyutlarındadır. - 4387 adet boru içermektedir. - 4 adet manuel klavyesi + bir pedal	- Yaklaşık 7x11 m boyutundadır. - 3826 adet boru içermektedir. - 3 adet manuel klavyesi + bir pedal
Sahne Arkası Birimleri	- Orkestra için soyunma odaları ve tuvaletler bulunmaktadır. Sanatçılar için bir fuaye alanı ve ısınma odaları mevcuttur.	- Orkestra için soyunma odaları ve tuvaletler bulunmaktadır. Sanatçılar için bir fuaye alanı, ısınma odaları ve özel prova odaları mevcuttur. - Yük asansörü mevcuttur.

Kişi başına düşen fuaye alanları analiz edildiğinde KKL yapısının TOC yapısına göre 0,11 m² daha fazla alan imkânı sunduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra konser salonlarının kişi başına düşen alan ve hacim analizleri dikkate alındığında sonucun neredeyse aynı olduğu dikkat çekmektedir. Salonlarda koltukların kapladıkları alanın da benzer olduğu görülmektedir.

KKL ve TOC konser salonlarında bulunan ortak pasif akustik tasarım elemanları; ahşap kanopi, balkon yüzeyleri ve ahşap kaplamalı sahne olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra TOC konser salonunda çok eğimli çatı yüzeyi de pasif akustik tasarım elemanı görevi görmektedir. Yanal yansıtıcı yüzeyler ahşaptır ve ahşap malzeme aynı zamanda seyirci koltuklarının büyük oranını oluşturmaktadır. KKL konser salonunda ise tavan az eğimli fakat düzgün bir yüzeye sahiptir. Beton yanal yansıtıcı yüzeyler kullanılmıştır ve seyirci koltuklarında kumaş malzemenin daha çok tercih edildiği görülmektedir.

KKL Konser Salonu yanall yönlendirilmiş sıralı yansıtıcı ve sesi yayıcı yüzeylere sahiptir ve yan yüzeylerin TOC Konser Salonu yan yüzeylerine göre daha eğimli olduğu söylenebilir. Bununla birlikte TOC Konser Salonu yanall yüzeyleri fazla eğimli olmamakla birlikte fazla kırıklı kabartmalı yüzeylere sahiptir ve sesi yayıcı yüzey türüne uygun olarak tasarlanmıştır. Salonların pasif akustik tasarım yaklaşımları dikkate alındığında, KKL Konser Salonunda yer alan yankı odası salonda daha geniş aralığa sahip reverberasyon süresinin elde edilmesini sağlamıştır.

İki konser salonu da ahşap kanopiye yani akustik tavana sahiptir. Bununla birlikte KKL Konser Salonunda bulunan kanopi 170 m² alana sahipken, TOC Konser Salonunda bulunan kanopi yaklaşık 92 m² alana sahiptir. Aynı zamanda KKL Konser Salonundaki kanopinin %44'lük bölümü seyirci koltuklarının yer aldığı alanın üzerine taşarken, bu oran TOC Konser Salonu için %15'e düşmektedir. KKL Konser Salonundaki kanopi eğimsiz ve basamaklı bir tasarıma sahipken, TOC Konser Salonundaki kanopi piramidal girinti yüzeyine sahip ve 8 derece eğimlidir. İki kanopi de tercihe bağlı olarak alçaltılıp yükseltilebilmektedir.

KKL Konser Salonunun sahnesi, TOC Konser Salonunun sahnesine göre 155 m² daha büyüktür ve ön sahne kısmı olarak ifade edilen ve asansörlü sistem ile tercihen sahneye katılıp tercihen seyirci alanına dâhil edilen 50 m²'lik bir alan bulundurmaktadır. KKL Konser Salonu sahnesi yaklaşık 173 adet müzisyene ev sahipliği yapabilirken; TOC Konser Salonu yalnızca 92 müzisyen için uygun alana sahiptir. Bunun yanı sıra iki sahne alanının da kanopiye olan mesafelerinin benzer olduğu görülmektedir (16 ve 18 cm).

İki salonda hemen hemen benzer ölçülerde borulu orga sahiptir. Bunun yanı sıra KKL Konser Salonundaki orgda 4 manuel klavye bulunurken TOC Konser Salonu orgunda 3 klavye bulunmaktadır. KKL Konser Salonunun orgu, TOC Konser Salonununkinden 561 adet daha fazla boruyu bünyesinde barındırmaktadır.

TOC Konser Salonunun sahne arkası biriminde daha bireysel-özel soyunma odaları (içerisinde tuvalet ve banyoların mevcut olduğu) yer almakta ve KKL Konser Salonunun aksine kiralanabilir prova odaları ile bir yük asansörü bulunmaktadır. KKL Konser Salonu yapısında ise bireysel-özel soyunma odaları bulunmamakta olup, yalnızca orkestra şefi için özel bir oda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra iki yapıda da ısınma odaları, tuvalet ve banyolar yer almaktadır.

SONUÇ

Salonlar, tarihi süreç boyunca gelişim gösteren ve sanat ile mimariyi bir araya getiren miraslarımızdır. Kapsamında buldukları yapılar hem insanları bir araya topladıkları hem de farklı etkinlikler yapma imkânı sundukları için bölgesel ve kentsel ölçekte odak noktası haline gelmektedirler. Bu nedenle de günlük yaşantımızda önemli bir yere sahiptirler. Tasarımları işlevlerini yansıtan bu yapıların kapsamlarında bulunan salonların tasarımları da değişkenlik göstermektedir.

Salon tasarımlarında her ne kadar kültür ve coğrafyanın etkileri olsa dahi; tasarımı birinci dereceden etkileyen faktörün akustik performans olduğunu söylemek mümkündür. Kapsamındaki müzikal performans dikkate alınarak biçimlenen konser salonları farklı formlarda tasarlanabilmektedir. Çalışma kapsamında farklı coğrafyalarda “ayakkabı kutusu” formunda konser salonu bulunan iki yapı seçilmiştir. Seçim kriteri olarak bu salonların aynı dönemlerde inşa edilmiş olmasına dikkat edilmiştir. Çalışma kapsamında iki konser salonu üzerinde yapılan görsel ve sayısal analizler sonucunda, birçok benzerlik ortaya konulmuştur.

Luzern Kültür ve Kongre Merkezi (KKL) çağdaş yapım sistemi ile inşa edilmiş bir konser salonuna sahiptir. Tokyo Opera City Kulesi (TOC) ise, ahşabın neredeyse her yerde kullanıldığı, geleneksel tiyatro tavan düzlemi yaklaşımını yıkararak çok eğimli çatı düzlemi yaklaşımını ortaya koyan; modern, sıcak bir konser salonuna sahiptir.

KKL ve TOC Konser Salonlarının tasarımında mimarlar her iki salonda da benzer boyutlar elde etmişlerdir. Buna rağmen, dört balkon katına sahip KKL Konser Salonunun seyirci kapasitesi, iki balkon katına sahip TOC Konser Salonuna göre daha fazladır. Bu durum konser salonlarının barındırdığı balkon sayısının kapasiteyi arttıran bir etken olduğunu göstermektedir. İki konser salonunda da kişi başına düşen alan ve hacim oranlarında benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Fuaye alanları salonlar için önem taşımaktadır. İki konser salonu da üç fuaye alanı bulundurmakta ve fuaye alanları gün ışığı almaktadır. Bunun yanı sıra KKL Konser Salonu fuayesi için kişi başına düşen alan 0,75 m² iken, TOC Konser Salonu için bu değer 0,64 m² olarak elde edilmiştir. İki konser salonunda da fuaye alanlarının çeşitli etkinlikler için kullanılmaya uygun ve halka açık olduğu görülmektedir.

Çalışma kapsamında belirlenen hipotezler doğrultusunda ilk olarak KKL ve TOC yapılarının buldukları çevrede dikkat çekici formlara sahip olduğu, doğal çevreyi vurguladıkları, insanları kendilerine çektikleri ve bunun yanı sıra; merkezî konumlarının, otopark imkanlarının olmasının ve ulaşım ağlarına olan yakınlıklarının da çeşitli etkinliklerde tercih edilmelerinde etkin rol oynayabileceği sonucu elde edilmiştir. Ardından incelenen konser salonu yapıları ile, ayakkabı kutusu formuna sahip bu iki salonun akustik gereksinimler doğrultusunda benzer boyut ve hacimlerde tasarlandıkları ve kullanılan pasif akustik elemanlardan kanopi, sahne malzemesi ve balkon yüzeylerinin benzer olduğu görülmüştür. Luzern ve Tokyo kentinde bulunan bu iki konser salonunun aynı dönem yapısı olmalarına rağmen, coğrafi ve kültürel farklılıklardan dolayı form ve malzeme seçiminde farklılaştığı dikkat çekmektedir. TOC konser salonunda çok eğimli ahşap çatı altında bulunan eğimli ve çıkıntılı yansıtıcı yüzeylere sahip tavan yüzeyi, ahşap malzeme ağırlıklı seyirci koltukları ve ahşap çıkıntılı yanal yüzey malzemeleri kullanılmıştır. KKL konser salonunda ise; az eğimli, aydınlık ve modern bir tavan yüzeyi, beton malzeme ağırlıklı kabartmalı yansıtıcı yanal yüzeyler ve kumaş kaplama ağırlıklı seyirci koltuklarının tercih edildiği görülmüştür.

Çalışma sonucunda; KKL ve TOC konser salonları farklı coğrafyalarda, farklı tasarımcılar tarafından inşa edilmiş olsalar da salonların akustik performanslarının başarılı olabilmesi için tasarımcıların benzer boyutlarda salon tasarım yaklaşımı belirlediği görülmüştür. Kabul gören salon tasarımlarının dışına çıkıldığında ise, tasarımcıların balkon, tavan ve duvarların üzerinde tasarlayacakları yansıtıcı ve özellekle dağıtıcı elemanlar ile tasarımı başarılı hale getirebilecekleri TOC Konser Salonu ile ortaya konulmuştur.

KAYNAKLAR

Armin Meili. (2021). <https://www.archinform.net/arch/21163.htm> (Erişim tarihi: 26/04/2021)

Bahnhofparking P1. (2021). <https://www.parking-luzern.ch/en/Luzerner-Parkhaeuser/Bahnhofparking-P1> (Erişim tarihi: 26/04/2021)

Beranek, L. (2004). *Concert Halls and Opera houses: Music, acoustics, and architecture*. Springer.

Beranek, L. L. (1992). Concert hall acoustics—1992. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 92(1), 1-39.

Beranek, L. L. (2014). Concert hall design: New findings. *Proceedings of the Institute of Acoustics*, 36(3), 1-21.

Beranek, L. L. (2016). Concert hall acoustics: Recent findings. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 139(4), 1548-1556.

- Budak, A. (1994). Atatürk Kültür Merkezi Büyük Salonu'nun akustik açıdan performansının değerlendirilmesi [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].
- Deuxième. (2020). *Deuxième The multi-functional event room*. KKL Luzern Management AG: Luzern, Switzerland, pp. 1–2.
- Concert Hall. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/en/your-event/your-concert/concert-hall> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- Concert Hall Culture. (2021). https://www.kkl-luzern.ch/media/wysiwyg/kkl-concerts/1.2_Konzertsaal_Kultur_E.pdf (Erişim tarihi: 18/06/2021)
- Europplatz. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/media/VirtualTourKKL/VT-KKL.html#> (Erişim tarihi: 26/04/2021)
- Foyers. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/en/your-event/your-congress/foyers> (Erişim tarihi: 18/06/2021)
- Hatsudai Rehabilitation Hospital. (2021). https://www.wikidata.org/wiki/Q11396444#/media/File:Hatsudai_Rehabilitation_Hospital.JPG (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Hidaka, T., Beranek, L. L., Masuda, S., Nishihara, N., & Okano, T. (2000). Acoustical design of the Tokyo Opera City (TOC) concert hall, Japan. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 107(1), 340-354.
- Gade, A. (2007). *Acoustics in halls for speech and music*. Springer Handbook of Acoustics, 301–350.
- Gigon, A., Zwicky, R., Büning-Pfaue, K., Holenstein, M. & Beljan, I. (2017). *Semesterprogramm FS 17*, Druckzentrum ETH Höngerberg.
- Gözlem Evi. (2021). https://img-cdn.guide.travel.co.jp/article/712/20160513132239/E70464E812BA4D82BCF7A0A94771DF93_L.jpg (Erişim tarihi: 09/05/2021)
- Isbert, A. C. (1998). *Diseño acústico de espacios arquitectónicos* (Vol. 4). Univ. Politèc. de Catalunya.
- James Glanz tarafından 'Beautiful Music'. (2021). <http://www.newhavenscience.org/physics/acoustics.htm> (Erişim tarihi: 15/06/2021)
- Johnson, R., & Kahle, E. (1999). The new Konzertsaal of the KKL Center, Lucerne, Switzerland. I. Acoustics design. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 105(2), 928-928.
- Kavraz, M. (2020). *Salonların mimari ve akustik açıdan tasarım süreçleri*. Gece Kitaplığı.
- KKL. (2016). *KKL Luzern Media Documentation*, 1st ed.; KKL Luzern Management AG, Switzerland, pp. 1–18.
- KKL 360 View. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/en/your-event/your-congress/concert-hall> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- KKL Acoustics. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/en/dienstleistungen/das-kkl-luzern/akustik> (Erişim tarihi: 28/03/2021)

- KKL Guided Tours. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/en/your-visit/experience/guided-tours> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- KKL Luzern. (t.y.). Konzertsaal. https://www.kkl-luzern.ch/media/wysiwyg/pdf/yourevent/yourcongress/concert_hall/Saalplan_Konzertsaal.pdf (Erişim tarihi: 14/06/2021).
- KKL Luzern. (2021). <https://kahle.be/en/ref/kkl--.html> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- KKL Luzern Concert Hall, (2021). <https://www.architectmagazine.com/project-gallery/kkl-luzern-concert-hall> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- KKL Luzern Introducción. (2021). <https://es.wikiarquitectura.com/edificio/KKL-Luzern/#> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- Konzertsaal. (2021). <https://www.kkl-luzern.ch/de/your-event/your-congress/concert-hall> (Erişim tarihi: 14/06/2021)
- Loreto Aramendi. (2021). <https://loretoaramendi.com/2019/05/kuhn-organ-concert-tokyo-opera-city-hall-japan-april-2019/?lang=en> (Erişim tarihi: 16/06/2021)
- Lucern Culture and Congress Centre. (2021). <http://www.jeannouvel.com/en/projects/centre-de-culture-et-des-congres/> (Erişim tarihi: 28/03/2021)
- Majerska-Paľubicka, B., & Latusek, E. (2021). Intelligence-Based Design Illustrated with Examples of ACROS Fukuoka, KKL Luzern and MICA Changsha Buildings—A Multicriterial Case Study. *Buildings*, 11(4), 135.
- Metkemeijer, R. A., Peutz, A., & Associés, B. V. (2002). The acoustics of the auditorium of the Royal Albert Hall before and after redevelopment. *Proceedings of the Institute of Acoustics*, 3, 57-66.
- Molnar, P., & Burlando, P. (2008). Variability in the scale properties of high-resolution precipitation data in the Alpine climate of Switzerland. *Water Resources Research*, 44(10).
- New National Theater. (2021). <https://m-festival.biz/en/9402> (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- NNT & TOC. (2021). http://art17.photozou.jp/pub/164/300164/photo/235995126_624.jpg (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Operacity Konser Salonu. (2021). <https://www.operacity.jp/concert/rental/download/index.php> (Erişim tarihi: 18/05/2021)
- Operacity Prova Odası. (2021). <https://www.operacity.jp/concert/rental/rehearsal/index.php> (Erişim tarihi: 18/05/2021)
- Opera Şehir Binası. (2021). <http://toolbiru.web.fc2.com/cj4n/d-data-n7.htm> (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Seidensticker, E. (1983). *Low city, high city: Tokyo from Edo to the earthquake, 1867-1923*. Penguin.
- Shinjuku Central Park. (2021). https://www.jiji.com/news/handmade/topic/d4_ccc/aer987-jpp017817249.jpg (Erişim tarihi: 08/05/2021)

- Steinway & Sons. (2013). Music to Your Ears. *Owner's Magazine*, 1, 82-87. <https://issuu.com/artpauly/docs/stwy13na1> (Erişim tarihi: 18/04/2021).
- Sunken Garden. (2021). https://town.ietan.jp/ie-shinjuku/wp-content/uploads/2019/08/272345_re_sankun.jpg (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Takemitsu Anıtı (タケミツメモリアル). (2021). https://jp.yamaha.com/sp/myujin/15630.html?utm_content=bufferefc07&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Takemitsu Memorial. (2021). <https://www.operacity.jp/en/concert/facilities/ch/index.php> (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Takeoffice., (t.y.). Tokyo Opera City rehberi. <https://www.take-office.co.jp/pdf/13104010193.pdf> Tokyo Opera City. 09.05.2021 (Erişim tarihi: 09/05/2021).
- Terri Meyer Boake. (2021). <https://www.skyscrapercenter.com/building/opera-city-tower/1067> (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Tokyo Opera Binası. (2021). <http://www.tokyooperacity.co.jp/info/> (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Tokyo Opera City Floor Guide. (2021). <http://www.tokyooperacity.co.jp/floor/> (Erişim tarihi: 28/05/2021)
- Tokyo Opera City Tower. (2021). <https://structurae.net/en/structures/tokyo-opera-city-tower> (Erişim tarihi: 08/05/2021)
- Toyota, Y., Komoda, M., Beckmann, D., Quiquerez, M., & Bergal, E. (2021). *Concert Halls by Nagata Acoustics: Thirty Years of Acoustical Design for Music Venues and Vineyard-Style Auditoria*. Springer Nature.
- University of Lucerns. (2021). https://studyinginswitzerland.com/wp-content/uploads/2020/11/26220581_1640433215979883_4087289277848477870_o.jpg (Erişim tarihi: 26/04/2021)
- Vural, A. (2009). *İstanbul'da bulunan dört konser salonunun akustik açıdan değerlendirilmesi* [Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].
- Yamashita, S. (1990). The urban climate of Tokyo. *Geographical review of Japan, Series B.*, 63(1), 98-107.
- Wieland, M., Wuethrich, W., & Malla, S. (2000-a). The Congress Centre Of Lucerne: Structural Engineering Challenges. *IABSE Congress Report*, 16(21), 273-280.
- Wieland, M., Wüthrich, W., & Malla, S. (2000-b). Lucerne culture and congress centre. *Structural Engineering International*, 10(1), 8-11.

Yazar Katkı Oranı

Çalışmanın fikir, veri toplama, analiz, yorum, literatür taraması aşamalarında katkısı bulunan birinci yazarın oranı %60; kaynak, denetleme, analiz ve yorum aşamalarında katkısı bulunan ikinci yazarın oranı %40'dır.

YENİDEN İŞLEVLENDİRME KAPSAMINDA SİNOP BUZHANE BİNASI

Pınar SELİMOĞLU¹, Hicran Hanım HALAÇ²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1243337

Makale Geçmişi:

Geliş 27.01.2023

Kabul 24.07.2023

Anahtar Kelimeler:

Sinop Buzhane,

Yeniden İşlevlendirme,

Restorasyon,

Yeniden Kullanım,

Adaptasyon.

ÖZ

Tarihi yapılar, geçmiş kültürü, toplumsal değerleri, mimari özellikleri günümüze taşır. Yapıların işlevleri, mimari özellikleri, dokusu, malzemesi ile birçok bilgiye ulaşmamızı sağlar. Her yapı yapıldığı döneme ait ihtiyaçları karşılayacak şekilde tasarlanır. Zaman değiştiğinde ihtiyaçlar değişir ve bazı yapılar ihtiyaçları karşılamaz hâle gelebilir. Bu durumda yapıları yıkıp yenisini yapmak yerine, tarihi belge niteliği taşıyan değerlerimizi yeniden işlevlendirmek, hayatın içine dâhil etmek yapıların gelecek nesillere aktarılması için sürdürülebilir bir yöntemdir. Bu çalışmada Sinop ili Merkez ilçede bulunan Buzhane binasının yeniden işlevlendirilmesi ele alınmıştır. Yapının tarihçesi hakkında kısa bilgi verilmiş, mimari ve yapısal özelliklerinden bahsedilmiştir. Kültür Merkezi işlevini kazandıktan sonra yapıdaki mimari, strüktürel, mekanik-elektrik tesisat ve çevresel değişikliklere değinilerek, yapının kente sosyal, kültürel, ekonomik, mimari, çevresel ve estetik katkıları değerlendirilmiştir. Yeniden işlevlendirilen yapı, daha dışa dönük ve işlevsel hâle dönüştürülmüştür. Yapıda eski malzemelerden bazılarının kullanılmış olması, yapının eski işlevini ve ruhunu da ziyaretçilere yansıtmaktadır. Yeniden işlevlendirilen yapı kente birçok yönden katkı sağlamıştır.

SINOP ICE HOUSE BUILDING WITHIN THE SCOPE OF RE-FUNCTIONING

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1243337

Article History:

Received 27.01.2023

Accepted 24.07.2023

Keywords:

Sinop Ice House,

Refunctioning,

Restoration,

Re-use,

Adaptation.

ABSTRACT

Historical buildings carry the past culture, social values and architectural features to present. It allows us to reach a lot of information with the functions, architectural features, texture and material of the buildings. Each building is designed to meet the needs of the period in which it was built. As time changes, needs change and some structures may become unable to meet needs. In this case, instead of demolishing the buildings and building new ones, re-functioning our values, having historical aspects, and incorporating them into life is a sustainable method for transferring the buildings to future generations. In this study, the re-functioning of the Ice House building in the central district of Sinop province is discussed. Brief information about the history of the building was given, and its architectural and structural features were mentioned. After gaining the function of Cultural Center, architectural, structural, mechanical - electrical installation and environmental changes in the building were mentioned and the social, cultural, economic, architectural, environmental and aesthetic contributions of the building to the city were evaluated. The re-functionalized building has been transformed into a more extroverted and functional one. The fact that some of the old materials were used in the building reflects the old function and spirit of the building to the visitors. The re-functioned building has contributed to the city in many ways.

¹ Öğr. Gör., Sinop Üniversitesi, Boyabat Meslek Yüksekokulu, Mimari Restorasyon Programı, pselimoglu@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2086-1815.

² Prof. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü, hhhhalac@eskisehir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8046-9914.

Alıntılanmak için/Cite as: Selimoğlu, P. ve Halaç, H.H. (2023). Yeniden işlevlendirme kapsamında Sinop Buzhane binası. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 553-567.

GİRİŞ

Kültür bilincinin oluşmasında öneme sahip tarihî yapılar, zamanın akışına bağlı olarak değişen koşullar – ihtiyaçlar, artan nüfus, gereksinimler sonucunda eski işlevlerini yitirmeye başlamıştır. Kültürel miras olarak nitelendirilen yapılar geçmiş toplumların ihtiyaçları doğrultusunda şekillenerek, dönemin özelliklerini günümüze aktaran yapılardır. Bir çeşit belge niteliği taşıyan tarihî yapılar sayesinde geçmişten günümüze bir bağ kurulmaktadır.

Günümüze kadar ulaşan tarihî yapıların, ekler ve onarımlarla kısmen yenilenerek yaşatıldıkları gözlemlenmektedir. Zamanla değişmiş ve günümüze ulaşmış yapılar birer belge olarak nitelendirilmektedir. Koruma uygulamaları çok eski tarihlere dayansa da onarımın günümüz teknolojisi kullanarak bilimsel yöntemlerle yapılması 19. yüzyılda başlamıştır (Ahunbay, 2009). Günümüzde koruma kavramı güncelliğini korumakta ve gelişen teknolojiye dayalı olarak çalışmaları sürdürülmektedir.

İnsanoğlunun gereksinimleri zamanla değişim göstermektedir. Gereksinimlerimizi karşılamak, zamana ayak uydurmak yaşamın her alanı için geçerlidir. Bu gün hızlı değişim ve gelişimleri en iyi gözlemlediğimiz alanlardan biri de kentleşmedir. Hızla değişen kent dokusu ne yazık ki tarihî birçok yapının yok olmasına ve geçmişle bağlarımızın kopmasına sebep olmaktadır. Yapıların bir kısmı koruma altına alınarak restorasyon çalışmaları yapılsa da bu çalışmalar yapıları koruma konusunda yetersiz kalmaktadır. Yapılarda restorasyonu yalnızca yapıyı onarmak olarak değerlendirmek yanlıştır, onarılan yapıların devam eden yaşam içerisinde yer bulmaları da gerekmektedir. Bu gün işlevini yerine getiremeyen yapıları yeniden işlevlendirerek hayatın akışına dahil etmek gerekmektedir.

Bu çalışmada Sinop Buzhane Binası'nın restorasyonu ile birlikte yeni işlevi, literatür çalışmaları ve yerinde yapılan gözlemler sonucunda, yapının mimarisindeki değişimleri, çevreye, topluma, ekonomiye etkisinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Yapılan çalışmada, öncelikle geniş çaplı literatür araştırması yapılmıştır. Literatür taramasında, lisansüstü tezler, ulusal ve uluslararası hakemli dergiler, raporlar ve konuya ilişkin kitaplar incelenmiştir. İncelenen çalışmalarda, yeniden işlevlendirilen yapı çeşitliliği de göstermektedir ki, yeniden işlevlendirme yapıların korunmasında oldukça önemli bir yer işgal etmektedir. Yeniden işlevlendirmelerin değerlendirildiği birçok çalışma bulunmaktadır. Çalışmalar içerisinde Sinop ilinde bulunan Buzhane Binası'na (Sabahattin Ali Kültür Merkezi) dair herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Araştırmada, Sinop Müze Müdürlüğü arşivi, Sinop Belediyesi arşivlerinde elde edilen belgeler, tezler ve Sinop'un eski fotoğrafları incelenmiştir. Daha sonra, yapı yerinde fotoğraflanmış, plan krokisi oluşturulmuş, yapının tarihçesi, özellikleri anlatılmış, yapının restorasyonu ve yeniden işlevine dair çalışmalara değinilmiştir. İşlev değişikliği ile yapının yeni kimliği; mimari, çevresel, sosyal, ekonomik, kültürel ve estetik açıdan ele alınmıştır.

Yeniden İşlevlendirme ve Endüstri Mirası Kavramları

Değişen yaşam biçimleri, gelişen teknoloji ile birlikte tarihî ve kültürel varlıklar mevcut işlevleri ile ihtiyaçları karşılayamaz hale gelebilmektedir. Yapıların ilk tasarımlarındaki işlevlerin günümüzde geçerliliğini yitirmesi nedeni ile yapıyı kaderine terk etmek yerine, yeniden işlevlendirme bir koruma yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeniden işlevlendirmeyi, eski binaların yıkımdan kurtarılmaya yarayan bir araç olarak görmek mümkündür (Ahunbay, 2009, s. 97). Venedik Tüzüğü 5. madde ;

Anıtların korunması, her zaman onları herhangi bir yararlı toplumsal amaç için kullanmakla kolaylaştırılabilir. Bunun için bu tür bir kullanma arzu edilir, fakat bu nedenle yapının planı, ya da bezemeleri değiştirilmemelidir. Ancak bu sınırlar içinde yeni işlevin gerektirdiği değişiklikler tasarlanabilir ve buna izin verilebilir (Venedik Tüzüğü, 1964).

ile yeniden işlevlendirmenin ana esaslarından bahsedilmiştir. Yapının korunmasında, devamlı kullanımını da bakımının sağlanmasına yardımcı olabilir. Bu sebeple yapıya toplumsal bir işlev vermek anıtın yaşamını devam ettirmesi için gereklidir. Yeniden işlev belirlenirken, bilimsel ve teknik alanda işbirliği oldukça önemlidir. Venedik Tüzüğü'nün 5. maddesi, yeniden işlev konusuna fazla açıklık getirmemekte birlikte, plan düzeni ve süslemeleri etkilenmeyecek şekilde gerekli tasarımların yapılması gerekliliği belirtilmiştir. İlgili maddede değinilmeyen nokta yapının öz işlevini yitirilmiş olması durumudur. Önerilen yeni işlev ile ilk işleve döndürme çelişkisi bu maddeyi yıpratıcı bir konudur (Erder, 1977, s. 173). Terk edilmiş, kullanılmayan alanları yeniden işlevlendirerek halkın kullanımına açmak, yapıların çevresinde yeni sosyal dinamikler oluşmasına ve canlanmaya olanak sağlar. Korunması gereken yapıda, çevresel özellikleri de göz önünde bulundurularak, dış görünümü bozulmadan düzenlemelerin yapılması tercih edilmelidir. Yeniden işlevlendirmenin zorunlu olduğu hallerde; iç

mekânlarda esnek düzenlemeler gerçekleştirilebilir (Ahunbay, 2009, s. 98). Amsterdam Bildirgesi'nde yer alan "yapılara, onların karakterine, saygı göstermeyi ihmal etmeden çağdaş yaşamın gereklerine uyan işlevler vermeli; böylece yaşatılmalarını garanti altına almalı" (Amsterdam Bildirgesi, 1975) maddesi ile Venedik Tüzüğü de desteklemektedir.

Bugün birçok ülkede tarihî yapıyı koruma yöntemi olarak yeniden işlevlendirme yapılmaktadır. 2018 Avrupa Kültür Mirası yılı boyunca yapılan etkinliklerde, yeniden kullanım stratejileri tartışılmış ve kültür varlıklarının yeniden kullanımı ile ilgili yaklaşımlar 2018 Avrupa Başkenti Leeuwayden'de şöyle paylaşılmıştır:

İşlevlerini yitirseler de, tarihi yapılar, kültürel tarihi, mekânsal ve ekonomik değerlerini sürdürürler. Yeniden kullanım bu değerlere sahip olan öğelerin korunması ve yeni bir kullanım için uyarlanması stratejisidir. Dolayısıyla yeni işlevler kültür varlığının değerleriyle aktif ve anlamlı bir diyalog içine girer.

Yeniden kullanımın, kültürel varlığın sahip olduğu değerlerin korunması, varlığını sürdürmesi için bir yöntemdir ve insanların kültür varlığının değerini fark etmeleri, kültürel miras konusunda bilinçlenmeleri konusunda fırsatlar yaratabilir (Ahunbay, 2019, s. 145). Kaderine terk edilmiş yapıları yeniden işlevlendirerek halkın kullanımına açmak, yapının çevresine, işlev durumuna göre ekonomiye, konumuna göre şehrin silüetine ve halkın kültürel miras konusunda bilinçlenmesine doğrudan ve dolaylı etki eder. Yeniden işlevlendirmede, yapının kimliğine ters düşmeyecek, mekânsal kurgusunu bozmayacak tasarımlar yapmak oldukça önem arz etmektedir.

Yapılarda işlevlendirme kavramı kimi zaman karşımıza; uyarlanabilir yeniden kullanım (adaptive re-use) ya da uyarlamalı yeniden kullanım olarak da çıkmaktadır. Douglas (2006, s. 1), adaptasyon terimini, yapının kapasitesini, işlevini veya performansını değiştirmek amacıyla yapılan müdahaleler olarak tanımlamaktadır. Yeniden işlevlendirmede adaptasyon, yapıların ömrünü sürdürmesi, güncel gereksinimleri karşılaması için yeni işlev verilerek adapte edilmesi için gerekli müdahaleler olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Turan, 2012). Yeniden işlevlendirme gerekliliği durumunda kültürel miras kapsamındaki bütün yapılara uygulanmaktadır. Endüstriyel miraslarda da yeniden işlevlendirilen örneklerine rastlanmaktadır.

Endüstriyel miras kavramı, endüstri uygarlığına ait değerler yok olma tehdidi altındayken ortaya çıkmıştır. Bir varlık üzerinde tehdit söz konusu olduğunda, onun koruma problemi ortaya çıkar. 19. yy.da Avrupa'da sanayinin gelişmesi, geleneksel doku için bir tehdit oluşturmaya başlamış ve bu durum geleneksel dokunun korunmasını gündeme getirmiştir. 20. yy.ın ikinci yarısında ise endüstri yapıları yok olma tehdidi altında kalmış ve sanayideki gelişmeler eski endüstri binalarının ortadan kaldırılmasına yönelik baskı yaratmıştır. Bu noktada da "endüstriyel miras" kavramı ortaya çıkmıştır (Kıraç, 2001, s. 61).

Uluslararası Endüstri Mirasını Koruma Komitesi (The International Committee of the Conservation of Industrial Heritage) toplantısında kabul edilen Nizhny Tagil Sanayi Mirası Şartı'nda (The TICCIH Nizhny Tagil Charter for the Industrial Heritage), endüstriyel miras;

Tarihi, teknolojik, sosyal, mimari veya bilimsel değeri bulunan endüstriyel kültür kalıntılarında meydana gelir. Bunlar, bina ve makineler, atölyeler, imalathaneler, fabrikalar, madenler ile işleme ve arıtma sahaları, depolar, ambarlar, enerjinin üretildiği, iletildiği ve kullanıldığı yerler, ulaşım ve tüm altyapısı ile sosyal faaliyetler için kullanılan yerler ile barınma, dini ibadet veya eğitim alanları gibi yapılardan oluşmaktadır.

şeklinde tanımlanmaktadır (TICCIH, 2003). Yani endüstri mirasının korunmasını, yalnız yapı ile sınırlandırmadan çevresi ile bir bütün olarak irdelemek ve ele almak gerekmektedir.

Feilden (2003) ise, endüstriyel miras yapılarını üç kategoride sınıflandırmıştır. Birincisi süreklilik, kimlik ve manevi değerleri, ikincisi belge niteliği, tarihî, mimari değerleri, estetiği, içeren kültürel değerleri ve üçüncüsü işlevsellik, ekonomik, sosyal ve politik yönünü de kapsayan kullanım değerleridir. Bu değerlerin sürekliliği, yapının fiziksel özellikleri korumanın yanı sıra işlevini yitirmiş yapılara yeni işlev vererek topluma katkı sağlamasıyla mümkün olacaktır.

1970'lerin sonundan bu yana, endüstri mirası kavramı, endüstri devrimini deneyimlemiş ülkelerin yanı sıra endüstri devrimini daha geç tanıyan ve daha sınırlı olarak gerçekleştiren ülkelerde de gündeme gelmeye başlamıştır. Türkiye eski endüstri yapılarının korunması kavramıyla 1990'larda tanışmıştır. Cumhuriyet öncesindeki bazı üretim yapıları ile erken Cumhuriyet döneminde kurulan fabrikalar, üretim işlevlerini yitirmelerinden sonra miras kapsamında koruma altına alınmaları ile ilgili çalışmalar son dönemde artmıştır (Saner, 2012).

MATERYAL METOD

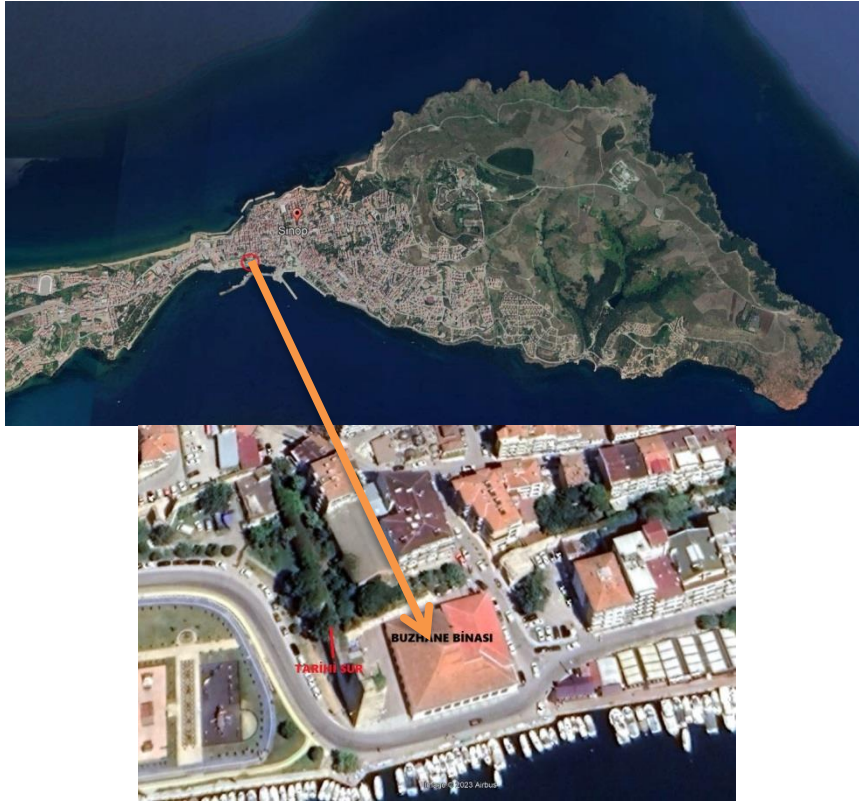
Bu araştırmanın materyalini, Sinop ili kent merkezinde Camikebir Mahallesi sınırları içerisinde yer alan ve 1954 yılında yapımı tamamlanan tarihî Sinop Buzhane Binası oluşturmaktadır. Buzhane Binasını, işlevi, mimari yapısı, dönemine göre teknolojisi, yapı içerisindeki makineleri ile endüstriyel miras olarak değerlendirmek mümkündür. Araştırma yapının geçirmiş olduğu mimari ve yapısal dönüşümün tespit edilmesi üzerine odaklanmaktadır. Bu kapsamda yapıya ilişkin rölöveler, geçmiş ve güncel fotoğraflar, restorasyon projeleri araştırmanın esas materyallerini oluşturmaktadır.

Çalışmada, mevcut işlevini yitirmiş ve depo olarak kullanılan Sinop Buzhane Binasının, yeni işlevi ile kullanımları karşılaştırılmalı olarak analiz edilmiştir. Değerlendirme, mimari - yapısal müdahaleler ile mekân analizi ve uyarlanabilir yeniden kullanım yaklaşımı irdelenmektedir. Yeniden işlevlendirmenin yapının varlığını devam ettirme açısından önemi vurgulanmaktadır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Yapının Konumu ve Tarihi

Sinop ili Merkez ilçesi Camikebir Mahallesi 55 Ada 58-59 parselde yer alan yapı, şehrin güney limanın kıyısında, güney kale surlarına bitişik parsel üzerinde yer almaktadır (Şekil 1). Yapı, denize yakın konumu, çevresinde bulunan rekreasyon alanları ve sosyal alanlar ile değerlendirilmelidir.



Şekil 1. Sinop ili ve Buzhane Binasının Hava Fotoğrafi (Google Earth, 2023)

Sinop Vilayet Gazetesi 19 Aralık 1951 gün ve 1494 sayılı sayısında; Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından Buz Fabrikası ve Soğuk Hava Deposu olarak tasarlanan binanın ve 14 Aralık 1951 tarihinde temelini atıldığı ve yapının iki temel işlevi bulunacağı bunlardan ilki buz yapmak ve buzları nakledecek vasıtalara vermek, ikincisi ise balıkları soğuk hava depolarında muhafaza etmek olduğu bilgisi yer almaktadır (Şekil 2). Yapımı 1954 yılında tamamlanan yapı Samsun Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu'nun 16.11.2011 gün ve 91 sayılı kararı ile tescillenmiştir.



Şekil 2. Vilayet Gazetesi (19.12.1951 -1494)

Yapının Mimari - Yapısal Özellikleri (Restorasyon Öncesi Durumu)

Liman kenti olan Sinop, deniz ticareti ile ilişkili olarak tersaneleri, iskeleleri bulunan bir şehirdir. İlde kayıtlı 2326 ticari balıkçı bulunmakta olup, yetiştiricilik alanı ve sektörün paydaşları ile yaklaşık on bin kişinin geçimini sağladığı bir sektördür (Yücel ve diğerleri, 2022). Deniz ticaretinin yapıldığı kentte deniz mahsullerinin depolanması ve nakli sırasında ürünlerin bozulmaması için gerekli buzun imalatını yapıldığı, deniz mahsullerinin soğuk hava depolarında saklanması için gerekli alanlarını barındıran Buzhane Binası kentin deniz mahsulleri ticaretinde önemli bir yere sahiptir. Zamanla gelişen teknolojiler binanın güncel işlevinin yitirilmesine sebep olmuş olsa da, döneminde deniz mahsullerini ticaretinde ürünlerin soğutulmuş muhafazası ve nakliyesi için gerekli teknolojiyi sağlamıştır.

Buzhane Binası; kareye yakın (33,00 x 31,00) dikdörtgen planlı, tek katlı, bodrumsuz bir yapıdır. İşlevleri ve kat yükseklikleri bakımından değerlendirildiğinde yapıyı iki bölümde değerlendirmek mümkündür. Soğuk hava depoları ve genel kullanım alanlarının yer aldığı birinci bölüm ile makine dairesi ve buz tankının bulunduğu ikinci bölümdür (Tablo 9). Birinci bölümde; teslim alma yeri, ofis, wc, hazırlık deposu, yükleme alanı, mal deposu, donma tüneli ve depolar, ikinci bölümde ise; makine dairesi buz tankı ve buz deposu yer almaktadır.

- Teslim alma yeri; mal kabulü, tartma ve mal kontrol işlemlerinin yapıldığı bölümdür. Güney cephedeki giriş kapısı bu bölümdedir, giriş kapısı yol kotundan 120 cm yukarıda olup, bir merdiven ile mal kabulüne ulaşılmaktadır. Buzhaneye ait eski fotoğraf Özcanoğlu (2013)'nun arşivinden alınmıştır. Bu mekândan büro ve wc mahallerine geçiş yapılmaktadır. Zemin kaplaması dökme mozaik, duvarlar sıva üzeri boyalıdır (1b).
- Büro- wc; teslim yerinde bir kapı ile geçilen ve güney cepheye iki adet penceresi, teslim mahalline bakan doğraması ile yapının tek ısıtılan bölümüdür (1c). Zemin kaplaması dökme mozaik, duvarlar sıvalı üzeri boyalıdır. Yine teslim alma yerinden bir kapı ile wc mahalline girilmektedir. Wc mahallinin zeminini dökme mozaik, duvarları belli bir kısma kadar seramik kaplama, üst kısımlar ise sıva üzeri boya yapılmıştır.

Tablo 1. Buzhane İç Fotoğrafları (Restorasyon Öncesi)



- Hazırlık deposu (soğuk depo); Teslim alma alanından geçilen deponun, tavan ve duvarları yalıtım malzemesi ile kaplıdır. Zemin dökme mozaik, duvar ve tavanlar yalıtım üzeri sıva ve boyalıdır (2a).

- Yükleme alanı; hazırlık deposunun kuzeyinde bulunan alanın, tavan ve duvarları yalıtım malzemesi ile kaplıdır. Zemin dökme mozaik, duvar ve tavanlar yalıtım üzeri sıva üzeri boyalı yapılmıştır.
- Donma tüneli; şoklama odası olarak kullanılan mahalde soğutucular bulunmaktadır. Tavan ve duvarları izolasyon malzemesi ile kaplıdır. Zemin dökme mozaik, duvar ve tavanlar yalıtım üzeri boyalıdır (2b).
- Buz kaplama odası; soğutucu boruların en fazla bulunduğu alan olup, tavan ve duvarları yalıtım malzemesi ile kaplıdır. Zemin dökme mozaik, duvar ve tavanlar yalıtım üzeri sıva ve boya yapılmıştır. (2c).

Tablo 2. Buzhane İç Fotoğrafları (Restorasyon Öncesi)



- Dondurulmuş mal deposu; Dondurulmuş malların depolandığı bölümlerdir. Tavan ve duvarları yalıtım malzemesi ile kaplıdır. Zemin dökme mozaik, duvar ve tavanlar yalıtım üzeri sıva ve boya yapılmıştır (3a).
- Makine dairesi - tankı; buz üreten makinelerin bulunduğu kısımdır, zeminde kanallar mevcuttur (3b). Bu bölümün doğu kısmında, sac içerisine yerleştirilen buz kalıpları ve ahşap kapaklar bulunmaktadır (3c). Buz kalıplarının hareketini sağlayan monoray vinci³ taşıyan kolonlar bulunmaktadır. Zemin karo mozaik ile kaplı, duvarlar sıva üzeri boya yapılmıştır.

Tablo 3. Buzhane İç Fotoğrafları (Restorasyon Öncesi)



- Buz deposu; tavanında rezistanslar bulunmaktadır (4a). tavan ve duvarları yalıtım malzemesi ile kaplıdır. Zemin dökme mozaik, duvar ve tavanlar yalıtım üzeri sıva ve boya yapılmıştır. İki bölüm arasında yaklaşık 100 cm kot farkı bulunmaktadır. İki bölüm arasında geçiş biri betonarme, biri de ahşap olan merdivenlerle sağlanmaktadır. Yapının dışında bir buz kulesi bulunmaktadır (4b).

³ Monoray vinç; iki kolon arasına yerleştirilen çelik konstrüksiyon üzerinde bulunan raylarda hareket edebilen ve yükleri indirip, kaldırmaya yarayan vinç sistemidir.

Tablo 4. Buzhane Fotoğrafları (Restorasyon Öncesi)



- Yapının birinci bölümüne güney cephesinden, ikinci bölümüne ise kuzey cephesinden giriş sağlanmaktadır. Yapının dört cephesinde de pencereler bulunmaktadır.
- Birinci bölüm mahallerinin cephelerinin büyük kısmı dışa kapalıdır. Doğu cephesinde 8 adet pencere, güney cephesinde 4 adet pencere 2 adet giriş kapısı, batı cephesinde 1 adet pencere, kuzey cephesinde 2 adet giriş kapısı bulunmaktadır. Pencereler söveli ve dikdörtgen formudur.
- İkinci bölüm cephesi daha dışa açıktır. Doğu cephesinde 8 adet pencere ve kuzey 4 adet pencere ve 1 adet üzeri camlı giriş kapısı bulunmaktadır. Pencereler dikdörtgen formu ve sövelidir (Tablo 5).

Tablo 5. Cephe Fotoğrafları (Restorasyon Öncesi)



- Yapının kuzey cephesinde iki adet, batı cephesinde bir adet olmak üzere toplam üç adet muhdes⁴ yapı mevcuttur (Tablo 6).

Tablo 6. Kuzey Cephesi ve Batı Cephesi Muhdes Yapı (Restorasyon Öncesi)



- Birinci bölüm; çatı plağı, kolon – kiriş ve başlıklı mantar döşeme sistemini içeren karma bir sistemde yapılmıştır. Kolonlar 25x25 cm ebadındadır. Kat yüksekliği 300 cm'dir. Çatı plağı üzeri marsilya tipi kiremit ile kaplanmıştır (Tablo 7).

⁴ Muhdes yapı; yapının özgün biçimlerine uygun olmayan sonradan yapılmış bölümler (TDK Sözlük).

- İkinci bölüm; kiriş – plak sisteminde olup, kolon boyutları 36x40 cm'dir. Kat yüksekliği 587 cm'dir. Yapıda elektrik tesisatı sıva üstü olarak imal edilmiş ve görünür vaziyettedir. Mekanik tesisat malzemeleri, hemen her odada mevcut ve görünür halde bulunmaktadır (Tablo 7).

Tablo 7. Betonarme, elektrik –mekanik tesisat fotoğrafları (restorasyon öncesi)

		
(7a) 2. bölüm kolon kiriş sistem	(7b) 1. bölüm yapı sistemi ve elektrik boruları	(7c) Elektrik ve mekanik imalatları
(7a),(7b) , (7c) fotoğrafları Sinop Müze Müdürlüğü ve Sinop Belediyesi arşivinden alınmıştır.		

Buzhane Binasından Kültür Merkezine Yeni İşlev (Restorasyon Sonrası Durum)

1954 yılında yapımı tamamlanan yapı, 25.04.1955 tarihli senet ile Toprak Mahsulleri Ofisi'ne daha sonra da Sinop Belediyesi'ne devredilmiştir. Buzhane Binasının Restorasyonu işinin sözleşmesi 14.08.2020 tarihinde gerçekleşmiş ve 21.01.2022 tarihinde geçici kabulü yapılmıştır. Geçici kabulünden bu yana Buzhane Binası, Sabahattin Ali Kültür Merkezi olarak hizmet vermektedir.

Restorasyon esnasında yapılara yapılan müdahaleler sınırlı tutulmalı, gerektiğinde geri alınabilir olmalı, tasarım yapılırken yapının plan ve mekân tipolojisi göz önünde bulundurulmalıdır. Esnek düzenlemeye izin vermeyen tasarımlar yeniden kullanımı kısıtlamaktadır (Ahunbay, 2019, s. 146). Tarihî yapılarda yeniden işlevlendirmede, kültürel mirasa saygı öncelikli olmalıdır (Ahunbay, 2019, s. 156). Yeniden işlevlendirilen yapılara uygun işlevi seçmek önemlidir. İşlevi belirlerken yapının mevcut durumunda en az değişikliği yaparak en kullanışlı tasarımı yapmak temel yaklaşım olmalıdır.

Bu bağlamda Buzhane Binası'na, kültür merkezi işlevi verilerek; fuaye, kafeterya, sergi alanı, tuvaletler, depo, ofis, çok amaçlı salon, toplantı odası mahalleri tasarlanmıştır.

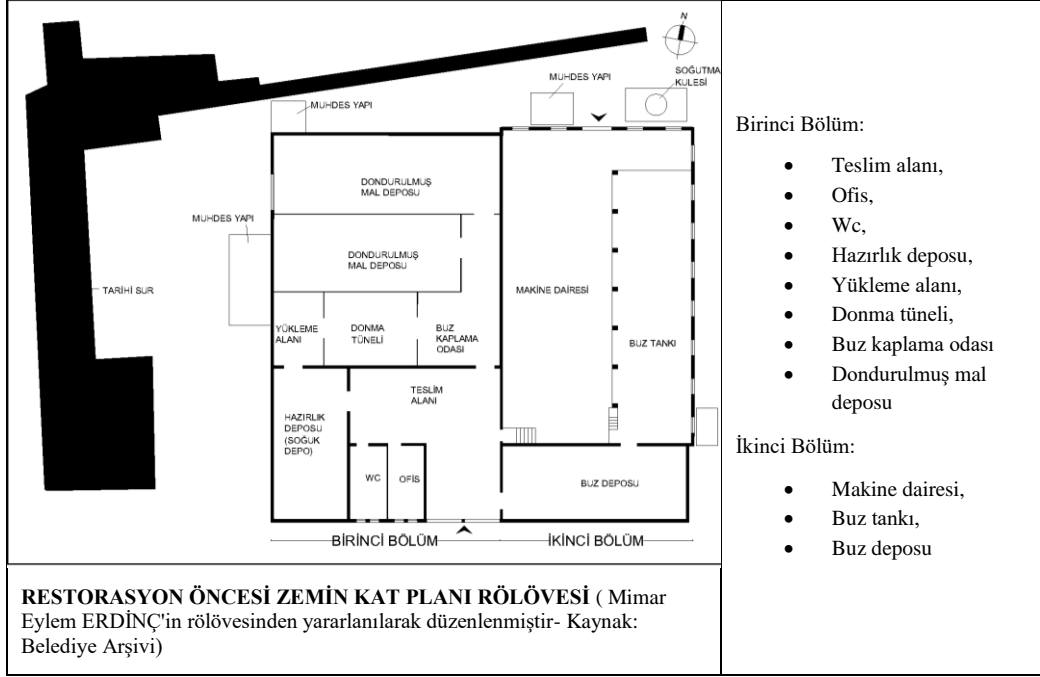
Tablo 8-9-10'da yapının künyesi verilerek, Buzhane binasının orijinal kullanımında yer alan mekânların, kültür merkezi işlevinden sonra hangi mekânlara dönüştürüldüğü belirtilmiştir.

Buzhane Binası yeniden işlevlendirmesinde mekânsal anlamda düzenlemeler ile birlikte statik, elektrik ve mekanik anlamında da düzenlemeler yapılmıştır.

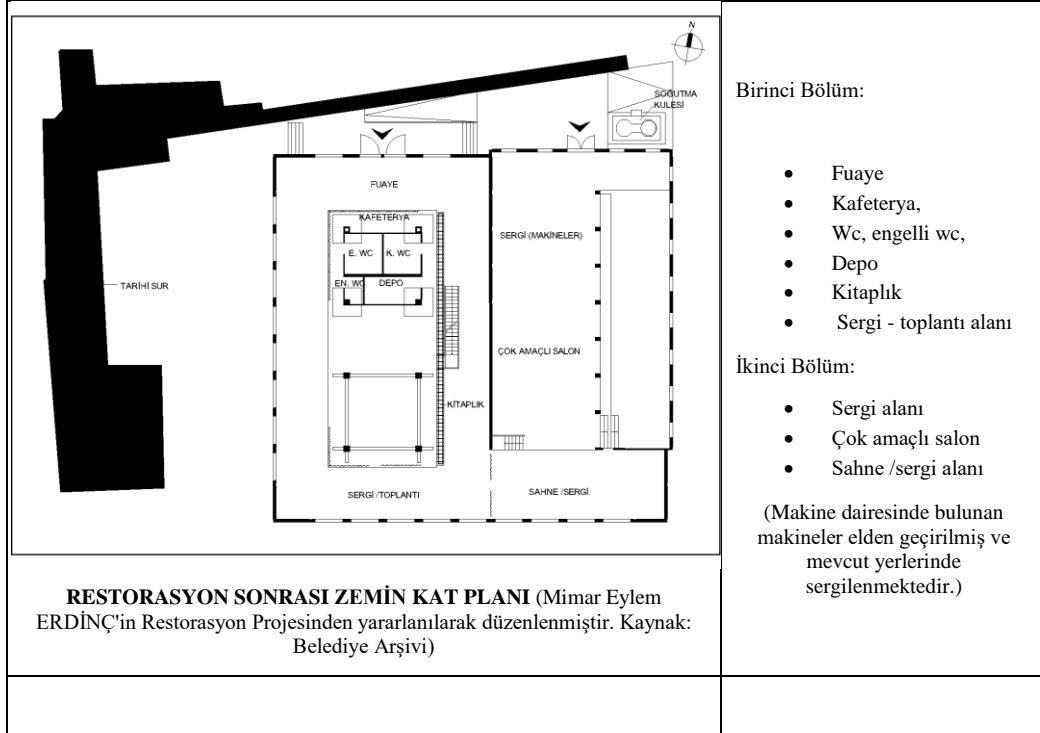
Tablo 8. Yapının Künyesi

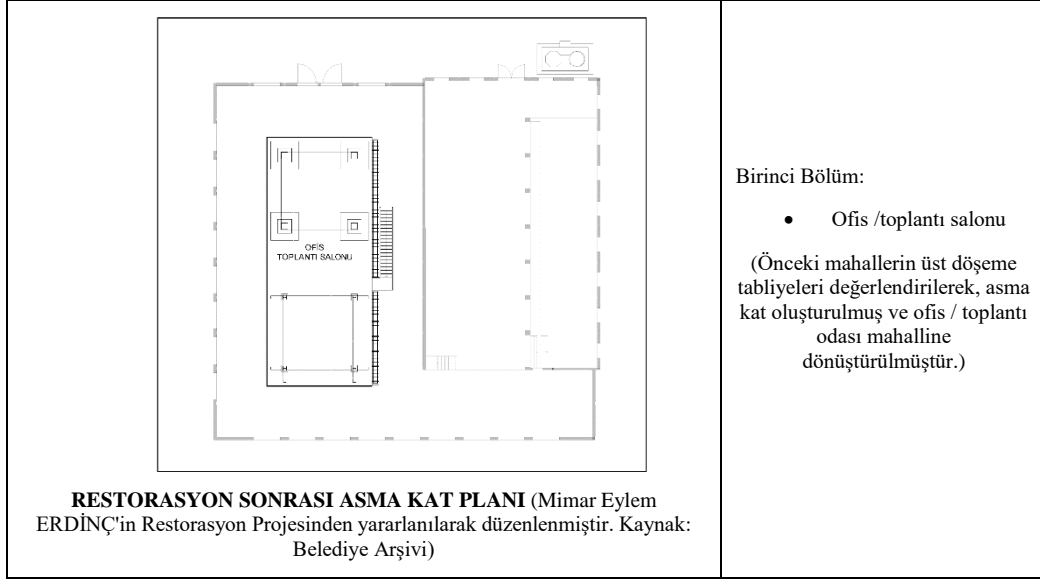
YAPININ KÜNYESİ
Konum: Sinop İli Merkez İlçe Camikebir Mahallesi 4 Pafta 55 Ada 58-59 Parsel
Yapım Yılı: 1954
Kat Adedi: Zemin + Asma kat
Özgün İşlevi: Buzhane Binası
Yeni İşlevi: Sabahattin Ali Kültür Merkezi
Yapım Sistemi: Betonarme
Mülkiyeti: Sinop Belediyesi
Tescil Kararı: 16.11.2011/ 91 sayılı Samsun Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu kararı

Tablo 9. Buzhane İşlevi (Restorasyon Öncesi)



Tablo 10. Kültür Merkezi İşlevi (Restorasyon Sonrası)





Mekânsal Dönüşüme Dair Müdahaleler

Buzhane binasında bulunan teslim alanı, ofis, hazırlık deposu, donma tüneli, yükleme alanı, buz kaplama odası, dondurulmuş malzeme deposunun bulunduğu birinci bölümde, mekânların (11a-11b-11c-11d) bölücü duvarları yıkılmış ve taşıyıcı 4 adet kolonun bulunduğu kare formlu alanda, servis mekânları tasarlanmıştır. Yıkılan bölücü duvarların izlerini zeminde görmek mümkündür (11f – 13h). Girişi karşılayan banko ve servis tezgâhının (11e), arkasında kadın erkek wc, engelli wc ve depo mahalleri tasarlanmıştır (11f). Bu servis mekânları dışında kalan kısımlar ise sergi ve toplantı salonu olarak tasarlanmıştır (11g–11h). Taşıyıcı duvarların yıkılmasıyla mekânın ortasında açığa çıkan 8 kolonların üzerinde bulunan ve yıkılan mahallerin üst tabliyesi asma katın zeminin oluşturmuştur. Bölücü duvarları bulunmayan bu mekân ofis ve toplantı olarak kullanılmaktadır (11i-11j).

Tablo 11. Restorasyon Öncesi Ve Sonrası Fotoğrafları

Restorasyon öncesi		Restorasyon sonrası		
				
(11a)	(11b)	(11e)	(11f)	(11g)
				
(11c)	(11d)	(11h)	(11i)	(11j)
(11a), (11b), (11c), (11d) fotoğrafları, Sinop Müze Müdürlüğü ve Sinop Belediyesi arşivinden alınmıştır.				

Buzhane Binasının, makine dairesi, buz tankı ve buz deposunun bulunduğu ikinci bölümde, yalnız buz deposunun makine dairesi ile olan duvarı yıkılmıştır (12a). Diğer alanlarda ilk tasarımında da duvar bulunmamaktadır. Mevcut zeminden 100 cm aşağıda bulunan makine dairesinin yer aldığı mekâna inen merdivenler ve makine dairesinin bulunduğu alandaki kanallar korunmuştur. Makine dairesindeki cihazlar (12b) temizlenip gerekli bakımları yapıldıktan sonra, mevcut yerlerinde sergilenmektedir (12e). Buz tankında bulunan sac buz kalıpları (12c) ve ahşap kapaklar (12d) yapının muhtelif yerlerde değerlendirilmiştir. Sac buz kalıpları, temizlenip boyandıktan sonra metal konstrüksiyon arasına yerleştirilerek kütüphane rafları olarak değerlendirilmiş (12f), aynı zamanda bu raflar ofis /toplantı salonunun bulunduğu asma katın korkuluğunu oluşturmuştur (12g). Buz kalıp kapaklarının büyük bir kısmı makine dairesinde bulunan çok amaçlı salonun duvarında (12h), küçük

bir kısmı ise kafeterya mahallinin servis mahalli duvarında değerlendirilmiştir (12i). Buz tankının bulunduğu kısımda zemin kotu diğer mahaller ile aynı tutulmuş ve böylece kesintisiz sirkülasyon sağlanmıştır (12j).




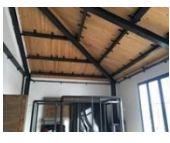






Tablo 12. Restorasyon Öncesi ve Sonrası Fotoğrafları

Restorasyon öncesi		Restorasyon sonrası		
				
(12a)	(12b)	(12e)	(12f)	(12g)
				
(12c)	(12d)	(12h)	(12i)	(12j)
(12a), (12b),(12c), (12d) fotoğrafları, Sinop Müze Müdürlüğü ve Sinop Belediyesi arşivinden alınmıştır.				

Strüktürel ve Mekanik – Elektrik Müdahaleler

Yapı statik açıdan değerlendirildiğinde, betonarme kolonlar (13a) çelik kolonlarla güçlendirilmiştir (13e). Çatı konstrüksiyonu ve çatı imalatı yenilenmiştir (13b - 13c - 13f). Elektrik tesisatı yenilemiş, çelik kolonlara şerit aydınlatmalar yerleştirilmiştir (13g). Restorasyon öncesine kullanılan sarkıt lambalar (13d) daha modern olanları (13h) ile değiştirilmiş aynı zamanda perde de takılabilen ray sistemine spot ışıklar ilave edilmiştir (13i). Daha önce ısıtma sistemi bulunmayan mekânın ısıtma ve soğutma işlemleri fan coil ve klima ile yapılmaktadır. Hava sirkülasyonu için havalandırma kanalları yapılmıştır (13j).

Tablo 13. Restorasyon Öncesi ve Sonrası Fotoğrafları

Restorasyon öncesi		Restorasyon sonrası		
				
(13a)	(13b)	(13e)	(13f)	(13g)
				
(13c)	(13d)	(13h)	(13i)	(13j)
(13a), (13b),(13c), (13d) fotoğrafları, Sinop Müze Müdürlüğü ve Sinop Belediyesi arşivinden alınmıştır.				

Cephe ve Yapı Yakın Çevreye Dair Müdahaleler

Yapı mevcut işlevi dolayısıyla kapalı bir cephe sistemine sahip (14a-14b) iken, restorasyon sonrasında daha dışa açık bir cephe sistemi tasarlanmıştır. Makine dairesi ve buz tankının bulunduğu alandaki cephe düzeni korunmuş, bu mahallerdeki pencerelerin onarımları yapılarak orijinal şekilde bırakılmıştır (14e). Güney ve batı cephesinde yapının sitemine uygun söveler eklenerek yeni pencere boşlukları açılmış ve yapının ışık ve hava alması sağlanarak daha dışa dönük bir cephe sistemi oluşturulmuştur (14f-14g). Güney cephesinde bulunan kapı (14c) iptal edilerek yerine pencere sistemi yapılmıştır. Kuzey cephesinde makine dairesine girilen kapı onarılarak korunmuştur (14h). Kültür merkezine ana giriş kuzey cephesindeki iki kapı ile sağlanmaktadır (14i-j). Bu ana giriş kapıları, soğuk hava deposunun onarılan kapılarıdır (14d). Buz kulesi onarılarak korunmuştur (14h).

Tablo 14. Restorasyon Öncesi ve Sonrası Cephe Fotoğrafları

Restorasyon öncesi		Restorasyon sonrası		
(14a)	(14b)	(14e)	(14f)	(14g)
(14c)	(14d)	(14h)	(14i)	(14j)
(14a), (14b),(14c), (14d) fotoğrafları, Sinop Müze Müdürlüğü ve Sinop Belediyesi arşivinden alınmıştır				

Yapının kuzey ve batı cephesinde bulunan muhdes yapılar kaldırılarak ve çevresi yeniden düzenlenerek kale surları ile ilişkisi vurgulanmıştır (15 a-b).

Tablo 15. Restorasyon Öncesi ve Sonrası Yakın Çevre İlişkisi

Restorasyon öncesi	Restorasyon sonrası
(15a) (Google Earth, 2018)	(15b)(Google Earth, 2023)

Kuzey cephesi giriş aksı ve batı cephesi ile kale suru arasında kalan açık alan yeniden düzenlenmiştir (16 a-b-c-e-f-g-h). Yapının güney cephesine yapılan yaya kaldırımı ile binanın direkt yol ilişkisi kesilmiştir (16 d- i). Yapının etrafında bulunan tüm eklentiler ve yapının kullanılmamasından kaynaklı çevresinde bulunan atık malzeme temizlenerek yapının çevresi ile ilişkisi açığa çıkarılmıştır (16a- j).

Tablo 16. Restorasyon Öncesi ve Sonrası Yakın Çevre İlişkisi

Restorasyon öncesi		Restorasyon sonrası		
(16a)	(16b)	(16e)	(16f)	(16g)
(16c)	(16d)	(16h)	(16i)	(16j)
(16a), (16b),(16c), (16d) fotoğrafları, Sinop Müze Müdürlüğü ve Sinop Belediyesi arşivinden alınmıştır.				

Yeniden İşlevlendirmenin Kente Katkısının İrdelenmesi

İşlevini yitirmiş yapıları yeniden işlevlendirmek, yapıların süreç içerisinde devamlılığı sağlamak için kullanılan koruma yöntemlerinden biridir. Yeniden işlevlendirilen yapıların fiziksel özellikleri korunurken yeni işlevleri ile yapının kente katacağı kültürel, sosyal ve ekonomik açıdan değeri de artar.

Yapıya verilen yeni işlev, sosyal, kültürel, ekonomik, çevresel, mimari ve kullanım ihtiyaçları açısından çok yönlü bir bakışla ele alınmalıdır (Wang ve Zeng, 2010). Tablo 17’te Buzhane Binası, işlevlendirme sonrası sosyal, kültürel, ekonomik, mimari ve çevresel açıdan değerlendirilmiştir.

Tablo 17. İncelenen Yapı İçin Yeniden İşlevlendirmenin Değerlendirmesi

Tespit Açısı	Değerlendirme
Sosyal açıdan	<ul style="list-style-type: none">Bulunduğu bölge için endüstriyel miras olarak simge niteliğindedir.Yapının yeni işlevi, insanların sosyalleşmesine olanak sağlayarak, bölgenin canlanmasına katkı sağlar.Yeni fonksiyon kullanıcılarına sosyal yönde fayda sağlar.
Kültürel açıdan	<ul style="list-style-type: none">Yeni fonksiyon kullanıcılarına kültürel yönde fayda sağlar.Bulunduğu bölgede yapılacak kültürel faaliyetlere ev sahipliği yaparak başlı başına kültürel fayda sağlar.Yeniden işlevlendirme ile yapının gelecek nesillere aktarılması sağlanmaktadır.Sabahattin Ali Kültür Merkezi ismi ile şair –yazar ismi de gelecek nesillere aktarılmaktadır.
Ekonomik açıdan	<ul style="list-style-type: none">Kültür Merkezi halen Belediye tarafından işletilmekte ve ziyaretçilerden bedel alınmamaktadır. Fakat bir işletmeye verilmesi halinde devlete katkısının yanı sıra istihdam sağlayacaktır.Kamu yararı ön planda tutulmuştur.Kültür turizmine katkı sağlamaktadır.
Mimari açıdan	<ul style="list-style-type: none">Yapının dış kabuğu ve makine dairesinin bulunduğu kısım korunarak, daha dışa dönük ve estetik bir yapı tasarlanmıştır.Muhdes yapılandan arındırılarak, girişi yeniden düzenlenmiş ve ulaşım daha kolay hale gelmiştir.Yapıda hasar gören çatı onarılması, gerekli onarım ve bakımların yapılarak ve statik açan yapının güçlendirilmesi yapının ömrünü uzatan doğru uygulamalardır.Yapının bazı noktaları engelli erişimine uygun değildir.
Çevresel açıdan	<ul style="list-style-type: none">Yapının yol ile direk bağlantısı kesilerek bir yaya kaldırımı yapılmıştır.Kuzey cephesindeki giriş yeniden düzenlenerek yapının kale suru ile ilişkisi vurgulanmış ve tarihî doku ile konumu net olarak görülmektedir.Yayalara daha ulaşılabilir bir çevre düzenlemesi sağlanmıştır.Kentin kültürel etkileşimi sağlayacak bir ortam hazırlanmıştır.
Estetik açıdan	<ul style="list-style-type: none">İç mekân düzenlemeleri, mimari, statik, elektrik, mekanik ve çevresel onarımlar görsel açıdan olumludur.Dış cephe yapının mevcut hali ile uyumlu ve estetik açıdan olumludur.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Eski işlevini yitirmiş yapıların yeniden işlevlendirilerek, hem kamu yararına kullanılması hem de gelecek nesillere aktarılması sağlanabilir. Yapıların kullanılmaması, gerekli bakımların yapılmaması, yapının erken yıpranmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple, tarihî yapıların periyodik bakımlarını düzenli yaparak ve gerekli müdahaleleri zamanında gerçekleştirerek, hem ekonomik anlamda hem de kültürel anlamda kazanç sağlanmak mümkündür.

Sinop ili Merkez ilçesinde bulunan Buzhane Binası,1954 yılında inşa edilmiştir. 2000’li yılların başına kadar kullanılan bina, 2020 yılında başlanan restorasyon çalışmalarına kadar geçen sürede depo olarak kullanılmış ve bakımları ihmal edilmiştir. Restorasyon çalışmaları 2022 yılında tamamlanarak yeni işlevi ile hizmete açılmıştır. Zamanla işlevini yitirerek atıl hale gelen yapının yeniden işlevlendirilerek Kültür Merkezine dönüştürülmesi, hem yapının devamlılığını hem de kente ve topluma katkı sağlamaktadır.

Buzhane Binasına yeni işlev verilerek dönüştürüldüğü Kültür Merkezi ile mekânsal gereklilikler ve kullanıcı ihtiyaçları asgari düzeyde karşılanmıştır. Özgün işlevinden farklı bir işlevle değerlendirilen yapının kabuk yapısı korunmuş, soğuk hava depoları, ofis ve teknik hacimlerin bulunduğu mekânlar yeniden düzenlenmiş, pencerelerin bir kısmı korunmuş, soğuk hava deposu kapılarının tamir ve bakımı yapılarak yapıda yeniden değerlendirilmiştir. Yapı içerisinde bulunan tüm tesisatın korunması mümkün olmamakla birlikte mekanik ve elektrik tesisatı yenilenmiş, ana makineler gerekli bakım ve temizlikleri yapılmış, orijinal hali ile korunarak sergilenmeye devam

edilmektedir. Buz kalıpları kütüphane raflarında ve ahşap kapaklar ise yapının muhtelif yerlerinde kullanılmaya devam edilmektedir.

Buzhane Binası işlevini yitirmesi nedeni ile bakımsızlığa ve yok olmaya terk edilmiş atıl halde iken, günümüzde birçok kültürel etkinliğe ev sahipliği yapan bir yapıya dönüştürülmüştür. Yapının geçici kabulünden sonra yapıda; Sinop Lakerda Festivali, çeşitli sergiler, eğitimler, söyleşiler ve birçok farklı etkinlikler düzenlenmiştir.

Yapı konumu itibari ile güney kale burcu içerisinde yer almaktadır. Daha önce kale burcu ilişkisi tam anlaşılmayan yapının, yeni çevre düzenlemesi ile birlikte konumu ve çevresi ile ilişkisi daha net anlaşılmaktadır.

Yeniden işlevlendirme aşamalarında Buzhane Binası'nın Kültür Merkezi olarak işlevlendirilmesi yapının iç ve dış mekânlarına müdahaleleri de beraberinde getirmiştir. Mevcut yapının yeni işlevinin mekânsal ihtiyaçlara cevap verebilmesi için iç mekân duvarlarının büyük çoğunluğu yıkılmıştır. Her ne kadar yapının iç mekânları yıkılmış olsa da iç mekânda yapının eski işlevini hatırlatan malzemelerin korunup sergileniyor olması, cephelerin özgün kimliğine aykırı olmayacak şekilde düzenlenmiş olması doğru bir yaklaşımdır.

Kültür merkezi yapısı olarak tasarlanan yapıda, mekânsal ihtiyaçlar mevcut alan içerisinde çözülmeye çalışılmıştır. Asma katta düzenlenen ofis, toplantı salonunun bulunduğu kata engelli erişimi sağlanmamış olup ayrıca engelli bireylerin makinelerin sergilendiği mekâna erişimi mekân içerisinden mümkün değildir. Yani makinelerin sergilendiği alan ile çok amaçlı salonun bulunduğu kota kesintisiz engelli erişimi bulunmamaktadır. Bu mekânlara ulaşım için engelli bireyin binadan çıkıp, diğer bölüme yeniden giriş yapılması gerekmektedir. Mekânlar içerisinde kesintisiz erişim için, rampa ya da lift gibi çözümler üretilebilir.

Ziyaretçilerin yapının orijinal işlevini, yapıyı gezerek anlamaları mümkün değildir. Yapının içerisinde ve dışarısında değişimlerin ve yeniden kullanılan malzemelerin anlatıldığı tanıtım broşürleri, yeniden kullanılan malzemelerin üzerine yerleştirilecek bilgilendirici levhalar, öncesi sonrası görsellerinin anlatıldığı panolar gibi aydınlatıcı bilgileri içeren belgeler vs. ziyaretçilerin yapıyı daha rahat algılamalarına yardımcı olabilir.

Yapı genel itibari ile daha dışa dönük ve işlevsel hale dönüştürülmüş, içerisinde ve cephesinde bazı orijinal malzemelerin korunması ile geçmiş işlevi ile bağı koparılmadan yeni işlevi kazandırılmıştır.

Geçmiş ile aramızda bağ kurmamızı sağlayan tarihi yapılarımızın korunması ve gelecek nesillere aktarılması için yaşam içerisinde yer almasına izin verilmesi gerekmektedir. Tarihi yapıları korumak ve varlığının sürdürmek için kültürel miras bilincinin toplumun her kesimine aşılması önem arz etmektedir. Tarihi yapıların varlığını sürdürmesinde yapılacak çalışmalarda, yönetimler, akademisyenler, sivil toplum örgütlerinin birlikte çalışmaları, konunun çok yönlü ele alınmasını sağlayacaktır. Tarihi yapıları yeniden işlevlendirilmesinde de doğru kararların verilmesi ortak çalışmalar ile sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

Ahunbay, Z. (2009). *Tarihi çevre koruma ve restorasyon | YEM Kitabevi* (5. Baskı). Yapı Endüstri Merkezi. https://yemkitabevi.com/collections/yeni-gelenler/products/tarihi-cevre-koruma-ve-restorasyon?_pos=3&_sid=097418784&_ss=r

Ahunbay, Z. (2019). *Kültür mirasını koruma ilke ve teknikleri*. YEM Yayın.

Amsterdam Bildirgesi. (1975). http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0458320001536681780.pdf

Douglas, J. (2006). *Building adaptation* (Second edi). Butterworth-Heinemann.

Earth, G. (2023). *Google Earth*. https://earth.google.com/web/search/sinop/@42.02439995,35.14671933,8.6610065a,330.73036677d,35y,-0h,0t,0r/data=CigiJgokCYEoVXKl60NAEeIrFVwX6kNAGUey_8MjXEBAIa7ESmTVV0BA

Erder, C. (1977). Venedik tüzüğü tarihi bir anıt gibi korunmalıdır. *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 3(2), 167–190.

Feilden, B. M. (2003). *Conservation of historic buildings* (Third Edition). Elsevier: Architectural Press. . <https://www.routledge.com/Conservation-of-Historic-Buildings/Feilden/p/book/9780750658638>

Kıraç, B. A. (2001). *Türkiye'deki tarihi sanayi yapılarının günümüz koşullarına göre yeniden değerlendirilmeleri*

konusunda bir yöntem araştırması. [Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Üniversitesi].

Özcanoglu, Z. Z. (2013). *Geçmişin fotoğraflarıyla Sinop tarihi 1940-1960'lı Yıllar II. Cilt* (2. baskı). Şimal Ajans.

Resmi Gazete. (2009). *Kültür yatırımlarının ve girişimlerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik.*

<https://www.mevzuat.gov.tr/anasayfa/MevzuatFihristDetayIframe?MevzuatTur=7&MevzuatNo=13009&MevzuatTertip=5>

Saner, M. (2012). (PDF) Endüstri mirası: Kavramlar, kurumlar ve Türkiye'deki yaklaşımlar. *PLANLAMA, 1*. https://www.researchgate.net/publication/255686097_Endustri_Mirasi_Kavramlar_Kurumlar_ve_Turkiye'deki_Yaklasimler_Mehmet_Saner

TICCIH. (2003). *The Nizhny tagil charter for the industrial heritage.* <https://ticcih.org/about/charter/>

URL1. (n.d.). *Dosya:Sinop in Turkey.svg - Vikipedi.* Retrieved December 2, 2022, from https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Sinop_in_Turkey.svg

URL2. (n.d.). *Google Earth.* Retrieved December 2, 2022, from https://earth.google.com/web/search/Camikebir,+Sinop+Buzhane,+Derin+Boğaz+Ağzı+Sokak,+Sinop+Merkez%2FSinop/@42.02430184,35.14709283,8.1619716a,174.35695623d,35y,0.00000001h,0.81825687t,0r/data=CigiJgokCev2pJF1GTJAEef2pJF1GTLAGSB8mvJGh_e_IaYQXQZD7VjA

Venedik Tüzüğü. (1964). http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0243603001536681730.pdf

Wang, H. J., & Zeng, Z. T. (2010). A multi-objective decision-making process for reuse selection of historic buildings. *Expert Systems with Applications, 37*(2), 1241–1249. <https://doi.org/10.1016/J.ESWA.2009.06.034>

Yıldırım, M., & Turan, G. (2012). Sustainable development in historic areas: Adaptive re-use challenges in traditional houses in Sanliurfa, Turkey. *Habitat International, 36*(4), 493–503. <https://doi.org/10.1016/J.HABITATINT.2012.05.005>

Yücel, Ş., Baki, B., Altın, T., & Uzun Gören, G. (2022). Sinop ili su ürünleri üretiminin mevcut durumu ve Türkiye su ürünleri üretimindeki yeri. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology, 9*(sp), 2437–2441. <https://doi.org/10.24925/TURJAF.V9ISP.2437-2441.4844>

Etik Kurul Beyanı

Makale için Etik Kurul onayına gerek yoktur.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşit 50/50 şeklindedir.

AĞ KURMA DAVRANIŞLARININ ÖZNEL KARIYER BAŞARISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DUYGUSAL ZEKÂ VE FORMALLEŞMENİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ¹

Seval RENKAL DIBLAN², Mehmet TURAN³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1214348

Makale Geçmişi:

Geliş 04.12.2022

Kabul 08.07.2023

Anahtar Kelimeler:

Ağ Kurma Davranışları,

Öznel Kariyer,

Başarısı,

Duygusal Zekâ,,

Formalleşme

ÖZ

Bireylerin sahip oldukları sosyal ağlar, onları işlerinde ve kariyer yolunda destekleyebilecek ve bu kapsamda çeşitli çıktılara ulaşmalarını sağlayacak en önemli unsurlardan biridir. Sosyal ağların yaratılma süreci ise büyük ölçüde bireylerin ağ kurabilme yetenekleri ve davranışlarıyla ilişkilidir. Ağ kurma davranışlarının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisi birçok araştırma tarafından ortaya konmuş olsa da bu kapsamdaki araştırmalar özellikle de Türkiye’de sınırlı sayıda gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın temel amacı, ağ kurma davranışlarının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisinde duygusal zekâ ile formalleşmenin düzenleyici rolleri olup olmadığını ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda bir model önererek hem literatüre hem de uygulama alanına katkıda bulunmaktır. Bu bağlamda araştırmada geçerliliği ve güvenilirliği yüksek olan ölçekler kullanılarak, Adana ilinde kamu ya da özel sektörde faaliyet gösteren çeşitli banka çalışanlarından Temmuz 2019-Ocak 2020 tarihleri arasında elde edilen 360 adet anket verileri analiz edilmiştir. Verilerin analiz edilmesi ile ulaşılan bulgulara göre, ağ kurma davranışlarının öznel kariyer başarısı üzerinde düşük fakat anlamlı bir etkisi olduğu; ayrıca duygusal zekâ ile formalleşmenin de ağ kurma davranışları ile kariyer başarısı ilişkisinde düzenleyici etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın önemli sonuçlarından bir diğeri ise araştırmada belirlenen düzenleyici değişkenlerden biri olan formalleşme düzeyinin, duygusal zekâyâ oranla ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi çok daha yüksek oranda etkilemesidir.

THE MODERATOR ROLES OF EMOTIONAL INTELLIGENCE AND FORMALIZATION IN THE EFFECT OF NETWORKING BEHAVIORS ON SUBJECTIVE CAREER SUCCESS

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1214348

Article History:

Received 04.12.2022

Accepted 08.07.2023

Keywords:

Networking

Behaviours,

Subjective

Career Success,

Emotional

Intelligence,

Formalization.

ABSTRACT

Social networks are one of the most important elements that can support employees in their works and career paths and enable them to reach various outputs in this context. The process of creating social network is largely related to individuals' networking abilities and behaviors. Although the effects of networking behaviors on subjective career success have been revealed by many studies; studies in this context have been carried out in limited numbers, especially in Turkey. The main purpose of this research is to reveal whether emotional intelligence and formalization have moderator roles in the effect of networking behaviors on subjective career success and thus contribute both to the literature and the field of practice by suggesting a model in this direction. In this context, 360 survey data obtained from various bank employees that are operating in the public or private sector in Adana between July 2019 and January 2020, were analyzed in this research by using scales with high validity and reliability. According to the findings that are obtained by analyzing the data, networking behaviors have low but significant effect on subjective career success. In addition, emotional intelligence and formalization both have moderating effects on the relationship between networking behaviors and career success according to the findings of the research. Another important result of the research is that; the level of formalization, which is one of the regulatory variable determined in the research, affects the relationship between networking behaviors and subjective career success much more than the emotional intelligence.

¹ Bu çalışma, 2022 yılında Çukurova Üniversitesi’nde Doktora tezi olarak tamamlanan Seval RENKAL DIBLAN’ın tezinden üretilmiştir. Çalışma, Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi’nce (Proje No: SDK-2019-11517) desteklenmiştir. Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırladığını taahhüt eder.

² Öğr. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi, Adana MYO, sevalrenkal@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-4460-9729

³ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, mturan41@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1297-0461

Alıntılanmak için/Cite as: Dıblan, S.R. ve Turan, M. (2023), Ağ kurma davranışlarının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisinde duygusal zekâ ve formalleşmenin düzenleyici rolü. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 568-590.

GİRİŞ

Örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri, belirli bir verimlilik ya da karlılık düzeyine ulaşmaları ve rekabet üstünlüğü kazanabilmeleri ancak örgütlerin başarıları ile sağlanabilir. Bu başarının altında yatan en önemli unsur ise her geçen gün daha da dinamikleşen çevre ve örgüt ortamlarında, örgüte üstünlük kazandırabilecek yegane faktör olan insan kaynağı ve onun sağladığı başarıdır.

Çalışanların kariyerlerinde ve iş yaşamlarında elde edebilecekleri çok çeşitli çıktılar ve hedefleri doğrultusunda ulaşabilecekleri birçok başarı vardır. Bunlardan biri de çalışanların kariyerleri doğrultusunda sağladıkları başarılarından biri olarak ifade edilen öznel kariyer başarısıdır. Öznel kariyer başarısı bireylerin kariyerleri ile ilgili elde ettikleri başarı ve memnuniyet duygularıdır (Judge vd. 1995). Belirli bir düzeyde öznel kariyer başarısı elde eden bireylerin kariyer tatmin düzeyleri yüksek olmakta ayrıca bu bireyler örgütün performansına ve rekabet üstünlüğü kazanmasına da önemli ölçüde katkı sağlamaktadırlar. Bu durum da beraberinde öznel kariyer başarısını etkileyen unsurların neler olduğu sorusunu gündeme getirmektedir.

Öznel kariyer başarısına ulaşmada katkı sağlayabilecek ve öznel kariyer başarısının öncülü olarak nitelendirilebilecek birçok faktör söz konusudur. Bu faktörlerden bazıları toplumların varlığından beri önem arz eden kişiler arası ilişkiler, sahip olunan bağlantılar ve bu bağlantıların nitelikleri gibi konulardır (Forret ve Dougherty,2001; Wolff ve Moser, 2009). Öznel kariyer başarısı ile önemli ölçüde ilişkili olan ve 1990'lı yıllar itibariyle gelişen sınırsız ve çok yönlü kariyer yaklaşımları ile birlikte ağ kurma davranışı iş dünyasında çok daha önemli bir yere konumlanmış, kritik öneme sahip bir yetkinlik olarak değerlendirilmeye başlanmış ve birçok çalışmada bireysel ve örgütsel başarı için profesyonel ağların geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Arthur ve Rousseau,1996; Wolff ve Moser,2006).

Ağ kurma davranışı, bireylerin işleri ve kariyerleri doğrultusunda belirli inisiyatifler kullanarak kaynaklara erişmesi ve böylelikle potansiyel faydaya sahip kişilerle gayri resmi ilişkilerin kurulması, sürdürülmesi ve kullanılması ile ortak faydaların en üst düzeye çıkarılması sürecidir (Wolff ve Moser, 2006; Forret ve Dougherty, 2004). Ağ kurma davranışını gerçekleştiren bireyler; duygusal, zihinsel ve fiziksel kaynak ve enerjilerini sosyal etkileşim yoluyla erişilebilir kılmaktadırlar (Kuwabara vd. 2018; Van Buren ve Hood, 2011).

Ağ kurma davranışları ve öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin şiddeti bireysel, demografik ve örgütsel değişkenlerden etkilenebilir. Bu bağlamda özellikle 1990'lı yıllar itibariyle, önceleri Salovey ve Mayer (1990) tarafından ortaya atılan ve sonrasında Goleman (1995) ile popülerleşen ve birçok alanda olduğu gibi örgüt ortamlarında da önemine vurgu yapılan ve bireysel özelliklerden biri olarak nitelendirilebilen duygusal zekâ, ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi güçlendirebilecek değişkenlerden biri olabilir. Duygusal zekâ; kişinin kendisinin ve başkalarının iç durumlarını, güdülerini ve davranışlarını algılama ve bu bilgilere dayanarak en iyi şekilde hareket etme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Mayer ve Salovey, 1993). Duygusal zekâsı yüksek bireylerin özgüvenli ve sosyal becerilere sahip bireyler olduğu çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur (Lopes vd.2014). Günümüzde duygusal zekânın, çeşitli alanlarda bireysel ve örgütsel başarının yanı sıra "yaşam başarısı" bile sağladığına dair önemli görüşler mevcuttur (Goleman,1995). Bu nedenle duygusal zekânın öznel kariyer başarısı çıktısına olanak sağladığı hatta ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin şiddetini artırma potansiyeline sahip olduğu düşüncesiyle araştırmamız kapsamında belirlediğimiz ilk düzenleyici değişken duygusal zekâdır.

Ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin gücü, bireysel özelliklerin yanı sıra örgüt yapısı unsurlarından da etkilenebilir. Örgüt yapısının ve kurumsallaşmanın da unsurlarından biri olan örgütün formalleşme düzeyi, bir örgütteki kural ve prosedürlerin açıklık düzeyi ve bunların yazılı hale getirilmesidir (Pugh vd.1968). Formalleşmiş örgütlerde, örgütteki tüm işleyişler belirli standartlar ve kurallar doğrultusunda gerçekleşir. Bu durum da örgütün geleceğine dair belirsizliği önemli ölçüde azaltır. Belirsizliğin azalmasıyla; çalışanlar geleceği daha iyi öngörebilir, hedeflerini netleştirebilir ve çalışma hayatlarını daha güven veren bir ortamda sürdürebilirler. Ayrıca bu tip örgütlerde bireylerin iş yaşamı ve kariyerleri doğrultusunda sınırlarının netleşmesi, çatışmaları azaltarak koordinasyonu da önemli ölçüde arttırabilir (Apaydın, 2008).

Bir örgütün formalleşme düzeyi arttıkça, öngörülebilir, istikrarlı ve belirgin bir ortamda, bireyler kendilerini güvende hissedebilir, koordineli bir şekilde çalışabilir, çatışmalar azalabilir, çalışanların işletmeye olan bağlılıkları ve performansları artabilir, çalışanlar daha gerçekçi kariyer hedefleri belirleyebilir, gerçekleştirecekleri ağ kurma davranışlarının çeşitli kariyer çıktılarına olanak sağlayacağı farkındalığında olabilir ve ağ kurma davranışlarını daha rahat bir şekilde gerçekleştirebilirler (Podsakoff, 1986; Wallace, 1995; Koçel, 1999; Frazier, 1999; Apaydın, 2008; Danish ve Ahmed, 2015; Şen, 2017). Bu gerekçelerle araştırmada ikinci düzenleyici değişken formalleşme olarak belirlenmiştir.

Ağ kurma davranışlarının kavramsal açıdan sınırlarının çizilmesi ve çeşitli bireysel ya da örgütsel değişkenlerle olan ilişkisinin ve kültürel bağlamdaki etkilerinin ortaya çıkarılması önemlidir. Türkiye’de yapılan araştırmalarda ağ kurma davranışları; kariyer başarısı (Avcı, 2020), cinsiyet (Alan ve Sözen, 2017; Boz Semerci ve Ergeneli, 2018; Shabsough, 2021), pozitif psikolojik sermaye (Bilkay, 2020), girişimcilik niyeti (Ülgen Aydınlık, 2019), iş değerleri (Yahyağıl, 2022), bireysel özellikler (Seyhan, 2020), güven (Polat, 2022) gibi konular bağlamında araştırılmıştır. Yabancı literatürde ise ağ kurma davranışları öznel ya da nesnel kariyer başarısı (Forret & Dougherty, 2004; Wolff ve Moser, 2009), iş bulma (Granovetter, 1973; Wanberg vd., 2000; Van Hoye vd. 2009), artan görünürlük (Gibson vd., 2014), güç (Gibson vd. 2014), sosyal sermaye (Thompson, 2005), iş performansı (Thompson, 2005) vb. değişkenler çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmamızda belirlediğimiz bağımsız ve bağımlı değişken olan ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin varlığını ortaya koyan araştırmalar da söz konusudur (Langford, 2000; Wolff ve Moser, 2009; Blickle vd. 2009; De Vos vd. 2009; Wok ve Hashim, 2017; Ehido vd. 2019, Avcı, 2020). Bunların yanı sıra araştırmamız kapsamında belirlenen ilk düzenleyici değişken olan duygusal zekânın, öznel kariyer başarısı ile pozitif yönlü anlamlı ilişkiye sahip olduğu çeşitli yazarlar tarafından ulaşılan sonuçlardandır (Zainal vd. 2011; Saeedi vd. 2012; Aslam vd. 2015; Mendoza ve Hontiveros 2017; Sultana ve Aldehayyat 2018; Tagiya vd. 2019; Urquijo vd. 2019; Vibhor vd. 2019; Aydoğmuş, 2019). Ayrıca araştırmaların bir kısmında ağ kurma davranışlarına yakın bir kavram olması sebebiyle insan sermayesi değişkenleri ile performans arasındaki ilişkide duygusal zekânın düzenleyici bir rol üstlendiği sonucuna da ulaşılmıştır (Erkutlu ve Chafra, 2012; Kaifi ve Noori, 2010). Bununla birlikte araştırmamız kapsamında belirlediğimiz diğer bir düzenleyici değişken olan formalleşmenin, ağ kurma davranışları ya da kariyer başarısı değişkenleri ile ilişkisini inceleyen ulusal ya da uluslararası yazında herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Ağ kurma davranışı önemli bir kariyer yönetim stratejisi olması sebebiyle, ağ kurma davranışları ile kariyer başarısı arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması ile yaratılabilecek farkındalık; bireylerin sosyal ağlarını şekillendirmelerine, davranışlarını değerlendirmelerine, ağ kurma çabası içerisine girmelerine ve böylelikle hedeflerine ulaşma sürecine de önemli ölçüde destek sağlayabilmektedir (Forret ve Dougherty, 2001). Ayrıca ağ kurma davranışının gerçekleştirilmesi neticesinde elde edilebilecek kariyer başarısı, çalışanlara kariyerleri çerçevesinde; örgütlere ise kariyerlerinden tatmin olan çalışanların sağlayabileceği performans ve verimlilik artışı dolayısıyla önemli ölçüde katkı sağlayabilecektir.

Bu nedenlerle araştırmamızın en temel amacı ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve duygusal zekâ ile formalleşme düzeyinin bu iki değişken arasında düzenleyici bir rolünün olup olmadığını ortaya koymak; bu değişkenleri bütüncül bir model kapsamında ele alarak, literatürdeki boşluğun doldurulmasına katkıda bulunmaktır.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Ağ Kurma Davranışı

1990’lı yıllar itibariyle gelişen “sınırsız ve çok yönlü kariyer” yaklaşımlarıyla birlikte, kariyer yönetim sorumluluğu örgütten bireye geçmiştir (Sullivan, 1999; Hall, 2004). Bireylerin kariyerleriyle ilgili çok çeşitli inisiyatifler alabildiği bu süreçle birlikte kişiler arası ilişkiler ve bu duruma bağlı olarak da ağ kurma davranışları hem bireyin hem de örgüt başarısının kilit unsurlarından biri olmuştur. Proaktif bir davranış biçimi ve aynı zamanda da önemli bir kariyer yönetim stratejisi olarak nitelendirilebilen ağ kurma davranışları, bireylerin işlerinde ve kariyerlerinde hedefledikleri çıktılara ulaşmak için kullandıkları önemli bir araçtır (Thompson, 2005; Forret ve Dougherty, 2001).

Bireyler; iş bulma sürecini kolaylaştırma, iş değiştirme, kariyer hedeflerini gerçekleştirme, iş performanslarını ve iş tatmini düzeylerini arttırma gibi çıktılar elde etmek amacıyla örgüt içinde ya da dışında çok çeşitli özelliklerde sosyal ağlar kurup, bu ağlardaki bireylerle ilişki kurmakta ve bu ilişkileri geliştirmektedirler. Yaratılan bu sosyal sermaye ile çalışanlar; yeni iş fırsatlarından haberdar olmak, bilginin kaynağına yakın olarak iş ve kariyerleri konusunda destek almak, yüksek statü ve yetkilere ulaşma olasılığını arttırmak, terfi ve daha yüksek maaş almak gibi faydalar elde etmektedirler (Casciaro vd., 2016).

Ağ kurma davranışı konusu 1970’li yıllar itibariyle her ne kadar öncelikli olarak akademik çevrelerde konuşulmaya başlanan bir konu olsa da kavramın ilk ampirik tanımı Gould ve Penley (1984) tarafından yapılmış ve araştırmacılar ağ kurma davranışını “Bireyin kariyer bilgisi elde ettiği ya da destek sağladığı, kuruluş içinde ve/veya dışında geliştirilen bir çeşit sistem ya da ağ bağlantıları” şeklinde tanımlamışlardır (Gould ve Penley, 1984). Ağ kurma davranışını yönetici becerisi kapsamında ele alan Michael ve Yukl (1993) ise bu

davranışı, “örgüt içi veya örgüt dışındaki insanlarla gayri resmi bir şekilde kişilerarası ilişkiler kurmak amacıyla tasarlanmış çok çeşitli davranışlardır” şeklinde tanımlamışlardır (Michael ve Yukl, 1993). 2000’li yıllarda ağ literatürünün hem akademisyenler hem de uygulayıcılar tarafından ilgi görmesine en büyük katkıyı sağlayan Wolff ve Moser (2006) ile Forret ve Dougherty (2004) ağ kurma davranışını biraz daha detaylandırıp sınırlarını çizerek şöyle tanımlamışlardır: Bireylerin işleriyle ilgili faaliyetlerini/görevlerini kolaylaştırmak ya da kariyerleri için fayda sağlamak amacıyla, kaynaklara bireysel inisiyatifler kullanarak erişimin sağlanması ve böylelikle potansiyel faydaya sahip kişilerle gayri resmi ilişkilerin kurulması, sürdürülmesi ve kullanılması ile ortak faydaların en üst düzeye çıkarılması sürecidir (Wolff ve Moser 2006, Forret ve Dougherty, 2004).

Ağ kurma davranışı bağlantı kurmaktan çok daha kapsamlı bir davranış türüdür. Kurulan bu ağlarla ilişkilerin devam ettirilmesi ve bu ağların karşılıklılık esasına bağlı olarak kullanılması önemlidir (Wolff ve Moser, 2009; Forret ve Dougherty, 2001). Ağ kurma başarısı, başkalarıyla etkileşime girme ve ilişki kurma yeteneğine bağlıdır. Bu başarı yalnızca bireyin kimi tanıdığıyla ilgili değil aynı zamanda bireylerin birbirlerini nasıl tanıdığıyla da ilgilidir (Wok ve Hashim, 2017). Ağ kurma davranışlarının odak noktası ise profesyonel konulardır dolayısıyla da bireylerin ilişkilerinde ve düşüncelerinde ağırlıklı olarak profesyonel içeriğe odaklanması önemlidir (Wolff ve Moser, 2006). Çalışanların aralarında gönüllü bir şekilde gerçekleştirdikleri bilgi alışverişi ve iş birliği, eski meslektaş ya da iş arkadaşlarıyla iletişimleri ve ilişkilerini devam ettirme, çeşitli profesyonel gelişim fırsatlarını değerlendirme ve bunlara dahil olma gibi faaliyetler bu kapsamda değerlendirilebilir (Forret ve Dougherty, 2001; Wolff ve Moser, 2009). Fakat herhangi bir amaç gütmeyen ve spontane gerçekleşen ilişkiler (Kuwabara vd, 2018) ile bir işin yapılması sürecinde gereklilik esasıyla gerçekleşen etkileşim vb. durumlar ağ kurma davranışı kapsamında değerlendirilmemektedir.

Forret ve Dougherty (2001) ağ kurma davranışlarının başarısı için ilişkilerin devamlılığının, sosyalleşmenin, profesyonel ve toplumsal faaliyetlere katılmanın ve içsel görünürlüğü arttırmanın önemli olduğunu ifade etmişlerdir (Forret ve Dougherty, 2001). Bireylerin bu faaliyetlere katılım sıklığı, ağ kurma davranışını etkin ve yoğun bir şekilde gerçekleştirdiklerinin önemli bir kanıtı olabilir.

Duygusal Zekâ

Aklın egemenliğini kazanmasında, sanayi devrimi ve sonrasında tüm dünyayı etkileyen akılcılık yaklaşımının etkisi çok büyüktür (Çakar ve Arbak, 2000). Bu sebeple bu süreçte bilişsel zekâ ön planda tutulurken, duyguların ise bir bütün olarak zihinsel faaliyetleri olumsuz yönde etkilediği, bilişsel bir yönünün olmadığı düşüncesi ile zekâ testlerinde yer almaması gerektiği düşünülmektedir (Salovey ve Mayer, 1990). Fakat 1990’lı yıllar itibarıyla insanların duygularından bağımsız olarak düşünülmeğe gördüğü, hızla değişen ve gitgide belirsizleşen çevrenin bireyler üzerinde yarattığı baskı ve bu baskının üstesinden gelinemesi gerekliliği; bilişsel zekânın dışında yeni beceri ve yetkinliklerin doğmasına ve dolayısıyla da modern zekâ kuramlarının araştırılmasına olanak sağlamıştır (Çakar ve Arbak, 2000).

Duygusal zekânın tarihsel süreçteki evrimi incelendiğinde duygusal zekâyı konu alan araştırmaların bir kısmında duygusal zekâ kavramının temellerinin Aristo’ya diğer bir kısmında ise Darwin’e kadar uzandığı ifade edilmektedir ancak duygusal zekâ konusunun modern anlamda incelenmesi sosyal zekâ kapsamında gerçekleşmiştir (Goleman, 1995; Bar-On, 2010). 1920 yılında Amerikalı psikolog Thorndike tarafından ortaya atılan kavram; kişinin kendisini, diğer insanları anlama ve yönetme yeteneği şeklinde tanımlanmıştır (Thorndike ve Stein, 1937). Thorndike (1920)’in sosyal zekâ tanımlamasıyla birlikte modern zekâ kuramlarının temelleri atılmıştır.

Duygusal zekâ kavramının gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunan araştırmacıardan bir diğeri ise Howard Gardner’dır. Gardner (1983) “Zihin Çerçevesi: Çoklu Zekâ Kuramı (Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences)” adlı kitabında çoklu, kişiler arası ve içsel zekâ fikrini ortaya atmıştır. Zekânın birçok boyuttan oluştuğunu ifade eden Gardner, çoklu zekâ kuramında 8 zekâ türünden bahsetmiş ve bunları şu şekilde sıralamıştır (Gardner,1983):

- 1) Dilbilimsel zeka (kitap okurken ya da şiir yazarken kullanılır),
- 2) Mantıksal-matematiksel zeka (mantıksal bir ispat türetmede veya bir matematik problemini çözmede kullanılır),
- 3) Uzamsal zeka (valizlerin bir arabanın bagajına yerleştirilmesinde kullanılır),
- 4) Müzikal zeka (şarkı söylemede veya senfoni bestelemde kullanılır),
- 5) Bedensel-kinestetik zeka (dans ederken veya futbol oynarken kullanılır),
- 6) Kişiler arası zeka (diğer insanları anlamak ve onlarla etkileşim kurmak için kullanılır),
- 7) İçsel zeka (kendini anlamada kullanılır),

8)Doğa bilimci zeka (doğadaki örüntüleri ayırt etmede kullanılır).

1990'lı yıllar itibariyle duygusal zekâ konusu akademik makalelerde yer almaya başlamış ve yine bu dönemde Mayer ve Salovey (1990) tarafından duygusal zekâ kavramı aynı isimle literatüre geçmiş ve akademik çevrelerde hızla kabul görmeye başlamıştır (Mayer vd. 2000). Mayer ve Salovey (1993) duygusal zekâyı kişinin kendisinin ve başkalarının iç durumlarını, güdülerini ve davranışlarını algılama ve bu bilgilere dayanarak en iyi şekilde hareket etme yeteneği olarak tanımlamışlardır (Mayer ve Salovey, 1993). Araştırmacılara göre duygusal olarak zeki bireyler, kendilerinin ve başkalarının duygularının daha fazla farkında olur, içsel deneyimlerinin olumlu ya da olumsuz yönlerine daha açık olur, bu duyguları daha iyi etiketleyip (tanımlayıp), uygun bir zamanda iletebilirler. Sahip olunan bu farkındalıkla hem kendi içlerinde hem de başkalarında duyguları etkin bir şekilde düzenleyebilir ve böylelikle bireysel refaha katkı sağlayabilirler (Mayer ve Salovey, 1993).

Duygusal zekâ kavramının akademik çevrelerden çıkıp popülerleşmesi ise Daniel Goleman'ın 1995 yılında yayınlamış olduğu "Duygusal Zekâ" adlı kitap sayesinde gerçekleşmiştir. Goleman'a göre duygusal zekâ "kendi duygularımızı ve başkalarının duygularını tanıma, kendimizi motive etme ve kendimizdeki ve ilişkilerimizdeki duyguları iyi yönetme kapasitesidir (Goleman, 2006). Goleman (1995) kitabında, duygusal zekânın bilişsel zekâdan çok daha önemli olduğunu ve duygusal zekânın; bireyin aile yaşantısı, mesleki başarısı, toplumsal ilişkileri ve sağlık durumu da dahil olmak üzere birçok alana etki ettiğini vurgulayarak duygusal zekâ hakkında büyük iddialarda bulunmuştur.

Duygusal zekâyı ölçen ilk yayın 1997 yılında Bar-On tarafından literatüre tanıtılmıştır (Doğan ve Şahin 2007). Bar-On duygusal zekâ ile sosyal zekâyı ayrı ayrı ele almak yerine duygusal zekâ ve sosyal zekânın birbiriyle yakından ilişkili iki kavram olması sebebiyle "ESI-Duygusal-Sosyal Zekâ" şeklinde kavramsallaştırılmasının daha doğru olacağını savunmuştur (Bar-On vd., 2003).

2000'li yıllar itibariyle ise Petrides ve Furnham (2001) öncülüğünde duygusal zekâ özellik bakımından incelenmeye başlanmıştır. Bu yaklaşımda duygusal zekâ konusu zihinsel yetenekten ayrılmış ve "kişisel karakter özelliği" olarak ele alınmıştır. Petrides ve Furnham (2000), davranışlardaki tutarlılıklarla ilgilenmiş ve yeni bir duygusal zekâ ölçeği geliştirerek bireylerin duygusal yeterlilikleriyle ilgili kendilerini algılama düzeylerini belirlemelerini, tanımlamalarını sağlamışlardır (Petrides ve Furnham, 2000). Petrides ve Furnham (2000)'in bu araştırması sonraki süreçte birçok çalışmadan elde edilen tutarlı ve tekrarlanan bulgularla yaygın bir ampirik desteğe sahip olmuştur (Petrides ve Furnham, 2010).

Formalleşme

Örgütler; belirli bir düzene sahip, birbiriyle ilişkili parçalardan ve düzenli ilişkilerden doğan ve bir dizi mekanik ilişkiler barındıran yapılardır (Aydoğdu, 2013). Bu nedenle her örgütün temelde biçimsel bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Geleneksel teorilere göre, rasyonel biçimsel yapı, karmaşık ilişkisel ağları koordine etmenin ve kontrol etmenin en etkili yoludur (Meyer ve Rowan, 1977). Bu varsayımın temelleri ise Weber'in (1946) bürokrasi kavramının ortaya çıkışıyla atılmıştır (Meyer ve Rowan, 1977). Bu çerçevede formalleşme kavramının kuramsal altyapısının da ilk olarak Max Weber'in 1946 yılında yaptığı çalışma olan "Formal Organizasyon" kapsamında geliştirdiği bürokrasi temeline dayandığı söylenebilir. Örgüt yapısı ve aynı zamanda kurumsallaşmanın unsurlarından biri olan formalleşme, Adler ve Borys (1996)'in çalışmasında Weber'in bürokrasi yaklaşımına atıf yaparak detaylı bir şekilde ele alınmış ve araştırmacılar formalleşmeyi ideal bir örgüt yapısı ile ilişkilendirerek bir organizasyonda kuralların ve prosedürlerin yazılı hale getirilmesi şeklinde tanımlamışlardır (Adler ve Borys, 1996). Pugh, vd (1968) de benzer bir tanım yaparak formalleşmeyi; kuralların, prosedürlerin, talimatların ve iletişimlerin yazılı olma derecesi şeklinde tanımlamıştır (Pugh vd,1968). Ellul (1964) ise formalleşmeyi rasyonelleştirilmiş ve kişisel olmayan reçeteler şeklinde ifade etmiştir (Ellul, 1964). Formalleşme kavramı bazı araştırmacılara göre işletmenin anayasası niteliği taşımaktadır. Bu araştırmacılara göre söz konusu işletme anayasasında yer alan unsurlar, istisnasız herkese eşit bir şekilde uygulanmalı ve örgüt içi problemlerin çözümünde bir rehber niteliği taşımalıdır (Yazıcıoğlu ve Koç, 2009).

Bir örgütün formalleşme düzeyi; çalışanların örgüt içerisindeki faaliyetlerini gerçekleştirme biçimleri, çalışanların birbirleriyle ya da üst ya da altlarıyla olan ilişkilerini, iletişim tarzlarını, örgüt içindeki rollerini, iş tanımlarını, yetki ve sorumluluk alanlarını önemli ölçüde etkilemekte ve bu unsurları belirli standartlar kapsamında yazılı hale getirmektedir (Wallace, 1995; Walker Jr, 1996). Bu bağlamda formalleşen örgütlerde belirsizlikler azalmakta, iş yapma süreçleri standartlaşmakta ve aynı iş tanımına sahip herkes aynı işi yapmaktadır. Böylelikle örgüt çalışanları yapacakları iş için gerekli olan tüm bilgiye açık ve net bir şekilde sahip olmakta bu durum da örgüt faaliyetlerinin daha planlı ve istikrarlı bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır (Apaydın, 2008; Şen, 2017). Formalleşme aracılığıyla örgütlerde keyfi yönetim anlayışından uzaklaşmakta, örgüt işleyişi bir

düzene bağlı olarak gerçekleşmektedir. Bu düzen de çalışanların görevlerini dikkatli bir şekilde gerçekleştirmelerine ve ellerinden gelenin en iyisini ortaya koymalarına olanak sağlamaktadır (Danish ve Ahmad, 2015).

Formalleşmenin temel göstergeleri Hall vd. (1967) tarafından şu şekilde özetlenmiştir:

a) Roller: Örgütteki pozisyonların tanımlanma dereceleri ve iş tanımlarının yazılı bir şekilde ifade edilme dereceleri.

b) Otorite İlişkileri: Otorite yapısının (yetki yapısının) resmleştirilme ve bu yapının yazılı olarak ifade edilme derecesi (yetki hiyerarşisinin açık tanımı).

c) İletişim: İletişimde yerleşik kanalların kullanılma derecesi ve iletişimin yazılı bir şekilde gerçekleşme derecesi.

d) Normlar ve Yaptırımlar: Yazılı kural ve politikaların sayısı, kural ihlali için verilecek cezaların açıkça belirtilmesi ve yazılı olarak düzenlenme dereceleri.

e) Prosedürler: Örgüte yeni katılan üyelerle gerçekleştirilen sistematik bir sosyalleşme-oryantasyon ve hizmet içi eğitim programlarının, resmleştirilme dereceleri (Hall vd., 1967).

Örgüt için prosedürler, kurallar, talimatlar ve iletişimin ne ölçüde yazılı olduğu örgütün formalleşme derecesinin yüksekliğinin önemli bir göstergesidir (Child, 1972). Formalleşme düzeyi yüksek olan örgütlerde örgüt şemalarının, iş tanımlarının ve görevlerin açıklığı ile işlerin kim tarafından ne zaman, nerede ve nasıl gerçekleşeceğine dair bilgiler net bir şekilde ortaya konulmaktadır (Koçel, 1999).

Öznel Kariyer Başarısı

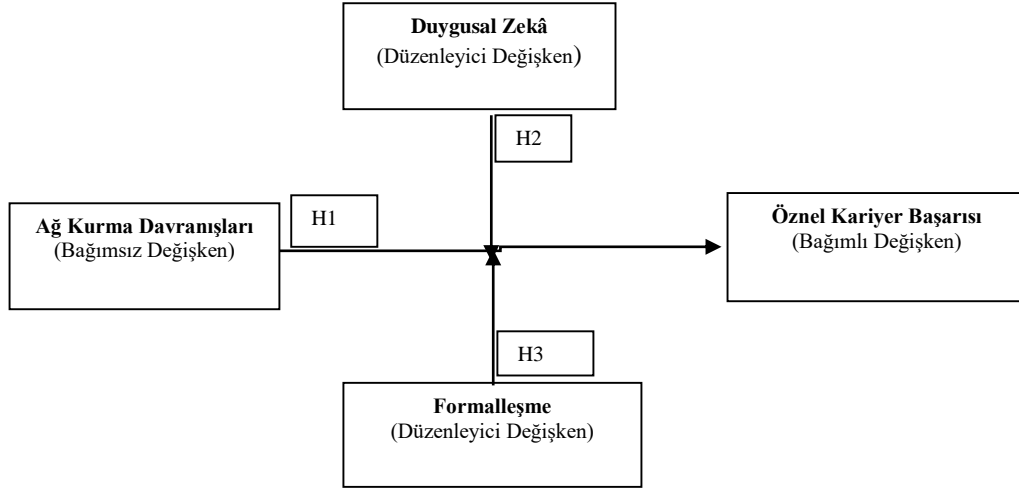
Kariyer başarısını konu alan araştırmalarda 1980'li yıllara kadar daha çok nesnel kariyer başarısına odaklanılmıştır fakat son otuz yıllık süreçte örgütsel alanda birçok değişim yaşanmış bu durum da geleneksel nesnel kariyer göstergelerine olan ilgiyi azaltmıştır (Judge vd., 1995). Kademe azaltma, küçülme ve dış kaynak kullanımı gibi örgütsel eğilimler sonucu ücret ve terfi gibi dışsal ölçütler daha az önemsenen konular haline gelmeye başlamıştır (Heslin, 2005). Ayrıca başarı değerlendirmesinde iş tatmini, kariyer tatmini gibi içsel unsurların çok büyük bir öneme sahip olması ve mesleki kariyerlerinde hiyerarşik olarak belirli statü ya da gelire ulaşmış kişilerin, kariyerlerinden tatmin olmadığının anlaşılması da öznel kariyer başarısının çok daha önemli bir kariyer başarısı unsuru haline gelmesine olanak sağlamıştır (Gattiker ve Larwood, 1987). Bu süreç de beraberinde kariyer başarısı araştırmalarında yalnızca nesnel ölçütlerin değil aynı zamanda öznel kariyer ölçütlerinin de kullanılmasını gereğini gündeme getirmiştir (Rasdi vd., 2011).

Judge vd. (1995)' e göre subjektif kariyer başarısı bireylerin kariyerleri ile ilgili başarı ve memnuniyet duygularıdır (Judge vd, 1995). Subjektif kariyer başarısı, kariyer yolunda ilerlemeye çalışan birey tarafından değerlendirilmeye birlikte bireyin kendi algısına göre elde ettiği iş tatmini, kariyer tatmini gibi kazanımların söz konusu olduğu bir başarı türüdür (Judge vd., 1999; Hall vd., 2012). Dolayısıyla bireylerin tepki ve yargılarını içeren bu kavram öznel bir özellik göstermektedir. Hatta öznel kariyer başarısı; bireylerin kendi eğilimlerine, mesleklerine veya meslekteki gelişimine atıfta bulunan içsel bir bakış açısı olarak da nitelendirilebilmektedir (Srikanth ve Israel, 2012).

Subjektif (öznel) kariyer başarısı bireylerin kendi kariyerleriyle ilgili kişisel değerlendirmelerini içermektedir. Kariyerin artık bireyi tatmin edici anlamlı bir psikolojik süreç olarak nitelendirilmeye başlanmasıyla birlikte çalışanların yüksek düzeydeki nesnel başarı çıktıları (maaş, statü gibi) çalışanların kendilerini başarılı hissetmemesine neden olmaktadır (Srikanth ve Israel, 2012). Maaşın artması ya da terfi almak mutlu çalışan yaratmada tek başına yeterli olmamakla birlikte, maaş ya da terfi gibi objektif kariyer unsurlarına fazla odaklanılmasının bireyin kendisine yabancılaşmasına ve depresifleşme eğilimleri bile göstermesine neden olabildiği çeşitli araştırmalar tarafından ortaya konmuştur (Heslin, 2005). Bunların yanı sıra araştırmaların bir kısmında bireyin kariyer başarıları hakkında nasıl hissettiğinin dolayısıyla da içsel başarının, maaş artışı gibi dışsal veya somut göstergelerden çok daha önemli olduğu da vurgulanmıştır (Parker ve Arthur, 2000).

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Araştırma kapsamında belirlenen değişkenler ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin gösterildiği model aşağıdaki gibidir:



Şekil 1. Araştırmanın Görsel Modeli

Araştırmamız kapsamında öncelikle ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koyan araştırmalarda genel olarak ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasında ilişki olduğu ya da ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısına doğrudan ya da dolaylı olarak katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Langford, 2000; De Vos vd. 2009; Blicke vd., 2009; Wok ve Hashim, 2017; Ehido vd., 2019). Türkiye’de ise bu ilişkiye dair sınırlı sayıda araştırmaya (Avcı, 2020) rastlanmış olması ve diğer ülkelerde yapılmış araştırmaların ışığında, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasında bir ilişki olduğu varsayımına dayanarak araştırmamız kapsamında geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir:

H1: Ağ kurma davranışlarının öznel kariyer başarısı üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde duygusal zekânın, öznel kariyer başarısı ile olan ilişkisinin çeşitli araştırmacılar tarafından ele alındığı görülmektedir. Bu araştırmalara göre duygusal zekâ ile öznel kariyer başarısı; pozitif yönlü anlamlı bir ilişkiye sahiptir (Zainal vd. 2011; Saeedi vd. 2012; Aslam vd. 2015; Mendoza ve Hontiveros, 2017; Sultana ve Aldehayyat, 2018; Tagiya vd., 2019; Urquijo vd., 2019; Vibhor vd., 2019; Aydoğmuş, 2019). Bunlara ek olarak birçok araştırmada duygusal zekânın düzenleyici bir değişken olarak araştırıldığı da görülmektedir (Warrier, Shankar ve Belal, 2021; Bodrogi vd., 2020; Kim ve Qu, 2019; Pradhan ve Jena, 2018; Chen ve Chen, 2018; Jordan vd., 2002; Abdollahi vd., 2019; Mahon vd., 2014).

Mevcut araştırmaların ve teorik bilgilerin ışığında ayrıca duygusal zekânın ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki rolünü inceleyen herhangi bir araştırmanın olmaması dayanağıyla; duygusal zekânın, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkide düzenleyici bir rol üstlendiği varsayılmıştır. Bu nedenle araştırmamız kapsamında geliştirilen H2 hipotezi aşağıdaki gibidir:

H2: Duygusal zekâ, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi düzenler.

Örgüt çalışmalarında formalleşme düzeyinin ya da örgüt yapısının bağımlı ve bağımsız değişken arasında düzenleyici bir etkisinin olup olmadığı birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir (Adihardja ve Hendarsjah, 2020; Jong, 2019; Oltra vd., 2018; Abiodun, 2021). Bununla birlikte araştırmamız kapsamında ağ kurma davranışları ile kariyer başarısı ilişkisinde, örgüt yapısı unsurlarını düzenleyici bir değişken olarak ele alan herhangi bir araştırmanın olmaması ve teorik bilgilerin de ışığında formalleşme düzeyinin; ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkide düzenleyici bir rol üstlenebileceği varsayımıyla H3 hipotezi geliştirilmiştir.

H3: Formalleşme düzeyi, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi düzenler.

YÖNTEM

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve verilerin elde edilme sürecinde anketlerden yararlanılmıştır. Anket formunun oluşturulma sürecinde, mevcut literatür referans alınarak araştırmada yer alan değişkenler için gerekli ölçekler tespit edilmiş ve bu ölçeklere ilişkin sorular ankete dahil edilmiştir. Sonraki süreçte ise elde edilen veriler SPSS 24.0 paket programına aktarılmış ve analizler bu veri setleri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Söz konusu araştırmada öznel kariyer başarısı bağımlı değişken, ağ kurma davranışı bağımsız değişken, duygusal zekâ ve formalleşme ise düzenleyici değişken olarak ele alınmıştır. Öncelikle ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisi sonrasında ise duygusal zekâ ile formalleşme değişkenlerinin analize ayrı ayrı dahil edilmeleriyle düzenleyicilik ilişkileri olup olmadığı ve ne yönde olduğu anlaşılmasına çalışılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Ağ kurma davranışı ve öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkide duygusal zekâ ve formalleşmenin düzenleyici rolünün incelendiği bu araştırmada kullanılan ölçekler; geçerliliği ve güvenilirliği yüksek olan ölçeklerdir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında belirlenen ölçekler “ağ kurma davranışları ölçeği, duygusal zekâ ölçeği, formalleşme ölçeği ve öznel kariyer başarısı ölçeği” dir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerden biri olan “ağ kurma davranışları” ölçeğinin mevcut literatürde Türkçe çevirisinin olmaması sebebiyle, ölçek maddeleri çeşitli uzmanların da desteği alınarak tarafımızca Türkçe’ye çevrilmiştir. Diğer üç ölçeğin ise ulusal yayınlarda Türkçe’ye çevrilmiş uyarlamaları mevcut olmakla birlikte anlam bütünlüğüne tam olarak ulaşmak adına bu ölçekler üzerinde de çeşitli düzenlemeler yapılmıştır.

Araştırmada 5 bölümden oluşan bir anket oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümünde 9 adet demografik soru yer almaktadır. İkinci bölümde Forret ve Dougherty (2001) tarafından geliştirilen 28 maddelik ağ kurma davranışı ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırmacılar, 6’lı Likert tipi ölçek formunda geliştirdikleri ölçek maddelerinde katılımcılara “ne sıklıkta ağ kurma davranışları içerisine girdiklerini” sormuşlardır (Forret ve Dougherty, 2001). Bu ölçekte 5 tür ağ kurma davranışı yer almaktadır. Bunlar: İlişkileri devam ettirme (maintaining contacts), sosyalleşme (socialization), profesyonel faaliyetlere katılma (engaging in professional activities), toplumsal faaliyetlere katılma (participating in community activities) ve içsel görünürlüğü arttırmadır (increasing internal visibility). Fakat ölçek maddelerinden biri olan “kiliseye gitme sıklığı” Türkiye’nin sosyal düzenine uygun olmayacağı gerekçesiyle ölçek maddeleri arasından çıkarılmıştır. Bu nedenle ağ kurma davranışları ölçek maddeleri 27 maddeye düşürülmüştür.

Anketin üçüncü bölümünde Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen WLEIS ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeğin kısa olması, güçlü teorik temelleri ve özellikle örgüt çalışmalarında uygulanabilir olmasından dolayı araştırmamızda yer alması uygun bulunmuştur. 5’li Likert tipi bir ölçek olan WLEIS ölçeği 4 boyut ve 16 maddeden oluşmaktadır ve her bir boyut 4 maddeyi içermekle birlikte ölçekte yer alan 4 boyut sırasıyla kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duygulardan yararlanma (duyguların kullanımı) ve duyguların kontrolü (duyguların düzenlenmesi) şeklindedir.

Dördüncü bölümde Podsakoff ve MacKenzie’nin (1994) örgüt yapısının ne ölçüde formalleştiğini (biçimselleştiğini) tespit etmek amacıyla geliştirdikleri tek boyutlu formalleşme ölçeğinden yararlanılmıştır (Podsakoff ve MacKenzie, 1994). 5’li Likert tipi soru formuna sahip olan ölçek altı maddeden oluşmaktadır fakat ölçek maddelerinden birinin Cronbach alfa değerinin zayıf çıkması sebebiyle ankette ölçeğin 5 maddesi yer almaktadır.

Son bölümde ise öznel kariyer başarısının incelendiği araştırmalarda en sık kullanılan ölçek olan ve 1990 yılında Greenhaus vd. tarafından 5’li Likert formunda geliştirilen kariyer tatmini ölçeği yer almaktadır (Greenhaus vd., 1990). Öznel kariyer başarısı ölçeği tek boyuttan ve 5 maddeden oluşmaktadır. (Greenhaus vd., 1990). Ölçeğin Türkçe uyarlaması Avcı ve Turunç (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Ana Kütle ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın evrenini Adana ili sınırları içerisinde yer alan çeşitli bankalarda görev yapan 3571 çalışan oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Adana’da kamu ve özel sektörde yer alan çeşitli bankalarda çalışan 360 katılımcı oluşturmaktadır. Söz konusu bankalardan elde edilen 360 adet anket verilerine, Temmuz 2019-Ocak 2020 tarihleri arasında ulaşılmış ve anket verilerinin toplanma sürecinde ise kesitsel yöntem kullanılmıştır. Araştırma %95 güven aralığında yapılmıştır.

MacCallum vd. (2001) belirttiklerine göre, bir ölçeğin ölçek madde sayısının (ifade sayısının) en az 5-10 katı sayıda örnekleme ulaşılması gerekmektedir. Araştırmamızda örneklem büyüklüğü, ifade sayısının (53 adet) yaklaşık olarak 6,8 katı olması sebebiyle analiz işlemleri için uygun büyüklükte (360 adet) bir örneklem boyutuna ulaşıldığı söylenebilir. Örneklem tekniği olarak ise kolayda örnekleme yöntemi benimsenmiştir.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine ait bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özelliklere İlişkin İstatistik Bilgiler

	Demografik Özellikler	F	%		Demografik Özellikler	F	%
Cinsiyet	Kadın	166	46,1	Çalışılan Birim	Gişe	109	30,3
	Erkek	194	53,9		Operasyon	79	21,9
Yaş	25 yaş altı	23	6,4		Bireysel satış	65	18,1
	25-29 yaş	106	29,4		Kobi	48	13,3
	30-34	70	19,4		Ticari satış	19	5,3
	35-39	74	20,6		Dış (Saha) Satış	20	5,6
	40-44	52	14,4		Tarımsal	9	2,5
	45-49	22	6,1		Diğer	11	3,1
	50 yaş üzeri	13	3,6		Memur	55	15,3
Medeni Durum	Evli	184	51,1		ServisGör./GişeGör./Banko gör	77	21,4
	Bekar	172	47,8	Operasyon Gör.	52	14,4	
	Cevapsız	4	1,1	Gişe Yetkilisi/Şef	26	7,2	
Eğitim Durumu	Lise	12	3,3	Müşteri T/Satış Dnş./Portföy Yön.	61	16,9	
	Ön Lisans	45	12,5	Yetkili Yard/Yetkili	16	4,4	
	Lisans	240	66,7	Uzman yard./Uzman	18	5,0	
	Yüksek Lisans	59	16,4	Yönetmen yard./Yönetmen	29	8,1	
	Doktora	3	0,8	Müdür yard./Müdür	14	3,9	
	Cevapsız	1	0,3	Diğer	12	3,3	
Toplam İş Tecrübesi	1 yıldan az	43	11,9	Banka Mülkiyeti	Kamu	159	44,2
	1-5 yıl arası	107	29,7		Özel	201	55,8
	6-10 yıl arası	98	27,2	Yöneticilik Görevi	Evet	86	23,9
	11-15 yıl arası	58	16,1		Hayır	274	76,1
	16-20 yıl arası	33	9,2				
	20 yıldan fazla	17	4,7				
	Cevapsız	4	1,2				

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan banka çalışanlarının %46,1'i kadın; %53,9'u erkek ve araştırmaya katılan çalışanların ağırlıklı olarak 25-29, 30-34 ve 35-39 yaş aralıklarında olduğu; medeni durum açısından incelendiğinde ise evli çalışanların %51,1 bekar çalışanların ise %47,8'lik bir orana sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %66,7'sinin lisans mezunu oldukları; 1-5 ve 6-10 yıllık iş tecrübesine sahip olanların %56,9'luk bir orana denk geldiği; çalışanların ağırlıklı olarak gişede (%30,3); kurumdaki pozisyonları açısından değerlendirildiğinde ise %21,4'lük bir oranla, ağırlıklı olarak servis görevlisi/gişe görevlisi/banko görevlisi olarak çalıştıkları görülmektedir. Anketin uygulandığı bankaların mülkiyetleri incelendiğinde, araştırmanın uygulandığı bankaların daha çok (%55,8) özel banka olduğu; yöneticilik görevi açısından ise katılımcıların ağırlıklı olarak yönetici olmadıkları (%76,1) sonucuna ulaşılmaktadır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Güvenilirlik Bulguları

Ölçek güvenilirliğinin ölçülmesinde en sık kullanılan yöntem, iç tutarlılık analizidir (Altunışık vd., 2007). İç tutarlılığı ölçmede ise sosyal bilimlerde en yaygın olarak kullanılan güvenilirlik ölçütlerinden biri olan Cronbach alpha (alfa katsayısı) değeri dikkate alınmaktadır (Bonett ve Wright, 2015). Cronbach alpha değeri ölçüm araçlarında; maddelerin birbiriyle tutarlı olup olmadığını ve maddelerin söz konusu kavramı ölçüp ölçmediğini belirlemektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016).

Araştırma değişkenlerine ait Cronbach Alpha değerleri Tablo 2'deki gibidir

Tablo 2. Araştırma Değişkenlerinin Cronbach Alpha Değerleri

Araştırma Değişkenleri	Cronbach Alpha Değerleri
Ağ Kurma Davranışları (27 madde)	0,965
Duyusal Zekâ (16 madde)	0,945
Formalleşme (5 madde)	0,940
Öznel Kariyer Başarısı (5 madde)	0,971

Cronbach Alpha değerinin 0,7 ya da 0,8 olması genellikle yeterli bulunmaktadır. Bu değer 0,8'den yüksek olması çok iyi bir düzeye işaret etmektedir (Ursachi vd., 2015). Araştırma değişkenlerinin Cronbach Alpha değerlerinin $0,9 < \alpha < 1,00$ olması sebebiyle, bu değişkenlerin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

Keşfedici Faktör Analizleri

Keşfedici faktör analizi birbiriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren istatistiksel yöntemlerden biridir (Kalaycı, 2009). Bu analiz türünde araştırmacı, araştırma yaptığı konuyla ilgili olarak herhangi bir öngöründe bulunmadan değişkenler arasındaki muhtemel ilişkiyi ortaya çıkarmaktadır (Altunışık vd., 2007; Gürbüz ve Şahin, 2016).

Araştırmamız çerçevesinde belirlediğimiz değişkenlerin keşfedici faktör analizine ilişkin bulguları Tablo 3' te gösterilmiştir.

Tablo 3. Ölçeklerin Keşfedici Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Ağ Kurma Davranışı Ölçeği Döndürülmüş Faktör Matrisi	Faktör Yüklere			
	1	2	3	4
İç3: Şube müdürü/Bölge müdürünüzle ne sıklıkta öğle yemeğine gidersiniz?	0,623			
İç4: Ne sıklıkta başka birimlerde çalışan iş arkadaşlarınıza uğrayıp hal-hatır sorarsınız?	0,824			
T1: Ne sıklıkta toplum yararına olan bir projede yer alırsınız?	0,866			
T2:Ne sıklıkta toplum yararına olan sosyal faaliyetlerde yer alırsınız?	0,861			
T3: Ne sıklıkta sivil toplum kuruluşları, dernek/ kulüp ya da benzerlerinin toplantılarına katılırsınız?	0,821			
P1: Ne sıklıkta profesyonel anlamda seminer ya da bir çalıştayda aktif olarak yer alırsınız?	0,759			
P6: Ne sıklıkta profesyonel seminerlere ve/veya çalıştaylara katılırsınız?	0,718			
P7: Ne sıklıkta konferanslara ya da ticari fuarlara katılırsınız?	0,848			
P8:Ne sıklıkta işletme içi ve dışı toplantılara katılırsınız?	0,809			
I2: İş hayatınızda, kariyerinizde size yardımcı olan kişilere ne sıklıkta teşekkür notu gönderirsiniz ya da onlara hediye verirsiniz?		0,721		
I4: İş bağlantılarınızla iletişimi koparmamak adına onlara ne sıklıkta kart, gazete kütürü, fax ya da e-mail gönderirsiniz?		0,768		
I5: İş arkadaşlarınız dışındaki insanlarla ne sıklıkta öğle yemeğine çıkarsınız?		0,737		
S1: İşyerinizin sponsor olduğu bir açık hava etkinliğine ne sıklıkta katılırsınız?		0,567		
S2:İş arkadaşlarınızla olan sosyal buluşmalara ne sıklıkta katılırsınız?		0,578		
S3: İş saatleri dışında ne sıklıkta iş arkadaşlarınızla ailece buluşsunuz ya da pikniğe gidersiniz?		0,550		
S4: Üniversite arkadaşlarınızla ne sıklıkta bağlantı kurarsınız ya da görüşürsünüz?		0,786		
S5: İş arkadaşlarınızla ya da müşterilerinizle ne sıklıkta spor faaliyetleri gerçekleştirirsiniz?		0,783		
S6: İş yerinizde ne sıklıkta spordan konuşursunuz?		0,824		
S7: Ne sıklıkta iş yerinizin sosyal bir faaliyetine katılırsınız?		0,780		
P2: Ne sıklıkta konuşma yapmak üzere gelen davetleri kabul edersiniz?			0,721	
P3: Ne sıklıkta bir gazete, dergi ya da tv programına yorumcu olarak katılırsınız?			0,865	
P4: Ne sıklıkta bir topluluğa/gruba kurs ya da ders verirsiniz?			0,860	
P5: Ne sıklıkta kurum gazetesi, profesyonel bir dergi ve/veya sektörel (ticari) bir yayında makale yayınlarsınız?			0,869	
I1: İş bağlantılarınızı iletişimi koparmamak adına ne sıklıkta ararsınız?				0,639
I3: İnsanlara ne sıklıkta kartvizitinizi verirsiniz?				0,769
İç1: Dikkatleri üzerinize çekecek bir görevi ne sıklıkta kabul edersiniz?				0,698
İç2: Ne sıklıkta dikkatleri üzerinize çekecek bir iş ekibinde ya da komitede yer alırsınız?				0,608
KMO= 0,944; Toplam Açıklanan Varyans= % 77,306 Barlett Küresellik Testi Ki-Kare = 10904,203; Serbestlik derecesi (df)= 351; p= 0,000 Temel bileşenler analizi yapılmıştır.				
Duygusal Zekâ Anketi Döndürülmüş Faktör Matrisi				
5-Arkaadaşlarımın duygularını, onların davranışlarından her zaman anlarım	0,832			
6-Başkalarının duygularını anlama konusunda iyi bir gözlemciyimdir	0,895			
7-Başkalarının duyguları ve hislerine karşı duyarlıyım.	0,898			
8-Çevremdeki insanların duygularını anlama konusunda iyiyimdir.	0,869			
9-Her zaman kendime hedefler koyarım ve onlara ulaşmak için elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.		0,827		

10- Kendimi her zaman işimin ehli bir kişi olarak görürüm		0,837		
11- Kendi kendimi motive edebilen biriyimdir.		0,822		
12-Kendimi her zaman yapabileceğim en iyisini yapmak için cesaretlendiririm.		0,793		
13-Öfkemi kontrol edebilir ve zorlukların üstesinden rasyonel bir şekilde gelebilirim.			0,709	
14-Duygularımı kontrol etmede oldukça becerikliyimdir.			0,798	
15-Çok kızgın olduğum zamanlar çabucak sakinleşebilirim.			0,806	
16-Duygularımı kontrol etme konusunda oldukça iyiyimdir			0,795	
1-Neden bazı duygulara sahip olduğumun çoğunlukla farkındayımır.				0,805
2- Duygularımı anlama konusunda iyiyimdir				0,770
3- Hislerimin oldukça farkındayım.				0,784
4- Mutlu olup olmadığımı her zaman bilirim				0,777
KMO= 0,920; Toplam Açıklanan Varyans= % 83,100 Bartlett Küresellik Testi Ki-Kare = 5603,013 ; serbestlik derecesi (df)= 120; p= 0,000 Temel bileşenler analizi yapılmıştır.				
Formalleşme Anketi Faktör Matrisi (Component Matrix)				
1-İşimle ilgili hedefler ve amaçlar açık bir biçimde yazılı olarak belirtilmiştir.	0,909			
2-İşimle ilgili sorumluluklarım açık bir biçimde yazılı olarak belirtilmiştir.	0,930			
3-Bu işletmede performans değerlendirmesi yazılı standartlar üzerinden yapılır.	0,922			
4-İşimde bana rehberlik eden plan, program ve iş tanımları yazılı olarak bulunmaktadır.	0,903			
5-Görevlerim, yetkilerim ve sorumluluklarım; politikalar, prosedürler ve iş tanımları içerisinde yazılı olarak belirtilmiştir.	0,832			
KMO= 0,882; Toplam Açıklanan Varyans= % 80,982 Bartlett Küresellik Testi Ki-Kare = 1683,249 ; serbestlik derecesi (df)= 10; p= 0,000 Temel bileşenler analizi yapılmıştır.				
Öznel Kariyer Başarısı Faktör Matrisi (Component Matrix)				
1-Kariyerimde elde ettiğim başarılarımdan memnunum.	0,936			
2-Tüm kariyer hedeflerim düşündüğümde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum.	0,964			
3-Maddi kazanımlarıma ilişkin hedeflerim düşündüğümde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum.	0,948			
4-Atama ve/veya terfi hedeflerim düşündüğümde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum.	0,942			
5-Yeni beceriler geliştirme hedeflerim düşündüğümde kariyerimdeki ilerlemelerden memnunum	0,948			
KMO= 0,906; Toplam Açıklanan Varyans= % 89,745 Bartlett Küresellik Testi Ki-Kare = 2464,139 ; serbestlik derecesi (df)= 10; p= 0,000 Temel bileşenler analizi yapılmıştır.				

Faktör analizinin ilk aşamasında verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığı korelasyon matrisi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett testi ile anlaşılmaktadır (Kalaycı, 2009). KMO testi örneklem yeterliliğini ya da başka bir ifadeyle örneklem büyüklüğünün uygunluğunu ölçen bir testtir. 0,60 ve üzerinde olan KMO değerleri örneklem faktör analizi için yeterli olduğunu ifade etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo3'te ağ kurma davranışı ölçeği için KMO değerinin 0,944; duygusal zekâ ölçeği için KMO değerinin 0,920; formalleşme ölçeği için KMO değerinin 0,882 ve öznel kariyer başarısı ölçeği için KMO değerinin 0,906 olduğu görülmektedir. Çokluk vd. (2012)'e göre KMO değerinin; 0,60-0,70 olması zayıf; 0,70-0,80 olması orta; 0,80-0,90 olması iyi ve 0,90 üzerinde olması çok iyi bir düzeye işaret etmektedir (Çokluk vd., 2012). Bu bağlamda araştırmada kullanılan veri setinin faktör analizi için yeterli büyüklükte olduğu ifade edilebilir.

Bartlett Küresellik testinde ise korelasyon matrisinde yer alan tüm korelasyonların genel anlamlılıkları ölçülmektedir (Altunışık vd., 2007). Bartlett Küresellik Test sonucunun $p < 0,05$ olması, değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizinin yapılmasının uygun olduğunu ifade etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tablo 3'te yer alan Ki-Kare değerine ilişkin anlamlılık değeri $p = 0,00 < 0,05$ olduğundan değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğu ifade edilebilir.

Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre bir maddenin faktör yükünün minimum 0.32 olması gerekmektedir. Araştırmada kullanılan değişkenlerin faktör yükleri 0,5'in üzerinde yer almaktadır. Bu bağlamda ağ kurma davranışları ölçeğine ilişkin maddelerin faktör yükleri değerleri 0,550-0,869 arasında; duygusal zekâ ölçeğine ilişkin maddelerin faktör yükleri değerleri 0,709-0,898 arasında; formalleşme ölçeği maddelerinin faktör yükleri ise 0,832-0,930 arasında ve son olarak öznel kariyer başarısı faktör yükleri 0,936-0,964 arasındadır. Tablo 3 incelendiğinde ağ kurma davranışları için bazı maddelerin beklenen faktörlere yüklenmediği bu nedenle de elde

edilen keşfedici faktör analizi sonuçlarının alan yazına paralellik göstermediği görülmektedir. Bu çalışmada ana modelimiz olan ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişki ile duygusal zekâ ve formalleşmenin bu ilişkideki düzenleyici rolü araştırılırken, ağ kurma davranışları ölçeğinin ortalaması alınmıştır. Bu nedenle faktör yüklerinin alan yazına uygun bir şekilde ilgili faktörlere yüklenmemesi çalışmanın temel sonuçlarını etkilemeyecektir.

Wong ve Law (2002) ölçeği incelendiğinde duygusal zekânın 4 boyut ve 16 maddeden oluştuğu görülmektedir. Araştırmamız kapsamında gerçekleştirilen keşfedici faktör analizi sonucunda elde edilen toplam açıklanan varyans tablosuna göre de, duygusal zekâ 4 boyuttan oluşmakta ve alan yazına paralellik göstermektedir. Özdeğerleri 1'den büyük olan bu boyutların toplam varyansı açıklama oranı ise %83,100'dür.

Podsakoff ve MacKenzie (1994) 'nin geliştirmiş oldukları formalleşme ölçeği tek boyut ve 6 maddeden oluşmaktadır. Ancak "İşimle ilgili beni yönlendirecek ve bana rehberlik edecek yazılı kurallar bulunmamaktadır" ifadesi, hem Cronbach Alpha değerinin düşük olması hem de faktör analizi sonuçlarında farklı faktöre yüklenmesi sebebiyle ölçek maddeleri arasından çıkarılmıştır. Geriye kalan beş madde ise Podsakoff ve MacKenzie (1994) 'nin geliştirmiş olduğu ölçekle paralellik göstermektedir.

Tablo 3'te gösterilen faktör matrisi sonuçlarına göre öznel kariyer başarısı tek bir faktöre yüklenmiştir. Keşfedici faktör analizi sonuçlarının Greenhaus vd (1990) tarafından geliştirilen tek boyutlu ölçekle tutarlı olduğu söylenebilir.

Faktör analizi sonuçları bağlamında ölçeklerin toplam açıkladığı varyans değerleri incelendiğinde bu değerlerin %60'tan büyük olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda söz konusu değişkenlerin iyi ölçüldüğü ifade edilebilir (Büyüköztürk, 2002).

Korelasyon Analizi

Değişkenler arası ilişkinin yönünü ve gücünü/şiddetini ölçmek için kullanılan korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4.Korelasyon Katsayıları

	1	2	3	4
Ağ Kurma Davranışı	1			
Duygusal Zekâ	,202**	1		
Formalleşme	,045	,503**	1	
Öznel Kariyer Başarısı	,241**	,559**	,668**	1

**Korelasyon 0,01 seviyesinde anlamlıdır (çift kuyruklu).

Korelasyon analizi sonuçlarına göre formalleşme ve ağ kurma davranışı arasında anlamlı bir ilişki olmamakla birlikte, diğer değişkenler arası ilişkilerin istatistiksel olarak pozitif yönlü ve anlamlı olduğu görülmektedir. Gürbüz ve Şahin (2016)' e göre ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasında ilişki 0,0-0,3 arasında olduğundan bu iki değişken arasındaki ilişkinin zayıf olduğu ifade edilebilir.

Hipotez Testleri

Ağ Kurma Davranışının Öznel Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Regresyon analizi bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi değerlendirmeye izin veren bir dizi istatistiksel tekniği ifade eder (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu bağlamda H1 hipotezinin test edilmesi sürecinde basit regresyon analizinden faydalanılmıştır.

H1: Ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır.

Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 5'te özetlenmektedir.

Tablo 5.Basit Regresyon Modeline Ait Katsayılar

1	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	T	p değeri
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2,477	,160		15,479	,000
Ağ Kurma Dav.	,234	,050	,241	4,698	,000

Bağımlı değişken: Öznel kariyer başarısı, Bağımsız Değişken: Ağ Kurma Davranışı
R: ,241 ; R² : ,058; Düzeltilmiş R² : ,055

Tablo 5'e göre R değeri 0,241'dir. Bu değer, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin 0,241'e tekabül ettiğini göstermektedir. Söz konusu tabloda yer alan R² değerine (0,058) göre ise öznel kariyer

başarısındaki değişimin %5,8'i ağ kurma davranışı tarafından açıklanmaktadır. Tablo 5'te ayrıca p değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($p < 0,05$ olması sebebiyle).

Bu bilgiler doğrultusunda ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısı üzerinde düşük fakat anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu gerekçeyle "H1: Ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır" hipotezi desteklenmiştir.

Ağ Kurma Davranışları ile Öznel Kariyer Başarısı Arasındaki İlişkide Duygusal Zekânın Düzenleyici Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

H2: Duygusal zekâ, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi düzenler.

Söz konusu hipotezi test etmek ve düzenleyicilik ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6.Çoklu Regresyon Modeline Ait Katsayılar

1		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		
		B	Std. Hata	Beta	T	p değeri
	(Sabit)	3,157	,044		71,034	,000
	Zscore (ağ kurma dav. ort.)	,028	,054	,028	,527	,599
	Zscore (duygusal zekâ ort.)	,522	,045	,509	11,576	,000
	Moderator (duygusal zekâ)	,149	,042	,189	3,555	,000
Bağımlı değişken: Öznel kariyer başarısı, Bağımsız Değişken: Ağ Kurma Davranışı, Düzenleyici Değişken: Duygusal Zekâ R: ,594; R ² : ,353; Düzeltilmiş R ² : ,347						

Bağımlı değişken: Öznel kariyer başarısı, $p=0,05$ önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6'daki sonuçlar değerlendirildiğinde ağ kurma davranışı, duygusal zekâ ve öznel kariyer başarısı arasındaki çoklu ilişkiyi gösteren R değeri %59,4'tür. R² değeri ise öznel kariyer başarısındaki değişimin %35,4'lük kısmının ağ kurma davranışı ve duygusal zekâ tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

Bu sonuçların Tablo 6'da yer alan basit regresyon analizi sonuçlarına göre R, R² ve Düzeltilmiş R² değerlerinin (ilişkinin şiddeti ve açıklayıcılıklarının gücü bakımından), çok daha iyi olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda bireyin duygusal zekâsının yüksek olmasının, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi arttırdığı/güçlendirdiği yorumu yapılabilir. Söz konusu tabloda p değerinin 0,000 olduğu ve $p < 0,05$ olması sebebiyle istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Tablo 6'da ayrıca duygusal zekânın düzenleyici etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,000$; $p < 0,05$ olması sebebiyle). Bu doğrultuda duygusal zekâ düzenleyici değişkeninin ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkide düzenleyici bir rol oynadığı söylenebilir.

Ağ Kurma Davranışları ile Öznel Kariyer Başarısı Arasındaki İlişkide Formalleşmenin Düzenleyici Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

H3: Formalleşme, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi düzenler.

H3 hipotezini test etmek ve düzenleyicilik ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir:

Tablo 7.Çoklu Regresyon Modeline Ait Katsayılar

1		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		
		B	Std. Hata	Beta	T	p değeri
	(Sabit)	3,169	,039		81,513	,000
	Zscore (ağ dav.ort.)	,061	,049	,060	1,249	,212
	Zscore (formalleşme ort.)	,624	,044	,609	14,282	,000
	Moderator (formalleşme)	,122	,043	,149	2,812	,005
Bağımlı değişken: Öznel kariyer başarısı, Bağımsız Değişken: Ağ Kurma Davranışı, Düzenleyici Değişken: Formalleşme R: ,707; R ² : ,500; Düzeltilmiş R ² : ,496						

Bağımlı değişken: Öznel kariyer başarısı= $p=0,05$ önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 7’de yer alan sonuçlar değerlendirildiğinde ağ kurma davranışı, formalleşme ve öznel kariyer başarısı arasındaki çoklu ilişkiyi gösteren R değerinin 0.707 olduğu görülmektedir. Söz konusu tabloda yer alan R² değerinin ise öznel kariyer başarısındaki değişimin %50’lik kısmının ağ kurma davranışı ve formalleşme tarafından açıklandığını ifade etmektedir.

Tablo 5’te yer alan basit regresyon analizi sonuçları ile karşılaştırıldığında R, R² ve Düzeltilmiş R² değerlerinin (ilişkinin şiddeti ve açıklayıcılıklarının gücü bakımından), çok daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda örgütün formalleşme düzeyinin yüksek olması, banka çalışanlarının ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkisini önemli ölçüde arttırdığı/güçlendirdiği yorumu yapılabilir.

Tablo 7’de p değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ olduğu için modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca ilgili tabloda formalleşmenin düzenleyici etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,005$; $p < 0,05$ olması sebebiyle) bu doğrultuda formalleşme düzenleyici değişkeninin ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkide anlamlı bir düzenleyici rolü olduğu söylenebilir.

Bu bilgiler ışığında “H3: Formalleşme, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi düzenler” hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmanın Hipotez Sonuçları

Gerçekleştirilen analizler sonucunda ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısı üzerinde pozitif yönde etkisi olduğuna yönelik H1 hipotezi; ayrıca duygusal zekânın ve formalleşmenin, ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkiyi düzenlediklerine dair H2 ve H3 hipotezleri desteklenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkide formalleşme ve duygusal zekânın düzenleyici rolü araştırılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle ağ kurma davranışlarının ve alt boyutlarının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisi, sonrasında ise düzenleyici değişkenlerin bu ilişkide herhangi bir rolü olup olmadığı araştırılmış, hipotezler de bu ilişkileri test etmek amacıyla geliştirilmiştir.

Ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin varlığı çok çeşitli araştırmalarla ortaya konmuş (Langford, 2000; Bozionelos, 2003; Forret ve Dougherty, 2004; Wolff ve Moser, 2009; Blicke vd., 2009) ve hatta bazı araştırmalara göre ağ kurma davranışı, bir çeşit kariyer yönetim stratejisi olarak bile adlandırılmıştır (Forret ve Dougherty, 2001). Her ne kadar ağ kurma davranışı ile öznel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin varlığı pek çok araştırmayla ortaya konulmuş olsa da araştırmamızda söz konusu ilişkinin Tablo 5’te görüldüğü üzere anlamlı fakat zayıf çıktığı (R:0,241) modelin açıklayıcılığının da yine düşük olduğu (R²:0,058) görülmüştür. Bu durumun gerekçeleri şöyle ifade edilebilir:

- Kariyer başarısı değişkenini etkileyen birçok faktörün söz konusu olması (Ng vd., 2005) sebebiyle spesifik bir davranış özelliği olan ağ kurma davranışı öznel kariyer başarısı üzerindeki etkiyi açıklamada yeterli olmayabilir.
- Araştırmada uygulanan ölçek (Forret ve Dougherty, 2001) daha çok Batı kültürüne uygun bir şekilde tasarlanmış ve bireyci bir yaklaşım sergileyen bir kültür içerisinde oluşturulup geliştirilmiştir. Bu nedenle de özellikle Türk toplumu gibi güç mesafesinin yüksek olduğu kolektivist toplumlarda, bireylerin ağ kurma davranışına yaklaşımları farklı olabilir. Bu durum da ağ kurma rahatlığını etkileyebilir.
- Ağ kurma davranışları ölçeğinin 20 sene önce geliştirilmiş olması ve son 20 yılda hem sosyal düzende hem de iş dünyasında bireylerin sosyalleşme, ilişki kurma ve geliştirme, görünürlüklerini artırma ve çeşitli profesyonel ya da toplumsal faaliyetlere katılma süreci büyük bir değişim yaşamıştır. Bu nedenlerle de Forret ve Dougherty (2001)’nin geliştirdikleri ölçek sosyalleşmenin son dönemde geliştirmiş olduğu yeni boyutları dikkate almadığından ağ kurma davranışlarını ölçmede yetersiz kalmış olabilir.
- Araştırmamızda duygusal zekâ ve formalleşmenin düzenleyicilik etkisinin araştırılma sürecinde ağ kurma davranışı ve öznel kariyer başarısı arasındaki etkinin ortaya konduğu doğrusal regresyon analizi (Tablo 5) ile düzenleyici değişkenlerin incelendiği analiz sonuçları karşılaştırıldığında (Tablo 6 ve Tablo 7) R ve R² değerinde önemli ölçüde bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum da ağ kurma davranışının öznel kariyer başarısını etkileme sürecinde çeşitli düzenleyici değişkenlerin varlığının bu ilişkinin şiddetini arttırabileceği şeklinde yorumlanabilir.
- Bu çalışmada, Forret ve Dougherty (2001) tarafından geliştirilen ağ kurma davranışları ölçeğine sadık kalmamız sebebiyle örgüt içi ve örgüt dışı ağ kurma davranışları şeklinde bir ayrıma gidilmemiştir. Podolny ve Baron (1997) ile Wolff ve Moser (2009)’e göre örgüt dışında gerçekleştirilen ağ kurma

davranışları, örgüt içinde gerçekleştirilen ağ kurma davranışlarına oranla daha düşük düzeyde öznel kariyer başarısına neden olmakta ve hatta öznel kariyer başarısını olumsuz olarak bile etkileyebilmektedir.

Ağ Kurma Davranışının Öznel Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisinde Duygusal Zekânın ve Formalleşmenin Düzenleyici Rolü

Araştırmamızda duygusal zekânın, ağ kurma davranışları ile öznel kariyer başarısı arasındaki düzenleyicilik etkisini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen istatistiksel analizler sonucunda düzenleyicilik ilişkisinin anlamlı olduğu ortaya çıkmış ve $R=0,594$; R^2 değeri ise $0,353$ şeklinde bulunmuştur. Ağ kurma davranışlarının öznel kariyer başarısı üzerindeki etkisinin incelendiği doğrusal regresyon analizleri sonuçlarına göre (Tablo 5); duygusal zekânın düzenleyici değişken olarak modele dahil edilmesinin, ilişkinin gücü ve açıklayıcılığını arttırdığı gözlemlenmektedir (Tablo 6). Bu sonuca bağlı olarak bireylerdeki duygusal zekâ yoğunluğunun, ağ kurma davranışlarını daha büyük bir farkındalık, beceri ve bilinçle gerçekleştirmelerine bu durumun da daha yüksek oranda öznel kariyer başarısına ulaşılmasına olanak sağladığı söylenebilir.

Tablo 5 incelendiğinde ağ kurma davranışı ile kariyer başarısı arasındaki ilişkinin $R=0,241$ ve modelin açıklayıcılığının $R^2: 0,058$ olduğu gözlemlenmektedir. Tablo 7’de ise formalleşmenin düzenleyici bir değişken olarak analize dahil edilmesiyle $R=0,707$; $R^2:0,500$ olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda formalleşme düzeyi yüksek örgütlerde ağ kurma davranışının daha yüksek miktarda öznel kariyer başarısına olanak sağladığı söylenebilir.

Tablo 7 ($R:0,707$; $R^2:0,500$) ile Tablo 6 ($R: 0,594$, $R^2:0,353$) değerleri karşılaştırıldığında formalleşmenin duygusal zekâyâ oranla çok daha yüksek miktarda öznel kariyer başarısına olanak sağladığı ve modelin açıklayıcılığının çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun nedenleri şöyle izah edilebilir:

Örgütteki tüm işleyişlerin kurallar aracılığıyla yapıldığı, çatışmaların az, koordinasyonun yüksek olduğu belirgin bir ortamda, çalışanlar örgüt içerisindeki rollerini net bir şekilde anlamakta; görev, yetki, roller, iş tanımları vb unsurlardaki açıklık, çalışanların ağ kurma davranışını daha rahat bir şekilde gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır. Bu davranışlar da daha yüksek miktarda öznel kariyer başarısı çıktısı elde edilmesine ortam yaratabilir. Ayrıca örgüt yapısı unsurlarının tüm örgüt çalışanlarını etkilediği (etkilenen herkesin aynı davranışı göstermesi beklenmese de) oysaki duygusal zekânın bireysel bir özellik olması sebebiyle bu özelliğe sahip bireyleri etkilemesi sebebiyle, örgütün formalleşme düzeyinin yüksek olmasının ağ kurma davranışını etkileyerek daha yüksek düzeyde öznel kariyer başarısına olanak sağlayabileceği söylenebilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Ağ kurma davranışları konusunun ortaya çıkışı ve popülerleşmesi ilk olarak Batı kültürlerinde söz konusu olmuştur. Fakat ülkemizde bu konuda sınırlı sayıda çalışmanın olması, bu konunun kültürel bağlamdaki etkilerini anlamada yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle ülkemizde ağ kurma davranışları konusuyula ilgili yeni araştırmalara ihtiyaç vardır. Ağ kurma davranışları konusunun başka kültürlerde araştırılması, etkilerinin ve öneminin ortaya konması hem teorik altyapıya katkı sağlayacak hem de kültürler arası karşılaştırmaya olanak sağlayacaktır.

Çalışmamızda ağ kurma davranışları bankacılık sektöründe incelenmiş ve çalışanların öznel kariyer başarısı, duygusal zekâ düzeyleri ve çalıştıkları kurumların formalleşme düzeyleri gibi konulara odaklanılmıştır. Ağ kurma davranışını çeşitli değişkenlerle ilişkilendiren bu vb çalışmalar başka sektörlerde (özellikle de çalışanların inisiyatif alma düzeylerinin yüksek olduğu sektörler) de uygulanabilir ve başka bireysel, örgütsel ya da çevresel unsurların ağ kurma davranışı ile ilişkileri, etkileri, öncülleri ya da ardılları araştırılabilir ve elde edilen sonuçlarla alan yazına önemli katkılar sağlanabilir.

Bu çalışmada kariyer başarısı unsurlarından sübjektif (öznel) kariyer başarısına odaklanılmıştır. Gelecekteki araştırmalarda objektif kariyer başarısı unsurları da (ücret, terfi ve statü) modele dahil edilip sonuçlar bu kapsamda değerlendirilebilir. Ayrıca bundan sonraki araştırmalarda örgüt içi-örgüt dışı ağ davranışları ya da kariyer temelli ya da topluluk temelli ağ kurma davranışı çeşitlerine bağlı olarak çalışmalar yapılabilir.

Uygulamaya Yönelik Öneriler

Ağ kurma davranışlarının gerçekleştirilmeleri sürecinde çalışanlara olduğu kadar yöneticilere de çok önemli görevler düşmektedir. Hem çalışanların iş ve kariyer çıktıları, hem de örgüt başarısı için yöneticilerin bu tür davranışları teşvik etmesi ve örgüt politikalarının da bu tür davranışlara fırsat vermesi önemlidir.

Ağ kurma davranışı yalnızca uzun vadeli çıktılar elde edilmesini değil ayrıca kısa vadeli bilgi, kaynak vb unsurlara ulaşılmasını da kolaylaştırabilir. Ağ kurma davranışının (örgüt içi ya da örgüt dışı) gerçekleştirildiği kişiler aracılığıyla elde edilen bilgiler, hem bireylerin işlerini daha iyi yapmalarına olanak tanır hem de örgütteki

diğer bireylerle de paylaşılabilirliği durumunda örgüt başarısına katkıda bulunur. Bu gerekçelerle bireylerin ağ kurma davranışları desteklenebilir, bu tür davranışların yaygınlaşması için teşvik programları kullanılabilir ve bireylerin elde ettiği bilgiler bu doğrultuda paylaşılabilir. Ağ kurma davranışının desteklendiği örgütlerde çalışanlar kendilerini önemli ve değerli hisseder bu durum daha yüksek kariyer çıktılarına olanak sağlayabilir. Ağ kurma davranışının sağlayabileceği faydalar konusunda farkındalıkları olan çalışanlar ise bu hedeflere ulaşmak için örgütlerinde daha aktif görevler üstlenebilir, örgüt içindeki görünürlüklerini arttırabilirler.

Araştırma Adana Bölgesinde faaliyet gösteren kamu ve özel bankalarda çalışan 360 adet katılımcıdan sağlanan veri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın beraberinde getirdiği bazı sınırlılıklar söz konusudur. Bunlar öncelikle araştırma sonuçlarının veri toplama zamanı ve veri toplama alanı ile sınırlı olması ve zaman periyodu olarak kesitsel zaman aralığında verilerin toplanmasıdır. Bunların yanı sıra araştırmanın kesitsel bir araştırma olması sebebiyle nedensellik ile ilgili güçlü sonuçların alınmasının önünde bazı engeller söz konusudur. Nedensellik ilişkisinin netleştirilmesi amacıyla yeni çalışmalarda boylamsal çalışmalara başvurulması bu sorunun çözümüne önemli katkılarda bulunabilir.

Araştırma modelinin oluşturulma sürecinde kuramsal bilgilerden destek alınmıştır fakat söz konusu model henüz başka bir çalışmada kullanılmamıştır. Bu nedenle modelin, deneysel olarak tekrarlanma ihtiyacı söz konusudur. Bu gerekçelerle araştırma sonuçlarının belirlenen örnekleme sınırlı olduğu söylenebilir. Ek olarak çalışmada incelenen değişkenler; uygulanan ölçüm araçlarının güvenilirlik ve geçerlik boyutlarıyla sınırlıdır. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmaların tamamen deneysel temellere oturtulamamasından kaynaklanan sınırlılık, bu çalışma kapsamında da geçerlidir.

Son olarak çalışmada kullanılan ölçekler farklı bir kültürde geliştirilmiştir. Bu nedenle ölçeğin Türk kültürü ile uyum sorunu söz konusu olabilir. Ayrıca ağ kurma davranışı ölçeğinin 20 sene önce hazırlanmış olması özellikle de son 20 yılda dünya genelinde yaşanan küresel ve teknolojik gelişimi yakalayamaması durumuna neden olabilir. Bu nedenle araştırmanın diğer bir sınırlılığı da kullanılan ölçek ve bu ölçeğin yarattığı problemler ile ilgili olabilir.

KAYNAKLAR

- Abdollahi, A., Hosseinian, I. S., Panahipour, I. H., Najafi, I. M., & Soheili, I. F. (2019). Emotional intelligence as a moderator between perfectionism and happiness. *School Psychology International, 40* (1), 88–103. <https://doi.org/10.1177/0143034318807959>
- Adihardja, H.S & Hendarsjah, H. (2020). Analysis of the relationship between personal competencies and individual work performance with job specialization, formalization, and centralization as moderators. *The Asian Journal of Technology Management, 13*(3), 243-256. <http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2020.13.3.5>
- Adler, P. S., & Borys, B. (1996). Two types of bureaucracy: Enabling and coercive *Administrative Science Quarterly, 41*(1), 61-89. <https://doi.org/10.2307/2393986>
- Alan, H. & Sözen, H.C. (2017). Biçimsel ve Biçimsel Olmayan Sosyal Ağların Sosyal Sermaye Edinimindeki Rolü: Kadın Yönetim Kurulu Üyeleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 9*(1), 339-361. <https://doi.org/10.20491/isarder.2017.248>
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya Yayıncılık.
- Apaydın, F (2008). Kurumsallaşmanın küçük ve orta ölçekli işletmelerin performansına etkileri. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 4*(7). 121-145.
- Arthur, M. B., & Rousseau, D. M. (1996). *The boundaryless career: A new employment principle for a new organizational era*. Oxford: Oxford University Press.
- Aslam, U., İlyas, M., İmran, M. K., & Rahman, U. U. (2016). Intelligence and its impact on managerial effectiveness and career success (evidence from insurance sector of Pakistan. *Journal of Management Development, 35*(4), 505-516. <https://doi.org/10.1108/JMD-10-2015-0153>

- Avcı, U., & Turunç, Ö. (2012). Dönüşümcü liderlik ve örgüte güvenin kariyer memnuniyetine etkisi: Lider-üye etkileşiminin aracılık rolü. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(2), 45-55.
- Avci, N. (2020). The effects of professional competency and workplace social networking on hotel employees' career success, *Anatolia*, 31(4),651-661. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1816187>
- Aydoğdu, A. (2013). *Örgüt yapısının inovasyon ve örgüt kültürüne etkisi ve bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Aydoğmuş, C. (2019). Millennial knowledge workers: The roles of protean career attitudes and psychological empowerment on the relationship between emotional intelligence and subjective career success. *Career Development International*, 24(4), 297-314. <https://doi.org/10.1108/CDI-06-2018-0165>
- Bar-On, R. (2010). Emotional intelligence: An integral part of positive psychology. *South African Journal of Psychology*, 40(1), 54-62. <https://doi.org/10.1177/008124631004000106>
- Bar-On, R., Tranel, D., Denburg, N.L., & Bechara, A. (2003). Exploring the neurological substrate of emotional and social intelligence brain. *Brain: A Journal of Neurology*, 126 (8), 1790-1800. <https://doi.org/10.1093/brain/awg177>
- Bilkay, S. (2020). Pozitif psikolojik sermayenin çalışanların ilişki ağı kurma yeteneği üzerindeki etkisinde Nomofobinin düzenleyici rolü: Havacılık sektöründe bir araştırma [Doktora Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi].
- Blickle, G., Witzki, A. H., & Schneider, P.B. (2009). Mentoring support and power: a three year predictive field study on protege networking and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 74,181–189. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2008.12.008>
- Bodrogi, B., Bereczkei, T., & Deak, A. (2020). Be aware, make it clear, and take the lead: Emotion regulation difficulties and emotional intelligence as moderators of cognitive reappraisal. *Current Psychology*, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01182-5>
- Bonett, D.G., & Wright, T.A. (2015). Cronbach's alpha reliability: Interval estimation hypothesis testing and sample size planning. *Journal of Organizational Behavior*, 36, 3-15. <https://doi.org/10.1002/job.1960>
- Bozionelos, N. (2003). Intra-organizational network resources: Relation to career success and personality. *The International Journal of Organizational Analysis*,11(1), 41-66. <https://doi.org/10.1108/eb028962>
- Boz Semerci, A., & Ergeneli,H.A. (2018). İşe İlişkin Öz-Yeterlilik Algısının Ağ Kurma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Cinsiyete Dayalı Bir Değerlendirme. 6. *Örgütsel Davranış Kongresi*, Isparta, Türkiye.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(4), 470-483.
- Casciaro, T., Gino, F., & Kouchaki, M. (2016). Learn to love networking. Even people who find it repugnant can do it effectively. *Harvard Business Review*, 94(5),104–107.
- Chen, S. C., & Chen, C. F. (2018). Antecedents and consequences of nurses' burnout, leadership effectiveness and emotional intelligence as moderators. *Management Decision*, 56(4), 777-792. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2016-0694>
- Child, J. (1972). Organization structure and strategies of control: A replication of the aston study. *Administrative Science Quarterly*, 17(2), 163-177. <https://doi.org/10.2307/2393951>

- Çakar, U., & Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zeka ilişkisi ve duygusal zeka. *Dokuz Eylül Üni, SBE*, 6(3), 23-48.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: Spss ve Lisrel uygulamaları*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Danish, R., Ramzan, S., & Ahmad, F. (2015). Effect of formalization on organizational commitment interactional role of self-monitoring in the service sector. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(4), 229-235.
- De Vos, A., Clippeleer, I. D., & Dewilde, T. (2009). Proactive career behaviours and career success during the early career. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 761-777. <https://doi.org/10.1348/096317909X471013>
- Doğan, S., & Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: Tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 231-252.
- Ehido, A., Ibeabuchi, C., & Halim, B. A. (2019). Networking and women academics' career success in the Malaysian research universities. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 9(12), 940-960. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v9-i12/6833>
- Ellul, J. (1964). *The technological society*. Knopf
- Erkutlu, H. & Chafra, J. (2012). The impact of team empowerment on proactivity. *Journal of Health Organization and Management*, 26(5), 560 – 577. <https://doi.org/10.1108/14777261211256918>
- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: Differences for men and women?. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 419-437. <https://doi.org/10.1002/job.253>
- Forret, N. L., & Dougherty, T. W. (2001). Correlates of networking behaviour for managerial and professional employees. *Group and Organisation Management*, 26(3), 283-311. <https://doi.org/10.1177/1059601101263004>
- Gardner, H. (1983). *Frames of mind*. Basic Books.
- Gattiker, U. E., & Larwood, L. (1986). Subjective career success: A study of managers and support personnel. *Journal of Business and Psychology*, 1(2), 78-94. <https://doi.org/10.1007/BF01018805>
- Gibson, C., Hardy, J. H., & Buckley M. R. (2014). Understanding the role of networking in organizations. *Career Development International*, 19(2), 146-161. <https://doi.org/10.1108/CDI-09-2013-0111>
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. Bantam Books.
- Goleman, D. (2006). *Social intelligence: The new science of human relationships*. Bantam Books.
- Gould, S., & Penley, L. E. (1984). Career strategies and salary progression: A study of their relationships in a municipal bureaucracy. *Organization Behavior and Human Performance*, 34, 244-265. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(84\)90006-0](https://doi.org/10.1016/0030-5073(84)90006-0)
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S., & Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experiences, job performance evaluations, and career outcomes. *Academy of Management Journal*, 33(1), 64-86. <https://doi.org/10.2307/256352>

- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Hall D. T. (2004). The protean career: A quarter-century journey. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.006>
- Hall, D. T., Lee, M. D., Kossek, E. E., & Heras, M. L. (2012). Pursuing career success while sustaining personal and family well-being: A study of reduced-load professionals over time. *Journal of Social Issues*, 68(4), 742-766. <https://doi.org/10.1002/job.270>
- Hall, R.H., Johnson, N.J., & Haas, E. (1967). Organizational size, complexity, and formalization. *American Sociological Review*, 32(6), 903-912.
- Heslin, P. (2005). Conceptualizing and evaluating career success. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 113-136. <https://doi.org/10.1002/job.270>
- Jong, J. (2019). Racial diversity and task performance: The roles of formalization and goal setting in government organizations. *Public Personnel Management*, 48(4),493–512. <https://doi.org/10.1177/0091026019826157>
- Jordan, P. J., Ashkanasy, N. M., & Hartel, C. E. J. (2002). Emotional intelligence as a moderator of emotional and behavioral reactions to job insecurity. *The Academy of Management Review*, 27(3), 361-372. <https://doi.org/10.5465/amr.2002.7389905>
- Judge, T., Cable, D., Boudreau, J. & Bretz, R. (1995). An empirical investigation of the predictors of executive career success. *Personnel Psychology*, 48,485-519. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01767.x>
- Judge, T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C.J., & Barrick, M. R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel Psychology*, 52, 621–651. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1999.tb00174.x>
- Kaifi, B. A., & Noori, S. A. (2010). Organizational management: A study on middle managers, gender, and emotional intelligence levels. *Journal of Business Studies Quarterly*, 1(3), 13-23. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1627835>
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım
- Kim, H., & Qu, H. (2019). Employees' burnout and emotional intelligence as mediator and moderator in the negative spiral of incivility. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(3), 1412–1431. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2017-0794>
- Koçel, T. (1999). *İşletme yöneticiliği*. 7. Baskı, Beta Basım Yayım.
- Kuwabara, K., Hildebrand, C. A., & Zou, X. (2018). Lay theories of networking: How lay people's beliefs about networks affect their attitudes toward and engagement in instrumental networking. *Academy of Management Review*, 43(1), 50–64. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0076>
- Langford, P. H. (2000). Importance of relationship management for the career success of Australian managers. *Australian Journal of Psychology*, 52, 163–168. <https://doi.org/10.1080/00049530008255384>
- Lopes, P. N., Salovey, P., & Straus, R. (2004). Emotional intelligence, personality, and the perceived quality of social relationships. *Personality and Individual Differences*, 35, 641–658. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00242-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00242-8)

- Mac Callum, R.C., Widaman, K.F., Preacher, K.J., & Hong, S. (2001). Sample size in factor analysis: The role of model error. *Multivariate Behavioral Research*, 36(4), 611–637. https://doi.org/10.1207/S15327906MBR3604_06
- Mahon, E. G., Taylor, N., & Boyatzis, R. E. (2014). Antecedents of organizational engagement: Exploring vision, mood and perceived organizational support with emotional intelligence as a moderator. *Frontiers in Psychology*, 5(1322), 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.01322>
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1993). The intelligence of emotional intelligence. *Intelligence*, 17, 433-442. [https://doi.org/10.1016/0160-2896\(93\)90010-3](https://doi.org/10.1016/0160-2896(93)90010-3)
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2000). Models of emotional intelligence. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of intelligence* (pp. 396–420). Cambridge University Press.
- Mc Callum, S.Y., & Forret, M. (2008). *An examination of internal and external networking behaviors and their relationship to career success and work attitudes* [Doctoral Thesis, St. Ambrose University].
- Mendoza, H. J. B., & Hontiveros, E. P. (2017). Academic achievement, emotional intelligence and fluid intelligence as predictors of intrinsic career success of graduate students: Basis for career development program. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 6 (1), 9-20.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- Michael, J., & Yukl, G. (1993). Managerial level and subunit function as determinants of networking behavior in organizations. *Group and Organization Management*, 18, 328–351. <https://doi.org/10.1177/10596011931830>
- Ng, T., Eby, L. & Sorensen, K., & Feldman, D. (2005). Predictors of objective and subjective career success: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 58 (2), 367- 408. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2005.00515.x>
- Oltra, M.J., Flor, M. L. & Alfaro, J. A. (2018). Open innovation and firm performance: The role of organizational mechanisms. *Business Process Management Journal*, 24(3), 814-836. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-05-2016-0098>
- Onamusi, A.B. (2021). Entry mode strategy and firm performance in emerging economy: moderating role of organisational structure and environmental turbulence. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 26(2), 47-54. DOI:10.7595/management.fon.2021.0012
- Orville. C., Walker Jr. (1996). The adaptability of network organizations: Some unexplored questions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(1), 75-82. <https://doi.org/10.1177/0092070397251008>
- Parker, P., & Arthur, M. B. (2000). Careers, organising and community. In M. Peiperl, M. B. Arthur, R. Goffee, & T. Morris (Eds.), *Career frontiers: New conceptions of working lives* (pp. 99-121). Oxford University Press.
- Petrides, K. V. (2010). Trait emotional intelligence theory. *Industrial and Organizational Psychology*, 3, 136–139.
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2000). On the dimensional structure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 29, 313-320.
- Pfeiffer, S. I. (2001). Emotional intelligence: Popular but elusive construct. *Roeper Review*, 23(3), 138-142.

- Podolny, J. M., & Baron, J. N. (1997). Resources and relationships: Social networks and mobility in the workplace. *American Sociological Review*, 62(5),673-693.
- Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (1994). An examination of the psychometric properties and nomological validity of some revised and reduced substitutes for leadership scales. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 706-710.
- Polat, İ. (2022). *Kişilerarası güven duygusunun melek yatırımcılık eğilimi üzerine etkisi: Türkiye iş kuluçkalarındaki Networking faaliyetlerinin aracı rolü* [Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Poon, J.M.L. (2004). Career commitment and career success: Moderating role of emotion perception. *Career Development International*, 9(4), 374-390.
- Pradhan, S., & Jena, L.K. (2018). Emotional intelligence as a moderator in abusive supervision-intention to quit relationship among Indian healthcare professionals. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(1),35-49.
- Pugh, D. S., Hickson, D. J., Hinings, C. R., & Turner, C. (1968). Dimensions of organization structure. *Administrative Science Quarterly*, 13(1), 65-105.
- Rasdi, R. M., Garavan, T. M., & Ismail, M. (2013). Networking behaviours and managers' career success in the Malaysian public service: the moderating effect of gender. *Personnel Review*, 42(6), 684-703.
- Saeedi, N., Pazwari, M. H., Masouleh, S. A., & Mousavian, S. I. (2012). Studying the influence of emotional intelligence on career success. *Journal of Basic Applied Scientific Research*, 2(12),12255-12260.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185-211.
- Seyhan, M. (2020). *Kişisel gelişim eğilimi ve ağ kurma davranışının ilişkisel sermaye üzerine etkisinde demografik özelliklerin düzenleyici rolü* [Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi].
- Shabsough, T. (2021). Kalıp yargılar ile kariyerde yapışkan zemin arasındaki ilişkide sosyal ağ kurma ve aile-iş çatışmasının düzenleyici aracı etkisi: Türkiye Ve Ürdün'de çalışan kadınlar üzerinde bir araştırma [Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi].
- Srikanth, P. B., & Israel, D. (2012). Career commitment & career success: Mediating role of career satisfaction. *Indian Journal of Industrial Relations*, 48(1), 137-149.
- Sullivan, S. E. (1999). The changing nature of careers: A review and research agenda. *Journal of Management*, 25(3),457-484. <https://doi.org/10.1177/014920639902500308>
- Sultana, R., & Aldehayyat, J. (2018). Career commitment: A mediating link between emotional intelligence and career success. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4), 484-490. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.28.22636>
- Şen, E. (2017). *Kurumsallaşma ve kurumsal yönetim*. Beta Basım Yayın.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th edition). Pearson.
- Tagiya, M., Sinha, S., & Chakrabarty, A. (2019). Emotional intelligence of mid-level service manager on career success: An exploratory study. Proceedings of 5th International Conference on Computer & Management Skills (ICCM).

- Thompson, J. A. (2005). Proactive personality and job performance: A social capital perspective. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 1011-1017. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.5.1011>
- Thorndike, R. L., & Stein, S. (1937). An evaluation of the attempts to measure social intelligence, *Psychological Bulletin*, 34, 275–284. <https://doi.org/10.1037/h0053850>
- Urquijo, I., Extremera, N., & Azanza, G. (2019). The contribution of emotional intelligence to career success: Beyond personality traits. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(4809), 1-13. <https://doi.org/10.3390/ijerph16234809>
- Ursachi, G., Horodnic, I.A., & Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20, 679-686.
- Van Buren, H. J., & Hood, J. N. (2011). Building student competency to develop power and influence through social capital. *Journal of Management Education*, 35, 648-678. <https://doi.org/10.1177/1052562910369554>
- Van Hoye, G., Van Hoof, E. A. J., & Lievens, F. (2009). Networking as a job search behaviour: A social network perspective. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 661-682. <https://doi.org/10.1348/096317908X360675>
- Vibhor, J., Smrita, J., & Prachi, R. (2020). An Analysis for role of emotional intelligence in career success in commercial banks of India. *Revista Espacios*, 41(05), 1-10.
- Wallace, J. E. (1995). Organizational and professional commitment in professional and nonprofessional organizations, *Administrative Science Quarterly*, 40(2), 228-255. <https://doi.org/10.2307/2393637>
- Wanberg, C. R., Kanfer, R., & Banas, J. T. (2000). Predictors and outcomes of networking intensity among unemployed job seekers. *Journal of Applied Psychology*, 85(4), 491-503. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.4.491>
- Warrier, U., Shankar, A., & Belal, H. M. (2021). *Examining the role of emotional intelligence as a moderator for virtual communication and decision making effectiveness during the Covid-19 crisis: Revisiting task technology fit theory*. *Annals of Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04216-8>
- Wok, S. & Hashim, J. (2017). Communication power as a mediator on networking and career success: A structural equation modeling approach. *Communications of IBIMA*, 2017, 1-14. <https://doi.org/10.5171/2017.424146>
- Wolff, H. G., & Moser, K. (2006). Entwicklung und validierung einer networkingskala (Development and validation of a networking scale). *Diagnostica*, 52, 161–180. <https://doi.org/10.1026/0012-1924.52.4.161>
- Wolff, H. G., & Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 196-206. <https://doi.org/10.1037/a0013350>
- Wong, C. S., & Law, S. L. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The Leadership Quarterly*, 13, 243–274. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(02\)00099-1](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00099-1)
- Yahyagil, M.Y. (2022). The Association Between Work Values, Networking Behavior and Quality of Work Life. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 623-640.

Yazıcıoğlu, İ., & Koç, H. (2009). Aile işletmelerinin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 497-507.

Zainal, S. R. M., Nasurdin, A. M., & Hoo, Q.C. (2011). The role of emotional intelligence towards the career success of hotel managers in the northern states of Malaysia. *2nd International Conference on Economics Business and Management*, 22, 123-128.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın hazırlanmasında tüm yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

Teşekkür

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde desteği olan BAP birimine teşekkürlerimi sunuyorum.

J. S. BACH, H. I. F. VON BİBER, G. P. TELEMANN VE J. PACHELBEL'İN SEÇİLMİŞ SOLO KEMAN ESERLERİNİN İNCELENMESİ¹

Nurperi YÜCESOY AKAN²

Makale Bilgisi

DOI: cusosbil.1294875

Makale Geçmişi:

Geliş 09.05.2023

Kabul 13.07.2023

Anahtar Kelimeler:

Barok Dönem,

Barok Müzik,

Barok Bestecileri,

Keman,

Solo Keman.

ÖZ

Barok dönem 17. yy. ve 18.yy'ın ikinci yarısını kapsamaktadır. Başlangıcı yaklaşık olarak 1600'ler, sona erme tarihi ise Johann Sebastian Bach'ın ölüm tarihi olan 1750 olarak bilinmektedir. Barok dönemde çalgı müziği çok büyük ilerlemeler göstermiş, solo enstrümanlar için bestelenen eserler çoğalmaya başlamıştır. Bu çağdaki icracılar ve besteciler çok daha incelikli ve ayrıntılı müzikal süslemeler uygulamaya başlamış, notasyon şeklini değiştirmiş ve enstrümanları yeni teknikler ile çalmaya başlamışlardır. Barok dönemde bestelenmiş olan müzik eserleri, batı klasik müziği içerisinde çok önemli bir yerde olmakla birlikte döneminizde de icra edilmekte ve dinlenmektedir. Bu eserlerden solo keman için bestelenmiş yapıtlar günümüzde de oldukça popülerdir. Bu sanat çalışmasında J. S. Bach'ın iki numaralı Partita'sından Allemanda, Heinrich Ignaz Franz Biber'in Passacaglia'sı, Georg Philipp Telemann'ın bir numaralı Fantasia'sı ve Johann Pachelbel'in Canon in D isimli solo keman eserleri form, stil, armoni ve teknik açısından incelenmiştir. Müzikte Barok dönem ve çalgı müziği hakkında bilgilendirmelere ek olarak, bestecilerin yaşam öykülerine de kısaca değinilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen verilerin eserlerin icrasında yol gösterici olması öngörülmektedir.

EXAMINATION OF SELECTED SOLO VIOLIN WORKS BY J. S. BACH, H. I. F. VON BIBER, G. P. TELEMANN, AND J. PACHELBEL

Article Info

DOI:cusosbil.1294875

Article History:

Received 09.05.2023

Accepted 13.07.2023

Keywords:

Baroque Period,

Baroque Music,

Baroque Composers,

Violin,

Solo Violin.

ABSTRACT

Baroque period covers the second half of the 17th and 18th centuries. It started around 1600 and ended 1750 the date of Johann Sebastian Bach's death. In the Baroque period, instrumental music showed great progress, and works composed for solo instruments began to multiply. Performers and composers started to apply much more detailed musical ornaments, changed the notation style and started playing instruments with new techniques. Music from the Baroque period not only have a very important place in western classical music, but also they are performed and listened today. Among these works, the works composed for solo violin are quite remarkable and have taken their place among the most preferred ones by the performers. In this article, J. S. Bach's Allemanda from second Partita, Heinrich Ignaz Franz Biber's Passacaglia, Georg Philipp Telemann's Fantasia No.1 and Johann Pachelbel's solo violin work named Canon in D each of which are important representatives of the Baroque period, have been studied in terms of form, style, harmony and technique. In addition to informing about the Baroque period and its influence on instrumental music in the classical music, biographies of the composers are also briefly mentioned. It is foreseen that the form analysis data obtained as a result of this research will guide the performance of the works.

¹ Çalışma Nurperi YÜCESOY AKAN'ın doktora tezinden türetilmiştir.

² Sanatta Yeterlik Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi Ankara Devlet Konservatuvarı, Yaylı Çalgılar Anasanat Dalı, Keman Bölümü, nurperiyucesoy@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4101-1676

Alıntılanmak için/Cite as: Akan, N.Y. (2023). J. S. Bach, H. I. F. Von Biber, G. P. Telemann ve J. Pachelbel'in seçilmiş solo keman eserlerinin incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 591-601.

GİRİŞ

Barok dönem; müziğin meydana gelişinde, gelişmesinde ve ileriye doğru taşınmasında bir çeşit merkez konumundadır. Müzik, her çağda olduğu gibi Barok dönemde de kendi çağdaş sanatlarıyla, resimle, mimariyle, felsefeyle hatta edebiyat ve bilimsel araştırmalarla benzer özellikler taşır. Rönesans öncesinden günümüze kadar gelen birçok müzik türü teknik özellikleri, şekilleri ve yorum anlayışları bakımından özellikle Barok dönemin en büyük bestecisi kabul edilen J. S. Bach tarafından tam anlamıyla yerli yerine oturtulmuş, bununla da kalmayıp gelecek dönemlere temel oluşturmuştur. Bunun yansımaları solo keman eserlerinin incelenmesinde detaylı bir şekilde görülecektir. Barok dönemin olmazsa olmazlarını ifade eden örneklerden oluşan bu çalışmada, yapıtlarında solo kemana yer vermiş olan Barok dönem bestecilerinden; J. S. Bach'ın iki numaralı Partita'sından Allemanda, Heinrich Ignaz Franz Biber'in Passacaglia'sı, Georg Philipp Telemann'ın bir numaralı Fantasia'sı ve Johann Pachelbel'in Canon in D isimli solo keman eseri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Barok dönem keman repertuarında önemli bir yere sahip olan seçilmiş solo keman eserlerinin form, stil ve armonik açıdan analizleri yapılarak, dönemin özelliklerinin eserlere yansımaları hakkında detaylı bilgi sahibi olunması hedeflenmiştir. Bu bilgilendirmelerin eserleri araştırarak veya icra edecek müzisyenlere rehber olması açısından önemli bir çalışma olduğu düşünülmektedir

Müzikte Barok Döneme Genel Bir Bakış

Barok dönem müzik tarihinde Rönesans özelliklerinden yola çıkarak, armoni tekniğinin yüz elli yıllık bir akış içinde en üst seviyeye ulaştığı; opera ve kantat gibi sahne sanatlarının yeşerdiği, senfonik orkestraların ilk tohumlarının saçıldığı renkli bir dönemdir. Tarihler boyunca farklı alanlardaki sanatçıların yenilikçi eylemleri, birbirlerini etkilemiştir. Müzisyen, ressamdan; edebiyatçı, mimari yeniliklerden ve felsefeci bilimsel araştırmalardan yararlanmışır.

Genel olarak soylulara hitap eden bir çağ olarak bilinen Barok dönemin gösteriş ve şatafatı bestelenen eserlerde de kendini göstermiştir. Oldukça yoğun bir yapıya sahip olan dönemin başlıca özelliklerinden bazıları; karışık ve enstrüman grupları arasındaki karşılıklı atışmalar olarak gösterilebilir. Barok dönemin müziğini anlatılabilmek için söylenecek ilk kelime zıtlık (kontrast) olmalıdır. Bu müziğin her ögesinde zıtlık meydana gelir. Tını doluluğundaki zıtlık çalgı topluluğunu ikiye ayırarak kazanılabilir. Konçerto geleneğinin birinci basamağının bu metot olduğu söylenebilir. Karşı karşıya getirilmiş farklı sesteki enstrümanlar, birbirleriyle savaşacaklardır. Bütün Barok bestecileri geniş duygu ve düşüncelerini, en canlı biçimde müzikle ifade etmek istemişlerdir. Kahramanlık duygularını, coşkuyu, derin düşüncüyü, arzuları, gizemi ve tutkuyu ifade edebilmek için zıtlıklardan faydalanmışlardır.

Ses seviyesinin iniş çıkışlarıyla müziğin anlam kazanması Barok dönem süresince gelişmiştir. Tını yüksekliğindeki hareketleri simgeleyen işaretler de ilk defa bu çağda görülmüştür. Rönesans'ın ilk yarısında ve Orta Çağ'da tını şiddeti tek bir karakteristik özellik taşımaktadır. Rönesans geliştikçe, şahsın ifadesinin nesneden öznele doğru yönelmesi, Barok dönemde ise, daha sonraki Klasik dönemdeki kadar olmasa da forte ile piano arasındaki ses merdiveni ifade gücünü arttırmıştır. Rönesans'ta ses anlayışı, özgür seslerin meydana getirdiği çokseslilik ilkesine dayanmaktadır. Barok dönemde ise ses ana bir bas ve süslü bir tiz sesin, sade bir armoni vasıtasıyla bir araya getirilmesinden meydana gelir. Barok dönemde, basso continuo'nun (devamlı-bas) önemi, Olgun Barok bestecilerinin armoniyi dolgunlaştırmalarıyla ortadan kalkmaktadır. Barok müziğinin en önemli özelliklerinden biri olan sürekli-bas çalgıları, klavsen, lavta, gitar ve orgtur (İlyasoğlu, 2009, s. 49).

Çalgı Müziği

Çalgıların değer görmeye başlamasıyla beraber, çalgı müziği gelişmiş ve birçok farklı çalgı müziği şekilleri ortaya çıkmıştır. Bununla beraber çalgı yapımcılığında da ciddi ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu şekilde karşılıklı etkileşim neticesinde müzik bir bütün olarak ilerlemiştir. Çalgılar hem karmaşık hale gelen fazla sesin önünü açarak müzik dilinin çeşitli anlatım imkânlarının kullanılmasını sağlamış; hem de melodiyi çalan "tek sesli eşlik"ten çoksesli eşliğe, buradan da bağımsızlaşarak solo veya birkaç çalgıdan meydana gelen çalgı topluluklarına geçerek gelişimlerini sürdürmüşlerdir. Böylece çalgılar ve çalgı müziği farklı bir kimliğe bürünmüştür. İcracılar, tek sese gösterilen alakadan etkilenecek; ezgiler üstünde birtakım değişiklikler yaparak, çeşitli ses gösterilerini uygulayarak, çalgılarının imkânları ile teknik potansiyelleri oranında süslü, kıvrımlı ve detaylı bir anlatıma başvurmuşlardır. Bu sayede çalgı müziğini zenginleştirmişler ve konçerto, sonat gibi çalgı müziği tarzlarının ortaya çıkmasına katkı sunmuşlardır (Kaygısız, 1999, s. 116).

Çalgı yapımcıları, çalgıları geliştirmek için imkânlarını sonuna kadar kullanarak yapım becerilerini geliştirip, çalgı tür ve kapasitelerini ilerletmişlerdir. Seviyesi yüksek enstrümanları kullanan orkestra üyesi, gittikçe

branşında uzmanlaşmış usta solo çalgıcı olmuştur. Gerektiğinde solo olarak ya da orkestra içinden öne çıkarak yeteneğini göstermiştir. Buna şahit olan besteciler, çalgı müziğine yönelerek besteledikleri eserlerde çalgı müziğini ileriye taşıyıp bestelerinde solo eserlere daha da önem vermişlerdir. Böylece yeni çeşitler meydana getirerek müziği ileri bir seviyeye taşımışlardır.

Barok dönem ile birlikte çalgı müziği, kendine has şekillere kavuşmaktadır. Rönesans bitiminde sadece enstrümanlar için yazılan, insan sesinden arıtılmış canzona, ricercare ve toccata gibi müzik şekilleri ortaya çıkmıştır. Barok bestecisinin esas hedefi, dramatik anlatımı müziğe katmak ve müziği dramatik anlatımın bir parçası haline getirmektir.

1. Johann Sebastian Bach (1685-1750)

Tarih boyunca en büyük orgcu ve bestecilerden biri olarak kabul edilen J. S. Bach, müziğin matematikçisi olarak da kabul edilmektedir. Batı müziği tarihinin temel taşıdır. 1685 senesinde orgcu olan Johann Ambrious'un en ufak çocuğu olarak hayata gözlerini açan Johann Sebastian, 9 yaşına geldiğinde babasını kaybetmiştir. Daha sonra Ohrdruf'a giderek org ve klavye alanındaki ilk derslerini ağabeyi Johann Christoph'dan almıştır. Bu süre içerisinde daha önceki bestecilerin eserlerini göz önünde bulundurarak kendi kendine besteleme yöntemleri geliştirmiştir. 1700 yılından itibaren Lüneburg'da St. Michel kilisesinde koroda görev almaya başlamıştır. 3 yıl bu göreve devam etmiştir. Bu sırada orgcu George Böhm'den birçok şey öğrenmiştir. 18 yaşında Arnstadt'taki Neueskirche'ye orgcu olarak görevlendirilmiştir.

1708 senesinde Weimar Sarayı'nda çalışmaya başlamış, Dük Wilhelm'in talebi doğrultusunda, org üzerine daha fazla yoğunlaşmıştır. 1717 yılında Anhalt-Köthen Prensi Leopold'un müzik direktörü olunca, orkestra ve oda müziğine daha fazla ağırlık vermiştir. Pek çok keman piyano, viyola da gamba ve piyano sonatı bestelemiştir. Brandenburg Konçertoları'nı da 1721'de Köthen'de tamamlamıştır. 1723 yılında Leipzig Thomas Kilisesi'nde kantör olarak göreve başlamıştır. Aynı zamanda Leipzig Üniversitesi Müzik Bölümü Başkanlığı'na da getirilen Bach, ömrünün sonuna kadar bu görevi sürdürmüştür. Böylece tüm kentin koro öğretmeni, müzik yönetmeni ve bestecisi olarak birçok sorumluluk üstlenmiştir. Görevlerinden biri de her hafta sonu çevre kiliselerdeki ayinlerde seslendirilmek üzere kantat bestelemek olmuştur. Bu sayede ortaya 300 kadar kantat çıkmıştır. Binden fazla eseri günümüze kadar ulaşmıştır. Hayatının neredeyse tamamını Lutheran Kilisesi'ne hizmetle geçirdiğinden eserlerinin hemen hemen hepsini org müziği, kilise kantatları, oratoryolar, missalar, pasyonlar ve motetler oluşturmaktadır (İlyasoğlu, 2009, s. 58).

J.S.Bach'ı başka bestecilerden farklı kılan; müziği yalnızca sanat için yapmış olması, eserlerini bir mimar gibi ustalıklı ve bütün ayrıntılarıyla düşünüp yaratmasıdır (Saydam, 1982, s. 8). Barok dönemi takip eden Klasik dönemin ortaya çıkmasında hiç şüphesiz en önemli isim Johann Sebastian Bach'tır. Başta Brahms ve Schumann olmak üzere Romantik çağ bestecileri ve onları takip eden tüm besteciler, Reger, Villa Lobos, Busoni, Hindemith, Stravinski, Şostakoviç, Schönberg ve nice 20. yüzyıl bestecisi, Bach'ı incelemiş olup ondan esinlenmiştir. Günümüzde pop ve caz müziğinde bile Bach'tan örnekler görülmektedir. Bu çalışmalara en iyi örnekler Bob James ve Pekineller'in ikili ve üçlü piyano konçertolarıdır.

Çağdaşları tarafından öncelikle seçkin bir klavsenci, orgcu ve org yapımında uzman olarak hayranlık duyulmasından sonra da J. S. Bach şimdi genel olarak tüm zamanların en büyük bestecilerinden biri olarak kabul edilmektedir.

1.1. Johann Sebastian Bach - Partita II.

Johann Sebastian Bach'ın solo keman için bestelemiş olduğu sonat ve partitaları keman repertuarının en tanınan yapıtlarındandır. 2. Partita beş bölümden oluşmaktadır: Allemanda, Corrente, Sarabanda, Giga ve Chaconne. Re minör Partita'yı diğerlerinden ayıran en önemli özellik beşinci bölümünün Chaconne olmasıdır. Bu makalede Partita'nın ilk bölümü olan Allemanda incelenmiştir. Bunun sebebi kısaca şu şekilde özetlenebilir; Barok dönemde kullanılan keman çalma teknikleri göz önünde bulundurulduğunda, seçilen tüm eserlerde form ve armonik analizlerin yanı sıra mümkün olduğunca farklı tekniklerin (detache, portato, staccato, vibrato kullanımı, vurgular, armonik yapı v.b.) gösterilmesi de hedeflenmiştir. Dönemin en çok karşımıza çıkan çalma tekniklerinden biri olan *detache* kullanımına en iyi örneklerden biri olduğu için Allemanda bölümü tercih edilmiştir.

1.2. Allemanda (Re minör)

Sütün dans bölümlerinden biri olan Allemande özellikle Barok dönemde daha çok karşımıza çıkan bir Alman dansıdır. Ölçü olarak 4/4'lük veya 2/4'lük olabilir. Oldukça uzun soluklu olan II. Partita'nın bu ilk bölümünde, geniş detache yay tekniği kullanılarak güzel bir tını elde edilebilir. Barok dönem söz konusu olduğunda detache çok görülmekte ve kullanılmaktadır. Detache kullanımında arşe tellerden tamamen kaldırılmamalıdır. Hareket

esasında arşe telden kendi esnekliğiyle ve doğal elastikiyetiyle ayrılmalıdır. Olması gereken kullanım yeri arşenin üst ve orta bölümüdür (Auer, 1926, s. 7). Bölüm genel olarak çok bağlı ve bir bütün olarak seslendirilmelidir.

Re minör tonunda auftakt ile başlayan eserde iki vuruş uzunluğunda ritmik ve melodik modeller görülmektedir. Auftakt sesi olan re notası çok kısa çalınmamalıdır. Yoğun vibrato yapmaktan kaçınılmalıdır. Noktalı sekizlik ve onaltılık süre değerlerinden oluşan yapılar, farklı şekillerde tekrar edilerek ritmik ve melodik varyasyon teknikleri kullanımı ile devam etmektedir. Dördüncü tekrarda üçlemeler de bu varyasyonlara eşlik etmektedir. Özellikle tonik ve dominant armonilerinin baskın bir şekilde kullanılması dikkat çekmektedir.



Şekil 1. J. S. Bach, Partita II, Ana tema , Ölçü 1-2

8. ölçüde la minör tonuna bir geçiş görülmektedir. 11. ölçüde la minör tonuna bir kadans yapılmıştır.



Şekil 2. J.S.Bach, Partita II, Ölçü: 7-12

Yukarıdaki örnekte görüldüğü gibi 11. ölçünün 2. vuruşunda gelen si naturel notası kilise modlarından lidyeni çağrıştırmaktadır. 11. ölçüdeki bir vuruşluk inici sekvens ile la minör, Sol Majör., Fa Majör., mi minör., re minör., Mi Majör ve la minör tonları üzerinden ana ton olan re minör tonuna kadans yapıldığı görülmektedir.



Şekil 3. J.S.Bach, Partita II, Ölçü: 13-16

12. ölçüde re minör tonu pekiştirildikten sonra 14. ölçüde Mi Majör akoru dominantın dominantı olarak la minör tonuna geçici kalış sağlamaktadır. 16. ölçüde bir dominant kalışıyla eserin birinci kesiti sona ermektedir. 15. ölçünün son vuruşunda do diyez sesi yeniden getirilerek la notası üzerine dominant 7'li akoruna dönüşerek tekrar re minör tonuna gelmektedir. Birinci kesitin tekrarlanarak pekiştirilmesinin ardından 17. ölçüden itibaren ikinci kesit başlamıştır.



Şekil 4. J.S.Bach, Partita II, İkinci Kesit Ölçü: 17-18

İkinci kesit, 17. ölçünün 3. vuruşunda subdominant akoru kullanımıyla devam etmektedir. 20. ölçüden itibaren 11. ölçüdeki melodik kalıbın yeniden getirildiği görülmektedir. Çeşitli tonlar üzerinden örneğin; 26. ölçüde Si bemol Majör, 27. ölçüde Fa Majör ve 28. ölçüdeki re minör tonu üzerinden eserin finalindeki kadansına ulaşılmaktadır.



Şekil 5. J.S.Bach, Partita II, Ölçü: 19-29

Birinci kesitteki benzer ritmik, melodik kalıplar kullanılarak eser daha da zenginleştirilmiştir. Aynı zamanda armonik olarak daha yoğun geçişler de söz konusudur. Buna örnek olarak bölümün re minör tonunda pekiştirilmiş bir kadansla ana ton sesinin oktavlı kullanımıyla sona ermesi gösterilebilir.



Şekil 6. J.S.Bach, Partita II, Ölçü: 30-32

2. Heinrich Ignaz Franz Von Biber (1644-1704)

Küçük bir Bohemya kasabası olan Wartenberg'de doğan Heinrich Ignaz Franz von Biber, enstrüman tarihinde özellikle keman yapıtlarından dolayı Barok dönemin en önemli bestecilerinden biri olarak kabul edilmektedir. İlk müzik derslerini bugünün Çek Cumhuriyeti'ndeki Olmütz ilindeki kilise orgcularından biri olan Wiegand Knöflee vermiştir.

Barok dönemin ünlü müzik tarihçisi Charles Burney tarafından 17. yüzyılın en iyi keman bestecisi seçilen Biber'in virtüozitesini gösteren en önemli öğelerden biri, kemancılar için bir hayli zor olan ve ayrıca Barok dönem keman repertuarı göz önünde bulundurulduğunda karşılaşılması pek mümkün olmayan 6. ve 7. pozisyonlarını kolaylıkla kullanabilmesi olarak gösterilir. Biber'in enstrümandaki teknik yetenekleri çağdaş kemanın klasik akort dizilimi (sol-re-la-mi) ile icra edebilmek için yeterli olacak seviyede olmasına rağmen "Sonatae Violine Solo" eseri içinde bulunan iki sonat "scordatura" içerir. 1681 senesinde yazılmış bu 7 sonatın içerisinde Rosary Sonatlar'ın içindeki 14 bölüm farklılaştırılmış akort sistemi ile bestelenmiş ve yedi sonat içinden yalnızca iki tanesi günümüzde kullandığımız klasik akort dizgesi için yazılmıştır (Coşgun, 2017, s. 38).

Heinrich Ignaz Franz von Biber, 1684'te Salzburg'da müzik direktörü olmuş ve ölünceye kadar yirmi yıl bu görevi sürdürmüştür. Keman sonatlarının yanında oda müziği eserleri, operaları, konçerto ve serenatlarıyla üne ulaşmıştır.

2.1. Passacaglia

Passacaglia; tek sesli bir ezginin başta yalın bir halde sunulmasıyla oluşan, Barok dönemde temelleri ortaya atılmış bir eser türüdür. Solo keman için bestelenen yapıtların ilk örneklerinden biri olan Biber'in sol minör Passacaglia adlı bestesi, özellikle J. S. Bach'ın solo keman repertuarının en önemli eserlerinden olan re

minör Chaconne'nun bestelenmesine ilham kaynağı olmuş başlıca yapıtlardan biridir. Biber'in meşhur Rosary Sonatları'nın sonuna eklenen bir bölüm olan Passacaglia'da her varyasyon içinde kullanılan değişik çalış şekilleri, özellikle erken Barok dönem keman repertuarının temel taşı gibidir.

Açılıştaki, oldukça kısa bir passacaglia teması karşımıza çıkmaktadır. Eserin tonu sol minördür. Ancak, donanımında iki bemol yerine kilise modlarından biri olan "doryen" dizisine benzetilerek, mi bemol notası donanıma yazılması yerine eser içerisinde her notanın yanına belirtilerek kullanılmıştır. Bu özellik incelediğimiz eserlerden sadece Passacaglia'da karşımıza çıkmaktadır. Bu durum Rönesans'tan Barok döneme geçişte tonalite kavramının yavaş yavaş yerleşme aşamasında olmasından kaynaklanmaktadır. İki ölçü süren inici hareketle yanaşık bir şekilde gelen tema, sol minör tonunda tonik sesinden başlayarak dominant sesine kadar devam etmektedir.



Şekil 7. Heinrich Ignaz Franz Von Biber, Passacaglia, Passacaglia Teması, Ölçü: 1-8

Yukarıdaki örnekte görüldüğü gibi eserin başında birinci dereceden beşinci dereceye bir iniş görülmektedir. 3. ölçüde gelen sekizlik, noktali sekizlik, onaltılık ve noktali dördlük süre değerinde olan motif üç defa tekrarlanmaktadır. Dördüncü seferde sol minör tonuna bir kadans yapılmıştır. Bu şekilde daha eserin başında simetrik ve asimetrik cümleme modelinin kullanıldığı tespit edilmektedir. Her varyasyon farklı ritmik ve melodik özellikler göstermektedir. 15.,16.,17. ve 18. ölçülerdeki ezgi kalıplarının varyasyon biçiminde birkaç tema uzunluğunda devam ettiği görülmektedir.



Şekil 8. Heinrich Ignaz Franz Von Biber, Passacaglia Varyasyon, Ölçü: 12-19



Şekil 9. Heinrich Ignaz Franz Von Biber, Passacaglia, Ölçü: 48-55

49. ölçüdeki tempo değişikliği 53. ölçüye auftakt olarak gelen allegroya bir geçiş temposu olarak nitelendirilebilir. 62. ölçüden itibaren passacaglia teması bir oktav inceden getirilmiştir. 32'lik süre değerleri yine gittikçe daha sık aralıklarla kullanılmıştır.



Şekil 10. Heinrich Ignaz Franz Von Biber, Passacaglia, Passacaglia teması,
Ölçü: 62-64

104. ölçüde 64'lük süre değeri olan çıkıcı pasajlara dönüşerek devam ettirilmiştir.



Şekil 11. Heinrich Ignaz Franz Von Biber, Passacaglia, Çıkıcı pasajlar,
Ölçü: 104-107

Eser, gerek ses skalası gerekse gürlük olarak giderek yoğunlaşmasının ardından, finalden önce gelen sekizlik süre değerleriyle bir rahatlama hissi uyandırmakta ve majör tonda gelen bitirişle sona ermektedir.



Şekil 12. Heinrich Ignaz Franz Von Biber, Passacaglia, Ölçü: 127-132

J. S. Bach'ın re minör Chaconne'u ile karşılaştırıldığında ise aşırı zor bir teknik seviyede olmamasına karşın, kullanılan yalın armoni özellikleri ve küçük notalardan meydana gelen hızlı pasajları ile bu müziğin habercisi olduğu söylenebilir (E. Brewer, 2016, s. 316).

3. Georg Philipp Telemann (1681-1767)

Hayatı boyunca orgculuğu kadar Almanya'nın en ünlü bestecilerinden biri olarak da kabul edilen Georg Philipp Telemann, müzik tarihinde en çok eser yazan birkaç besteci arasında yer almaktadır. 44 passion, 40 opera, 600 süit ve 3000 yapıttan oluşan org eşlikli kantat ve motet, sayısı bilinemeyecek kadar fazla oda müziği yapıtı, oratoryolar ve sipariş üzerine yüzlerce eser bestelemiştir (İlyasoğlu, 2009, s. 56).

Çok ülke gezmiş, gördüğü değişik müzik tarzlarını kendi müziğine yansıtmıştır. J. S. Bach'ın çok yakın arkadaşı olan Telemann, Bach'ın hiç denemediği opera dalında da besteler yapmıştır. Bach'ın gelenekleri içinde eğitim görmüş olsa da Alman polifonluğu geleceğini bir kenara bırakmış, dönemin modası olan "style galant" içinde beste yapmaya başlamıştır. Ünlü oda müziği düzenlemesi olan Tafelmusik (Şölen Müziği) Fransa'da büyük ilgi görmüştür. Telemann'ın müzik dili şu şekilde özetlenebilir: Ezgi çizgisi hafif ve ince, çalgısal dokusu oldukça yalındır. Olgun Barok döneminin ince işlemeden çok, sade ve melodik bir ifade mevcuttur. 17. yüzyılın vazgeçilmezi olan devamlı bas artık eskisi kadar önemli değildir. Çembalonun bas sesini katlayacak yerde viyolonsel, solo çalgılara sürekli eklenir ve dokuyu doldurmamak için çembalo uzun ölçüler boyunca susabilir. Telemann'ın bir diğer özelliği de birincisini 12 yaşındayken yazmış olduğu 40 tane opera bestelemiş olmasıdır. Bunların büyük bir kısmı "komik-opera"dır (Say, 1997, s. 243).

Collegium Musicum'un kurucusu olan Telemann bu köklü dernek vasıtasıyla "sürekli konser" geleneğini başlatmış, Frankfurt'ta 1712 yılında müzik direktörlüğü yapmıştır. 1721 yılında ömrünün sonuna kadar yaşayacağı Hamburg'da beş büyük kilisenin müzik yönetmenliğini yapmıştır.

3.1. Fantasia No: 1

Telemann'ın solo keman için bestelediği 12 Fantasia'sı Barok dönemin dikkat çeken eserlerindedir. Bu fantasialar melodik anlamda olduğu kadar nota yazımı açısından da büyük ustalık eserleri olarak nitelendirilebilir. En bilinen ve icracılar tarafından da sık yorumlanan 1. Fantasia, form yapısıyla dikkat çekmektedir. Motiflere ve cümle tekrarlarına daha fazla yer verilerek eser daha da zengin bir hal almıştır.

3.2. Largo

Eser Si bemol Majör tonundadır. Aynı motifin üç defa tekrarlanmasının ardından gelen kadans motifinin sona ermesiyle cümle yeniden başlamaktadır. Ancak Barok dönem cümlelerinde sıklıkla görünen şekliyle devamında bu simetrik yapı kaybolmaktadır. Önce 12. ölçüde sol minöre giden ve 20. ölçüde fa minöre yönelen yeni bir kesit başlamaktadır. Sonunda da fa minörün dominantı do minöre bağlanacakken, yeniden Si bemol Majör tonuna geçmektedir. 33. ölçüde Fa Majör tonundan sonra, sonda yeniden Si bemol Majör tonuna dönmektedir. Bu bölüm oldukça yalın ve az vibrato yaparak çalınmalıdır.



Şekil 13. Georg Philipp Telemann, Fantasia No:1, Ölçü: 1-33

3.3. Allegro

Bu bölümde fugato bir yapı sergilenmektedir. Dux ve comes (soru-cevap), sırayla farklı ses yüksekliklerinde gelirken aynı zamanda farklı tonlara, dominant tonuna ve ilgili minörüne (Fa Majör-sol minör) geçmektedir.



Şekil 14. Georg Philipp Telemann, Fantasia No:1, Ölçü: 1-3

16'lık süre değerleri ara müziklerinde görülmektedir. 86. ölçüden itibaren pedal sesini takiben tam kadansla parça sona ermektedir. Barok müziğin önemli bir özelliği olan sürekli pedal sesi kullanımına güzel bir örnektir.

Eserin icrasında yay tekniği oldukça önemlidir. Yay telin üstünden çok kaldırmadan seri bir şekilde *staccato* tekniği kullanarak icra edilmelidir. Telin üstünde kalarak yapılan *staccato* yumuşak bir yay hareketi gerektirir. Modern yay ve barok yayda bu hareket söz konusu olduğunda ortalama süreli aynı vuruşlar için en doğru yer yayın orta kısmıdır.

Staccato uygulaması, yaylı çalgılarda arşenin teller üzerinde bilek ve ön kol hareketi ile sürtülerek, her nota esnasında sağ el parmaklarıyla tahtaya hafif bir basınç uygulanmasıyla notalar arasında anlık duraksamalar oluşturularak çalınır (Auer, 1926, s. 6).



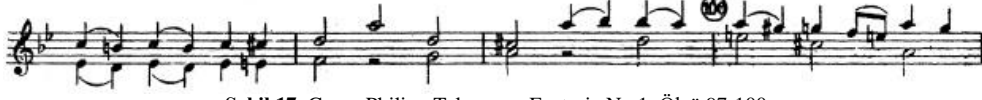
Şekil 15. Georg Philipp Telemann, Fantasia No:1, Ölçü: 86-92

3.4. Grave

Eserin bu bölümünde yine polifonik bir imitasyon, *dux-comes* görülmektedir. Üç giriş dikkat çekmektedir: Birinci giriş 94. ölçüde, ikinci giriş 99. ölçüde ve üçüncü giriş 109. ölçüdedir.



Şekil 16. Georg Philipp Telemann, Fantasia No:1, Ölçü 93-96



Şekil 17. Georg Philipp Telemann, Fantasia No:1, Ölçü 97-100



Şekil 18. Georg Philipp Telemann, Fantasia No:1, Ölçü 105-109

Özellikle akorlardaki alt bas partileri çok önem taşımaktadır. Çift ses gelen iniş ve çıkışlar, ritmin dışına çıkmadan son derece bağlı, yer yer *portato* tekniği kullanılarak çalınmalıdır. *Portato*, Barok dönemde sıkça kullanılan bir keman çalma tekniğidir. Yayı kaldırmadan uygulanan bu teknik, aynı yöndeki iki vuruş arasında ifadeyi güçlendirmek için anlık duraksamalar yaparak uygulanır. Seslerin belirgin duyulmasını sağlama yoluyla gerçekleşen bir ifade tarzı olan *portato*, notalama dahilinde olmasa bile icracının kendi insiyatifıyla kullanılabilir.

4. Johann Pachelbel (1653–1674)

Güney Alman org ekolünün en önemli temsilcilerinden biri olarak kabul edilen Johann Pachelbel, Güney Almanya'nın Nürnberg kentinde dünyaya gelmiş ve orada hayatını kaybetmiştir. Herkes tarafından bilinen besteci Johann Kaspar Kerll'in talebesi olup 1674 senesine kadar Heinrich Schwemmer ile çalışmalar yapmıştır. Eisenach Wartbour Şatosu'nda 1677 yılında saray orgcusu olan Pachelbel, Johann Sebastian Bach'ın babasının arkadaşı ve aynı zamanda ağabeyinin de hocası olmuştur. Pachelbel, 1678 yılında Erfurt'da, 1690 yılında Stuttgart'ta, 1692 yılında Gotha'da ve 1695 yılında Nürnberg St. Sebaldus Kilisesi'nde orgculuk ve müzik direktörlüğü yapmıştır.

Daha çok Canon in D adlı yapıtıyla bilinen besteci, org için yazdığı yapıtlarla da ünlenmiştir. Genellikle ciddi karakterde ve daha fazla varyasyonla şekillenen süit şeklinde besteler yapan Pachelbel, hafif müziğe de uyarlanan meşhur Canon'u dışında, birçok fantasia, füg, prelüd, toccata, chaconne ve dini koro eseri bestelemiştir. Özellikle koral düzenlemeler yapan ve Bach'ın mükemmelliğe ulaştırdığı formları deneyen Pachelbel, Güney Almanya org stilini Protestan kuzey üslubunda değerlendirerek yalın, açık ve net bir beste biçimini benimsemiştir.

4.1. Canon in D (Re Majör)

Johann Pachelbel'in Canon in D isimli eseri, orijinal halinde üç keman ve bir bas çalgı için bestelenmiş olsa da, solo keman versiyonu da oldukça popülerdir. Günümüzde solo keman resitallerinde özellikle kapanış için keman sanatçıları tarafından çok tercih edilmektedir. İki ölçüden meydana gelen sürekli bas temasının her seferinde farklı melodik varyantlar ile 28 defa tekrarlanmasıyla oluşturulmuş olan eser, majör olduğunda çok neşeli, minör olduğundaysa hüzün yaratabilen bir yapıya sahiptir. İlk ölçülerde başlayan yürüyüş göz önüne alındığında başlıktaki "canon" yerine "passacaglia" formu içerisinde de değerlendirilebilir. Ostinato teması, Re Majör ana tondan, marş kalıplarıyla uzaklaşırken, 5. ölçünün son vuruşunda gelen V. (dominant) derecesiyle sonsuz bir daire oluşturacak şekilde ostinatonun başa dönmesi sağlanmıştır.

Israrla yenilenen bas bölüm anlamına gelen Ostinatonun üzerine gelen melodiler ise başlangıçta kontrpuan okul kitabına uygun bir gelişme sergiler. Önce 3. ölçüden itibaren dördümlük süre değerleri, 7. ölçüden itibaren başlayan sekizlik süre değerleri ve 11. ölçüden itibaren onaltılık süre değerleri ile giderek yoğunlaşacak bir yapıyı işaret etmektedir.



Şekil 19. Johann Pachelbel, Canon in D, Ölçü: 1-12



Şekil 20. Johann Pachelbel, Canon in D, Ölçü: 19-20

Örnekte görüldüğü gibi, 19. ölçüde 32'lik nota süre değerleri ile daha coşkulu bir melodik yapı başlar. 35. ölçüde yeniden gelen ritmik yoğunlaşmanın ardından eser giderek sakinleşir.



Şekil 21. Johann Pachelbel, Canon in D, Ölçü: 35-36

Eser kısık bir sesle başladıktan sonra gittikçe kuvvetlenerek forte olarak sona ermektedir. Barok dönemin en tanınan eserlerindedir. Sürekli bas ve polifonik kurgu açısından dönemin karakteristik özelliklerini incelikleriyle sergilemektedir.



Şekil 22. Johann Pachelbel, Canon in D, Ölçü: 55-57

SONUÇ

Bu sanat çalışmasında müzik tarihinde çok önemli bir yere sahip olan Barok dönemde küçük detayların ön planda olduğu, sanatta ustalığa, virtüözüteye önem verildiği görülmektedir. Kontrast başka bir deyişle karşıtlık kavramı en önemli özelliktir. Günümüzde kullanılan pek çok armoni kuralı, bu temelden yola çıkarak oluşturulmuştur. Kontrpuan tekniği, kromatik armoninin sınırlarının büyütülmesiyle Rönesans'a göre daha değişik ve özgür bir ilerleme göstermiştir. Çalgı müziğindeki ilerlemeler sonucunda solo enstrümanlar için birçok eser bestelenmiştir. Bu makalede Barok dönemde bestelenmiş olan keman repertuarının önde gelen solo keman eserlerinden; J. S. Bach'ın iki numaralı Partita'sında Allemanda, Heinrich Ignaz Franz Biber'in Passacaglia'sı, Georg Philipp Telemann'ın bir numaralı Fantasia'sı ve Johann Pachelbel'in Canon in D isimli eserlerinin form analizleri yapılmıştır. Her biri Barok dönemin önemli birer temsilcisi olan bestecilerin kısa yaşam öykülerine de değinilerek eserlerin daha tanınır hale gelmesi hedeflenmiştir.

Genel olarak incelenen eserlerin cümle yapılarında, klasik dönemdeki simetrik yapılar yerine asimetrik yapıların da kullanıldığı görülmektedir. Varyasyonların ve motiflerin devamlı geliştirilmesi, süslemelerin ve eslerin kullanımı tüm eserlerde benzerlikler göstermektedir. J. S. Bach'ın Allemanda'sında ve Johann Pachelbel'in Canon in D eserindeki yalın besteleme tekniğine rağmen oldukça yoğun bir armonik yapıya sahip olduğu yapılan analizler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Diğer eserlerden farklı olarak Heinrich Ignaz Franz Biber'in Passacaglia'sında kilise modlarından doryen kullanımı görülmektedir. Kendisi de başarılı bir kemancı olan Georg Philipp Telemann'ın bir numaralı Fantasia'sında çift ses kullanımındaki ustalık ve melodik kalıpların uyumu her

bölümde incelikle sergilenmektedir. Ayrıca Heinrich Ignaz Franz Biber'in Passacaglia'sında ve Telemann'ın Fantasia'sında kullanılan alt temalardaki pedal sesi sürekliliği, Barok dönemin armonik yapısının en temel özelliklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu makalede ilgili eserlerin bulguları analiz şeklinde notalarda ölçüler belirtilerek gösterilmiş, eser yorumlarına da ayrıca açıklamalı bir şekilde yer verilmiştir. Eserleri icra edecek olan müzisyenlere çalma teknikleri açısından önerilerde bulunulmuş ve çeşitli yay tekniği yöntemleri sunulmuştur. İncelenen solo keman eserlerinin karakter, kullanılan tonaliteler ve tematik özellikler göz önünde bulundurulduğunda, dönemin dikkat çekmeyi başaran yapıtları olduğu saptanmıştır. Armoni, form ve biçim yönünden yapılan analizler sonucunda da eserleri icra edecek müzisyenlere katkısından dolayı yararlı bir çalışma olacağı düşünülmüştür.

KAYNAKLAR

Auer, L. (1926). *Graded course of violin playing in eight books*. Carl Fischer, Inc, New York.

Coşgun, G. (2017). Heinrich Ignaz Franz von Biber'in Rosary Sonatları'nın keman edebiyatındaki yeri [Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi].

E. Brewer, C. (2016). *The instrumental music of schmeltzer, biber, muffat and their contemporaries*, routledge. Reprint Edition, Oxford.

İlyasoğlu, E. (2009). *Zaman içinde müzik*. 9. Basım, Remzi Kitapevi.

Kaygısız, M. (1999). *Müzik tarihi, başlangıcından günümüze müziğin evrimi*. 3. Basım, Kaynak Yayınları.

Say, A. (1997). *Müzik tarihi*. 3. Basım, Müzik Ansiklopedisi Yayınları.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.britannica.com/biography/Johann-Pachelbel> (17.10.2022)

<https://musescore.com/user/13172/scores/1630656> (14/10/2022)

[https://imslp.org/wiki/12_Fantasias_for_Violin_without_Bass%2C_TWV_40:14_25_\(Telemann%2C_Georg_Philipp\)](https://imslp.org/wiki/12_Fantasias_for_Violin_without_Bass%2C_TWV_40:14_25_(Telemann%2C_Georg_Philipp)) (14/10/2022)

<https://www.lysator.liu.se/~tuben/scores/broskr/> (14/10/2022)

<https://sheetmusic.lyco.org.au/Pachelbel%20-%20Canon%20in%20D/> (14/10/2022)
www.baroquemusic.org/bqxjsbach.html, Erişim tarihi: (22/02/2023)

ORTAÖĞRETİM TÜRK KÜLTÜRÜ VE MEDENİYETİ DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMI'NDA YER ALAN KAZANIMLARIN KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

İlker ÖZDEMİR¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1312240

Makale Geçmişi:

Geliş 09.06.2023

Kabul 01.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Türk Kültürü,

Öğretim Programı,

Kültürlerarası İletişim,

Kültürlerarası Rekabet,

Kültür Aktarımı.

ÖZ

Türkiye Maarif Vakfı tarafından hazırlanan ve 2022 yılında yayımlanan "Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı"nın genel amacı, dersi alan uluslararası öğrencilerin kültürlerarası iletişim becerisini geliştirmektir. Program'ın felsefi zemini, Türk kültür ve medeniyetinin merkezde olduğu bir kültürlerarası iletişim sürecine yaslanmaktadır. Başka bir deyişle Program'ın temel iddiası, "kültürlerarasılık"tır. Kültürlerarası iletişim ise farklı kültürlerin etkileşimiyle eşit, özgürlükçü, anlamaya ve paylaşmaya dayalı ortak bir kültür inşa etme sürecine işaret etmektedir. Bu temel yaklaşımdan hareketle, söz konusu Program'da yer alan kazanımların öğrencilerin kültürlerarası karşılaştırma yapmasına zemin hazırlayıp hazırlamadığı incelenmelidir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, "Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı"nda yer alan kazanımları, kültürlerarası iletişim yaklaşımı bağlamında incelemektir. Çalışmada "Program'da yer alan kazanımlar kültürlerarası iletişime zemin hazırlıyor mu?" sorusuna yanıt aranmıştır. Veriler, nitel içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Program'da yer alan kazanımlardan 101'inin Türk kültürü, 14'ünün kültürel farkındalık ve 12'sinin kültürlerarası iletişimle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Sonuç bölümünde kültür aktarımı ile kültürlerarası iletişim arasındaki fark tartışılmıştır.

EXAMINING THE ACHIEVEMENTS IN THE HIGH SCHOOL TURKISH CULTURE AND CIVILIZATION COURSE CURRICULUM IN THE CONTEXT OF INTERCULTUREL COMMUNICATION

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1312240

Article History:

Received 09.06.2023

Accepted 01.08.2023

Keywords:

Turkish Culture,

Curriculum,

Intercultural Communication,

Intercultural Competition,

Cultural Transfer.

ABSTRACT

The general aim of the "High School Turkish Culture and Civilization Course Curriculum" prepared by the Turkish Maarif Foundation and published in 2022 is to improve the intercultural communication skills of international students who take the course. The philosophical ground of the program is based on an intercultural communication process in which Turkish culture and civilization is at the center. In other words, the main claim of the Program is "interculturalism". Intercultural communication, on the other hand, refers to the process of building a common culture based on understanding and sharing, which is equal, liberal, and based on the interaction of different cultures. Based on this basic approach, it should be examined whether the achievements in the said Program lay the groundwork for students to make intercultural comparisons. In this context, the aim of the study is to examine the achievements of the said Program in the context of intercultural communication approach. In the study, "Do the achievements in the Program lay the groundwork for intercultural communication?" is to search for an answer to the question. The data were analyzed by qualitative content analysis technique. It has been determined that 101 of the achievements in the Program are related to Turkish culture, 14 are related to cultural awareness and 12 are related to intercultural communication. In the conclusion part, the difference between cultural transfer and intercultural communication is discussed.

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ilkerozdemir@cu.edu.tr, 0000-0001-7148-1604

Alıntılanak için/Cite as: Özdemir, İ. (2023). Ortaöğretim Türk kültürü ve medeniyeti dersi Öğretim Programı'nda yer alan kazanımların kültürlerarası iletişim bağlamında incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 602-614.

GİRİŞ

Geçmişten günümüze Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde çeşitli kurumlar etkin rol oynamıştır. Örneğin yurt dışındaki bazı üniversitelerde talep edenlere Türkçe öğretildiği gibi Yunus Emre Enstitüsü gibi çeşitli merkezler de bu taleplere karşılık vermektedir (Çağ ve Bölükbaş Kaya, 2021). Günümüzde, yurt dışında Türkçeyi yabancı dil olarak öğretme amacını taşıyan kurumlardan biri de Türkiye Maarif Vakfı'dır. Türkiye Maarif Vakfı'nın genel ağ adresinde yer alan bilgiye göre "17.06.2016 tarihli 6721 sayılı kanun ile kurulan Türkiye Maarif Vakfı, yurt dışında Türkiye Cumhuriyeti adına Millî Eğitim Bakanlığı dışında doğrudan eğitim kurumu açma yetkisine sahip tek kuruluştur" (TMV, 2022b). Vakıf, kurulduğundan bu yana yurt dışında çeşitli eğitim faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Türkiye Maarif Vakfı, 10 Ağustos 2022 tarihi itibarıyla 49 ülkede toplam 429 eğitim kurumuyla faaliyet yürütmektedir ve bu vakfa bağlı eğitim kurumlarındaki öğrenci sayısı 48.078'dir (TMV, 2022a).

Türkiye Maarif Vakfı bünyesindeki okullarda uluslararası öğrencilere Türkçe ve Türk kültürü dersleri verilmektedir. Bu kapsamda Vakıf'ta çeşitli öğretim programları ve materyaller geliştirilmiştir. Türkiye Maarif Vakfı tarafından geliştirilen ve yayımlanan programlardan biri de "İM-Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı"dır. Söz konusu Program, 2022 yılının Eylül ayında yayımlanmıştır. Program'da, Türkiye Maarif Vakfı'na bağlı ortaöğretim kurumlarında öğrenim gören uluslararası öğrencilere verilecek "Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi"nin temel dayanakları, amaçları ve yaklaşımı yer almakta; ayrıca öğretim süreci planlanmaktadır. Program'ın temel yaklaşımı ve genel amaçlarında "kültürlerarası iletişim"den sıkça söz edilmektedir. Program'ın temel dayanakları şöyle açıklanmıştır:

Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı çerçevesinde uygulanacak Türk Kültürü ve Medeniyeti dersiyle hedef kitleye Türk kültürü ve medeniyetinin (sanat, edebiyat, tarih, coğrafya vb.) tanıtılması böylece kültürel öğrenme yoluyla kültürlerarası etkileşimin sağlanması amaçlanmaktadır. Program, bu yönüyle öğrencilere kültürlerarası boyutta hedef kültür ile kaynak kültür arasında ilişki kurma yeterliği kazandırmayı ve öğrencilerin kültürlerini muhafaza ederken bir diğer kültürün özellikleriyle tanışmasına aracılık etmeyi hedeflemektedir (TMV, 2022c, s. 7).

Yukarıdaki açıklamalardan Program'ın genel amaçlarında kültürlerarası iletişime kapsamlı bir yer verilmekle birlikte, Türk kültürü ve medeniyetinin merkezde yer aldığı bir kültürlerarası etkileşimin hedeflendiği anlaşılmaktadır. Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı ile öğrencilerin;

- 1) Türk kültürü ve medeniyetine dair unsurları tanımaları,
- 2) Türk kültürü ve medeniyetinin evrensel kültüre katkılarını fark etmeleri,
- 3) Türk kültürü ve medeniyetini kendi kültürleriyle ilişkilendirmeleri,
- 4) Kültürlerarası duyarlılığa ve kültürlerarası iletişim becerisine sahip olmaları,
- 5) Kültürlerarası bilinç ve yeterliğe ulaşmaları,
- 6) Kültürlerarasılık çerçevesinde üst düzey düşünme becerilerini geliştirmeleri amaçlanmaktadır (TMV, 2022c, s. 7-8).

Görüldüğü üzere birinci amaç, doğrudan Türk kültürünün tanıtımı; ikinci ve üçüncü amaç Türk kültürünün merkezde yer aldığı bir kültürlerarası karşılaştırma bilincini; dördüncü, beşinci ve altıncı amaç ise kültürlerarası iletişim yetisini geliştirmeyi içermektedir. Kısacası uluslararası öğrencilerin hem Türk kültürüyle tanışması hem de bu sayede kültürlerarası bir farkındalık kazanmaları, Program'ın genel amacı olarak belirginleşmektedir.

Program'ın temel felsefesinde ve genel amaçlarında kültürlerarası iletişim yaklaşımına sık sık gönderme yapılmakla birlikte ders kitabına kaynak teşkil edecek kazanımlarda kültürlerarası iletişime ne ölçüde yer verildiği, dolayısıyla Program'ın kültürlerarası iletişim yetisi kazandırmadaki rolü araştırmaya değer bir konudur. Bu bağlamda söz konusu program, doküman incelemesi yöntemiyle incelenmesi, kültürlerarası iletişime ve pedagojiye dayalı programların geliştirilmesine katkı sunabilir. Bu doğrultuda, konuyu açımlayabilmek için öncelikle dil ve kültür eğitimi bağlamında kültürlerarası iletişim kavramına değinmekte yarar vardır.

KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM VE PEDAGOJİ

Kültürlerarası iletişime ilişkin alan yazınında çeşitli tanım ve değerlendirmeler bulunmaktadır. Bunlar, kültürlerarası iletişimin farklı yönlerine ışık tutmaktadır. Mutlu (2017, s. 229), kültürlerarası iletişimi farklı kültürlerin ya da bir kültür içinde yer alan alt kültürlerin arasındaki etkileşim şeklinde tanımlarken Öcal (2022) kültürlerarası iletişimin sonucunda ortaya çıkan ortak kültüre mercek tutmaktadır: "Kültürlerarasılık, özünde, birden fazla kültürün çok farklı nedenlerle ve koşullarda etkileşime geçmeleriyle, birbirlerinden kültür öğeleri almaları ve alınan bu öğelerin zamanla -alan kültürün- kendi kültürlerine ait öğeler olması şeklinde ifade edilebilir"

(Öcal, 2022, s. 25). Kültürlerarası iletişim disiplininin kurucuları arasında yer alan Hall (1959, s. 117) “Kültür iletişimidir.” diyerek her kültürün diğer kültürlere açık olduğunu, eş deyişle her kültürün doğası gereği kültürlerarası olduğunu anlatmaktadır. Benzer bir biçimde Bauman (2020, s. 64) kültürlerarası iletişimi, kültürel yaratıcılığın üretken bir kaynağı olarak ele almaktadır.

Farklı kültürlerden gelen insanların etkileşimde bulunmalarıyla, birbirlerine mesaj göndermeleri ve almaları ve anlam yaratma, anlamları ortak kılma çabaları kültürlerarası iletişim olarak tanımlanabilir. Farklı kültürlerden gelen insanlar arasında gerçekleşen iletişimi anlamak, açıklamak ve iletişim süreçleri ile ilgili tahminlerde bulunmak ise kültürlerarası iletişim çalışmalarının amaçları arasındadır (Kartarı, 2001, s. 23). Kısacası kültürlerarası iletişim, farklı kültürlerin karşılaşmasıyla yaşanan kültürel etkileşim ve değişimi içeren ve dolayısıyla kültür aktarımı ve kültürlerarası karşılaştırmalar (cross-cultural studies) çalışması değil, daha çok gündelik hayat içerisinde farklı kültürel gruplara mensup olan insanların arasındaki etkileşime odaklanan çok boyutlu bir kavramdır. Farklı kültürler arasında kurulan iletişim anlamında kullanılan kültürlerarası iletişim; bu insanların birbirlerine duygularını, düşüncelerini, bilgilerini, sembollerini ve benzerlerini eşit bir biçimde aktardıkları süreçleri işaret etmektedir. Bu yönüyle kültürlerarası iletişim, kişinin kendi kültürünü mutlakaştırıp öteki kültür(ler)i olumsuzladığı kutuplaşmış iletişimin de karşıtıdır.

Kültürlerarası iletişim, insanın anlam arayışıyla yakından ilişkili bir kavramdır. Öyle ki kendi kültürünün dışına çık(a)mayan, öz kültürünün kültürler içinde bir kültür olduğunu fark edemeyen insanın öncelikle bizzat kendi kültürünü anlamakta güçlük çekeceği söylenebilir. Çünkü karşılaştırma ve ilişkilendirme, anlamaya zemin hazırlayan temel bilişsel beceriler arasındadır. Benzerlik ve farklılıkları belirginleştirmek, insanın anlama yöntemlerindedir. Dolayısıyla anlamak için insanın içine doğduğu kültürün dışına çıkması, yeni kültürlerle karşılaşması, Kanatlı'nın deyişiyle (2018, s. 55) başkayla buluşması ve başkaya bulaşması gerekir. Başka kültürlerle buluşma, insanın kendi kültürüne ayna tutmasına, kendine dışarıdan bakmasına fırsat yaratır. Nitekim Göker (2022, s. 91) başkalarıyla iletişim kurmanın salt bir ileti alışverişi olmadığını, bu yolla toplumsallaşmanın ve anlamın inşa edildiğini vurgulamaktadır. Özdemir de (2011, s. 34) kültürlerarasılığın ötekini anlama çabasıyla yakından ilişkili olduğunu belirtmekte ve kültürlerarası iletişimin temel amacının diğer kültürü tanıma, anlama ve farklı kültürle diyaloga girmek olduğunu ifade etmektedir. Farklı kültürlere sahip bireylerin sağlıklı bir iletişim kurması, “öteki”nin kültüründe iletişimsel davranışları düzenleyen kuralların bilinmesini, etkileşimsel engelleri önlemeyi sağlayacak bir iletişim kültür yetisini öngörür. “Öteki, kendini benim yerime koyarak beni anlar, ben de kendimi onun yerine koyarak iletişimimi beni anlamasını sağlayacak şekilde düzenleyebilirim” (Bourse ve Yücel, 2021, s. 79). İletişim tarzlarını bilmek ve bununla birlikte saygı göstermek, kültürlerarası iletişimin ilk aşamasıdır. Sonrasında farklı bir tarzda aktarılan iletiyi anlama çabası ve son aşamada ise iletişim tarzını bağlama uydurmak ve yavaş yavaş “öteki”nin tarzıyla iletişim kurmayı öğrenmek gelir (Bourse ve Yücel, 2021, s. 172). Kültürlerarası iletişim yaklaşımına göre ötekinin kültürü her koşulda kabul edilmeyebilir, ancak ötekinin kültürüne her koşulda saygı duyulmalı ve o kültür her koşulda anlaşılmalı çalışılmalıdır. Dolayısıyla kültürlerarası iletişim becerisinin geliştirilmesi, birbirini anlama çabası ile birlikte bu anlamının sonucunda ortak anlam inşa edebilmeyi de işaret eder. Kısacası kültürlerarası iletişim, başka kültürler aracılığıyla hem öz kültüre hem de farklı kültürlere ayna tutan paylaşımcı bir anlam inşa etme sürecini ortaya koymaktadır.

Gittikçe karmaşıklaşan siyasal süreçlerin de etkisiyle zamanımızda kültürlerarası iletişimin önemi günden güne artmaktadır. Nitekim Özdemir (2022, s. 197), etnik ve dinsel ayrımcılığın can alıcı bir sorun hâline geldiği ve bununla birlikte otoriter eğilimlerin de güç kazandığı günümüzde diyalogun giderek daha fazla önem kazandığını ve kültürlerarası iletişim öğretisinin geliştirilmesine acil ihtiyaç duyulduğunu ifade etmektedir. Ekmekçi ve Aydın Varol ise (2021, s. 28) küreselleşmenin yanı sıra özellikle uluslararası göç olgusunun yarattığı ekonomik, politik, demografik, sosyal ve kültürel etkilerin kültürlerarası iletişimi kaçınılmaz kıldığını belirtmektedir. Kültürel farklılıkların günümüz dünyasında her geçen gün daha fazla öne çıktığını belirten Aksoy (2016), özellikle ülkeler arasında, zorunlu ya da gönüllü olarak yaşanmakta olan yoğun göç hareketlerinin insanların kültürel farklılıkları tanımlarını, anlamalarını ve davranış repertuarlarını geliştirmelerini gerektirdiğini vurgulamaktadır. Kısacası kültürlerarası iletişim, günümüz dünyasında üzerinde yoğunlukla çalışılması gereken temel bir disiplin ve bununla ilgili olarak geliştirilmesi gereken bir temel beceri hâlini almaktadır.

Kantemur ve Nahya'ya göre (2022, s. 231), ilkesel anlamda kültürlerarası iletişim, bir kültürün diğer kültürlere üstünlük kurduğu sömürgeci bir yaklaşıma değil, eşit ve özgür bir anlam inşa etme sürecine göndermede bulunur. Göker'e göre ise (2022, s. 93) kültürlerarası iletişim, eşitsizliklerin ve güç dengesizliklerinin iletişimsel boyutlarına ve farklılıklarıyla birlikte var olabilmeyi sağlayan bir etkileşim imkânına odaklanmaktadır. Benzer bir biçimde Özdemir de (2011, s. 34) kültürlerarası iletişimin ortak anlayış, birlikte barış içinde yaşama, demokratik bir toplum olma ve insan haklarına dayalı eşitlikçi ve özgürlükçü bir dünya tasarımı geliştirmede önemli bir kuramsal dayanak

noktası olduğunu belirtmektedir. Buna karşın birinin kendi grubunu ya da kültürünü her şeyin merkezi olarak görmesi ve diğer grupları kendi grubunu referans alarak yerleştirmesi ve değerlendirmesi (Sumner, 1940, s. 13; Paul, 2008, s. 465) anlamında etnik merkezci tutumlar öne çıktığında ve bunun sonucunda kendi kültürümüzü ve kimliğimizi üstün ve erdemli olarak görmeye başladığımız ve sahip olduğumuz değerleri evrensel olarak herkes için geçerli değerler olarak algıladığımız ve kendi grubumuza yönelik yanlı bir tutum sergilediğimiz zaman, bu tutumlar kültürlerarası iletişimin gelişmesine engel olur. Buna karşın kültürel görelilik ötekileri kendi referans çerçevemizden değil, dâhil oldukları kültür ve gruplar bağlamında ele almak demektir ki, ötekileri kendi referans çerçevemizi kullanarak anlayamayacağımız açıktır (Gudykunst, 2015, s. 142). Öte yandan kendi kültürümüzü merkeze alan önyargılara sahip olmak ve bu önyargılarla hareket etmek kendilerine karşı önyargılı olduğumuz gruplarla kurduğumuz iletişim biçimlerini olumsuz yönde etkilemektedir (Ruscher, 2001, s. 2-3). Önyargılı ve etnik merkezci iletişim bir bakıma farklı kültürel kimliklere sahip insanlardan kendi dillerini değil sizin dilinizi kullanmalarını istemek demektir. Kültürel farklılıkların kabullenilmediği ve kendi kültürü ile eşit görülmediği durumlarda, Selami Sargut'un işaret ettiği gibi (2001, s. 58), insanın kendi kültürünü ve kültürel deneyimini başka kültürlerle yansıtarak egemen kılmaya çalışması durumu ortaya çıkmaktadır. Bu geniş ufuklu olmak değil kendi kültürüne kapanan dar bir bakış açısına sahip olmak anlamına gelir. Dar görüşlülük ya da taassup (fanatizm, bağnazlık) diye anılan bu yaklaşım,² kişinin yalnızca içinde yaşadığı kültürün simge ve değerlerinden yola çıkarak başka kültürleri anlamaya çalışmasına ya da yargılamasına neden olduğundan insanlar ve farklı kültürler arasında sağlıklı ilişkilerin oluşmasına, iletişim kopukluklarına ve kültürel çatışmalara yol açmaktadır. "Söz konusu dar görüşlülük tuzağına düşmüş kişiler, başka insanların farklı çalışma ve yaşama biçimleri olabileceğini kavrayamamakta, bu farklılıkların ciddi sonuçlar yaratabileceğini de görememekteyiz. Birçok çelişki, anlaşmazlık ve çatışmanın temelinde bu kültürel dar görüşlülük" vardır (Sargut, 2001, s. 58). Kültürlerarası iletişim, etnik merkezci tutumu değil, kültürel göreliliği ve kültürler arasında eşitlik temeline ve karşılıklılığa, yani karşılıklı etkileşime dayalı bir iletişimi esas alan tutumları ön gerektirir. Kültürlerarası iletişim farklılıklara sahip insanların birbirini anlayarak bir arada uyumlu bir biçimde yaşamasını, önyargılı ve basmakalıp düşüncelerden uzaklaşarak inceleme ve araştırmaya dayalı bilgiyi öne almasını, yerel ve dar ufuklu değil, daha evrensel nitelikte düşünmeye ve davranmaya başlamasını, dolayısıyla da demokrasi bilincinin gelişmesini hedefler (Özdemir, 2011, s. 37-38).

Kültürlerarası iletişim disiplininin önemli bir bölümünü de kültürlerarası eğitim çalışmaları ve kültürlerarası pedagoji³ oluşturur ve asimilasyonist eğitim modellerine ve ayrımcılığa karşı çıkan kültürlerarası eğitim çalışmalarının temel amacı, kültürlerarası iletişimi destekleyici ortamların geliştirilmesidir.⁴ Kültürlerarası eğitim çalışmaları, farklılıkları inkâr etmeden bir arada yaşama ülküsünü geliştirmeyi ve zihinsel yapının bu bağlamda yeniden yapılandırılması için gerekli koşulları yaratmayı amaçlayan teori ve uygulamaları kapsar (İra, Uylas ve Erkilic, 2021, s. 170). Azınlık veya çoğulcu kültüre sahip bireylerin kendi kişisel varlıkları ile kültürel varlıklarını koruması, toplum içinde saygı görmesi, yaşamını ideal seviyede sürdürebilmesi, çatışmaların önlenmesi, çözüm becerilerinin geliştirilmesi, bireyin uyum ve saygı kapsamında yaşamını idame ettirmesinde kültürlerarası eğitimin önemli bir etken olduğu düşünülmektedir (Nayir ve Sarıdaş, 2020, s. 774). Bu bağlamda kültürün teklifi değil çok-kültürcü bir yaklaşımla birlikte kültürel görecelilik (relativizm) dediğimiz kültüre bağımlı inanç ve ilkelerin

² Dar görüşlülük, burada "parochialism" sözcüğünün karşılığı olarak kullanılmıştır. Dar görüşlülük; yaşamda başka yollar ve yöntemler olabileceğini göz ardı eden, bunlarla da sonuç alınabileceğini ciddiye almayan görüşleri ifade etmektedir. Bu bağlamda bir kültürden diğer kültüre değişen öğeler olduğu gibi tüm insanlığın malı olan evrensel kültürel öğeler olduğuna da hatırlatmak gerekir. Farklılıklarımız doğal ve dolayısıyla değişmez/mutlak farklılıklar değil kültürel farklılıklardır.

³ Kültürlerarası pedagoji çalışmaları kültürlerarası pedagojiyi ortak özelliklere dayalı kültürlerin anlaşmasını sağlamaya çalışan toplumun bütün üyelerine yönelik *klasik kültürlerarası pedagoji*, insanların kültürlerine göre ayrılmasına karşı çıkan *ayrımcılık karşıtı pedagoji* ve habitus, sembolik şiddet ve benzerini öne alan *kolektif aidiyetler pedagojisi* olarak sınıflanmaktadır (Bkz. Nohl, 2009). Burada klasik pedagojik yaklaşımlar kültürel kimliğin otantikliğine ricat etmekle ve dolayısıyla kültürlerarası değil, kültür merkezli olmakla eleştirilmektedir ki, bunu incelediğimiz öğretim programının çıktılarında da görmekteyiz.

⁴ Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin (intercultural competence/intercultural communicative competence) geliştirilmesi için kültürlerarası eğitim çalışmaları kültürlerarası iletişimle ilgili yaklaşımların en çok üzerinde durduğu konulardan birisi olup bu konuda değişik yaklaşımlar geliştirilmiştir. Ancak, bu alanda geliştirilen yaklaşımların neredeyse tamamı kültürlerarası iletişim alanında egemen olan kültürlerarası yönetim yaklaşımlarına aittir. Bu yaklaşımların geliştirdiği önerilerin temelinde ise, kültürlerarası farklılıkları yönetmek amacı egemen olup, öneriler bu amaca hizmet etmek için geliştirilmektedir. Bu çalışmada kültürlerarası iletişim yeterliliği kültürlerarası yönetim yaklaşımlarının belirlediği iş ve üretim odaklı bir çerçevede değil eleştirel bir perspektifle ortak mülkümüz olan dünyada bir arada barış ve huzur içinde yaşamın yol ve yöntemlerini aramak ekseninde ele alınmaya çalışılmıştır. Burada amaç farklılıklarımızla bir arada barış içinde yaşamak için diyalog ilkesinden sapmadan birtakım öneriler geliştirme ve bunun için dikkat edilmesi gereken hususlara işaret edebilme çabasıdır. Bu çerçevede ana ilkimiz sahibi anlamda bir iletişimin temelini anlama ve anlaşma, bir araya getirme ve anlamları ortak kılma çabası olduğu ve iletişimin yönetim için bir araç konumuna indirgenmemesi gereğidir.

evrensel olmadığını, zamana bağımlı olduğunu, topluluktan topluluğa, insandan insana değişebileceğini vurgulayan kültürel çalışmalar yaklaşımı, kültürlerarası iletişim eğitimi yaklaşımları içinde vazgeçilmez bir başlangıç noktasıdır.

Allport (2016, s. 270), önyargının kökünü kurutma programlarının çoğunun “ne kadar tanınırsa insana o kadar az düşmanlık hissedilir” varsayımına dayandığını belirtir ve kültürlerarası eğitim çabasının büyük bir bölümünün önyargıyı azaltmaya çalıştığını ifade eder. Kültürlerarası eğitim, hem dış gruplarla ilgili bilgi edinmenin hem de tanışıklığın düşmanlığı azalttığı varsayımına dayanır. Alport (2016, s. 309), kültürlerarası pedagojinin temel yaklaşımını şu kısa öyküyle açıklar:

— *Oradaki adamı görüyor musun?*

— *Evet. Ondan nefret ediyorum*

— *Ama onu tanıyorsun*

— *İşte bunun için ondan nefret ediyorum.*

Arnd-Michael Nohl’a (2009) göre, dört ayrı toplum varsayımına dayanan dört ayrı kültürlerarası pedagoji yaklaşımı bulunmaktadır: i) asimilasyonist eğitim, ii) klasik kültürlerarası pedagoji, iii) ayrımcılık karşıtı pedagoji ve iv) kolektif aidiyetler pedagojisi. Çocukların eksikliklerini tamamlamaya ve onları kültürel standartlara uydurmaya çalışan asimilasyonist eğitim, “bizim kültürümüz”ün sabit olduğu ve sorgulanmadığı, toplumsal istikrarın türdeş değer ve normlarla garanti altına alındığı bir toplum modeline dayanır. Toplumun farklı kültürlerden müteşekkil olduğu varsayımına dayanan klasik kültürlerarası pedagoji, hiçbir kültürün birbirinden üstün olmadığını ve çocukların bu çeşitlilik içinde yetiştirilmesi gerektiğini ileri sürer. Ayrımcılık karşıtı pedagoji ise klasik kültürlerarası pedagojinin farklılıkları temel alan yaklaşımına itiraz eder ve farklılıkların idrak ve konu edilmesinin çoğu kez kurumsal ayrımcılığa yol açtığını iddia eder. Kolektif aidiyetler pedagojisi ise sadece etnik kökenler arasında değil; örneğin kuşağa, cinsiyete özgü, bölgesel ve diğer kolektif farklılıklar arasında da bir kültürlerarası etkileşimin olması gerektiğini ileri sürer. Söz konusu yaklaşımlardan asimilasyonist eğitim yaklaşımı, salt bir kültürün üstünlüğünü benimseyerek öğrencileri edilgenleştiren bir yaklaşım olduğu için eleştirilmekte ve günümüzde daha eşitlikçi yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır.

Yukarıdaki görüş ve değerlendirmelerden hareketle kültürlerarası iletişimin ve pedagojinin temel dayanak noktaları, aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Kültürlerarası iletişim hem farklılıkların hem de benzerliklerin anlaşılmasına hizmet ederek hiçbir kültürün mutlak olmadığını, her kültürün doğası gereği değişken, geçirgen ve kültürlerarası olduğunu duyumsatır.

- Kültürlerarası iletişim çalışmaları, hiçbir kültürün üstün kültür olmadığı gerçeğinden hareket eder. Bu bağlamda kültürlerarası iletişim, aynı zamanda bir eşitlik çağrısıdır.

- Kültürlerarası iletişim, ortak anlam ve birlikte yaşama arayışına göndermede bulunur. Bu arayış aynı zamanda küresel bir barış talebi şeklinde de yorumlanabilir.

- Kültürlerarası iletişim, önyargı ve kalıp yargı gibi iletişim engellerinin ortadan kalkmasına zemin hazırlar. Kültürlerarası iletişim yargılamaya değil, anlamaya; rekabete değil iş birliğine odaklanır.

- Anlayış, barış ve eşitliği hedefleyen kültürlerarası iletişim, köklü toplumsal sorunların çözümünde diyaloga dayalı bir çözüm önerisi sunar.

Kültürlerarası iletişim, eşitlikçi bir tavra sahip olmakla yakından ilişkilidir. Bizden olmayan anlamında öteki olarak tanımladığımız insanlar ile olan ilişkilerle ilgilenen kültürlerarası iletişim kendi kültüründen olmayan yabancıları/ötekini kültürel bir nesne olarak değil, özne olarak algılayabilme becerisine sahip olmayı ön gerektirir. Görüldüğü üzere kültürlerarası iletişim, tek sesliliği değil çok sesliliği; üstenci bir hoşgöründen çok paylaşımcı bir eşgörü; kutuplaşmayı ve ayrılığı değil ortaklığı ve iş birliğini hedeflemektedir. Bunun için de en temel yönelim kültürlerarası etkileşime: yeni kültürlere açık bir zihniyete sahip olmaktır (Langer, 1989, s. 34). Kültürlerarası iletişim, kültürel ve dilsel hiyerarşilerin ortadan kaldırılmasına ve bir yaklaşım olarak sosyal çeşitliliğin ve çoğulculuğun teşvik edilmesine atıfta bulunmaktadır (Barret, 2013). Bu hedeflerin gerçekleşebileceği alanlardan biri de eğitimidir. Okul, kültürlerarası iletişim için önemli bir olanaktır. Ne var ki Kantemur ve Nahya (2022, s. 231), eğitimin kültürlerarası karşılaşmalar kadar kültürlerarası karşılaşımların da sıkça yaşandığı bir uzam olduğunu belirtmektedir. Başka bir deyişle eğitimde kültürlerarası iletişim kadar kültürlerarası rekabete de rastlamak olanaklıdır. Bu bağlamda mevcut eğitim uygulamalarının kültürlerarası iletişimi önceleyip öncelemediği incelenmelidir. Bu bağlamda öğretim programları, ders kitapları ve öğretmenlerin sınıf içi uygulamalarının “kültürlerarası iletişim” bağlamında incelenmesi, eşitlikçi, barışçı, uzlaşya ve iş birliğine dayalı bir eğitim olanağına katkı sunabilir. Farklı kültürlerin buluşmasının doğal ortamı olarak dil ve kültür derslerinin de kültürlerarası iletişimin gelişimine katkı sunması beklenir. Bu kapsamda yukarıda bahsedilen, yurt dışında yaşayan ortaöğretim düzeyinde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilere göre hazırlanmış olan Türkiye Maarif Vakfı’na

geliştirilmiş “Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı” da kültürlerarası iletişim bağlamında incelenmelidir.

ÇALIŞMANIN AMACI

Kültürlerarası iletişim, farklı kültürlerin etkileşimiyle eşit, özgürlükçü, anlamaya ve paylaşmaya dayalı ortak bir kültür inşa etme sürecine işaret etmektedir. Bu temel yaklaşımdan hareketle, söz konusu Program’da yer alan kazanımların öğrencilerin kültürlerarası karşılaştırma yapmasına zemin hazırlayıp hazırlamadığı incelenmiştir. Çünkü program, “kültürlerarasılık” iddiasından beslenmektedir. Bununla birlikte dersin hedef kitlesi yabancı uyruklu öğrenciler olduğu için söz konusu programın kültürlerarasılık bağlamında incelenmesi hem doğal hem de zorunludur. Bu çalışmanın amacı, uluslararası öğrencilerin kültürlerarası iletişim yetisini geliştirmeyi hedefleyen “Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı”nda yer alan kazanımları, kültürlerarası iletişim bağlamında incelemektir. Çalışmada “Program’da yer alan kazanımlar kültürlerarası iletişim ve etkileşime zemin hazırlıyor mu?” sorusuna yanıt aranmıştır. Çalışmanın sonucunda kültürlerarası iletişim ile kültür aktarımı ayırımı ele alınmış ve “Nasıl bir kültürlerarası iletişim eğitimi?” sorusu tartışmaya açılmıştır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı’nda yer alan kazanımları kültürlerarasılık bağlamında incelemeyi hedefleyen bu çalışma, nitel modelde, durum desenindedir. Çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır.

Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri sistematik bir biçimde incelemeye ve değerlendirmeye yarayan bir yöntemdir (Kıral, 2020, s. 173). Çalışmada bir öğretim programı incelendiği için doküman analizi yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir.

İnceleme Nesnesi

Türkiye Maarif Vakfı tarafından 2022 yılının Eylül ayında yayımlanan ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığınca 05.09.2022 tarihinde ilgili ülkelerde uygulanmasının uygun olduğu mütalaa edilen “İM-Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı”nda yer alan kazanımlar, araştırmanın inceleme nesnesini oluşturmaktadır. Program’da tematik bir yaklaşımla hazırlanmış 127 kazanım yer almaktadır (TMV, 2022c, s. 17-26). Çalışmada söz konusu kazanımların tamamı incelenmiştir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Program, 01.11.2022 tarihinde <https://turkiyemaarif.org/post/242-im-ortaogretim-turk-kulturu-ve-medeniyeti-dersi-ogretim-programi-2238?lang=tr> genel ağ adresinden indirilmiştir. Program’daki kazanımlar, nitel içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiş ve yorumlanmıştır.

İçerik analizi; bir veya birçok metnin sistematik olarak kavramsallaştırılıp çözümlenmesini kapsamaktadır (Kızıltepe, 2017). Bu doğrultuda içerik analizinde veriler, tema ve kategoriler çerçevesinde sınıflandırılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu çalışmada da araştırmacı tarafından kazanımlara yönelik tema ve kategoriler belirlenmiştir. Söz konusu tema ve kategoriler, kazanımlar incelenirken araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Bu tema ve kategorilerin kazanımlarla örtüşüp örtüşmediği, aynı zamanda bir alan uzmanı tarafından da incelenmiştir. Veriler, tablolar aracılığıyla gösterilmiş ve yorumlanmıştır.

BULGU VE YORUMLAR

Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı’nda 127 kazanım yer almaktadır. Bu kazanımlar, “Kültürel Farkındalık”, “Türk Kültürü” ve “Kültürlerarası İletişim” başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Kültürel farkındalık temasıyla ilişkili kazanımlar, Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Kültürel Farkındalık Kapsamındaki Kazanımlar

Kültürel kavramlarla ilişkili kazanımlar	Kültür ve medeniyete ilişkin kavramları olay ve olgular üzerinden tartışır.
	Kültür ve medeniyete ilişkin temel kavramları açıklar.
	Bayram ve kutlamaların sosyokültürel işlevini açıklar.
	Dinin inanç ve ritüellere etkisini açıklar.
	Sosyal ilişkilerde sofrada adabının önemini fark eder.
	Sofra kültürünü kendi yaşamından örnekendirerek açıklar.
	Geleneklere/özel günlere ilişkin uygulamaları toplumsal önemi bakımından değerlendirir.
	Kütüphaneler ve kiraathanelerin sosyokültürel işlevlerini değerlendirir.

Sosyal yaşamda kültürün rolü ile ilgili kazanımlar	Mevsim ve şenlikler arasındaki doğal ilişkiyi örneklerle açıklar.
	Müzelerin bir kültürü tanımadaki gerekliliği ve önemini açıklar.
	Sosyal yaşamın mimariye etkisini açıklar.
	Toplumsal hayatı düzenleyen inanç/değer/normları belirler.
	Vakıfları sosyokültürel işlevleri bakımından değerlendirir
	Yardımlaşma ve dayanışmanın sosyokültürel işlevini fark eder.

Kültürel farkındalık teması, genel anlamda kültürün tanımlanması, açıklanması ve toplumsal yaşamdaki etkilerinin değerlendirilmesiyle ilişkilidir. Tablo 1’de görüldüğü gibi Program’daki kazanımlardan 14’ü öğrencilere kültürel farkındalık kazandırmayı hedeflemektedir. “Kültür ve medeniyete ilişkin temel kavramları açıklar.” ve “Kültür ve medeniyete ilişkin kavramları olay ve olgular üzerinden tartışır.” kazanımları kültür ve medeniyet kavramlarının tanımlanması ve açıklanmasıyla ilgilidir. Tablo 1’deki diğer kazanımlar ise kültürel öğelerin toplumsal yaşamdaki etkisine yöneliktir. Bu kazanımlarla öğrencilerin kültürün ne olduğunu, sosyal yaşamdaki yeri ve etkisini anlaması beklenmektedir.

Kültür aktarımı temasıyla ilişkili kazanımlar, Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Kültür Aktarımı Kapsamındaki Kazanımlar

Türkiye ile ilgili kazanımlar	Türkiye’deki bilim hayatıyla ilgili gelişmeleri takip eder.
	Türkiye’deki bilim kurumlarının faaliyetlerini değerlendirir.
	Türkiye’de bilimsel çalışmalar yapan kurumları tanıır.
	Türkiye’nin dünya haritası üzerindeki konumunu seçer.
	Türkiye’nin fiziki, siyasi ve ekonomik özelliklerini bilir.
	Türkiye’nin önemli şehirlerini tanıır.
	Türkiye’nin bölgesel önemini farkına varır.
	Türkiye’nin küresel önemini farkına varır.
	Türkiye’deki toplumsal yaşama ilişkin temel bilgileri özetler.
	Türkiye’deki nüfus dağılımı ile ekonomik çeşitliliği ilişkilendirir.
	Türkiye’deki çalışma hayatını yönlendiren dinamikleri tanıır.
	Türkiye’nin spora verdiği önemi bilir.
	Türkiye’nin sporcuya verdiği önemi sportif imkânlar bakımından yorumlar.
	Yükseköğretimde uluslararasılaşmada Türkiye’deki üniversitelerin işlevini fark eder.
	Türkiye yükseköğretimini sunduğu imkânlar bakımından değerlendirir.
	Türkiye’deki üniversiteler hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türkiye’deki turizm çeşitliliğini bilir.
	Türkiye’de turizm imkânlarının farkına varır.
	Türkiye’de turizm hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türkiye hakkında yapılan tanıtım etkinliklerine katılır.
	Türkiye’nin tarihî değere sahip varlıklarını tanıır.
	Türkiye’de seçtiği bir turizm varlığı hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türkiye’ye ulaşım yolları ve araçların sınıflandırarak açıklar.
	Türkiye’nin konaklama çeşitliliğini sınıflandırarak açıklar.
	Türkiye’nin kültürel diplomasi faaliyetini yürüten kurumları tanıır.
	Türkiye’nin kültürel diplomasi faaliyeti yürüten kurumların uygulamalarına örnekler verir.
	Türkiye’nin kültürel diplomasi faaliyeti yürüten kurumlarını çalışma alanları bakımından değerlendirir.
	Türkiye’nin uluslararası göç meselesine yaklaşımını örneklerle açıklar.
Türkiye’nin kültürlerarası duyarlılığa yaklaşımını örneklerle açıklar.	
Türkiye’ye yönelen tarihsel göç akışını mevcut durumdan hareketle tartışır.	
Anadolu’nun medeniyet tarihindeki önemini fark eder.	
Anadolu medeniyetlerinin insanlığa olan katkısını örneklerle açıklar.	
Göç hareketlerinin güzergâhı bakımından Anadolu’nun önemini fark eder.	
Türk mutfağına özgü lezzetleri Anadolu’nun coğrafi özellikleriyle ilişkilendirerek açıklar.	
Türk tarihinin dönemlerini belirgin özellikleriyle açıklar.	
Türk devletlerini yönetim anlayışı bakımından analiz eder.	
Türk aile yapısının temel özelliklerini açıklar.	
İslam dininin Türk toplumu için önemini açıklar.	
Türklerin günlük rutinlerinin farkına varır.	
Türklerin günlük yaşamı konusunda araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.	
Türlere özgü zanaatlar konusunda araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.	
Türk mutfağından lezzetlere örnekler verir.	
Türk mutfağını çeşitlilik açısından yorumlar.	
Türk mutfağından bir yemeğin/içeceğin/ tatlının tarifini verir.	
Türk mutfağındaki yöresel lezzetlere örnekler verir.	
Türk kahvaltısının sosyokültürel işlevini açıklar.	

Türk kültürü ile ilgili kazanımlar	Türklerin sofraya kültürünü bilir.
	Türklerin inanç ve ritüeller bağlamında dünya kültürel mirasına katkılarını tanıtır.
	Türlere ait bir kutlama/gelenek/inanç/ değerler konusunda araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türlere özgü gelenek-göreneklerin zaman içerisindeki güncelliğini analiz eder.
	Türklerin millî ve dinî bayramlarından örnekler verir.
	Türlere ait bir şenlik hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türlerde sosyal ilişkileri belirleyen değerleri/inançları açıklar.
	Türlerde dayanışma kültürü konusunda araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türlerde vakıf kültürünün özelliklerini tanıtır.
	Türklerin sosyal dayanışmasını temsil eden kurumları tanıtır.
	Türklerin sosyal dayanışmasını temsil eden kurumların faaliyetlerini araştırıp sunar.
	Türklerin sosyal dayanışmasını temsil eden kurumları faaliyetleri açısından değerlendirir.
	Türkçenin dil ailesini Türk dili tarihine göre analiz eder.
	Türkçenin, küresel ölçekte konuşulma alanlarını bilir.
	Türklerin sözlü edebiyatına özgü türleri tanıtır.
	Türklerin sözlü edebiyat geleneğinin toplumsal işlevini fark eder.
	Türk edebiyatından seçtiği bir eseri dönemi açısından değerlendirir.
	Türk edebiyatı dönemlerini temsil eden bir isim ve eseri hakkında bilgi verir.
	Türk müziğinin özelliklerini belirler.
	Geleneksel Türk çalgılarını ayırt eder.
	Seçtiği bir Türk müzisyen hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Türk halk oyunlarını tanıtır.
	Türk görsel sanatının özelliklerini belirler.
	Türk görsel sanatını örneklendirerek ana hatlarıyla anlatır.
	Geleneksel Türk süsleme sanatlarından seçtiği bir eseri ve sanatkarını tanıtır.
	Geleneksel Türk süsleme sanatlarına uygun tasarımlar yapar.
	Türk tiyatro geleneğinin belirgin özelliklerini bilir.
	Türk sinema geleneğini, Türk filmlerinden örnekler vererek açıklar.
	Seçtiği bir Türk dizisine/ filmine yönelik görüşlerini bildirir.
	Geleneksel Türk mimarisinin özelliklerini belirler.
	Türk evinin yapısı ve özellikleriyle sosyokültürel durumlar arasında ilişki kurar.
	Türk İslam mimari geleneğini açıklar.
	Türk İslam mimari geleneğinde eser vermiş bir mimar ve eseri hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
	Tarihi Türk şehir mimarisinin özelliklerini belirler.
	Çağdaş Türk şehir mimarisinin özelliklerini belirler.
	Tarihi Türk şehir mimarisi ile çağdaş Türk şehir mimarisini karşılaştırır.
	Türklerin sosyal bilimlere katkılarını ana hatlarıyla açıklar.
	Türklerin sosyal bilimlere katkılarında örnekler verir.
	Türklerin sosyal bilimlerde yaptığı çalışmalarına katkıları yönünden değerlendirir.
	Türklerin fen bilimlerine katkılarını ana hatlarıyla açıklar.
Türklerin fen bilimlerine katkılarında örnekler verir.	
Türklerin fen bilimlerinde yaptığı çalışmalarına katkıları yönünden değerlendirir.	
Türklerin sportif başarılarını örnekler vererek açıklar.	
Geleneksel Türk sporlarını tanıtır.	
Geleneksel Türk sporları hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.	
Geleneksel Türk oyunlarının özelliklerini açıklar.	
Geleneksel Türk oyunları hakkında araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.	
Tarihsel süreç açısından Türk eğitim sistemini açıklar.	
Türk eğitim sisteminin özelliklerini ana hatlarıyla açıklar.	
Bilimsel etkinlikler için gönüllü projeler hazırlar.	
Geleneksel Türk oyunlarına yönelik etkinliklere gönüllü olarak katılır.	
Sosyal sorumluluk projelerine gönüllü olarak katılır.	
Sözlü edebiyat geleneğinin icra edildiği etkinliklere gönüllü katılır.	
Türk ikram geleneğine uygun bir etkinliği gönüllü olarak organize eder.	
Üniversite tanıtım fuarlarına gönüllü olarak katılır.	

Kültür aktarımı, bir kültürün başka bir kültüre tek taraflı bir biçimde iletilmesini kapsamaktadır. Kültür aktarımında bir kültür, başka kültüre mensup birine benimsetilmek ve olumlu duygular uyandırmak istenmekte olduğundan kültür aktarımında karşılıklı bir etkileşim değil, tek taraflı bir etkileme amacı söz konusudur. Tablo 2’de görüldüğü gibi Program’daki kazanımlardan 101’i öğrencilere Türk kültürünü aktarmaya yönelik kazanımlardır. Bu kazanımlardan 30’u Türkiye ile ilgilidir. Program’da öğrencilerin Türkiye’nin tarihini,

turizmini, yükseköğretim sistemini vb. öğrenmesi beklenmektedir. Kazanımlardan 4’ü Anadolu ile ilgilidir. 61 kazanım ise Türk kültürü ile ilgilidir. Bu kazanımlarda öğrencilerin Türk yaşantısı, mutfağı, geleneksel sporları, oyunları, sanatları vb. öğrenmesi hedeflenmektedir. 7 kazanım ise uluslararası öğrencilerin Türk kültürüne katılımını kapsamaktadır. Burada öğrencilerin Türk kültürü ile ilgili etkinliklere katılımı amaçlanmaktadır.

Kültürlerarası iletişim temasına ait kazanımlar, Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3. Kültürlerarası İletişim Kapsamındaki Kazanımlar

Kültürlerarası İlişkiyi Yönelik Kazanımlar	Açıklamaya
	Kültürlerarası ilişkiler konusunda araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.
Kültürlerarası İlişkiyi Yönelik Kazanımlar	Geleneksel Türk sporlarıyla kendi kültürüne özgü sporlar arasında ilişki kurar.
	Geleneksel Türk oyunları ile kendi kültürüne özgü oyunlar arasında ilişki kurar.
	Türklerin günlük alışkanlıklarıyla kendi kültürüne özgü günlük alışkanlıklar arasında ilişki kurar.
	Türk halk bilgisi ile kendi halk bilgileri arasında ilişki kurar.
	Türklerin bayram âdetleriyle kendi kültürüne özgü bayram âdetleri arasında ilişki kurar.
	Türk kültürüne özgü şenlikler ile kendi kültürüne özgü şenlikler arasında ilişki kurar
	Türklerin sözlü edebiyat ürünleriyle kendi kültürüne özgü sözlü edebiyat ürünleri arasında ilişki kurar.
	Türk müziği ile kendi kültürüne özgü müzikler arasında ilişki kurar.
	Türk halk oyunları ile kendi kültürüne özgü halk oyunları arasında ilişki kurar.
	Türk görsel sanatı ile kendi kültürüne özgü görsel sanatlar arasında ilişki kurar.
	Somut örnekler üzerinden kültürlerarası ilişkilendirmeler yapar.

Kültürlerarası iletişim ve pedagoji, farklı kültürlerin karşılaştırılmasını ve ilişkilendirilmesini, benzerlik ve farklılıkların değerlendirilmesini kapsamaktadır. Tablo 3’te görüldüğü gibi Program’daki kazanımlardan 12’si öğrencilerin kültürlerarası iletişim kurmalarına zemin hazırlayacak niteliktedir. “Kültürlerarası ilişkiler konusunda araştırma sonucunda elde ettiği bilgileri paylaşır.” kazanımı kavramsal düzeydeyken diğer 11 kazanım, uluslararası öğrencilerin kendi kültürleriyle Türk kültürünü karşılaştırmalarını, böylece kültürlerarası farkındalık kazanmalarını sağlamayı hedeflemektedir.

Daha önce belirttiğimiz gibi, kültürlerarası iletişim ve pedagojinin amaçlarından en önemlisi farklı kültürler arasındaki çatışmaları ve kutuplaşmayı azaltarak birbirini anlamaya dayalı barışçıl bir diyaloga ve iş birliğine zemin hazırlamaktır. Bu bağlamda çatışma çözümlemesi ve müzakere de kültürlerarası iletişimin başta gelen konularıdır (bk. Galtung, 2009). Kutuplaşmış iletişim, kişinin “kendi düşüncesinin yanlış ve ötekının doğru olduğuna inanmasının mümkün olmadığı” durumda oluşmaktadır. Bu iletişim türünde bir insan topluluğu içerisindeki iletişim, “biz” doğruyuz, “onlar” yanlış retoriğiyle tek tipleştirilir (Arnett, 1986, s. 15-16). Kutuplaşmış iletişim gruplar veya bireyler kendi çıkarlarıyla ilgilenip, diğerlerinin çıkarlarıyla çok az ilgilendiklerinde veya hiç ilgilenmediklerinde başlar ve kaynaklandığı yer, günlük konuşmalardır ve ötekilerin görüşleriyle ve kültürüyle ilgilenilmemesi kültürlerarası iletişimin amaçlarının tersine tek yanlı ve dışlayıcı tutumları işaret eder ve bu, zamanla bizim dışımızdakileri hissedememeye ve farklı olarak gördüğümüz insanların insanlığını yok sayma eğilimine dönüşme potansiyeline sahiptir (Gudykunst, 2015, s. 22). Kutuplaşmış iletişime yol açan önyargılı ve etnik-merkezci bakış açıları kültürel referans çerçevelerini yerinden oynatamamaya dayalıdır ve bu durumu kendi perspektifimizden görme ve kültürel yönden kendimizi başkalarının çerçevelerine yerleştirememeye hâli farklı kültürlerden insanlarla empati kuramama; kendini başkalarının yerine koyarak düşünememe ve davranamama durumu yaratır (Shaules, 2015, s. 130). Kendi kültürünü abartılı bir biçimde yüceltmeye dayalı kültür merkezci bir tutum aynı zamanda gerçekliğin görülmesi önünde önemli bir engel olduğu gibi, kendi eksiklik ve zayıflıklarını kendinden bile gizlemeye çalışan insanların hem kendilerini hem de başkalarını anlamamalarına, anlamamaktan öte yanlış anlamalarına yol açmaktadır (Morin, 2013, s. 68). Diyalojik değil monolojik bir bakış açısı ile kendi kültürüne kapanmak ve onun savunusuna ve tek taraflı tanıtımına girişmek farklı kültürlerle mensup insanlar arasında dostluk ve dayanışmayı artırmaya da hizmet etmeyecektir.

Bu Program’da yer alan öğrenim kazanımlarının çoğunluğu, farklı kültürel kimliklere sahip insanları anlama ve kendimizi onlara anlatma ve böylece birbirimizi anlama ve anlaşma çabasından daha çok onlardan bizim dilimizi ve kültürümüzü öğrenmeleri ve kullanmalarını istemektedir. Bu sonuç, Program’ın birtakım amaçlarıyla örtüşmektedir. Çünkü Program, kültürlerarası iletişimi geliştirmenin yanı sıra Türk kültür ve medeniyetini tanıtmayı da hedeflemektedir. Ne var ki Program’da sınırlı sayıda kazanımın kültürler arasında eşitlik temeline ve karşılıklılığa; karşılıklı etkileşime dayalı bir iletişimi: diyalogu ve empati kurma ve anlama çabasını öne aldığı görülmektedir. Bu ise kültürlerarası iletişim becerilerinin yeterli ölçüde geliştirilememesi sonucunu doğurabilir.

Program'da toplumsal ve kültürel kimlik tanıtımı ve savunusu baskın bir biçimde öne çıkmakta iken paylaşıma, farklılıkların buluşmasına, karşılıklı etkileşim ve anlaşmaya dayalı kültürlerarası iletişim kazanımlarının sayı ve niteliğinin geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda incelemiş olduğumuz Program, kültür aktarımı ve tanıtımını öne almış olduğundan; kültürlerarası iletişimden ziyade, kültürlerarası iletişim çalışmalarının azalmasına çalıştığı kutuplaşmış iletişime daha çok zemin hazırlama ihtimali taşımaktadır. Ayrıca, yoğun kültürlerarası iletişim vurgusuna karşın, kültürlerarası iletişim çalışmalarının hepsinin temel amacı olan kültürlerarası çatışmaların nasıl önleneceği ve yönetilebileceği konusuna yönelik somut önerilerin yer almaması da Program'da geliştirilmesi gereken bir diğer öğedir. Bununla birlikte kültürlerarası iletişim çalışmalarının en önemli alanlarından biri olan kültürlerarası eğitim çalışmalarının (ki bu ders bir kültürlerarası eğitim dersi olduğu iddiasındadır) temel amacının kültürlerarası iletişimi destekleyici ortamların geliştirilmesi olmasına karşın incelediğimiz Program çıktılarında buna ilişkin çalışmaların yeterince göz önünde bulundurulmadığı görülmektedir. Dolayısıyla "Programın Genel Amaçları" bölümünde üstünde önemle durulan kültürlerarası iletişim vurgusunun kazanımlar bölümünde soyut ve zayıf kaldığı ve geliştirilmesi gerektiği görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

"Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı"nı kültürlerarası iletişim bağlamında incelemeyi amaçlayan bu çalışmada Program'da yer alan kazanımlardan 101'inin kültür aktarımı, 14'ünün kültürel farkındalık ve 12'sinin kültürlerarası iletişimle ilgili olduğu tespit edilmiştir. "Kültür aktarımı" temasıyla ilişkili 101 kazanımda öğrencilerin Türkiye, Anadolu ve Türk kültürü hakkında bilgi sahibi olmaları, Türk kültürüyle ilgili etkinliklere katılmaları amaçlanmıştır. Sadece 12 kazanım, kültürlerarası ilişki, karşılaştırma ve farkındalığı geliştirmeyi doğrudan amaçlamaktadır. Sonuç olarak Program'daki kazanımlarda uluslararası öğrencilerin kendi kültürleriyle Türk kültürünü karşılaştırmalarını ve ilişkilendirmelerini gerektiren kültürlerarası iletişime ilişkin kazanımların sınırlı sayıda yer aldığı, Program'ın temel amacının kültür aktarımı olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti dersinde uluslararası öğrencileri öncelikle Türk kültürüyle karşılaştırmak amaçlanmaktadır. Bu sonuç, Program'ın genel amaçlarıyla kazanımları arasında birebir örtüşme olmadığını göstermektedir. Çünkü Program'ın genel amaçları daha çok "kültürlerarası iletişim" becerisiyle ilişkiliyken kazanımları ise çoğunlukla "kültür aktarımı"yla ilişkilidir. Program'da "kültürlerarası iletişim" kapsamındaki kazanımların sayısının artırılmasının küresel barış, anlayış ve eşgörüye katkı sunabileceği düşünülmektedir. Çünkü kültür aktarımına yönelik kazanımlar, öğrencilerin etkin olmasından çok edilgen olmasını koşullar. Oysa asimilasyonist yaklaşımlara karşı çıkan güncel kültürlerarası pedagoji, öğrencilerin kendi kültürüne ve öteki kültürlere etkin bir biçimde katılmasını erekler.

Bu çalışmanın sonuçları Türkçe eğitimi alan yazınında sık sık birbirinin yerine kullanılan "kültür aktarımı" ile "kültürlerarası iletişim" kavramları arasındaki farkı tartışmayı gerekli kılmaktadır. Kültür aktarımı, bir kültürün başka bir kültüre şırına edilmesi şeklinde özetlenebilir. Kültürlerarası iletişim ise, daha önce değinildiği gibi karşılıklı bir etkileşimi imler. Kültür aktarımı, tek taraflı bir ileti sürecidir; aktaran etkin, aktarılan ise edildendir. Kültürlerarası iletişimde ise iletişimin doğası gereği her iki taraf da etkendir. Kültürlerarası iletişim, bir tarafın diğerine kültürünü empoze etmeye çalıştığı bir süreç değildir. Bu bağlamda bir arada yaşama istencinin geliştirilebilmesi için kültür aktarımına değil, kültürlerarası iletişime dayalı bir eğitimin gerçekleştirilmesi gerektiği söylenebilir. Bu bağlamda farklı kültürler hakkında yönlendirilmiş ve yüceltmeye ve promosyona dayalı bilgilerin değil özgür bir iletişimle edinilen bilgilerin kural olarak, toplumlar arasında önyargıların ve bunların neden olduğu çatışmaların azaltılması ile ilişkili olduğu kabul edilmektedir (Allport, 2016, s. 271).

Bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda kültürlerarası iletişim ile kültürlerarası rekabet arasındaki farka değinmek de gerekmektedir. Kültürlerarası iletişim, anlama ve anlaşma arayışını içermekleyen kültürlerarası rekabet daha çok yarışma, öne geçme, üstünlük kurma ve kazanmayla ilişkilidir. Bu bağlamda tek yönlü bir kültür aktarımının kültürlerarası rekabeti besleyebileceği, rekabetin ise çatışma doğurabileceğini ya da zaten mevcut olan çatışmaları artırabileceğini söyleyebiliriz. Dolayısıyla kültürlerarası rekabete dayalı bir eğitimin farklı olanı anlamayı ve uzlaşmayı içermeyeceği açıktır. Bu bağlamda rekabet değil iş birliği, katılım ve temas öne alınmalıdır ki, kültürlerarası eğitim çalışmalarında kişiler ve gruplar rekabet amacıyla bir araya geldiğinde bunun kişi ve gruplar arasında kültürlerarası iletişimin gelişmesine katkıda bulunmadığı sonucuna varılmıştır (bk. Dodd, 1998, s. 168-169 ve Soydaş, 2010, s. 47-48). Bunun yerine iş birliği içinde ortak bir hedefe ulaşmaya çalışmanın bu kişiler ve gruplar arasında iletişimi geliştireceği gibi dayanışmayı da pekiştireceği işaret edilmektedir (Allport, 2016, s. 321). Ortak katılım ve ortak çıkarlar ve hedefler etrafında muhataplarını ve ait oldukları kültürünü kendisi

ve kendi kültürü ile eşit olarak görme esasına dayalı bir bakış açısı (ki biz buna *eşgörü* diyoruz)⁵ kültürlerarası iletişimi geliştirme amacına hizmet etme potansiyeline sahiptir. Daha önce de söylediğimiz gibi, kültürlerarası iletişim özne-nesne, fetheden-fethedilen ilişkisi yerine her tür ilişki ve iletişimde eşitlikçi bir tavra sahip olmayı gerektirir. Ana damar iletişim çalışmalarının retorik becerileri geliştirerek muhatabını ya da hedef kitleyi ikna etmeye odaklı yaklaşımı yerine açık diyalog ve müzakere yoluyla birbirini anlama, ortak anlam üretme ve anlaşmaya-uzlaşmaya çalışma çabası olarak kültürlerarası iletişim kendi kültüründen olmayan yabancıları/ötekini kültürel bir nesne olarak değil, özne olarak algılayabilme becerisine sahip olmayı ön gerektirir.

Kültürlerarası iletişim alanında ilerleme kaybedebilmek ve dolayısıyla farklı kültürlerden gelen insanların birbirilerini daha iyi anlamaları, diyalog kurmaları ve iş birliği yapabilmeleri için kendi kültürel kimliğimizi baskın bir biçimde öne sürmek, tanıtmak ve onun üstünlüklerini savunmak, yerine paylaştığımız ortak insani kimliklerimiz üzerinden yürümeyi tercih etmek gerekir. Kültürlerarası iletişim çalışmalarının temel mottosu *Farklılıklar Arasında Köprü Kurmak* (Gudykunst, 2015) veya *Farklılıklarla Yaşamak* (Kartarı, 2001); farklılıklarla bir arada barış içinde yaşamaktır. Kültürel farklılıklar kabulü, ama bu farklılıkların iletişimimize yönelik olumsuz etkilerinin azaltılmaya çalışılması ve farklı kültürlerle mensup insanların iletişimini çatışmalardan arındırarak sağlıklı bir biçime dönüştürebilmenin yollarını arama çabası kültürlerarası iletişim çalışmalarının en temel amacıdır.

Bu çalışma, “kültürlerarası eğitim nasıl olmalıdır?” sorusunun bir kez daha sorulmasına da zemin hazırlamaktadır. İçinde yaşadığımız küresel ölçekteki sorunlar düşünüldüğünde uygulamaya dayalı bir kültürlerarası iletişim eğitimi, bir kez daha önem kazanmaktadır. Sonuç olarak Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Program’ının kültürlerarası iletişim bağlamında gözden geçirilmesi önerilmektedir. Program, kültürlerin etkileşimden beslendiğini, dolayısıyla her kültürün doğası gereği kültürlerarası olduğunu öğrencilere duyumsatarak bir arada, eşgörü içinde yaşama ülküsünü geliştirebilir.

KAYNAKLAR

- Aksoy, Z. (2016). Kültürlerarası iletişim eğitiminde öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık gelişimi özdeğerlendirmeleri üzerine bir inceleme. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(3), 34-53.
- Allport, G. W. (2016). *Önyargının doğası* (Çeviren: Nur Nirven). Sakarya Üniversitesi Kültür Yayınları.
- Arnett, R. C. (1986). *Communication and community*. Southern Illinois University Press.
- Barrett, M (2013). Introduction–Interculturalism and multiculturalism: Concepts and controversies. (Ed. M. Barrett). *Interculturalism and Multiculturalism: Similarities and Differences* içinde, s. 15-42. Council of Europe.
- Bauman, Z. (2020). *Eğitim üzerine: Riccardo Mazzeo ile söyleşi*. (Çeviren: A. E. Pilgir). Ayrıntı Yayınevi.
- Bourse, M. ve Yücel, H. (2021). *Kültürlerarası iletişim, kullanım kılavuzu*. İletişim Yayınları.
- Çağ, H. D. ve Bölükbaş Kaya, F. (2021). Türkçenin yurt dışında yabancı dil olarak öğretimine genel bir bakış. *BUGU Dil ve Eğitim Dergisi*, 2 (1), 74-101.
- Dodd, C. H. (1998) *Dynamics of intercultural communication*. Mc Graw Hill.
- Ekmekçi, Z. ve Aydın Varol, F. B. (2021). Kültürlerarası iletişim bağlamında farklı kimliklerin sinemada temsili: “Bir Adam ve İneği” filmi üzerine bir değerlendirme. *Atatürk İletişim Dergisi*, Özel Sayı, 25-40.

⁵ Hoşgörü (tolerans, müsamaha) önemli olsa da, sonuç itibarıyla bir erdem değil negatif bir nezaket eylemidir ve karşısındaki insanı olduğu gibi kabul etmeyi değil ona tahammül etmeyi esas alan bu kavram karşısındaki kişi ve grupları kendisi ve kendi grubu ile eş görmeye değil, onu kendisinden üstün veya aşağı (hor) görmeye dayalıdır (Allport, 2016: 473). Hoşgörü, hoş gören ve hoş görülen arasında hiyerarşik bir ilişki biçimi olup, eşitliğe dayalı değildir. Bu nedenle biz, karşısındakini kendisinden aşağı ya da üstün olarak görmeye dayalı horgörüyle bitişik bir kavram olan hoşgörü yerine muhatabını ve kültürünü kendisi ve kendi kültürüyle eşit ve eş olarak görme anlamında kullandığımız eşgörü kavramını kullanıyoruz ve bu kavramın kültürlerarası iletişim dâhil her türlü kişisel iletişimde temel esaslardan biri olması gerektiğini düşünüyoruz.

- Galtung, J. (2009) *Çatışmaları aşarak dönüştürmek: çatışma çözümüne giriş* (Çeviren: Havva Kök). Uşak Yayınları.
- Göker, (2022). Kültürel farklılıklar ve iletişim (Ed: İ. Özdemir ve S. Y. Işık). *Kültürlerarası İletişim* içinde (s. 91-124). Siyasal Kitabevi.
- Gudykunst, W. B. (2015) *Farklılıklar arasında köprü kurmak* (Çeviren: Kadir Aşar). Kırmızı Yayınları.
- Hall, E. T. (1959). *The silent language*. Duobledag & Company INC.
- İra, N., Uylas, N., & Erkilic, T. A. (2021). Opinions of school administrators and teachers on intercultural education. *Turkish International Journal of Special Education and Guidance & Counselling (TIJSEG)*, 10(2), 169-183.
- Kanathı, F. (2018). *Düşünsel yolculuklarım*. Akademisyen Yayınevi.
- Kantemur, Z. ve Z. N. Nahya (2022). Kültürlerarası iletişimin bir aracı olarak çokkültürlü ve kültürlerarası eğitim (Ed: İ. Özdemir ve S. Y. Işık). *Kültürlerarası İletişim* içinde (s. 231-252). Siyasal Kitabevi.
- Kartarı, A. (2001) *Farklılıklarla yaşamak: kültürlerarası iletişim*. Ürün Yayınları.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 170-189.
- Kızıltepe, Z. (2017). İçerik analizi. (Ed. F. N. Seggie ve Y. Bayyurt). *Nitel araştırma yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* içinde. S. 253-266. Anı Yayıncılık.
- Langer, E. (1989) *Mindfulness*. Reading Ma: Addison-Wesley.
- Mutlu, E. (2017). *İletişim sözlüğü*. Ütopya.
- Morin, E. (2013) *Geleceğin eğitimi için gerekli yedi bilgi* (Çeviren: Hüsnü Dilli). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Nayir, F. ve Sarıdaş, G. (2020). Çokkültürlü eğitim, kültürlerarası eğitim ve kültürel değerlere duyarlı eğitime ilişkin kavramsal bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (70), 769-779.
- Nohl, A. M. (2009) *Kültürlerarası pedagoji* (Çeviren: R. Nazlı Somel). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Öcal, D. (2022). Kültürlerarasılık: kavramsal ve kuramsal bir yaklaşım (Ed: İ. Özdemir ve S. Y. Işık). *Kültürlerarası İletişim* içinde (s. 13-36). Siyasal Kitabevi.
- Özdemir, İ. (2011). Kültürlerarası iletişimin önemi. *Folklor/Edebiyat*, 17 (66), 29-38.
- Özdemir, İ. (2022). Kültürlerarası iletişimsizlik sözlüğü. (Ed: İ. Özdemir ve S. Y. Işık). *Kültürlerarası iletişim* içinde (s. 195-230). Siyasal Kitabevi.
- Paul, A. M. (2008). Ethnocentrism. (Ed., R. T. Schaefer) *Encyclopedia of Race, Ethnicity and Society* içinde, 465-467. SAGE Publications.
- Sargut, A. S. (2001) *Kültürlerarası farklılaşma ve yönetim*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Shaules, J. (2015) *Kültürlerarası akıl: kültürel bağ, bilişsel ve küresel yaşam* (Çeviren: Emine Tutku Vardağlı). İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınevi.

Soydaş, A. U. (2010) *Kültürlerarası iletişim: farklı kültürel ortamlarda çalışma ve iletişim*. Parşömen.

Sumner, W.G. (1940) *Folkways*. Ginn.

TMV (2022a). Dünyada Maarif. 3.11.2022 tarihinde <https://turkiyemaarif.org/page/2018-DUNYADA-MAARIF-16> adresinden erişilmiştir.

TMV (2022b). Türkiye Maarif Vakfı. 3.11.2022 tarihinde <https://turkiyemaarif.org/page/50-Turkiye-Maarif-Vakfi-12> adresinden erişilmiştir.

TMV (2022c). *İM-Ortaöğretim Türk Kültürü ve Medeniyeti Dersi Öğretim Programı*. Buyruk Matbaa Selefon ve Reklamcılık Hizmetleri.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.

İŞE TUTKUNLUK (JOB PASSION) ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇEYE UYARLANMASI

Gamze GÜNER KİBAROĞLU¹, Bircan GÜNER², H. Nejat BASIM³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1218620

Makale Geçmişi:

Geliş 24.01.2023

Kabul 02.08.2023

Anahtar Kelimeler:

İşe Tutkunluk,

Uyumlu İşe Tutkunluk,

Obsesif İşe Tutkunluk,

Ölçek Uyarlama,

Güvenilirlik ve Geçerlilik.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Vallerand ve arkadaşları tarafından (2003) geliştirilen ve Düalistik modele dayandırılan İşe Tutkunluk (Job Passion) Ölçeğinin Türkçeye çevrilmesi ve uyarlanmasıdır. İşe tutkunluk ölçeği, uyumlu işe tutkunluk (harmonious job passion) ve obsesif işe tutkunluk (obsessive job passion) olmak üzere iki boyutlu bir yapıya sahiptir. Bu yapılar birbirinden farklı tutkunluk tiplerini ifade etmektedir. Uyumlu tutkunluk, bireyin işini optimum düzeyde içselleştirmesi olarak nitelendirilirken; obsesif tutkunluk ise sapkın düzeyde bir tutkunluğu ifade etmektedir. Araştırma, farklı iki zaman diliminde toplam 681 çalışandan anket yöntemiyle toplanan verilerle yürütülmüştür. Bu ölçeğin yapı geçerliliği, eş zaman geçerliliği, varyans yapısı ve kovaryans ilişkileri dikkate alınarak yapılmıştır. Bu çerçevede güvenilirlik için verilere iç tutarlılık testleri uygulanmıştır. Ayrıca ölçeğin ölçüt bağımlı geçerliliği işten ayrılma niyeti ölçeği ile toplanan veriler aracılığıyla ortaya konulmuştur. Bunlara ilave olarak, ölçeğin cinsiyet açısından farklılık gösterip göstermediğine de bakılmıştır. Yapılan tüm analizler sonucunda, Türkçeye uyarlanan İşe Tutkunluk Ölçeğinin geçerli ve güvenilir olduğuna ilişkin yeterli kanıtlara ulaşılmıştır.

ADAPTATION OF JOB PASSION SCALE TO TURKISH

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1218620

Article History:

Received 24.01.2023

Accepted 02.08.2023

Keywords:

Job Passion,

Harmonious Job Passion,

Obsessive Job Passion,

Scale Adaptation,

Validity and Reliability

ABSTRACT

The aim of this study is to translate and adapt the Job Passion Scale, which was developed by Vallerand et al. (2003), based on the dualistic model, into Turkish. The job passion scale is measured by two dimensions: harmonious job passion and obsessive job passion. These structures express different types of passion. While harmonious job passion is characterized as the optimum level of internalization of the individual, obsessive fixation means perverted passion. The research was carried out with data collected from a total of 681 employees in two different time periods by survey method. The construct validity, concurrent validity, variance structure and covariance relations of this scale were taken into consideration. In this context, internal consistency tests of the questions were conducted for reliability. Moreover, criterion-dependent validity was demonstrated through the data collected with the turnover intention scale. In addition to these, it was also examined whether the scale differed in terms of gender. Considering all the conducted analyses, satisfactory evidence has been acquired to establish the validity and reliability of the adapted Turkish version of the Job Passion Scale.

¹ Dr., Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, gamzegunerbaroglu@gmail.com; ggunerbaroglu@baskent.edu.tr, 0000-0001-6187-4607

² Dr., Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, bircan.k.guner@gmail.com, 0000-0001-5505-4522

³ Prof. Dr., Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, nbasim@baskent.edu.tr, 0000-0002-2605-9962

Alıntılanak için/Cite as: Kibaroglu, G. G., Güner B. ve Basım, H.N. (2023). İşe tutkunluk (Job Passion) ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 615-629.

GİRİŞ

İş, bireyler için hayatın önemli bir parçasıdır çünkü sadece işe gidip gelme süresi bile bireyin yaşamının neredeyse yarısına denk gelmektedir. Bazı insanlar işlerini, maaş artışı veya daha yüksek bir pozisyon için basamak olarak görürken; diğerleri hayatta varoluşlarının anlamı olarak görmektedirler. Hangi nedenle olursa olsun, yaptığımız iş, hayatımızın tutkusu haline gelmektedir (Fischer ve Smith, 2006; Forest ve diğerleri, 2011). Hayatın kilit taşlarından biri olan tutku, aynı zamanda motivasyon ve başarının temelini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, ideal bir çalışanın özelliklerinden olan tutkunun, duygusal anahtar şeklinde bir mekanizma aracılığıyla yüksek performans çıktıları sağlayabileceği düşünülmektedir (Jachimowicz ve diğerleri, 2018). *Tutku*, dış ödüller veya sosyal tanınmanın aksine, çalışanların işlerine olan ilgilerinin ve bağlılıklarının devamını sağlayan, geliştiren ve sonuçta şirkette kalma isteklerini artıran doğal bir faktör olarak düşünülmektedir (Crosswell & Elliott, 2004). Bu nedenle işe tutkunluk, bireylerin işlerini yapmak için motive oldukları bir faaliyete yönelik yoğun duyguları yansıtmaktadır (Chen ve diğerleri, 2015; Cardon ve diğerleri, 2009; Vallerand ve diğerleri, 2003).

Bir tutum olarak çalışanların *iş tutkusu*, bireyin çeşitli iş ve örgütsel durumlara ilişkin tekrar eden bilişsel ve duygusal değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu durum; tutarlı, yapıcı çalışma niyetleri ve davranışlarıyla sonuçlanan, kalıcı, duygusal olarak olumlu, anlama dayalı iyi olma hali olarak ifade edilmektedir (Zigarmi ve diğerleri, 2009). Bu kavram, örgütlere olumlu ruh halinden kaynaklanan niyet ve davranışlarla yapıcı katkıda bulunmaktadır. Olumlu iyi olma hali; yüksek üretkenlik, örgütsel vatandaşlık, isteğe bağlı çaba ve bir örgüte uzun vadeli bağlılık gibi davranışları üretmektedir. İşe tutkunluk kavramının altında yatan diğer bir unsur ise bu olumlu zihinsel durumdan ortaya çıkan davranışların örgüte faydalı olmasıdır (Colquitt ve diğerleri, 2001; Joo & McLean, 2006; Koys, 2001; Lawrence & Robinson, 2007). Bunun yanı sıra işe tutkunluk, bazı olumsuz durumlardan daha az etkilenme ya da onlarla baş etme gücü sağlama gibi sonuçlar da doğurabilmektedir. Söz konusu durumlar, yıkıcı davranışlar, adalet beklentileri (Harter ve diğerleri, 2002; Lawrence & Robinson, 2007), değerlemeyi yapanın etik düzeyi (Bandura, 1999; Bandura ve diğerleri, 1996; Bandura ve diğerleri, 2000), değerlendiricinin sinizmi (Detert ve diğerleri, 2008) ve benzeri noktalarda olabilmektedir. Bu durumda işe tutkunluk kavramı, yıkıcı faaliyet potansiyelini dışlarken; aynı zamanda yapıcı olmayan eylemlerin uzaklaşmasını sağlayabilmektedir. Bununla birlikte bu kavramın karanlık yüzünden bahsetmek gerekirse bu karanlık yüz, fazla tutkunun getirebileceği olumsuz hallerdir.

Bireyin işine karşı olan güçlü bir duygu varlığı, tutkunun yoğun bir duygusal durum olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda işe tutkunluk (job passion) ve işe tutulma (job engagement) benzer kavramlar gibi düşünülse de işe tutkunluk işe tutulmadan farklı olarak, ilişkilerden çok, ağırlıklı bir şekilde bireyin benliğiyle ilgilidir (O'Keefe ve diğerleri, 2018; O'Keefe ve diğerleri, 2022). Diğer bir deyişle, "işe tutulma" bir eylem değişkeni olarak ele alınırken; "işe tutkunluk" bir durum değişkenidir. Yani işe tutkunluk, bireyin yaptığı işi içselleştirme düzeyidir. Bunlara ilave olarak, işe tutulma çoğu zaman olumlu duygular içerirken; işe tutkunluk kimi zaman olumlu kimi zaman olumsuz duygular içermektedir ve bu çerçevede işe tutkunluk, kişinin kimliğini işine yansıttığı duygu düzeyini göstermektedir (Pollack ve diğerleri, 2020). Düalistik modele dayanan işe tutkunluk, örgüt yazınında kullanılan mevcut tek boyutlu işe bağlılık yapılarıyla karşılaştırıldığında, bireylerin işle nasıl meşgul olduklarına dair daha kapsamlı bir anlayış geliştirmek açısından yarar sağlamaktadır (Thorgren ve diğerleri, 2013). Bu model, tutkunun doğasını neyin oluşturduğunu, belirleyicilerinin ve sonuçlarının neler olduğunu açıklamaya yönelik tutku anlayışının önündeki ikilemi ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır (Vallerand & Houliort, 2003).

Bireylerin yaşamında farklılık yaratan bu kavram, iş başarısını etkilediği için son zamanlarda hem yazında hem de uygulamada ilgi görmektedir (Landay ve diğerleri, 2022). Bu nedenle bu kavramın ölçümüne olan ihtiyaç giderek artmaktadır. Uluslararası yazında işe tutkunluk kavramı farklı araştırmacılar tarafından incelenmiş olsa da (Sigmundsson ve diğerleri, 2020; Vallerand ve diğerleri, 2003) ulusal yazında bu kavramın çok sınırlı düzeyde kullanıldığı görülmektedir (Kamanlı, 2015; Kelecek & Aşçı, 2013). Bu çalışmada, "İşe Tutkunluk" ölçeğinin hem kavramsal hem de psikometrik yönden analiz edilerek ulusal kültüre uyarlanması hedeflenmiştir. Ayrıca bu çalışmada, işyerinde çalışanlar ve işyeri dinamiklerinin dikkate alınmasıyla, kavramın güncellenme ihtiyacı da giderilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

İşe Tutkunluk Kavramı

Vallerand ve Houliort (2019, s. 9) tutkuyu, bir kişinin sevdiği, çok değer verdiği, düzenli olarak enerji ve zaman harcadığı ve tanımladığı belirli bir nesneye, etkinliğe, kişiye veya kavrama yönelik güçlü bir eğilim olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda işe tutkunluk, bireylerin sevdikleri ve önemli gördükleri faaliyetlere önemli

miktarda enerji ve zaman ayırmaya yönelik güçlü psikolojik eğilimleridir (Vallerand ve diğerleri, 2003). İşe tutkunluk, çalışan bireylerde kimi zaman kontrol kaybına neden olabilirken; kimi zaman da mantık çerçevesinde yumuşak bir şekilde hareket edilebildiğinde olumlu olabilmektedir. Bu durum, doğal davranış eğilimlerinden daha güçlü duygular olarak ifade edilmektedir. Buna ilave olarak tutku, bireylerin motivasyon kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Vallerand & Houliort, 2019).

İşe tutkunluk, bireyin belirli bir faaliyete karşı deneyim kazanması, faaliyete yönelik derin ve kalıcı bir tutku sağlamasına neden olmaktadır. Ayrıca işe tutkunluk; faaliyeti gerçekleştiren kişi için anlamlılık oluşturmaları, motive edici olarak etkilemesi, iş sırasında veya sonrasında kişiye yüksek düzeyde psikolojik enerji vermesi, çaba ve sebat sağlaması gibi nedenlerle içselleştirildiğinde ortaya çıkmaktadır.

Duygu ve değerlere olan bağlılık düzeyini ifade eden işe tutkunluk kavramı, bireyin işini gönüllü olarak kabul ettiğini göstermektedir. Böylece bireyler, özerk ve gönüllü olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerde daha olumlu duygular hissetmektedir. Özerk ve gönüllük esaslı ile birlikte kişinin işine katılmak için içsel bir baskı yaratan işe tutkunluk, kişinin kimliğindeki içselleştirilme düzeyinin olması gerekenden daha fazla bulunması anlamına da gelmektedir. Bu nedenle işe tutkunluk, bir yandan bireyi işinde sağlıklı bir uyuma teşvik etmektedir. Diğer yandan ise olumsuz duygulanım ve sapkın duygu halini ortaya çıkarabilmektedir (Vallerand & Houliort, 2019; Zigarmi ve diğerleri, 2009). Bu çerçevede işe tutkunluğun kuramsal olarak Döalistik modele dayandığı söylenebilir (Ho & Pollack, 2014; Thorgren ve diğerleri, 2013). Bu anlayışla, işe tutkunluğun adaptif form (uyumlu) ve optimum tutku seviyesinin aşılması ile oluşan aşırı tutku (obsesif) şeklinde ikili bir biçim aldığı görülmektedir (Vallerand, 2015).

Bireyler, işlerine karşı isteğe bağlı ve özerk olarak içselleştirme davranışlarını uyumlu ve obsesif işe tutkunluk olmak üzere iki şekilde oluşturmaktadırlar. *Uyumlu tutkulu bireyler* işlerine karşı daha esnek, dikkatli, işlerini gerçekleştirme sırasında daha ılımlı ve daha az savunmacıdırlar. Bu tutku türü, bireylerin işlerini yaparken işlerini seçmeye yönlendiren otonom bir içselleştirmeyi oluşturmaktadır. Ayrıca uyumlu işe tutkunluk, kişinin özerk içselleştirme stiliyle ilişkilidir. Bu durumda kişi herhangi bir beklenmedik durum veya baskı olmaksızın kendisi için önemli olan etkinlikleri gönüllü olarak kabul etmektedir (Vallerand, 2017). Diğer bir deyişle; bireyin uyumlu işe tutkunluğu, bireyin işine olan tutkunluğunun optimum seviyesini ifade etmektedir. Bu bağlamda uyumlu işe tutkunluk olumlu duyguları kapsamaktadır. Aslında uyumlu işe tutkunluk, işlerin kontrolünü kolaylaştırdığından, işe bağlılığın deneyimlenmesine katkı sağlamakta ve bunun yanı sıra çalışmaya aşırı bağlılığın ardından oluşabilecek olumsuz etkiyi de en aza indirmektedir.

Buna karşın *obsesif işe tutkunluk* ise, takıntılı ve sapkın davranış yapısı temeli taşıdığından, aşırı kontrol nedeniyle işleri daha da zorlaştıran olumsuz bir etkiye neden olabilmektedir (Donahue ve diğerleri, 2009). Bu tutku türü, bireyin işini yaparken işine katılması için bir iç baskı oluşturmasıyla bireyin işini kontrolsüz içselleştirmesini ifade etmektedir. Bu iş tutkusu, söz konusu kontrolsüz içselleştirme nedeniyle insanlar üzerinde etkinliklere katılmaları yönünde bir baskı yaratmaktadır. Yani bu tutkunluk, yaptıkları işi sevseler bile obsesif tutkunun zorlayıcı ve çelişkili doğası nedeniyle, onların bireylerin duygusal deneyimlerini daha az olumlu ya da olumsuz etkilemektedir (Perrewé ve diğerleri, 2014; Wan ve diğerleri, 2022). Farklı bir deyişle obsesif tutkunluk, bireyin işini yaparken yaptığı işe optimum seviyenin üzerinde, sapkın bir tutku oluşturmasıdır. Bu bağlamda obsesif işe tutkunluk, bireyin işine karşı saplantılı şekilde tutkulu olduğunu ifade ettiği için, negatif duyguları göstermektedir (Burke ve diğerleri, 2015; Houliort ve diğerleri, 2014; Kakarika ve diğerleri, 2022; Vallerand ve diğerleri, 2010; Pollack ve diğerleri, 2020). Bu nedenle uyumlu ve obsesif işe tutkunluk birbirinden farklı iki duyguyu kapsamaktadır.

Yazında yer alan çalışmalar, işe tutkunluğun her iki alt boyutun da sevgi, sıkı çalışma ve faaliyetlere bağlılık gibi yaşam sonuçları olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu iki tutku türünün, esenlik, hedef yönelimleri ve faaliyetlere değer verme ile aynı yönde ve anlamlı biçimde ilişkili olduğu görülmüştür (Vallerand ve diğerleri, 2003). Ancak uyumlu tutku, en yüksek performans kapsayan bir ruh hali, olumlu duygulanım, mutluluk ve bireyler arası kaliteli iletişimle ilgili iken (Mageau & Vallerand, 2007; Philippe ve diğerleri, 2009; Stenseng, 2008); obsesif tutku, eylemi kişiselleştirme, sapkınlık hali (Mageau ve diğerleri, 2009), olumsuz etki ve olumsuz yaşam sonuçları (Stenseng, 2008) ile ilişkilendirilmektedir. Bunlara ilave olarak uyumlu işe tutkunluk, bireyin işine karşı optimum seviyede güçlü duyguları ifade etmektedir. Obsesif işe tutkunluk ise bireyin güçlü duygulara çok fazla sahip olup daha açık bir ifadeyle sapkın şekilde tutkuyu ifade etmektedir (Ho & Astakhova, 2020; Philippe ve diğerleri, 2009).

İşe tutkunluk kavramı, Döalistik modelin yanı sıra öz kararlılık teorisiyle de yakından ilgilidir ve buna göre bireyin etkinliği içselleştirme düzeyi, onun dış etkenlerden etkilenme derecesini belirlemektedir. Hem uyumlu hem de obsesif tutku, dış etkenlerden etkilenebilir ancak her biri farklı boyutlarda gözlemlenmektedir (Forest ve diğerleri, 2011). Olumlu duygular ve kişisel bilgi, uyumlu bir tutku yaratmak için birleşmektedir. Bu çerçevede

daha az dış koşul, bu coşku üzerinde etkili olabilmektedir (Vallerand ve diğerleri, 2007). Bu nedenle öz kararlılık teorisi yaklaşımı ile; uyumlu tutkulara sahip olan çalışanlar, işte nasıl hareket edecekleri ve davranacakları konusunda daha fazla hakimiyete sahip olurlarken; obsesif yapıya sahip çalışanlar işteki hakimiyetlerini kaybedebilmektedirler.

İşe Tutkunluk Kavramı İçin Bugüne Kadar Yapılan Çalışmalar

Vallerand ve arkadaşları (2003) “İşe Tutkunluk” kavramını, daha önce belirtildiği şekilde iki alt boyutta incelemiştir. Söz konusu çalışmada tutkunluk insanların önemli bulduğu, zaman ve enerji harcadığı faaliyetler olarak görülmüştür. Bu kapsamda iki tür tutkunun olacağı savunularak farklı nüfuslarda 900’den fazla katılımcıyı içeren dört çalışma yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre ikili bir tutku anlayışı desteklenmiştir. Çalışma kapsamında öncelikle, keşiften elde edilen sonuçlar ve doğrulayıcı faktör analizleri iki faktörün varlığını ortaya koymuştur. Bu sonuçlar uyumlu işe tutkunluk ve obsesif işe tutkunluğa karşılık gelmektedir. Ayrıca hem uyumlu hem de obsesif işe tutkunluk, bireyi işine karşı zaman ayırmaya ve enerji harcamaya yönlendirmesi ile pozitif olarak ilişkilidir. Özetle bu çalışmada, her iki tutkunluk türünün de bireylerin işlerine ilişkin algılarıyla olumlu bir şekilde ilişkili olduğu gözlemlenmiştir. Ancak uyumlu işe tutkunlukta bireyin kimliğinde optimum düzeyde olduğu görülen bu ilişkinin, obsesif işe tutkunlukta büyük ölçüde daha güçlü olduğu görülmektedir.

Bir diğer çalışma ise Sigmundsson ve arkadaşlarının (2020) tutkuyu ölçmek için 126 katılımcı üzerine yapmış olduğu araştırmadır. Yeni bir işe tutkunluk ölçeği olarak ifade edilen bu ölçek, öğrenme ve öğrenme araştırma grubunda geliştirilmiş olan tek alt boyutlu, sekiz maddeden oluşan bir ölçektir. Söz konusu ölçek katılımcıların başarıya yönelik tutku düzeylerini değerlendirmek için kullanılmıştır. Kantitatif yöntem ile geliştirilen bu ölçeğin büyük grup testleri için uygulanabilir ve tutkuyu izlemede güvenilir olacak şekilde tasarlandığı vurgulanmıştır. Ancak yeni bir çalışma olmasına rağmen, tutkunun olumsuz yönü olarak bilinen obsesif içselleştirme düzeyinin söz konusu ölçekte dikkate alınmadığı görülmüştür. Ayrıca söz konusu çalışma; tutkunun kişisel ilgi, içsel motivasyon ve katılım dahil olmak üzere birçok yapıdan ayrıştığını yeterince ifade etmediği görülmüştür (Astakhova ve diğerleri, 2022; Jachimowicz ve diğerleri, 2022). Bu nedenle bu çalışmada kavramsal ve psikometrik görelî üstünlükleri nedeniyle Vallerand ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilen ölçek ele alınmıştır.

Ulusal yazına bakıldığında ise Kelecek ve Aşçı (2013), Vallerand ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilen işe tutkunluk ölçeğini 197 üniversiteli sporcu üzerinde yapmış oldukları bir çalışma ile uyarlamıştır. Söz konusu çalışma, orijinal ölçekte olduğu gibi on altı maddelik ve 2 alt boyutlu olarak ele alınmıştır. Ancak boyut yapısı önceden belirlenmiş bir ölçekte doğrulayıcı faktör analizi yapılması ve var olan yapının doğrulanıp doğrulanmadığının araştırılması gerekirken, farklı analizlerle ilerlenmiş olması, bu çalışmanın bir sınırlılığı olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca çalışmanın sporcular üzerine yapılmış olması da diğer bir sınırlılık olarak görülebilmektedir. Bunlara ilave olarak söz konusu çalışmada çeviri yöntemlerine ve ölçüt bağımlı geçerlilik analizlerine yer verilmemiş olduğu da gözlemlenmiştir. Kamanlı (2015)’da aynı ölçeği İstanbul’da faaliyet gösteren küçük işletmelerde bulunan 309 girişimci üzerinde uygulamıştır. Söz konusu çalışmada işe tutkunluk ölçeği iki alt boyutta 14 maddeli olarak ele alınmıştır. Fakat çalışmada Vallerand ve arkadaşlarının (2003) orijinal ölçeğinin 16 madde olmasına rağmen ölçek maddelerinin eksiltilmesi, yapılan çalışmanın sınırlılığını göstermektedir. Yine bu çalışmada sadece “çeviri-tersine çeviri metodu çerçevesinde” hareket edildiği; ölçeğin eş değerlilik, ölçüt bağımlı geçerlilik gibi psikometrik analizlerinin yapılmadığı görülmüştür. Bunların yanı sıra söz konusu çalışmada işe tutkunluk ölçeğinin alt boyutlarından olan obsesif tutkunluğun, “takıntılı tutkunluk” şeklinde Türkçeye çevrildiği gözlemlenmiştir. Bu adlandırmanın kavrama ilişkin anlamı tam olarak yansıtmadığı değerlendirilmektedir.

İşe Tutkunluk Kavramının Türkçeye Uyarlanması

Uluslararası yazında geliştirilen birçok yeni kavram ve yapının Türkçeye ve ulusal yazına uyarlanmasında araştırmacılar arasında ciddi yaklaşım farklılıkları olduğu düşünülmektedir. Bu farklılıkların temelinde, ilgili yazında ele alınan kavramın, iyi araştırılmadan, ulusal dilde seçilen terim ve ifadelerin söz konusu kavramı tam olarak açıkladığından emin olunmadan kullanılmasının neden olduğu değerlendirilmektedir. Bu durumun, sadece yeterli düzeyde yabancı dil bilgisine sahip olunması ile ilgili bir konu olmadığı düşünülmektedir. Ulusal yazında uyarlama çalışmalarında, çeviri ve kavramlaştırma sürecinde takip edilmesi gereken kültürlerarası uyarlama kural ve usullerinin göz ardı edildiği yapılan hatalardan biri olarak nitelendirilmektedir. Kavramlaştırmada dikkati çeken bir diğer eksiklik de çeviri aşamasında alana ilişkin teorik bilgi yoksunluğu ve çeviri aşamasının gerektirdiği istatistiksel analizler yapılmadan uyarlama sürecine yönelme olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda bu

çalışmada, önceki çalışmaların sınırlılıklarını da dikkate alan bir bakış açısıyla “İşe Tutkunluk” kavramının ulusal kültüre uyarlanması amaçlanmıştır.

İşe tutkunluk kavramının uzun bir yazınsal geçmişi (Kelecek ve Aşçı, 2013; Sigmundsson ve diğerleri, 2020; Vallerand ve diğerleri, 2003) olmakla birlikte; psikolojide, tutku kavramının bir faaliyete yönelik olarak ele alınması araştırmacılar arasında yeni yeni ilgi görmeye başlamıştır. İşe tutkunluk, tutku kavramı ile görgül çalışmalarda bir eyleme karşı olan durumsal duygu ile ilişkilendirilmiştir. Bu kavramın spor, eğitim ve girişimcilik gibi bireysel durumlar kapsamında daha çok çalışıldığı gözlemlenmiştir (Chen ve diğerleri, 2009). Farklı alanlarda çalışılmasına rağmen bu kavramın ortak noktası; bir faaliyete yönelik bir bağlılığa, duygusal bir bileşene ve değer düzeyine sahip olmasıdır (Forest ve diğerleri, 2011). Buraya kadar ifade edilen açıklama ve görüşler çerçevesinde işe tutkunluk kavramının, “uyumlu işe tutkunluk” ve “obsesif işe tutkunluk” alt boyutlarından oluşan iki faktörlü yapı içerecek biçimde ulusal kültüre uyarlanmasının uygun olacağı kanaatine varılmıştır. Ayrıca anılan kavramı ölçmek üzere, bu çalışmanın odağında yer alan ölçeğin, teorik yaklaşımı karşılama, anlamsal bütünlük ve işlevsellik özellikleriyle etkili olarak kullanılabileceği değerlendirilmektedir.

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın verileri iki farklı zaman diliminde ve tek kaynaktan toplanmıştır. Veri toplama amacıyla, yüz yüze ve çevrim içi olarak iki farklı anket hazırlanmış ve kolayda örnekleme yöntemiyle katılımcılara ulaşılmıştır. Katılımcılar; araştırılan konunun niteliği açısından gönüllü, verilerin paylaşılmaması ve gizlilik prensiplerini kabul eden özel sektör ve kamu sektörü çalışanlarından oluşmaktadır. Araştırma için çeşitli örgütlerde görev yapan toplam 701 çalışana ulaşılmış olsa da eksik veya itinasız doldurma sebebiyle örneklem 681 çalışandan oluşmaktadır. Bu örneklemin (N=681), belirsiz ve sonsuz çalışma evreni için yeterliliği ifade eden 384 sayısının (Özdamar, 2003) üzerinde olması dolayısıyla yeterli olduğu değerlendirilmektedir. Katılımcıların %49.7’si erkek, %50.3’ü kadın; %50.6’sı evli, %49.4’ünün bekâr; %4.3’ü ilkokul/ortaokul mezunu; %62.8’i lise mezunu; %28.1’i lisans mezunu ve %4.9’u lisansüstü mezundur. Ayrıca katılımcıların %37.9’u kamu sektörü ve %62.1’i özel sektör çalışandır. Demografik değişkenlere ilişkin frekans analizi sonuçları istatistiksel açıdan yüksek farklılık göstermemektedir.

Ölçeğin Çeviri Çalışması

Bu çalışmada birbirinden farklı bir kültürde geliştirilmiş olan bir ölçeğin Türkçeye uyarlanması amacıyla, çeviri ve geri çeviri çalışmaları yapılmıştır. Orijinali Vallerand ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilen işe tutkunluk ölçeğinin Türkçeye çevrilmesi için öncelikle araştırmacılar ile temasa geçilmiştir. Vallerand ile yapılan görüşmede söz konusu ölçekte bulunan 12 madde, çeviri aşamasında anlam kaymalarının yaşanmaması için ayrıntılı olarak gözden geçirilmiştir. Bu çerçevede kültürel uygunluk için orijinal dilde geliştirilen sorular, kendi anlamlarına en yakın hale çevrilerek eş değer geçerliliği aranmıştır. Bu süreçte, Türkçeye ilk çeviri, yapılan ilk çevirinin değerlendirilmesi, ardından orijinal dile geri çevrilmesi, en son aşamada yapılan geri çevirinin tekrar değerlendirilmesi ve uzman görüşlerine başvurularak değerlendirilmelerin tartışılması adımları uygulanmıştır (Brislin ve diğerleri 1973). Çeviri aşamasının bu adımları doğrultusunda ölçeğin orijinal formu İngilizce dil yetkinliğine sahip iki uzmana gönderilmiştir. Ölçeğin Türkçeye çevirisi yapıldıktan sonra, iki alan uzmanı akademisyen tarafından çevirilerin alan yazına uygunluğu analiz edilmiştir. Yapılan bu analiz sonucunda elde edilen Türkçe ölçeğin, orijinal dile geri çevrilmesi için İngilizce yeterliliği olan iki uzmana gönderilmiştir. Uzmanlardan geri alınan İngilizce biçim ile orijinal biçim arasında karşılaştırma yapılarak ölçeğin dil geçerliliğine bakılmıştır. Ölçeğin çeviri çalışmasının son aşamasında, alanında yeterlilik sahibi bir uzman tarafından ölçeğin anlaşılabilirliği gözden geçirilmiştir. Böylelikle, ölçeğin Türkçeye çevirisinde bir sorun olmadığı değerlendirilmiş ve ölçek kullanılmıştır.

Ölçüm Araçları

İşe Tutkunluk Ölçeği: Daha önce de bahsedildiği gibi işe tutkunluğu ölçmek üzere uyumlu işe tutkunluk ve obsesif işe tutkunluk olarak iki alt boyuttan oluşan ve Vallerand ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Söz konusu ölçek, iki faktörlü ve 5’li likert (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) tipinde 12 maddeden oluşmaktadır.

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği: Bireylerin işten ayrılma niyetlerini ölçen bu ölçek Thatcher, Stepina ve Boyle (2002) tarafından geliştirilmiş ve Seyrek ve İnal (2017) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçek tek boyutludur ve 5’li likert (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) tipinde 4 maddeden oluşmaktadır.

İstatistiksel Yöntem

Çalışmada işe tutkunluk ölçeğinin psikometrik özelliklerini ortaya koymak üzere önce geçerlilik, sonrasında güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Geçerlilik analizleri kapsamında yapısal ve ölçüt bağımlı geçerlilikler test edilmiştir. Yapı geçerliliği için varyans temelli analiz yöntemi (Smart PLS programıyla) ve kovaryans temelli analiz (IBM AMOS programıyla) yöntemleri uygulanmıştır. Çalışmada iki farklı yöntem kullanılarak analizlerin doğruluğu tespit edilmiştir. İşe tutkunluk ölçeğinin güvenilirlik analizi için ise hem varyans hem de ölçek maddelerinin iç tutarlılığı Cronbach Alfa katsayısı ve ölçeği yarıya bölme güvenilirlik katsayısı analizleri yapılmıştır (Smart PLS ve IBM SPSS programıyla). Son olarak ölçeğin ölçüt bağımlı geçerlilik testi yapılmış ve cinsiyet yönünden farklılaşp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Söz konusu bu analizde doğrulanan faktör yapısının ölçüm eşdeğerliliği (IBM AMOS programıyla) test edilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Açıklayıcı İstatistikler

Bu çalışmada işe tutkunluk ölçeğinin 12 maddesinin normallik sayımı analizi amacıyla ortalamaları, standart sapmaları, çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır (Tablo 1). Yapılan analiz sonucunda işe tutkunluk ölçeğinin tüm maddelerinin ortalamasının üstünde değerler aldığı görülmektedir. Ayrıca, çarpıklık ve basıklık değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde ($-1.500 \leq x \leq +1.500$) olduğu ve cevapların normal dağıldığı (Tabachnick & Fidell, 2013) görülmektedir.

Tablo 1. Ölçeğin Madde İstatistikleri

Maddeler	N= 681			
	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık Değeri	Basıklık Değeri
UT 1	3.43	1.123	-.409	.187
UT 2	3.24	1.171	-.278	.187
UT 3	3.36	1.145	-.338	-.656
UT 4	3.35	1.121	-.340	-.572
UT 5	3.33	1.065	-.454	-.703
UT 6	3.28	1.174	-.349	-.744
OT 1	2.84	1.277	.230	-1.086
OT 2	2.55	1.338	.473	-1.049
OT 3	2.52	1.286	.470	-.925
OT 4	2.50	1.322	.447	-1.047
OT 5	2.99	1.293	.007	-1.165
OT 6	2.93	1.296	.016	-1.043

Ölçeğin Geçerlilik Bulguları

Çalışma kapsamında işe tutkunluk ölçeğinin geçerliliği için yapı geçerliliği ve eş zaman geçerliliği analizleri uygulanmıştır. Yapı geçerliliği analizinde, işe tutkunluk ölçeği için hem açıklanan varyans yapısı hem de gözlemlenen kovaryans yapısı olarak birbirinden iki farklı yapısal analiz uygulanmıştır. Yapılan bu çalışmalarda işe tutkunluk ölçeği hem tek faktörlü hem de orijinalinde olduğu gibi çift faktörlü yapı olmak üzere iki ayrı şekilde ölçümlenmiştir. Yapılan faktör analizinde hangi faktörün en yüksek psikometrik değerlere sahip olduğu incelenmiştir.

Varyans Yapısı Bulguları

İşe tutkunluk ölçeğinin varyans yapısının analiz edilmesi için Smart PLS programında ayrışma ve birleşme geçerlilik testleri yapılmıştır. Yapılan bu analiz sonuçlarına göre işe tutkunluk ölçeğinin öncelikle faktör yüklerinin 0.40'a eşit ya da yüksek olması, daha sonra Cronbach Alfa değerinin (CA) 0.70'e eşit ya da yüksek olması, açıklanan ortalama varyans değerinin (AVE) 0.50 değerine eşit ya da yüksek olması incelenmiştir. Ayrıca birleşik güvenilirlik (CR) değerinin 0.70 değerine eşit ya da yüksek olması, çoklu bağlantı katsayısının 5'den küçük olmasına bakılmıştır. Bunun yanı sıra veri tutarlılığı kat sayısının (ρ_A) 0.70'e eşit ya da büyük olması, iyi uyum değerinin 0.08'den küçük olması analiz edilmiştir. Buna ilaveten, model iyi uyum değerlerinin (d_{ULS} ve d_G) modelin korelasyon katsayıları ile deneysel korelasyon katsayıları arasındaki farkın önemsiz olması ($p > 0.05$;

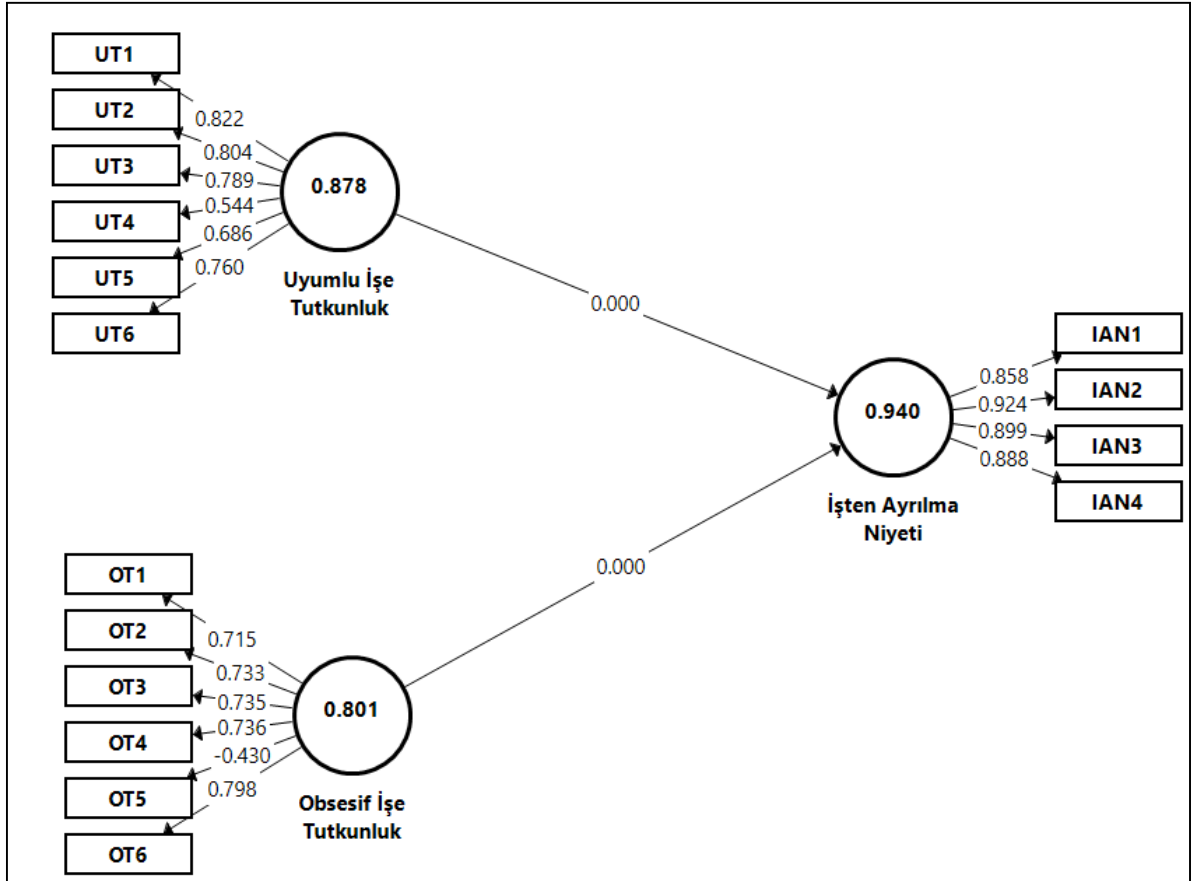
Dijkstra & Henseler, 2015), normlu uyum indeksinin ise 0.90'a eşit ya da büyük olması incelenmiştir (Fornell & Larcker, 1981; Hair ve diğerleri, 2017). Tüm bu incelemeler sonucunda iki faktörlü yapı analiz sonuçlarının kabul edilebilir seviyelerde olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. İşe Tutkunluk Ölçeğinin Ölçüm Modeli Sonuçları

Model	Faktör Yüğü Aralığı	CA	AVE	CR	VIF	rho_A	SRMR	d-ULS	d_G	NFI	
İşe Tutkunluk Tek Faktörlü	.345-.798	.785	.497	.650	1.775-4.017	.876	.105	1.538	.805	.713	
İşe Tutkunluk İki Faktörlü	Uyumlu Tutku	.544-.822	.810	.532	.780	1.912-4.017	.864	.078	.815	.217	.921
	Obsesif Tutku	.430-.798	.878	.548	.878	1.775-3.231	.887				

CA: Cronbach Alfa, CR: Birleşik güvenilirlik, AVE: Açıklanan ortalama varyans değeri, VIF: Çoklu bağlantı katsayısı, rho_A: Veri tutarlılığı kat sayısı, SRMR: İyi uyum değeri, d-ULS (p>0.05) ve d-G (p>0.05): Model iyi uyum değeri, NF: Normlu uyum indeksi.

Tablo 2'de görüleceği üzere işe tutkunluk ölçeğinin, orijinalinde olduğu gibi iki boyutlu yapı içinde (uyumlu işe tutkunluk ve obsesif işe tutkunluk) hesaplanan katsayılarının, tek boyutlu yapıdan daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Böylelikle işe tutkunluk ölçeğinin varyans yapısı içinde iki boyutlu olarak geçerliliği ve güvenilirliğine ilişkin sonuçlar Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1. İki Faktörlü Yapıya İlişkin Sonuçlar (Smart PLS)

Kovaryans Yapısı Bulguları

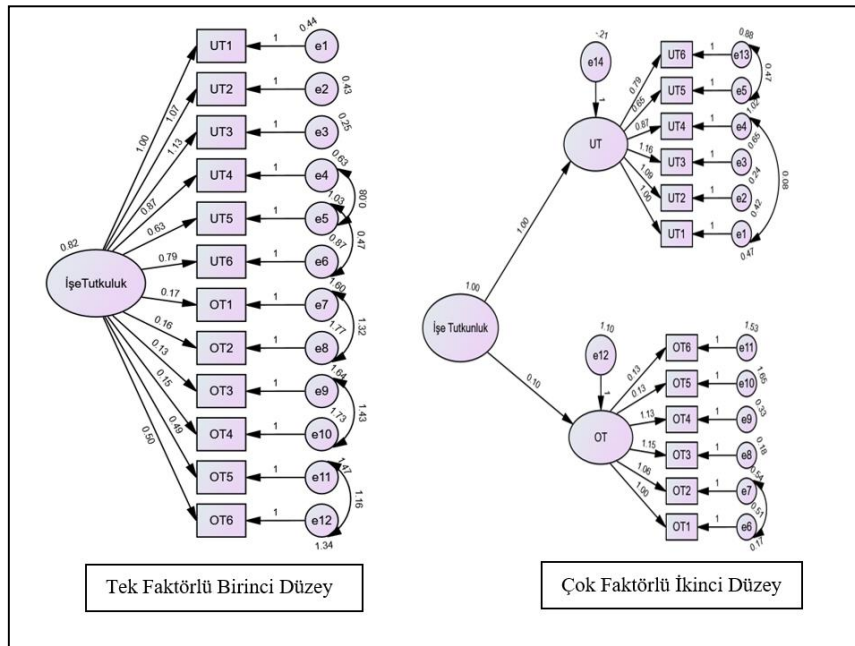
İşe tutkunluk ölçeğinin kovaryans yapısına ilişkin geçerlilik analizinde en yüksek olabilirlik katsayılarının hesaplaması için IBM AMOS programı kullanılmıştır. Bu çerçevede işe tutkunluk ölçeğinin kovaryans temelli doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analizlerde iyilik değerleri için ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranı ($\chi^2/sd \leq 4$), karşılaştırmalı uyum indeksi ($CFI \geq .95$) tahmin hatasının ortalama karekökü ($RMSEA < .08$), mutlak uyum indeksi ($GFI \geq .89$) ve Tucker Lewis indeksi ($TLI < .90$) ölçütleri değerlendirilmiş, analiz sonuçları Tablo 3’ de gösterilmiştir.

Tablo 3. Ölçeğin Yapı Geçerliliği Uyum Değerleri

Model	χ^2/sd	CFI	RMSEA	GFI	TLI
Tek Faktörlü İşe Tutkunluk	9.738	.835	.106	.871	.778
Düzeltilmiş Tek Faktörlü İşe Tutkunluk	3.811	.945	.073	.910	.915
İki Faktörlü İşe Tutkunluk	6.021	.897	.079	.898	.811
Düzeltilmiş İki Faktörlü İşe Tutkunluk	1.324	.981	.039	.974	.952

χ^2/sd : Ki kare/serbestlik derecesi, CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi, GFI: İyilik Uyum İndeksi, RMSEA: Tahmin Hatasının Ortalama Karekökü, TLI: Tucker Lewis İndeksi

Tablo 3’te görüleceği gibi işe tutkunluk ölçeğinin tek faktörlü yapısı için uygulanan ilk analizde elde edilen model, iyilik uyum değerlerinin kabul edilebilir sınır içinde olmadığını göstermektedir ($\chi^2/sd=9.738$; $CFI=.835$; $RMSEA=.106$; $GFI=.871$; $TLI=.778$). Bu nedenle işe tutkunluk ölçeği için model iyilik değerlerini bozan sorular, programın önerisi doğrultusunda tek tek ele alınmıştır. Bu çerçevede işe tutkunluk ölçeğinin tek faktörlü yapısı için toplam 5 kovaryans eklenmiştir. Yapılan bu eklemeler sonucunda ölçeğin iyilik uyum değerleri kabul edilebilir seviyelere yükseltilmiştir ($\chi^2/sd=3.881$; $CFI=.945$; $RMSEA=.073$; $GFI=.910$; $TLI=.915$). Bununla birlikte ölçeğin orijinal yapısının iki faktörlü olmasından kaynaklı çalışmanın kovaryans temelinde doğrulayıcı faktör analizi tekrar uygulanmıştır. Söz konusu iki faktörlü yapı için yapılan ilk analiz sonuçlarının model iyilik uyum değerleri içinde olmadığı gözlemlenmiştir ($\chi^2/sd=6.021$; $CFI=.897$; $RMSEA=.079$; $GFI=.898$; $TLI=.811$). Bu nedenle işe tutkunluk ölçeğinin iki faktörlü yapısında model iyilik uyum değerlerini bozan sorular programın önerisi kapsamında ölçeğe 3 kovaryans eklenmiştir. Bu kapsamda elde edilen değerlerin kabul edilebilir seviyelerde olduğunu göstermiştir ($\chi^2/sd=1.324$; $CFI=.981$; $RMSEA=.039$; $GFI=.974$; $TLI=.952$). Yapılan bu analiz sonuçlarına göre işe tutkunluk ölçeğinin uyumlu ve obsesif tutkunluk olmak üzere iki boyutlu ve 12 maddeli olarak kullanılmasının uygun olduğu görülmüştür (Şekil 2).



Şekil 2. İşe Tutkunluk Ölçeği Sonuçları (AMOS)

Ölçüt Bağımlı Geçerlilik

İşe tutkunluk ölçeğinin ölçüt-bağımlı geçerliliğini analiz etmek için işe tutkunluk ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Söz konusu ilişkinin katsayı değerleri korelasyon analizi ile ortaya konulmuştur. Bu kapsamda işe tutkunluk ölçeğinin ölçüt bağımlı geçerliliğine ilişkin kanıtlar sunulmuştur (Tablo 4).

Tablo 4. Faktörler Arası Korelasyonlar, Ayrışma ile Ölçüt Bağımlı Geçerliliği

Değişkenler		(1)	(2)	(3)
İşe Tutkunluk	Uyumlu İşe Tutkunluk	(.729)	.615**	-.499**
	Obsesif İşe Tutkunluk		(.740)	-.744**
İşten Ayrılma Niyeti				(.892)

**p<.01, Parantez içinde yazılmış olan değerler \sqrt{AVE} değerlerini göstermektedir.

Tablo 4’de görüldüğü gibi işe tutkunluk ölçeğinin uyumlu işe tutkunluk ve obsesif işe tutkunluk ile işten ayrılma niyeti arasında istatistiksel anlamda ilişki bulunmaktadır. Analiz sonuçları; uyumlu işe tutkunluk faktör yapısında orta düzey, ters yönlü ve anlamlı; obsesif işe tutkunluk faktör yapısında ise yüksek düzey, ters yönde ve anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, çalışma kapsamında değişkenler arası ayrışma geçerliliği de analiz edilmiştir. Yapılan bu analiz sonuçlarına göre, AVE değerlerinin kareköklerinin faktörler arası korelasyon değerlerinden büyük olma koşulunu sağladığı (Fornell & Larcker, 1981) gözlemlenmiştir. Daha açık bir ifadeyle, işe tutkunluk ölçeğinin diğer değişkenler ile ilişkisine bakıldığında AVE karekökünün diğer faktör değerlerinden yüksek olduğu ve diğer faktörlerden iyi ayrıştığı gözlemlenmiştir. Yazında bulunan önceki çalışmalarda işe tutkunluk ile işten ayrılma niyeti arasında elde edilen benzer sonuçlar (Jiang ve diğerleri, 2017; Lin & Chen, 2016; Vallerand ve diğerleri, 2003; Vallerand ve diğerleri, 2010) ölçeğin ölçüt bağımlı geçerliliğine ilişkin kanıtlar sunmaktadır.

Ölçeğin Güvenilirlik Bulguları

İşe tutkunluk ölçeği toplam güvenilirlik değerinin (Cronbach Alfa) uyumlu işe tutkunluk alt faktörü için .870 ve obsesif işe tutkunluk alt faktörü için .811 olduğu görülmüştür (Tablo 5). Bu kapsamda söz konusu güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir seviyelerde olduğu görülmektedir (Fraenkel ve diğerleri, 2012).

Tablo 5: İşe Tutkunluk Ölçeğinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

İşe Tutkunluk Ölçeği Boyutları	Madde	(α)	DMTK	MÇCA
Uyumlu İşe Tutkunluk	UT1	.870	.573	.813
	UT2		.543	.815
	UT3		.601	.811
	UT4		.456	.822
	UT5		.461	.822
	UT6		.510	.818
Obsesif İşe Tutkunluk	OT1	.811	.483	.820
	OT2		.465	.822
	OT3		.472	.821
	OT4		.465	.822
	OT5		.432	.824
	OT6		.447	.823

(α): Cronbach Alfa, DMTK: Doğrulanmış Madde Toplam Korelasyonları, MÇCA: Madde Silinirse Cronbach Alfa Katsayısı

Ölçek Modelinin Cinsiyet Farklılığı

İşe tutkunluk ölçeğinin kadın ve erkekler açısından herhangi bir farklılığının olup olmadığının gözlemlenmesi için çoklu-grup doğrulayıcı faktör analizinde ölçüm eş değeri analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde ortalama skorlarla birlikte yapısal model içindeki tüm değerlerin gruplar açısından karşılaştırılması sağlanmaktadır. Bu çerçevede doğrulayıcı faktör analizindeki işe tutkunluk ölçeğinin yapısı, öncelikle kadın ve erkek gruplar için analiz edilmiştir. Bu analizden sonra elde edilen ortak model iki farklı grup üzerinde hesaplanan istatistiklerin farklılığına ilişkin sırayla ve birbirlerine eklenerek modeldeki faktör yükleri, ölçüm sabitleri, varyans ve kovaryanslar ile ölçüm hatalarının testleri yapılmıştır. Bu kapsamda Tablo 6’da görüleceği gibi her bir modelin kadın ve erkekler açısından bir önceki modelden farklılaşmadığı görülmüştür (Ki-kare değerinin anlamsızlığı, $\Delta RMSEA \leq .015$, ve $\Delta TLI \leq .010$; Chen, 2007). Bu bakış açısıyla işe tutkunluk ölçeği için kadın ve erkek gruplarını kapsayan doğrulanmış yapısal model üzerinden test edilerek tüm istatistiklerin serbest bırakıldığı ve bu

aşamadan sonra, diğer tüm modellerle karşılaştırılacak olan referans temel model oluşturulmuştur (Model 1). Tablo 6 incelendiğinde referans model istatistiklerinin, kabul edilen uyum değerlerinin biraz altında kaldığı görülmüştür. Bu sebeple programın önerileri doğrultusunda 3 hata varyansı modele eklenmiştir (Model 2). Yapılan bu düzenlemeler araştırma için bir sınırlılık olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, düzenlenmiş modelin iyi uyum sağladığını göstermiştir. Bu durum, devamındaki tüm analizlerde Model 2'nin referans olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Model 2 temel alınarak tüm faktörler öncelikle kısıtlanmış (Model 3), ardından sırayla ve birbirlerine eklenerek modeldeki faktör yükleri, ölçüm sabitleri, varyans ve kovaryanslar ile ölçüm hatalarının analizi yapılmıştır (Model 4, Model 5 ve Model 6). Tablo 6'da bulunan sonuçlar işe tutkunluk ölçeğinde kadın ve erkekler açısından anlamlı bir farklılaşmanın olmadığını göstermiştir.

Tablo 6. Kadın ve Erkek Gruplarının Karşılaştırması

Model	Ki kare (χ^2)	sd	χ^2/ sd	p	CFI	TLI	RMSEA	ΔTLI	$\Delta RMSEA$
Model 1	191.10	74	5.887	.000	.770	.713	.081	-	-
Model 2	117.83	64	2.116	.000	.871	.939	.001	-	-
Model 3	790.90	61 (15)	2.119	.000 (.312)	.849	.913	.001	(.001)	(.002)
Model 4	104.61	49 (11)	2.131	.000 (.083)	.859	.924	.001	(.001)	(.001)
Model 5	131.59	58 (23)	2.132	.000 (.912)	.869	.969	.000	(.000)	(.003)
Model 6	123.72	48 (32)	2.103	.000 (.067)	.869	.952	.000	(.000)	(.002)

TLI = Tucker Lewis Index (Tucker Lewis indeksi), RMSEA = Root Mean Square Error of Approximation (tahmin hatasının ortalama karakökü), ** Parantez içindeki değerler serbest bırakılan değerler sonrasında ilgili model ile karşılaştırma istatistiklerini göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, bireylerin çalışma ortamı dinamikleriyle ilgili olarak tekrar eden bilişsel ve duygusal değerlendirmelerini temel alan bir bakış açısıyla Vallerand ve arkadaşları (2003) tarafından iki boyutlu olarak geliştirilen işe tutkunluk ölçeğini ulusal yazına kazandırma amacıyla yapılmıştır. Bu çerçevede daha önce Türkçeye uyarlanan çalışmaların ortaya koyduğu kavramsal ve niteliksel özellikler incelenmiştir. Bu nedenle işe tutkunluk ölçeğinin çevirisinde kültürel farklılıkları nedeniyle ortaya çıkabilecek hataların giderilmesi için ulusal yazında kabul edilen beş aşamalı çeviri yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem kapsamında işe tutkunluk kavramının teorik ve boyutsal anlamda ulusal kültürdeki karşılıkları bulunmuştur. Ardından ölçeğin psikometrik testleri kapsamında hem varyans hem de kovaryans ilişkilerini dikkate alan iki farklı yapı geçerliliği analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular, işe tutkunluk ölçeğinin geçerliliğine ilişkin yeterli kanıtları sunmaktadır. Yine ölçeğin güvenilirliği için hem iç tutarlılık analizi hem de maddelerin katsayı değer yüklerinin kabul edilebilir seviyelerde olduğu görülmüştür. Ayrıca işe tutkunluk ölçeğinin istatistiklerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğine dair analizler yapılmıştır. Yapılan bu analiz sonucunda ölçeğin cinsiyete göre büyük çoğunlukla farksızlığına ilişkin bulgular elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, ölçeğin ulusal alanda geçerliliğine ilişkin yeterli kanıtlar sunmuştur. Çalışmanın tüm bu sonuçları, işe tutkunluk ölçeğinin iki faktör yapısıyla ulusal yazında yapılacak araştırmalarda kullanılabileceğini göstermiştir. Söz konusu ölçek bu çalışmanın son kısmında sunulmuştur.

Çalışmanın sonuçları aynı zamanda uygulamacılara yönelik öneriler de sunmaktadır. İşe tutkunluk, bireyin doğası gereği uyumlu olduğu sürece yaşamlarında farklılık yaratabildiği için iş başarısının sağlanması aşamasında önemli bir durum değişkenidir. Bu nedenle alanda bulunan uygulamacıların (yöneticilerin, liderlerin, insan kaynakları yöneticilerin) çalışanların işe tutkunluk seviyelerini ölçümlemesi önerilmektedir. Söz konusu işe tutkunluk seviyelerinin obsesif işe tutkunluk yatınlığının ölçülmesi önem arz etmektedir. Çünkü çalışanların sapkın ve obsesif işe tutkunluğu, iş başarısından ziyade kaçınılmaz yıkıcı faaliyetlerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle obsesif yapıda işe tutkun olan bireylerin bu seviyelerinin uyumlu tutku düzeyine çekilmesi önerilmektedir. Böylece uyumlu iş tutkusu seviyesinin sağlanması, bireylerin optimum seviyede tutku düzeylerinin oluşmasıyla örgüte yapıcı katkıda bulunmaları sağlanabilir.

Çalışmada elde edilen tüm sonuçlar her ne kadar iki zaman diliminde toplanmış olsa da veri toplama sınırlılıklarıyla birlikte değerlendirilmesinin önemli olduğu göz ardı edilmemelidir. Ayrıca elde edilen bazı bulguların belirli hata varyanslarıyla ilişkilendirilmesi, AVE değerinin sınırdan görülmesi gibi hususlar elde edilen sonuçların genellenmesinde dikkate alınmalıdır.

İşe Tutkunluk Ölçeği Maddeleri

1.	Yaptığım iş hayatımdaki diğer aktiviteler ile uyumludur. UT
2.	Bu işte keşfettiğim yeni şeyler kendimi takdir etmemi sağlıyor. UT
3.	Bu iş kendimle ilgili beğendiğim nitelikleri yansıtıyor. UT
4.	Bu iş çeşitli deneyimler yaşamama izin veriyor. UT
5.	İşimdeki faaliyetlerim hayatımla iyi bir şekilde bütünleşmiş durumda. UT
6.	İşim benim bir parçam olan diğer şeylerle uyumludur. UT
7.	İşime karşı takıntılıyım. OT
8.	Bu iş beni gerçekten harekete geçiren tek şey. OT
9.	Hayatımda farklı durumların olmasaydı, tüm zamanımı bu işi yaparak geçirirdim. OT
10.	Bu iş o kadar heyecan verici ki bazen kontrolü kaybediyorum. OT
11.	İşimin beni kontrol ettiği izlenimine kapıldım. OT
12.	Eğer yapabilseydim sadece işimi yapardım. OT

UT = Uyumlu İşe Tutkunluk, OT= Obsesif İşe Tutkunluk.

5'li likert tipi= 1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: pek katılmıyorum, 4: katılıyorum, 5: tamamen katılıyorum.

KAYNAKLAR

- Astakhova, M.N., Cardon, M.S., Ho, V.T., & Kong, D.T. (2022). Passion for work passion research: Taming breadth and promoting depth. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1463-1474. <https://doi.org/10.1002/job.2663>
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 154–196). Guilford Press.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Multifaceted impact of self-efficacy beliefs on academic functioning. *Child Development*, 67(3), 1206–1222. <https://doi.org/10.2307/1131888>
- Bandura, A., Caprara, G. V., & Zsolnai, L. (2000). Corporate transgressions through moral disengagement. *Journal of Human Values*, 6(1), 57-64. <https://doi.org/10.1177/097168580000600106>
- Brislin, R.W., Lonner, W.J., & Thordike, R.M. (1973). *Cross-Cultural research methods*. New York: John Wiley & Sons, NY.USA 351 ss.
- Burke, R.J., Astakhova, M.N., & Hang, H. (2015). Work passion through the lens of culture: Harmonious work passion, obsessive work passion, and work outcomes in Russia and China. *Journal of Business and Psychology*, 30(3), 457-471. <https://doi.org/10.1007/s10869-014-9375-4>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Chen, F. F. 2007. Sensitivity of goodness of fit indexes to lack of measurement invariance. *Structural Equation Modeling*, 14(3), 464–504
- Chen, P., Ellsworth, P.C., & Schwarz, N. (2015). Finding a fit or developing it: Implicit theories about achieving passion for Work. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(10), 1411-1424. <https://doi.org/10.1177/0146167215596988>

- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199–214. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.36462018>
- Crosswell, L., & Elliott, B. (2004). Committed teachers, passionate teachers: the dimension of passion associated with teacher commitment and engagement. [*Proceedings*] *AARE Conference*, Melbourne, Australia.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: a meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.425>
- Detert, J. R., Treviño, L. K., & Sweitzer, V. L. (2008). Moral disengagement in ethical decision making: a study of antecedents and outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 93(2), 374. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.2.374>
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling, *MIS Quarterly*, 39(2), 297-316. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.2.02>
- Donahue, E. G., Rip, B., & Vallerand, R. J. (2009). When winning is everything: On passion, identity, and aggression in sport. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(5), 526–534. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2009.02.002>
- Forest, J., Mageau, G.A., Sarrazin, C., & Morin, E.M. (2011). Work is my passion”: The different affective, behavioural, and cognitive consequences of harmonious and obsessive passion toward work. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28(1), 27-40. <https://doi.org/10.1002/cjas.170>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Fischer, R., & Smith, P. B. (2006). Who cares about justice? The moderating effect of values on the link between organisational justice and work behaviour. *Applied Psychology*, 55(4), 541-562. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2006.00243.x>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). How to design and evaluate research in education (8th Ed.). New York: Mc Graw Hill.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2017). Primer on partial least square structural equations modeling (PLS-SEM), (2nd Ed.), Sage, Thousand Oaks.
- Harter J.K., Schmidt F.L., & Hayes, T.L. (2002). Business unit level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268-279. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.2.268>
- Ho, V.T., & Astakhova, M.N. (2020). The passion bug: How and when do leaders inspire work passion? *Journal of Organizational Behavior*, 41(5), 424-444. <https://doi.org/10.1002/job.2443Citations>
- Ho, V.T., & Pollack, J.M. (2014). Passion isn't always a good thing: examining entrepreneurs' network centrality and financial performance with a dualistic model of passion. *Journal of Management Studies*, 51(3), 433-459. <https://doi.org/10.1111/joms.12062Citations>
- Houliort, N., Philippe, F. L., Vallerand, R. J., & Ménard, J. (2014). On passion and heavy work investment: Personal and organizational outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 29(1), 25-45. <https://doi.org/10.1108/JMP-06-2013-0155>

- Jachimowicz, J. M., Wihler, A., Bailey, E. R., & Galinsky, A. D. (2018). Why grit requires perseverance and passion to positively predict performance. *PNAS Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 115(40), 9980-9985. <https://doi.org/10.1073/pnas.1803561115>
- Jachimowicz, J.M., Wihler, A., & Galinsky, A.D (2022). My boss' passion matters as much as my own: The interpersonal dynamics of passion are a critical driver of performance evaluations. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1496-1515. <https://doi.org/10.1002/job.2554>
- Jiang, Y.J., Zhang, L.Y., Huang, Q., & Chunyan, J. (2017). Review and Prospect of Work Passion Research. *Foreign Econ. Manag.*, 39, 85–101. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176054>
- Joo, B. K., & Mclean, G. N. (2006). Best employer studies: A conceptual model from a literature review and a case study. *Human Resource Development Review*, 5(2), 228-257. <https://doi.org/10.1177/1534484306287515>
- Kakarika, M., Biniari, M., Guillén, L., & Mayo, M. (2022). Where does the heart lie? A multistage process model of entrepreneurial passion and role identity management. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1562-1578. <https://doi.org/10.1002/job.2605>
- Kamanlı, A.İ. (2015). Girişimci yöneticinin işe tutkunluk & liderlik tarzının çalışanların performans algıları üzerine etkisi (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul.
- Kelecek, S., & Aşçı, F.H. (2013). Tutkunluk ölçeğinin üniversite sporcuları için geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 5(2), 80-85.
- Koys, D. J. (2001). The effects of employee satisfaction, organizational citizenship behavior, and turnover on organizational effectiveness: A unit-level, longitudinal study. *Personnel Psychology*, 54(1), 101–114. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2001.tb00087.x>
- Landay, K., DeSimone, J.A., & Harms, P.D. (2022) A psychometric investigation of harmonious and obsessive work passion. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1535-1561, <https://doi.org/10.1002/job.2596>
- Lawrence, T. B., & Robinson, S. L. (2007). Ain't misbehaving: Workplace deviance as organizational resistance. *Journal of Management*, 33(3), 378-394. <https://doi.org/10.1177/014920630730081>
- Lin, C. P., & Chen, Y. F. (2016). Modeling team performance: The moderating role of passion. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 23(1), 96–107. <https://doi.org/10.1177/1548051815616252>
- Mageau, G. A., & Vallerand, R. J. (2007). The moderating effect of passion on the relation between activity engagement and positive affect. *Motivation and Emotion*, 31(4), 312–321. <https://doi.org/10.1007/s11031-007-9071-z>
- Mageau, G. A., Vallerand, R. J., Charest, J., Salvy, S. J., Lacaille, N., Bouffard, T., & Koestner, R. (2009). On the development of harmonious and obsessive passion: The role of autonomy support, activity specialization, and identification with the activity. *Journal of Personality*, 77(3), 601-646. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2009.00559.x>
- O'Keefe, P. A., Dweck, C. S., & Walton, G. M. (2018). Implicit theories of interest: Finding your passion or developing it?. *Psychological Science*, 29(10), 1653–1664. <https://doi.org/10.1177/0956797618780643>
- O'Keefe, P.A., Horberg, E.J., Chen, P., & Savani, K. (2022). Should you pursue your passion as a career? Cultural differences in the emphasis on passion in career decisions. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1475-1495. <https://doi.org/10.1002/job.2552>

- Özdamar, K. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir.
- Perrewé, P.L., Hochwarter, W.A., Ferris, G.R., McAllister, C.P., & Harris, J.N. (2014). Developing a passion for work passion: Future directions on an emerging construct. *Journal of Organizational Behavior*, 35(1), 145-150. <https://doi.org/10.1002/job.1902Citations>
- Philippe, F. L., Vallerand, R. J., Andrianarisoa, J., & Brunel, P. (2009). Passion in referees: examining their affective and cognitive experiences in sport situations. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 31(1). <https://doi.org/10.1123/jsep.31.1.77>
- Philippe, F.L., Vallerand, R.J., & Lavigne, G.L. (2009). Passion does make a difference in people's lives: a look at well-being in passionate and non-passionate individuals. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(1), 3-22. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2008.01003.xCitations>
- Pollack, J. M., Ho, V. T., O'Boyle, E. H., & Kirkman, B. L. (2020). Passion at work: A meta- analysis of individual work outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 41(4), 311-331. <https://doi.org/10.1002/job.2434>
- Seyrek, İ. H., & İnal, O. (2017). İşten ayrılma niyeti ile ilişkili faktörler: bilgi teknolojisi çalışanları üzerine bir araştırma. *Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi*, 1(1), 63-74.
- Sigmundsson, H., Haga, M., & Hermundsdottir, F. (2020). The passion scale: Aspects of reliability and validity of a new 8-item scale assessing passion. The passion scale: Aspects of reliability and validity of a new 8-item scale assessing passion. *New Ideas in Psychology*, 56, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2019.06.001>
- Stenseng, F. (2008). The two faces of leisure activity engagement: Harmonious and obsessive passion in relation to intrapersonal conflict and life domain outcomes. *Leisure Sciences*, 30(5), 465-481. <https://doi.org/10.1080/01490400802353224>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics (Sixth Edition)*. Boston: Pearson.
- Thatcher, J. B., Stepina, L. P., & Boyle, R. J. (2002). turnover of information technology workers: Examining empirically the influence of attitudes, job characteristics, and external markets. *Journal of Management Information Systems*, 19(3), 231-261. <https://doi.org/10.1080/07421222.2002.11045736>
- Thorgren, S., Wincent, J., & Sirén, C. (2013). The influence of passion and work-life thoughts on work satisfaction, *Human Resource Development Quarterly*, 24(4), 469-492. <https://doi.org/10.1002/hrdq.21172Citations>
- Vallerand, R. J. (2015) *The Psychology of Passion: A Dualistic Model*. Series in Positive Psychology. New York <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199777600.001.0001>.
- Vallerand, R. J. (2017). *On the two faces of passion: The harmonious and the obsessive*. In P. A. O'Keefe & J. M. Harackiewicz (Eds.), *The science of interest* (pp. 149-173). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-55509-6_8
- Vallerand, R.J., Blanchard, C.M., Mageau, G.A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., Gagné, M., & Marsolais, J. (2003). Les passions de l'âme: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756-76. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.756>
- Vallerand, R.J., & Houliort, N. (2003). *Passion at work: toward a new conceptualization*. In Gilliland, S.W., Steiner, D.D. & Skarlicki, D.P. (Eds), *Emerging Perspectives on Values in Organizations*. Information Age Publishing, Greenwich, CT.

- Vallerand, R.J., & Houliort, N. (2019). *A brief history and an Introduction*. In Vallerand, R.J. & Houliort, N. (Eds.) *Passion for work: Theory, research, and applications* (pp 3-14). Oxford University Press.
- Vallerand, R. J., Paquet, Y., Philippe, F. L., & Charest, J. (2010). On the role of passion for work in burnout: A process model. *Journal of Personality*, 78(1), 289-312. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2009.00616.x>
- Vallerand, R. J., Salvy, S. J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Denis, P. L., Grouzet, F. M., & Blanchard, C. (2007). On the role of passion in performance. *Journal of Personality*, 75(3), 505-534. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2007.00447.x>
- Wan, M., Carlson, D.S., Quade, M.J., & Kacmar, K.K. (2022). Does work passion influence prosocial behaviors at work and home? Examining the underlying work–family mechanisms. *Journal of Organizational Behavior*, 43(9), 1516-1534. <https://doi.org/10.1002/job.2566>
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2009). Beyond engagement: Toward a framework and operational definition for employee work passion. *Human Resource Development Review*, 8(3), 300-326. <https://doi.org/10.1177/1534484309338171>

Yazar Katkı Oranı

Bu araştırmaya birinci yazar %40, ikinci yazar %30, üçüncü yazar %30 oranında katkıda bulunmuştur.

FAALİYETE DAYALI MALİYET (FDM) SİSTEMİNİN ÇEŞİTLİ YÖNLERİYLE İNCELENMESİ: BİR KAMU KURUMUNDA UYGULAMA¹

Öznur POLAT², Veyis Naci TANIŞ³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1259302

Makale Geçmişi:

Geliş 02.03.2023

Kabul 07.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Üretim İşletmesi,
Faaliyete Dayalı Maliyet,
Birim Maliyet,
Toplam Maliyet.

ÖZ

Geçtiğimiz yüzyılda tüm dünyadaki gibi ülkemizde de teknolojik açıdan köklü değişimler yaşanmış, yeni üretim ortamlarının oluşumu; bu üretim ortamlarında otomasyonun yaygınlaşması, üretim sürecinde bilgisayar kontrollü makinelerin kullanılmaya başlanmasına zemin hazırlamıştır. Zamanla emek yoğun işletmelerin yerine teknoloji yoğun işletmeler geçmiştir. Bilgiye erişimin çok daha hızlı ve daha kolay olabilmesiyle, işletmeler daha kaliteli, ucuz ve hızlı üretim yapmaya yönelmiş ve bu durum esnek üretim ortamlarının zeminini hazırlamış, aynı zamanda rekabet anlayışı da tetiklenmiştir. İşletmelerin global ekonomi şartlarında ürün fiyatları ile ilgili sağlıklı karar verebilmeleri için üretilen ürünün maliyetini gerçeğe en yakın biçimde tespit edebilmeleri gerekir. Bu araştırmada, geleneksel maliyet yöntemlerinin yetersiz yönlerini ortadan kaldıran FDM sisteminin uzun vadedeki faydalarına vurgu yapılmış ve sistemin üretim ve hizmet faaliyetinde bulunan bir kamu kurumunun yemekhanesinde geliştirilebilirliği ile maliyetlerin en sağlıklı şekilde hesaplanmasıyla yöneticilerin alacakları stratejik kararlarda yardımcı olabileceği hususları göz önünde tutularak önemi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Adana'da bir kamu kurumunda gerçekleştirilen uygulamayla, FDM sistemi ile kurumun verileri karşılaştırılarak farklı sonuçlar alınıp alınmadığı konusundaki bulgular yorumlanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda bir kamu kurumunda ürün maliyetlerinin faaliyetler baz alınarak ortaya konmasıyla, kurumca daha sağlıklı maliyet bilgileri elde edilmesi ve stratejik kararlar alabilmesinde literatüre katkılar sağlayacağı değerlendirilmiştir.

AN ANALYSIS OF ACTIVITY BASED COST SYSTEM (ABC) IN MANUFACTURING ENTERPRISES: AN APPLICATION IN A PUBLIC INSTITUTION

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1259302

Article History:

Received 02.03.2023

Accepted 07.08.2023

Keywords:

Manufacturing Enterprises,
Activity Based Costing,
Unit Cost,
Total Cost.

ABSTRACT

In the last century, there have been radical technological changes in our country as in the whole world, the formation of new production environments; the spread of automation in these production environments has paved the way for the use of computer-controlled machines in the production process. Over time, technology-intensive enterprises have replaced labor-intensive enterprises. With access to information becoming much faster and easier, businesses have tended to produce better quality, cheaper and faster, and this has prepared the ground for flexible production environments, and at the same time, the understanding of competition has been triggered. In order for businesses to make healthy decisions about product prices under global economy conditions, they need to be able to determine the cost of the product produced in the closest way to the truth. In this research, the long-term benefits of the FDM system, which eliminates the inadequate aspects of traditional cost methods, are emphasized and its importance is tried to be revealed by considering the fact that the system can be developed in the cafeteria of a public institution engaged in production and service activities and that it can help managers in their strategic decisions by calculating the costs in the most accurate way. For this purpose, as a result of the application carried out in a public institution in Adana, the findings on whether different results are obtained by comparing the FDM system with the data of the organization are interpreted. As a result of the research, it was evaluated that the presentation of product costs in a public institution based on activities will contribute to the literature in obtaining healthier cost information and making strategic decisions.

¹ Çalışma, Öznur POLAT tarafından yazılan "Üretim İşletmelerinde Faaliyete Dayalı Maliyet (Fdm) Sisteminin Çeşitli Yönleriyle İncelenmesi: Bir Kamu Kurumunda Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe Anabilim Dalı, opolat@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9225-0060

³Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, veyisnaci@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6089-2173

Alıntılanmak için/Cite as: Polat, Ö. ve Tanış, V.N. (2023). Faaliyete dayalı maliyet (fdm) sisteminin çeşitli yönleriyle incelenmesi: bir kamu kurumunda uygulama. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 630-647.

GİRİŞ

Rekabetin ulusal ve uluslararası ölçekte şiddetlenmesiyle, tüketicinin zevk ve tercih yapısında değişimler oluşmuştur. Geleneksel maliyet muhasebesinde uygulanagelen tekniklerin günümüz üretim ortamlarına uyum sağlayacak biçimde tasarlanmaması, planlanmaması ve işletmelerde ürün fiyatlamayla ilgili yöntemler ile ürün karlılığını belirleyecek analiz yapılmasına yönelik yönetsel kararlarda etkinlik gösteremeyerek zayıf kalması gibi faktörler, işletmeleri üretim sistemleri konusunda köklü değişimlere zorlamıştır (Okudan, 2005). Aktaş ve Turan'a (2019) göre, bu değişimlerin sonucu olarak üretim ortamında bilgi ve otomasyon teknolojileri, işletmeleri derinden etkilemiş, maliyet sistemleri farklılaşarak üretim ortamlarında kullanılmakta olan geleneksel maliyet muhasebesi teknikleri de yetersizleştikçe, bilgisayar destekli üretim teknolojileri ve esnek üretim sistemleri gibi yeni üretim fikirleri ve teknolojileri ortaya çıkmıştır. Yeni üretim ortamlarında emek yoğun üretimin yerine geçen makine yoğun üretim, işçilik faktörünün önemini azalmasına sebep olmuş ve direkt yapıdaki maliyetler indirekt bir yapıya doğru evrilmiştir (Schwarzbach, 1985).

Günümüzde geleneksel maliyet sistemleri stratejik kararlar alınırken işletme yönetimine etkin sonuçlar sunmadığından yetersiz kalmakta, maliyet bilgilerini hatalı tespit ederek, alınacak kararlara yönelik gereken verileri doğru sunamamaktadır (Otlu ve Demir, 2005). Bu olumsuz durumların sebebi, geleneksel yöntemlerle yapılan maliyet dağıtım tekniklerinde, maliyetler ile dağıtım anahtarları arasında üretim hacmiyle bağlantılı olan dağıtım ölçülerinin, genel üretim giderlerinin kaynağı konumundaki asıl mali ve ekonomik etkenleri temsil edememesinden ötürü ilişki kurulamaması olmaktadır (Bıçakçı, 2006). Güzeldere'ye (2007) göre, işletmelerce ürün maliyet bilgilerini güvenilir ve doğru olarak sunmak amacıyla ihtiyaçlara yanıt verecek yeni sistemlere gereksinim duyulmaya başlanmıştır. Söz konusu gereksinimler ve arayışlar sonucunda Faaliyete Dayalı Maliyet Yöntemi (FDM) sistemi geliştirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ürünlerin hammadde ve direkt işçilik giderlerinden almış oldukları pay kolay bir şekilde tespit edilebiliyorken, genel üretim giderlerinin ürünlere yansıtılmasında, genel üretim giderleri kapsamında yer alan maliyetlerin değişken ve sabit karakterlerde olmaları dolayısıyla ortaya zorluklar çıkmaktadır. Bu zorluklar, ürünlerin genel üretim giderlerinden almış oldukları payın doğru bir şekilde hesaplanmasının önemini ortaya çıkarmakta, genel üretim giderlerinin hatasız bir şekilde tespit edilmesi ve ürünlere doğru dağıtılmasının işletmelerin kâr ve zarar durumlarını etkilemesi kaçınılmaz olmaktadır. Üretim teknolojilerinde zaman içerisinde meydana gelen gelişmelerle birlikte, sürekli artmakta olan rekabet ile geleneksel maliyet yöntemlerinin işletmelerde karar alma süreçlerine destek sağlayamaması vb. faktörler, maliyet yönetimi hususunda yeni bakış açılarının gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Literatürde üretim ve hizmet sektöründe kullanım imkanı giderek artan FDM yöntemini uygulayarak birim maliyetlerin hesaplanmasıyla ilgili pek çok çalışma mevcut olup, yapılan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Geleneksel Maliyet Sistemleri

Geleneksel maliyet muhasebesi sistemleri maliyetlerin yönetime ait kararları hangi açılardan etkilediklerinin tespit edildiği teknik ve araçlardan oluşmaktadır. Bu yöntemler ürünlere “*hangi giderler*”, “*ne zaman*” ve “*nasıl yüklenmektedir*” vb. soruları cevaplandırmaktadır. (Selek & Tektüfekçi, 2009, Büyükmirza, 2007). Bu yöntemler; “*kapsamına göre*”, “*maliyetin tespit edilme zamanına göre*”, ve “*işletmedeki mevcut üretim sürecine göre*” olmak üzere üç kategoride yer almaktadır (Şener, 2008, Taş, 2007).

Maliyetin Kapsamına Göre Yöntemler

Maliyetler kapsamına göre ayırma tabi tutulduğunda, maliyete dâhil edilmiş olan giderlerin türüne göre seçme esası vardır. Gider türlerinin belirlenmesi noktasında, yüklenme şekline göre ve faaliyet hacmiyle olan ilişkisi dikkate alınarak yapılan sınıflandırmalar dikkate alınmaktadır.

- **Tam Maliyet Yöntemi:** Üretim süreçlerinde para ile ifade edilen harcamaların maliyet kapsamında değerlendirildiği ve sabit/ değişken ayrımı yapılmaksızın, üretime ilişkin giderlerin tümünün ilgili olduğu dönemdeki üretim maliyetine yüklenmesiyle gerçekleşen bir maliyet yöntemidir (Öztürk & Gökçen, 2017).
- **Değişken Maliyet Yöntemi:** Yalnızca değişken üretim giderlerinin ürün maliyetine dâhil ederek, sabit üretim giderlerinin dikkate alınmadığı; bunların tamamının “*dönem gideri*” olarak “*Gelir Tablosu*”na yansıtıldığı bir yöntem olarak ifade edilmektedir (Özkoç, 2018).

Kullanılan Maliyetlerin Tespit Zamanına Göre Yöntemler

Üretim maliyetlerinin tespit edilme zamanına göre maliyetler, üretimin başlamasından önce tespit edilen veya

gerçekleşmiş maliyetlerdir. (Tanış & Tanış, 2022). Bu açıklamaya göre Maliyetin Tespit Zamanına Göre yöntemler üç kategoride sınıflandırılmaktadır:

- **Fiili Maliyet Yöntemi:** Ürün maliyetlerinin, üretim yapıldıktan sonra ve bu giderlerin fiili tutarlarının temel alınmasıyla belirlendiği bir yöntemdir. Fiili maliyet yöntemi, maliyet hesaplamalarının üretim öncesinde yapılmadığı bir yöntem olduğu için, kontrol ve planlama işlevinin zamanlı bir şekilde yerine getirilmesi yeterli olmamaktadır (Bıçakçı, 2006). Maliyet hangi ayda/dönemde ortaya çıkarsa o ayın/dönemin maliyeti sayılacaktır. Bu da yılın belli zamanlarında ortaya çıkmakla beraber yılın tamamını ilgilendiren maliyetler nedeniyle aylık üretim maliyetlerinde dalgalanmalara sebebiyet vermektedir.
- **Normal Maliyet Yöntemi:** Fiili direkt hammadde ve direkt işçilik maliyetlerinin tamamının ürünlere yüklendiği, buna karşılık tutarı yıllık olarak ortaya çıkan GÜG maliyetlerinin dönemin tamamı için planlanarak fiili üretim kapasitesine göre ürünlere yüklendiği bir yöntemdir (Tanış & Tanış, 2022).
- **Standart Maliyet Yöntemi:** Bilimsel esaslar çerçevesinde ve laboratuvar ortamında teknik olarak yapılan hesaplamalar sonucunda “olması gereken” tutara dayanarak ürün maliyetlerini tespit ederek maliyet kontrollerine yönelik olarak önemli rol üstlenen bir maliyet yöntemidir. (Akdoğan, 2009).

Üretim Sürecine Göre Maliyet Şeklinin Belirlendiği Yöntemler

İşletmelerde birim maliyetin hesaplanma tekniğini etkileyen faktörlerden biri de üretim koşullarıdır. Her işletmenin üretimde kullanılan tekniğe göre maliyetler safha maliyet veya sipariş yöntemine göre hesaplanmaktadır.

- **Sipariş Maliyet Yöntemi:** Sunulacak olan hizmetin maliyet unsurlarının ayrı ayrı belirlenmesi ve her hizmetin maliyetinin sipariş oluşturma kartlarında ayrı ayrı izlenerek hesaplandığı, çok miktar ve çeşitte birbirinden farklı olarak üretim gerçekleştiren işletmelere uygun olan bir yöntemdir (Şirin & Özpeynirci, 2018).
- **Safha Maliyet Yöntemi:** Ürün çeşitliliğinin az olduğu ve ürünlerin çok aşamalı bir süreçte çok sayıda üretildiği kitle üretimi yapılan işletmelerce kullanılan bir yöntemdir. Maliyetlerin çeşitli üretim safhalarında toplandığı ve her bir safhadaki toplam maliyetlerin bir önceki safhada oluşan maliyetlerle toplanmasıyla oluştuğundan dolayı safha odaklı bir yöntem olarak literatürdeki yerini almıştır. (Ağ & Kutlu, 2016).

Ürün Maliyeti Hesaplamalarında Geleneksel Maliyet Muhasebesi Sistemleri

Geleneksel maliyet sistemlerinde, genel üretim giderlerinin ürünlere yüklenmesinde hacim tabanlı dağıtım anahtarları kullanılmaktadır. (Bıçakçı, 2006). Maliyetleri belirleme amacıyla kullanılmakta olan dağıtım anahtarları genellikle, karmaşık veya düşük hacimde faaliyetlere daha az, rutin ve yüksek hacimli faaliyetlere fazla miktarda maliyet yüklenmesine sebep olmaktadır. Hacim temelli dağıtım anahtarları; makine saati, çıktı miktarı ve direkt işçilik saati vb. belirleyicilerden oluşmaktadır. Maliyetlerin yüklenmesinde birçok ürünün maliyetten aldığı payın direkt işçilik saati veya çıktıların miktarıyla doğrusal açıdan bir ilişkisinin bulunmadığı görülmektedir (Gürsoy, vd. 2016). Direkt işçilik ve direkt hammadde maliyetleri üretilen ürün ile direkt olarak ilişkilendirilebildiğinden bu maliyetlerin ürünlere yüklenmesinde herhangi bir zorluk bulunmamaktadır. Genel üretim maliyetleri, üretim faaliyetlerinde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi açısından gereken diğer bütün girdilere ait olan, ancak üretilen ürüne direkt yüklenemeyen giderler olarak tanımlanmaktadır (Altuğ, 2006).

Teknoloji Alanındaki Gelişmeler İle Birlikte Değişmekte Olan Üretim Ortamlarının Maliyet Sistemleri Üzerine Etkileri

Son yüz yılda teknoloji ve bilişim alanında çok hızlı değişme ve gelişmeler yaşanmış, dünya genelindeki yoğun ve sert rekabet ortamlarına uyum sağlayabilmek ve ayakta kalmak için işletme yönetimleri karar alma sürecinde kendilerine bir dayanak olan muhasebe sisteminde başka arayışlara yönelmişlerdir (Şakrak, 1997). Bu gelişmeler tüketici tercih ve taleplerine hızlı cevap verilmesini ve üretim sistemlerinin otomasyona uyumlu ve buna paralel olarak yüksek düzeyde esnek olmasını gerektirmektedir (Gersil, 2007).

Yöneticilerin işletmeleri için stratejik kararlar almak ve planlama yapmak için doğru ve zamanlı bilgiye gereksinimleri artmıştır. ABD’de 1980’li yıllarda yapılan araştırmalara göre; sanayi işletmelerindeki GÜG’ün toplam maliyetler içindeki oransal payının sistematik olarak artış eğiliminde olduğu ancak buna karşılık direkt işçilik giderlerinin de düşme eğiliminde olduğu belirlenmiştir. Bu durum, üretim faaliyetinde bulunan işletmelerde “maliyet bilgisi” ne odaklanılmasını zorunlu kılmıştır (Saler, 2019). Değişen ve gelişen üretim ortamları, işletmeler açısından önemli unsurlardan biri olan birim maliyetlerin hesaplanma tekniklerinin yeniden gözden geçirilmesine ayrıca bu alanda yeni tekniklerin geliştirilmesine ihtiyaç olduğunu göstermektedir (Yükçü, 1998).

Geleneksel Maliyet Yöntemlerindeki Eksik Yönler ve Yeni Maliyet Sistemlerine Duyulan İhtiyaç

Geleneksel maliyet yöntemleri, üretim aşamasında piyasadan ziyade üreticilerin taleplerinin göz önünde

tutulmasıyla işletmelerde uygulanma sahası bulmuştur (Turney, 1989). Söz konusu sistem, sınırlı üretim şartlarında ve teknolojinin gelişmediği, baskın faktörler olan direkt hammadde ve direkt işçilik kullanıldığında faydalı olan bir maliyet sistemiydi (Blocher, vd. 2002). Fakat üretime ilişkin maliyetlerde yapısal olarak oluşan değişiklikler, geleneksel maliyet sistemleri ile yeni üretim ortamlarının uyumsuzluklarına sebebiyet vermiştir. Üretim ortamlarında teknoloji kullanımının artması, bunun bir sonucu olarak üretim maliyetlerinde direkt işçiliğin payında azalma olmuş ve genel üretim giderlerinin payı ise gittikçe artmıştır (Kaygusuz, 2007). Direkt işçiliğin ürün maliyeti bileşiminde oransal açıdan azalmasına karşın hala dağıtım anahtarı olarak kullanılması ise, maliyet bilgilerinin yanlış hesaplanmasına ve faaliyetlerle maliyetler arasında ortaya konan ilişkinin net bir şekilde kurulmasını engelleyerek hatalı sonuçlar elde edilmesine sebep olmaktadır. (Kurşunel vd., 2007)

Faaliyete Dayalı Maliyet Sistemi

FDM, işletmedeki faaliyetlerin maliyetlerini ürünlere yüklemek amacıyla tespit eden bir muhasebe yöntemidir (Alkan, 2005). Faaliyet maliyetlerinin tespit edilme aşamasında ilk olarak her faaliyetin tükettiği kaynaklar belirlenmekte, sonra söz konusu kaynakların maliyetleri onu tüketen faaliyetlere yüklenmektedir. Sonraki adımda, ürünlerin tüketmiş olduğu faaliyetler belirlenerek, bu faaliyetlere ait maliyetler izlenmekte, söz konusu faaliyetlerin maliyetlerinin ürünlere çeşitli maliyet taşıyıcıları aracılığıyla yüklenmesiyle, faaliyet maliyetleri ürünlere yüklenerek maliyet dağıtımı gerçekleşmiş olmaktadır (Karacan & Aslanoğlu, 2005).

FDM Sistemi, “faaliyetler maliyetleri, ürünler de faaliyetleri tüketir” temel felsefesinden yola çıkarak, geleneksel yöntemlerden farklı bir bakış açısıyla hareket eder. Bu kapsamda önce üretim sürecini ilgilendiren faaliyetleri tespit ederek bunların maliyetlerini belirler, daha sonra her bir ürün ya da hizmetin bu faaliyetlerden yararlanma ölçüsüne göre faaliyetlerde toplanan maliyetleri ürün ya da hizmetlere aktarır. Bir başka deyişle FDM, maliyetlerin ilk etapta faaliyetlere, ardından ürünlere yüklendiği, iki aşamalı bir süreci olan sistemdir (Unutkan, 2010). Bu süreç sistemin ana mantığına paralel olarak oluşturulmuştur ve faaliyetler kaynakları tükettiği için, ilk adımda kaynak maliyetleri “kaynak maliyet taşıyıcıları” ile faaliyetlere yüklenmektedir. İkinci adımda ürünlerin faaliyetleri tükettiğinden hareketle, faaliyet maliyetleri “faaliyet maliyet taşıyıcıları” ile maliyet objelerine yani ürünlere yüklenir ve bu sürece “İki Aşamalı Süreç” denilmektedir (Akın, 2013). FDM’nin amaçlarından birisi; işletmelerde ortak özelliklerde olan ve genel nitelik taşıyan ve maliyet nesnesine direkt yüklenemeyen unsurlar olan indirekt giderlerin dağıtılması amacıyla faaliyet esasına göre kullanım sağlamaktır (Velioğlu, 2006). Böylece, maliyetlerin ürünlere yüklenmesinde kullanılan anahtarlardan kaynaklanan hatalı sonuçların giderilmesiyle maliyet sistemlerinin genel üretim giderlerinin dağıtımı ile ilgili geleneksel kabul edilen hacim tabanlı geleneksel yaklaşımlara bir alternatif sunulmuş olmaktadır (Kılınç & Badem, 2017). Maliyet taşıyıcısı, faaliyetler ile maliyet grubu arasında meydana gelen sebep-sonuç ilişkilerini belirleyen ve kaynakları tüketen faaliyetlerin maliyetlerini ürünlere yüklemek üzere kullanılan ölçütlerdir (Aktaş, 2013). FDM’de faaliyetler göz önüne alınarak oluşturulan uygulama aşamaları (Öker, 2003) genel olarak beş adımdan oluşmaktadır. Bunlar:

- Faaliyetlerin Belirlenmesi
- Faaliyetlerin Sınıflandırılması
- Maliyetlerin Faaliyetlere Yüklenmesi
- Maliyetlerin Faaliyetlerden Ürünlere Yüklenmesi İçin Uygun Maliyet Taşıyıcılarının Belirlenmesi
- Maliyetlerin Ürünlere Yüklenmesi, olarak sıralanabilmektedir.

Faaliyetlerin ve Maliyetlerin Sınıflandırılması

FDM’nin temel mantığında faaliyetler yer almaktadır. Bunun temel sebebi ürünlerin aslında faaliyetlerden yararlanılarak üretildiğidir. Faaliyetlerin etkinlikle yönetilmesi, sürecin ve işletmenin başarılı olarak yönetilmesini sağlar (Kaygusuz, 2007). Faaliyetlerin sınıflanması hiyerarşik olarak maliyetlerin ortaya çıktığı düzeyde elde edilen bir çerçeve şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Birçok işletme ürünlerin maliyet yüklerini FDM ile hesaplamak üzere hiyerarşik faaliyet bilgisini kullanmaktadır. Bu hiyerarşi, nitelikleri itibarıyla ürüne etkisi bakımından benzer faaliyetleri sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırma sayesinde faaliyet maliyetleri ürünlere daha doğru yüklenebilmektedir. Bu aşama daha açık bir ifadeyle faaliyetlere kimlik kazandırılması olarak da tanımlanabilmektedir (Velioğlu, 2006). İşletmelerde yapılan faaliyetler “hiyerarşik sınıflandırma” bakımından dört başlıkta değerlendirilmektedir (Cooper, 1990).

• **Birim Seviyesinde Faaliyetler ve Maliyetler:** Ürünlerin üretilmesinde birim seviyede yapılmakta olan bu tür faaliyetlerin, üretilen ürünlerce birim seviyede tüketildiği ifade edilmektedir (Cooper & Kaplan, 1999). Üretim hacmiyle doğru orantılı olan bu faaliyetler üretilen her birim için tekrarlanır. Birim seviyedeki faaliyetlerde üretim miktarı arttığında faaliyetler de artmış olmaktadır (Bıçakçı, 2006). Direkt hammadde giderleri ile enerji giderleri

vb. gider türleri birim seviyede faaliyet maliyetleridir. Bu faaliyetlerin maliyetleri, dağıtım anahtarlarına göre farklılıklar göstermektedir (Kaygusuz, 2007).

• **Parti Seviyesinde Faaliyetler ve Maliyetler:** İşletmelerde, üretimde planlama bölümünce hazırlanan üretim çeşitlerine ve miktarlarına göre faaliyetlerde bulunulmaktadır. Sürekliliği olan özellikte üretim yapmayan işletmelerde ürünler parti parti üretilmektedirler. Bu şartlarda maliyetler parti seviyesi göz önünde tutularak hesaplanmakta ve ürüne bu faaliyetleri kullanma oranına göre maliyet yüklenmektedir (Bıçakçı, 2006). Parti seviyesinde yapılan faaliyetlerin sayısı, parti sayılarına bağlı olarak değiştiği için, bu faaliyetlerin maliyeti partideki birim sayıları dikkate alınmaksızın dağıtılmaktadır (Öztürk, 2005). Parti seviyesinde gerçekleştirilen faaliyetler, farklı türlerde olan ürünler grup olarak üretildiğinde veyahut farklı bir zamanda aynı ürünler müşteriye sunulduğu zaman katlanılacak olan faaliyetler biçiminde tanımlanır (Büyüksalvarcı & Yardımcıoğlu 2007). Bir başka deyişle bir parti ürün üretiminde katlanılan faaliyetlerdir.

• **Ürün Seviyesinde Faaliyetler ve Maliyetler:** Üretilen birim sayısı veya parti sayısı göz ardı edilerek yerine getirilmesi zorunluluğu bulunan, ürünlerle ilgili olarak belirli bir ürün türüne özel yani spesifik şekilde yapılan faaliyetlerdir. İstenen ürün türüne özgü teknik destek faaliyetleri, şartname, testler veya müşteri seviyesindeki faaliyetler bu faaliyetlere örnek gösterilebilmektedir. (Öker, 2003). Belirli bir ürün çeşidine özgü olan ve başka ürünlerle ilişkisi kurulmayan bu faaliyetlerin maliyetlerinin, her ürün türü ile ayrı ilişki kurulabiliyor olmasına karşın, ürünler üretilen birim sayısı ya da parti sayısından bağımsız olarak oluşur (Erden, 2004).

• **Tesis Seviyesinde Faaliyetler ve Maliyetler:** Bu faaliyetler, işletmenin bütününde ortak olarak gerçekleştirilen ve genel üretim süreçlerini güçlendirme amacına yönelik olan, destekleyici ve işlerin yürütülmesi için gerekli faaliyetler bütünüdür (Büyüksalvarcı & Yardımcıoğlu 2007). Makine ayar sayıları, ürün, müşteri veya üretim sayılarından bağımsız olarak tesis genelinde icra edilmekte olan faaliyetlerdir. Sözelimi; bilgisayar şebekesinin işletilmesi, yıllık raporların hazırlanması, fabrikanın ısıtılması, yönetici odalarının temizliği gibi faaliyetler üretimde yer alan hiçbir aşama ile ilişki kurulamayan faaliyetlerdir (Kaçak, 2017). FDM'nin temelinde, işletmede yer alan faaliyetlerin ayrı ayrı tanımlanmasıyla, bu faaliyetlerin tükettiği kaynaklara ait olan maliyetlerin faaliyetlere göre izlenmesi yer almaktadır (Akin, 2013). Dolayısıyla FDM'nin uygulanmasındaki adımlar işletmede gerçekleşen faaliyetlerin tanımlanıp sonrasında faaliyet gruplarının meydana getirilmesidir. Bu amaçlara yönelik olarak ilk önce işletmedeki faaliyetler belirlenerek faaliyet gruplarının oluşturulması ile süreç başlamaktadır (Arzova, 2002).

YÖNTEM

Çalışmada 2019 yılının Ekim ayı örnek olarak seçilmiştir. 2019 yılının Ekim ayı, koronavirüs salgınının ülkemizde görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinin öncesi bir tarih olduğundan, ayrıca araştırmanın yapıldığı kurumda öğrencilerin öğretim yılı içerisinde okulda buldukları bir dönem olması ve personelin yaz dönemi izin kullanımlarının bitmiş olmasından dolayı verilerin eksiksiz elde edilebildiği bir aydır. Bu doğrultuda kurumda faaliyetlerin temel alınmasıyla kurulan FDM modeli ile daha doğru ve güvenilir bilgilere ulaşılabileceği ulaşılamayacağı konusu araştırılmıştır.

Araştırmada Verilerin Tespiti ve İncelenmesi

Bu bölümde çalışma kapsamında veri toplama ve bu verilerin değerlendirilmesi yapılmış ve bu çalışmaya:

- FDM ile hesaplanan birim ve toplam maliyetlerin geleneksel yöntemlerle hesaplanan maliyetlerden farklı sonuçlar elde edilip edilmediği,
- Geleneksel maliyet yöntemi ile FDM ile elde edilen maliyetlerin sonuçları açısından kuruma fayda sağlayıp sağlamadığı ve maliyet tespiti konusunda FDM'nin kurumda uygulanıp uygulanamayacağı, incelenmiştir.

Aşağıda kurumun yemekhanesinde üretilen yemekler ve bunlara ilişkin elde edilen maliyet ve diğer veriler gösterilmektedir. 2019 yılının Ekim ayına yönelik, her porsiyonun (iki seçeneğe ana yemekten bir porsiyon ve üç adet tamamlayıcı yemekten bir porsiyon şeklinde dört çeşit menü) Tablo 1'de yer alan *2019 Ekim Ayına Ait Yemek Listesi*'deki yemeklerden her porsiyonun birim maliyetlerini tespit etmek üzere kullanılan bilgiler yer almaktadır.

Aylık Yemek Çeşitleri ve Porsiyon Sayıları

Tablo 1. 2019 yılı Ekim Ayı Yemek Listesi

Tarih	Ana Yemekler (Seçenekli)		Yardımcı Yemekler			Üretilen Ton.
	Ana Yemek	Sec. Yemek	1. Yemek	2. Yemek	3. Yemek	
1.10.2019	Kıv. Bezelve	Bes. Sos. İspanak	Seh. Bulg. Pil.	Yoğurt	Elma	7.380
2.10.2019	Kuru Köf. Par. Pat.	Pevn. Börek	Merc. Corb.	Sütlü İrmik Tatlısı	Salatalık Turşusu	8.748

3.10.2019	Soslu Dalyan Köfte	Zeyt. Barbunya	Peyn. Mak.	Yoğurt	Elma	9.208
4.10.2019	Sos.Fir. Tavuk	Etsiz Fir.Bezelye	Sehr.Pir.Pil.	Yoğurt	Elma	7.232
7.10.2019	Etli Bezelye	Yoğ. Kabak Kız.	Sehr.Pir.Pil.	Yoğurt	Elma	7.838
8.10.2019	Sini Köf.	Peyn. Börek	Yay. Corbası	Puding	Marul Sal.	8.940
9.10.2019	Tavuk Kav.	Zeyt. Taze Fas.	Mer. Bul.Pil.	Ayran	Elma	8.014
10.10.2019	Kays. Tava	Mant.Kav.	Sade Mak.	Yoğurt	Elma	9.863
11.10.2019	Mant.Tavuk Kav.	Zeyt.Taze Fas.	Mer. Bul.Pil.	Ayran	Elma	7.855
14.10.2019	Eks. Köfte	Pat. Musakka (Etsiz)	Sehr. Bul.Pil.	Yoğurt	Muz	9.290
15.10.2019	Etli Pat.	Etsiz Fir. Bez.	Mer. Bul. Pil.	Yoğurt	Elma	9.196
16.10.2019	Sos. Fir. Tavuk	Etsiz Nohut Yahn.	Döğme Pilavı	Ayran	Hav. Sal.	9.572
17.10.2019	Kuru Köf. Par. Pat.	Pat. Börek	Sehr. Cor.	Salgam	Muz	10.005
18.10.2019	Etli Kur. Fas.	Besamel Soslu Isp.	Sehr.Bulg. Pil.	Yoğurt	Elma	6.773
21.10.2019	Etli Taz. Fas.	Yumurta Ispanak	Sehr.Bulg. Pil.	Yoğurt	Muz	8.470
22.10.2019	Mant. Coban Kav.	Kuru Fasulye(Etsiz)	Noh. Bulg. Pil.	Ayran	Elma	9.508
23.10.2019	Etli Nohut Yahnisi	Etsiz Fırın Bez.	Seh. Pir. Pil.	Yoğurt	Sal. Turş.	8.745
24.10.2019	Sos. Dalyan Köft.	Barbunya	Peyn. Mak.	Salgam	Elma	10.850
25.10.2019	Fırın Tav. Tava	Peyn. Börek	İç Pil.	Komposto	Hav.Sal.	7.877
30.10.2019	Kıymalı Ispanak	Etli Yaz Türüstü	Ezogelin Corbası	Tursusu	Muz	6.320
31.10.2019	Bahcevan Kebap	Kar. Kız.	Noh. Bul. Pil.	Yoğurt	Elma	7.900
					Toplam	179.584

Miktar ve Maliyet Bilgileri

2019 yılının Ekim ayı için kurumda üretilen yemeklerden faydalananlar açısından porsiyon sayıları Tablo 2’de gösterilmektedir:

Tablo 2. 2019 Ekim Ayında Üretilen Yemek Sayısı

Tarih	Ücretli Yemek Yiyenlerin Sayısı	Ana Yemek Sayısı	Seçenek Yemek Sayısı	Top. Pors. Sayısı (Ana Yemek+%10 Oranında Seçenek Yemek)	Öğr. İçin Ücretsiz Sabah Çorbası	Ücretsiz Yemek Yiyenlerin Sayısı
01.10.2019	7.380	6.642	738	7.380	180	214
02.10.2019	8.748	7.873	875	8.748	180	212
03.10.2019	9.208	8.287	921	9.208	180	201
04.10.2019	7.232	6.509	723	7.232	100	199
07.10.2019	7.838	7.054	784	7.838	150	193
08.10.2019	8.940	8.046	894	8.940	150	205
09.10.2019	8.014	7.213	801	8.014	225	275
10.10.2019	9.863	8.877	986	9.863	200	271
11.10.2019	7.855	7.070	786	7.855	140	225
14.10.2019	9.290	8.361	929	9.290	200	216
15.10.2019	9.196	8.276	920	9.196	200	223
16.10.2019	9.572	8.615	957	9.572	200	231
17.10.2019	10.005	9.005	1.001	10.005	200	330
18.10.2019	6.773	6.096	677	6.773	160	291
21.10.2019	8.470	7.623	847	8.470	200	200
22.10.2019	9.508	8.557	951	9.508	220	199
23.10.2019	8.745	7.871	875	8.745	200	185
24.10.2019	10.850	9.765	1.085	10.850	200	185
25.10.2019	7.877	7.089	788	7.877	150	188
30.10.2019	6.320	5.688	632	6.320	200	186
31.10.2019	7.900	7.110	790	7.900	180	184
Toplam	179.584	161.626	17.958	179.584	3.815	4.613

Maliyetlerin Hesaplanması

Aşçılarının tamamı yemeğin pişirilmesinde doğrudan yer aldığından “direkt işçi” olarak kabul edilmiştir. Yemeğin ana unsurunu oluşturan et, patates, bulgur, pirinç, soğan gibi girdiler hammadde grubunda değerlendirilmiş olup, yağ, un, salça, tuz, baharat çeşitleri gibi girdiler GÜG kapsamında yer almıştır. Tablo 3’te 2019 yılının Ekim ayına ait olan maliyet bilgileri gösterilmektedir:

Tablo 3. 2019 Ekim Ayı Direkt Giderler ve Genel Üretim Giderleri (TL)

Direkt Gid.	Tutar (TL)
Direkt Ham.	754.619
Direkt İşç. Gid. (5/8 saat oranındaki tutar) (*)	90.819
Direkt Gid. Top.	845.438
Genel Üretim Giderleri (GÜG)	
Endirekt Madde Gid.	Top.(1) 111.403

Endirekt İşç. Gid. (Gıda müh. ücretinin tamamı, diğer personelin ücretinin ise yarısı hesaplanmıştır) (**)		
Gıda Müh. (1)	5.022	
Yemekhane Sor. (1)	2.452	
İdare Amiri (1)	2.426	
Taşınır Kayıt Kont. Yet. (1)	1.953	
Depo Sor. (2)	3.731	
Ambar Sor. (1)	+ 2.412	
Top.(2)	17.996	
GÜĞ Diğer Gid.		
Isıtma/ Aydınlatma Gid.	8.070	
Bakım Onarım Gid.	10.894	
Amortisman Gid.	+ 4.670	
Top.(3)	23.634	
Endirekt Gid. + GÜĞ	Top. (4) (1+2+3) 153.033	
	GÜĞ Top. (1+2+3)	153.033
	Direkt Gid. + GÜĞ Gen. Top.	998.471

(*) Direkt işçi aşçılar yemek pişirmekte ve yemekleri sunum yaptığından direkt işçilik maliyeti 145.311 TL tutar oransal paylaştırılmıştır. Bu oran, günde sekiz saat mesai olduğu için, aşçıların 5 saat yemek pişirme, 3 saat servis bölümünde geçirdiklerinden üretim kısmı işçiliği 5/8 oranında hesaplanmıştır.

(**) Gıda Mühendisi, üretimden önceki aşamada bulunduğu için endirekt işçilik maliyetine dâhil edilmektedir. Direkt işçi kapsamında bulunan aşçılar, üretim ve üretim sonrası aşamada bulunduğu için oransal paylaşım yapılmıştır.

Yemeklerin maliyet hesaplamasında porsiyon baz alınmış ve bir porsiyon yemek, ana yemek veya seçenek yemek, 1. 2. ve 3. tamamlayıcı yemeklerden oluşmaktadır.

Geleneksel Maliyet Yönteminin Kurumda Uygulanması

Geleneksel maliyet yönteminin uygulandığı bu kısımda GÜĞ kapsamında değerlendirilen giderlerle ilgili çok önemli bir husus söz konusu olmaktadır. Üretim reçeteleri kullanılarak her bir yemekte bulunan ve GÜĞ kapsamında değerlendirilmekte olan en düşük maliyetli girdilerin bile porsiyon başına gramaj miktarı tespit edilmiştir. Dolayısıyla GÜĞ kapsamındaki tüm malzemeler ve hammaddeler, yemek reçeteleri çerçevesinde ürünlere doğrudan yüklenebildiğinden her yemek türü için geleneksel yöntemde kullanılmakta olan GÜĞ dağıtım yöntemlerinin kullanılmasına gerek olmamaktadır. En son aşamada yemek reçeteleri kullanılarak hazırlanan yemeklerin maliyetlerinin ürünlere, bir diğer deyişle her bir gün sunulan yemeklere yüklenen maliyetleri hesaplanmıştır.

Maliyetlerin Ürünlere Dağıtım

Ana yemek ile seçenek yemeklerden oluşan menüde seçenek yemeğin sayısı, ana yemek miktarının % 10'u oranındadır. 1 Aşçıbaşı, 1 Aşçı Başyardımcısı, 15 Aşçı ve 17 Aşçı yardımcısı görev yapmaktadır. Gıda Mühendisi, üretimden önceki aşamada yer aldığı için endirekt işçilik kapsamındadır. Buna göre öncelikle her yemekte bulunan hammadde gideri tespit edilmiş, bu tutara direkt işçilik maliyeti ve GÜĞ tutarı eklenmiştir. Böylelikle önce birim maliyet ardından toplam maliyete ulaşılmıştır.

Birim Maliyet Tespiti

GÜĞ'ün, örnek yemek olarak belirlenen "Kıymalı Bezelye" ye yüklenmesinde yapılan birim maliyet hesaplamaları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. "Kıymalı Bezelye" Porsiyon Başına Birim Maliyeti (TL)

Direkt Ham.	Miktar (Gr)	Kg. Fiyatı (TL)	Bir. Mal. (TL)	Top.Bir. Mal.
Dana Eti	50	29,87	1,493	
Bezelye	95	8,12	0,771	
Patates	30	1,38	0,041	
Direkt Ham. Top.				2,30
Direkt İşçilik (*)	5/8 Dir. İşç. (90.819) ÷ Pors. Say. (179.584) = 0,51 TL (Günlük maliyet ÷ Pors. Say.)			
Pors. Baş. Dir. İşç. Top.				0,51
GÜĞ				
Endirekt Ham. + Endirekt İşç. + GÜĞ Diğer Gid.	(GÜĞ ÷ Top.Pors.Say.) (153.033 ÷ 179.584) = 0,85			
Pors. Baş. Bir. Ürün Mal.				0,85
Pors. Baş. Bir. Ürün Mal.				3,66

(*) Günlük pors. sayısı değişse de işçiler aynı sürede çalıştığı ve günlük ücretleri değişmediği için direkt işçi başına düşen payın aylık toplam pors. sayısı ile ilişkilendirilmesinin daha uygun olduğu değerlendirilmiştir.

“Kıymalı Bezelye” de ürün maliyeti kapsamında her bir maliyet unsurunun oluşmasındaki faktörler aşağıda açıklanmıştır.

• **Hammadde:** “Kıymalı Bezelye” direkt hammadde maliyetinin hesaplanmasında; bir birim ürün üretimi için kullanılan hammadde miktarı ile tutarı, kurumdan elde edilmiş olup yemekte hammaddenin miktar ve tutar çarpımı sonucunda 2,30 TL birim hammadde maliyeti elde edilmiştir.

• **Direkt İşçilik:** “Kıymalı Bezelye” direkt işçi 21 gün maliyetinin (145.311 TL) 5/8’i olan 90.819 TL’nin toplam porsiyon sayısı 179.584’e oranlanmasıyla bir porsiyon “Kıymalı Bezelye” yemeği 0,51 TL birim direkt işçilik maliyeti elde edilmiştir.

• **GÜG:** “Kıymalı Bezelye” GÜG’ü aşağıdaki işlemler uygulanarak elde edilmiştir;

Toplam Porsiyon: 179.584

GÜG Toplam: 153.033 TL

“ Endirekt Hammadde + Endirekt İşçilik + GÜG (Diğer Giderler) ÷ Top.Pors.Sayısı”

Formülü kullanılarak, $153.033 \div 179.584 = 0,85$ TL birim GÜG maliyetidir

“Kıymalı Bezelye” ve bu yemeğin sunulduğu gün menüyü tamamlayan yemeklere ait birim maliyetler hesaplanmış, ana yemekle birlikte verilen yemeklerin birim maliyetleri Tablo 5’tedir.

Tablo 5. Ana Yemek “Kıymalı Bezelye” ile Birlikte Çıkan Yemeklerin Birim Maliyetleri (TL)

Tarih	Yemek Türü	Ürün Adı	Direkt Ham.	DİŞ	Bir.GÜG*	Top. Bir.Mal.
1.10.2019	Ana Yemek	Kıymalı Bezelye	2,30	0,51	0,85	3,66
	1.Tamamlayıcı Yemek	Şehriyeli Bulgur Pilavı	0,18	-	-	0,18
	2.Tamamlayıcı Yemek	Yoğurt	0,65	-	-	0,65
	3.Tamamlayıcı Yemek	Elma	0,54	-	-	0,54
		TOPLAM	3,67	0,51	0,85	5,03

(*) Birim GÜG, sadece ana yemek ve seçenek yemek için hesaplanmıştır çünkü endirekt maliyet unsurlarının toplam porsiyon sayısına bölünmesiyle, o güne ait ana yemek ve seçenek yemekle ilişkilendirilen Birim GÜG tutarı tespit edilmiş olmaktadır.

“Kıymalı Bezelye” ve seçenek yemek “Beşamel Soslu Ispanak” ile birlikte verilen yemeklerin birim maliyetleri Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. “Beşamel Soslu Ispanak” ve Birlikte Çıkan Yemeklerin Birim Maliyetleri (TL)

Tarih	Yemek Türü	Ürün Adı	Dir.Ham.	DİŞ	Bir.GÜG	Top.Bir.Mal.
1.10.2019	Seçenek Yemek	Beşamel Soslu Ispanak	0,91	0,51	0,85	2,27
	1. Tamamlayıcı Yemek	Şehriyeli Bulgur Pilavı	0,18	-	-	0,18
	2. Tamamlayıcı Yemek	Yoğurt	0,65	-	-	0,65
	3. Tamamlayıcı Yemek	Elma	0,54	-	-	0,54
		TOPLAM	2,28	0,51	0,85	3,64

Bazı muafiyetleri olduğundan 2019 yılının Ekim ayı 21 gün ücretsiz olarak yemek ile ücretsiz çorbanın maliyeti de ana yemeğin günlük birim maliyet tutarları üzerinden hesaplanmış ve Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Ücretsiz Yemeğin Toplam Maliyeti (TL)

Günlük Birim Maliyet	Ücretsiz Yemek Sayısı	Top. Maliyet (TL)
3,67	214	785,38
5,17	212	1.096,04
4,64	201	932,64
5,99	199	1.192,01
4,73	193	912,89
5,27	205	1.080,35
3,10	275	852,50
4,97	271	1.346,87
2,81	225	632,25
2,23	216	481,68
3,81	223	849,63
4,94	231	1.141,14
6,24	330	2.059,20
2,71	291	788,61
4,10	200	820,00

5,59	199	1.112,41
2,85	185	527,25
4,40	185	814,00
4,66	188	876,08
4,03	186	749,58
4,87	184	896,08
GEN. TOP.		19.946

Tablo 8. Öğrencilere Verilen Ücretsiz Çorba Toplam Maliyeti (TL)

Dir.Ham.	Mikt. (Gr)	Kg. Fiyatı (TL)	Bir.Mal. (TL)	Top. Bir.Mal. (TL)
Kır. Merc.	45	4,02	0,18	
			Dir.Ham.Top.	0,18 TL
			Top.Pors. Say. x Bir.Mal. (3.815 x 0,18)	687 TL

Tablo 8’de sabah çorbasının birim maliyeti olarak 687 TL, ücretsiz olarak yemek yiyenlerin maliyeti 19.946 TL hesaplanarak maliyete etkisi 20.633 TL ortaya çıkartılmıştır. 21 gün verilen ana yemek ve seçenek yemek ve birlikte verilen yemeklerin birim ve toplam maliyetleri, birim maliyet hesaplamaları Tablo 5 ve 6’daki yöntemlerle tamamlanarak, topluca Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9. Birim ve Toplam Maliyetler (TL)

Gün	Porsiyon Sayısı		Birim Maliyet		Toplam Maliyet	
	Ana Yemek	Seçenek Yemek	Ana Yemekli	Seçenek Yemekli	Ana Yemekli	Seçenek Yemekli
1	6.642	738	5,03	2,27	33.395	1.673
2	7.873	875	6,53	2,76	51.393	2.413
3	8.287	921	6,00	2,01	49.704	1.849
4	6.509	723	7,35	2,17	47.827	1.567
5	7.054	784	6,09	2,71	42.943	2.122
6	8.046	894	6,63	2,77	53.327	2.474
7	7.213	801	4,46	2,26	32.154	1.808
8	8.877	986	6,33	3,72	56.172	3.665
9	7.070	786	4,17	2,33	29.466	1.829
10	8.361	929	6,59	1,71	55.081	1.586
11	8.276	920	5,17	2,17	42.769	1.994
12	8.615	957	6,30	1,72	54.256	1.644
13	9.005	1.001	7,60	1,94	68.472	1.939
14	6.096	677	4,07	2,28	24.797	1.542
15	7.623	847	5,46	2,13	41.605	1.802
16	8.557	951	6,95	1,85	59.452	1.757
17	7.871	875	4,21	2,17	33.120	1.896
18	9.765	1.085	5,76	2,00	56.225	2.167
19	7.089	788	6,02	2,76	42.660	2.173
20	5.688	632	5,39	3,34	30.646	2.109
21	7.110	790	6,23	2,89	44.280	2.281
Top.	161.626	17.958	-	-	949.754	42.300
TOP. MAL.					992.054 TL	

Kurumdan ulaşılan maliyet bilgilerinin, geleneksel maliyet dağıtım yöntemlerinin uygulanmasıyla ürünlere yüklenmesinde ürün maliyetinin unsurlarından direkt işçilik, hammadde ve GÜG tutarı ana yemek /seçenek yemeklerin porsiyon sayısı ile çarpılmış ve ana yemekte 949.754 TL, seçenek yemekte 42.300 TL ve toplam 992.054 TL’dir.

Faaliyete Dayalı Maliyet Yönteminin Uygulanması

Araştırma sorularının cevabını verebilmek için yukarıdaki bilgi ve verileri kullanarak FDM yöntemine göre de maliyet hesaplaması yapılmıştır. FDM’nin uygulanmasında ilk adımda faaliyetler belirlenmiştir. İkinci olarak faaliyet merkezleri oluşturulmuş, kaynak maliyet taşıyıcıları kullanılmasıyla faaliyetlerin maliyetleri faaliyet merkezlerine yüklenmiştir. Faaliyet merkezlerindeki faaliyet maliyetleri ise, ikinci aşama faaliyet maliyet taşıyıcıları kullanılarak ürünlere yüklenmiştir. Son olarak FDM sonuçları, geleneksel maliyet yöntemi uygulanarak elde edilen sonuçlarla karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

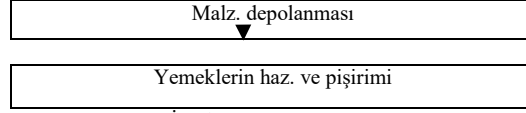
Faaliyetlerin Belirlenmesi

FDM’de faaliyetler, gözlemler ve yapılan görüşmelerle elde edilen bilgiler ışığında belirlenmiştir. Üretim

faaliyetleriyle ilgili veri toplama ve detaylı araştırma aşaması, faaliyetlerin belirlenmesi konusuna ışık tutmuş ve belirleyici olmuştur.

İş Akış Şeması

Faaliyetlere ilişkin süreçlerin anlaşılması açısından iş akış şemasının önemi büyüktür. Bundan dolayı da FDM'nin uygulanmasına hazırlık niteliğinde olması için iş akış şeması oluşturulmuştur.



Şekil 1. İş Akış Şeması

GÜG Maliyetlerinin Faaliyetlere Yüklenmesi

2019 Ekim ayında gerçekleştirilen faaliyetlerin belirlenmesinden sonra ilgili dönemdeki GÜG hesaplanmıştır. Ardından FDM'de uygulanmakta olan iki aşamalı süreç gereği, ilk olarak kaynak maliyetleri faaliyet merkezlerine dağıtılmıştır. Bu dağıtımın yapılabilmesi amacıyla birinci aşama kaynak maliyet taşıyıcılarının belirlenmiş olması gerekmektedir. Maliyet taşıyıcılarının maliyetlerdeki değişimleri yansıtacak özellikleri taşıması önemlidir.

Bu doğrultuda maliyetler, meydana geldikleri faaliyet merkezlerine atanmış ve bu maliyetlerin faaliyetlere dağıtımında kullanılmasının en uygun olduğu düşünülen birinci aşama kaynak maliyet taşıyıcıları Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10. GÜG Maliyetleri ile Birinci Aşama Kaynak Maliyet Taşıyıcıları

GÜG Maliyetleri	Maliyet Taşıyıcısı	Maliyet Taşıyıcısı Miktarı (A)	Tutar (B) (TL)	Bir. Tutar (C) (B ÷ A) (TL)
Isıtma/ Aydınlatma Gid.	Alan m ²	16.750 m ²	8.070	0,48179
Amortisman Gid.	Alan m ²	16.750 m ²	4.670	0,278
Bakım Onarım Gid.	Makine/Ekipman Sayısı	37 Adet	10.894	294,43
Endirekt İşçilik Gid.	Çalışılan Bölüme Oran	% Oranı	17.996	179,96
Endirekt Madde	Direkt	Direkt	111.403	111.403
	Toplam		153.033	

Tablo 10'da yapılan hesaplamalara göre her bir faaliyetin maliyeti, bu faaliyetlerin gerçekleşmesiyle ortaya çıkan giderin, maliyet taşıyıcısının toplamına bölümüyle bulunan yükleme oranının ilgili faaliyetin maliyet taşıyıcısının miktarıyla çarpılmasıyla elde edilmiş olmaktadır. Kaynak maliyetlerinin faaliyetlere yüklenmesinde her maliyet unsuru için dağıtım aynı yöntemle yapılmıştır. Mesela "Isıtma/Aydınlatma" giderinin, malzemelerin depolanması faaliyetine aktarılacak tutarı, "Isıtma/Aydınlatma" gideri 8.070 TL'nin maliyet taşıyıcısı "alan" miktarı 16.750'ye bölümünden elde edilen 0,48179 TL "malzemelerin depolanması" faaliyeti için bulunan birim maliyet hesaplanmıştır. Birim maliyet, bu faaliyet için tüketilmiş olan maliyet taşıyıcısı 7.180 (alan m²) ile çarpılarak ta 3.459 TL tespit edilmiştir.

"Isıtma/Aydınlatma" Giderlerinin Faaliyetlere Yüklenmesi

"Isıtma/Aydınlatma" giderlerinin faaliyetlere aktarılmasında "alan", maliyet taşıyıcısı olarak belirlenmiştir. Yemekler doğal gazla pişirilmekte ancak elektrik te kullanılmaktadır. "Isıtma/Aydınlatma" gideri için yapılan hesaplamalar Tablo 11'dedir.

Tablo 11. "Isıtma / Aydınlatma" Giderinin Faaliyetlere Aktarılması

Faaliyet Merk.	Maliyet Taşıyıcısı (Alan m ²)	Metrekare Başına Düşen GÜG (TL)	Toplam GÜG (TL)
Malz. Depolanması	7.180	0,48179	3.459
Yemeklerin Haz. Ve Pişirimi	9.570	0,48179	4.611
Top.	16.750	-	8.070

• "Isıtma/Aydınlatma" giderinin "Malzemelerin Depolanması" faaliyetine aktarılmasındaki hesaplamalar aşağıdadır:

(Top. Faaliyet Gid./Maliyet Taşıyıcısı Top. Mikt) x "Malz. Depolanması" faaliyetinde tüketilmiş olan maliyet taşıyıcısı tutarı

GÜG Metrekare Başına = $(8.070 \text{ TL} / 16.750) = 0,48179 \text{ TL}$

Toplam GÜG = $(0,48179 \text{ TL} \times 7.180) = 3.459 \text{ TL}$

“Isıtma/Aydınlatma” giderinin “Yemeklerin Hazırlığı Ve Pişirimi” faaliyetine yüklenmesindeki işlemler aşağıdadır:

(Top. Faaliyet Gid./Maliyet Taşıyıcısı Top. Mikt) \times Yemeklerin Hazırlığı Ve Pişirimi" faaliyetinde tüketilen maliyet taşıyıcısı tutarı

GÜG Metrekare Başına = $(8.070 \text{ TL} / 16.750) = 0,48179 \text{ TL}$

Toplam GÜG = $(0,48179 \text{ TL} \times 9.570) = 4.611 \text{ TL}$

$4.611 \text{ TL} + 3.459 \text{ TL} = 8.070 \text{ TL}$

GÜG maliyetleri, faaliyetlere yükledikten sonra Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Faaliyetlerin Maliyetleri (TL)

Faaliyet Merkezleri	GÜG Maliyetleri (TL)				Top.(TL)
	Isıtma/Aydınlatma Gid. (TL)	Amortisman Gid. (TL)	Bakım Onarım Gid. (TL)	Endirekt İşçilik Gid. (TL)	
Malzemelerin Depolanması	3.459	1.269	2.355	7.198	14.179
Yemeklerin Haz. Ve Pişirimi	4.611	3.401	8.539	10.798	27.451
TOPLAM	8.070	4.670	10.894	17.996	41.630

Faaliyet Maliyetlerinin Ürünlere Dağıtımı

FDM’de ikinci aşamada faaliyet merkezlerine aktarılan faaliyetlerin maliyetlerinin en uygun olarak seçilen faaliyet maliyet taşıyıcıları kullanılmasıyla ürünlere aktarılması gerçekleştirilmektedir. Faaliyet merkezlerinde biriken maliyetlerin ürünlere yüklenmesi işlemi, faaliyetlerin yapısı da ayrıca dikkate alınmaktadır. Faaliyetlerin ürünleri etkilediği seviyenin bilinmesi maliyet taşıyıcılarının tespit edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Maliyet taşıyıcılarının belirlenme aşamasından sonra maliyet yükleme oranlarını tespit edilmektedir. Yükleme oranı, her bir faaliyet için bulunan maliyetin, o faaliyet için belirlenen maliyet taşıyıcısı tutarına veya miktarına oranlanmasıyla bulunmaktadır.

Faaliyetlerin Seviyelerinin Tespiti ve İkinci Aşama Maliyet Taşıyıcılarının Tespiti

Üretim bölümünde oluşan süreçlere ilişkin Şekil 1’deki iş akış şemasında bulunan faaliyetlerin seviyelerinin belirlenmesi önemli bir adımdır. Gerçekleştirilen faaliyetlerin seviyelerine ilişkin açıklamalar doğrultusunda belirlenen faaliyet seviyeleri Şekil 2’deki gibi belirlenmiştir.

Tablo 13. Faaliyet Seviyeleri

Üretim Böl. Faaliyetleri	Seviyesi
Malz. Depolanması	Parti
Yemeklerin Haz. Ve Pişirimi	Parti

Faaliyetlerin parti seviyesinde gerçekleştiği değerlendirilmektedir. Bunun nedeni her gün üretilen ürünlere ilişkin faaliyetlerin parti parti meydana gelmesidir. Bir başka deyişle faaliyetler, her parti üretiminin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Faaliyetlerin maliyetlerinin tespiti aşamasından sonra bu maliyetlerin ürünlere hangi kıstaslara ve ölçütlere göre yükleneceğinin bilinmesi amacıyla, maliyet taşıyıcıları ile bu ürünlere yüklenecek olan faaliyetlerin maliyetleri, Tablo 14’te yer almıştır.

Tablo 14. Faaliyet Maliyet Taşıyıcıları

Faaliyet Merkezleri	Maliyet Taşıyıcısı	Top. GÜG (TL)
Malz. Dep.	Depolanan Ham. Mal.	14.179
Yemek. Haz. Ve Pişirimi	Direkt İşç.Mal.	27.451

“Malzemelerin Depolanması” faaliyetine en uygun olduğu düşünülen maliyet taşıyıcısı “hammadde maliyeti” şeklinde belirlenmiştir. “Yemeklerin Hazırlığı Ve Pişirimi” faaliyetinde maliyet taşıyıcısı üretimin emek yoğun olarak yapılması ve direkt işçiler üretimi bizzat gerçekleştirdiği için “Direkt İşçilik Maliyeti” olarak benimsenmiştir. Bu maliyet taşıyıcılarının seçilmesinin sebebi, maliyetler ile bunları dağıtmak üzere kullanılan maliyet taşıyıcıları arasında GÜG’ün kaynağı olan ekonomik etmenleri temsil etmesinden dolayı ilişki kurulabilmesidir.

Faaliyet Maliyetlerinin Ürünlere Yüklenmesi

Faaliyet seviyeleri ve maliyet taşıyıcılarının dikkate alınmasıyla her bir faaliyet merkezindeki maliyetler ürünlere dağıtılmıştır.

Maliyet Yükleme Oranlarının Tespiti

Birinci aşama kaynak maliyet taşıyıcıları kullanılarak faaliyetlere dağıtılmış olan maliyetlerin ürünlere dağıtılması için seçilen faaliyet maliyet taşıyıcıları ile yükleme oranları Tablo 15’te gösterildiği gibidir.

Tablo 15. Yükleme Oranları

Faaliyet Merk.	Maliyet Taşıyıcıları	Top.Faaliyet Mal. (TL) (A)	Maliyet Taşıyıcısı Top. Tutarı (TL) (B)	Yükleme Oranı (C) (A÷B) x (Birim Direkt Ham.)
Malz. Depolanması	Hammadde Maliyeti	14.179	754.619	0,0187
Yemeklerin Haz. Ve Pişirimi	Direkt İşçilik Maliyeti	27.451	90.819	0,302

“Malzemelerin Depolanması” faaliyeti maliyet taşıyıcısı “hammadde maliyeti” olarak belirlenmiştir. “Malzemelerin Depolanması” faaliyetinin maliyeti ile hammadde maliyeti arasında bir bağ kurulmuş olmaktadır. Toplam faaliyet maliyeti, hammadde maliyetinin toplamına bölündükten sonra bulunan tutar, yemeğin direkt hammadde tutarı ile çarpılarak bir birim “Malzemelerin Depolanması” maliyetine ulaşılmıştır. “Yemeklerin Hazırlığı Ve Pişirimi” faaliyetinin maliyet taşıyıcısı “direkt işçilik maliyeti” olarak belirlenmiştir. Buna göre;

* “Malzemelerin Depolanması” faaliyetine ilişkin yükleme oranı $14.179 / 754.619 = 0,0187$ TL’dir. Bir birim ürüne $0,0187 \times$ “yemeğin direkt hammadde tutarı” kadar “Malzemelerin Depolanması” faaliyet maliyeti yüklenecektir.

* “Yemeklerin Hazırlığı Ve Pişirimi” faaliyetine ait yükleme oranı $27.451 / 90.819 = 0,302$ TL’dir. Yani bir birim ürüne “0,30 TL” “Yemeklerin Hazırlığı Ve Pişirimi” faaliyet maliyeti aktarılacaktır.

Birim Maliyetlerin Hesaplanması

Tek ürüne ait yapılan örnek hesaplamalar Tablo 16’da gösterilmektedir.

Tablo 16. “Kıymalı Bezelye” Birim Maliyetler (TL)

Faaliyet Merk.	Yük.Oranı (A)	Mal. Taşıyıcısı Top.Tutarı (B)	Kıy. Bez. Mal. Taşıyıcısı (C)	Kıy. Bez. Dir. İşçilik Tutarı (D)	Kıy. Bez. Birim GÜĞ (E) (A x C)	Bir. Mal. (F) (E x Pors. Sayısı)	Top. Mal. (Sunum mal. x Pors. Say.)
Malz. Dep.	0,0187	754.619 TL	2,30 TL	-	0,0432 TL	287,04	3.845
Yemeklerin haz. ve pişirimi	0,302	90.819 TL	0,51 TL	0,51	0,153 TL	19.680	28.779

- “Malzemelerin Depolanması” faaliyetinin maliyetinin “Kıymalı Bezelye” ye yüklenen tutarı:
 “Malzemelerin Depolanması” faaliyet merkezinin maliyeti = 14.179 TL
 “Malzemelerin Depolanması” faaliyetinin yükleme oranı $(14.179 \div 754.619) = 0,0187$ TL
 Maliyet taşıyıcısının toplam tutarı (Dir. Ham.) = 754.619 TL
 “Kıymalı Bezelye” DH = 2,30 TL
 “Kıymalı Bezelye” GÜĞ $(0,0187 \times 2,30) = 0,04321$ TL
 “Kıymalı Bezelye” “Malzemelerin depolanması” birim maliyeti $(0,04321 \times 6.642) = 287,04$ TL
 “Kıymalı Bezelye” ile birlikte verilen yemeklere aktarılan “Malzemelerin depolanması” maliyeti, $0,579$ TL x porsiyon sayısı $6.642 = 3.845$ TL’dir.

- “Yemeklerin hazırlığı ve pişirimi” faaliyetinin maliyetinin “Kıymalı Bezelye” yemeğine yüklenen tutarı:
 “Yemeklerin hazırlığı ve pişirimi” faaliyet merkezi maliyet tutarı = 27.451 TL
 “Yemeklerin hazırlığı ve pişirimi” faaliyeti yükleme oranı $(27.451 / 90.819) = 0,30$ TL Maliyet taşıyıcısı toplam tutarı (Direkt İşçilik Maliyeti) = 90.819 TL, “Kıymalı Bezelye” DİŞ $(90.819 / 179.584) = 0,51$ TL
 “Kıymalı Bezelye” DH = 2,30 TL, “Kıymalı Bezelye” GÜĞ $(0,30 \times 0,51) = 0,153$ TL
 “Kıymalı Bezelye” “Yemeklerin hazırlığı ve pişirimi” birim maliyeti $(0,153 + 2,30 + 0,51) = 2,96$
 “Kıymalı Bezelye” yemeğiyle birlikte “Yemeklerin hazırlığı ve pişirimi” toplam maliyeti, birim maliyet $4,333$ TL’nin porsiyon sayısı olan 6.642 ile çarpımıyla 28.779 TL’dir. Ücretsiz yemek maliyeti FDM ile ana yemek birim maliyeti gibi hesaplanarak Tablo 17’de, sabah çorbasının maliyeti ise Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 17. Ücretsiz Yemeğin Toplam Maliyeti (TL)

Ana Yemek Birim Maliyet	Ücretsiz Yemek Sayısı (Adet)	Top.Mal. (TL)
4,24	214	907,36
5,77	212	1.223,24
5,23	201	1.051,23
6,61	199	1.315,39
5,32	193	1.026,76
5,87	205	1.203,35
3,66	275	1.006,50
5,57	271	1.509,47
3,37	225	758,25
5,84	216	1.261,44
4,39	223	978,97
5,54	231	1.279,74
6,86	330	2.263,80
3,27	291	951,57
4,68	200	936,00
6,30	199	1.253,70
3,61	185	667,85
5,43	185	1.004,55
5,29	188	994,52
5,62	186	1.045,32
5,47	184	1.006,48
GEN. TOP.		23.645

Tablo 18. Ücretsiz Sabah Çorbası Toplam Maliyeti (TL)

Dir. Ham.	Miktar (Gr)	Kg. Tutarı (TL)	Toplam (TL)	Top. Bir.Mal. (TL)
Kır. Merc.	45	4,02	0,18	
Direkt Ham. Top.				0,18 TL
Top.Pors. Say. x Bir.Mal. (3.815 x 0,18)				687 TL

İkinci aşama faaliyet maliyet taşıyıcıları kullanılarak faaliyet maliyetlerinin ürünlere yüklenmesi Tablo 19’da yer almaktadır.

Tablo 19. FDM’ye Göre Ürünlere Aktarılan Birim ve Toplam Maliyetler (TL)

Gün	Faaliyet Merk. Mal.Ürünlere Yüklenen GÜĞ (Ana Yemek + Seçenek Yemek)		Birim Maliyet (TL)		Toplam Maliyet (TL)	
	“Malzemelerin Depolanması”	“Yemeklerin Hazırlığı ve Pişirimi”	Ana Yemekli	Seçenek Yemekli	Ana Yemekli	Seçenek Yemekli
1	470,11	1.129,04	4,24	2,12	32.625	1.568
2	786,85	1.338,45	5,77	2,60	50.703	2.283
3	733,10	1.408,82	5,23	2,36	48.894	2.173
4	743,13	1.106,49	6,61	2,53	47.356	1.834
5	645,97	1.199,21	5,32	3,08	42.266	2.420
6	819,26	1.367,82	5,87	3,13	52.637	2.797
7	433,12	1.226,14	3,66	2,62	31.241	2.104
8	871,39	1.509,04	5,57	4,14	55.360	4.085
9	386,02	1.201,97	3,37	2,62	28.533	2.064
10	827,32	1.421,37	5,84	2,06	54.440	1.949
11	605,88	1.406,99	4,39	2,54	37.611	2.339
12	809,64	1.464,52	5,54	2,29	53.463	2.196
13	1.067,77	1.530,92	6,86	2,30	67.811	2.302
14	321,50	1.036,27	3,27	2,63	23.981	1.783
15	598,85	1.295,91	4,68	2,49	40.783	2.112
16	923,24	1.454,72	6,30	2,20	59.625	2.100
17	463,83	1.338,14	3,61	2,53	33.660	2.216
18	900,55	1.660,06	5,43	2,35	59.531	2.556
19	644,57	1.205,18	5,29	3,15	42.244	2.484
20	454,30	966,96	5,62	3,77	5.789	2.384
21	672,36	1.208,70	5,47	3,27	4.645	2.584
Toplam	14.179	27.476	-		942.207	48.314
TOP.					990.521	
Ücretsiz Yemek Maliyeti					23.645	

Sabah Çorbası Maliyeti	687
GEN.TOP.	1.014.853 TL

Faaliyet maliyetlerinin FDM uygulanarak ürünlere dağıtılmasında, ana yemekli menüde 942.207 TL, seçenek yemekli menüde 48.314 TL, toplamda 990.521 TL'dir. Ücretsiz yemek 23.645 ve sabah çorbası 687 TL toplam 1.014.853 TL maliyet bulunmuştur.

BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

İlk olarak FDM'ye göre birim maliyetlerin geleneksel yöntemlerle hesaplanmış olan maliyetlerden daha farklı sonuçlar verip vermeyeceği incelenmiştir. Tablo 20'de geleneksel yöntemler kullanılarak edilen birim ve toplam maliyetler ile FDM'nin kullanılmasıyla bulunan birim ve toplam maliyetler bulunmaktadır.

Tablo 20. Geleneksel Yöntem ve FDM'ye Göre Birim ve Toplam Maliyetlerin Karşılaştırılması (TL)

GÜN	Geleneksel Maliyet Yöntemi				FDM Sistemi				Günlük Ana Yemekte Fark (TL) (A-D)	Top. Seçenek Yemekte Fark (TL) (B-E)	Maliyet Farkı Top. Maliyet Farkı (C+C1 -F+F1)
	Ana Yemekli Bir.Mal. (TL) (A)	Seçenek Yemekli Bir.Mal. (TL) (B)	Ana Yemekli Top.Mal. (TL) (C+C1)	Seçenek Yemekli Top. Mal. (TL) (C1)	Ana Yemekli Bir.Mal. (TL) (D)	Seçenek Yemekli Bir. Mal. (TL) (E)	Ana Yemekli Top.Mal. (TL) (F+F1)	Seçenek Yemekli Top. Mal. (TL) (F)			
1	5,03	2,27	33.395	1.673	4,91	2,12	32.625	1.568	0,12	0,15	770
2	6,53	2,76	51.393	2.413	6,44	2,60	50.703	2.283	0,09	0,16	690
3	6,00	2,01	49.704	1.849	5,90	2,36	48.894	2.173	0,1	-0,35	810
4	7,35	2,17	47.827	1.567	7,27	2,53	47.356	1.834	0,08	-0,36	471
5	6,09	2,71	42.943	2.122	5,99	3,08	42.266	2.420	0,1	-0,37	677
6	6,63	2,77	53.327	2.474	6,54	3,13	52.637	2.797	0,09	-0,36	690
7	4,46	2,26	32.154	1.808	4,33	2,62	31.241	2.104	0,13	-0,36	913
8	6,33	3,72	56.172	3.665	6,23	4,14	55.360	4.085	0,1	-0,42	812
9	4,17	2,33	29.466	1.829	4,03	2,62	28.533	2.064	0,14	-0,29	933
10	6,59	1,71	55.081	1.586	6,51	2,06	54.440	1.949	0,08	-0,35	641
11	5,17	2,17	42.769	1.994	4,54	2,54	37.611	2.339	0,63	-0,37	5.158
12	6,30	1,72	54.256	1.644	6,20	2,29	53.463	2.196	0,1	-0,57	793
13	7,60	1,94	68.472	1.939	7,53	2,30	67.811	2.302	0,07	-0,36	661
14	4,07	2,28	24.797	1.542	3,93	2,63	23.981	1.783	0,14	-0,35	816
15	5,46	2,13	41.605	1.802	5,35	2,49	40.783	2.112	0,11	-0,36	822
16	6,95	1,85	59.452	1.757	6,96	2,20	59.625	2.100	-0,01	-0,35	-173
17	4,21	2,17	33.120	1.896	4,27	2,53	33.660	2.216	-0,06	-0,36	-540
18	5,76	2,00	56.225	2.167	6,09	2,35	59.531	2.556	-0,33	-0,35	-3.306
19	6,02	2,76	42.660	2.173	5,95	3,15	42.244	2.484	0,07	-0,39	416
20	5,39	3,34	30.646	2.109	6,29	3,77	35.789	2.384	-0,9	-0,43	-5.143
21	6,23	2,89	44.280	2.281	6,13	3,27	43.645	2.584	0,1	-0,38	635
	-	-	949.754	42.300	-	-	942.207	48.314	-	-	-
TOP.MALİYET			992.054 TL		TOP.MALİYET		990.521 TL				

İki yöntemde de birim maliyetlerin çeşitli farklılıklar göstermekte fakat birbirine oldukça yakın değerlerden oluştuğu görülmektedir. Geleneksel yöntem ve FDM arasındaki bu farklılıklar, geleneksel maliyet yönteminin mantığı gereği dağıtım anahtarı olarak "üretim hacmi" (bu çalışmada "porsiyon sayısı") kullanıldığından, fazla faaliyet gerektiren ürünlere az, az faaliyet gerektiren ürünlere çok GÜG payı aktarılması sonucunu doğurmuştur. Farklı porsiyon sayıları ve farklı çeşitte yemekler çıktığı göz önüne alındığında her iki yöntemdeki sonuçların görülmesi bakımından üç güne ilişkin yemeklerin maliyetleri aşağıda karşılaştırılmıştır.

- 11. günün ana yemeği aşağıdaki menüdür:

"Etlı Patates + Mercimekli Bulgur Pilavı + Yoğurt + Elma"

Geleneksel yöntem birim maliyet: 5,17 TL, FDM birim maliyet: 4,54 TL

Bu örnekte üretim süreci açısından daha az faaliyet gerektiren işlemler söz konusu olduğundan birim maliyetler FDM'ye göre daha düşüktür.

- 18. günün ana yemeği aşağıdaki menüdür:

"Soslu Dalyan Köfte + Peynirli Makarna + Şalgam + Elma"

Geleneksel yöntem birim maliyet: 5,76 TL

FDM birim maliyet: 6,09 TL tespit edilmiştir. Üretim süreci yönünden fazla faaliyet

gerektiren bu menüde FDM daha yüksek maliyet bilgileri sunmaktadır.

- 20.günün ana yemeği aşağıdaki menüdür:

“Kıymalı Ispanak + Ezogelin Çorbası + Salatalık Turşusu + Muz”

Geleneksel yöntem birim maliyet: 5,39 TL, FDM birim maliyet: 6,29 TL

Üretim hacmi yönünden düşük porsiyon sayısı olan 20.günün maliyetinin Geleneksel Yöntemde FDM’ye göre düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Düşük hacimli olan bu üründe maliyet FDM’de yüksektir. Bu, birim başına düşen GÜG maliyetlerinin artmasına sebep olmaktadır. Toplam maliyetler karşılaştırıldığında geleneksel maliyet yöntemi ile ana yemek ve seçenek yemek toplam maliyeti 992.054 TL, FDM ile elde edilen ana yemek ve seçenek toplam maliyeti 990.521 TL’dir.

GÜG maliyetlerinin iki yöntemde farklı dağıtım anahtarlarının kullanılmasıyla dağıtılması; geleneksel yöntemde tek bir dağıtım anahtarı (porsiyon adedi), FDM’de ise birden çok maliyet taşıyıcısının seçilmiş olması, buna ilaveten FDM’de her bir güne ait yemeğe üretim sürecinde tüketmiş olduğu faaliyetler çerçevesinde maliyet yüklendiğinden ulaşılan sonuçların farklı çıkmasının doğal olduğu sonucuna varılmıştır. Maliyetlerin geleneksel yöntemde FDM’ye göre göre ana yemekte ürünlerin çoğunda daha fazla, seçenek yemekte iki gün hariç olmak üzere tamamında daha az yüklenmekte ancak, iki yöntemle elde edilen birim maliyetlerin birbirine oldukça yakın değerler olduğu görülmüştür. Bu farklılıkların oluşması, geleneksel maliyet yönteminin yapısı gereği dağıtım anahtarı olarak üretim hacmi kullanıldığından dolayı az üretilen ürünlere az, çok üretilen ürünlere çok GÜG payı yüklendiğinden ötürüdür. Tutarlar arasındaki bu farklılıkların GÜG’den kaynaklandığı açıktır. FDM’ye göre fazla faaliyet gereken ürünlerde maliyetlerin, az faaliyet gerektiren ürünlere göre daha fazla olduğu görülmüştür.

İkinci olarak, Geleneksel maliyet yöntemi ile FDM ile hesaplanan maliyetlerin sonuçlarının kuruma fayda sağlayıp sağlamadığı FDM’nin kurumda uygulanabilirliği incelenmiştir.

Kurumda, kâr amacı güdülmeyen için kârını arttırmaya yönelik teknik ve yöntemlere ihtiyaç duymamakta, ancak kamuya ait kaynakları verimli ve etkin bir şekilde kullanmak ve mali ve kurumsal sorumluluklar gereği sağlam maliyet bilgilerine ulaşmak istemektedir. Bu kapsamda yapılan hesaplamalar sonucu Tablo 19’da da görüldüğü gibi Geleneksel yöntem ile FDM Yöntemi uygulaması sonuçları bakımından dikkate değer ölçüde fark bulunmamıştır. Bunun temel sebebinin, FDM uygulamasının etkin ve geleneksel yöntemlere göre önemli maliyet farklarını ortaya koyabileceği bir GÜG yapısının bu işletmede mevcut olmayışındır. Çünkü FDM yöntemi teorik olarak, GÜG içerisindeki maliyet yapısının maliyet hiyerarşisi açıklamasında da olduğu gibi, “parti” ve “ürün” seviyesinde gösterebileceği farklarla geleneksel yöntemlerden ayrılmaktadır. Ancak bu işletmede, ne yazık ki, faaliyetler ağırlıklı olarak “birim” seviyesinde bulunmakta, parti seviyesindeki GÜG tutarı ise toplam içerisinde önemli bir seviyede bulunmamaktadır. Bunun sonucunda da GÜG geleneksel yönteme kıyasla ürün başına önemli bir fark göstermemektedir. Bunun anlamı, bu işletmede birim seviyesi GÜG ağırlıklı olması nedeniyle, maliyet hesaplamasında geleneksel yöntemin kullanılması hem daha kolay hem de yanlış maliyet bilgisi ortaya koymayacak sonuçları üretebilecektir. Bu nedenle FDM yönteminin bu işletmede uygulanıp uygulanmaması açısından bir maliyet farkı ortaya çıkmayacak olup, geleneksel maliyet yöntemi kullanılarak ürün maliyeti hesaplama işlemine devam edilmesi önerilmektedir.

SONUÇ

İşletmelerde maliyet verilerinin doğruluğu ve güvenilirliği, yönetimin karar alma süreçlerinde olası kurum zararlarını önleme noktasında, ürün maliyetlerinin kontrol altında tutulmasında, maliyet yönetiminde ve stratejik bakımdan doğru ve etkin kararlar almada yol gösterici olmaktadır. Serbest piyasa ve rekabet koşullarında fiyatlara müdahale edilmesi mümkün olmadığından maliyetleri düşürmek en etkin yönetim aracıdır.

Bu çalışmada, bir kamu kurumunda FDM’nin uygulanması neticesinde ulaşılan sonuçlar ile geleneksel maliyet yöntemi uygulanması ile ulaşılan sonuçların karşılaştırmalı bir analizini gerçekleştirmek hedeflenmiştir. Herhangi bir maliyet hesaplama yönteminin kullanılmadığı kurumda, hem geleneksel maliyet sistemi hem de FDM sistemi uygulanarak, bu iki sistem arasındaki farklılıklar ortaya konulmuştur. İki sistemin sonuçları karşılaştırıldığında, geleneksel sisteme göre bulunan sonuçlar ile FDM sistemine göre bulunan sonuçların genellikle birbirine yakın değerler olduğu görülmüştür. Ortaya çıkan sonuçlara göre FDM’nin sağlıklı ve doğru bilgiler verdiği görülmüştür. Bu açıdan ürün maliyetlerini faaliyetleri temel alarak dağıtan ve çağdaş bir bakışla geliştirilen bir maliyet belirleme yöntemi olan FDM’nin, karmaşık ve çok sayıda faaliyetleri olan ve sağlam bir maliyet sistemine ihtiyaç duyan tüm kurum ve işletmelerce tercih edilecek bir yöntem olarak kullanılabilirliği tavsiye edilebilir. Ancak FDM’nin uygulanması sonucunda geleneksel yöntemlere göre dikkate değer maliyet farklarının ortaya çıkması yalnızca FDM kapsamında parti ve ürün seviyesi maliyetlerinin toplam GÜG içerisinde büyük bir paya sahip olması ile mümkün olacaktır. Aksi takdirde, doğru uygulanan bir geleneksel yöntem ile FDM arasında dikkate

değer bir maliyet farkı bulunmayacaktır.

Sonuç olarak eğer bir üretim işletmesinde toplam GÜG üretim maliyetleri içerisinde önemli bir paya sahipse ve GÜG içerisindeki “parti” ve “ürün” seviyesi kapsamındaki maliyetler de yüksek ise FDM anlamlı sonuçlar üretecektir. Özellikle belli bir maliyet belirleme tekniği bulunmayan ve ortalama olarak yapılan hesaplamalarla maliyet tespiti yapan bununla birlikte çok fazla sayıda faaliyetler barındıran işletmelerde sağlıklı bir maliyet belirleme tekniği olarak FDM'nin gerekli teknolojik altyapısının kurulması ve çalışanların desteği, işbirliği ve idarecilerin katkısı ile uygulanabilir olduğu değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

- Akdoğan, N. (2009). *Maliyet muhasebesi uygulamaları*. Gazi Kitabevi.
- Aktaş, R. (2013). Yeni bir maliyet ve yönetim muhasebesi yöntemi olarak kaynak tüketim muhasebesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 58, 55-76.
- Aktaş, R. & Turan, Z. (2019). İşletmelerde Maliyet Sistemleri Kullanımlarının İncelenmesi: Manisa Organize Sanayi Bölgesi Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 249-272.
- Alkan, A. T. (2005). *Faaliyete dayalı maliyet sistemi ve bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Altuğ, O. (2006). *Maliyet muhasebesi*. Türkmen Kitabevi.
- Arzova, S. B. (2002). *Faaliyete dayalı maliyet yönetimi*. Türkmen Kitabevi.
- Badem, C. & Kılınç Y. (2017). Genel üretim giderlerinin mamullere dağıtımında üç farklı yöntem: karşılaştırmalı vaka analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(4), 118-133. <https://doi.org/10.21180/kuiibf.2017434559>
- Bıçakçı, F. (2006). *Sanayi işletmelerinde faaliyete dayalı maliyet sistemine geçiş çabaları ve bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Blocher, E. J., Chen, K, H & Lin, T, W., (2002). *Cost management: A strategic emphasis*, Mc Graw-Hill, 2nd Ed.
- Büyükmirza, K. (2007). *Maliyet ve yön.muh.: Tekdüzene uygun bir sistem yaklaşımı*. 11. Baskı, Gazi Kitabevi.
- Büyükalvarcı, A. (2006). Faaliyet tabanlı maliyetleme ve bankalarda bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 161-162.
- Büyükalvarcı & A. Yardımcıoğlu, M. (2007). Bankacılık sektörü pratiğinde faaliyet tabanlı maliyet sistemi. *Maliye Dergisi*, 142-159.
- Cooper, R. & Kaplan, R.S. (1991). *The design of cost management systems*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall, inc.
- Cooper, Robin, (1990). Cost classification in unit-based and activity-based manufacturing cost systems. *Journal of Cost Management*. http://www.emeraldinsight.com/Insight/html/output/Published/EmeraldFull_Text_Article/pdf/0005484398-ref.html, 10.10.2009
- Çalış, Y. E. (2013). Üretim maliyetlerinin iç denetimine genel bakış. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 159-175.
- Demirkol, N. & Tis G. (2018). Endüstri 4.0'ın insan kaynakları ve insan kaynakları yönetimine etkisi. *IV. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress*.
- Erden, S. A., (2004). İnşaat işletmelerinde, inşaat maliyetlerinin tespitinde faaliyet tabanlı maliyetleme yaklaşımının yeri. *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 11, 17-26.

- Gersil, A. (2007). Üretim sistemleri ve teknolojilerindeki gelişmelerin ve küreleşmenin geleneksel maliyet muhasebesine etkileri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(4), 107-123.
- Gürsoy, A. & Yöntem, O., Onursal, F. S. (2016). Faaliyet tabanlı maliyet sistemi ile doğru maliyetlendirme araçları: Otomotiv sektöründe bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(1), 67-81.
- Güzeldere, T. A. (2007). *Üretim işletmelerinde faaliyet tabanlı maliyetleme yaklaşımı ve bir uygulama* [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Kaçak, H. (2017). *Hastanelerde faaliyet tabanlı maliyet sistemlerinin kurulması ve yönetim kararlarında yararlanılması: Bir yoğun bakım ünitesi uygulaması* [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Karacan, S. & Aslanoğlu S. (2005). Faaliyet tabanlı maliyetleme yönetiminin temel mali tablolar üzerindeki etkileri. *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 16, 17-38.
- Kaygusuz, S. Y. (2007). Faaliyet tabanlı maliyet yöntemine göre genel üretim giderleri fark analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 152-162.
- Kaygusuz, S.Y. (2007). Kısıtlar teorisi: Varsayımlar, süreç ve bir uygulama. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 60(4), 133-156.
- Kurşunel, F. & Alkan, A. T. ve Büyüksalvarcı, A. (2007). Faaliyet tabanlı maliyet/yönetim sisteminin işletme etkin karar verme sürecine etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 11, 2-10.
- Kutlu, H. A. & Ağ, A. R. (2016). *Üretim işletmeleri açısından safha maliyet sisteminin incelenmesi: Aşkale çimento fabrikasında bir uygulama*. IUJEAS, 1(1).
- Okudan, K. (2005). *Faaliyet tabanlı maliyetlendirme analizinin işletme yönetimindeki karar alma sürecine etkisi ve buna yönelik bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi].
- Otlu, F. & Demir Ö. (2005). Stratejik karar verme açısından maliyet sistemleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 155-170.
- Öker, F. (2003). *Faaliyet tabanlı maliyetleme*. Literatür Yayıncılık.
- Özkoç, A. E. (2018). Stratejik işletme kararlarında kısıt, süreç ve mamul karması. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 131-144.
- Özpeynirci, R. & Şirin H. B. (2018). Forming the cost system in business firms making industrial machine manufacturing and a relevant application. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20(35), 59-7.
- Öztürk, E. (2005). *Faaliyet Tabanlı Maliyetlendirme ve Tekstil Sektöründe Bir Uygulaması* [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].
- Saler, Ş. M. (2019). *Maliyetleme yaklaşımlarının tarihsel gelişimi ve endüstri 4.0 çerçevesinde zaman etkenli faaliyet tabanlı maliyetleme uygulaması* [Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi].
- Schwarzbach, H.R. (1985). The impact of automation on accounting for indirect costs. *Management Accounting*, 1985 Aralık Sayısı.
- Şakrak, M. (1997). Yönetim açısından muhasebede gelişen yeni teknik ve yaklaşımlar. *Öneri Dergisi*, 2(7), 43-47.
- Şener, Recep (2008). *Maliyet yöntemleri muhasebesi ve tekdüzen muhasebe sistemi uygulaması*. Gazi Kitabevi.

- Taniş, V.N., (1997). Theoretical background of some research methods applicable in cost and management accounting. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 184-196.
- Taş, Fatma (2007). *Meslek yüksekokulları için maliyet muhasebesi*. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Tektüfekçi, F. & Selek, S. (2009). Geri püskürtme yöntemi ve diğer maliyetleme sistemleri ile olan ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14, 149-174.
- Turney, P.B.B., (1989). Using activity-based costing to achieve manufacturing excellence. *Journal of Cost Management*, 3 (2),23-31.
- Unutkan, Ö. (2010). Faaliyet tabanlı maliyet sistemi ve bir uygulama. *Mali Çözüm Dergisi*, 97, 87-105.
- Velioğlu, D. (2006). *Faaliyete dayalı maliyet yönteminin küçük ve orta ölçekli bir tekstil işletmesinde uygulanması* [Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Yükçü S. (1998). *Yönetim açısından maliyet muhasebesi*. Anadolu Matbaacılık.
- Yükçü, S. & Şafak, İ. (1996). Genel üretim giderlerinin mamullere yüklenmesinde yeni bir yaklaşım: faaliyet hacmi maliyetlendirmesi. *D.E.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (2).

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşittir.

YAPAY HAREKET ALANLARINDA PSİKO-MOTOR GELİŞİME YÖNELİK TASARIM YAKLAŞIMI¹

İlknur AYDEMİR², Şengül YALÇINKAYA³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1239562

Makale Geçmişi:

Geliş 26.01.2023

Kabul 18.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Çocuk,

Devinsel Gelişim,

Hareket Alanları,

Mekân,

Olanaklılık.

ÖZ

Günümüzde kentlerdeki yoğun yapılaşma, yeşil alan ve parkların azalması, çocuğa sunulan fiziksel çevredeki plansızlıklar ve değişen yaşam biçimi çocukların hareketini oldukça sınırlamıştır. Çocuklar zamanlarının çoğunu ya kapalı mekânlarda ya da ekran karşısında hareketsiz geçirmektedir. Oysa çocukluk döneminde motor becerilerin gelişimi için hareket oldukça önemli bir yere sahiptir. Bunun için çocukların eğlenceli zaman geçirmelerini sağlayan aynı zamanda psiko-motor gelişimini destekleyecek nitelikli tasarımlara ihtiyaç vardır. Çalışmada, aktivite alanlarında çocukların psiko-motor gelişimi için mekânsal olarak ortaya konulan yaklaşımların neler olabileceği araştırılmaktadır. Çalışma kapsamında Be-Mine ve Dongcheon-Dong J. One oyun alanları araştırma alanı olarak seçilmiştir. Konu seçilen bu alanlardaki harekete yönelik var olan mekânsal öğelerin psiko-motor beceriyi destekleme durumları üzerinden ele alınmıştır. Açık ve kapalı iki ayrı alanın farklı yaş gruplarına sunduğu olanaklar plan ve görseller üzerinden değerlendirilmiştir. Sonuçlar grafiksel olarak sunulmuştur. Çocukların psiko-motor gelişimi başta olmak üzere tüm gelişim alanlarını destekleyecek mekânların tasarlanması önemlidir. Bu noktada çalışmanın da bir sonucu olarak tasarımcılar farklı disiplinlerle bir araya gelerek birlikte tasarım yaklaşımları geliştirmeli ve fiziksel çevrenin çocukların gelişimini destekleyecek biçimde tasarlanmasını sağlamalıdır.

DESIGN APPROACH FOR PSYCHOMOTOR DEVELOPMENT IN ARTIFICIAL MOVEMENT SPACES

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1239562

Article History:

Received 26.01.2023

Accepted 18.08.2023

Keywords:

Child,

Motor Development,

Movement Areas,

Space,

Possibility.

ABSTRACT

Today, the dense construction in cities, the decrease in green areas and parks, the lack of planning in the physical environment offered to the child and the changing lifestyle have limited the movement of children. Children spend most of their time either indoors or sedentary in front of screens. However, movement has a very important place for the development of motor skills in childhood. At this point, there is a need for well-designed activities that support psycho-motor development while also providing fun. The study investigates what spatial approaches can be used for children's psychomotor development in activity areas. Within the scope of the study, Be-Mine and Dongcheon-Dong J. One were selected as research areas. The subject is discussed through the support of psychomotor skills of the existing design elements for movement in the field. The opportunities offered to different age groups for both indoor and outdoor areas have been evaluated on the basis of plans and visuals and presented graphically. It is important to present spaces that will support all development areas of children, especially psycho-motor development. At this point, designers should develop their design approaches together with people in different fields of expertise and ensure that the physical environment has opportunities to support the development of children.

¹ 6. Uluslararası Akademik Spor Araştırmaları kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

² Yüksek Lisans öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, ataiknurr@gmail.com, 0000-0003-1895-2352

³ Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, sengulyalcinkaya@ktu.edu.tr, 0000-0003-1629-6443

Alıntılanak için/Cite as: Aydemir, İ. ve Yalçinkaya, Ş. (2023). Yapay hareket alanlarında psiko-motor gelişime yönelik tasarım yaklaşımı. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 648-660.

GİRİŞ

Bireyin gelişiminin şekillendiği, temel becerilerin kazanıldığı ve yetişkinlik döneminin temellerinin atıldığı en önemli evre çocukluk dönemidir (Aral & Baran, 2011). Bu dönem içerisinde birçok faktör gelişim üzerinde etkili olmaktadır. Çevre koşulları, mekânın donatıları çocukların doğdukları andan itibaren etkileşime geçmelerinde, doğrudan ve dolaylı olarak bilgi almalarında ve beceri kazanmalarında etkili olmaktadır (Barker, 1968; Wicker 1979). Mekânlarda sundukları olanaklar ile bu çevrenin bir parçası olarak çocuğun davranışlarının oluşmasında etkilidir (Barker, 1968; Tandoğan, 2014; Öymen Gür & Zorlu, 2002). Çocuk odası başta olmak üzere konut ve yakın çevresi, okul ve bahçesi, oyun alanları çocuğun karşılaştığı ilk mekanlardır. Bu nedenle bu mekânlarda sosyal, duygusal, zihinsel, bilişsel ve fiziksel gelişimlerini destekleyecek tasarım yaklaşımının benimsenmiş olması önemlidir.

Kent yaşantısının artmasından dolayı çocuklar doğadan uzaklaşmıştır. Çocukların güvenli bir şekilde oyun oynayabileceği, sosyalleşebileceği açık alanlar azalmıştır. Doğa ve insandan uzaklaşan çocuğun doğal oyun alanları da azalmıştır (Onur, 2007). Doğayla bütünleşen ve gelişimini oyun ile pekiştiren çocuk deneyimleri ile sağlıklı bir gelişim gösterebilmektedir. Bundan dolayı açık mekânlarda bulunan doğal veya yapay oyun alanlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Açık mekânlar çocukların doğayla birlikte olmalarına, sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını karşılamalarına imkân vermektedir. Oyun alanları çocuklar için önemi sosyal, bilişsel, fiziksel ve duygusal gelişimlerini desteklemek için tasarlanmış hareket alanları olarak görülebilir. Bu alanlar oyun türlerine göre ayrılmış tehlikelerden uzak güvenli sabit gereçlerin bulunduğu mekânlardır (Öymen Gür & Zorlu, 2002). Bu noktada fiziksel çevrenin çocuğun gelişimi için oldukça önemli olmaktadır. Yeni yaşam biçiminin getirdiği sınırlı hareketlilik karşısında mekânlarda çocuğun psiko-motor becerisini destekleyecek önerilerin getirilmesi öncelikli duruma gelmektedir. Günümüzde özellikle yurt dışı örneklerinin görülmeye başlanan yapay hareket alanlarının, çocukluk döneminde karşılaşılan mekânlarda yaygınlığı artırılmalıdır. Çocukların gelişimi için önemli bir sorun haline gelen hareketsiz kalma durumu karşısında mekânlar oyun ile birleştirilerek hareket gereksinimi karşılanmalıdır.

Çocukların mekânda koşabilme, zıplayabilme, tırmanabilme gibi küçük ve büyük motor becerilerini geliştirebileceği alanların yanı sıra top sektirme, top yakalama gibi manipülatif becerilerinin de gerçekleştirilebileceği alanlarında düşünülmesi önemlidir. Literatür incelendiğinde çocuklar ile ilgili birçok araştırmaya rastlanılmıştır. Çocukların farklı gelişimleri, fiziksel çevreleri ve mekânların özellikleri ile ilgili birçok araştırma bulunmaktadır (Çelebi, 2010; Tandoğan, 2014; Aslan & Altın, 2018). Ancak yapılan çalışmalarda çocukların motor gelişimlerini destekleyen açık ve kapalı mekanların özellikleri ve gereksinimleri ile ilgili az sayıda araştırmaya rastlanılmıştır. Bu bağlamda çalışmada, çocuklara yönelik tasarlanmış iki yapay hareket alanının çocuğun gelişimini destekleme durumu analiz edilmekte ve mekân içerisinde çocuklar için sunulabilecek olanaklar üzerinde durulmuştur. Yapay hareket alanında kullanılan alanların kombinasyonlarının çocuğa sağladığı kazanımlar tespit edilmiştir. Mekân içerisinde yer verilen bu tür alanları çocuğun yaş grubu ile ilişkili olarak psiko-motor gelişimini çok yönlü olarak destekliyor olması günümüz koşullarında daha da önemli hale gelmiştir. Ayrıca çocuklar için tasarlanan mekânlarda çocuğun oyun kurmasına ve eğlenmesine imkân verilirken hareket etmesini destekleyecek bütüncül yaklaşımlara gereksinim duyulmaktadır. Bu mekânların tasarımlarında çocukların gelişimi dikkate alınarak planlı ve sistemli tasarım çözümleri üretmek oldukça önemlidir. Çocuğun temel gereksinimlerin karşılanması ve çocuk hareketini destekleyecek olanakların sunuluyor olması çocuğun gelişimine katkı verecektir.

Çocukluk Dönemi ve Motor Gelişim Alanları

Dünyaya gelen her birey, anne karnından itibaren bilgi edinmeye ve öğrenmeye devam eder (MEB, 2013). Yetişkinlerden farklı olarak çocuk, hızlı bir gelişim içerisinde olup büyüme ve değişim göstermektedir. Bu süreç içerisinde çocuk gelişimleri farklılıklar gösterebilir. Bu farklılıklar görünür büyüme ve görünmez büyüme olarak adlandırılmaktadır. Çocuğun fiziksel olarak değişim göstermesine görünür büyüme, gözle görülemeyen iç organlarındaki büyümeye ise görünmez büyüme olarak adlandırılmaktadır. Motor gelişim ise, hareket anlamına gelen görünür büyüme ve gelişim arasında bulunmaktadır (Aral & Baran, 2011). Motor yani psiko-motor gelişim, tüm hayatımız boyunca etkisi süren motor beceri hareketlerini kontrol edebilme ve yapabilme sürecidir. Zihin, duyu organları ve kasların ortak çalışması sonucunda açığa çıkar. Bu motor davranışları sağlıklı bir biçimde gerçekleştirilebilme sürecine “psiko-motor” gelişim denir (MEB, 2013).

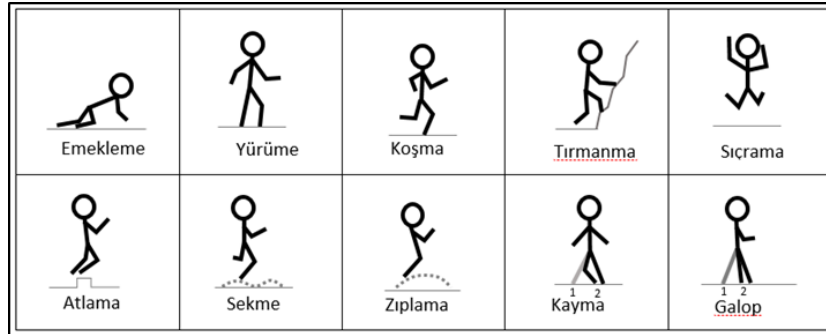
Bireyin fiziksel büyümesi, merkezi sinir sisteminin gelişimiyle birlikte organizmanın isteme bağlı hareketlilik kazanmasıdır (Güven, 1979). Çocuk dünyaya gözünü açtığı günden itibaren bulunduğu konumdan başını ve göğsünü kaldırmak, ellerini bacaklarını hareket ettirmek ve emekleme gibi olduğu yerde temel basit hareketleri

yapabilecek davranışları kazanır (Aral & Baran, 2011). İstemsiz olarak yapılan bu temel hareketler belirli bir süre sonra fiziksel çevrede bulunan uyarıcıların etkisiyle farklı motor becerilerine dönüşür.

Büyüyen ve gelişen vücutla birlikte hareketler de gelişim ve değişim göstermektedir. Motor becerilerinin inşası için erken çocukluk ve ergenlik dönemlerinde fiziksel aktivitelere katılım motor becerilerinin gelişimi için oldukça önemlidir (Gallahue, Ozmun ve Goodway, 2012). Shirley (1931), Gessel ve Thompson (1934), Bayley (1935), Mc Graw (1935) tarafından motor gelişimle ilgili ilk çalışmalar yapılmıştır (Özer & Özer, 2016). Bu araştırmacılar çocukları doğal yolla gözlem yaparak incelemiş ve çocuğa kazanması gereken hareketleri temelden olgun seviyeye kadar olan sıralamayı belirlemişlerdir. Çocuğun günlük aktivitelerinde ki temel hareket becerileri iki kategoride toplanır. Bunlardan birincisi büyük kas motor hareketleri, bedeninin kullanılması ve ikincisi küçük kas motor hareketleri, vücudun üst kısmı olan el, parmak ve kolu sayesinde obje kullanma ile ilgili hareketlerdir (Özer & Özer, 2016).

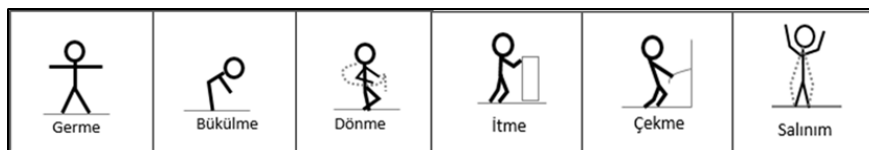
Büyük kas motor hareketleri lokomotor hareket, lokomotor olmayan hareket/ denge ve manipülatif hareket olarak üç kategoride toplanır. Lokomotor hareket, vücudun büyük fiziksel hareketlerini ifade eder. Yer değiştirme gereksinimi olmaksızın sabit bir alanda dönme, itme ve eğilme vb. hareketlere de lokomotor olmayan hareketler denir. Denge, belirli konumda hareketi devam ettirmektir. Bu denge becerisinin kazanılması tüm hareketler için oldukça önemlidir (Özer & Özer, 2016). Bu temel hareket becerilerini kazanma süreçleri çocuklarda farklı dönemlere karşılık gelmektedir. Çocuk, dengeyi kazanabilme, sürdürülebilir ve üzerinde durmaz ise yeteneğini kaybedilme ihtimali vardır. Frankenburg ve Dodds (1990)' e göre çocuğun eğilme eylemini gerçekleştirerek yerden obje alması 1-1.5 yaşlarında gerçekleştirebileceği lokomotor olmayan bir harekettir (Özer & Özer, 2016). Hem lokomotor hem de lokomotor olmayan becerileri içeren manipülatif hareketler nesneye karşı kuvvet gerektiren hareketlerdir (Gümüşdağ & Yıldırım 2018). Örneğin; bir şeyi fırlatmak ve bir şey yakalamak gibi manipülatif hareketler içerir. Gruplamalar Mengütay (1999), Sevimay Özer ve Özer (2016), Gümüşdağ ve Yıldırım (2018) kaynakları incelenerek oluşturulmuştur.

Lokomotor hareketler: Vücudun genel hareketlerini ve denge dinamiğini kapsar (Anselmo, 1987; San Bayhan & Artan, 2007; Siyez, 2007). Yer değiştirme gerektiren lokomotor hareketlerin en temeli emeklemedir ve devamında yürüme, koşma, atlama hareketleri gelmektedir. Daha sonrasında ise yuvarlanma, sekme, adım kayma, sıçrama, tırmanma ve galop hareketleri gelir (Şekil 1) (Gümüşdağ & Yıldırım 2018). Bu hareketlerin birleşimi farklı hareketlerin oluşumunda kullanılır (Özer & Özer, 2016). Bu hareketler çevresel etkiyle birlikte kazanılır (Gümüşdağ & Yıldırım 2018). Lokomotor hareketler vücudun fiziksel genel hareketleriyle birlikte dengenin sağlanmasını kapsayan büyük kas motor becerileridir (Şekil 1).



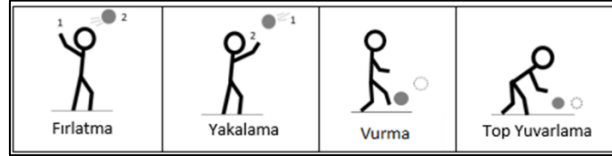
Şekil 1. Lokomotor Hareketler

Lokomotor olmayan hareketler: Çocuğun olduğu yerde durur şekilde gerçekleştirebildiği, yer değiştirme gerektirmeyen hareketlerdendir. İtme, çekme, salınım, dönme, eğilme ve germe becerileri lokomotor olmayan hareketlerdir (Mengütay, 1999) (Şekil 2).



Şekil 2. Lokomotor Olmayan Hareketler

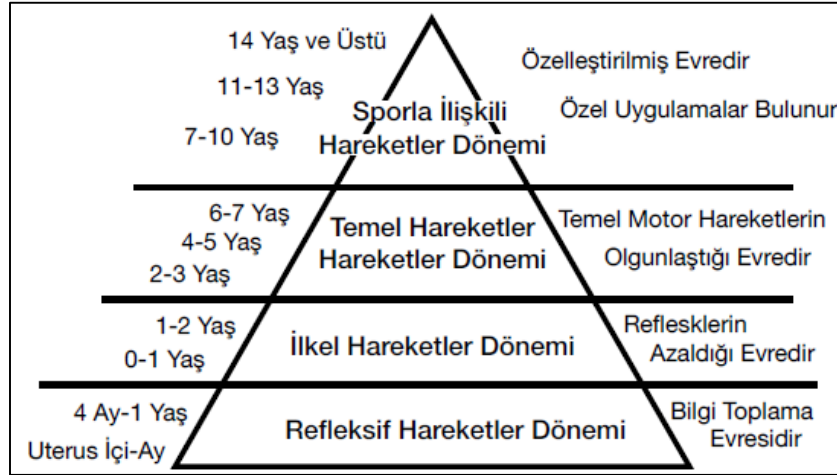
Manipülatif hareketler: Lokomotor ve lokomotor olmayan becerileri kapsar. Büyük kas motor becerilerini kapsayan nesneye yönelik uygulanan bir kuvvettir. Örnek olarak bir topu sürmek veya tenis vb. bir topa vurmak gibi hareketleri içerir. Küçük kas motor becerilerini içeren manipülatif hareketler makasla bir şeyler kesmek ve boya yapmak gibi hareketleri de içermektedir (Gümüşdağ & Yıldırım 2018). Nesneyle ilişki içerisinde gerçekleştirilen hareketler de kişi nesneye kuvvet uygular veya nesneden kuvvet alır (Şekil 3).



Şekil 3. Manipülatif Hareketler

Çocuklarda Psiko-Motor Gelişim Dönemleri

Gallahue (1982), çocukluk dönemindeki psiko-motor gelişim süreci ile ilgili bir piramit modeli oluşturmuştur (Şekil 4). Bu oluşturduğu piramit modeline göre psiko-motor gelişim, çocuk doğduğu andan itibaren belirli dönemler içerisinde bir diğerinin üzerine eklenerek devam etmektedir. Refleksif hareketler ile başlayan süreç sıra ile ilkel hareketler, temel hareketler ve sporla ilişkili hareketler dönemlerinden oluşur.



Şekil 4. Gallahue Motor Gelişim Piramit Modeli (1982)

Refleksif hareketler dönemi, 0 ve 1 yaş arası bebekleri kapsayan piramidin en alt kısmıdır. Bu dönemde gözlerini dünyaya yeni açmış bebeğin ilk olarak gerçekleştirdiği refleksleri: Adımlama, yakalama, moro (anı ses ve hareketlere verilen tepki) ve emme refleksleridir (MEB, 2013).

İlkel hareketler dönemi, 1 ve 2 yaş arası bebekleri kapsar. Olgunlaşma ve fiziksel çevrenin etkisi oldukça önemlidir. Olgunlaşma ile hareketlerin yetkinliği artar. Fiziksel çevrenin sayesinde hareketin ortaya çıkış hızı etkilenir. Bu dönemin en önemli öğeleri; yer değişim, el becerisi ve dengedir (MEB, 2013).

Temel hareketler dönemi, 2 ve 6 yaş arası çocukları kapsar. Bu dönemde çocuk yaşam için gerekli becerileri edinmiştir. Bu hareketler atlama, koşma, yakalama gibi becerilerdir. Çocuğun gelişiminin belirli bir seviye ulaşabilmesi, olgunlaşabilmesi nitelikli öğrenmeden geçmektedir. Bu dönemde bulunan çocuklara kazanmaları gereken becerilerinin yanı sıra kaçınılması gereken öğretilmesi oldukça önemlidir. Çocuğun gerçekleştireceği etkinliklerin bilinçli hazırlanması çocuğun hareket becerisini kazanımını olumlu yönde etkiler. Temel hareketlerin ileri düzeyde olgunluk sağlaması sporla ilişkili hareket dönemine hazır biçimde başlaması açısından önemlidir

(Aral & Baran, 2011). Tablo 1’de yaş gruplarına göre temel hareketler dönemi motor gelişim alanlarına yer verilmiştir.

Tablo 1. Temel Hareketler Dönemi Motor Gelişimi (MEB, 2013; Özer & Özer, 2016)

2-3 yaş	3-4 yaş	4-5 yaş	5-6 yaş
✓ Sıçrama becerisini çift ayak yapar	✓ Zeminde ki çizgide yürür	✓ Daire şeklinde çizgiler üzerinde yürüyebilir	✓ Koşarken engelleri atlar
✓ Geriye doğru yürüyebilir	✓ Kol ve bacaklarını salınım yaparak koşar	✓ Komuta uyarak farklı koşabilir	✓ Ritme uyarak sekebilir
✓ Merdivenden destek alarak inebilir	✓ Yerinde çift ayak yukarı sıçrayabilir	✓ 30 cm yüksek bir yerden aşağı atlayabilir	✓ Tek ayağı üzerine 2-3 m ilerleyebilir
✓ Sabit topa tekme atabilir	✓ Yerinde tek ayak sıçrayabilir	✓ Çift ayağını kullanarak engelleri atlar	✓ Tek eliyle topu omuz üstünden ileri atar
✓ Destek alarak ön tarafa takla atabilir	✓ Sabit noktadan öne doğru çift ayağıyla atlayabilir	✓ Olduğu yerden çift ayağıyla öne atlayabilir	✓ Tek elini kullanarak yerde top yuvarlar
	✓ Farklı yönlerde doğru yuvarlanabilir	✓ Tek ayağını kullanarak 4 veya 6 kere sıçrayabilir	✓ Belirli mesafede bulunan hedefe vurur
	✓ İki elini kullanarak topu belirlenen yere atar	✓ Galop hareketini gerçekleştirir	✓ Topu yerden 5-6 kere sektirebilir
	✓ Topa vurup yakalayabilir	✓ Kayma adımı yapabilir	✓ Dengede durabilir
	✓ Sabit olduğu yerden ayağıyla duran topa vurabilir	✓ Tek ayağını kullanarak seker	✓ Tek ayaküstün de 9 veya 10 sn. durabilir
	✓ Raket kullanarak yükseğe doğru topa vurabilir	✓ Topu 3 kere sektirebilir	✓ Farklı hareketleri ritme uygun olarak yapar
	✓ Tek ayağını kullanarak 4 veya 5 sn. durabilir	✓ Küçük olan topu yerde yuvarlayabilir	
	✓ Denge tahtasını üzerinde yürüyebilir	✓ Topu havada tutar	
	✓ Müzikle birlikte dans edebilir	✓ Koşarak topa vurur	
		✓ Raket ile topa vurur	
		✓ Tek ayağını kullanarak sabit 7-8 sn. durur	

Sporla ilişkili hareketler dönemi, 7-12 yaş grubunu kapsar. Çocukların daha önce nitelikli bir şekilde kazanmış oldukları becerilerini doğru yaptıkları dönemdir. Psiko-motor olgunluk kazanmak ve duyuşsal olarak da etkinliklere katılımın olduğu dönemin olgunlaşması için önemlidir. Çocuklar temel becerilerini kullanarak spor aktivitelerine katılım sağlar. Bu dönemde diğerleriyle daha iyi çalışır ve takım çalışması yaparlar (Açııcı, 2016). Çocuğun fiziksel kuvveti, denge, hız ve dayanaklığına bağlı olarak spor aktivite performansı da farklılık gösterir (Gümüşdağ & Yıldırım, 2018). Bu dönemde motor hareketler, manipülatif ve denge hareketleri kullanılarak ip atlama, futbol oynama gibi farklı ve sporla ilişkili beceriler gerçekleştirilir (MEB, 2013) (Tablo 2).

Her kademedeki farklı gelişim gösteren çocuk için çevre oldukça önemli bir yere sahiptir. Mekân çocuğun motor becerilerini geliştirmede sunduğu olanaklar ile etkili bir faktör olmaktadır. Mekânın çocuğun hareket etmesini destekleyecek örgütlemeye sahip olması, dönemsel olarak sahip olması gereken kazanımları elde etmesinde yardımcı olacaktır. Mekânın çocuk gelişimi üzerindeki çok yönlü etkisi, psiko-motor becerilerin gelişimi açısından da desteklenmiş olacaktır.

Tablo 2. Spor ile İlişkili Hareketler Dönemi Gelişimi (Aral & Baran, 2011; MEB, 2013; Özer & Özer, 2016)

7-10 yaş	11-13 yaş	14 yaş ve üstü
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Çocuklar gelişen becerileri sayesinde farklı oyunlar ve hareketler oluştururlar ✓ Bir şeyi atma veya vurma becerilerini iyi şekilde yaparlar ✓ Dengesini kaybetmeden zıplayabilir ✓ Fiziksel aktiviteler hız kazanır Hareketlerinde çeviklik görülür. ✓ Motor beceriler daha özel ve güç gerektiren sistemli oyunlardır ✓ Hızlı koşmada, uzağa ve hedefe atmada İyi top oynamak, yüzme, paten ve kızak kayar ✓ Yüzme eylemi, boks, paten ve futbol gibi eylemleri yapabilme niteliği kazanır ✓ Fırlatılan bir topu yakalayabilir 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 13 yaşına kadar farklı beceriler kazanır ✓ Çocuk farklı fiziksel yeteneklerini keşfeder ✓ Fark edilen yetenekler sayesinde farklı branşa odaklanılır ✓ Sunulan spor etkinliklerine katılır 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ İlgi ve yetenek sınırlanmıştır ✓ Bu evrede zaman ve para gibi sınırlar spor eğilimini sınırlar ✓ Çocuğun fiziksel aktiviteye katılımı geçmişteki yeteneği ve ilgilerine göre farklılaşır ✓ Çocuk yeteneklerinin üst sınırına ulaşmıştır ✓ Bu dönemde bulunan çocuğun gelişimi psiko-motor gelişimine ve duyuşsal etkinliklere katılımına bağlıdır ✓ Çocuk bu dönemde sporla ilgili becerileri kullanır

ARAŞTIRMA TASARIMI

Çocukların her geçen gün daha hareketsiz kaldığı ve kentsel mekânda soyutlandığı günümüz koşullarında çocuklara yönelik tasarlanmış mekânların psiko-motor becerileri desteklemeye yönelik neler yapılabileceği önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Psiko-motor becerileri değerlendirebilmek için yurtdışında yer alan iki alan incelenmiştir. Bu örneklerin seçiminde, açık ve kapalı mekandaki olanaklılığı görebilme adına birer örnek olması; bu alanlarda karşılaşılabilecek hareket çeşitliliğini temsil edebilecek özellikte olması; farklı yaş gruplarına yönelik tasarlanmış olması; tasarım olarak özgün niteliğe sahip olması etkili olmuştur. Örnekler, çocukların hangi psiko-motor becerilerini desteklediği ve bunun için seçilen mekânsal öğelerin neler olduğu tespit etmeye yönelik analiz edilmiştir. Her iki alan için farklı yaş gruplarına sunduğu olanaklar plan ve görseller üzerinden değerlendirilmiş ve grafiksel olarak çalışmada sunulmuştur. Çalışma kapsamında Belçika’da yer alan Be-mine ve Kore’ de yer alan Dongcheon-Dong J.One araştırma alanı olarak seçilmiştir. Böylece çocukların psiko-motor gelişimlerine yönelik mekânlarda neler yapılabileceğine dair veriler elde edilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde Be-mine ve Dongcheon-Dong J.One Oyun Alanının sahip olduğu özelliklere ve mekânsal öğelerin psiko-motor becerileri destekleme durumuna ait bilgilere yer verilmiştir;

Be-Mine Oyun Alanının Mekânsal Özellikleri: 1200 m²’lik bir alana sahiptir. Öncesinde maden ocağı olarak kullanılmıştır (Archdaily, 2022). Yapay hareket alanı 60 metrelik yüksekliğe sahip bir tepede yer almaktadır (XXI, 2022). Alan, kutup ormanı, prizmatik oyun yüzeyi ve kömür meydanından oluşmaktadır. Tüm alana erişim bir merdiven hattı ile sağlanmaktadır (UrbanNext, 2022). Kutup Ormanında, 1600 ahşap direk bulundurmaktadır. Burada direkler arasında denge kirişleri, tırmanma ağları, hamaklar, labirent ve ip parkuru ile bir macera alanı oluşturulmuştur. Kömür meydanı; dağın tepesinde geçmişin izlerini ve bugünün karakterini yansıtan bir alan olarak tasarlanmıştır (UrbanNext, 2022). Prizmatik oyun yüzeyinde, kutup ormanının ortasında prizma şeklinde bir oyun alanı oluşturulmuştur. Yüzey, tepeye doğru daralmakta ve aşağıya doğru parçalanmaktadır. Yüzey, yeraltı maden kuyularından ilham alınan eğimli, yatay ve dikey geçişlerden oluşmaktadır. Tepenin bir kısmında yer alan oyun yüzeyine bağlanan 20 metre uzunluğuna sahip kaydırak bulunmaktadır. Çeşitli prizmatik yüzeyler çocukları tırmanmaya, kaymaya, saklanmaya ve keşfetmeye teşvik etmektedir (Şekil 5).






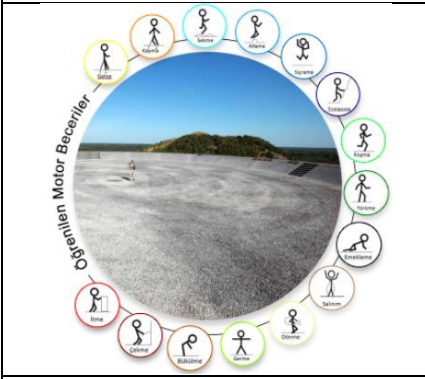
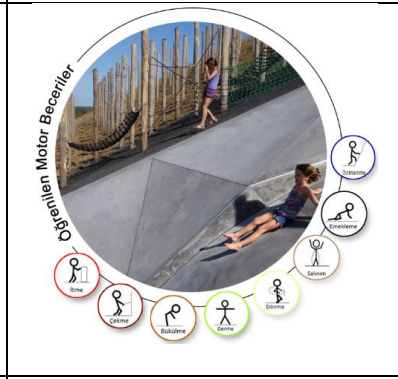

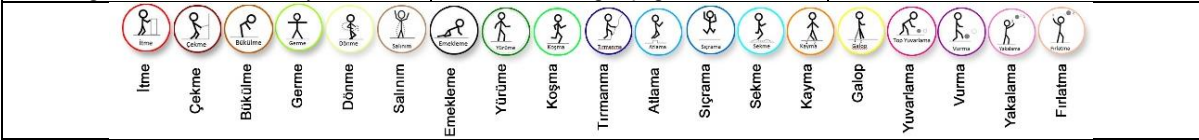
Şekil 5. Be-Mine Oyun Alanına Ait Genel Görünüm (Archdaily, 2022)

Be-Mine Oyun Alanının Psiko- Motor Becerileri Destekleme Durumu: Bu alanda yer alan öğeler ve desteklediği psiko- motor beceriler analiz edildiğinde (Tablo 3);

- Kaydırak alanı: tırmanma ve emekleme
- Tırmanma duvarı ve tırmanma halatı: çekme, tırmanma, yürüme
- Eğimli geniş yüzey: bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, sıçrama, atlama, kayma, tırmanma, galop, sekme
- Tünel: itme, çekme, bükülme, germe, emekleme
- İp parkuru: itme, çekme, bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, atlama, tırmanma
- Kot farkı: bükülme, germe, salınım, emekleme, yürüme, sıçrama, atlama, tırmanma, sekme
- Hamak (ağ): itme, çekme, bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, tırmanma
- Düz alan: itme, çekme, bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, sıçrama, atlama, kayma, tırmanma, galop, sekme hareketlerini destekler. Düz alanda çocuğun bir başka çocuk ile oynayacağı oyunu varsayarak itme ve çekme eylemine olanak verdiği kabul edilmiştir.

Tablo 3. Be-Mine Oyun Alanı ve Alt Alanlarına Ait Genel Bilgiler (Görseller: Carve Omgevingbe, 2022; Archdaily, 2022; UrbanNext, 2022)

<p>Be-mine Oyun Alanı Üç ana alandan oluşmaktadır. Kömür meydanı, Kutup Ormanı, Prizmatik Yüzey</p>	<p>Kaydırak 20 metre uzunluğunda eğimli yüzey</p>	<p>Tırmanma Duvarı Eğimli tırmanmaya uygun yüzey, uzun halat</p>

		
<p>Tünel İçine girilen boşluklu yüzeydir</p>	<p>Eğimli yüzey Eğimli kaygan olmayan geniş yüzey</p>	<p>İp parkuru Çubuklar arasında bulunan gergin ipler, üzerine çıkılabilir, altından geçilebilir</p>
		
<p>Düz Alan Geniş, boş alan, kenarlar da bulunan oturma, bilgilendirme alanı, etrafı seyretme</p>	<p>Hamak (ağ) Zeminden belirli bir yükseklikte bulunan geniş ağ</p>	<p>Kot Farkı Kot yüksekliği, kaygan olmayan yüzey</p>
		

Be-mine açık oyun alanı içerisinde yer alan öğeler temel hareketler dönemi (Tablo 1) manipülatif becerileri desteklememektedir. Alan tüm yaş gruplarına uygun farklı motor becerileri karşılayabilecek oyun alanları sunmaktadır. Lokomotor olan ve lokomotor olmayan hareketleri oyun alanının farklı bölümlerinde desteklediği görülmüştür. Mekânın çoğu bölgesinde en fazla “tırmanma” motor becerisi gerçekleştirilmektedir. Daha sonra bükülme, germe, salınım, emekleme motor becerileri mekânın çoğu bölümlerinde gerçekleştirilmektedir. Be-mine oyun alanı, spor ile ilişkili hareketler dönemi çocuğuna alanın her bölümünü kullanarak arkadaşlarıyla veya yalnız başına oyun kurabilme imkânı vermektedir. Prizmatik yüzey, kutup ormanı, meydan ve merdiven alanları bu dönem çocukların eğlenceli ve heyecanlı oyunlar kurmasına, koşmasına, atlamasına ve farklı öğrendiği motor becerilerini pekiştirmesine imkân vermektedir. Be-mine alanı hareket ettirmek ve keşfetme ve eğlence duygusunu ön planda tutmaktadır. Bundan dolayı alan spor ile ilişkili hareketler dönemine (Tablo 2) ait psiko-motor becerileri desteklemektedir.

Dongcheon dong j. One oyun Alanının Mekansal Özellikleri: Shin Gyeong-im ve Um Ji-woo mimarları tarafından tasarlanmıştır. Güney Kore’ de 2013 yılında proje uygulaması yapılmıştır. 3 katlı, 300 m² alana sahip kapalı bir oyun alanıdır. Yapay hareket alanı çocukların sınırsız hayal güçlerini en üst düzeye çıkarmakta, özgürce koşabilecekleri ve oynayabilecekleri bir ortam sağlamaktadır (Shine Mimarları, 2023). Oyun alanının zemin katında çocukların lokomotor olmayan/olan motor becerilerini öğrenebilecekleri farklı oyun araç gereçleri ve geniş kaygan olmayan bir alan vardır. 1. Kat ile bağlantı merdiven, kaydırak ve top havuzuyla sağlanmaktadır. Çocukların içlerinden geçebileceği farklı renkte boşluklu yüzeyler bulunmaktadır. Tırmanma duvarı, tırmanma halatı ile çocuklar çekme ve tırmanma motor becerilerini geliştirebilecekleri bir alana yer verilmiştir. Zemin katta

olduğu gibi yüzey boşlukları bulunmaktadır. Zeminle bağlantılı olan ve dar bir koridordan zemine inen bir top havuzu bulunmaktadır. Küçük bir yüzey boşluğundan girilebilen trampolin alanıyla çocuk zıplama motor becerisini geliştirebilmektedir. Alanda 1. kattan üst kata bakan bir çocuğun, 2. Kattaki ağ sistemini görebileceği açık tavan sistemine yer verilmiştir. 2. katın tamamı saran bu ağ sistemi, çocuğun zıplama, sıçrama, koşma, yürüme, tırmanma ve sekme hareketlerinin gerçekleştirebilmesine imkân tanımaktadır (Şekil 6).

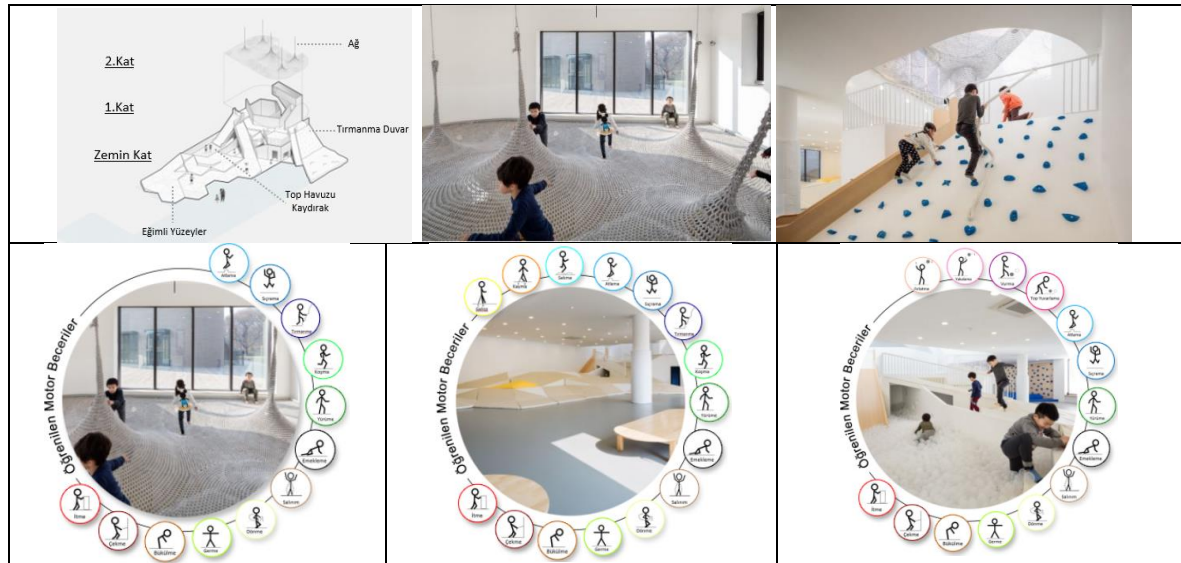









Şekil6. Dongcheon Dong J. One Oyun Alanına Ait Genel Görünüm (Shin Mimarları, 2022)

Dongcheon dong j. One Oyun Alanın Psiko- Motor Becerileri Destekleme Durumu: Bu alanda yer alan öğeler ve desteklediği psiko- motor beceriler analiz edildiğinde (Tablo 4);

- Ağ; itme, çekme, bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, sıçrama, atlama, tırmanma motor becerilerini
- Kaydırak; emekleme, tırmanma motor becerilerini destekler. Eğimli geniş yüzey; bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, sıçrama, atlama, tırmanma motor becerilerini
- Düz alan; itme, çekme, bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, sıçrama, atlama, kayma, tırmanma, galop, sekme hareketlerini
- Tırmanma duvarı ve tırmanma halatı; çekme, tırmanma, yürüme hareketlerini
- Kot farkı; bükülme, germe, salınım, emekleme, yürüme, sıçrama, atlama, tırmanma hareketlerini
- Top havuzu; itme, çekme, bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, sıçrama, atlama, fırlatma, vurma, yakalama, yuvarlama motor becerilerini

Tablo 4. Dongcheon-Dong J.One Oyun Alanı ve Alt Alanlarına Ait Genel Bilgi (Görseller: Divisare, 2022; Shin Mimarları, 2022)



<p>Ağ Üçüncü katta bulunan delikli esnek ağ, alt kat boşluklardan görülür</p>	<p>Düz Alan Boş düz alan</p>	<p>Top Havuzu Zeminle ikinci katı birleştirir, eğimli yüzey içerisinde bulunur</p>
		
<p>Kot Farka Merdiven, yükselticiler</p>	<p>Trambolin Esnek yüzey</p>	<p>Eğimli Yüzey Eğimli geniş yüzeyler, Kaygan olmayan zemin</p>
		
<p>Kaydırak Kaymak için uygun yüzey</p>	<p>Tünel Yüzey boşlukları, içine girilen mini mekânlar</p>	<p>Tırmanma Duvarı Eğimli tırmanmaya uygun yüzey, uzun halat</p>
		

- Tünel; bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme motor becerilerini destekler. Trambolin; bükülme, germe, dönme, salınım, emekleme, yürüme, koşma, sıçrama, atlama motor becerilerini destekler.

Dongcheon-Dong J.One yapay hareket alanı temel hareketler dönemi çocuğun motor becerisinin geliştirilmesine imkân veren öğeleri bünyesinde barındırmaktadır. Dongcheon-Dong J.One yapay hareket alanında çocuğun manipülatif becerilerini (Şekil 3) gerçekleştirebileceği “top havuzu” bulunmaktadır. Bundan dolayı yuvarlanma, vurma, yakalama, fırlatma temel hareketleri bu alanın uygun bölgelerinde gerçekleştirilmektedir. Temel hareketler dönemi (Tablo 1) çocukları için eğlenceli ve heyecanlı oyunlar kurulmasına imkân vermektedir. Lokomotor olan (Şekil 1) ve lokomotor olmayan (Şekil 2) hareketleri oyun alanının farklı bölümlerinde desteklediği görülmüştür. En fazla emekleme, yürüme; sonra bükülme, germe, dönme motor becerileri mekânın çoğu bölümlerinde gerçekleştirilmektedir. Dongcheon-Dong J.One oyun alanı eğlenceli, keşfetmeye açık farklı bölgelerden oluşmaktadır. Dolayısıyla spor ile ilişkili hareketler dönemi (Tablo 2) çocuklar içinde uygun oyun alanı olmaktadır.

SONUÇ

Be-mine ve Dongcheon-Dong J.One çocukların hareket etmesini teşvik edecek mekân tasarımlarının nasıl kurgulanabileceğine örnek olabilecek tasarımlardır. Tablo5’de çalışmada incelenen iki alan için ortak ve farklı olarak kurgulanmış mekânsal öğelere ve destekledikleri psiko-motor hareketlere yer verilmiştir.

Tablo 5. Be-Mine ve Dongcheon-Dong J.One Oyun Alanları Motor Gelişim Tablosu

Be-MİNE	İtme	Çekme	Bükülme	Germe	Dönme	Salınım	Emekleme	Yürüme	Koşma	Tırmanma	Atlama	Sıçrama	Sekme	Kayma	Galop	Yuvarlama	Vurma	Yakalama	Fırlatma	Dongcheon-Dong J.One	
Trambolin																					Trambolin
Eğimli yüzey																					Eğimli yüzey
Kaydırak																					Kaydırak
Tünel																					Tünel
Tırmanma duvarı																					Tırmanma duvarı
İp parkuru																					İp parkuru
Düz alan																					Düz alan
Ağ																					Ağ
Kot farkı																					Kot farkı
Top havuzu																					Top havuzu

Alanlar değerlendirildiğinde;

- Her iki yapay hareket alanında bulunan “kaydırak, düz alan, tırmanma duvarı ve tırmanma halatı” ortak motor becerilerini desteklemektedir. Tasarımlarda alan sınırlı olduğu durumlarda birbirlerinin yerine tercih edilebilirler.
- Her iki yapay hareket alanında bulunan “ağ” ögesi Dongcheon-Dong J.One alanında Be-mine alanından farklı olarak “yürüme, koşma, sıçrama, atlama, kayma” motor becerilerini desteklemektedir.
- Her iki yapay hareket alanında bulunan “eğimli geniş yüzey” ögesinin Be-mine alanında Dongcheon-Dong J.One alanından farklı olarak “kayma, galop ve sekme” motor becerilerini desteklemektedir. Bunun temelinde Be-mine yapay hareket alanının yüzeylerinin belirli bölümleri temel hareket dönemi çocuğun kullanımına uygun düz ve geniş bölgelere yer verilmiş olmasıdır.
- Her iki yapay hareket alanında bulunan “kot farkı” ögesinin Be-mine alanının Dongcheon-Dong J.One alanından farklı olarak “sekme” motor becerisini desteklemektedir. Be-mine yapay hareket alanının kot farkı diğer hareket alanına göre daha uzundur ve çocuk bu alanda sekme becerisini gerçekleştirebilir.
- Her iki yapay hareket alanında bulunan “tünel” ögesi Dongcheon-Dong J.One alanında geniş ve yüksek olduğundan Be-mine alanından farklı olarak “dönme, salınım ve yürüme” motor becerilerini destekler.
- Dongcheon-Dong J.One yapay hareket alanında “top havuzu” olmasından dolayı manipülatif becerilerden olan “top fırlatma, top yakalama, top sürme ve top yuvarlama” becerilerini gerçekleştirmeye imkân tanır.
- Be-mine alanı top havuzu gibi bir öge bulundurmadığından ötürü manipülatif becerileri gerçekleştirilmesine olanak tanınmamaktadır.
- Dongcheon-Dong J.One alanında Be-mine alanından farklı olarak “top havuzu ve trambolin” ögesi bulunmaktadır. Be-mine alanında Dongcheon Dong J.One alanından farklı olarak “ip parkuru” ögesi bulunmaktadır.

Sonuç olarak Dongcheon-Dong J.One alanı temel hareket dönemindeki her yaştaki çocuğun gelişimini desteklemektedir. Be-mine alanı ise temel hareketler dönemi ve spor ile ilişkili hareketler dönemi çocuğu için daha uygundur. Alanlar psiko-motor becerileri desteklerken aynı zamanda çocukların eğlenebileceği, yaşlılarıyla veya farklı yaş gruplarıyla oyun kurup oynayacağı mekânsal öğelerden oluşmaktadır.

Çocukların psiko-motor gelişimi başta olmak üzere tüm gelişim alanlarını destekleyecek mekânların sunumu önemlidir. Tablo 1 ve Tablo 2’ de bulunan yaş gruplarına göre motor gelişimleri dikkate alınarak örnekler

incelenmiştir. İncelenen yapay hareket alanlarının çocukların başta temel hareket dönemi olmak üzere motor becerilerini destekleyici mekânsal öğeleri bulundurmaktadır. Mekânsal öğelerin çocuğun hangi motor becerisine karşılık geleceğinin bilinmesi, oluşturulacak olan mekânın daha bilinçli üretilmesine imkân tanıyacaktır. Çocukların mekândan çok yönlü olarak faydalanmasına da imkân tanıyacaktır. Bu noktada tasarımcıların farklı uzmanlık alanındaki kişilerle birlikte tasarım yaklaşımlarını geliştirmesi ve fiziksel çevrenin çocukların gelişimini destekleyebileceği her türlü olanağa sunması sağlamalıdır.

Araştırma kapsamında İncelenen açık ve kapalı yapay hareket alanları çocukların farklı yaş gruplarına göre farklı motor becerilerini destekleyebilecek nitelikte tasarlanmış olması oldukça önemli olmaktadır. Bu öğelerin tasarımlarına dikkat edilerek oluşturulması, çocukların ilgilerini çekmesine ve eğlenerek öğrenmelerine imkân vermektedir. Örneklerden elde edilen sonuçlar dikkate alınarak bir sonraki oyun alanı tasarımlarına da yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu yaklaşımlar dikkate alınarak sağlıklı oyun alanları oluşturulması çocukların gelişimi için önemli bir nokta olmaktadır.

KAYNAKLAR

- Açııcı, K. F. (2016). Classification and Functions of Sports Structures. *Current Topics in Social Sciences*, Ed. H. Yaldır, R.Efe, E.Z.Zysko ve M. Arslan, ST.Kliment Ohridski University Press, Sofia, 679-691
- Anselmo, S. (1987). *Early childhood development prenatal through age eight*. Mucmillan Publishing Company. ABD.
- Aral, N. ve Baran, G. (2011). *Çocuk Gelişimi*. Ya-Pa Yayın A.Ş. İstanbul.
- Archdaily. (2022). *Peyzaj be-mine*. <https://www.archdaily.com/796396/play-landscape-be-mine-carve-plus-omgeving>. Erişim: 15.11.2022.
- Aslan, İ. ve Altıs, S. (2018). Çocuk gelişimi - Spor ilişkisinin fiziksel çevre ve mekân algısı üzerinden irdelenmesi: Örnek bir hareket merkezi modeli. *Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 14(26), 152-160.
- Barker, R. (1968). *Ecological psychology: Concepts and methods for studying the environment of human behavior*, Stanford University Press. ABD.
- Bayley, N. (1935). The development of motor abilities during the first three years. *Monographs of the society for the research in child development*, 1, 1-26.
- Carve Omgevingbe (2022). *Mirasın dönüşümü*. <https://xxi.com.tr/i/mirasin-donusumu>. Erişim: 10.11.2022.
- Çelebi, B. (2010). *Hareket eğitiminin okulöncesi eğitim kurumlarındaki 5-6 yaş grubu çocuklarda fiziksel ve motor gelişime etkisi* (Yayın no. 264292)[Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi].
- Divisare. (2022). *Shin mimarları: Dongcheon-dong çocuk yeri j-one*. <https://divisare.com/projects/277948-shin-architects-rohspace-dongcheon-dong-j-one-playscape>. Erişim:20.10.2022.
- Frankenburg, W. K. & Dodds, J. B. (1990). The Denver Developmental Screening Test II. CO: Denver Developmental Materials. [https://doi.org/10.1016/s0022-3476\(67\)80070-2](https://doi.org/10.1016/s0022-3476(67)80070-2)
- Gallahue, D. (1982). *Understanding motor devolopent in children*. Jhon Wiley & Sons. ABD.
- Gallahue, D. L., Ozmun, J. ve Goodway, J., (2012). *Motor gelişimi anlamak*. (Özer D, ve Aktop A, Eds.). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gesell, A. & Thompson, H. (1934). *Infants behavior: Its genesis and growth*. New York.
- Gümüşdağ, H. ve Yıldırım, M. (2018). *Spor bilimlerinde çocuklarda motor gelişim* (1. baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.

- Güven, N. (1979). *Süt çocuğunda motor gelişim* (Bilir, Ş., Ed.). Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- MEB. (2013). *Milli eğitim bakanlığı çocuk gelişim ve eğitimi psiko-motor gelişim*. http://ismek.ist/files/ismekOrg/file/2014_hbo_program_modulleri/Psiko_MotorGelisim.pdf. Erişim:02.01.2023
- MEB. (2013). *Milli eğitim bakanlığı temel eğitim genel müdürlüğü okul öncesi eğitim programı*. <https://tegm.meb.gov.tr/dosya/okuloncesi/ooproram.pdf>. Erişim:02.01.2023
- McGraw, M. B. (1935). *Growth: A study of johnny and jimmy*. New York.
- Mengütay, S. (1999). *Okul öncesi ve ilkokullarda hareket gelişimi ve spor*. Tutibay Yayınları.
- Onur, B. (2007). *Çocuk tarih ve toplum*. İmge Kitabevi.
- Öymen Gür, Ş. ve Zorlu, T. (2002). *Çocuk mekanları*. YEM.
- Özer, K. ve Özer, DS. (2016). *Çocuklarda motor gelişim* (9. baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.
- San Bayhan, P. ve Artan, İ. (2007). *Çocuk gelişimi ve eğitimi*. Morpa Yayınları.
- Shin Mimarları. (2022). *J. one'da oyun manzarası*. <https://shinarchitects.com/archives/project/playscape-in-j-one>. Erişim: 20.10.2022.
- Shin Mimarları. (2023). *Dongcheon-dong çocuk yeri j-one*. <http://cargocollective.com/shinarchitects/Dongcheondong-J-One>. Erişim: 01.01.2023.
- Shirley, M. M. (1931). *The First Two Years: A Study of Twenty-Five Babies: Vol 1: Postural and Lokomotor Development*. MN: University of Minnesota Press. Mineapolis.
- Siyez, M. (2007). *Fiziksel gelişim "eğitim psikolojisi"* (K. Alim, Ed.). Pegem Yayıncılık.
- Tandoğan, O. (2014). Çocuk için daha yaşanılır bir kentsel mekân: Dünyada gerçekleştirilen uygulamalar. *Megaron*, 9(1), 19-33. <http://dx.doi.org/10.5505/MEGARON.2014.43534>
- Urban Next. (2022). *Peyzaj be-mine oynayın: kömür madeninde oyun alanı seti*. <https://urbannext.net/play-landscape-be-mine/>. Erişim: 15.10.2022.
- Wicker, A. W. (1979) *An Introduction to Ecological Psychology*, Wadsworth Inc., Belmont.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşittir.

EFL TEACHER TRAINEES' REFLECTIVE LENSES ON IMMEDIACY BEHAVIORS: LEARNING GAINS, PERCEPTIONS AND SELF-EVALUATIONS¹

Burcu TURHAN², Yasemin KIRKGÖZ³

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1200375

Article History:

Received 07.11.2022

Accepted 28.07.2023

Keywords:

Teacherimmediacy, EFL Teachertrainees, Reflection.

ABSTRACT

This study is an investigation of EFL teacher trainees' learning gains, perceptions and self-evaluations regarding immediacy behaviors resulting from a 14-week Teacher Immediacy course. Approximately four months later, the trainees were invited to write four successive reflections by re-thinking their experiences throughout the course. In total, 61 trainees attended the course; and out of them, six trainees were selected based on the maximal variation sampling method and wrote individual reflection reports. The ultimate aim of these reflective writings was to gather opinions about the outcomes and influences of the course on the trainees' evolving knowledge of immediacy. Inductive content analysis of the reflections demonstrated that the trainees gained awareness of and expanded theoretical knowledge of teacher immediacy. Besides, they reflectively and critically looked back on the process of their familiarization with the concept of teacher immediacy and looked beyond their future identity as an immediate EFL teacher.

İNGİLİZCE ÖĞRETMEN ADAYLARININ YAKINLIK DAVRANIŞLARINA DAİR YANSITICI BAKIŞI: ÖĞRENME KAZANIMLARI, ALGILAR VE ÖZ-DEĞERLENDİRMELER

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1200375

Makale Geçmişi:

Geliş 07.11.2022

Kabul 28.07.2023

Anahtar Kelimeler:

Öğretmen Yakınlığı, İngilizce Öğretmen Adayları, Yansıtma.

ÖZ

Bu çalışma İngilizce öğretmen adaylarının almış oldukları 14 haftalık öğretmen yakınlığı temalı bir dersin sonucu olarak yakınlık davranışları ile ilgili öğrenme kazanımlarının, algılarının ve öz-değerlendirmelerinin bir araştırmasıdır. Dersin bitişinden yaklaşık dört ay sonra, öğretmen adaylarından ders süresince edindikleri deneyimleri üzerine tekrar düşünerek dört adet yansıtıcı rapor yazmaları istenmiştir. Dersi tamamlayan 61 öğretmen adayı içerisinde altı tanesi maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve haftalık bireysel yansıtıcı raporlar yazmışlardır. Bu yansıtıcı raporların esas amacı öğretmen adaylarının ders kazanımlarına ve dersin gelişmekte olan yakınlık davranışları üzerindeki etkilerine dair düşüncelerini elde etmektir. Yansıtıcı raporların tümevarımsal içerik analizi öğretmen adaylarının öğretmen yakınlığı ile ilgili farkındalık kazandıklarını ve bilgilerini genişlettiklerini göstermektedir. Ek olarak, öğretmen adayları eleştirel ve yansıtıcı bir bakış açısıyla hem öğretmen yakınlığı kavramına dair farkındalık kazanma süreçleri üzerine hem de öğretmen yakınlığına sahip İngilizce öğretmenleri olarak gelecekteki kimlikleri üzerine düşünebilmişlerdir.

¹This article is derived from Burcu Turhan's PhD dissertation entitled "Incorporating teacher immediacy into foreign language teacher education", conducted under the supervision of Yasemin Kırgöz.

²Asst. Prof. Dr., Hatay Mustafa Kemal University, Faculty of Education, Department of Foreign Languages Education, burcu.oyp@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6025-0616

³Prof. Dr., Çukurova University, Faculty of Education, Department of Foreign Languages Education, ykirkgoz@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5838-6637

Alıntılanmak için/Cite as: Turhan, B. ve Kırgöz, Y. (2023). İngilizce öğretmen adaylarının yakınlık davranışlarına dair yansıtıcı bakışı: Öğrenme kazanımları, algılar ve öz-değerlendirmeler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 661-673.

INTRODUCTION

In the instructional communication model of McCroskey, Valencic and Richmond (2004), there are six essential components: instructional environment, students, teachers, and teachers' verbal and nonverbal behaviors, students' perceptions of teachers and instructional outcomes; all of which may create substantial variability during instructional communication. Among those, students' perceptions of teachers may be the most vital component of instructional communication since students tend to develop perceptions as soon as they are exposed to a new teacher. These initial perceptions are primarily shaped as a result of teachers' verbal and nonverbal messages. As every single teacher behaves in an idiosyncratic manner, individual teachers' communication behaviors are differently perceived by students. Instructional outcomes of those diverse teacher behaviors may be associated with cognitive, affective and psychomotor learning as well as students' evaluation of teachers which leads us to the construct of immediacy.

Immediacy was first introduced as a metaphor by Mehrabian (1971) to explain the universal concept of approach and avoidance, claiming that people approach things appealing to them, and avoid things that do not appeal to them. He also listed a number of behaviors that communicate immediacy to the interlocutors such as closer proximity, eye contact, smiling, inclusiveness and voluntarism. Those behaviors are examined under two categories of communication: Nonverbal and Verbal (Edwards & Edwards, 2001). Nonverbal immediacy is about resorting to closeness-inducing behavioral cues concerned with approachability and availability for communication, and also with interpersonal warmth and closeness (Andersen, 1985). Particularly for educational settings, nonverbal communication consists of being friendly, gesturing, decreasing physical distance, socially acceptable touch, variation in voice, a good physical look or allocating time for being with students before and after class (Frymier, 1993). Such nonverbal immediacy behaviors of teachers have the potential to foster student learning, academic achievement and motivation (Kyaruzi, Strijbos, Ufer & Brown, 2019) if students perceive their teacher's communication behaviors as positively immediate. However, if a teacher is perceived as exhibiting negative immediacy behaviors or not exhibiting any immediacy behaviors, students are inclined to feel avoidance, dislike, coldness and interpersonal distance (Kearney, Plax, Sorenson & Smith, 1988). On the other hand, verbal immediacy behaviors are the speech acts used by teachers such as using personal examples, questions, inclusive pronouns and humor, addressing students by name and more (Hsu, 2006). If teachers display effective verbal immediacy behaviors, it is highly probable to observe that student motivation, perceived cognition, affective learning as well as students' willingness to participate in class discussions increase (Menzel & Carrell, 1999). On the combination of nonverbal and verbal behaviors, Gorham's (1988) study shows that verbal and nonverbal immediacy behaviors are most efficient when used together rather than separately. This is because, as clarified by Bozkaya and Aydin (2007), both kind of immediacy behaviors help students be a part of the learning community and learn better.

Regarding the impacts of teacher immediacy on students, students are found to feel accepted by means of verbal and nonverbal forms of communication (Frymier & Weser 2001; Li, 2003; Witt & Wheelless, 2001) because teacher immediacy behaviors lead to students' perception of interpersonal closeness, warmth and friendliness (Rodriguez, Plax & Kearney, 1996). Thus, students are more willing to prefer teachers who demonstrate immediacy behaviors (Kearney, et al, 1988). It seems that immediacy behaviors of teachers are one of the most vital elements influencing the quality of the communication process in the classroom (Geçer & Deryakulu, 2004). In this process, teachers' nonverbal and verbal affinity has strong links to students' affective, behavioral and cognitive learning and motivation (İnceelli & Candemir, 2016). In addition, teacher immediacy decreases dropout rates (Allen, Witt & Wheelless, 2006), improves classroom management challenges (Burroughs, 2007), promotes teacher credibility (Schrodt & Witt, 2006; Teven & Hanson, 2004) and creates avenues for greater assimilation of material for students (Chesebro, 2003; Chesebro & McCroskey, 2001). Immediacy could also ease apprehensions in student-teacher relationships (Chesebro & McCroskey, 2001), enhance compliance in students (Burroughs, 2007; Mottet, Frymier & Beebe, 2006; Teven & Hanson, 2004), and increase students' affective learning (Chesebro, 2003; Chesebro & McCroskey, 2001; Mottet, Parker-Raley, Beebe & Cunningham, 2007). It is obvious that immediacy is a leading variable in successful teacher-student relationships, teaching effectiveness and student achievement (Frymier & Houser, 2000). Hence, teachers' responsibility to encourage appropriate interaction in light of the target learning outcomes is essential (Walsh, 2006). By doing so, teachers engaging in effective nonverbal immediacy are generally viewed as being quite likable and competent (Furlich, 2016), which further helps them accomplish fruitful outcomes (Pogue & AhYun, 2007; Witt & Kerksen-Griep, 2011). All these mean that a combination of constant and supportive communication is vital for teachers to foster students' academic success (Cocksedge, George, Renwick & Chew-Graham, 2013).

In terms of language teaching/learning, nonverbal immediacy behaviors are claimed to have positive impacts upon teacher effectiveness (Özmen, 2011; Paul, Maiti & Nath, 2019); therefore, teachers should pay extra attention to their tacit actions. Teacher immediacy is also linked to EFL students' willingness to communicate in English along with teacher credibility (Lee, 2020). Likewise, Sheybani (2019) argues that teacher immediacy can create dramatic improvements in EFL/ESL students' academic achievement and enhance their willingness to attend classes. Besides, immediate acts of language teachers have the potential to help students attain more desirable learning gains (Violanti, Kelly, Garland, & Christen, 2018). Some other student-related factors associated with immediacy include academic engagement, involvement, willingness to participate in classes, cognitive and affective learning, course retention, satisfaction and motivation (e.g. Gholamrezaee & Ghanizadeh, 2018; Kalat, Yazdi & Ghanizadeh, 2018; Pishghadam, Derakhshan, Zhaleh & Al-Obaydi, 2019; Hussain, Azeem & Abid, 2020; Derakhshan, 2021). All these prominent influences of teacher immediacy on numerous educational variables show that teachers are the ones who determine the rate and quality of achievement and communicative abilities of students (Pishghadam et al., 2021). For this reason, teachers should take the emotions of students into account to ensure students' wellbeing (MacIntyre, Gregersen & Mercer, 2019). In light of this review of literature, this study intends to answer the following research question:

- What are the follow-up reflections of EFL teacher trainees on their experiences in a Teacher Immediacy course in terms of learning gains, perceptions, and self-evaluations?

METHOD

Research Design

A phenomenological design was employed with the purpose of analyzing perceived or experienced phenomena (Flynn & Korcuska, 2018), which was the immediacy behaviors of teacher trainees for this study. The rationale of phenomenological research, which was originally developed by von Bertalanffy in 1928, is that all phenomena contain patterns that create a specific system and those common patterns shed greater light on the phenomenon (Drack, 2009). Designed as a phenomenological study, this qualitative research deals with the reflective writings of EFL teacher trainees on their learning gains, perceptions and self-evaluations regarding experiences in a teacher immediacy course. In fact, this study was as a post-course study that followed the pre- and during-course phases when the participants received immediacy training in a regular elective course. The aforementioned immediacy course was offered for two intact classes in the English Language Teaching Department of a state university in Turkey. The first author was the instructor of both classes and was one of the instructors at the department. She gained teaching experiences on the theories and practices of teacher immediacy in a mini version of the teacher immediacy course. This mini version of the course was a pilot study performed three months before the actual course. She taught the actual course for one semester (14 weeks). The first three weeks of the course were allocated to the pre-course phase. In this phase, the frequency of the trainees' current immediacy behaviors in spontaneous micro-teachings and their views toward teacher immediacy were investigated. Afterwards, the during-course phase began. It included specific and intensive training on the theoretical and practical aspects of both verbal (the use of collective pronouns, humor, positive feedback, negative feedback) and nonverbal immediacy (the use of body language, facial expressions, vocal intonation, kinesics). More specifically, each week, the participants were informed about certain theoretical information concerning a different immediacy behavior and volunteer trainees put their theoretical knowledge into practice during spontaneous micro-teachings. While the volunteer trainees conducted micro-teachings, the other trainees were observers and evaluators of the immediacy behaviors displayed since each course session ended with critical evaluations of the volunteer trainees' immediacy behaviors as a whole class under the guidance of the instructor. In the last week of the during-course phase, the concept of teacher immediacy was covered as a whole, concentrating on the ways of how to combine nonverbal and verbal immediacy behaviors in an effective way. Four months after the course ended, in the post-course phase, the trainees selected based on the maximal variation sampling method were required to write four different reflection reports on the basis of certain guiding questions introduced by the instructor. Based on the notion of personal epistemology referring to how individuals' subjective theories about the nature of knowledge and processes of knowledge influence their learning, decision-making and action taking (Pintrich, 2002), the ultimate purpose was to explore the selected trainees' reflections on their sustained learning gains, perceptions and self-evaluations resulting from the course. To collect the relevant data, the trainees wrote their reflection reports over the course of four successive weeks. The focus of each reflection report was determined in a way that more detailed and organized data were collected. The only requirement in writing the reports was to be reflective, critical, honest and realistic as much as

possible. All in all, the scope of the present study was the examination of the post-course phase of a teacher immediacy course.

Participants

61 EFL teacher trainees (30 in one class and 31 in another class) participated in the teacher immediacy course. They took this course as an official requirement that was necessary to be completed in the fall semester of their final year at the department. None of them had theoretical knowledge or experiences in relation to teacher immediacy beforehand. All the trainees completed the previous methodology courses such as Teaching Language Skills, Teaching English to Young Learners or Language Teaching Approaches and so forth. That is, they all had sufficient knowledge and experience about language teaching methods and how to conduct micro-teachings. In the pre-course phase when the trainees conducted their micro-teachings, each trainee was evaluated based on the criteria included in the Immediacy Measurements adapted from Saechou (2005). Accordingly, each one of them was given a total score for their employment of both nonverbal and verbal immediacy behaviors in terms of frequency. Depending on those frequency scores, the trainees were categorized under three groups which were the ones with “a low, medium and high level of immediacy”. That is, the maximal variation sampling method, as one of the purposeful sampling methods, was utilized with the aim of exploring multiple perspectives of the individuals and representing the complexity of the issue at hand (Creswell, 2012, p. 207). After the 14-week course was completed (during the course phase), for the groups of low, medium and high levels of immediacy, the two volunteer trainees were selected for the post-course phase. Thereby, the six volunteer trainees were identified as the participants of the post-course phase in which they were invited to write reflections on their experiences in the course. All the participants were females and at the age of either 22 or 23.

Instruments

The relevant data was derived from the written reflection reports in which the participants were invited to recall and reflect on their experiences during the teacher immediacy course. In the first reflection report, the participants revealed their thoughts about the effectiveness of their immediacy behaviors in the micro-teachings before the course as well as their descriptions of an effective EFL teacher before they learned about the theories and applications of teacher immediacy. The second reflection report focused on the learning gains from the course sessions related to such nonverbal immediacy behaviors as body language, facial expressions, vocal intonation and kinesics. In a similar vein, in the third reflection report, the participants wrote about learning gains from the verbal immediacy sessions including the use of collective pronouns, humor, positive and negative feedback. Specifically, for both the second and third reports, the participants were asked to tell experienced examples or moments from the course sessions and their perceptions toward the importance of immediacy behaviors for an EFL teacher. Lastly, for the fourth reflection report, the participants were given certain guiding questions to reflect on their overall interpretations of teacher immediacy and their future-self as an immediate EFL teacher. In the end, 24 individual reflection reports were gathered for the analysis.

Data Analysis Techniques

The reflection reports were analyzed separately for the three groups of participants who had low, medium and high levels of immediacy through NVivo. Throughout the analyses, we followed the coding steps shown in the coding model in Figure 1:

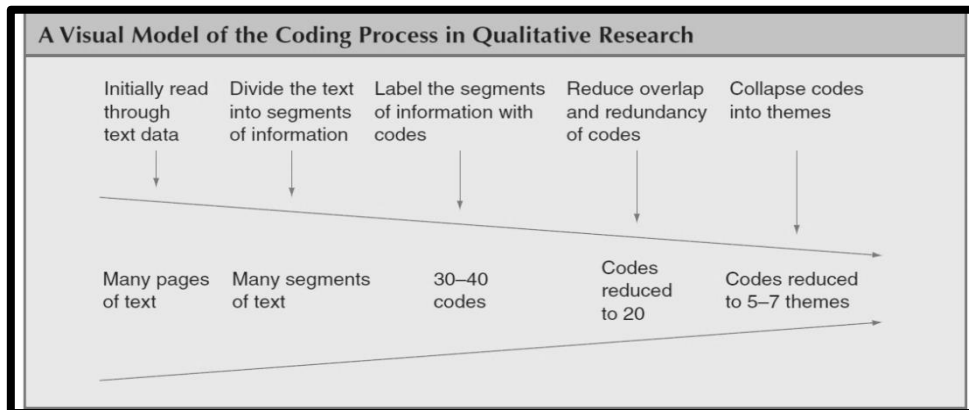


Figure 1. The Steps Taken in the Analysis of the Qualitative Data (Creswell, 2012, p. 244)

Figure 1 pictures the coding steps taken in the qualitative data analysis which started with an initial rigorous reading through the textual data. To achieve this, all the textual data were arranged and divided into segments of information. At this stage, we reached out to various segments and labeled those segments of information with appropriate codes so that we could have more organized units of analysis for the sake of data reduction. Following this, the number of the total codes was reduced in order to cope with the overlapping codes. Finally, the determined codes were narrowed down into themes. To determine the common themes across the reports of different participants, the interpretative phenomenological analysis was implemented. Throughout the analysis process, an inductive orientation was prioritized to establish logical links between the research objectives and the findings derived precisely from the raw data gathered. Moreover, special attention was directed to the associations among each data source in the analysis process in order to prevent the danger of treating the data sources as separate units while reporting the findings. To ensure the trustworthiness of the study, validity was ensured by giving chances for the participants to provide feedback about the transcriptions of their own reports. This was to check for accuracy and minimize bias and predetermined conclusions. In order to increase the reliability, a certain amount of data (20% of the whole data) was coded by two inter-coders. For the sake of ethical considerations, informed consents of the trainees and ethical committee approval of the relevant institution were suitably obtained.

FINDINGS

In this study with its focus on the learning gains of the teacher trainees from the course, findings from the nonverbal immediacy course sessions and the verbal immediacy course sessions have been evaluated and presented separately as follows. Table 1 summarizes what the trainees recalled in terms of the connection between certain immediacy behaviors and learning/teaching.

Table 1. The Learning Gains from the Immediacy Course (Nonverbal Dimension)

	Trainees with a low level of immediacy	Trainees with a medium level of immediacy	Trainees with a high level of immediacy
Body language	●Body language helps teachers gain self-confidence; show interest in learners; enhance learning, participation, and closeness; create a comfortable learning environment; grasp learners' moods; and inspire imagination.	●Body language helps teachers build rapport with learners and make them feel secure and supported. It also increases learners' self-confidence and participation.	●Body language supports cognitive learning if teachers use it to show appreciation for learner work.
Facial expressions	●Facial expressions increase learners' motivation to learn, participation and interest in the lesson; and being honest in one's emotions increases teacher-learner closeness.	●The correct uses of facial expressions provide teachers to show concern for learners by detecting their mood and making teaching more effective.	●Facial expressions are useful to give feedback if teachers use them sincerely.
Vocal intonation	●Setting the right tone of voice is crucial to keep learners' attention, interest and mood; and to encourage them to learn through sincere communication.	●The use of voice is crucial for effective teaching in the sense that the lesson becomes more understandable, learners' desire to learn increases; and the teacher keeps learners alive and prepares them to learn.	●Teachers can grab the attention of learners with the effective use of vocal intonation.
Kinesics	●Kinesics is vital for teacher effectiveness, showing interest in learners' participation and attracting their attention.	●With kinesics, the content of the lesson becomes more understandable, which leads to effective teaching.	●Kinesics enhances the dramatization activities in young learner classrooms.

Table 1 demonstrates that all the trainees emphasized the influences of body language on learners such as learner mood or work. Different from this, the trainees with a low level of immediacy were inclined to relate the effective body language use to teacher confidence, comfortable learning environment and enhancement of learning itself. Besides, the trainees with a high level of immediacy realized the association between teachers' use of body language and learners' cognitive learning. Regarding facial expressions, the trainees built connections between teachers' efficient use of facial expressions and learner feelings along with teaching. For instance, the trainees with a medium level of immediacy concluded that the correct uses of facial expressions helped them understand the learner's mood and teach more effectively. Likewise, the trainees with a high level of immediacy learned that the sincere use of facial expressions provided their feedback to be more useful. Concerning vocal intonation, all the

trainees highlighted how the use of voice and learner attention was interrelated. Especially for the trainees with low and high levels of immediacy, it was necessary for teachers to set the right tone of voice so that they could grab the attention of learners. Moreover, the trainees with a medium level of immediacy attracted attention to the importance of vocal intonation for optimizing the understandability of content. Lastly, for kinesics, it is obvious that the trainees with medium and high levels of immediacy learned that the appropriate use of kinesics had the power to maximize the effectiveness of teaching. On this matter, the trainees with a high level of immediacy inferred that dramatization activities in young learner classrooms could be fostered by the use of kinesics. Apart from this, the trainees with a low level of immediacy asserted that kinesics increased learner attention and participation. In addition, the trainees' learning gains from the verbal immediacy course sessions have also been analyzed and outlined in Table 2.

Table 2. The Learning Gains from the Immediacy Course (Verbal Dimension)

	Trainees with a low level of immediacy	Trainees with a medium level of immediacy	Trainees with a high level of immediacy
Collective pronouns	<ul style="list-style-type: none"> ●The use of collective pronouns makes learners feel solidarity, comfort, closeness and belonging in their learning group with the elimination of the negative teacher authority. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Creating a sense of togetherness serves the aim of making learners feel successful members of the group and making the group communication stronger. Besides, the psychological proximity between learners and teachers increases. 	<ul style="list-style-type: none"> ●To increase learners' motivation along with their willingness to participate and to decrease anxiety, teachers should benefit from collective pronouns.
Humor	<ul style="list-style-type: none"> ●Creating enjoyment via humor promotes learners' learning, participation, interest in and attention to the lesson. It provides teachers with a socially and emotionally positive learning environment thanks to the decrease in anxiety. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Humor lowers the possible anxiety aroused by the challenging tasks and increases the motivation of learners in a relaxed learning environment, which in turn builds stronger bonds between learners and teachers. 	<ul style="list-style-type: none"> ●The effective use of humor depends on numerous variables such as teachers' personalities, classroom atmosphere, and learners' ages.
Positive feedback	<ul style="list-style-type: none"> ●Positive feedback is useful to create a positive classroom climate and increase academic success, participation and interest of learners into the lesson. It may be a good way for encouragement and triggering learners' desire to learn. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Positive feedback is important because learners need to hear what they achieve. It is also crucial to promote the motivation, participation, confidence and pride of learners. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Positive feedback with exaggerated nonverbal appreciation can boost the motivation of learners.
Negative feedback	<ul style="list-style-type: none"> ●Teachers should criticize the behavior not the learners themselves by being constructive and without hurting their feelings. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Negative feedback should encourage learners to try harder. Therefore, we should provide justifications for our criticisms and be constructive without making them feel unworthy or unsuccessful. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Encouraging learners to think and giving them a second chance to respond are important for effective negative feedback.

Table 2 clearly shows that all the trainees pointed out that the integration of collective pronouns into teachers' verbal behaviors influenced learner feelings by some means or other. To exemplify, the trainees with a medium level of immediacy comprehended that teachers' use of collective pronouns helped learners feel a successful member of the group, which in turn made the group communication stronger. Further, the trainees with low and medium levels of immediacy drew attention to the fact that humor had impacts on the learning environment, learner interest or the communication bonds between learners and teachers. On the other hand, the trainees with a high level of immediacy emphasized that they became familiar with some variables affecting the use of humor. In regard to positive feedback, the trainees with low and medium levels of immediacy noticed that effective positive feedback was crucial for the positive learning environment, learner encouragement, and learner success or learner motivation. On the issue, the trainees with a high level of immediacy came to know that it was crucial to combine positive feedback with appropriate nonverbal behaviors in order to boost learner motivation. In relation to negative feedback, the trainees with low and medium levels of immediacy believed that negative feedback should be constructive so as not to hurt learners' feelings whereas the trainees with a high level of immediacy emphasized that negative feedback should be accompanied by encouraging verbal behaviors of teachers. In addition to those learning gains, the trainees' perceptions toward the importance and role of immediacy are described in Table 3.

Table 3. The Perceived Importance of Immediacy after the Course

	Trainees with a low level of immediacy	Trainees with a medium level of immediacy	Trainees with a high level of immediacy
The biggest role of immediacy for EFL teachers	●To manage the classroom	●To be a hero who shapes learners' lives	●To give appropriate feedback
	●To prepare learners psychologically to learn	●To teach based on learners' learning styles	●To achieve learning goals
	●To maximize the motivation of learners		
Comparison of the importance of verbal and nonverbal immediacy	●Nonverbal behaviors are more important.	●Both are important.	●Nonverbal behaviors are more important.
	●Verbal behaviors are more important.	●Verbal behaviors are more important.	

Table 3 sheds light on the fact that the biggest roles of immediacy behaviors for EFL teachers identified by the trainees were diverse. To exemplify, the trainees with a low level of immediacy were of the opinion that immediacy was vital for classroom management, readiness of learners to learn and learner motivation. The trainees with a medium level of immediacy attached much more importance to immediacy by asserting that immediacy provided teachers to be a hero who shaped the learners' lives. This is evident in Excerpt 1.

Excerpt 1:

Teachers are unsung heroes who have amazing qualities to shape their learners' lives... Teachers do not only shape our learning but also our life with their positive attitudes...

From the perspectives of the trainees with a high level of immediacy, immediacy behaviors played an important role in giving appropriate feedback and achieving learning goals. Besides, the trainees shared their ideas by comparing nonverbal and verbal immediacy behaviors. In relation to that, the trainees with low and medium levels of immediacy held similar ideas by mentioning the importance of both nonverbal and nonverbal behaviors. However, the trainees with a high level of immediacy acknowledged that nonverbal behaviors were more essential as is clear in Excerpt 2.

Excerpt 2:

I believe actions speak louder than words. Our behaviors mean a lot. Nonverbal and verbal behaviors make teaching and learning perfect when combined. Yet, nonverbal behaviors are much more important because our verbal behaviors are highly likely to fail in the absence of proper nonverbal behaviors.

As well as the trainees' experiences and learning gains, they were also asked to make reflections on what qualifications an immediate EFL teacher should have as clarified in Table 4:

Table 4. The Trainees' Conceptualizations of an Immediate EFL Teacher after the Course

Trainees with a low level of immediacy	Trainees with a medium level of immediacy	Trainees with a high level of immediacy
●Know how to teach	●Know how to teach	●Know how to teach
●Be helpful	●Respond to learner needs	●Respond to learner needs
●Be open-minded	●Be enthusiastic	●Be enjoyable
●Have positive attitudes	●Have positive attitudes	●Have strong bonds with learners
●Be supportive	●Have a sense of humor	●Care about learners in and out of the classroom
●Be an effective communicator	●Be tolerant and flexible	●Be reflective
●Be patient	●Be a motivator	●Be a motivator
	●Be passionate	●Know one's own strengths and weaknesses

Table 4 proves that the trainees assigned numerous qualifications to an immediate EFL teacher in their minds. For the three groups of trainees, there are common conceptualizations such as knowing how to teach, responding to learner needs, having positive attitudes and being a motivator. Moreover, the prominent conceptualizations seem to belong to the trainees with a high level of immediacy. The two of those conceptualizations are caring about learners in and out of the classroom and being reflective. Excerpts 3 and 4 give clues on those prominent conceptualizations.

Excerpt 3:

An immediate EFL teacher takes care of learners both in and out of the classroom. For example, he/she should become closer to the learners by showing interest in their hobbies.

Excerpt 4:

As teachers, we should be reflective on our actions and should be able to realize the impacts of those actions upon our learners.

In addition to examining the trainees' reflections on the immediacy behaviors of an ideal EFL teacher, they also imagined their future-self in terms of their potential in employing effective immediacy behaviors. The related results are indicated in Table 5.

Table 5. The Trainees' Beliefs in Their Future-self as an EFL Teacher

Trainees with a low level of immediacy	Trainees with a medium level of immediacy	Trainees with a high level of immediacy
●Belief in oneself about becoming an immediate teacher in the future	●Belief in oneself about becoming an immediate teacher in the future	●Belief in oneself about becoming an immediate teacher in the future
		●Unsure about how much immediate one can be in the future

As understood from Table 5, the trainees irrespective of their level of immediacy gained self-belief and imagined themselves as immediate EFL teachers in their future careers. Interestingly, only one of the trainees had doubts about to what extent she could be immediate even though she had a high level of immediacy. She expressed her thoughts in Excerpt 5.

Excerpt 5:

I am not quite sure about that. I sometimes become my dream teacher but sometimes I fail. I do not feel I am ready for this now....However, I will do my best.

DISCUSSION

Within this study, sustained learning gains, perceptions and self-evaluations in relation to the experiences gained as a result of the immediacy course were examined through the reflections of the trainees. The reflections indicated that the trainees recalled certain theoretical information on immediacy (e.g. creating a sense of togetherness serves the aim of making learners feel a successful member of the group and making the group communication stronger). In this sense, Bozkaya and Aydin (2007) similarly claim that immediacy behaviors positively influence students' social presence in the learning community and in return, students learn better. The trainees were also capable of building cause-and-effect relationships between teacher immediacy and foreign language teaching/learning (e.g. kinesics enhanced the dramatization activities in young learner classrooms). It was also detected that they could make inferences and justifications as a result of their learning gains from the course. This is evident in some of the interpretations of the reflections. As an example, it was discovered that the trainees inferred that positive feedback with exaggerated nonverbal appreciation could boost the motivation of students. In a similar vein, Kyaruzi et al. (2019) argue that the nonverbal immediacy behaviors of teachers have the potential to foster student motivation along with student learning and academic achievement. Moreover, the reflections clarified that the trainees made critics about their overall learning gains (e.g. the biggest role of immediacy behaviors is to psychologically prepare students for learning). All in all, they were found to think reflectively on the components of teacher immediacy (e.g. nonverbal behaviors are much more important because, without nonverbal behaviors, our verbal behaviors are possible to fail), its role for teaching (e.g. the biggest role of immediacy behaviors is to be a hero who shapes students' lives), and their own immediacy behaviors (e.g. I believe I was already using different and effective strategies while giving positive feedback. In my previous micro-teachings, my peers evaluated my feedback as successful).

Another promising conclusion drawn from the reflections is that all the trainees believed in themselves with regard to becoming an immediate teacher in the future; except for only one trainee who was doubtful about how immediate she would be in her future teaching career. Besides, how the trainees conceptualized an immediate teacher after they received the course was investigated through the reflections. The top conceptualization of each trainee was that an immediate teacher was the one who knew how to teach. Following this, an immediate teacher was conceptualized as one who could exhibit positive attitudes toward students (Andersen, 1979), has such traits as being helpful, open-minded, enthusiastic, enjoyable, responsive to student needs; and builds strong bonds with students. Taking the necessity to build bonds with students into account, Spilt, Koomen and Thijs (2011) highlight that teachers are human above all; they are human, need positive interpersonal relationships, and are ready to develop social bonds in a caring environment, just like students. Besides, for teachers, the proximity of students probably triggers a sense of unity and togetherness with them, which in turn leads to the motivation of teachers to

engage in personal interactions with their students (Spilt et al, 2011). In fact, it is obvious that social bonds and interactions are not only significant for students but also for teachers themselves. Based on the evolving immediacy knowledge of the trainees, all these imply that an immediate teacher should possess many qualifications and attributes.

In a nutshell, the trainees became familiar with the concept of teacher immediacy at least in theoretical terms; and they developed points of view toward its components throughout the course. It appears that, during the course phase, they discussed and experienced teacher immediacy through various teacher training activities (e.g. readings, theoretical discussions, observations of peers and role-plays); which provided awareness-raising of teacher immediacy on the part of the trainees. On the whole, the immediacy course yielded a certain number of positive learning gains, perceptions and self-evaluations for the trainees. Particularly, sustained learning gains showed that the trainees could be reflective and critical about their experiences and conceptualizations of teacher immediacy in virtue of the course even though they were all on the bottom rung of the ladder at the time of the study.

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

In conclusion, it is obvious that the trainees could effectively reflect on their skills in immediacy behaviors after the course. The overall reflections on the learning gains from the course proved that the trainees recalled certain knowledge, observations and experiences they gained in terms of immediacy. Depending on the trainees' perceptions toward the importance of immediacy behaviors and their conceptualizations of immediate EFL teachers, it is revealed that they were able to make unique and critical reflections even four months after the course. Such fruitful outcomes of this immediacy course should lead teacher educators to cultivate novice teachers' knowledge and implementations of interpersonal communication with a specific focus upon clarity, credibility and immediacy; all of which are intertwined concepts, (Zheng, 2021) through workshops, seminars or webinars. This could also be possible by giving teacher trainees chances to deliver lessons within mixed reality simulations where they can practice teaching strategies and nonverbal behaviors without affecting real students (Rosati-Peterson, Piro, Straub & O'Callaghan, 2021). The study is not without its limitations. Most especially, it should have been a priority to investigate how the trainees put their theoretical knowledge of immediacy into practice in real language classrooms. Yet, such research was not possible in the scope of this paper. Therefore, future research can be organized in a way that the trainee teachers' practical knowledge of immediacy is explored both during the immediacy course and a certain period of time after the course. Thus, the long-term effects of the immediacy course on trainee teachers' unique way of using immediacy behaviors could be extensively scrutinized. Last but not least, we suggest that teacher trainees from any field of study should receive an immediacy course because language teachers have the potential to help students attain more desirable learning gains if they learn how to employ immediate acts (Violanti et al., 2018) through such courses.

Note. This study is a modified version of a doctoral dissertation of the first author.

REFERENCES

- Allen, M., Witt, P. L., & Wheelless, L. R. (2006). The role of teacher immediacy as a motivational factor in student learning: Using meta-analysis to test a causal model. *Communication Education*, 55(1), 21-31. <https://doi.org/10.1080/03634520500343368>
- Andersen, J. F. (1979). Teacher immediacy as a predictor of teacher effectiveness. In D. Nimmo (Ed.), *Communication Yearbook 3* (pp. 543-559). New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Andersen, J. F. (1985). Teacher immediacy as a predictor of teaching effectiveness. In D. Nimmo (Ed.), *Communication Yearbook, 3* (pp.543-559). New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Bozkaya, M., & Aydin, İ. E. (2007). The relationship between teacher immediacy behaviors and learners' perceptions of social presence and satisfaction in open and distance education: The case of Anadolu university open education faculty. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 6(4), ISSN: 1303-6521.

- Burroughs, N. F. (2007). A reinvestigation of the relationship of teacher nonverbal immediacy and student compliance-resistance with learning. *Communication Education*, 56, 453-475. <https://doi.org/10.1080/03634520701530896>
- Chesbro, J. L. (2003). Effects of teacher clarity and nonverbal immediacy on student learning, receiver apprehension, and affect. *Communication Education*, 52(2), 135-147. <https://doi.org/10.1080/03634520302471>
- Chesbro, J. L., & McCroskey, J. C. (2001). The relationship of teacher clarity and immediacy with student state receiver apprehension, affect, and cognitive learning. *Communication Education*, 50, 59-68. <https://doi.org/10.1080/03634520109379232>
- Cocksedge, S., George, B., Renwick, S., & Chew-Graham, CA. (2013). Touch in primary care consultations. *The Journal of the Royal College of General Practitioners*, 63(609), 283-290. <https://doi.org/10.3399/bjgp13X665251>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Derakhshan, A. (2021). The predictability of Turkman students' academic engagement through Persian language teachers' nonverbal immediacy and credibility. *Journal of Teaching Persian to Speakers of Other Languages*, 10, 3-26. <https://doi.org/10.30479/JTPSOL.2021.14654.1506>
- Drack, M. (2009). Ludwig von Bertalanffy's early system approach. *System Research & Behavioral Science*, 26, 563-572. <https://doi.org/10.1002/sres.992>
- Edwards, A., & Edwards, C. (2001). The impact of instructor verbal and nonverbal immediacy on student perceptions of attractiveness and homophily. *Journal of Excellence in College Teaching*, 12(2), 5-17.
- Flynn, S., & Korcuska, J. (2018). Credible phenomenological research: A mixed-methods study. *Counselor Education & Supervision*, 57, 34-50. <https://doi.org/10.1002/ceas.12092>
- Frymier, A., & M. Houser. (2000). The teacher-student relationship as an interpersonal relationship. *Communication Education*, 4(3), 207-219. <https://doi.org/10.1080/03634520009379209>
- Frymier, A. B. (1993). The impact of teacher immediacy on students' motivation: Is it the same for all students? *Communication Quarterly*, 41(4), 454-464. <https://doi.org/10.1080/01463379309369905>
- Frymier, A. B., & Weser, B. (2001). The role of student predispositions on student expectations for instructor communication behaviour. *Communication Education*, 50, 314-326. <https://doi.org/10.1080/03634520109379258>
- Furlich, S. A. (2016). Understanding instructor nonverbal immediacy, verbal immediacy, and student motivation at a small liberal arts university. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 16(3), 11-22. <https://doi.org/10.14434/josotl.v16i3.19284>
- Geçer, A., & Deryakulu, D. (2004). Öğretmen yakınlığının öğrencilerin başarıları, tutumları ve güdülenme düzeyleri üzerindeki etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 40, 518-543.
- Gholamrezaee, S., & Ghanizadeh, A. (2018). EFL teachers' verbal and non-verbal immediacy: a study of its impact on students' emotional states, cognitive learning, and burnout. *Psychology Studies*, 63, 398-409. <https://doi.org/10.1007/s12646-018-0467-5>

- Gorham, J. (1988). The relationship between verbal teacher immediacy behaviours and student learning. *Communication Education*, 37(1), 40-53. <https://doi.org/10.1080/03634528809378702>
- Hsu, L. L. (2006). *The relationship among teachers' verbal and nonverbal immediacy behaviours and students' willingness to speak in English in central Taiwanese college classrooms*. (Published doctoral dissertation), Oral Roberts University, USA.
- Hussain, T., Azeem, A., & Abid, N. (2021). Examining the correlation between university students' perceived teacher immediacy and their motivation. *Psychology and Education*, 58(1), 5809-5820. <https://doi.org/10.17762/pae.v58i1.1990>
- İnceelli, A., & Candemir, Ö. (2016). Öğretim amaçlı videolarda öğretmen yakınlığı: Açık sınıf örneği. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 8-35.
- Kalat, F. L., Yazdi, Z. A., & Ghanizadeh, A. (2018). EFL teachers' verbal and nonverbal immediacy: A study of its detriments and consequences. *Eurasian Journal of Education Studies*, 63, 398-409. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1238057>
- Kearney, P., Plax, T. G., Sorensen, G., & Smith, V. R. (1988). Experienced and prospective teachers' selections of compliance-gaining messages for "common" student misbehaviours. *Communication Education*, 37, 150-164. <https://doi.org/10.1080/03634528809378712>
- Kyaruzi, F., Strijbos, J. W., Ufer, S., & Brown, G. T. (2019). Students' formative assessment perceptions, feedback use and mathematics performance in secondary schools in Tanzania. *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 26(3), 278-302. <https://doi.org/10.1080/0969594X.2019.1593103>
- Lee, J. L. (2020). Relationships among students' perceptions of native and non-native EFL teachers' immediacy behaviors and credibility and students' willingness to communicate in class. *Oxford Review of Education*, 46(2), 153-168. <https://doi.org/10.1080/03054985.2019.1642187>
- Li, L. T. (2003). Carl Rogers and me: Revisiting teaching. *Thinking Classroom*, 4, 34-42.
- MacIntyre, P. D., Gregersen, T., & Mercer, S. (2019). Setting an agenda for positive psychology in SLA: Theory, practice, and research. *Modern Language Journal*, 103, 262-274. <https://doi.org/10.1111/modl.12544>
- McCroskey, J. C., Valencic, K. M., & Richmond, V. P. (2004). Toward a general model of instructional communication. *Communication Quarterly*, 52(3), 197-210. <https://doi.org/10.1080/01463370409370192>
- Mehrabian, A. (1971). *Silent messages* (Vol 8). Belmont, CA: Wadsworth.
- Menzel, K. E., & Carrell, L. J. (1999). The impact of gender and immediacy on willingness to talk and perceived learning. *Communication Education*, 48, 31-40. <https://doi.org/10.1080/03634529909379150>
- Mottet, T. P., Frymier, A. B., & Beebe, S. A. (2006). *Theorizing about instructional communication*. In T. P. Mottet, V. P. Richmond, & J. C. McCroskey (Eds.), *Handbook of instructional communication: Rhetorical and relational perspectives* (pp. 255-282). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Mottet, T. P., Parker-Raley, J., Beebe, S. A., & Cunningham, C. (2007). Instructors who resist "college lite": The neutralizing effect of instructor immediacy on students' course-workload violations and perceptions of instructor credibility and affective learning. *Communication Education*, 56, 145-167. <https://doi.org/10.1080=03634520601164259>

- Özmen, K. S. (2011). Perception of nonverbal immediacy and effective teaching among student teachers: A study across cultural extremes. *International Online Journal of Educational Sciences*, 3(3), 865-881.
- Parker-Raley, J., Beebe, S. A., & Cunningham, C. (2007). Instructors who resist “college lite”: The neutralizing effect of instructor immediacy on students’ course-workload violations and perceptions of instructor credibility and affective learning. *Communication Education*, 56, 145–167. <https://doi.org/10.1080=03634520601164259>
- Paul, A., Maiti, N. C., & Nath, I. (2019). Nonverbal immediacy behaviour and teacher effectiveness in secondary schools of West Bengal. *Education Quarterly Reviews*, 2(1), 33-40. <https://doi.org/10.31014/aior.1993.02.01.36>
- Pintrich, P. (2002). Future challenges and directions for theory. In B. Hofer & P. Pintrich (Eds.), *Personal epistemology: The psychological beliefs about knowledge and knowing* (pp 389–414). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Pishghadam, R., Derakhshan, A., & Zhaleh, K. (2019). The interplay of teacher success, credibility, and stroke with respect to students’ willingness to attend classes. *Polish Psychological Bulletin*, 50, 284–292. <https://doi.org/10.24425/ppb.2019.131001>
- Pogue, L., & AhYun, K. (2006). The effect of teacher nonverbal immediacy and credibility on student motivation and affective learning. *Communication Education*, 55(3), 331-344. <https://doi.org/10.1080/03634520600748623>
- Rodriguez, J. I., Plax, T. G., & Kearney P. (1996). Clarifying the relationship between teacher nonverbal immediacy and student cognitive learning: Affective learning as the central causal mediator. *Communication Education*, 45, 293-305. <https://doi.org/10.1080/03634529609379059>
- Rosati-Peterson, G. L., Piro, J. S., Straub, C., & O’Callaghan, C. (2021). A nonverbal immediacy treatment with pre-service teachers using mixed reality simulations. *Cogent Education*, 8(1), 1882114. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1882114>
- Saechou, T. (2005). *Verbal and nonverbal immediacy: Sex differences and international teaching assistants*. (Doctoral dissertation), Louisiana State University, USA.
- Schrodt, P., & Witt, P. L. (2006). Students’ attributions of instructor credibility as a function of students’ expectations of instructional technology use and nonverbal immediacy. *Communication Education*, 55, 1-20. <https://doi.org/10.1080/03634520500343335>
- Sheybani, M. (2019). The relationship between EFL Learners’ willingness to communicate (WTC) and their teacher immediacy attributes: a structural equation modeling. *Cogent Psychology*, 6, 1–14. <https://doi.org/10.1080/23311908.2019.1607051>
- Spilt, J. L., Koomen, H. Y., & Thijs, J. T. (2011). Teacher wellbeing: The importance of teacher-student relationships. *Educational Psychology Review*, 23(4), 457- 477. <https://doi.org/10.1007/s10648-011-9170-y>
- Teven, J. J., & Hanson, T. L. (2004). The impact of teacher immediacy and perceived caring on teacher competence and trustworthiness. *Communication Quarterly*, 52, 39-53. <https://doi.org/10.1080/01463370409370177>
- Violanti, M. T., Kelly, S. E., Garland, M. E., & Christen, S. (2018). Instructor clarity, humor, immediacy, and student learning: Replication and extension. *Communication Studies*, 69, 251–262. <https://doi.org/10.1080/10510974.2018.1466718>

- Walsh, S. (2006). *Investigating classroom discourse*. Abingdon: Routledge.
- Wexler, K. (1998). Very Early Parameter Setting and the Unique Checking Constraint: A New Explanation of the Optional Infinitive Stage. *Lingua*, 106, 23-79.
- Witt, P., & Kerssen-Griep, J. (2011). Instructional feedback I: The interaction of facework and immediacy on students' perceptions of instructor credibility. *Communication Education*, 60, 75-94. <https://doi.org/10.1080/03634523.2010.507820>
- Witt, P., & L. Wheelless. (2001). An experimental study of teachers' verbal and nonverbal immediacy and students' affective and cognitive learning. *Communication Education*, 50, 327-342. <https://doi.org/10.1080/03634520109379259>.
- Zheng, J. (2021). A functional review of research on clarity, immediacy, and credibility of teachers and their impacts on motivation and engagement of students. *Frontier in Psychology*, 12, 712419. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.712419>

Author Contributions

This paper is a modified version of the first author's doctoral dissertation. The second author is the supervisor of the study during all the stages of the research beginning from the design of the study to the analyses and reporting.

DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE DİLBİLİMSEL PÜRİZM HAREKETLERİ VE PÜRİZMİN TÜRKİYE TÜRKÇESİNDE GÖRÜNEN ETKİLERİ ¹

Bülent ÇETİNKAYA², Muna YÜCEOL ÖZEZEN³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1317243

Makale Geçmişi:

Geliş 20.06.2023

Kabul 15.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Dilbilimsel Saflık,

Dil Politikası,

Peter Burke,

Türkiye Türkçesi,

Söz Varlığı,

Sözcükbilim.

ÖZ

Pürizm 1918 yılında ortaya çıkmış olan bir sanat akımıdır. Bu akım kübizme tepki olarak doğmuştur. Pürizm; sanat eserinde matematiksel düzen, saflık ve mantığın vurgulandığı bir akımdır. Pürist sanat teorisi, göze hoş gelen her şeyi, hatta göz okşayıcı renkleri de resimde yasaklıyordu. Pürizmin dilsel alana uygulanması ise “dil saflaştırılması”, yani dilin her türlü yabancı etkiden arıtılması demektir. Bu makalede, Fransız Devrimi’nden sonra ulus devletlerin kurulma sürecinde neredeyse tüm dünyada görülen bazı dilbilimsel saflaştırma hareketlerine Burke (2016) bağlamında ve genel hatlarıyla değinilmiştir. Saflaştırma hareketinin -neredeyse- kesintisiz ve uzun bir sürece yayıldığı ve giderek bir akım hâlini aldığı Türkiye Türkçesi boyutu ise daha ayrıntılı bir incelemeye tabi tutulmuştur. Bu boyutun değerlendirilmesi sırasında ise çerçeve Levend (1972) esasında çizilmiştir. Burke (2016) ve Levend (1972) temelli tartışma ve değerlendirmelerin Türkiye Türkçesi bakımından tanıklanması ve örneklenmesi sırasında ise Çetinkaya (2022)’den yararlanılmıştır.

LINGUISTIC PURISM MOVEMENTS IN THE WORLD AND TURKEY AND THE EFFECTS OF PURISM IN TURKISH

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1317243

Article History:

Received 20.06.2023

Accepted 15.08.2023

Keywords:

Linguistic Purism,

Language Policy,

Peter Burke,

Turkish,

Vocabulary,

Lexicology.

ABSTRACT

Purism is an art movement that emerged in 1918. This movement emerged as a reaction to cubism. Purism is a movement in which mathematical order, purity and logic are emphasized in the work of art. The purist theory of art forbade anything pleasing to the eye, even eye-pleasing colours. The application of purism to the linguistic sphere means “purification of the language”, that is, the removal of foreign influences from the languages. In this article, some linguistic purification movements, which were observed almost all over the world during the process of establishing nation states after the French Revolution, are discussed in the context of Burke (2016) and in general terms. The dimension of Turkish, in which the purification movement spreads over an almost continuous and long period and gradually became a trend, has been subjected to a more detailed examination. During the evaluation of this dimension, the framework drawn from Levend (1972) was used. While witnessing and exemplifying of discussions and evaluations based on Burke (2016) and Levend (1972) in terms of Turkish, Çetinkaya (2022) was referenced.

¹Makale, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalında savunulan “Sadeleşme Akımı Sürecinde Yeni Olarak Kabul Edilen Kelimelerin Günümüz Türkiye Türkçesindeki Görünümleri” adlı yüksek lisans tezine dayanmaktadır.

²Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, bulentcetinkaya186@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7160-0762

³Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, mozezen@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1880-2143

Alıntılanak için/Cite as: Çetinkaya, B. ve Özezen, M.Y. (2023). Dünyada ve Türkiye’de dilbilimsel Pürizm hareketleri ve Pürizmin Türkiye Türkçesinde görünen etkileri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 674-684.

GİRİŞ

Tarihsel, kültürel ve toplumsal bir olgu olan doğal insan dili, karmaşık ve devingen bir yapıdadır. Dili değişime uğratan, öncelikle o dilin konuşurlarıdır. Bunun yanı sıra, zaman zaman bir devlete hakim olan siyasi iradelerin de kimi kez değişebilen kimi kez de kalıcı hâle gelen politikaları doğrultusunda dile müdahale ettiği, dilin doğal seyrini tersine çevirebildiği görülebilmektedir. Bu müdahalelerin, yalnızca dilbilimsel olarak açıklanamayacağı, değerlendirme yapılırken tarihsel ve siyasi koşulların ve bu koşullarla biçimlenen toplumsal tercihlerin aynı anda düşünülmesi gerektiği açıktır. Bu çalışmada esas olarak Osmanlı Türkçesinden kopuş sürecinde Türkiye Türkçesinde yaşanan saflaştırma hareketinin niteliği ve sonuçları üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda, dillerin saflaştırılması hareketlerinin başka ülkelerde de görülüp görülmediği, söz konusu ülkelerde bununla ilgili birtakım politikalar uygulanıp uygulanmadığı ve dili saflaştırma politikaları ile dünyada 19. yüzyıl itibarıyla yayılan ulus-devlet politikaları arasındaki ilişki de değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Makalenin genel çerçevesini ve kuramsal tabanını Burke (2016) ve Levend (1972) oluşturmaktadır. Ayrıca makalede, Türkiye Türkçesinde sadeleştirme ve saflaştırma hareketlerinin tanınması ve örneklenmesiyle ilgili olarak Çetinkaya (2022)'den yararlanılmıştır.

Öncelikle bu çalışmada ve benzer konulu toplumdilbilim⁴ çalışmalarında sıklıkla kullanılan ve birbiriyle çelişik ya da birbirinin eşdeğeri gibi görünme olasılığı bulunan *dil reformu*, *saflaştırma (pürizm)* ve *standartlaştırma* kavramlarının açıklanması yerinde olacaktır: *Dil reformu* siyasi iradenin dille ilişkin tüm uygulamalarını, özellikle “yazı dilinin toplumsallaştırılması”nı kapsarken *saflaştırma (pürizm)* bu siyasi süreçlerin düşünsel arka planını vermektedir. Günümüzde *dilsel çoğulluk* tartışmaları bağlamında dikey çeşitliliği yok ettiği için eleştirilen (Bilmez, 2021, s. 24) *dil standartlaşması* ise dilin düşünsel ve siyasi öngörüyle değil pratik süreçlerin gereklerine göre düzenlenmesini içerir. Dil reformu, yerine göre diğer iki kavramı da kapsar. Örneğin Türkiye’de alfabe devrimi, tarama ve derleme çalışmaları, dilbilgisi ve sözlük çalışmaları dil reformunun asli unsurları iken, Güneş-Dil Teorisi ise reformun düşünsel arka planını verir. Standartlaştırma daha dar kapsamlıdır; devlet dilinin, eğitim dilinin, ordu dilinin veya genel olarak yazı dilinin tektipleştirilmesi yönündeki düzenlemeleri içerir. Saflaştırma (pürizm), saflaştırma eylemlerinin yapıldığı devletlerin politikalarına bağlı olarak bazen dil reformunun bazen standartlaştırma süreçlerinin bazen de her ikisinin hem aracı hem de amacı olabilmektedir.

1. DİLLERİN SAFLAŞTIRILMASI

Pürizm sözcüğü İngilizce *pure* sözcüğünden gelmektedir. Pure sözcüğünün bilinen en eski şekli “Latince’de ‘temiz, berrak, karışmamış, süssüz; iffetli’ anlamlarına gelen *purus* sözcüğüdür. Bu sözcük Eski Fransızca’ya *pur* ‘saf, basit; mutlak’ şeklinde geçmiş; buradan da İngilizce’ye *pure* ‘karıştırılmamış, katkısız, mutlak; çıplak, yalnızca; cinsel açıdan saf, bakire, iffetli’ şeklinde geçmiştir” (“Pure” (2021)). Turani, pürizmin bir sanat akımı olarak ortaya çıkışını ve özelliklerini ise şöyle açıklamaktadır:

“1918’de Amedee Ozenfant ve sonraki adı Le Corbusier olan ünlü mimar Edouard Jeanneret tarafından *Apres le Cubisme* adı altında yayımlanan manifestoda kübizm dikkatle incelenip eleştiriliyor ve yeni estetiğin resme sağlam, teorik bir temel getirmesi gerektiği belirtiliyordu. Kübizmin giderek başlangıçtaki özelliklerini kaybettiği ve dekoratifleştirildiği öne sürülüyordu. Pürizmin amacı “sağlıklı” bir sanat idi. Resimden bütün fantezist ve deneysel öğeler atılmalı ve nesnel yapısal bir basitliğe indirgenmeli ve makine öğeleri gibi yalınlaştırılmalıydılar. Ve biçim kesin bir yetkinliğe ulaştırılmalıydı. Buna ancak nesnel fonksiyonellik görünüşünden vazgeçilmesiyle ulaşılabilirdi. Pürist sanat teorisi, göze hoş gelen her şeyi, hatta göz okşayıcı renkleri de resimde yasaklıyordu. Arabesk görüntüleri de reddediyordu. Bu iddialara rağmen pürizm resme yeni bir nefes getiremedi ve arkasından kimse gitmedi. Yalnız Le Corbusier ve öğrencileri bu akımı bir süre yaşatmak için çalıştılar.” (Turani, 2020, s. 120).

Pürizmin dilsel alana uygulanması ise dilin saflaştırılması, yani dilin her türlü yabancı etkiden arıtılması ve dil birliğinin sağlanması anlamına gelmektedir. Dilde pürizm tarihsel süreçte pratik olarak kendi anlamını bulmasına rağmen, bu kavram ilgili tartışmalarda Nazi Almanya’sının uygulamalarından yola çıkılarak ırkçılıkla eşdeğer tutulmuştur. Hatta Nazi uygulamalarını örnek göstererek dillerin saflaştırılmasından vazgeçilmesi gerektiğini iddia edenler de olmuştur. Öte yandan dilin saflaştırılmasının antiempyalist çizgide bağımsız bir duruşun gereklerinden biri olduğunu savunanlar da olmuştur. Bir diğer üçüncü çizgi, evrensel zeminde tüm insanlığın ortak

⁴ Langer&Nesse (2012) dilbilimsel saflaştırma kavramını hem toplumdilbiliminin hem de tarihsel dilbiliminin konusu olarak görüyorlar. Onlara göre konu toplumdilbilimseldir, çünkü dil kullanıcılarının belirli bir dil hakkında ne düşündükleriyle ilgilidir; konu tarihsel dilbiliminin konusudur, çünkü ulusların yaratılma süreçleriyle ve bazı dillerin veya kültürlerin istenen veya istenmeyen olarak belirlenmesiyle ilgilidir (2012, s. 607).

bir dilde buluşmasını isteyenlerdir. İnsanlığın ortak dilde buluşmasını isteyenler işi o denli ileri götürmüşlerdir ki Esperanto adını verdikleri uydurma dille insanlığın ortak dilini oluşturmayı hedeflemişlerdir. Esperanto 1922 yılında Milletler Cemiyeti tarafından da kabul edilmesine rağmen geniş anlamda kabul görmeyerek zamanla güncelliğini kaybetmiş ve hiçbir zaman bir uluslararası iletişim dili olamamıştır (“Esperanto” (2023)). Ama dilde saflaştırma, Nazi uygulamaları gibi öjenik uç örneklerine rağmen tüm dünyada asgari düzeyde kabul görmüştür.

16. yüzyılda Avrupa’da Rönesansla birlikte ortaya çıkan hümanizma (insancılık) anlayışı yerel dillerin yükselişini de beraberinde getirmiştir. Bu dönemde yazarların ve şairlerin, insanın değeri üzerine olduğu kadar kendi dillerine de güzellikler yazmaları ve dahası kendi dillerini diğer dillerden üstün tutmaları oldukça yaygın bir tarz olarak dikkat çeker. Bu durum kaçınılmaz olarak bir dilsel rekabeti ve buna bağlı olarak da *saf dil* idealini ortaya çıkarmıştır. Dilin saflaştırılması hareketi, farklı dönem ve coğrafyalarda başka başka biçimlerde savunulup uygulanmıştır. Yeniçağ Avrupası’nda dilsel saflaştırma hareketlerinin hiç de az görülmediğini ve de oldukça önemsendiğini belirten P. Burke (2016, s. 223)’nin, bu dönemdeki dilsel saflaştırma hareketlerinin niteliğine ilişkin tespiti şöyledir:

En az üç tür saflaştırma biçimi savunulmuştur. Dil ahlaki olarak, ‘kötü konuşma’ya karşı saf olmak zorundaydı. Dil, aynı zamanda sosyal olarak saf olmak, başka bir deyişle yüksek sınıfın kullanım biçimlerini takip etmek zorundaydı. Son olarak dil, bugünkü tanımıyla ‘etnik’ anlamda saf olmalı, yabancı ifadeler yerine yerli olanları içermeliydi. (Burke, 2016, s. 224).

Dili saflaştırma hareketi yoğunluklu olarak Yeniçağ Avrupası’nda görülmekle birlikte bu tarz hareket ve uygulamalar tarihin farklı dönemlerinde ve farklı coğrafyalarda da izlenebilmektedir. Örneğin “İran, İslam’ın son binyılda toplum üzerinde ezici etkisiyle yayılmaya başladığı ilk dönemden bu yana Farsça’daki Arapça alıntı sözcüklerin miktarını düzenlemeye çalışmıştır” (“Dili saflaştırma politikaları” (2021)). “17. yüzyılda Almanya’da temel idealleri dilin saflığı olan toplulukların kurulduğu (Burke, 2016, s. 237), Latin tarihçilerinin Latince saflığın kaybını kendi dönemlerinde artan kırsal kesim barbarlığına bağladıkları ve saflığın kaybı için yas tuttukları (Burke, 2016, s. 228) da bilinmektedir.” Bununla ilgili daha çarpıcı örnekler var: “Peru’da Tupac Amaru isyanı bastırıldıktan sonra vali Arequipa, merkezileşme önünde engel olarak gördüğü yerli dillerin kaldırılmasını savunmuştur” [Mannheim, 1991 (aktaran: Burke 2016, s. 259)]. “Yunanistan’da Yunancanın bağımsızlığı *Katarevusa* adı verilen saf dile ulaşmakla mümkün görülmüş, bunun için de yabancı sözcüklerin, özellikle Türkçe sözcüklerin elenmesi girişiminde bulunulmuştur” [Jeffreys, 1983 (aktaran: Burke, 2016, s. 266)]. “Almanya’da 17. yüzyıldaki ilk girişimlerden sonra, özellikle 19. yüzyıl boyunca dili yabancı kelimelerden temizlemek için düzenli çalışmalar yapılmış, 1885’te Alman Dil Kurumu’nun kurulması ve resmi dergisi *Muttersprache* ile bu girişimler ve çalışmalar kurumsal bir biçim almıştır” [Townson, 1992 (aktaran: Burke, 2016, s. 267)].

Anlaşılan o ki konuşulduğu toplulukta zamanla toplumbilimsel bir olgu olarak yer eden dil, konuşurlarınca sahiplenilebilmekte, neredeyse kutsanabilmekte ve yabancı etkilere karşı korunan toplumsal bir *üst değer* hâline gelebilmektedir. Fransız Devrimi’nden önce belli belirsiz görünür olan bu durum, ulus devletlerin kurulma sürecinde iyice belirginleşmiştir. “Bir milletin tüm bireylerinin aynı dili konuşması zorunluluğu ilk defa Fransız Devrimi sırasında, o sürece ait evrenselleştirici politikalar dahilinde ifade edilmiştir.” [Certeau vd. 1975 (aktaran: Burke, 2016, s. 250)]. Konuyu Türkiye odaklı olarak değerlendiren Bülent Bilmez ise, bu aynı dili konuşma zorunluluğuna eleştirel olarak yaklaşmaktadır: “Ulusun çoğu zaman en önemli ve güya en somut inşa unsuru olarak görülen dile, ulus inşacı elitler dört elle sarılmıştır. Dil, ezelden var olan birleştirici / yapıştırmacı unsur olarak değişik romantik söylem araçlarıyla yüceltilerek inşa sürecinde kullanılmıştır.” (Bilmez, 2021, s. 27).

1. 1. Fransız Devrimi’nden Sonra Dili Saflaştırma Hareketleri

Fransız Devrimi ile birlikte *ulusçuluk / milliyetçilik* güçlenmiş, ardından gelen Balkanlaşma hareketiyle dilde saflaştırılmaya gidilmesi bir zorunluluk hâlini almış ve neredeyse bütün dünya, yazı dilinin konuşma diline yaklaştırılması için dilde saflaştırmayı uygun bir araç olarak görmüştür. Dilin saflaştırılması entelektüel ve akademik tartışmaların değil Fransız Devrimi’nin de etkisiyle ortaya çıkan siyasal gelişmelerin bir sonucudur. Bu etki zamanla dil üzerinde kendisini iyiden iyiye göstermeye başlamıştır. Ancak belirtildiği gibi bu durum da birdenbire ortaya çıkmış değildir. Nitekim genellikle toplumsal ve kültürel değişim talepleri birdenbire ortaya çıkmaz ve ilgili dönüşümler kısa vadede gerçekleşmez. Devrim’den önce de dilin millileştirilmesi girişimleri elbette vardı, ancak bu denli belirgin ve bilinçli değildi; dahası bu denli politik değildi. Burke bu durumu şöyle özetlemektedir: “1789’dan itibaren Avrupa’daki ve diğer bölgelerdeki hükümetler artan bir şekilde, sıradan insanların günlük dilleriyle ilgilenmeye başlamışlardır. Bunun nedeni, dilin hem milli toplulukların yaratılmasına yardımcı olması hem de milli topluluğu ifade etmesidir. Bu zamanda dilin ‘millileştirildiği’ni ya da ‘millet kültü’ünün bir aracı hâline geldiğini söyleyebiliriz (Burke, 2016, s. 251).

Belirli sınırlar içinde yaşayan bir topluluğun *ulus / millet* olarak adlandırılması için ortak duygulara sahip olması gerekir. Kuşkusuz bu ortak duygular en fazla dilde ve dille kodlanır ve dilde ve dille somutluk kazanır. Bunun farkında olan siyasi iradeler (devletler ve hükümetler), egemenlikleri altında bulunan sınırları çizilmiş coğrafyada standart bir dil oluşturmaya çalışırlar. Bu politikanın uygulanmasında çok farklı araçlar kullanılabilir. Burke'ye göre en önemli ve yaygın araçlardan biri zorunlu ilkokul eğitimidir. "Taşradaki 'ağızları' yok etmek, yerel dilleri baskılamak ve yerine standart dili yaygınlaştırmak için okullar kurulmuştur. Evrensel, zorunlu ilkokul eğitimi on dokuzuncu yüzyılda birçok Avrupa ülkesine girmiştir." (Burke, 2016, s. 261).

Standart bir dilin yerleşmesi için kuşkusuz en etkili araçlardan biri olan zorunlu ilkokul eğitimi uygulaması, ilk olarak Avrupa'da görülmüş, ancak, kısa sürede dünyanın diğer bölgelerindeki devletlerce ve hükümetlerce de örnek alınmış ve uygulanmıştır. Öte yandan, dilde standartlaştırmanın okullardan başka araçları da vardır. Bu araçlardan bazıları standartlaştırma ve saflaştırma hareketleriyle eşzamanlı iken bazıları zamanla teknolojik gelişmelere paralel bir görünüm sunarlar. Burke bu noktada demiryollarına dikkat çekmektedir. Ona göre, "Demiryolları iç göçü kolaylaştırmış, metropol gazetelerinin şehirlerden diğer bölgelere ulaşımını sağlayarak ulusal dillerin birliğini teşvik etmiştir. Ulusal haberler bu yolla bütün okuyuculara, ulusal sınırlar içinde aynı dille sunuluyordu." Burke ayrıca "Yeniçağ Avrupası sonrası için radyo ve televizyon araçlarından da söz etmekte, bu kitle iletişim araçlarının standart dili getirdiğini belirtmektedir" (Burke, 2016, s. 261). Burke'nin Yeniçağ Avrupası için ortaya koyduğu tespitlere günümüzün internet iletişimini ve bilişim teknolojilerini eklemek yerinde olacaktır. Nitekim bu aygıtlar yalnız dilde değil, yaşam biçimlerinde ve değerler sisteminde de bir standartlaşmayı getirmekte, daha az sayıda ve daha az güçlü olanların kürede *kendileri olarak var olmaları* giderek güçleşmektedir.

Ulus devletler temel kurumlarını standart dille kurdukları gibi bu kurumların işleyişini de standart dil aracılığıyla gerçekleştirmişlerdir. Çünkü eğitim, ordu, adalet, sağlık kurumlarında ancak standart bir dil aracılığıyla anlaşmak mümkün olabilirdi. Bu kurumlarda vatandaş statüsünde görülmek isteyen her bir birey de bu ortak dili öğrenmek ve kullanmak zorundaydı. Dahası, *devletin resmi dili* prestijine sahip olan bu ortak dili layıkıyla öğrenip kullanmak vatandaşın, kendisine kamuda yer bulmasının ve ilerlemesinin ön koşuluydu. Bilmez (2021, s. 25) "bu bağlamda modernist ulus-devletleri, "eşsiz olanaklarının ölümcül gücü"yle "felaket derecesinde başarılı" bulmaktadır."

Dil politikalarının bir diğer ayağı ise alfabe konusudur. Bu, her ne kadar dünya çapında görünen bir sorun değilse de yine de siyasi iradeler tarafından çözülmesi gereken bir konu olarak düşünülmüş ve bu konuda ciddi tartışmalar yaşanabilmiştir. Örneğin, "Romenler on dokuzuncu yüzyılda Paris modeline uyup Kiril alfabesini bırakmışlardır. Çünkü bu alfabe Ortodoks geleneğin simgesiyken, Latin alfabesi sekülerizmi işaret ediyordu." (Burke, 2016, s. 264). Benzer bir eğilim, yine Latin alfabesi ekseninde, hem Osmanlı Devleti'nin son döneminde hem Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk döneminde ve fakat birbirinden farklı amaçlarla görülür. Osmanlı döneminde, dar bir çevrede tartışılıp savunulan bir eğilim olarak ortak bir alfabeyle Türkçülük-Turancılık ekseninde bir birlik sağlanabileceği görüşü ortaya çıkmışken, Cumhuriyet döneminde, devlet politikası bağlamında Batı ile ortak alfabe kullanarak Batılı-modern bir toplum yaratılması amaçlanmıştır.

Dilleri saflaştırmada standartın neye göre belirleneceği de önemli bir sorunsaldır ve hangi dilsel kullanımın veya hangi konuşur grubunun merkezi bir konuma yükseltileceği konusu değişkendir. Burke, "Yeniçağ Avrupası'nda bu standartizasyonun elit sınıfların diline atıfta bulunarak tartışıldığını, bugünse tartışmanın herkesin dilini içerdiğini belirtir. Dahası, yabancı etkilere nispeten kapalı olan köylülerin dili sıklıkla standart olarak alınmıştır." (2016, s. 265).

1. 2. Türklerde Dili Saflaştırma Hareketleri

1.2.1. Tanzimat Dönemi'nde Dili Saflaştırma Hareketleri

Tanzimat Dönemi'nde dilde saflaştırma hareketlerine geçmeden, Anadolu sahasında Türk dilinde daha önce görülen bazı dilsel hareketlere değinmekte yarar var. 16. yüzyılda Divan Edebiyatı'nda Arapça ve Farsça sözcükleri daha az kullanarak sade bir Türkçe ile şiir yazmayı savunan ve *Türkî-i Basit* diye adlandırılan hareket bunlardan biridir. Bu hareketin edebiyatta yabancı sözcüklerin giderek daha fazla kullanılmasına karşı bir tavır olduğu muhakkaktır. Fakat bu tavır, Tatavlı Mahremî ve Edirneli Nazmî'den başka hiçbir Divan şairinde görülmemiş, bir akım hâlini almamıştır. Kaldı ki adı geçen şairler de bu tavırlarını ancak sınırlı sayıda şiirde göstermişler, daha sonraki eserlerinde sürdürmemişlerdir. Bu nedenle bu hareketin bilinçli bir ulusçuluk düşüncesinden kaynaklandığını ve bilinçli bir sadeleştirme hareketi olduğunu söylemek aşırı bir yorum olacaktır. Bu hareket, esas itibarıyla edebî dilin yabancı sözcüklerin fazlasıyla etkisinde kalmasına karşı gösterilen kişisel tepkiler olarak okunabilir. Yine, Lale Devri'nde şair Nedim'in öncülük ettiği ve *Mahallileşme* olarak adlandırılan, şiirde sade dil kullanma tercihi de benzer bir durum olarak değerlendirilebilir. Nitekim bu tercih de filolojik bir

terim olan *akım* sözcüğüyle betimlenemez. Anadolu coğrafyasında zaman zaman görülen, şiirde sade dil kullanma tercihi -her ne kadar bir akıma dönüşmemişse de- dil bilincine sahip şairlerin yetiştiğini göstermesi bakımından önemlidir. Aynı eğilim zaman zaman Türk Halk şiirinde de kendisini gösterir. 17. yüzyılın önemli şairlerinden Kul Nesimi, “Arabî Farisî bilmem dile minnet eylemem.” (Gündoğdu, 2020, s. 6) dizesiyle kendi döneminin şiir diline tepki göstermiştir. Ancak, şairin söz konusu şiirinde kullandığı Arapça ve Farsça sözcüklerin çokluğu ve özellikle Farsça tamlamaların varlığı gösterilen tepkiye karşıt bir durum gibi görünmektedir. Buradan hareketle ve şiirin bütününe bakıldığında, şairin aslında bu iki dili bildiği ve sorununun bu dillerle değil bu dilleri bir çeşit siyasi güç kazanma ve görece kültürel üstünlük kurma aracı olarak kullanan mevcut siyasi iradeyle olduğu düşünülebilir. Neyle güdülenmiş olursa olsun sonuç olarak şairin dilin sadeleşmesi yönündeki isteği açıktır. Türk dili tarihinde sade bir Türkçeyi kullanmasıyla bilinen, yaşadığı uzak coğrafyaya karşıt olarak düşünceleri Anadolu Müslümanlığını ciddi biçimde etkilemiş olan Hoca Ahmed Yesevî’yi de anmak yerinde olacaktır. “Hoca Ahmed Yesevî Arapça ve Farsça bilmesine rağmen geniş halk kitlelerine sade bir Türkçeyle ulaşmayı tercih etmiştir” (Akçora, 2021, s. 12). Ancak bu noktada da 11. yüzyılın Türkistan coğrafyasında, geniş halk kitleleri Müslümanlığı benimsemiş olsa da Arapçanın Türkler tarafından henüz tam anlamıyla ibadet dili olarak benimsenmediğini ve bu dilin Türklerin akıl yapısında henüz derinlemesine etki edemediğini de belirtmek gerekir.

Tanzimat’tan önce ortaya çıkan birtakım ihtiyaçların karşılanması amacıyla dil konusunda bazı zorunlu uygulamalar olduğu da dikkati çekmektedir. Bunlardan en erkeni ve belirgin bir biçimde görüneni ordunun dilinin standartlaştırılmasıdır. Bilindiği üzere, Yeniçeri Ocağı II. Mahmut döneminde, 1826 yılında kaldırılmıştır. Bunun yerine kurulan ve Nizam-ı Cedid anlayışını yansıtan ordu, Prusya ordu modeline dayanıyordu. Bu modelde askerler, Yeniçeri Ocağı’nın aksine profesyonel erlerden değil dönemlik olarak halkın içinden seçiliyordu. Böylece profesyonel ordudan halk ordusuna doğru bir geçiş sağlanmıştı. Yeniçeri Ocağı kendi içinde Anadolu Türkçesi konuşuyordu. Halk ordusuna geçişle birlikte Osmanlı ordusunun çok kültürlü ve çok dilli bir yapıda olması göz önünde bulundurulurken en azından komut dilinin ve ordunun ihtiyaçlarının karşılanması için standart bir dile geçiş zorunlu hâle gelmiştir. Bu anlamıyla belli bir elit tarafından kullanılan Osmanlıca’nın aşamalı olarak halkın konuştuğu Türkçeyle bir araya gelmesi sağlanmıştır. Böylece yazı dilinin toplumsallaşması bir anlamda orduda başlamıştır.

Benzer bir durum Cumhuriyet’te de görülür. Cumhuriyet’in ilk dönemlerinde Türk Silahlı Kuvvetleri’ne alınan askerlerin zorunlu okuma - yazma kurslarına tabi tutulmaları ve arkasından belli bir okuma ve yazma seviyesine gelmeleri zorunlu hâle getirilmiştir. Cumhuriyet’in en önemli politik uygulamalarından biri olan ve geniş kitlelere yayılan okuma-yazma seferberliği henüz başlamamışken askere alınan erler, almaya zorunlu oldukları bu okuma-yazma eğitimiyle seferberlik öncesi dönemin ilk örnekleri olmuşlardır.

Osmanlı ve Cumhuriyet ordusunda ortaya çıkan bu zorunlu durum açıkça gösteriyor ki belirli bir standart dilin oluşturulması her şeyden önce orduda başlamıştır. Nedeni ise geleneksel ordu modelinden modern orduya geçişin önkoşulunun asgari düzeyde okur-yazar olunmasıdır. Aksi durumda ordunun belli bir yerden başka bir yere transferinden, askerinin kendi arasındaki iletişimin sağlanmasına kadar birçok konuda güçlük çekiliyordu. Bu da gösteriyor ki, her şeyden önce ordunun ihtiyaçları toplumsal ihtiyaçların önüne geçmiş, dildeki *standartlaşma* Tanzimat dönemi aydınlarından çok daha önceleri ordu içerisinde pratik olarak başlatılmıştı.

Öte yandan, Osmanlı Devleti’nde dili saflaştırma ve dilde reform yapma isteği sistemli bir biçimde Tanzimat Dönemi’nde başlamıştır. Bu dönemde eğitim amacıyla yurtdışına giden veya ülke içerisinde Fransızca öğrenen genç aydınlar Fransız Devrimi sonrasında dünyaya yayılan düşünceleri benimsemişler ve bunları tüm yurttan yaymaya çalışmışlardır. Denilebilir ki Tanzimat Dönemi’nde dil, hemen her aydının üzerine düşündüğü, fikir ve önerilerini beyan ettiği bir sorun olmuştur. Ali Suavi, Namık Kemal, Şinasi, Ahmet Mithat, Ziya Paşa ve Şemsettin Sami bu aydınların önde gelenleridir. Aydınlar konuyu, özellikle yazı dili-konuşma dili karşıtlığı ve alfabenin ıslahı bağlamında ele almışlardır. Aydınların yanı sıra devlet adamlarının da bu yönde girişimleri olmuştur:

Mustafa Reşit Paşa, özellikle maarifin halk arasında kolayca yayılabilmesi için bilim ve sanat eserlerinin herkesin anlayabileceği bir dille yazılması gerektiği görüşünü dile ilk getiren kişidir. Onun yetiştirdiği Ahmet Cevdet Paşa da eserlerinde kendisinden önceki nesle göre biraz daha sade bir dil kullanmıştır. (Levend, 1972, s. 81-82).

Türk dilinin saflaştırılmasında süreli yayınlar da çok etkili olmuştur. Süreli yayın etkinlikleri içinde olanların (yazarların ve yayıncıların) sade bir dil kullanmaları hem bilinçli hem zorunlu bir tercih olmuştur. Zira hitap edecekleri halkın onları anlayabilmeleri ancak sade bir dil kullanmalarıyla mümkün olabilirdi.

Öncü girişimler ve hazırlayıcı ilk adımlar bir kenara bırakılırsa Tanzimat Dönemi, Türk dilinin sistemli ve bilinçli bir biçimde saflaştırılmasında başlangıç evresi olarak kabul edilebilir. Dilin sadeliği sorunu ilk kez bu dönemde sadece kişisel bir tercih konusu olmaktan çıkmış, gerek aydınlarca gerek devlet adamlarınca etraflı bir

biçimde ele alınıp tartışılmaya başlamıştır. Yine alfabe sorunu da ilk kez bu dönemde ortaya çıkmış, bu konuda farklı görüşler ileri sürülüp tartışılmıştır. Bütün bu gelişmelerin yanında, bünyesinde farklı etnik grupları ve ulusları barındıran Osmanlı İmparatorluğu'nun *tek dil* politikasını hayata geçirmesi ve bu konuda planlamalar yapması elbette beklenemezdi. Bunun için Cumhuriyet'in ilanını beklemek gerekecekti.

1.2.2. Türkiye Cumhuriyeti'nde Dili Saflaştırma Hareketleri

Türk dilinin saflaştırılması daha açık bir politika olarak Cumhuriyet'le başlamıştır. Öyle ki 20. yüzyılın ilk çeyreğinde görülmeye başlanan *Türk Yurdu*, *Genç Kalemler*, *Türk Ocağı* gibi, dilde ulusalcı güdülerle hareket eden girişimler ve oluşumlar bile ancak hazırlık evresi olarak kabul edilebilir. Zira bu dönemde Türkçenin saflaştırılması hareketinin mevcut hükümet tarafından doğrudan desteklenmediği ve uygulanması konusunda belirli bir politika güdüldüğü görülür. Bu durum ise mevcut siyasi iklimin, yavaş yavaş filizlenmeye başlayan Türkçülük akımı için tam anlamıyla uygun olmayışının doğal sonucudur. Yüzyılın başında siyasi yapı bakımından bir uluslar topluluğu olan Osmanlı Devleti'nin Türkçülük gibi bir akımı benimseyip bu bağlamda politikalar üretmesi doğal olarak beklenemezdi. Yusuf Akçura 1904 yılında kaleme aldığı ve Kahire'de çıkan *Türk* adlı gazetede yayımlanan "Üç Tarz-ı Siyaset" başlıklı makalesinde bu duruma değinmiştir:

Tanzimat ve Genç Osmanlılık hareketlerinde, Türkleri birleştirmek fikrinin varlığına dair hiçbir belirtiye rastgelmedim. (...) Şu muhakkak ki, son zamanlarda İstanbul'da Türk milliyeti arzu eden bir mahfil, siyasi olmaktan ziyade ilmi bir mahfil teşekkül etti. Şemsettin Sami, Türkçe Şiirler'in muhterem müellifi (Mehmet Emin), Necip Asım, Veled Çelebi ve Hasan Tahsin bu mahfilin göze görünen azası olup, *İkdam* bir dereceye kadar düşüncelerinin benimseyicileridir. Günümüzdeki hükümetin, bu doktrine iyi bakmamasından olacak ki, hareketleri pek yavaş oluyor (Yanılmıyorsam, Türk Tarihi'nin ikinci cildinin neşr olunmasına hükümet müsaade etmedi.). (Akçura, 1976, s. 23-24).

1923 yılında Cumhuriyet'in ilanı ile yeni bir devlet kurulmuş ve hemen her alanda olduğu gibi eğitim ve dil konularında da reformlar gerçekleştirilmiştir. Batı uygarlığına ayak uydurmak isteyen bu yeni devlet anlayışının bu bağlamda dilde yaptığı ilk reform Latin alfabesinin kabulü olmuştur. Cumhuriyetin ilanı ile Latin harflerinin kabulü arasında geçen yaklaşık beş yıllık sürede, alfabe konusu neredeyse hep gündemde olmuştur. Konu, Meclis'te, gazetelerde, aydınlar ve yazarlar arasında görüşülüp tartışılmış, reformun gerçekleştiği 1928'e kadar güncelliğini korumuştur.

Latin alfabesinin kabulüne karşı olanlar geçmişle kültürel bağın zamanla kopacağı endişesini taşıyor ve yeni alfabe kullanımına direnç gösteriyorlardı. Ünlü Türkolog Andreas Tietze de bu isimlerden biri olarak dikkati çekmektedir. Tietze "Türk Sözlükbiliminin Problemleri" başlıklı makalesinde, "Türkiye'de dil devrimini yapan kadronun 1928'de Arap alfabesini feshedip Latin alfabesini getirerek eski kültürel gelenekle olan bağları şiddetle ve geri dönülmez bir şekilde kestiğini savunur." (Boz, 2012, s. 13-20).

Latin alfabesinin kabulünün ardından ve 1932'de Türk Dili Tetkik Cemiyeti'nin kurulmasıyla dili sadeleştirme çalışmaları hız kazanmış, hatta bu çalışmalar bir süre sonra dili saflaştırma hareketine dönüşmüştür. 1932-1935 yılları arası Türkçedeki yabancı sözcüklere karşılık bulma etkinliğinin en yoğun olarak yaşandığı yıllardır. Bir yandan tarihsel metinlerden sözcük tarama çalışmaları yapılırken diğer yandan halk ağızlarından sözcük derleme çalışmaları sürdürülüyor, bu sürece gönüllü olarak dahil olanların çabaları dikkat çekiyordu. Öte yandan, yabancı sözcüklere Türkçe karşılık bulma işine giren herkes, doğal olarak, kendince hareket ediyor ve bazı yeni sözcükler böylece ortaya çıkıyordu. Bazı yeni sözcükler Türkçenin mevcut biçimbilgisi özelliklerine göre *yanlış türetme* hatta *uydurma* bile olabiliyordu:

Yabancı sözcüklere Türkçe karşılık bulma çabası 1935 yılı sonuna kadar bu ritimde ve bu görünümde sürmüştür. Levend, gelinen durumla ilgili şu eleştirel tespiti yapmıştır: "Fakat iş o hâle gelmişti ki, herkes kendince 'bulduğu' sözcükleri yazılarında kullanıyor; dolayısıyla yazılarını kendilerinden başkaları kolay kolay anlayamıyordu. Hatta iş iyice çığrından çıkmış, Türkçe sözcüklere bile karşılık arayanlar olmuştur." (Levend, 1972, s. 426).

Bu bağlamda, 1935 yılında ortaya konularak üzerinde çalışılmaya ve tartışılmaya başlanan ve dili saflaştırmanın uç noktası olarak nitelenebilecek olan Güneş-Dil Teorisi'nden bahsetmek gerekmektedir (bu teori ve eleştirisi konusunda bk. Arslanoğlu, 2018). Teorinin ortaya çıkışı kadar bu teoriden hareketle ileri sürülen görüşler ve sonuçları da ilgi çekicidir. Teorinin nasıl ortaya atıldığını Lewis şöyle özetler: "Güneş-Dil Teorisi'nin kaynağının dilbilimci Hermann Kvergic'in 1935 yılında Atatürk'e gönderdiği 'Türk Dillerindeki Bazı Unsurların Psikolojisi' başlıklı daktilo edilmiş bir metin olduğu kabul edilir. Kvergic bu metinde, Türkçenin biçimlenen ilk insan dili olduğunu savunuyordu." (Lewis, 2019, s. 86). Teoriye göre madem Türkçe biçimlenen ilk insan diliydi, o hâlde kaynağı belirsiz olan birçok yabancı sözcük aslında Türkçe olabilirdi. Bu çıkarımdan hareketle şaşırtıcı bir

etimolojik etkinlik başlamıştır. “Mesela botanik sözcüğü bitki ile, sosyal sözcüğü soy ile, termal sözcüğü ter ile, elektrik sözcüğü iltirik, yiltirik, yaltirik ile açıklanabilirdi.” (Levend, 1972, s. 439).

Güneş-Dil Teorisi, 1936’da düzenlenen III. Türk Dili Kurultayı’nın ana konusunu oluşturmuştur. Kurultay’a birçok yabancı bilim adamı davet edilmiştir. Lewis’e göre, “Bu bilim adamlarının söz konusu teorinin anlamsız olduğunu düşünmeleri Atatürk’ün teoriye olan bağlılığını sarsmış olmalıdır.” (Lewis, 2019: 94). Buna göre Atatürk “Zeki bir insan olduğundan, hemen hemen hiç açıkça dillendirmese de ülke içindeki görüşün de aslında bu yabancı ilim adamlarının düşüncelerine paralel olduğunu sezmişti”. Yine Lewis’e göre, “Atatürk, bu teorinin başlattığı gidişatın değiştirilmesinin gerekli olduğuna ise halkı, atalarından kalma kelime hazinesinden vazgeçirmeye çabalamanın beyhudeliğini gördüğünde karar vermişti.” (Lewis, 2019, s. 101).

III. Türk Dili Kurultayı’ndan sonra, yabancı sözcüklere karşılık bulma çalışmaları durma noktasına gelmiştir. Bu dönemde, Atatürk’ün talimatıyla, bilimsel terimlere karşılık bulma çalışması başlamıştır.

1.2.3. Atatürk’ün Vefatından Sonra Dili Saflaştırma Hareketleri

Atatürk’ün vefatından hemen sonra, günlük gazetelerde dil sorunuyla ilgili yazılar görülmeye başlamıştır. Bu yazıların çoğunluğunu, dil reformuna karşı olanların eleştiri yazıları oluşturuyordu. Bunlar arasında, “‘Derleme tecrübesi, bizi sun’i ve sentetik bir dile götürmüştür.’ diyenler; ‘düzme Türkçe’den bahsederek, biraz durmayı, işi bir müddet kendi hâline terk etmeği tavsiye edenler; tecrübe devresinde, lisanın içtimai, pedagojik, edebî tekâmülünün yanlış bir mecraya sevk edilmiş, zararlı ifratlara yol açmış olduğunu iddia edenler vardı.” (Levend, 1972, s. 444).

Dil reformuna karşı olanlar, Atatürk’ün vefatından sonra, eleştirilerini daha açık bir biçimde ve yüksek sesle dile getirmeye başlamışlardır. Özellikle, tek parti iktidarının 1946 yılı genel seçimleri sonrası gevşemesiyle oluşan siyasi iklimin de buna elverişli olduğu düşünülebilir. Dil reformuna karşı duruşun en dikkat çeken etkinliklerinden biri İstanbul Muallimler Birliği’nin düzenlediği Dil Kongresi’dir. Levend kongreyi ve kongreye hakim olan görüşleri şöyle aktarmaktadır:

İstanbul Muallimler Birliği’nin tertiplelediği ‘dil kongresi’nden, üzerinde durulması gereken bir hareket olarak bahsedilmelidir. İstanbul Eminönü Halkevi konferans salonunda, 23 Ekim 1948’de başliarak üç oturum süren bu ‘kongre’, dil devrimine bağlı olanlarla, bu devrimi küçümseyip inkâr edenler arasında çok şiddetli tartışmalarla geçmiştir. Toplantıda, gürültülerle sık sık kesilen konuşmalardan sonra raporlar okunmuştur. Dil devrimini küçümseyenlerin iddiaları şu noktada toplanmaktadır:

- a) “Dil siyasete âlet edilmiştir.
- b) Uydurma kelimeler devlet zoruyla kitaplara sokulmuştur.
- c) Nesiller birbirini anlamaz hale gelmiştir.
- ç) Dil Kurumu’nda çalışanlar emirle iş gören, bilgisiz kimselerdir.

Şu sonuca varılıyor: Bu işden vaz geçilmeli, Atatürk’ün I. Dil Kurultayı’nı topladığı 1928’den önceki devre dönülmeli, Kurum hükümetçe ‘teftiş ve tasfiye’ edilmelidir. (Levend, 1972, s. 452).

Türk Dil Kurumu ise, Levend’in deyimiyle, Atatürk’ün vaktiyle çizdiği program çerçevesi içinde çalışmalarına devam etmiştir (Levend, 1972, s. 444).

1.2.4. 1950 Yılından Sonra Dili Saflaştırma Hareketleri

1950 yılının Türkiye için siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan bir dönüm noktası olduğunu söylemek yanlış olmaz. 1950’de yapılan seçimlerde, yaklaşık 27 yıl süren tek parti iktidarı sona ermiş ve yaklaşık 10 yıl sürecek olan başka bir tek parti iktidarı başlamıştır. Bu yıllarda dil politikasında da belirgin bir değişiklik görülür. Cumhuriyet Halk Partisi’nin iktidarı döneminde devlet politikası olarak uygulanan saflaştırma hareketi yaklaşık 20 yıl pek aksamadan devam etmiştir. 1950 yılından sonra ise saflaştırma hareketinin inişli çıkışlı bir seyir izlediği gözlenir. Levend bu duruma örnek oluşturan şu kaydı aktarmaktadır:

Anayasa metnindeki öz Türkçe kelimelerin değiştirilmesi için 1952 yılı başlarında İstanbul Milletvekili Fuat Köprülü ile 203 arkadaşı tarafından Büyük Millet Meclisi’ne bir teklif sunulmuştur. Hazırlanan taslakta “belirir” yerine “tecelli eder”, “toplanır” yerine “temerküz eder”, “kendii” yerine “bizzat”, “eliyle” yerine “marifetiyle”, “kurulur” yerine “teşekkül eder”, “katılmak” yerine “iltihak etmek”, “olduğu gibi” yerine “aynen”, “yanında” yerine “nezdinde”, “belli” yerine “muayyen”, “güven” yerine “itimat”, “tek başına” yerine “münferit”, “açık” yerine “alenî”, “kesin” yerine “kat’î”, “yetki” yerine “salâhiyet”, “sanık” yerine “maznun”, “ödenek” yerine “tahsisat” vb. kelimeleri konulmuştur. Anayasa komisyonu daha ileri giderek, teklifteki bazı Türkçe kelimeleri de kaldırarak yerlerine yabancı kelimeler koymuştur. Meselâ “çoğunluk” yerine “ekseriyet”, “boşalınca” yerine “inhilâl edince”, “bunun dışında” yerine “müstesna olmak üzere”, “ilgili olduğu” yerine “taallûk ettiği” gibi (Levend, 1972, s. 465).

1960 yılında gerçekleşen askeri müdahaleden sonra ortaya çıkan siyasal iklimde ise dil politikasında tekrar saflaştırma hareketine dönülmüştür. İmer'e göre, "1950-1960 yılları arasında hükümet aracılığıyla başlayan Türk Dil Devrimini destekleme çabaları, 1960 yılından sonra ortadan kalkmıştır." (İmer, 1976, s. 94). Bu yıllarda, saflaştırma hareketinin devlet tarafından özellikle desteklendiği görülmektedir. Öyle ki bunun için dönemin hükümeti tarafından ilgili genelgeler yayımlanmış, yasalar çıkarılmıştır. Bununla ilgili olarak İmer'in verdiği bilgiler dikkat çekicidir: "Hükümet başkanı tarafından bakanlıklara gönderilen 28.1.1961 tarihli genelge ile Türkçe karşılıkları bulunan yabancı sözcüklerin kullanılmaması bildirilmiştir. Yine aynı yılda (11.10.1961) yayımlanan bir Başbakanlık genelgesiyle resmi yazışmalarda kullanılan sözcüklerin, ulusal devrim anlayışına uygun olarak Türkçe karşılıklarının kullanılması ve her kuruluşu ilgilendiren terimlerin bir an önce saptanması istenmiştir. 1961 yılı temmuz ayında kabul edilen yeni anayasa ile hukuk diliyle genel kullanım dili arasındaki ayrılık ortadan kaldırılmış, birçok Türkçe sözcüğün ve hukuk teriminin dilimizde yerleşmesine yol açılmış oluyordu." (İmer, 1976, s. 94).

Saflaştırma hareketinin, ilerleyen yıllarda her dönem farklı bir seyir izlediği görülür. Saflaştırma hareketi bir dönem desteklenirken, başka bir dönemde hareketin tam aksi uygulamalar görülmüştür. 1980 yılında gerçekleşen askeri müdahale ülkedeki neredeyse her kurumu olduğu gibi Türk Dil Kurumu'nu da etkileyecekti. Zira, müdahaleden iki yıl sonra yürürlüğe konulacak olan yeni anayasanın taslağında kullanılan dil, Kurum'da meydana gelecek olan değişimin habercisi gibidir. Taslakta eski ve yeni sözcükler bir arada kullanılmıştır. Lewis'e göre, "Anayasa taslağını hazırlayanlar eskiye biraz eğilimli olmakla beraber, eski ve yeni arasında aşağı yukarı bir orta yol tutturmak istedikleri yönünde bir izlenim bırakmışlardır." (Lewis, 2019, s. 240). Nitekim, "TDK'yi başbakanlığa bağlı olarak yeni kurulan Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu'nun bir parçası olarak yeniden oluşturan bir kanun 1983 yılında Meclis'ten geçmiş ve bunun sonucunda TDK'nin başına farklı bir idare heyeti gelmiştir." (Lewis, 2019, s. 240). Bu yasayla Türk Dil Kurumu'nun yapısal değişimi başlamıştır. Kurum, giderek sözvarlığının hangi sözcüklerden oluşması gerektiğiyle ilgili keskin uygulamalarından vaz geçmiş, yaptırım gücünü azaltmış ve ağırlıklı olarak Türkçe üzerine herkesin serbestçe bir dil kullandığı dilbilgisel ve filolojik çalışmalara yönelmiştir.

Bu idari değişiklikle birlikte Kurum'un bu kez Arapça ve Farsça dışındaki dillere karşı bir dil seferberliği başlattığı görülür. Çünkü yüzünü doğudan batıya doğru çeviren Türkçenin dağarcığına epey zamandır Arapça ve Farsça değil İngilizce sözcükler girmektedir. İşte yeni Türk Dil Kurumu, Türkçeyi artık batılı dillerin etkilerinden koruma görevini üstlenmiş oluyordu. Böylece, Kurum yeni yabancı sözcüklere Türkçe karşılıklar önermeyi sürdürdü. Ancak önceki anlayışla arada ince bir fark vardı: 1995 yılında Kurum'un yayımladığı ve o güne kadar yapılan önerileri içeren *Yabancı Kelimelere Karşılıklar* adlı kitabın giriş bölümünde "Yüzyıllar boyunca dile girmiş kelimelerin, kaynağı ne olursa olsun, Türkçe olarak kabul edileceği; kuralları ihlal edecek şekilde oluşturulmuş kelimelerin, eğer halkın diline tamamen yerleşmişse, makbul addedileceği belirtilmiştir." (Lewis, 2019, s. 245).

Saflaştırma hareketi 1983'ten itibaren yavaş yavaş eski önemini kaybetmeye başlamıştır. Saflaştırma konusunda eskiyle yeni arasında bir orta yol bulunmuştur. Dilin saflaştırılması konusunda o zamana kadar yapılan tartışmalar bir sonuca ulaşmadan kendiğinden sönmüştür. Dilbilimsel akademik çalışmalar ve akademi dışı entelektüel tartışmalar ise dilde saflaştırma politikalarının ardından yürümüş, ancak olup bitenlerin anlaşılmasında sınırlı bir etki göstermiştir. Dünyanın hemen hemen her ülkesinde dilde saflaştırma politikaları ve bu politikalara bağlı uygulamalar, bu politika ve uygulamaların yanında ve karşısında yer tutanlara bol miktarda tartışma malzemesi üretmenin ötesine geçememiş, diller her türlü dışsal etki ve müdahalelere rağmen kendi mecrasını bulmuştur.

1.2.5. Saflaştırma Hareketinin Türkiye Türkçesinde Görünen Etkileri

Saflaştırma hareketinin Türkiye Türkçesinde görünen en önemli etkisi dilin sözvarlığıyla ilgili olarak geldiği son aşamayı da açıklar niteliktedir. Türk Dil Kurumu'nun kurulduğu 1932 yılından yine Kurum'un yasayla yapısal değişikliğe uğradığı 1983 yılına kadar geçen yaklaşık 50 yıllık süreçte özellikle Arapça ve Farsça sözcüklerin yerine binlerce yeni sözcük önerilmiştir. Çetinkaya (2022)'de bu yeni sözcüklerin özellikle yazı dilinde büyük oranda kabul edilip kullanıldığı, bunların zamana direnç gösterip dilde yerleştiği ve hatta önemli bir bölümünün anlık oluşum, yeni öge ve yerleşikleşme aşamalarını geçerek sözlükselleştiği⁵ tespit edilmiştir. Buna

⁵*Sözlükselleşme* (lexicalization) terimi, Türkçe literatürde de artzamanlı veya eşzamanlı bakış açılarına göre farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Belli başlı tanımlamalar şöyledir: "Sözlükselleşme dilbilgiselleşmenin tersi yönüdür. Sözcük ile söz dizimi ilişkisinde ortaya çıkan anlam bilgisel bir olaydır. Bir bağımlı biçim biriminin asıl biçim birimi haline gelmesi, bir söz dizimi biriminin kalıplaşarak ve anlam daralmasına uğrayarak, bir sözlük birimi haline gelişi, sözlükselleşmedir." (Karaağaç, 2013, s. 784). "Sözlükselleşme, bir yeni türetme sözcüğün zamanla

göre toplam 3122 yeni sözcüğün 2759 adedi *Türkçe Sözlük* (2011)'e alınmıştır ve bu sayı süreç içerisinde önerilen sözcüklerin yaklaşık %88'ini oluşturmaktadır (Çetinkaya, 2022, s. 100). M. Doğan, *Devlet Sözlük Yazar mı?* başlıklı kitabında, “Devletin dilin kendisine değil halka ait olduğunu hatırlama tutması gerektiğini, daha 1945 yılındaki ilk baskısından itibaren Türk Dil Kurumu'nun *Türkçe Sözlük*'ünün gerçek halk kullanımlarını yansıtmayan ideolojik bir sözlük olduğunu belirtiyor” (Doğan, 2007, s. V) ve “Maalesef Türkçe 20. yüzyılı bazı kazançlara rağmen ciddi kayıplarla kapattı.” (Doğan, 2018, s. 143) diyor. Ancak yeni sözcüklerin yerleşikleşme durumları, ideolojik başlangıçların doğallık kazanabildiğini ve yeni sözcüklerin büyük ölçüde *kaybedildiği* düşünülen kavramları da göstermeye başladığını kanıtıyor.

Öte yandan yeni sözcüklerin yazı dilinde çok daha fazla yerleştiğini, yazı diline çok daha fazla tutunduğunu da kabul etmek gerekmektedir. Nitekim “1008 uydurma sözcükten 734 adedi TUD sözlü metinlerinde görülmemektedir, bu ise %73 gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Uydurma sözcüklerin yazı dilinde büyük oranda tutunup yerleşikleşmesi ve hatta sözlükselleşmesi daha hızlı ve daha kolay olmuş gibi görünmektedir” (Çetinkaya, 2022, s. 85). Başka bir deyişle, Türkiye'deki dil reformunun standart bir yazı dili oluşturduğunda kuşku yoktur. Ancak konuşma dilinde hedeflenenin gerisine düşüldüğü de bir gerçektir. Standart yazı dilini enikonu konuşup yazanlar toplumun aydın kesimi ve belirli bir seviyeye kadar eğitim gören kişilerdir. Oysa günlük hayatın içindeki insanların, örneğin esnafın, çiftçinin, zanaatkarın konuşma alışkanlıklarında büyük ölçüde değişim olmamıştır. Bu bakımdan toplumun bazı kesimleri arasında, dil kullanımı açısından belirgin farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tespit edebildiğimiz kadarıyla, Türkiye Türkçesi ağızları üzerine betimleyici birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, günümüzde geniş halk kitlelerinin günlük ve ortak konuşma dilleri üzerine gerek sesbilgisi veya biçimbilgisi gerekse sözvarlığı bakımından herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Bu durum, bir su tesisatçısı ile bir profesörün, bir doktorla bir manavın veya bir öğretmenle bir apartman görevlisinin bireysel ve yöresel dil özelliklerinin silikleştiği bir üst konuşma varyantının sınırlarının çizilmesinin güçlüğüyle ve böyle bir çalışmanın dayanabileceği bir veri tabanının mevcut olmamasıyla açıklanabilir. Bununla birlikte, basit bir filolojik gözlemlerle, adları geçen dil kullanıcılarının çeşitli dil düzlemlerinde birbirleriyle iletişim kurarken örneğin *düzyer* yerine *seviye*, *yaşam* yerine *hayat*, *deneyim* yerine *tecrübe*, *eder* yerine *fiyat*, *sağaltım* yerine *tedavi* sözcüklerini tercih ettikleri sonucuna ulaşılabilmektedir.

Yeni sözcüklerle ilgili olarak dikkati çeken bir nokta bu sözcükler içinde, Türkçenin biçimbilgisi bakımından atipik kabul edilebilecek sözcük türetme yolları (uydurma, eksiltme, kırpma, birleştirme, kalıplaştırma vb.) kullanılarak oluşturulmuş pek çok sözcük bulunmasıdır. Bu bağlamda, Türkçenin yeni sözcükler elde etmede en azından diğer birçok dil kadar kendi biçimbilgisi sınırlarını aşmaya eğilimli ve kendi tipik özelliklerini öteleyecek kadar esnek bir dil olduğu söylenebilir. Hatta Türkçede bu süreçte bazı sözcüklerin önekleşme eğilimi gösterdiği, önekleşme eğilimi gösteren sözcüklerle başka sözcüklerin birleşmesiyle yeni göstergeler elde edildiği görülmektedir: *öngörü*, *öngörülü*, *öngör-*, *başhekim*, *başöğretmen*, *başyapıt* gibi (daha ayrıntılı bilgi için bk. Yüceol Özen, 2014).

SON DEĞERLENDİRMELER

Dil reformu veya Türkiye literatüründe daha çok kullanılan karşılığıyla *dil devrimi*, dünyada ve Türkiye'de genellikle dilin ihtiyaçlarını sonucunda ortaya çıkan bir durum değildir. Dil devrimleri çok büyük ölçüde ideolojik yaklaşımların ve dönemin siyasal tercihlerinin sarmalında bir dile yapılan dış müdahaleler bütünüdür. Bu tespit, söz konusu devrimlerin başarısı veya başarısızlığı veya müdahalelerin haklılığı veya haksızlığı konularını en azından başlangıç aşamasında tartışma dışında bırakmaktadır. Ancak doğal olarak bu tespitin hemen sonrasında araştırmacı, devrimlerin başarısı veya başarısızlığı veya müdahalelerin haklılığı veya haksızlığı konularını da

dilde yayılması ve söz varlığının bir ögesi olarak sözlüklere alınma sürecidir. Belli bir alanın terimleri de o bilim dalından çıkarak yaygınlaşırsa ve genel dile katılırsa, sözlükselleşmiş olur.” (Hengirmen, 2009, s. 342). “Sözlükselleşme bir dilin sözcük dağarcığı içindeki bir sözcüğün, (dil genel kurallarına ait ayrıcalıkları içermesine karşın) özel bir kimliğinin ya da durumunun olduğunu kabul etme işini belirtir. Sözcükçede türetimciliğin varlığını benimsemeye ve sözlüksel birimleri düzgülleme işidir.” (Günay, 2007, s. 284). “Kısrır bir biçimbilimsel süreç yoluyla sözcük türetme; örn. yanaş- eylemi, yalnızca bu eylemde görünen bir ekle yan tabanından türemiştir. Birleşimsel olmayan sözcük birliktelikleri de sözlükselleşmiş olarak görülür: karnıyank, imambayıldı, hanımel, devetabanı, dilbalığı vb.” (İmer vd. 2011, s. 232). “Sözlükselleşme, yeni bir sözcüğün dilde belirli bir sözlüksel içerikle, belirli bir çapta yaygınlaşması, tutunmasıdır.” (Uzun, 2006, s. 89). Bozkurt da bu kavramı, daha önce yapılan tanımlamalardan farklı olarak ve kendi deyişleriyle “sözlük” olgusunu da dahil ederek şöyle tanımlamıştır: “Farklı yollarla oluşturulmuş ya da dilde zaten mevcut olan sözcükler veya sözcük öbeklerinin var olan anlamları ile ya da bunlara yeni anlamlar yüklenmesi ile veya başka bir dilden ödünçleme olarak alınan yapıların bir basılı veya elektronik bir sözlüğe dahil edilme sürecidir.” (Bozkurt, 2017). *Sözlükselleşme* terimi bu çalışmada anlamlık bir oluşumun veya bir neolojinin çeşitli aşamalardan sonra ve ulusal çapta tanınıp kullanılmaya başlaması sonucunda genel sözlüklerde sözlükbirim olarak yer bulması” anlamında kullanılmıştır.

düşünmek zorunda kalmaktadır. Bugün Türkiye Türkçesinde ortaya çıkan tabloyu değerlendirirken *dil devrimi, dilde standartlaşma, dili saflaştırma* çabalarının hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar verdiğini kabul etmek durumundayız. Bu çabalar zorunluydu, çünkü yazı dilinin toplumsallaşması, yeni kurulan devletin bünyesindeki farklılıkların tek çatı (örneğin tek ve olabildiğince Türkçe sözcüklerden oluşan dil) etrafında toplanması ve ortak bir ruh yaratılması gerekiyordu. Öte yandan, dil uzun tarihsel ve doğal süreçlerin ürünüdür. Dili doğal ve tarihsel seyrinden çıkarmak ve hızlı müdahalelerle dönemlik ideolojilerin aracına dönüştürmek en azından *belli bir zaman geçene kadar* onu yapay hâle getirir. Bu yüzden, bu akışa karşı duruşlar sergilenmiş olması da bir o kadar doğaldır. Ancak karşı duruşların bir bölümünün de ideolojik olduğu açıktır. Bütün bu dildışı tartışmalar ve dildışı etkenlerin gölgesinde Türk dil devriminin uzun vadede başarılı sonuçlar verdiğini kabul edilmelidir. Bunun en büyük kanıtı, teorik olarak dil devrimini eleştiren insanların doğal konuşma ortamlarında farkında olmaksızın birçok *yeni* sözcüğü kullanmalarıdır.

1930'lu yıllardan 1980'li yıllara kadar kesintilere uğrayarak da olsa devam eden bu zorunlu yenilenme süreci, tarihsel-kültürel bir olgu olan dilin doğal akışını yer yer zorlamış, onu farklı bir yol izlemek zorunda bırakmıştır. Dilin sadeleşmesi sorunu ise ayrı bir konudur. Esasında yabancı dillerle dış yapı (sözvarlığı, imlâ) ve iç yapı (dilbilgisi kuralları, yapım ve çekim özellikleri) ilişkisine bakıldığında Türkçenin Tanzimat Dönemi'nden Cumhuriyet'e ve Cumhuriyet Dönemi'nden günümüze kadar olabildiğince sadeleştiği, Arapça ve Farsça kuralların, Arapça ve Farsça birçok sözcüğün ve tamlamanın bu süreçte kullanımdan büyük oranda düştüğü görülmektedir. Bu durum Arapça-Türkçe ve Farsça-Türkçe ilişkilerinin zayıflamış hatta kesilmiş olması bakımından belki de zaten kendiliğinden gerçekleşecekti. Buna rağmen reform sürecinde kendiliğinden gerçekleşme sürecinin yapay olarak hızlandırıldığı, bunun sonucunda yüzyıllardır kullanılan binlerce sözcüğün *yabancı* sayılıp birdenbire kesilip atılmasının bir süreliğine dilin değilse bile dil kullanıcılarının yalpalamasına neden olduğu ortadadır. *Eski* sözcüklerin yerine *yeni*'leri konulurken bazı kavramsal kayıplar yaşandığı ise tartışmasızdır. Bu bağlamda Türk dil devrimi başlangıç aşamasında Lewis'in dediği gibi *yıkıcı bir başarı*'dir (Lewis, 2019, s. 12), günümüze gelindiğinde ise büyük ölçüde yalnızca *başarı*'dır. Çünkü "Timurtaş tarafından *uydurma* olarak nitelenen 1008 kelimeden *Türkçe Sözlük* (2011)'e alınanların sayısı 790'dur. Bu sayı, uydurma kelimelerin toplamının yaklaşık %79'una karşılık gelir ki bu da oldukça yüksek bir orandır." (Çetinkaya, 2022, s. 43).

Türk dil devrimiyle yalnızca sözcüklerin değiştirilmesi değil yenilenmesi gerektiği düşünülen siyasi anlayışın ve aşılması gerektiği düşünülen toplumsal yapının izlerini eskide bırakmak, sözcükler aracılığıyla yeni bir zihin yapısı oluşturmak ve yeni bir insan modeli yaratmak amaçlanmıştır. Devrimin bu anlamda da başarılı olduğu söylenebilir. Bu yolda, alfabenin değiştirilmesi, zorunlu ilköğretimin yaygınlaştırılması, okur-yazarlık oranının zamanla yükselmesi, ders kitaplarının dilinin yenilenmesi, yazarların eserlerinde yeni sözcüklere yer vermeleri, gazete, radyo ve giderek televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla neredeyse bütün topluma ulaşılması gibi araç ve yöntemlerle gerçekten de daha batılı, daha çağdaş bir insan tipine ulaşılmıştır. 1950'li yıllardan itibaren özellikle endüstrileşmeyle birlikte görülen kentleşmenin (ve sinema, toplu konutlar, eğlence merkezleri, alışveriş merkezleri gibi kent aygıtlarının) bu yeni insan tipinin normalleşmesine katkı sunduğu da tartışmasızdır. Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki dil politikalarının başarısında, insanların "muasır medeniyetler seviyesine yükselmek" ilkesiyle güdülenen kalkınma hareketi ile dil devrimi arasında kurdukları dolaylı ilişkiyi de hatırlamak yerinde olacaktır.

KAYNAKLAR

- Akçora, E. Ö. (2021). Türkistanlı Hoca Ahmed Yesevî'nin Türk Dünyası'ndaki yeri ve önemi. *BELLEK Uluslararası Tarih ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 3/ 1: 1-17.
- Akçura, Y. (1976). *Üç tarz-ı siyaset*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Arslanoğlu, K. (2018). *Eleştirel bakışla Güneş-dil kuramı ve ilk Güneş-dil sözlüğü*. İthaki Yayınları.
- Bilmez, B. (2021), Türkiye'de dilsel çoğulluk ve Türkiye dilleri: genel bakış. *Türkiye'de dil hakları ve dilsel çoğulluk* (Yay. Bülent Bilmez), İstanbul Bilgi Üniversitesi Türkiye Kültürleri Araştırma Grubu Yayınları.
- Bozkurt, F. (2017). *Sözlükselleşme: Genel sözlükler için sözlük birim seçimi*. Kesit Yayınları.
- Burke, P. (2016). *Yeniçağ Avrupası'nda diller ve topluluklar*. Işık Yayınları.

- Çetinkaya, B. (2022). *Sadeleşme akımı sürecinde yeni olarak kabul edilen kelimelerin günümüz Türkiye Türkçesindeki görünimleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (Danışman: Muna Yüceol Özezen), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, M. (2007). *Devlet sözlük yazar mı?* Ebabel Yayınları.
- Günay, D. (2007). *Sözcükbilime giriş*. Multilingual Yayınları.
- Gündoğdu, İ.H. (2020). *Şiirin Türk çağlayanları*. Motto Yayınları.
- Hengirmen, M. (2009). *Dilbilgisi ve dilbilim terimleri sözlüğü*. Engin Yayınevi.
- İmer, K. (1976). *Dilde değişme ve gelişme açısından Türk dil devrimi*, Türk Dil Kurumu Yayınları.
- İmer, K., Kocaman, A., Özsoy, A.S. (2013), *Dilbilim sözlüğü*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Karaağaç, G. (2013). *Dil bilimi terimleri sözlüğü*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Levend, A.S. (1972). *Türk dilinde gelişme ve sadeleşme evreleri*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Lewis, G. (2019). *Trajik başarı Türk dil reformu*. Çeviribilim Yayınları.
- Langer, N.& Nesse, A. (2012). Linguistic purism. *The Handbook of Historical Sociolinguistics*, (Yay. Juan Manuel Hernández-Campoy, Juan Camilo Conde-Silvestre). Blackwell Yayınları: 607-625.
- Turani, A. (2020). *Sanat terimleri sözlüğü*. Remzi Kitabevi.
- Uzun, N.E. (2006). *Biçimbilim: temel kavramlar*. Papatya Eğitim Yayıncılık.
- Yüceol Özezen, M. (2014). Türkiye Türkçesinde “birleşik sözcük” sorunu yalnızca bir yazım (imla) sorunu mudur? *Türkoloji Çalışmaları (Başarı ve Zaaflarıyla Çağdaş Türkoloji)* (Yay. Öztürk Emiroğlu, Marzena Godzinska, Filip Maykowski). Varşova Üniversitesi Yayınları: 748-758.

Elektronik Kaynaklar

- Dili saflaştırma politikaları (2021, 10 Mayıs), Hakkak, A. K. (1989). Language reform movement and its language: the case of Persian. *The Politics of Language Purism* (Yay. Björn H. Jernudd, Michael J. Shapiro). Mouton de Gruyter, 81-105. erişim adresi: <https://books.google.com.tr>
- Esperanto (2023, 05 Temmuz), <https://tr.wikipedia.org>
- Pure (2021, 10 Mayıs), <https://www.etymonline.com>
- Tietze, A. (1976). Türk sözlükbiliminin problemleri (Çev. Erdoğan Boz). *Turkish Studies- International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7/4: 13-20. DOI: <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.4269>

Yazar Katkı Oranı

Yazarlar araştırmaya eşit oranda katkıda bulunmuşlardır.

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ VE BENLİK SAYGISININ GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM ÜZERİNDEKİ ETKİSİ¹

Selin TORUN², Hilal İNAN³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1216513

Makale Geçmişi:

Geliş 08.12.2022
Kabul 21.07.2023

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya Kullanımı,

Benlik Saygısı,

Gösterişçi Tüketim.

ÖZ

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde gösterişçi tüketim günümüzde hızla artmaya devam etmektedir. Bireyler, sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla gösterişçi tüketime bakış açısı da değişmiştir. Bunun nedeni gösterişçi tüketimin, bireyin sosyal medyayı kullanımına bağlı olarak değişmesidir. Bununla birlikte sosyal medya kullanımının benlik saygısını da artırdığı görülmektedir. Benlik saygısının insan davranışı üzerinde doğrudan etkisi vardır. Artan bu benlik saygısı gösterişçi tüketimi de önemli derecede etkilemektedir. Bu çalışmanın temel amacı sosyal medya kullanımının ve benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı ise sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi ve verilerin toplanmasında birincil veri yöntemi olan anket kullanılmıştır. Anket verileri Adana ilinde yaşayan 402 katılımcıdan toplanmıştır. Çalışma sonucunda sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi olduğu, benlik saygısının gösterişçi tüketimin üzerinde ise kısmi etkisi olduğu belirlenmiştir. Son olarak sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA USAGE AND SELF-ESTEEM ON CONSPICUOUS CONSUMPTION

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1216513

Article History:

Received 08.12.2022
Accepted 21.07.2023

Keywords:

Social Media Usage,

Self-Esteem,

Conspicuous Consumption

ABSTRACT

Conspicuous consumption continues to increase rapidly in both developed and developing countries. Individuals' perspective on conspicuous consumption has also changed with the emergence of social media. The reason for this is that conspicuous consumption changes depending on the individual's use of social media. In addition, it is seen that the use of social media also increases self-esteem. Self-esteem has a direct impact on human behavior. This increased self-esteem also significantly affects conspicuous consumption. The main purpose of this study is to examine the effect of social media use and self-esteem on conspicuous consumption. Another aim of the study is to examine the effect of social media use on self-esteem. In the study, convenience sampling method and questionnaire, which is the primary data method, were used for data collection. Survey data were collected from 402 participants living in Adana. As a result of the study, it was determined that the use of social media, which is the first hypothesis, has an effect on conspicuous consumption. It has been determined that the second hypothesis, self-esteem, has an effect on three sub-factors of conspicuous consumption. Finally, in the third hypothesis, it was concluded that the use of social media has no effect on self-esteem.

¹ Bu çalışma, Prof. Dr. Hilal İNAN'ın danışmanlığında Selin TORUN tarafından yürütülen ve 2021 yılında Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Doktora Öğrencisi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, selintorun68@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0463-0427

³Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ihilal@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4321-0430

Alıntılanak için/Cite as: Torun, S. ve İnan, H. (2023), Sosyal medya kullanımının ve benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 685-701.

GİRİŞ

Teknolojinin ve internetin günden güne gelişmesiyle birlikte sosyal medyaya olan ilgi artmaktadır. Sosyal medyada bireyler, ürünler veya hizmetler hakkında deneyimlerini ve bilgilerini paylaşmakta, yorumlar yapmakta, diğer kullanıcıların düşüncelerini ve deneyimlerini merak etmektedirler. Gösterişçi tüketimin sergilendiği ana mecrayı sosyal medya oluşturmaktadır. Mevcut tüketim kalıplarında önemli bir yer tutan gösterişçi tüketim bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Tüketiciler gösterişçi ürünleri yalnızca maddi gereksinimleri için değil, prestij gibi sosyal gereksinimlerini de karşılamak için satın almaktadırlar (Amaldoss ve Jain, 2005, s. 1449). Gösterişçi tüketim, bireyin toplumdaki prestijini arttırmak için ürün satın alması ve satın alınan ürünlerle diğer insanları etkilemeye çalışarak egosunu tatmin etmek için yapılan harcamadır. Dolayısıyla kalite ve zevk standartlarını belirleyen gösterişçi tüketim, bireylerin sosyal açıdan gösteriş yapabileceği ürünlere olan taleplerini etkilemektedir (O’Cass ve McEwen, 2004, s. 27-28). Sosyal tanınmayı ve statüyü sağlamak için, ürünlerin diğer insanlar tarafından kolayca görünebilir olması gerekmektedir. Bireyler, gösteriş amacıyla tükettikleri ürünleri ve ekonomik kaynaklarını halka açık bir şekilde başkalarına sergileme yoluna gitmektedir (Veblen, 1899). Tüketicilerin gösteriş yapabileceği ürünlere duydukları arzu da sosyal medya tarafından belirlenmektedir (O’Cass ve McEwen, 2004, s. 28). Bireyler paylaştıkları olumlu içeriklerle çevresinin takdirini toplamakta, böylece hem özgüvenleri artmakta hem de çevrelerinde iyi bir konuma ulaşmaktadırlar (Thoumrunroje 2014, s. 8). Bu durum gösterişçi tüketimin ekonomik boyutlarının yanı sıra psikolojik boyutlarının da olduğunu göstermektedir (Velov vd: 2014, s. 113). Başkalarından gelen geri bildirim, benlik saygısının önemli bir parçasıdır (Guindon, 2002, s. 205). Bir başka ifadeyle, benlik saygısı doğrudan ve nesnel olarak değerlendirilen sonuçlardan ziyade, başkaları tarafından tahmin edilen sonuçlar hakkındaki yargılarla şekillenmektedir (Emler, 2001, s. 4).

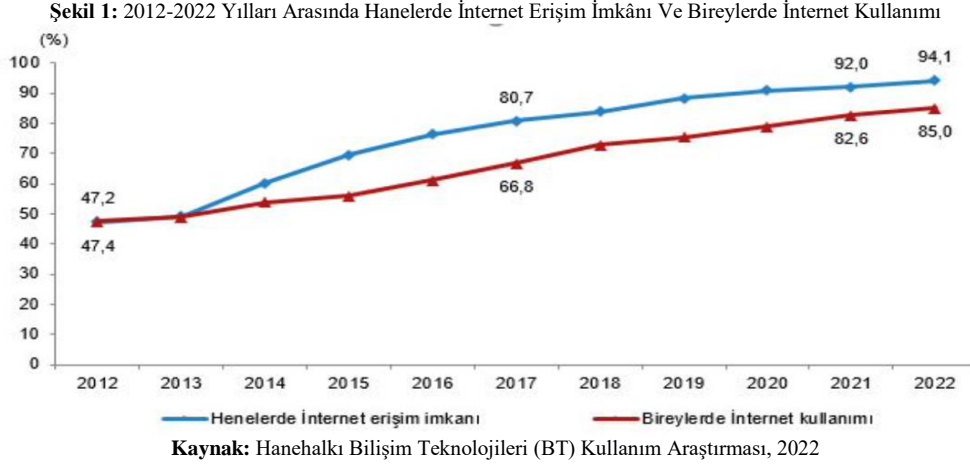
Konuyla ilgili ulaşılabilen önceki çalışmalar incelendiğinde, değişkenler ayrı ayrı araştırıldığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmalardan bazıları, Thoumrunroje (2014) gösterişçi tüketim ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmış ve bu araştırmada sosyal medya kullanım sıklığı ve yoğunluğunu birlikte ölçülmüştür. Çalışmanın sonucunda sosyal medya kullanım yoğunluğunun gösterişçi tüketim üzerinde önemli bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka çalışmada ise Jan vd. (2017) sosyal medya ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma sonucunda ise sosyal medya ve benlik saygısı arasında pozitif bir ilişki olduğu bulgusunu ortaya koymuşlardır. Buna göre bu çalışmanın temel araştırma problemi, sosyal medya kullanımının ve benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisini incelemektir. Bu araştırmanın temel amacının yanı sıra sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerindeki etkisini de incelemektir.

Sosyal Medya

Son yıllarda teknolojinin ve iletişim kanallarının hızla gelişmesiyle tüketiciler çevrimiçi kaynaklardan daha fazla yararlanmaya başlamışlardır. Bu araçlardan en önemlisi ise sosyal medyadır (Madni, 2014, s. 57). Sosyal medya, “Web 2.0” olgusunun bir parçası olup (Mills, 2012, s. 163), sanal topluluklar içinde fikirlerin, bilgilerin ve kişisel içeriğin paylaşılmasına izin veren bilgisayar tabanlı teknolojiyi ifade etmektedir (Smith vd., 2021, s. 14). Sosyal medya, hayatın çeşitli yönlerine çözümler sunmakta ve önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. 1990’ların sonlarından bu yana sosyal medya, insanların diğer insanlarla olan iletişimi sosyal sorunların çözülmesine yardımcı olmuştur (Reindrawati vd., 2023, s. 51). Sosyal medya aracılığıyla iletişim kurmanın ve bilgi aramanın yanı sıra, duygu ve düşüncelerini de ifade edilmesi mümkün hale gelmiştir (Tsimonis ve Dimitriadis, 2014, s. 328-330). Bunun yanı sıra sosyal medya aracılığıyla tüketiciler, ürünler ve hizmetler hakkında gereksinim duydukları bilgilere ulaşmaktadır (Madni, 2014, s. 57).

Covid-19 pandemisiyle birlikte sosyal medya kullanımında artış gözlemlenmiştir. Birçok kişi, karantina sırasında sosyal medyayı eğlence ve çevrimiçi öğrenme etkinlikleri için kullanmışlardır. Hayatın hemen hemen her alanının dijital kayması, bu kadar hızlı teknolojik gelişmeler karşısında sosyal medyayı daha da önemli ve gerekli kılmaktadır (Reindrawati vd., 2023, s. 51). Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması’na (TÜİK, 2022) göre 2022 yılında 16-74 yaş aralığında bireylerde internet kullanım oranı, %85,0’dır. Ayrıca hanelerin %94,1 internete erişim imkanına sahiptir (Şekil 1). Bu verilere ek olarak küresel dijital medya ajansı “We Are Social” tarafından yayınlanan “Digital 2023” raporuna göre 2023 yılında dünyada 5,16 milyar internet kullanıcısı bulunmakta ve dünya nüfusunun yarısından fazlası (%64,4) internet kullanmaktadır. Dünya genelinde 4,76 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu da dünya nüfusunun %59,4’ünü ifade etmektedir. Küresel bazda sosyal medya kullanıcı toplamının, pandeminin başlangıcından bu yana yüzde %30’a yakın arttığını ve son 3 yılda 1

milyardan fazla yeni kullanıcıya eşit olduğu belirlenmiştir. Son yıllardaki bu büyüme oranları, COVID-19'un sosyal medyanın benimsenmesini hızlandırdığını da göstermektedir. Rapora göre sosyal medyayı kullanmanın başlıca nedenleri arasında; arkadaşlar ve aile ile iletişim halinde olma (%47,1), boş vakti değerlendirebilme (%36,2), haber okuma (%34,2), içerik arama (makale, video vs.) (%30,3) ve ürün arayabilme (%25,9) yer almaktadır (We Are Social, 2023).



Sosyal medya ile topluluklar arasında hızlı ve ucuz bir şekilde iletişim kurulmaktadır (Reindrawati vd., 2023, s. 51). Bireyler sosyal medyayı günlük yaşamlarında kullanma nedenlerinden bazıları arkadaş ve akraba ilişkilerini sürdürmek, sosyal destek vermek ve diğer insanlarla iletişim kurmak için kullanmaktadır (Ioană ve Stoica, 2014, s. 296). Bu araçların kullanılması bireyler için faydaları; daha güvenilir bilgi imkânı, bilgi edinme maliyetinin azalması, zaman kazanması, fiyatların düşürülmesi ve firmalarla daha iyi iletişim kurma olarak sıralanabilir (Jashari ve Rustemi, 2017, s. 3). Firmalar ise sosyal medya araçları aracılığıyla milyonlarca insana ulaşmaktadır. Tüm bu sosyal ağlarla insanları bilgilendirmeye, firmalar hakkında bilgi sahibi olmaya ve marka bilinirliğini oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Tsimonis ve Dimitriadis, 2014, s. 332). Firmalar kendilerini tanıtmak (Saravakumar ve SuganthaLakshmi, 2012, s. 4445), yeni tüketiciler kazanmak, mevcut tüketicilere ulaşmak, itibarlarını, güvenilirliğini sürdürmek (Mills, 2012, s. 162) ve rekabet avantajı gibi çeşitli fırsatlar yaratmak için kullanmaktadır (Zachlod vd., 2022, s. 1065). Bunun yanı sıra tüketicilerle etkileşime girebilmekte ve sohbetlerine katılabilmektedirler. Sosyal medyanın firmalar için gelir artırma ve maliyeti düşürme gibi faydaları da bulunmaktadır (Si, 2016, s. 2).

Sosyal medyanın firmalara sunduğu faydaların yanı sıra kullanımıyla ilgili riskler de bulunmaktadır. Olumsuz geri bildirimler, öngörülemez durumlardan biridir. Pek çok firma bu olumsuz geri bildirimlere yanıt vermemektedir. Olumsuz geri bildirimlere yanıt veren firmalar ise bu durumu faydalı iletişim fırsatlarına dönüştüren stratejiler benimsememektedir (Tsimonis ve Dimitriadis, 2014, s. 332).

Gösterişçi Tüketim

İnsanlar çağlardan beri dünyaya ne kadar iyi durumda olduklarını gösterme arzusu içindedirler. Tarih boyunca krallar, sosyal statülerini gösterebilmek için saraylar tasarlamış, mücevher yığınları biriktirmiş ve heykeller inşa ettirmişlerdir. Gösterişli olma arzusu günümüzde de aynı kalmış, daha sonra pazarlama çatısı altında sınıflandırılarak “Gösterişçi Tüketim” olarak adlandırılmıştır (Sabir vd, 2016). Gösterişçi tüketim, insanların servetlerini ve sosyal statülerini göstermek için bilinçli veya bilinçdışı sebeplerle pahalı hizmet, ürün veya faaliyetlerini kamuya açık şekilde tüketmesidir. Bu yüzden, gösterişçi tüketim genellikle israf tüketimdir (Hammerl ve Kradischnig, 2018, s. 1).

Eski uygarlıkların anıtsal mimarisi, gösterişçi tüketimin somut örneğidir. Saraylar, taht odaları, tapınklar ve kral mezarları gücü simgeliyordu. Aztek kültüründe de bu tür israf tüketiminin kanıtı bulunmaktadır. Bunlar ilk uygarlıklardaki önemli tüketim ve ilgili olayların yalnızca birkaç örneğidir. Bu tür davranışlar, yöneticilerin ve seçkinlerin asaletlerini diğer üyelere göstermelerinin bir yoluydu (Memushi, 2013, s. 251).

Gösterişçi tüketim ilk olarak Aylak Sınıfının Teorisini tamamen gözlemlemeye dayanarak yazan Thorstein Bunde Veblen tarafından ele alınmıştır (Memushi, 2013, s. 250). Veblen, Amerikan zenginlerinin paralarının ve zamanlarının önemli bir kısmını harcadıklarını öne sürmüş ve verimsiz, gereksiz yapılan harcamaları tanımlamak için de gösterişçi tüketim terimini kullanmıştır. Bu terim o kadar yaygın bir şekilde kullanılmıştır

ki, popüler İngilizce sözlüğü Oxford English Dictionary'e dahil edilmiştir (Chaudhuri ve Majumdar, 2006, s. 2).

Veblen, gösterişçi tüketimin sosyalleşme süreci olduğunu ve ürünlerin sosyal sınıfın belirleyicileri olarak işlev gördüğünü iddia eden ilk teorisyenlerden biridir (Memushi, 2013, s. 250). Gösterişçi tüketim, birinin sosyal statüsünü, zenginliğini, zevkini veya kendi imajını, herkesin görebileceği ürünleri tüketerek önemli referans gruplarına gösterme olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım, gösterişçi tüketimin statü ve zenginlikten daha fazlası olduğunu, aynı zamanda kendi imajıyla ilgili olduğunu ve ürünün görünürlüğünün önemli bir rol oynadığı fikrini ifade etmektedir (Bronner ve de Hoog, 2021, s. 301).

Maddi güç, toplumdaki iyi bir itibar ve saygınlığın temelidir. Maddi gücü göstermenin ve itibar kazanmanın yolu gösterişçi tüketimdir (Veblen, 1899). Veblen'e göre gösterişçi tüketim sadece zenginler için değil, toplumun tüm sosyal sınıfları için önemli bir faktördür (Trigg, 2001, s. 101). Toplumun en alt sınıfı bile, gösterişçi tüketimden vazgeçmemektedir (Veblen, 1899). Gösterişçi tüketime katılma baskılarının toplumun en alt sınıflarını da etkilemektedir. Yalnızca üst sınıf değil, alt sınıftaki bireyler de prestij ve statü yarışına dahil olmaktadır. Her sınıfın üyeleri, üst sınıfa benzemek için üst sınıfın tüketim kalıplarını taklit etmeye çalışmaktadır (Memushi, 2013, s. 250-253). Bununla birlikte gösterişçi tüketimin utançtan ve sosyal dışlanmadan kaçınma arzusundan kaynaklanabileceğini de ortaya koyulmuştur. Ürün seçimlerinde bile insanların başkalarının gösterişçi ürün seçimlerinden etkilenmekte, onları geçmek veya ayak uydurmaya çalışmaktadırlar (Jaikumar ve Sharma, 2021, s. 2).

Uzun bir süre araştırmacılar, gösterişçi tüketimi somut ürünler ve bunların başkalarına gösterilmesi açısından incelemeye odaklanmışlardır. Ancak, son zamanlarda yaşanan bazı gelişmeler gösterişçi tüketime yeni bir boyut kazandırmıştır. Öncelikle maddi olmayan deneyimlere yönelik tercihlerin, maddi ürünlere yönelik tercihlere göre artan rolüdür. Bir diğeri ise sosyal medyanın yaygın kullanımı nedeniyle tüketim davranışının toplumsal görünürlüğünün büyük ölçüde artmasıdır. Somut ürünlere sahip olan kişinin statüsünü vurgulamak yerine, yeni trend olarak daha çok kişisel ve somut olmayan deneyimler yaşamakla ilgilidir. Bu gelişme, orijinal Veblen gösterişçi tüketim tanımını genişletmektedir (Bronner ve de Hoog, 2021, s. 301).

Benlik Saygısı

Benlik saygısının modern psikolojik kavram olarak başlangıcı, psikolojinin en eski araştırmacılarından biri olarak kabul edilen William James (1890) tarafından ele alınmıştır. James (1890)'e göre benlik saygısı, insanın kendine olan duyguları ve hislerinden oluşan öz-değerlendirmedir (Guindon, 2010, s. 6). Benlik saygısı, bireylerin nesnelere ve kendi benliklerine olumlu veya olumsuz tutum sergilemesidir (Rosenberg, 1965, s. 30). Benlik saygısı kavramı eş anlamlı olarak kullanılan terimler arasında "kendini sevme", "özsaygı" ve "kendini beğenmişlik" olarak sıralanabilir (Minev vd, 2018, s. 114).

Benlik saygısının oluşması uzun bir süreçtir. Benlik imajı ve vicdan oluşumu ile ilgidir (Khalek, 2016, s. 5). Benlik saygısı kişiliğin bir parçasıdır. Benlik saygısını artırmak için başarıyı gösteren bir kişisel değer duygusu olmalıdır. Bireyin yetenekleri, değerleri, tutumları, güçlü ve zayıf yönleri hakkındaki algıları içermektedir (Minev vd, 2018, s. 114-115). Bu nedenle benlik saygısının insanlar için çok önemli olduğu açıktır. Benlik saygısı seviyesindeki değişikliklere genellikle güçlü duygusal tepkiler eşlik etmektedir. Benlik saygısı, insanların başkalarıyla iyi geçinmesine yardımcı olmaktadır (Baumeister, 1998, s. 695).

Bireylerin ne yapmayı seçtikleri ve nasıl yaptıkları, benlik saygısına bağlıdır (Guindon, 2002, s. 208). Dolayısıyla benlik saygısı, tüketici davranışını motive eden ve etkileyen kişisel özelliklerden biridir (Wai ve Osman, 2019, s. 341). Bireyler ürün satın alırken genellikle diğer insanlar üzerinde olumlu etki yaratabilecek ürünleri seçme eğilimindedirler. Bu nedenle başkalarının benlik algısına değer veren kolektif bir kültürde, başkaları tarafından kabul görme gösterişçi tüketimin ana itici gücüdür (Ryu, 2015, s. 6) ve bireyler de benlik saygısını artırmak için gösterişçi tüketim yapmaktadır (Widjajanta vd, 2018, s. 3-5).

Benlik saygısı seviyeleri yaşam boyunca istikrarlı bir yörünge üzerinde fikir birliği olduğunu göstermektedir. Benlik saygısı çocukluk döneminde yüksektir, ergenlik döneminde azalır, yetişkinlikte kademeli olarak tekrar yükselir ve yaşlılık döneminde de keskin şekilde düşmektedir. Benlik saygısı yüksek ve düşük olan insanlar arasındaki en önemli fark ise hayata olan yaklaşımlarıdır. Benlik saygısı düşük olan insanlar kendini koruma eylemleri gerçekleştirirken, benlik saygısı yüksek olan insanlar kendilerini gerçekleştirme eylemlerinde bulunmaktadırlar (Guindon, 2010, s. 19-36).

Yüksek Benlik Saygısı: Benlik saygısının yüksek olması bireylere, yakın ilişkiler kurma, olumsuz durumlarla başa çıkma ve zorluklarla etkin bir şekilde mücadele etme becerisi kazandırmaktadır. Bununla birlikte, yaşadığı olumsuz deneyimi, pozitif olarak kabul etmekte, hedefe yönelik davranışlarında da daha etkili görünmektedirler (Khalek, 2016, s. 8). Ancak bireyler, kendilerini oldukları gibi kabul etmemekte ve

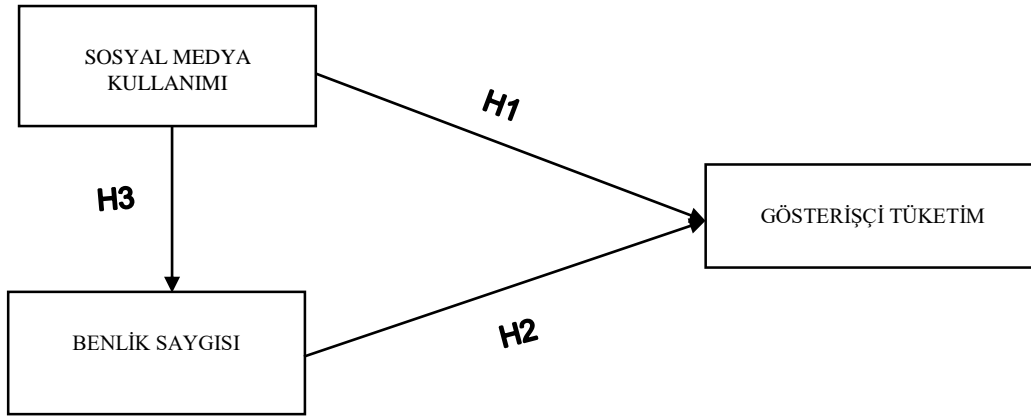
eksikliklerinin farkındadır. Kendi eksikliklerini gidermek, büyüme ve sınamak istemektedirler (Rosenberg, 1965, s. 31).

Düşük Benlik Saygısı: Benlik saygısı düşük olan bireyler, en çok benliğin güvenliği ve korunması ile ilgilidir. Benlik saygısı düşük olan bireyler daha tutucu, temkinli ve çekingen olma eğilimindedirler. Hata yapmaktan kendilerini korumakta, kaygı, depresyon, mutsuzluk ve duygusal sıkıntı yaşamaktadırlar. Bireyler alaycı ve karamsar, gruplara ve insanlara karşı olumsuz tutuma sahiptirler. Bununla birlikte esneklik ve sertlik gibi yapıcı olmayan düşünceler sergileme, görüş ve fikirleri ifade etmede pasif olma, bireyler arası iletişimde risklerden kaçınma gibi özelliklere sahiptirler (Guindon, 2010, s. 18-19).

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Araştırmanın amacı, sosyal medya kullanımının ve benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisini incelemektir. Bunun yanı sıra sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerindeki etkisi de incelenmektedir. Araştırmanın amacına uygun olarak aşağıdaki model geliştirilmiştir.

Şekil 2. Araştırma Modeli 1



Bu modele göre araştırma hipotezleri şu şekilde sıralanabilir;

Sosyal medyanın kullanımı, bireylerin derin bağlarla iletişim kurmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, kullanıcılar, sosyal medyada kendileri ile ilgili olumlu bilgileri paylaşma konusunda seçici davranmaktadır (Widjajanta vd, 2018, s. 5). Bu olumlu bilgiler genellikle kişinin benliğe olan saygısını artırmaya yönelik olumlu geribildirimler sağlamaktadır. Olumlu içerikleri paylaşarak amacına ulaşan bireyler, çevresi tarafından takdir edilmesini sağlamaktadır. Bu durum bireyin özgüvenini artırmakta ve bireyi çevre veya toplum nezdinde olumlu bir konuma yerleştirmektedir (Thoumrunroje 2014, s. 8). Daha önce yapılan araştırmaya göre, Thoumrunroje (2014) çalışmasında sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Widjajanta vd. (2018) çalışmasında sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi olduğunu saptamışlardır. Buna göre sosyal medya kullanımı lüks tüketimi arttırmakta ve mantıksız seçimler yapılmasına neden olmaktadır. Wai ve Osman (2019) ise çalışmasında sosyal medya kullanımının gösteriş tüketimini önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Dolayısıyla tüketiciler sosyal medyayı ne kadar aktif kullanırsa, lüks tüketime teşvik eden daha fazla içeriğe maruz kalmaktadır. Bu durum ise gösterişçi tüketime neden olmaktadır (Wai ve Osman, 2019, s. 344). Böylece çalışmanın ilk hipotezi şu şekildedir:

H1- Sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi vardır.

Benlik saygısı, insanın kendisi hakkında olumlu veya olumsuz bir görüşe sahip olmasıdır. Bununla birlikte kendisi hakkında ne düşündüğü ve kendisine verdiği değeri içermektedir (Heatherton and Wyland, 2003, s. 220). Bireyler, ürün satın alırken diğer insanlar üzerinde olumlu etkisi olabilecek ürünleri seçme eğilimindedirler. Dolayısıyla gösterişçi tüketimin ana itici gücü başkaları tarafından kabul görmektir (Ryu, 2015, s. 6). Benlik saygısı, tüketici davranışlarını motive edebilen ve bireylerin davranışlarını etkileyen kişisel

özelliklerden biridir ve bireylerin kendileri ile ilgili öznel değerlendirmesini ifade etmektedir (Wai ve Osman, 2019, s. 341). Benlik saygısı günlük olaylardan etkilenebilecek ve gelişebilecek bir özelliğe sahiptir. Artan benlik saygısı, bireyin mutluluğunu arttırmasına ve bunun da onları daha fazla doyum elde etmesine neden olacağı inancına dayanmaktadır (Widjajanta vd, 2018, s. 3-5). Önceki çalışmalar incelendiğinde, Widjajanta vd. (2018) çalışmasında benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Souiden vd. (2011) benlik saygısı ile gösterişçi tüketim arasında negatif bir ilişki bulmuşlardır. Bu düşük benlik saygısına sahip tüketicilerin ürünleri statü yükseltme araçları olarak işlevselleştirdiği ve dolayısıyla bir savunma mekanizması olarak tüketmeye daha istekli olduğu anlayışını desteklemektedir. Böylece çalışmanın ikinci hipotezi şu şekildedir:

H2- Benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi vardır.

Sosyal medya sitelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte sosyal medya insan hayatının önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar sosyal medyayı daha güçlü kişilikler oluşturmak, bilgi paylaşmak, daha iyi sosyal hayatlara sahip olmak ve dünyayla bağlantı kurmak için kullanılmaktadırlar. En sık kullanılan sosyal paylaşım sitesi olan Facebook, kullanıcıların sosyal medya kanalları aracılığıyla düşüncelerini iletmelerine, kişisel hayatları hakkındaki görüşleri yorumlar aracılığıyla geribildirimde bulunmalarına ve profillerini diğer kullanıcıların incelemesine olanak tanımaktadır. Diğer insanlardan gelen görüşler ve yorumlar, insanların benlik saygısı üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Olumlu geribildirim bireylerin benlik saygısını yüksek bir seviyeye çıkarırken, olumsuz geribildirim ise bireylerin benlik saygısını azaltmaktadır (Jan vd, 2017, s. 329-331). Bununla birlikte düşük benlik saygısı olan bireyler, yüksek benlik saygısı olan bireylere göre daha utangaç, endişeli ve içe dönüktür. Bu bireyler sosyal hayatlarında daha yalnız ve daha az tatmin edici ilişkilere sahiptir. Ancak sosyal medya aracılığıyla diğer insanlarla rahat bir şekilde bağlantı kurabilmektedirler (Forest and Wood, 2012, s. 295). Araştırmalar, benlik saygısı düşük olan bireylerin, popülerlik algısı oluşturmak ve aidiyet duygularını geliştirmek için Facebook'ta daha fazla arkadaş edinme eğiliminde olduğu ve böylece düşük benlik saygısını telafi etmeye çalıştıklarını göstermektedir. Bunun nedeni benlik saygısı düşük olan bireyler, sosyal medya yoluyla iletişimi daha kolay bulmasıdır (Tazghini ve Siedlecki, 2013, s. 828). Yapılan araştırmada Jan vd. (2017) sosyal medya ve benlik saygısı arasında güçlü bir ilişki olduğunu saptamıştır. Buna göre sosyal medya kullanımının artması, bireylerin benlik saygısının düşmesine neden olmaktadır. Böylece çalışmanın üçüncü hipotezi şu şekildedir:

H3- Sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerinde etkisi vardır.

YÖNTEM

Bu araştırmanın evrenini Adana il merkezindeki bireyler oluşturmaktadır. Bu çalışma kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veriler Google Formlar ve anketör aracılığıyla toplanmıştır. Bu çalışmada verilerin toplanmasında birincil veri yöntemi olan anket kullanılmıştır. Araştırmada anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde cinsiyet, yaş, eğitim, aylık gelir ve meslek gibi demografik bilgilerin yanı sıra sosyal medya kullanım amacı, en çok kullanılan sosyal medya araçları, sosyal medya kullanım sıklığı gibi verilerin elde edilmeye çalışıldığı 13 tane soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise gösterişçi tüketim ve benlik saygısını ölçmeye çalışan ve 5'li Likert ölçeğine göre tasarlanmış 35 tane önermenin bulunduğu bir ölçek bulunmaktadır. Bu ölçekte 1 "Kesinlikle Katılmıyorum", 2 "Katılmıyorum", 3 "Kararsızım", 4 "Katılıyorum", 5 "Kesinlikle Katılıyorum" şeklindedir.

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizinde Cronbach α katsayıları hesaplanarak model doğrulanmıştır. Bu kapsamda t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), regresyon analizinden elde edilen sonuçların değerlendirilmesine yer verilmektedir.

Değişkenlerin ölçülmesi amacıyla daha önceden denenmiş ölçeklerden faydalanılmıştır. Bu ölçeklerin adapte edildiği kaynaklar Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Kullanılan Ölçekler

ÖLÇEK ADI	KAYNAK	MADDE SAYISI
Gösterişçi Tüketim Ölçeği	Marcoux, J.S., Filiatrault, P. Ve Cheron, E. (1997)	25
	Chaudhuri, H.R., Mazumdar, S. ve Ghoshal, A. (2011) Öz, A. (2018)	
Benlik Saygısı Ölçeği	Rosenberg, M. (1965)	10

Sosyal Medya Kullanımı	Literat, I. (2014) Öz, A. (2018) Deniz, L. Ve Ünal A.T. (2019)	8
-------------------------------	--	----------

BULGULAR

Tablo 2’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve aylık gelir dağılımları verilmektedir. Katılımcıların %44,5’ini erkekler ve %55,5’ini ise kadınlar oluşturmaktadır. Bununla birlikte tabloda yer alan yaş dağılımına bakıldığında; 18-28 yaş aralığı %32,8, 29-39 yaş aralığı %25,2, 40-49 yaş aralığı %21,4 ve 50 yaş ve üzerinin ise %20,6’da yer aldığı belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumu dağılımına bakıldığında; ilkokul %11,7, lise %27,4, lisans %47,5, yüksek lisans %11,2 ve doktora ise %2,2 olduğu görülmektedir. Son olarak da katılımcıların aylık gelirler dağılımına bakıldığında; 1500 veya daha az gelir aralığına sahip kişiler %22,9, 1501-3000 aralığının %27,9, 3001-4500 aralığının %17,4, 4501-6000 aralığının %17,4 ve 6001 veya daha fazla gelir aralığına sahip olanlar %14,4 olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Demografik Özellikler

CİNSİYET	FREKANS	YÜZDELİK
Kadın	223	55,5
Erkek	179	44,5
TOPLAM	402	100,0
YAŞ	FREKANS	YÜZDELİK
18-28	132	32,8
29-39	101	25,2
40-49	86	21,4
50 ve üzeri	83	20,6
TOPLAM	402	100,0
EĞİTİM DURUMU	FREKANS	YÜZDELİK
İlkokul	47	11,7
Lise	110	27,4
Lisans	191	47,5
Yüksek Lisans	45	11,2
Doktora	9	2,2
TOPLAM	402	100,0
AYLIK GELİR	FREKANS	YÜZDELİK
1500 TL veya daha az	92	22,9
1501-3000	112	27,9
3001-4500	70	17,4
4501-6000	70	17,4
6001 TL veya daha fazla	58	14,4
TOPLAM	402	100,0

Tablo 3’te gösterişi tüketim ve benlik saygısının KMO değerleri verilmiştir. Gösterişi tüketim KMO katsayı değeri 0,885 olarak elde edilmiş olup benlik saygısı KMO katsayı değeri ise ,830 olarak belirlenmiştir. Barlett’s testinin sonucunun ise $p < 0,01$ önem düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. KMO ve Barlett Testi

Gösterişi Tüketim	Kaiser-Meyer-Olkin Testi (KMO)	,885
Bartlett's Testi	Ki-kare	5093,351
	Serbestlik derecesi (df)	300
	Önem Düzeyi (p)	,000
Benlik Saygısı	Kaiser-Meyer-Olkin Testi (KMO)	,830

Bartlett's Testi	Ki-kare	2020,273
	Serbestlik derecesi (df)	45
	Önem Düzeyi (p)	,000

Tablo 4'te ifadelerin edinildikleri ölçekler ve bu ölçeklere ait güvenilirlik analizi sonuçları gösterilmiştir. Görüldüğü üzere gösterişçi tüketim için kullanılan ifadelerin katsayı değeri 0,904'tür. Benlik saygısında ise ters kodlanmış ölçekten yararlanılmıştır ve kullanılan ifadelerin katsayı değeri ise 0,834'tür.

Tablo 4. Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	İfade sayısı	Cronbach α
Gösterişçi Tüketim	25	0,904
Benlik Saygısı	10	0,834

Tablo 5'te gösterişçi tüketimin faktör analizi tablosu görülmektedir. Birinci faktöre "Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketimler" adı verilmiş olup dört ifade toplanmıştır. Bu faktöre ait faktör yükleri 0,615-0,893 arasındadır. İkinci faktöre "Gösterişçi Eğilim" adı verilmiş olup yedi ifade toplanmıştır. Faktör yükleri incelendiğinde 0,455-0,673 arasındadır. Üçüncü faktöre "Bireysel Çekicilik" olarak adlandırılmış olup, dört ifade toplanmıştır. Faktör yükleri ise 0,641-0,761 arasındadır. Dördüncü faktöre "Sosyal Konum" adı verilmiş olup üç ifade toplanmıştır ve faktör yükleri 0,755-0,819 arasındadır. Beşinci faktöre "Teşhir" adı verilmiş olup ve dört ifade toplanmıştır. Faktör yükleri 0,539-0,723 arasındadır. Son olarak altıncı faktöre ise "Eşsizlik" adı verilmiş olup üç ifade toplanmıştır ve faktör yükleri ise 0,422-0,816 arasında olduğu görülmüştür.

Tablo 5. Gösterişçi Tüketim Ölçeğine Ait Faktör Yükleri

DEĞİŞKENLER	FAKTÖR YÜKLERİ
FAKTÖR 1: Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketimler	
İnsanlar çevresindeki herkes tarafından kabul görmek için lüks ürünler satın almak ister.	0,893
İnsanlar komşuları tarafından kabul görmek için lüks ürünler satın alır.	0,876
İnsanlar yakın arkadaşları ve iş arkadaşları tarafından kabul görmek için lüks ürünler satın alır.	0,872
İnsanlar arkadaşlarına gösteriş yapmak ve onların dikkatini çekmek için lüks ürünler satın alır.	0,615
FAKTÖR 2: Gösterişçi Eğilim	
İnsanlar diğer bireylerin gözündeki değerlerini arttırmak için lüks ürünler kullanırlar.	0,673
Lüks ürünler kullanmak arkadaşlar ve iş arkadaşları arasında popülerliği arttırmaktadır.	0,627
İnsanlar diğer bireylerden daha çekici görünmek için lüks ürünler kullanırlar.	0,625
Lüks ürünler kullanılarak diğer insanlardan saygı görmesi sağlanır.	0,617
İnsanlar lüks ürünleri diğer ürünlerden daha pahalı olduğu için satın alırlar.	0,553
Tüketicilerin gösterişçi ürünleri tercih etmesi özgüvenlerini artırır.	0,489
Lüks ürünleri kullanmak kişinin kendisini önemli hissetmesine neden olur.	0,455
FAKTÖR 3: Bireysel Çekicilik	

İnsanlar lüks markaları modern olduklarını göstermek için satın alırlar.	0,761
İnsanlar lüks ürünleri kişisel imajlarını artırmak için satın alırlar	0,741
İnsanlar farklı olduklarını göstermek için başkalarında olmayan lüks ürünleri satın alırlar.	0,731
Lüks ürünler kullanmak diğer insanları memnun eder.	0,641
FAKTÖR 4: Sosyal Konum	
Lüks ürünler başarı ve prestijin göstergesidir.	0,819
Lüks ürünler zenginlik demektir.	0,777
Lüks ürünler sosyal statü göstergesidir.	0,755
FAKTÖR 5: Teşhir	
Kişinin sahip olduğu lüks ürünleri başkalarına sergilemesi gösteriş değildir	0,723
Kıyafetlerimin üzerinde marka isim ya da logosunun görünmesi hoşuma gider.	0,648
Düşük fiyatlı ürünleri sürekli satın alırsam insanlar "ucuzcu" olduğumu düşünebilir.	0,646
Kendi tarzımı yaratırken herkesin hayran olacağı ürün ya da marka seçerim.	0,539
FAKTÖR 6: Eşsizlik	
Her zaman en iyi ürünleri satın alırım.	0,816
Mücevher, aksesuar, saat, gözlük vb. bir ürün satın alırken taklit olmamasına dikkat ederim.	0,814
Eğer insanların yeterli maddi imkânı olsa yalnızca lüks ürünler satın almak ister.	0,422

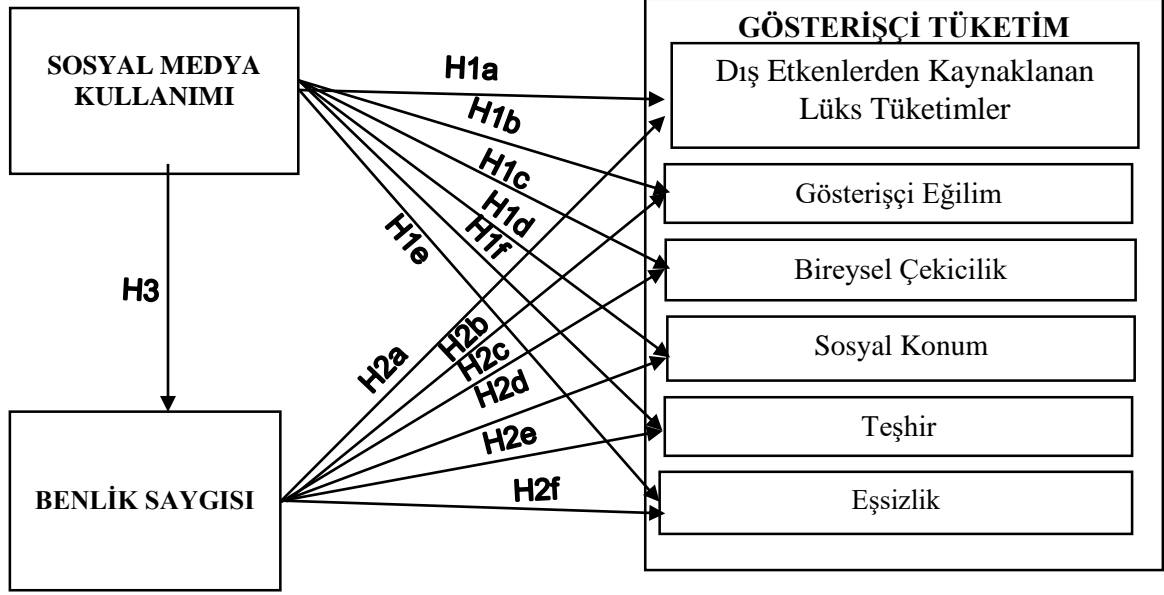
Tablo 6’da gösterişçi tüketimin altı alt faktörün Cronbach α güvenilirlik katsayıları gösterilmektedir.

Tablo 6. Gösterişçi Tüketime Ait Alt Faktörlerin Cronbach α Güvenirlik Katsayıları

ÖLÇEK	MADDE SAYISI	CRONBACH α
Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketimler	4	0,920
Gösterişçi Eğilim	7	0,815
Bireysel Çekicilik	4	0,793
Sosyal Konum	3	0,810
Teşhir	4	0,728
Eşsizlik	3	0,615

Faktör analizinden sonra geliştirilen araştırma modelinin son hali Şekil 2’de yer verilmektedir.

Şekil 3. Araştırma Modeli 2



Tablo 7’de çalışmanın ana araştırma sorusu olan sosyal medya kullanımı ve benlik saygısının gösterişi tüketim üzerindeki etkisi yer almaktadır. Analiz sonucu regresyon modelinin bir bütün olarak anlamlı olduğu gözlemlenmiştir (F değeri= 9,52 ve p değeri <0,05). Sosyal medya kullananlar üzerinden regresyon analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda bağımlı değişken gösterişi tüketim iken, bağımsız değişkenler ise benlik saygısı ve sosyal medya kullananlar durumudur. Bireylerin sosyal medya kullanması durumunda, gösterişi tüketim skoru pozitif olarak etkilenmektedir. Eğer kişi sosyal medya kullanıyorsa o kişiye ait gösterişi tüketim skoru, sosyal medya kullanmayan kişiye göre 0,34 puan daha fazladır.

Tablo 7. Regresyon Analizi: Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Gösterişi Tüketime Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	β	Standart Hata	p-değeri
Gösterişi Tüketim	Sabit	2,435	0,220	0,000
	Benlik Saygısı	0,058	0,050	0,249
	Sosyal Medya Kullananlar	0,340	0,080	0,000
R ² = ,046				
F = 9,52		p-değeri = 0,000		

Tablo 8’de benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişi tüketimin birinci alt faktörü olan Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketim üzerindeki etkisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenler aynı iken bağımlı değişken dış etkenlerden kaynaklanan lüks tüketimdir. Benlik saygısının istatistiksel olarak Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketim üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Buna dayalı olarak;

H1a: Sosyal medya kullanımının, dış etkenlerden kaynaklanan lüks tüketim üzerinde etkisi vardır.

H2a: Benlik saygısının, dış etkenlerden kaynaklanan lüks tüketim üzerinde etkisi yoktur.

Tablo 8. Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketim Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	β	Standart Hata	p-değeri
Dış Etkenlerden	Sabit	2,456	0,369	0,000
Kaynaklanan	Benlik Saygısı	0,051	0,084	0,549
Lüks Tüketim	Sosyal Medya Kullananlar	0,408	0,134	0,002
R ² = ,023				
F = 4,76		p-değeri = 0,009		

Tablo 9’da benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişi tüketimin ikinci alt faktörü olan Gösterişi Eğilim üzerindeki etkisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenlerimiz aynı iken bağımlı değişkenimiz gösterişi eğilimdir. Benlik saygısının istatistiksel olarak Gösterişi Eğilim üzerinde anlamlı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Sosyal medya kullananların gösterişi eğilime etkisi kullanmayanlara oranla 0,252 skor daha fazla olduğu görülmektedir. Buna dayalı olarak;

H1b: Sosyal medya kullanımının, gösterişi eğilim üzerinde etkisi vardır.

H2b: Benlik saygısının, gösterişi eğilim üzerinde etkisi yoktur.

Tablo 9. Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Gösterişi Eğilim Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	β	Standart Hata	p-değeri
Gösterişi Eğilim	Sabit	2,436	0,281	0,000
	Benlik Saygısı	0,109	0,064	0,091
	Sosyal Medya Kullananlar	0,252	0,102	0,014
R ² = ,021				
F = 4,351		p-değeri = 0,014		

Tablo 10’da benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişi tüketimin üçüncü alt faktörü olan Bireysel Çekicilik üzerindeki etkisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenlerimiz aynı iken bağımlı değişkenimiz bireysel çekiciliktir. Benlik saygısının istatistiksel olarak Bireysel Çekicilik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir ve etkinin boyutu 0,069’dur. Sosyal medya kullananların bireysel çekiciliğe etkisi kullanmayanlara oranla 0,263 skor daha fazla olduğu görülmektedir. Buna göre iki bağımsız değişkende anlamlı olduğu için F değeri anlamlıdır. Buna dayalı olarak;

H1c: Sosyal medya kullanımının, bireysel çekicilik üzerinde etkisi vardır.

H2c: Benlik saygısının, bireysel çekicilik üzerinde etkisi vardır.

Tablo 10. Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Bireysel Çekicilik Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	β	Standart Hata	p-değeri
Bireysel Çekicilik	Sabit	2,364	0,300	0,000
	Benlik Saygısı	0,186	0,069	0,007
	Sosyal Medya Kullananlar	0,263	0,109	0,017
R ² = ,031				
F = 6,366		p-değeri = 0,002		

Tablo 11’de benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişi tüketimin dördüncü alt faktörü olan Sosyal Konum üzerindeki etkisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenlerimiz aynı iken bağımlı değişkenimiz sosyal konumdur. Benlik saygısının istatistiksel olarak Sosyal Konum üzerinde anlamlı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Sosyal medya kullananların sosyal konuma etkisi kullanmayanlara oranla 0,533 skor daha fazla olduğu görülmektedir. Buna dayalı olarak;

H1d: Sosyal medya kullanımının, sosyal konum üzerinde etkisi vardır.

H2d: Benlik saygısının, sosyal konum üzerinde etkisi yoktur.

Tablo 11. Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Konum Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	$\hat{\beta}$	Standart Hata	p-değeri
Sosyal Konum	Sabit	2,819	0,372	0,000
	Benlik Saygısı	-0,159	0,085	0,062
	Sosyal Medya Kullananlar	0,533	0,135	0,000
R ² = ,047				
F = 9,748		p-değeri = 0,000		

Tablo 12’de benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketimin beşinci alt faktörü olan Teşhir üzerindeki etkisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenlerimiz aynı iken bağımlı değişkenimiz teşhirdir. Benlik saygısının istatistiksel olarak Teşhir üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir ve etkinin boyutu 0,068’dir. Benlik saygısı pozitif olarak etkilenmektedir. Sosyal medya kullananların teşhire etkisi kullanmayanlara oranla 0,334 skor daha fazla olduğu görülmektedir. Buna dayalı olarak;

H1e: Sosyal medya kullanımının, teşhir üzerinde etkisi vardır.

H2e: Benlik saygısının, teşhir üzerinde etkisi vardır.

Tablo 12. Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Teşhir Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	$\hat{\beta}$	Standart Hata	P-değeri
Teşhir	Sabit	2,922	0,297	0,000
	Benlik Saygısı	-0,186	0,068	0,007
	Sosyal Medya Kullananlar	0,334	0,108	0,002
R ² = ,042				
F = 8,733		p-değeri = 0,000		

Tablo 13’te benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketimin altıncı alt faktörü olan Eşsizlik üzerindeki etkisine yer verilmiştir. Bu doğrultuda bağımsız değişkenlerimiz aynı iken bağımlı değişkenimiz eşsizliktir. Benlik saygısının istatistiksel olarak Eşsizlik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir ve etkinin boyutu 0,070’dir. Benlik saygısı pozitif olarak etkilenmektedir. Sosyal medya kullananların eşsizliğe etkisi kullanmayanlara oranla 0,25 skor daha fazla olduğu görülmektedir. Buna dayalı olarak;

H1f: Sosyal medya kullanımının, eşsizlik üzerinde etkisi vardır.

H2f: Benlik saygısının, eşsizlik üzerinde etkisi vardır.

Tablo 13. Benlik Saygısı ve Sosyal Medya Kullanımının Eşsizlik Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	$\hat{\beta}$	Standart Hata	p-değeri
Eşsizlik	Sabit	1,613	0,305	0,000
	Benlik Saygısı	0,349	0,070	0,000
	Sosyal Medya Kullananlar	0,250	0,111	0,025
R ² = ,068				
F = 14,663 p-değeri = 0,000				

Tablo 14’de bir diğer hipotez olan sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerindeki etkisi yer almaktadır. Buna dayalı olarak;

H3: Sosyal medya kullanımının, benlik saygısı üzerinde etkisi vardır.

Tablo 14. Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	$\hat{\beta}$	Standart Hata	p-değeri
Benlik Saygısı	Sabit	4,139	0,070	0,000
	Sosyal Medya Kullananlar	-0,048	0,080	0,550
R ² = ,001				
F = ,358 p-değeri = 0,550				

Tablo 15’de ise bu araştırmanın hipotez özetleri yer almaktadır:

Tablo 15. Hipotez Sonuçlarının Özeti

Araştırma Hipotezleri		Sonuç
H1: Sosyal Medya Kullanımının Gösterişçi Tüketim Üzerinde Etkisi	H1a: SMK, Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketim üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENDİ
	H1b: SMK, Gösterişçi Eğilim üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENDİ
	H1c: SMK, Bireysel Çekicilik üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENDİ
	H1d: SMK, Sosyal Konum üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENDİ
	H1e: SMK, Teşhir üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENDİ
	H1f: SMK, Eşsizlik üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENDİ
H2: Benlik Saygısının Gösterişçi Tüketim Üzerinde Etkisi	H2a: BS, Dış Etkenlerden Kaynaklanan Lüks Tüketime üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ
	H2b: BS, Gösterişçi Eğilime üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ
	H2c: BS, Bireysel Çekicilik üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ
	H2d: BS, Sosyal Konum üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ
	H2e: BS, Teşhir üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ
	H2f: BS, Eşsizlik üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ
H3: Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı Üzerinde Etkisi	SMK, Benlik Saygısı üzerinde etkisi vardır.	DESTEKLENMEDİ

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, benlik saygısı ve sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisini belirlemektir. Çalışmada ayrıca sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerindeki etkisi de incelenmiştir.

Araştırma kapsamında benlik saygısı ve gösterişçi tüketim ölçeklerine geçerlilik ve güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Faktör analizine uygun olduğu belirlenen gösterişçi tüketimin alt faktörleri belirlenmiş ve altı alt faktör elde edilmiştir. Bu alt faktörler; gösterişçi eğilim, dış etkenlerden kaynaklanan lüks tüketimler, eşsizlik, bireysel çekicilik, teşhir ve sosyal konum olarak adlandırılmışlardır.

Araştırma amaçlarına yönelik olarak gerçekleştirilen analiz sonucunda sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu açıdan araştırma sonuçları önceki çalışmalarla uyumlu sonuç göstermektedir (Thoumrungroje, 2014; Widjajanta vd., 2018; Wai ve Osman, 2019). Sosyal medya, insanların ürün veya hizmet tüketimi ile ilgili her şeyi paylaşabileceği bireysel bir medya aracı haline gelmektedir. Bu sonuca dayalı olarak pazarlamacılar uygun pazarlama stratejisi geliştirebilir ve tüketicileri gösterişçi tüketimle ilgili sosyal medya paylaşımları yapmaları için teşvik edici pazarlama faaliyetleri uygulanabilir.

Benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerinde kısmi etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benlik saygısının gösterişçi tüketimin değişkenleri olan sosyal konum, dış etkenlerden kaynaklanan lüks tüketimler ve gösterişçi eğilim üzerinde etkisi olmadığı; eşsizlik, bireysel çekicilik ve teşhir üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Gelecek araştırmalarda benlik saygısının sosyal konum, dış etkenlerden kaynaklanan lüks tüketimler ve gösterişçi eğilim üzerindeki etkisi daha geniş bir tüketici yelpazesıyla araştırma yapılabilir. Ayrıca önceki çalışmalarda Souiden vd. (2011) benlik saygısı ile gösterişçi tüketim arasında negatif bir ilişki, Widjajanta vd. (2018) çalışmasında ise benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmaların sonuçlarındaki farklılıklardan dolayı daha geniş kapsamda ele alınıp tekrar incelenebilir.

Son olarak sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Daha önce yapılan bir çalışmada Wang, Yang ve Haigh (2017) sosyal medya ve benlik saygısı arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Jan vd. (2017) sosyal medya ve benlik saygısı arasında güçlü bir ilişki olduğunu saptamışlardır.

Gelecek araştırmalarda, sosyal medya kullanımının ve benlik saygısının gösterişçi tüketim üzerindeki etkisini farklı coğrafyalarda ve kültürlerde incelenmesi önerilmektedir. Farklı kültürlerdeki benlik saygısı algılamaları ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları farklı olabilir. Bu tür bir araştırma, kültürel farklılıkların gösterişçi tüketim eğilimlerini nasıl etkilediğini daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir. Gelecek çalışmalarda sürekli gelişen ve değişen teknolojiye paralel olarak sosyal medya kullanımının zamanla nasıl değiştiğini ve bunun gösterişçi tüketim eğilimlerine olan etkisi incelenebilir. Sonuç olarak gelecekte yapılacak çalışmalarda konunun daha derinlemesine çalışılması, daha kapsamlı sonuçlara ulaşılmasına yardımcı olabilir.

KAYNAKLAR

- Amaldoss, W., & Jain, S. (2005). Conspicuous consumption and sophisticated thinking. *Management Science*, 51(10), 1449-1466.
- Baumeister, R.F. (1998). The self. *Case Western Reserve University*.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2021). Conspicuous leisure: The social visibility of cultural experiences. *International Journal of Market Research*, 63(3), 300-316.
- Chaudhuri, H. R., & Majumdar, S. (2006). Of diamonds and desires: understanding conspicuous consumption from a contemporary marketing perspective. *Academy of Marketing Science Review*, 2006, 1.
- Chaudhuri, H., Mazumdar, S., & Ghoshal, A. (2011). Conspicuous consumption orientation: Conceptualisation, scale development and validation. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(4), 216-224.
- Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1025-1057.
- Emler, N. (2001). Self esteem: The costs and causes of low self worth.

- Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295-302.
- Guindon, M. H. (2002). Toward accountability in the use of the self-esteem construct. *Journal of Counseling & Development*, 80(2), 204-214.
- Guindon, M. H. (2010). *Self-esteem across the lifespan: Issues and interventions*. Routledge.
- Hammerl, M., & Kradschnig, C. (2018). Conspicuous consumption (Marketing and Economics). *Springer International Publishing AG*.
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2022. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), Türkiye, 2022.
- Heatherton, T. F., & Wyland, C. L. (2003). Assessing self-esteem.
- Ioană, E. & Stoica, I. (2014). Social media and its impact on consumers behavior. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4(2), 2014, Special issue on Marketing and Business Development, e-ISSN 2247-7225.
- Jaikumar, S., & Sharma, Y. (2021). Consuming beyond means: debt trap of conspicuous consumption in an emerging economy. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 29(2), 233-249.
- Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal*, August 2017 Edition, 13 (23).
- Jashari, F & Rrustemi, V. (2017). The impact of social media on consumer behavior. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, VII(1).
- Khalek, A. M. (2016). Introduction to the psychology of self-esteem. *Nova Science Publishers, Inc.*
- Literat, I. (2014). Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool. *Journal of media literacy education*, 6(1), 15-27.
- Madni, G.R (2014). Global journal of management and business research: e- marketing. *Double Blind Peer Reviewed International Research Journal*, 14, 8.
- Marcoux, J. S., Filiatrault, P., & Cheron, E. (1997). The attitudes underlying preferences of young urban educated Polish consumers towards products made in western countries. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(4), 5-29.
- Memushi, A. (2013). Conspicuous consumption of luxury goods: literature review of theoretical and empirical evidences. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 4(12), 250-255.
- Mills, A. J. (2012). Virality in social media: the SPIN framework. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 162-169.
- Minev, M., Petrova, B., Mineva, K., Petkova, M., & Strebkova, R. (2018). Self-esteem in adolescents. *Trakia Journal of Sciences*, 16(2), 114-118.
- O'cass, A., & McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour: An international Research Review*, 4(1), 25-39.
- Öz, A. (2018). Sosyal medya ortamında gösterişçi tüketim: Bir uygulama/Conspicuous consumption on social media: An application.

- Reindrawati, D. Y., Setiawan, F., Satrianto, M. D., & Nata, J. H. (2023). The Use of Social Media in Improving Literacy in Rural Village. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 7(1), 50-58.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University.
- Ryu, J.S. (2015). The emergence of new conspicuous consumption. *Journal of Distribution Science*, 13(6), 5-10.
- Sabir, İ., Naem, M., & Amin, M. (2016, December). Determining the impact of social media intensity and celebrity culture on conspicuous consumption with mediating effect of materialism. In *Proceedings of 2nd International Multi-Disciplinary Conference* (Vol. 19, p. 20).
- Saravanakumar, M. & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life Science Journal* 2012; 9(4), 4444-4451, ISSN: 1097-8135.
- Si, S. (2016). Social media and its role in marketing. *Business and Economic Journal J.* 7, 203.
- Smith, D., Leonis, T., & Anandavalli, S. (2021). Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian Journal of Psychology*, 73(1), 12-23.
- Souiden, N., et al. (2011). A cross-cultural analysis of consumers' conspicuous consumption of branded fashion accessories. *Journal of International Consumer Marketing*, 23, 329–343.
- Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. (2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 827-832.
- Thoumrungroje, A. (2014). The influence of social media intensity and EWOM on conspicuous consumption. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 7-15.
- Trigg, A. B. (2001). Veblen, Bourdieu, and conspicuous consumption. *Journal of Economic Issues*, 35(1), 99-115.
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*.
- Velov, B., Gojković, V., & Đurić, V. (2014). Materialism, narcissism and the attitude towards conspicuous consumption. *Psihologija*, 47(1), 113-129.
- Wai, L. K., & Osman, S. (2019). The influence of self-esteem in the relationship of social media usage and conspicuous consumption. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(2), 335-352.
- Wang, R., Yang, F., & Haigh, M. M. (2017). Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media. *Telematics and Informatics*, 34(4), 274-283.
- We Are Social, Digital 2023. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Widjajanta, B., Senen, S. H., Masharyono, M., Lisnawati, L., & Anggraeni, C. P. (2018). The impact of social media usage and self-esteem on conspicuous consumption: Instagram user of Hijabers Community Bandung member. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 10(2), 1-13.
- Zachlod, C., Samuel, O., Ochsner, A., & Werthmüller, S. (2022). Analytics of social media data—State of characteristics and application. *Journal of Business Research*, 144, 1064-1076.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşittir.

DIE ZUKUNFTSANGST VON DEUTSCHLEHRERKANDIDATEN UND IHRE AUSWIRKUNG AUF DEN LERNERFOLG (AM BEISPIEL DER ÇUKUROVA-UNIVERSITÄT)*

Yasemin DARANCIK²

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1330681

Article History:

Received 20.07.2023

Accepted 10.08.2023

Schlüsselwörter:

Angst,

Lehramt Deutsch,

Lernerfolg,

Fremdsprachenunterricht.

KURZFASSUNG

Angst ist immer ein aktuelles Problem in unserem Umfeld. Die Erfahrungen mit der Pandemie, die sich ständig ändernde Bildungspolitik und der Verlauf der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen haben zu einem Anstieg der Besorgnis der Menschen geführt. Vor allem hat die Angst bezüglich der Zukunft sich bei Jugendlichen in der Türkei, die seit ihren ersten Lebensjahren an, an einem großen Marathon teilgenommen haben, um an einer Universität zu studieren und auch während des Studiums, verstärkt. Mit der Erhöhung des Angstfaktors wird auch das Erfolgsniveau der Studierenden negativ beeinflusst. Unter Berücksichtigung dieser Faktoren wurde im Rahmen der Forschung „Angst“ in Bezug auf verschiedene Variablen untersucht, die Gedanken von Lehramtskandidaten analysiert und versucht aufzudecken, ob diese Angst Auswirkungen auf ihren Erfolg hat. In dieser Studie wurden die Daten zu „Person, Gründe für die Wahl des Studiengangs, Zukunftsplanung nach dem Studium, berufsbezogener Angst und Angst in Bezug auf die Prüfungen KPSS und YDS und die deutsche Sprache“ erhoben. Die jeweiligen Fragebögen wurden im Sommersemester 2022-2023 an Bachelorstudierende der Abteilung Lehramt Deutsch der Çukurova-Universität angewendet. Ziel dieser Studie war es, die Meinungen künftiger Deutschlehrer/innen über ihre Angst im Hinblick auf die Zukunft zu analysieren. Darauf basierend werden Vorschläge in der Abschlussdiskussion erarbeitet.

ALMANCA ÖĞRETMEN ADAYLARININ GELECEK KAYGISI VE SÖZKONUSU KAYGININ ÖĞRENME BAŞARISINA ETKİSİ (ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1330681

Makale Geçmişi:

Geliş 20.07.2023

Kabul 10.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Kaygı,

Almanca Öğretmenliği Bölümü,

Başarı,

Yabancı dil eğitimi.

ÖZ

Kaygı her zaman çevremizde etken olan bir sorundur. Pandeminin yaşanması, devamlı değişen eğitim politikası ile ekonomik ve sosyal şartların gidişatı insanların kaygı düzeyinin olumsuz yönde fazlalaşmasına neden olmuştur. Özellikle bir üniversiteye yerleşmek için yaşamın ilk yıllarından itibaren büyük bir maratona katılan ve sonra da üniversitede okuyan gençlerin gelecek ile ilgili kaygıları çoğalmıştır. Kaygı faktörünün çoğalmasıyla birlikte, öğrencilerde başarı düzeyi de olumsuz etkilenmektedir. Bu etkenler dikkate alınarak, araştırmanın kapsamında farklı değişkenler açısından kaygı incelenmiş, öğretmen adaylarının düşünceleri analiz edilmiş ve sözkonusu kaygının başarılarına ne gibi yansımalar gösterdiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada “kişi, bölümü seçme nedenleri, mezuniyet sonrası gelecek planı, mesleki kaygı, KPSS/YDS ve Almanca sınavlarına yönelik kaygı” ile ilgili veriler toplanmıştır. Sözkonusu anketler, 2022-2023 bahar döneminde Çukurova Üniversitesi Alman Dili Eğitimi Ana Bilim Dalı'nda okuyan lisans öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Çalışmanın amacı, Almanca öğretmen adaylarının gelecekleri ile ilgili kaygı düzeyleri hakkında bir değerlendirme yapmaktır. Bu verilere dayanarak, sonuç bölümünde öneriler geliştirilmiştir.

* Çalışma, “8. Middle East International Conference On Contemporary Scientific Studies” kongresinde 7 Ocak 2023 tarihinde bildiri olarak sunulmuştur.

² Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı, ydarancik@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5682-9123
Alıntılama için/Cite as: Darancık, Y. (2023), Die Zukunftsangst Von Deutschlehrerkandidaten Und Ihre Auswirkung Auf Den Lernerfolg (Am Beispiel Der Çukurova-Universität), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 702-713.

THE FUTURE ANXIETY OF GERMAN TEACHING CANDIDATES AND ITS EFFECT ON LEARNING SUCCESS (A CASE OF ÇUKUROVA UNIVERSITY)

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1330681

Research Article

Received 20.07.2023

Accepted 10.08.2023

Keywords

Anxiety,

Department of german teaching,

Success,

Foreign language education.

ABSTRACT

Anxiety is always an ongoing concern within our environment. The experience of the pandemic, the ever-changing educational policy, and the fluctuations in economic and societal conditions have led to an increase in people's anxiety levels. First of all, anxiety about the future has increased among young people in Turkey who, since their early years, have participated in a big marathon to study at university and also during their studies. With the increase of the anxiety factor, the level of success of the students is also negatively influenced. Taking these factors into account, the research examined 'the concept of anxiety' in relation to different variables. This research analyzed the thoughts of the candidate teachers and sought to determine if this fear had an impact on their success. This study collected data related to "person, reasons for choosing the department, future planning after graduation, job-related anxiety and anxiety in relation to the KPSS and YDS exams and the German language". The respective questionnaires were used in the 2022-2023 summer semester for bachelor students in the German teaching department at Çukurova University. The aim of this study was to analyze the opinions of prospective German teachers about their anxiety. Based on this, suggestions are developed in the final discussion

EINLEITUNG

Angst entsteht in jeder Phase des menschlichen Lebens. „Freud, der die erste Definition von Angst gemacht hat, sagte, dass die erste Angst, die eine Person erlebt, der Moment der Geburt ist, dass Menschen im ersten Moment ihrer Geburt vielen Reizen begegnen und diese Situation der Angst bringt die Menschen dazu, sich in den folgenden Jahren Sorgen zu machen, bzw. Angst zu haben“ (Geçtan, 2005, S. 48). Angst tritt in den späteren Stadien auf, indem sie manchmal positive und manchmal negative Auswirkungen in Übereinstimmung mit den Situationen in Bezug auf ihre Umgebung, ihr Schulleben und ihr Berufsleben erzeugt. Die aus diesen Erlebnissen resultierende Angst kann hemmende, erschwerende, ermutigende oder auch motivierende Auswirkungen auf das Verhalten haben.

In vielen Studien wurde Angst mit unterschiedlichen Dimensionen behandelt, so viele Definitionen von Angst sind anzutreffen. Die Wurzel des Wortes „Angst“ stammt aus dem altgriechischen „anxietas“ und bedeutet Sorge, Furcht, Neugier. „Im Allgemeinen ist Angst eine emotionale Reaktion auf Umwelt- und psychologische Ereignisse; im engeren Sinne kann sie als eine bewusst empfundene Lebensweise definiert werden, deren Ursprung und Beginn jedoch unbewusst sind und mit physiologischen Veränderungen sich zeigen. Angst ist ein Zustand der Sorge und Anspannung in Bezug auf die Zukunft. Das Warten auf eine unbekannte und unverständliche Gefahr verursacht als Angst Unbehagen und Anspannung in der Person“ (Kaya & Varol, 2004, S. 32).

„Angst umfasst soziale Prozesse und resultiert aus unangenehmen Erfahrungen in zwischenmenschlichen Beziehungen“ (Karagüven, 1999, S. 203). Angst kann auch dazu führen, dass sich eine Person in einer so ernsthaften Spannung befindet, dass sie ihr Leben nicht aufrechterhalten kann und medizinische Hilfe suchen muss (Malmo, 1975). Laut Nemiah (1975) ist Angst eine universelle menschliche Erfahrung, die sich in Form der ängstlichen Erwartung eines schlimmen Ereignisses manifestiert, das in der Zukunft eintreten könnte. Angst ist ein Gefahrensignal, das von der bewussten Seite der Persönlichkeit wahrgenommen wird und durch einen äußeren Reiz hervorgerufen werden kann oder auch nicht (Levitt, 1967). Aus der Sicht von Linn ist „Angst ein unangenehmer emotionaler Zustand, der durch ein Gefühl von Gefahr, Unruhe, Anspannung und Angst gekennzeichnet ist“ (Üldeş, 2005, S. 8). Alle diese Definitionen weisen darauf hin, dass Angst eine unangenehme, störende Situation ist, die sich negativ auf das Individuum auswirkt.

Die Pandemie, die sich ständig ändernde Bildungspolitik und der Verlauf der wirtschaftlichen und sozialen Bedingungen in der Türkei haben dazu geführt, dass das Angstniveau der Menschen negativ zugenommen hat. Diese Angst ist bei jungen Menschen noch deutlicher zu sehen. Auch der Erfolg der Studierenden, die seit den ersten Lebensjahren an einem großen Wettlauf für die Aufnahme an eine Universität teilgenommen haben und deren Angst trotz der Universitätsaufnahme zugenommen hat, wird ebenfalls negativ beeinflusst, wodurch ein effektives Lernen nicht stattfindet. Im Allgemeinen trifft man auf ein Studentenprofil, das eine negative Sicht auf das Leben, kein Ziel und wenig Energie hat. Das mit Prüfungen versehene Bildungssystem ist noch lange nicht fertig, vor allem nicht für Absolventen, die auf einen Lehramtsposten warten. Für den Einstieg ins Berufsleben

müssen die Studierenden die Öffentliche Personalauswahlprüfung (KPSS) und, wenn sie zum Fremdsprachenlehrer ernannt werden wollen, auch die Fremdsprachen-Einstufungsprüfung (YDS) bestehen. Die begrenzten Quoten für die Einstellung von Lehrkräften (Balcı, 2012, S. 4), die Tatsache, dass sich KPSS-Fächer nicht vollständig mit den an der Fakultät gelehrt Programmen überschneiden, und die Unzulänglichkeit der YDS-Prüfung bei der Messung einiger der Fähigkeiten, die ein Lehrer haben sollte, führen jedoch zu Besorgnis bei den Studierenden. Während all diese Faktoren das Leben des Einzelnen negativ beeinflussen, entstehen Barrieren beim Lernen einer Fremdsprache, und effektives Lernen findet nicht statt.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren wurde im Rahmen der Forschung ‚Angst‘ in Bezug auf verschiedene Variablen untersucht, die Gedanken von Lehramtskandidaten analysiert und versucht aufzudecken, ob diese Angst auf ihren Erfolg Auswirkungen hat.

METHODE

In diesem Teil der Studie werden das angewandte Forschungsdesign und die Arbeitsgruppe, die Datenerhebungstechniken und die Datenanalyse dargelegt.

Zweck der Forschung

Das Ziel dieser Studie ist es, das Angstniveau der Studierenden der Abteilung ‚Lehramt Deutsch‘ der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Çukurova-Universität zu analysieren und die Faktoren, die dieses Angstniveau beeinflussen, zu bestimmen.

Forschungsmodell

Bei dieser Untersuchung handelt es sich um eine qualitative Studie. Die der Untersuchung zugrunde liegenden Daten wurden mit Hilfe eines Fragebogens aufbereitet, um die Meinungen angehender Deutschlehrkräfte über ihre Angstzustände und die Auswirkungen dieser Angst auf ihren Erfolg zu ermitteln. Die Fragebogenformulierungen wurden aus einem Fragenpool ausgewählt, der als Ergebnis der fachbezogenen Literaturrecherche und unter Berücksichtigung der Erfahrungen der Lehrkräfte erstellt wurde. Darüber hinaus wurde diese Arbeit mit Genehmigung der Ethikkommission der Çukurova-Universität durchgeführt (Ethikkommission Çukurova-Universität; Datum: 06.04.2023, Nummer: 2).

Forschungsgruppe

Die Studiengruppe dieser Forschung besteht aus allen Studierenden im Bachelorstudium der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Çukurova-Universität, Abteilung ‚Lehramt Deutsch‘. Informationen zu den Jahrgängen und Geschlechtern der 99 Studierenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, sind in Tabelle 1 zusammengefasst.

Tab. 1: Prozentuale Verteilung der Studierenden nach Jahrgang und Geschlecht

VARIABLEN		
Jahrgänge	1. Jahrgang	20,2 %
	2. Jahrgang	20,2 %
	3. Jahrgang	21,2 %
	4. Jahrgang	38,4 %
Geschlecht	weiblich	82,8 %
	männlich	17,2 %

Laut Tabelle 1 besteht die Mehrheit der Studierenden, deren Meinungen eingeholt wurden, aus weiblichen Teilnehmern. Im Abschnitt zur Erhebung personenbezogener Daten wurden die Studierenden auch nach ihrer Präferenzreihenfolge in Bezug auf diese Abteilung befragt. Nur 25 Studierende wählten diesen Studiengang als erste Wahl, und einige dieser Studierenden trafen diese Wahl, weil sie sich bewusst waren, dass ihre Punktzahl in der Universitätsprüfung für die Zulassung anderer Studiengänge nicht ausreichte. Da die Wahl zum Zugang einer Universität nach der Bewertung der Universitätsprüfung in der Türkei getroffen wird, wissen die Studierenden daher, in welche Abteilung sie Zugang erhalten und treffen ihre Wahl entsprechend. Kurz gesagt, es geht nicht darum, einen Studiengang zu wählen, den man in Zukunft gerne machen möchte oder sich wünscht, solange die Logik der Zulassung in eine beliebige Fakultät dominiert. Ein Studium am Studiengang, den man sich wünscht und in Zukunft beruflich ausüben will, wird der Person das Gefühl der Zufriedenheit geben und somit zum Erfolg führen. Da die Abteilung ‚Lehramt Deutsch‘ der Çukurova-Universität, mit Zustimmung von YÖK (Hochschulrat) Studierende akzeptiert, die die YDS-Prüfung sowohl auf Deutsch oder auch auf Englisch ablegen können, bevorzugen diese Abteilung im Allgemeinen Studierende, die die Sprachprüfung auf Englisch ablegen. Ihre

Hauptpräferenz ist es, in die Abteilung ‚Lehramt Englisch‘ aufgenommen zu werden, aber da ihre Punktzahl nicht ausreicht, bevorzugen sie die Abteilung ‚Lehramt Deutsch‘. Daher ist ihr Angstniveau sehr hoch, weil sie in einer Abteilung studieren, die sie nicht bevorzugen und deren Sprache sie fast nicht beherrschen.

Datenerfassungsmittel

In der Studie wurde bei der Erstellung des verwendeten Fragebogens darauf geachtet, dass die Fragen bzw. Äußerungen möglichst klar und leicht verständlich und nicht mehrdimensional sind, um den Einzelnen nicht mit unnötigen Fragen zu belasten. Die Antworten auf die Fragen bestanden aus drei Optionen wie ‚ja‘, ‚teilweise‘ oder ‚nein‘. Die Gedanken der Studierenden wurden in der Datenbewertung direkt einbezogen. Die in der Studie verwendeten Fragen wurden im Einklang mit den Beobachtungen und Erfahrungen der am Studiengang tätigen Fakultätsmitglieder erhoben. Die Fragen des vorbereiteten Fragebogens wurden entsprechend den Meinungen und Vorschlägen der Experten geändert.

Der endgültige Fragebogen besteht aus folgenden Teilen:

- Fragen zu personenbezogenen Daten.
- Wirkfaktoren bei der Wahl des Studiengangs
- Zukunftsplanung nach dem Studium
- Gründe für Berufsangst
- Gründe für Angst vor der KPSS-YDS Prüfung
- Angst in Bezug auf die deutsche Sprache

Die Befragungen wurden online mit Hilfe des Google-Formulars unter Studierenden durchgeführt, die im Sommersemester 2022-2023 Lehramt Deutsch studieren. Es wurde versucht eine Auswertung über ihre Angstzustände zu ermitteln und die Reflexion dieser Zustände auf ihren Erfolg zu messen.

Bei der Auswertung der Daten kam die Technik der ‚Inhaltsanalyse‘ zum Einsatz. Diese Technik zielt darauf ab herauszufinden, wie oft das Geschriebene und Gesagte wiederholt wird (Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2002; Tavşancıl & Aslan, 2001; Yıldırım & Şimşek, 2005).

ERGEBNISSE UND DISKUSSION

Im Folgenden werden die Ergebnisse, die aus den Antworten der Studierenden auf 32 Fragen/Aussagen erhoben wurden, präsentiert.

Im ersten Teil des Fragebogens wurden 5 Fragen zu den Faktoren gestellt, die sie bei der Wahl des Studienfachs beeinflusst haben.

An die Studierenden wurden im ersten Teil folgende Fragen/Aussagen gestellt: 1. Haben Sie diese Abteilung freiwillig gewählt? 2. Meine Punktzahl reichte für den Studiengang ‚Lehramt Deutsch‘. 3. Ich hatte keine andere Wahl. 4. Meine Familie hat mich gezwungen, diese Abteilung zu wählen. 5. Ich bin in diese Abteilung aufgenommen worden, indem ich an der zentralen Prüfung in englischer Sprache teilgenommen habe. Die Antworten auf die Fragen/Aussagen wurden gemeinsam visualisiert und die Konsistenz der Antworten auf alle Fragen/Aussagen überprüft.

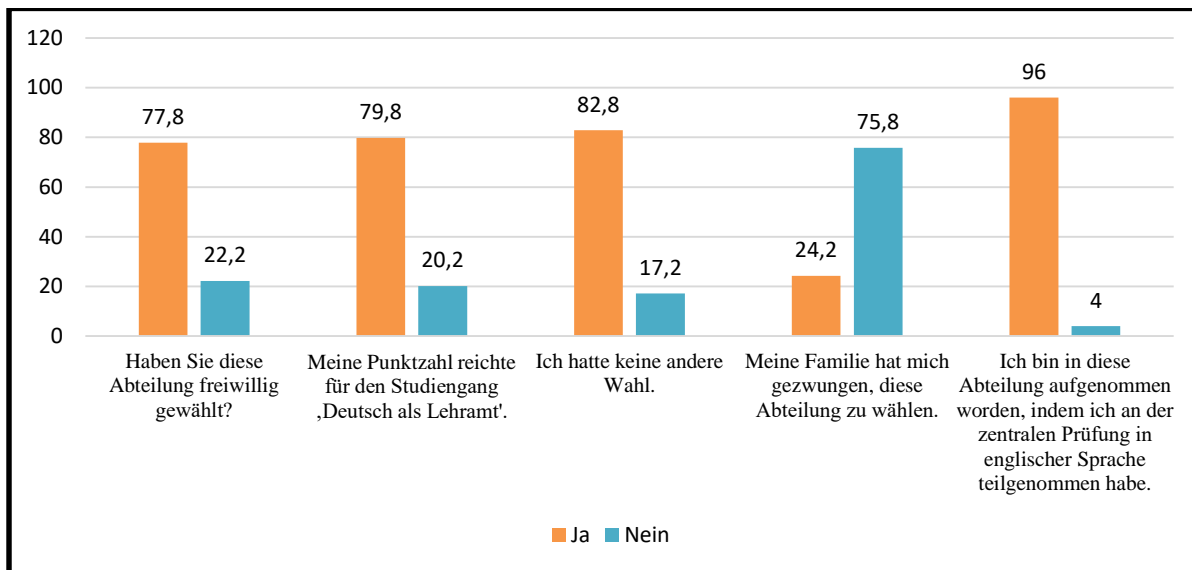


Abb. 1: Faktoren, die bei der Wahl des Studiengangs eine Rolle spielen

Bei Betrachtung der ersten Grafik, die 5 Fragen umfasst, gab die Mehrheit der Studierenden an, diesen Studiengang von sich aus zu bevorzugen, aber es ist auch zu sehen, dass die Punktzahl der Universitätsaufnahmeprüfung der gleichen Personen für diesen Studiengang ausreichend waren. Sie widersprechen sich damit, ob sie diese Abteilung freiwillig bevorzugten oder nicht. Laut dieser Aussage träumten die Studierenden anscheinend von einem anderen Studiengang, mussten sich aber für diesen entscheiden und hatten keine andere Wahl. Fast alle Studierenden wurden durch das Lösen von Englischfragen in der Hochschulprüfung in die Abteilung Lehramt Deutsch aufgenommen und die 4 % der Studierenden, die die deutschsprachigen Prüfungsfragen gelöst haben, sind Kinder von Auswandererfamilien, die aus Deutschland zurückgekehrt sind. So wurde festgestellt, dass die in diesem Studiengang eingeschriebenen Studierenden mit sehr geringen oder nahezu keinen Deutschkenntnissen in diesen Studiengang eintraten. Es gehört auch zu den Kommentaren der Studierenden, dass der Hauptwunsch darin besteht, in die englische Abteilung zugelassen zu werden. Der Hochschulrat (YÖK) bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, die deutsche Abteilung zu wählen, indem sie die englischen Fragen in der Universitätsaufnahmeprüfung lösen. (Uyan & Genç, 2018, S.1276)

Im nächsten Abschnitt wurde den Studierenden gefragt, welche Pläne sie nach dem Abschluss haben. Es ist der Traum der Studierenden, so schnell wie möglich seinen Abschluss zu machen und einen Job zu bekommen, um wirtschaftliche Freiheit zu erlangen.

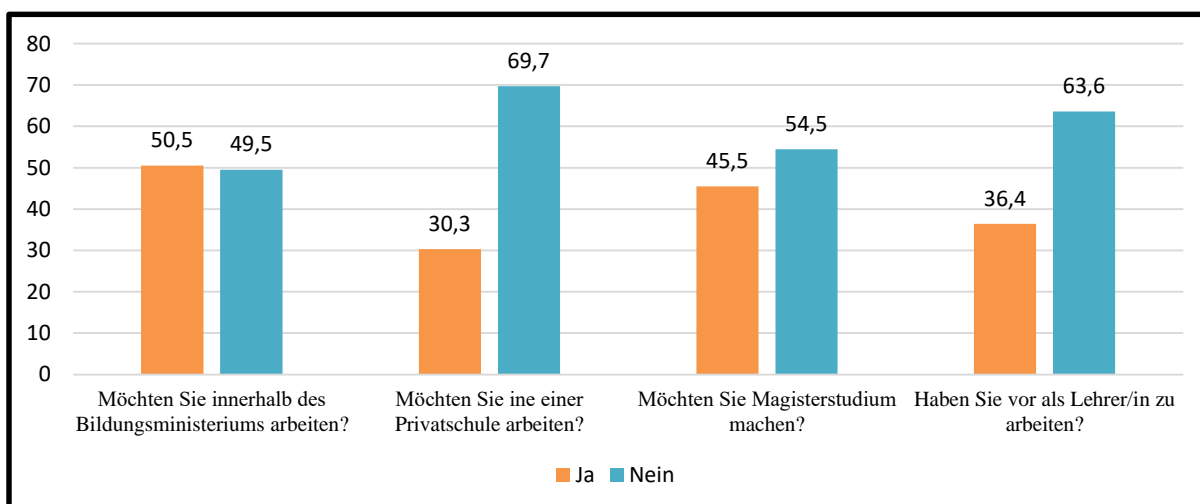


Abb. 2: Daten der Zukunftsplanung nach dem Studium

Die Grafik 2 zeigt, dass die Hälfte der Lehramtskandidaten nicht innerhalb des Bildungsministeriums arbeiten möchte, während 30,3 % der Studierenden in Privaten Schulen arbeiten wollen. Fast die Hälfte der Befragten möchte Masterstudium machen. 63,6 % geben an, dass sie nicht vorhaben Lehrer/innen zu werden. Es wurde eine offene Frage an die Studierenden, die nicht Lehrer werden wollen, gestellt, um Informationen über ihre Zukunftspläne zu erhalten. 20 Personen gaben an, keine Zukunftspläne zu haben, während andere Studierende sagten, dass sie Berufe wie Reiseführer, Stewardess oder Übersetzer/in bevorzugen. Einige von ihnen wollen ins Ausland gehen, da sie in der Türkei keine Zukunft sehen. Um die Gründe dafür zu ermitteln, wurden als nächstes Fragen im Hinblick auf das Berufsleben gestellt.

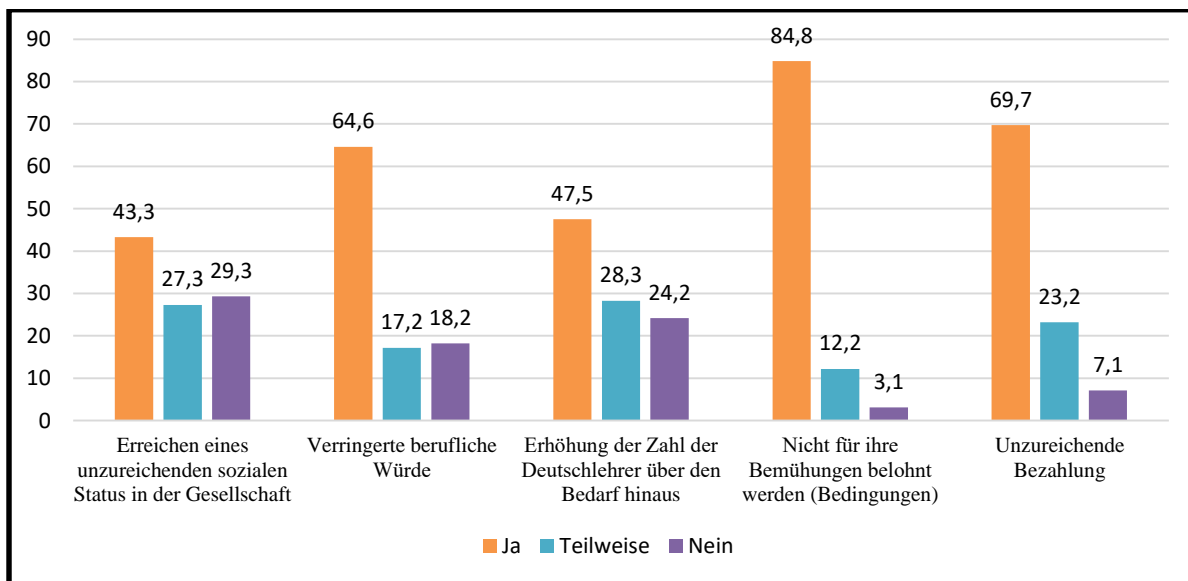


Abb. 3: Daten über die Ursachen arbeitsbedingter Angst

Hier zeigen die Antworten in Abbildung 3 deutlich die Zukunftsängste der Studierenden. Die Mehrheit der Studierenden ist der Meinung, dass Deutschlehrer keinen ausreichenden Stellenwert in der Gesellschaft erreichen, ihr berufliches Ansehen von Tag zu Tag abnimmt und die Zahl der Deutschlehrer/innen überfordert ist. Zudem finden 84,8 % der Studierenden, dass der im Rahmen der Bedingungen erbrachte Aufwand nicht geschätzt wird; 69,7 % der Studierenden meinen, dass die Besoldung nicht ausreichend ist. Fügt man die Studierenden hinzu, deren Antwort ‚teilweise‘ waren, sieht man, dass fast alle Studierenden auf die beiden letzten Fragen/Äußerungen eine negative Ansicht haben. Die ganze Grafik zeigt, dass die Angst der zukünftigen Deutschlehrer/innen bezogen auf ihren Beruf sehr hoch ist.

Die Jugendlichen versuchen mit großer Anstrengung den Zugang zur Universität zu gelangen und ihr einziger Traum ist es, ihr Studium zu absolvieren und ins Berufsleben einzusteigen. Um jedoch nach dem Universitätsabschluss als Lehrer ernannt zu werden, müssen die Deutschlehramtskandidaten zwei verschiedene Prüfungen bestehen, nämlich KPSS und YDS. Diese beiden Prüfungen fordern die Kandidaten sowohl finanziell als auch moralisch heraus und erhöhen ihre Angst. Hinzu kommt, dass sie in den letzten Jahren ihres Studiums aufgrund dieser beiden Prüfungsängste Probleme haben, sich auf die fachlichen Lehrveranstaltungen zu konzentrieren. Wenn wir uns das türkische Bildungssystem von der Grundschule bis zu den letzten Jahren der Universität anblicken, sieht man, dass junge Menschen in den letzten Jahren jeder Bildungsstufe eine Prüfung bestehen müssen; dies wirkt sich negativ auf ihre Motivation und Lebenseinstellung aus. Da jeder Schritt prüfungsorientiert ist, sind junge Menschen unglücklich und ängstlich, weil sie sich nicht in verschiedenen oder Interessenbereichen erweitern können.

Aus diesem Grund erschien es in dieser Studie angebracht, die KPSS- und YDS-Prüfungen zu erwähnen. In diesem Zusammenhang wurden 9 Fragen zu diesen beiden Prüfungen gestellt.

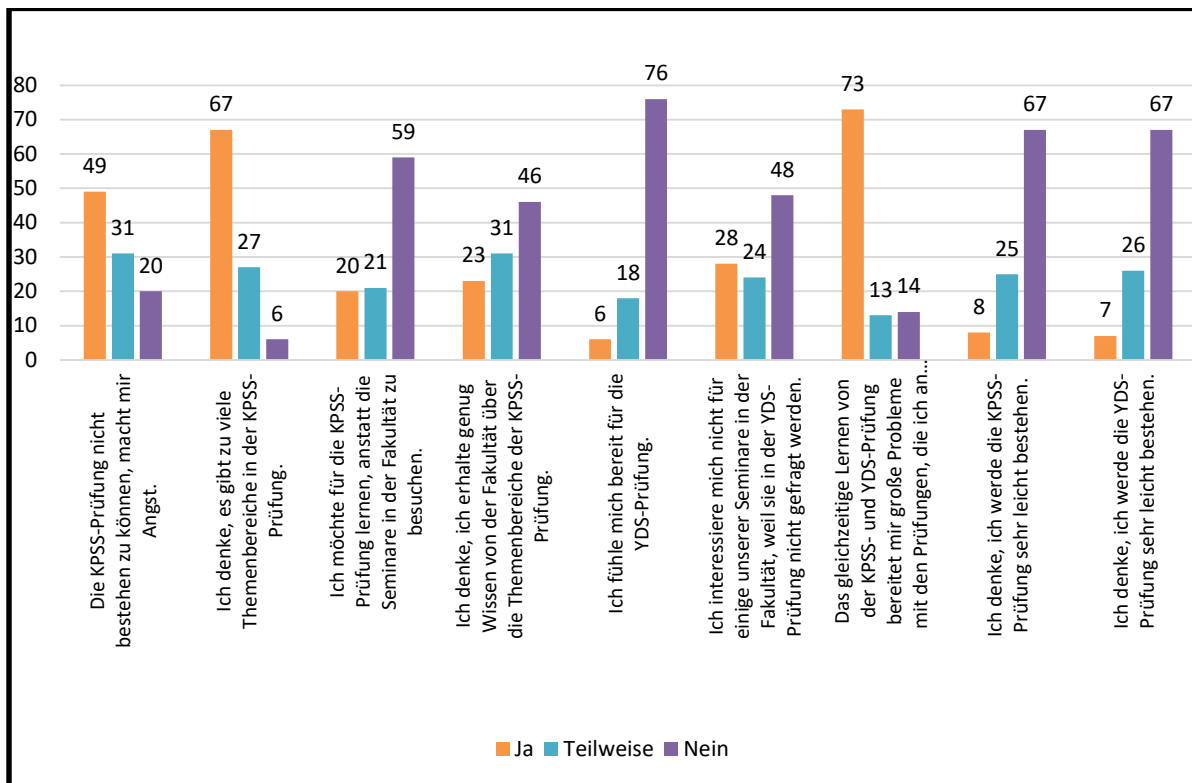


Abb. 4: Daten zur Angst vor der KPSS-YDS-Prüfung

Wenn man sich die 4. Abbildung anschaut, sieht man, dass die Angstquote der Studierenden wegen der zwei Prüfungen, die für ihre Ernennung erforderlich sind, ebenfalls sehr hoch ist. Während 80 % der Studierenden besorgt sind, die KPSS-Prüfung nicht bestehen zu können, finden 94 % von ihnen, dass die Themenbereiche der KPSS-Prüfung zu viel sind. 59 % der Studierenden finden, dass die Lehrveranstaltungen an der Universität wichtig sind, aber 46 % der Studierenden denken, dass sie von der Fakultät nicht genug Inhalte über die Themenbereiche bezüglich der KPSS-Prüfung bekommen, 31 % denken, dass sie teilweise Informationen erhalten. Aus diesem Grund denken 67 % der Studierenden, dass sie die KPSS-Prüfung nicht so einfach bestehen können. Betrachtet man die Ergebnisse im Zusammenhang mit der YDS-Prüfung, so zeigt sich, dass 76 % der Studierenden für diese Prüfung nicht bereit sind. Die Hälfte der Studierenden gab an, dass ihnen die Lehrveranstaltungen der Fakultät sehr wichtig sind, obwohl sie in der YDS-Prüfung nicht gefragt werden. Allerdings gaben 67 % der Studierenden an, dass sie die YDS-Prüfung nicht leicht bestehen könnten, während 26 % nur mit ‚teilweise‘ antworteten. Dies zeigt deutlich, dass die Mehrheit von ihnen Angst hat. Schließlich gaben die Studierenden mit einer Rate von 73 % an, dass die Konzentration auf die Lehrveranstaltungen und die Themen in den KPSS- und YDS-Prüfungen zusammen für sie Probleme bereiten.

Im nächsten Teil der Studie gibt es einen Fragebogen zu der Fremdsprache, die sie gelernt haben und als zukünftige Lehrkräfte unterrichten werden, nämlich Deutsch und zu den Lehrveranstaltungen, die sie an der Fakultät belegt haben bzw. belegen. In diesem Abschnitt wurde versucht, ihren Studienerfolg sowohl aufgrund ihrer Deutschkenntnisse als auch ihrer Zukunftsangst zu ermitteln.

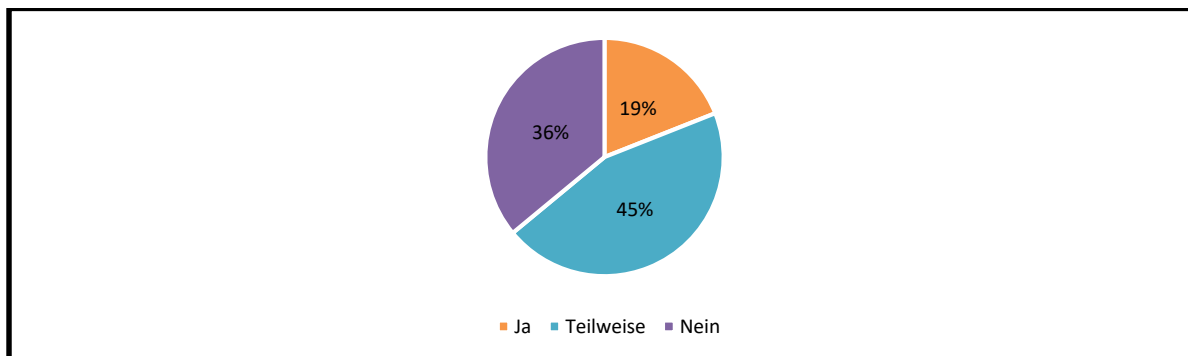


Abb. 5: Daten zu der Äußerung ‚Ich fühle mich in deutschsprachigen Lehrveranstaltungen kompetent‘.

Die meisten Studierenden haben Angst vor ihren Studienfach und künftigen Lehrberuf und fühlen sich in Deutsch unzureichend (siehe Abb. 5). In diesem Zusammenhang führt dieses Gefühl dazu, dass sie in den Lehrveranstaltungen nicht erfolgreich werden. Viele der Studierenden kamen in diese Abteilung, indem sie Englischfragen in der Universitätsaufnahmeprüfung lösten und da sie sowohl in der Grund- als auch in der Sekundarstufe viele Jahre lang Englisch gelernt haben, beherrschen sie diese Sprache besser und ziehen unweigerlich Vergleiche zwischen den beiden Sprachen an. Diese Vorgehensweise führt dazu, dass sie im Unterricht nicht erfolgreich werden. Wenn man gleichzeitig einen Blick auf das aktuelle „Curriculum für die Deutschlehrausbildung“ von YÖK (2018) wirft, sieht man, dass die Zahl der Lehrveranstaltungen in Hinblick auf die deutsche Sprache sehr gering ist. Beispielsweise gibt es Lehrveranstaltungen über die Fertigkeit ‚Sprechen‘ der deutschen Sprache nur im 1. Jahrgang, ansonsten gibt es keinen Unterricht zur Erweiterung der Fertigkeit ‚Sprechen‘. Dies bedeutet, dass die Studierenden nicht gut genug Deutsch sprechen können und dadurch beim Sprechen Angst verspüren. Diese Angst führt dazu, dass sie sich selbst als unzureichend ansehen. Kurz gesagt, eine Sprache nicht sprechen zu können, bringt das Gefühl des Versagens mit sich.

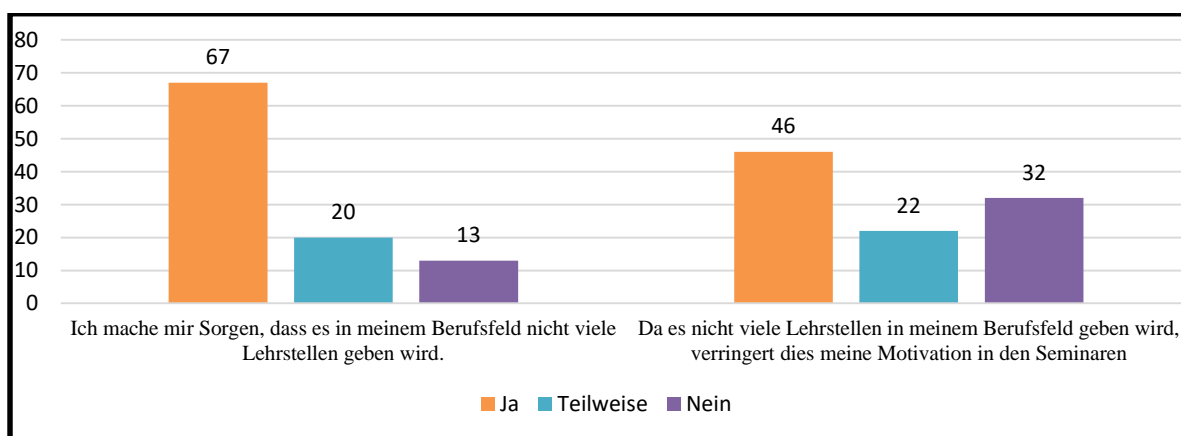


Abb. 6: Äußerungen über den Einstellungsprozess im Schuldienst.

Die Ergebnisse in Abbildung 6 sind 2 Fragen zur geringen Anzahl der Deutschlehreinstellung. In beiden Aussagen gaben die Studierenden an, besorgt zu sein, dass es nicht viele Einstellungen gibt, um in einer Staatsschule als Lehrer/in fungieren zu können; dies demotiviert die Deutschlehrerkandidaten. 67 % der Studierenden gaben an, dass sie sich Sorgen darum machen, da es nicht genügend Deutschlehreinstellungen in der Türkei gibt. Einschließlich der Teilnehmenden, die als Antwort ‚teilweise‘ gegeben haben, steigt die Zahl auf 87 %. 46 % von ihnen gaben an, dass diese Situation ihre Motivation bezüglich der Lehrveranstaltungen verringert. Andererseits gaben 68 % der Studierenden an, dass sie überhaupt nicht oder teilweise motiviert gegenüber den Lehrveranstaltungen sind. Es ist eine Tatsache, dass sich die fehlende Motivation negativ auf den Erfolg auswirkt. (Lin & McKeachie, 2003; zitiert in Yazıcı, 2009; Yeminici, Bozkurt & Özkara, 2020)

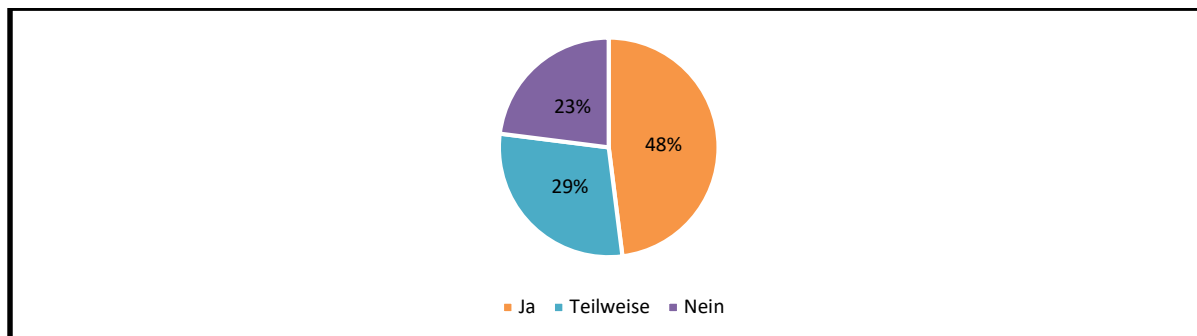


Abb. 7: Daten zu der Äußerung ‚Ich kann mich wegen der Zukunftsangst nicht auf die Lehrveranstaltungen konzentrieren.‘

Abbildung 7 fasst diese Studie eigentlich zusammen. Da die meisten Studierenden Zukunftsängste haben, wirken sich diese negativ auf Emotionen wie Motivation, Lust und Selbstvertrauen aus. Die Tatsache, dass die Studierenden sich im Unterricht nicht konzentrieren können, wirkt sich negativ auch auf ihren Erfolg aus.

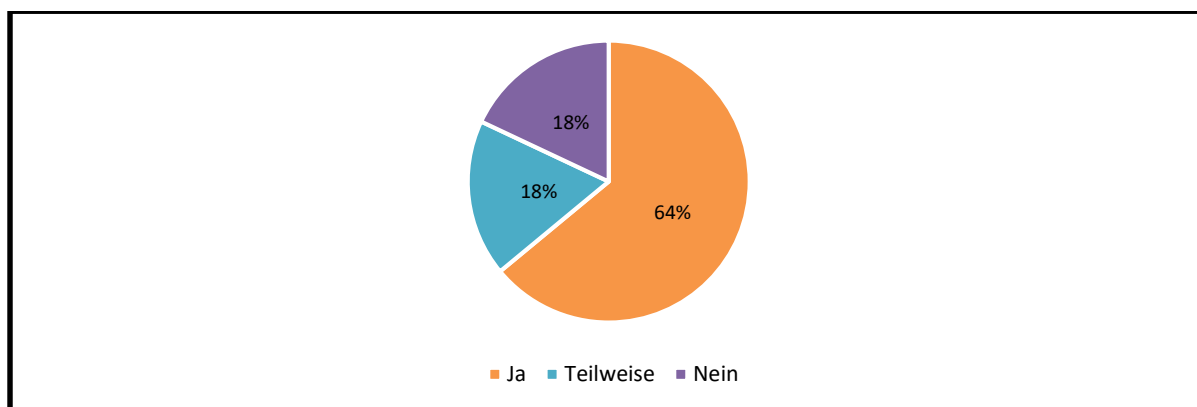


Abb. 8: Daten zu der Äußerung ‚Aufgrund der Zukunftsangst finde ich, dass einige Lehrveranstaltungen im Studiengang zu detailliert vermittelt werden.‘

Der Grund für die Wahl dieser Frage besteht darin, einerseits über die Angstzustände der Studierenden weitere Informationen zu erhalten, andererseits auch zu sehen, welche Gedanken sie unabhängig von den Prüfungen und dem Studienabschluss haben. Besteht der Bestandteil eines Studiums nur aus Prüfungen und letztendlich aus einem Abschluss? 64% der Studierenden gaben an (siehe Abb. 8), dass im Unterricht zu viele Details gegeben wurden. Leider ist den Studierenden nicht bewusst, dass sie Deutschlehrer/innen werden und, dass sie die deutsche Sprache in all ihren Dimensionen, Einzelheiten und Besonderheiten beherrschen müssen. Der Grund dafür ist, dass bei Jugendlichen infolge der sozialen Medien statt Informations hunger die Logik des Nachlassens dominiert.

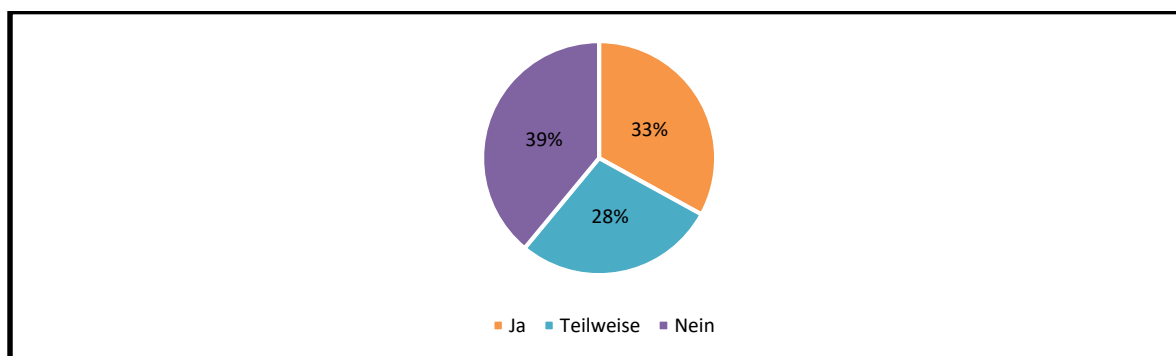


Abb. 9: Daten zu der Äußerung ‚Manche unserer Lehrveranstaltungen in der Fakultät sind mir egal, weil einige in der KPSS-Prüfung nicht abgefragt werden.‘

Leider sind alle unsere Bildungsstufen in der Türkei auf eine bestimmte Prüfung ausgerichtet. Lehrveranstaltungen werden in Betracht der Prüfungen als wichtig oder unwichtig bewertet. Die Wichtigsten werden fleißig gelernt, die Unwichtigen werden gepflegt, nur um die Prüfung zu bestehen. An der Hochschule ordnen die Studierenden ihr Studium den festgelegten Prüfungen zu. 33 % der Studierenden interessieren sich überhaupt nicht für einige Lehrveranstaltungen und 28 % der Studierenden interessieren sich teilweise für einige Lehrveranstaltungen, weil die Themen in den jeweiligen Lehrveranstaltungen in der KPSS- oder YDS-Prüfung nicht gefragt werden. Vielleicht werden manche Themen in den Prüfungen nicht befragt, aber leider ist es den Studierenden nicht bewusst, wie wichtig diese Themen für ihr eigentliches Ziel, also für ihren Lehrerberuf, sind. Diese Sichtweise führt dazu, dass die Studierenden nicht mit vertieften Deutschkenntnissen ihr Studium abschließen. Und nach dem Abschluss, geraten sie in Angst, weil sie mit so wenig Deutsch und Fachwissen ihren Beruf nicht gut genug ausüben können.

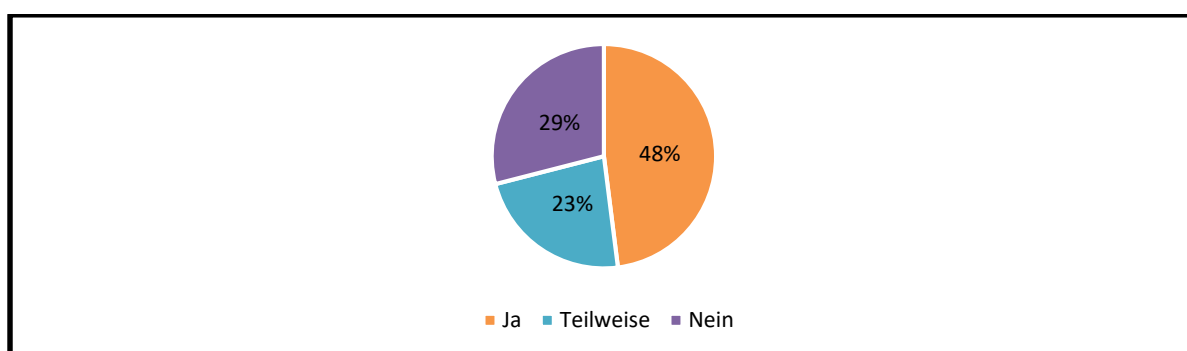


Abb. 10: Daten zu der Äußerung ‚Ich halte die deutschsprachigen Lehrveranstaltungen für wenig.‘

Im Jahr 2008 änderte YÖK das Curriculum für die Deutschlehrausbildung und die Zahl der deutschbasierten Lehrveranstaltungen wurde verringert. Obwohl die Studierenden in der Regel angeben, dass sie ihren Abschluss nicht mit guten Deutschkenntnissen vor allem mit unzureichender mündlicher Fähigkeit machen, geben nur 49% der Befragten an, dass die deutschbasierten Lehrveranstaltungen zu wenig sind (siehe Grafik 10), also nur die Hälfte der Befragten (Aksöz, 2020, S. 266).

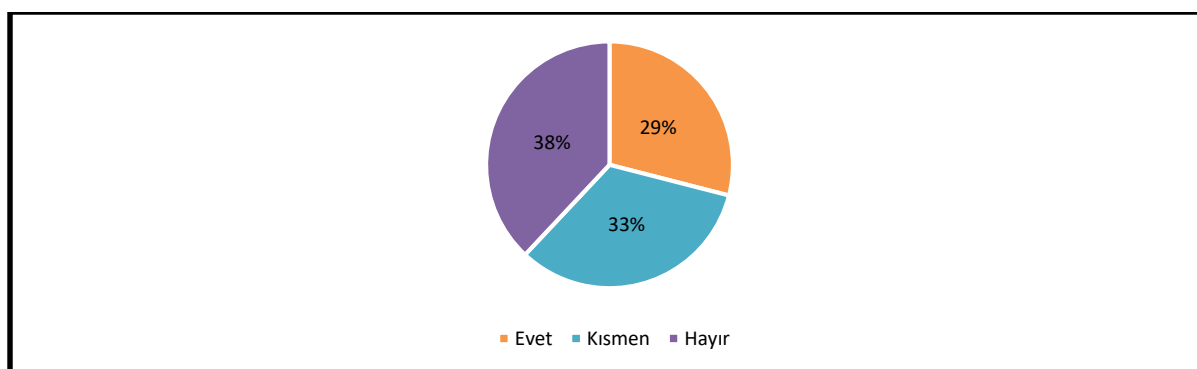


Abb. 11: Daten zu der Äußerung ‚Ich fühle mich unfähig, ein Lehrer zu sein.‘

Betrachtet man die Kommentare der Studierenden in den vorherigen Abbildungen, so zeigt sich, dass ihnen nicht bewusst ist, wie wertvoll und wichtig es ist, an einer Universität zu studieren und sich viele Informationen anzueignen. Obwohl die Studierenden die Lehrveranstaltungen als zu detailliert oder unnötig ansehen, wie in Abbildung 11 zu sehen ist, halten sich nur 38 % von ihnen für ausreichend als Lehrer. Sich in einem Beruf als unzulänglich zu fühlen, insbesondere als Fremdsprachenlehrer/in, zeigt, dass der Einzelne seine Pflicht nicht richtig erfüllen kann und folglich im beruflichen Sinne Angst haben werde.

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Ziel dieser Studie war es, die Meinungen künftiger Deutschlehrer/innen der Abteilung Lehramt Deutsch über ihre Angst im Hinblick auf die Zukunft zu analysieren. Als Ergebnis der Untersuchung lagen die Raten der Angst der Deutschlehrerkandidaten über dem Durchschnittswert. Eine allgemeine Bewertung des Angstniveaus der Studierenden, die in 32 obigen Punkten bestimmt wurden, wurde durchgeführt und die folgenden Ergebnisse wurden erhalten.

- Die Ängste von Studierenden, die in einem Studiengang studieren, den sie nicht wollen, um nur an einem Studiengang zu studieren, bzw. nur um an einer Universität aufgenommen zu werden, sind hoch und wirken sich negativ auf ihren Erfolg aus.

- Die meisten Studierenden sehen in der Türkei keine Zukunft und bevorzugen aufgrund dieser Situation das Ausland.

- Die Mehrheit der Studierenden war der Meinung, dass Deutschlehrer/innen keinen ausreichenden Stellenwert in der Gesellschaft erreichen, ihr berufliches Ansehen von Tag zu Tag abnimmt und die Zahl der Deutschlehrerabsolventen mehr ist als gefordert. Zudem finden 84,8 % der Studierenden, dass der im Rahmen der Mühe erbrachte Aufwand nicht belohnt wird; 69,7 % der Studierenden meinen, dass der Lohn für Lehrer/innen nicht ausreichend genug ist. Dies zeigt, dass die Studierenden eine hohe Angst vor ihrem Beruf haben.

- Es zeigt sich auch, dass die Angst der Studierenden vor den für ihre berufliche Einstellung erforderlichen KPSS- und YDS-Prüfungen ebenfalls sehr hoch ist, was sich negativ auf ihren Erfolg in ihren Lehrveranstaltungen auswirkt. Wenn Einstellungen als Lehrer mit dem Notendurchschnitt anstelle von KPSS oder YDS-Prüfung erstellt werden könnte, würden die Studierenden an den Lehrveranstaltungen effektiver teilnehmen und können sich folglich nur auf ihre Ausbildung basierend an der Universität konzentrieren. somit werden sie erfolgreicher und durch Erfolg mindert sich ihre Angst ab.

- Die meisten Studierenden haben Angst vor ihrem Studium und Lehrberuf, da sie sich in Deutsch unzureichend fühlen. In diesem Zusammenhang führt dieses Gefühl dazu, dass sie in den Lehrveranstaltungen nicht erfolgreich sind. In diesem Sinne sollte das von YÖK angebotene Deutschlehrercurriculum erneut gestaltet werden, und mehr fachbezogene deutschsprachige Lehrveranstaltungen sollten integriert werden.

- Die Studierenden sehen sich in ihrem künftigen Beruf als ungenügend an; dieses Gefühl zeigt, insbesondere im Zusammenhang mit einer Fremdsprache, dass der Einzelne seine/ihre Aufgabe nicht wirkungsvoll erfüllen kann, und dadurch nimmt die Angst zu. Diese Angst führt zur Unzufriedenheit in der Arbeit. Dies führt wiederum zu einer ineffizienten Bildung. Angst hat die Kraft, alle Faktoren im Leben ins Negative zu verwandeln. Bu bölümde sadece araştırmanın sonuçlarına yer verilmeli, sonuçlar özetlenmelidir. Herhangi bir kaynağa atf yapılmamalıdır.

LITERATURVERZEICHNIS

Aksöz, A. S. (2020). Niveaubewusstsein und eigenbewertung der im 5./6. semester studierenden an der deutschlehrerabteilung der Çukurova Universität. *Schriften Zur Sprache Und Literatur IV*, Ijopce Publication Limited, 261-270.

Balcı, T. (2012): Überblick über deutsch als fremdsprache in der Türkei. In: *Tribüne. Zeitschrift Für Sprache und Schreibung*. Heft 4/2012. Münster: Lit Verlag, 3-6

Geçtan, E. (2005). *Psikanaliz ve sonrası*. Metis Yayınları.

Karagüven, H. Ü. (1999). Açık kaygı ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği ile ilgili bir çalışma. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11, 203-218.

Kaya M. & Varol, K. (2004). İlahiyat fakültesi öğrencilerinin durumluk-sürekli kaygı düzeyleri ve kaygı nedenleri (Samsun örneği). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(17), 31-63.

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis*. Sage Publications.

Levitt, E.E. (1967). *The psychology of anxiety*, The Bobbs-Merrill Inc.

- Malmo, R. B. (1975). Motivation and affective arousal comprehensive textbook of psychiatry. The Williams and Wilkins Company, Baltimore, s. 296-610.
- Nemiah, S. (1975). Neurotic depression. En A. Freedman, H. Kaplan, B. Sadock (Eds.) *Comprehensive Textbook of Psychiatry*. Williams & Wilkins.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage Publications.
- Uyan, A. & Genç, A. (2018). Zur konzeption eines rahmenlehrplans für den einsatz in den daf-vorbereitungsklassen in der türkei. *Turkish Studies*, 13(4), 1269-1290.
- Üldeş, İ. (2005). *Öğretmen ve öğretmen adaylarına yönelik matematik kaygı ölçeği (mkö-ö)'nin geliştirilmesi ve matematik kaygısına ilişkin bir değerlendirme* (Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi -Turkey)
- Yazıcı, H. (2009). Öğretmenlik mesleği, motivasyon kaynakları ve temel tutumlar: kuramsal bir bakış. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 17(1), 33-46.
- Yemenici, A. D., Bozkurt, Ö., & Özkara, M. (2020). Genç nesilde başarı odaklı motivasyon ve öz saygının kariyer stresi ile ilişkisi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (Ijtebs)* E-Issn: 2602-4411, 4(1), 56-66.
- Yüksek Öğretim Kurumu. (2018). *Almanca öğretmenliği lisans programı* (Retrieved from: https://www.yok.gov.tr/documents/kurumsal/egitim_ogretim_dairesi/yeni-ogretmen-yetistirme-lisans-programlari/almanca_ogretmenligi_lisans_programi.pdf)

KUTSALI FEDA ETMEK: SAFEVİ DEVLETİ'NDE MERKEZİLEŞME SÜRECİ VE DİNSEL DÖNÜŞÜM

Ayşe Duygu TANRIVERDİ¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1255563

Makale Geçmişi:

Geliş 23.02.2023

Kabul 16.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Safevi Devleti,

Türkmen,

Aşiret Konfederasyonu,

Kızılbaş,

Onikici Şii'lik,

ÖZ

Diğer Türk-Moğol kökenli devletlerle birçok noktada benzerlikler taşımasına rağmen, Safevi Devleti'nin (1501-1722) kuruluşu ve gelişiminin kendine özgü yönleri vardır. Safeviler İran'da bir tarikat olarak ortaya çıkmışlardır ancak zaman içinde çeşitli Türkmen aşiretlerini ve tasavvuf örgütlerini sadece dinsel değil, aynı zamanda askeri ve politik liderlikleri altında birleştirerek bir Kızılbaş kimliği oluşturmuşlardır. Kuruluş döneminde Safevi Devleti'nin idari yapısı büyük ölçüde Kızılbaş inancıyla özdeşleşmiş ve Kızılbaş göçebe aşiret savaşçılarının siyasi ve askeri hâkimiyeti temelinde örgütlenmiştir. Safevi aşiret konfederasyonu, selefleri gibi, kuruluşundan sonra merkezi-bürokratik bir devlete dönüşmeye başlamıştır. Bu makalede, Safevi aşiret konfederasyonunun birçok farklı ve yarı-bağımsız güç odağının etkileşim içinde olduğu bir politik örgütlenmeden merkezi-bürokratik bir devlete dönüşümü sürecinde dinin rolü tartışılacaktır. Amaç, Şah I. İsmail'in, merkezileşme ve bürokratikleşme sürecinin ihtiyaçları doğrultusunda, dinsel söylemlerini yeniden üretmek ve dinsel alanı yeniden örgütleyerek devleti kurumsallaştırmaya çalıştığını göstermektir. Bu süreçte, "kutsal" Safevi Şahı'nın desteklediği pragmatist bir Onikicilik anlayışı, Kızılbaş taraftarlarını ve inancını kamusal alandan dışlayarak kurumsallaşmaya başlamıştır.

SACRIFICING THE HOLY: CENTRALIZATION PROCESS AND RELIGIOUS TRANSFORMATION IN THE SAFAVID STATE

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1255563

Article History:

Received 23.02.2023

Accepted 16.08.2023

Keywords:

Safavid State,

Turkoman,

Tribal Confederation,

Qizilbash, Twelver Shi'ism

ABSTRACT

Although it has similarities with other states of Turko-Mongol origin in many respects, the establishment and development of the Safavid State (1501-1722) has its own unique characteristics. The Safavids emerged in Iran as a sect, but gradually they created a "Qizilbash" identity by uniting various Turkoman tribes and Sufi organizations under their not only religious but also military and political leadership. During its foundation period, the administrative structure of the Safavid State was largely associated with the Qizilbash belief and was organized on the basis of the political and military dominance of the Qizilbash nomadic tribal warriors. The Safavid tribal confederation, like its predecessors, began to transform into a centralized-bureaucratic state after its establishment. In this article, the role of religion in the transformation of the Safavid tribal confederation from a political organization in which many different and semi-independent power centers interact to a central-bureaucratic state, will be discussed. The aim is to show that Shah Ismail I tried to institutionalize the state by reproducing his religious discourses and reorganizing the religious field in line with the needs of the centralization and bureaucratization process. In this process, a pragmatist understanding of Twelver Shi'ism, supported by the "sacred" Safavid Shah, started to be institutionalized by excluding Qizilbash adherents and faith from the public sphere.

¹Arş. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, dvigo@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3297-4021
Alıntılanmak için/Cite as: Tanrıverdi, A.D. (2023). Kutsalı feda etmek: Safevi Devleti'nde merkezileşme süreci ve dinsel dönüşüm. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 714-728.

GİRİŞ

11. ve 16. yüzyıllar arasında İran ve Anadolu coğrafyası, Türk-Moğol kökenli aşiretlerin Selçuklular, Timurlar, Akkoyunlular, Safeviler ve Osmanlılar gibi imparatorluklar kurmasına tanıklık etmiştir. Bu imparatorlukların temelleri, göçebe aşiretlerin, savaşçı yeteneklerini ve dolayısıyla savunma ve ganimet dağıtma kabiliyetini ispatlamış bir aşiret ve aşiret lideri etrafında toplanmasıyla atılmıştır. Göçebe aşiretlerin bu devlet kurma faaliyeti, genel olarak, askeri, politik ve kültürel anlamda özerk güçlerin, merkezi-bürokratik bir çatı altında toplanması ile tamamlanmıştır. Bu noktada, bir hanedan liderine dönüşen aşiret reislerinin yönettiği sözkonusu konfederasyonlarda merkezkaç eğilimlerle baş etme yöntemleri merkezileşme açısından önem taşımaktadır. Bu devlet inşası süreci, çoğunlukla, devletin temellerini atan merkezkaç unsurların sosyo-politik olarak asimile edilmesi ve/veya dışlanması ile sonuçlanmıştır.

Diğer Türk-Moğol kökenli devletlerle benzerlikler taşımasına rağmen, Safevi Devleti'nin (1501-1722) kuruluşu ve gelişiminin özgün yönleri vardır. Safeviler İran'da bir tarikat olarak ortaya çıkmışlardır ancak zamanla çeşitli Türkmen aşiretlerini ve Sufi örgütlerini dinsel, askeri ve politik liderlikleri altında birleştirerek ortak bir Kızılbaş kimliği oluşturmuşlardır. Bir Kızılbaş-Türkmen aşiret konfederasyonunun temelleri üzerinde kurulan Safevi Devleti, çoğunlukla göçebe aşiretlere dayanan kurucu unsurlarını ve İran'ın büyük kısmını yerleşik ve merkezi bir siyasi yapı altında birleştirmiştir.

Safevi aşiret konfederasyonu, Kızılbaş göçebe aşiret savaşçılarının dinamizmi ile kurulmuş ve sözkonusu kesimlerin merkezde ve yereldeki siyasi ve askeri hâkimiyeti temelinde örgütlenmiştir. İlk Safevi Şahı I. İsmail, Türk-Moğol kökenli liderlerden farklı olarak, Kızılbaşların sadece askeri ve politik değil, aynı zamanda "kutsal" dini lideriydi. Kızılbaş inanç sistemi bu liderlik yapısı etrafında gelişmiştir. Kızılbaşların "kutsal şahı", onların politik ve dini hâkimiyetinin hem kaynağı hem de sınırlandırıcısı olmuştur. Öte yandan, Safevi aşiret konfederasyonu, selefleri gibi, kuruluşundan hemen sonra merkezi-bürokratik bir devlete dönüşmeye başlamıştır. Bu noktada, Kızılbaşların kutsal kabul ettiği Safevi Şahı'nın, dinsel otoritesini, sözkonusu dönüşüm sürecinde nasıl kullandığı sorusu önem kazanmaktadır. Zira, dinsel kurumun siyasette merkezi bir rol üstlenmediği diğer Türk-Moğol aşiret konfederasyonlarının tersine, Kızılbaş inanç sistemini temsiliyet, Safevi liderliğinin ve devletin meşruiyetinin önemli bir boyutu olmuştur. Dolayısıyla, bu makalede, Safevi aşiret konfederasyonunun birçok farklı ve yarı-bağımsız güç odağının etkileşim içinde olduğu bir politik örgütlenmeden merkezi-bürokratik bir devlete dönüşümü sürecinde, dinin rolü tartışılacaktır. Amaç, Şah İsmail'in, merkezileşme ve bürokratikleşme sürecinin ihtiyaçları doğrultusunda, dinsel söylemlerini yeniden üretmek ve dinsel alanı yeniden örgütleyerek devleti kurumsallaştırmaya çalıştığını göstermektir. Bu süreçte, "kutsal" Safevi Şahı'nın desteklediği pragmatist bir Onikicilik anlayışı, Kızılbaş taraftarlarını ve inancını kamusal alandan dışlayarak kurumsallaşmaya başlamıştır.

Kızılbaşların hakim dini ve siyasi konumları ile merkezi-bürokratik bir yapıya evrilmekte olan Safevi siyasal sistemi arasındaki ilişkinin dinsel boyutunun analiz edilmesi, hem Safevi Devleti'nin hem de Kızılbaş inancının tarihsel gelişimini anlamak açısından önemlidir. Ayrıca, diğer Türk-Moğol aşiret konfederasyonlarından farklı olarak, merkezi-bürokratik bir devlete dönüşme sürecinde dinsel kimliğin oynadığı belirleyici rol de Safevi örneğini ilginç kılmaktadır.

Şah I. İsmail dönemi, Kızılbaş kimliğinin oluşumunun coşkulu bir evresini teşkil etmektedir. Kızılbaş savaşçılarının güçlü aşiret bağları da göz önüne alındığında, bu iki unsurun birlikteliği, genç devletin hem dinamik bir boyutunu oluşturmada hem de kurumsallaşma isteğinin karşısına bir engel olarak çıkmaktadır. Bu ikilemi aşma çabası, Şah İsmail iktidarının merkezileşme politikalarını şekillendirmiştir.

Safeviler hakkında yapılan çalışmalarda kullanılan birincil kaynakların önemli bir kısmı, dönemin Batılı tüccar ve diplomatlarının anlatımlarıdır. Ancak bu kaynaklar çoğunlukla birbiriyle çelişen bilgiler sunmuşlardır. Bunun yanı sıra, Osmanlılar gibi rakip Sünni devletlerin tarihçilerinin Safeviler konusunda verdiği bilgilere de ihtiyatla yaklaşılmalıdır. Ayrıca, Yıldırım'ın (2008, s. 29) da belirttiği gibi, çoğunlukla İranlı veya "İranlılaşmış" Safevi bürokratların kronikleri de Kızılbaşların dünya görüşünü ve dinsel inancını tam olarak yansıtmamaktadır. Bununla birlikte, söz konusu kaynaklardaki ortak anlatımlardan yola çıkarak genel bir çerçeve çizmek mümkündür.

Bu çalışmada, öncelikle Türk-Moğol kökenli aşiret konfederasyonlarının sosyo-politik yapısı analiz edilecektir. İkinci olarak, 11. yüzyılın ortalarından 16. yüzyıla kadar İran ve Anadolu'nun sosyo-politik durumu ana hatlarıyla ele alınacaktır. Bu bağlamda, Anadolu'daki Türkmen göçebe ve yarı göçebelerin dinsel eğilimlerine odaklanılacaktır. Üçüncü kısımda, Safevi tarikatının tarihsel gelişimi incelenecektir. Dördüncü bölümde ise Şah I. İsmail'in iktidarının ilk dönemindeki kurumsallaşma çabalarının dinsel boyutu üzerinde durulacaktır. Son olarak, Çaldıran Savaşı'ndan itibaren ortaya konulan dinsel söylem ve uygulamaların, Safevi Devleti'nin merkezileşme-bürokratikleşme politikalarındaki rolü analiz edilecektir.

Aşiretler ve Aşiret Konfederasyonları

Aşiret, üyelerinin düzen ve savunma ihtiyacını karşılamaya yönelik olarak kurulan, devlete alternatif bir sosyo-politik yapı olarak tanımlanabilir (Gellner, 1983, s. 442). Okuryazarlık, toplumsal tabakalaşma ve işbölümünün yokluğu, aşiretleri, profesyonelleşmiş toplumsal, siyasal ve dinsel yapılara sahip devlet örgütünden ayırmaktadır (Yıldırım, 2008). Aşiretlerde soy bağları siyasi bağlılığı sağlarken, devletler için merkezi otoriteye sadakat daha önemlidir. Daha heterojen ve hiyerarşik bir yapıya sahip devletin tersine, toplumsal olarak daha homojen ve eşitlikçi olan aşiretlerin idari yapısında bürokrasi gibi ara kademeler pek yoktur (Tapper, 1990).

Komşu yerleşik devletlerin askeri gücü ile tek başına baş etmek veya onlarla ticari ilişkiler kurmak aşiretler için zor olduğundan, farklı aşiretler, bu imkanları sunabilecek bir konfederasyonun parçası olmuşlardır. Bu açıdan, bir aşiret konfederasyonunun devamlılığı da üyelerine dış dünyadan lüks mal akışı, sınır ticareti ve savunma imkanları sağlama kabiliyeti ile doğrudan bağlantılıdır (Barfield, 1991).

Diğer taraftan, Orta Asya kökenli aşiretler ve aşiret konfederasyonları, kendilerine özgü bazı dinamiklere sahiptir. Orta Asya'nın göçebe toplumlarında temel kaynakları dağıtma, göç yollarını düzenleme ve düzeni koruma ihtiyacı, gücün bir elde toplanmasını gerektirmiş ve liderlik yapılarını şekillendirmiştir (Khazanov, 1994, s.148-149). Bu nedenle, Orta Asya'lı aşiretler, hiyerarşik liderlik yapılarıyla büyük ve güçlü konfederasyonlar kurabilmişlerdir. Hiyerarşik bir örgütlenmenin kültürel olarak kabul edilebilir olduğu Türk-Moğol geleneği, aşiretlerin, güçlü liderler etrafında toplanmasını kolaylaştırmıştır. Zira bu gelenekte büyük bir grupta küçük bir rol üstlenmek doğal karşılanmaktadır. Bu Türk-Moğol liderleri, yerleşik hayat konusundaki deneyimsizliklerine rağmen, hiyerarşik otorite ve kalıtsal liderlik kültürleri sayesinde üye aşiretleri üzerinde bir merkezi yönetim kurabilmişlerdir. Bu nedenle, dışarıdan bakıldığında, söz konusu konfederasyonlar, devlet yapılanmasına benzemektedir. Konfederasyon lideri, dış ilişkiler, savaş, ticaret ve düzenin korunması ile ilgilenirken, üye aşiretler yerelde kendi liderliklerini korumuşlardır. Bunun yanısıra bir saray bürokrasisi de mevcuttur (Barfield, 1991).

Türk-Moğol aşiret konfederasyonları çoğunlukla kurucularının veya boylarının ismi ile anılmıştır. Çünkü soy kavramı, bu yönetici hanedanlar için bir meşruiyet kaynağıdır. Bu nedenle, Türk-Moğol politik kültüründe, liderlik, çoğunlukla, konfederasyon kurucularının soyu dışındakilere kapalıdır (Barfield, 1991, s. 174-176). Ancak, soy kavramının yanında, liderliği asıl pekiştiren unsur, ortak çıkarları gerçekleştirmekte gösterilen başarıdır. Bir konfederasyon lideri, etrafındaki aşiretlere tek başına elde edemeyecekleri faydalar sağlamalıdır. Özellikle büyük çaplı savaşların ganimetleri önemli bir kazanımdır (Fletcher, 1979-1980, s. 236-237).

Türk-Moğol geleneğinde devleti oluşturan iki unsur bulunmaktadır: (1) hanın kişiliğinde somutlaşan ve aşiret aristokrasisine ait olan siyasi ve askeri güç (2) vezirin temsil ettiği eğitimli şehirli kesimlere dayanan bürokrasi (Yıldırım, 2021, s. 70-71). Özerk aşiretler üzerindeki kontrolü ve hiyerarşik yapısı sayesinde Türk-Moğol konfederasyonları kolayca merkezi devlete dönüşebilmiştir. Ancak bu durumda dahi Türk-Moğol yöneticiler emperyal konfederasyon modelini kısmen korumaya devam etmişlerdir. Diğer taraftan, yağmacılığın politik başarıyı sağladığı Türk-Moğol aşiret sisteminde fethedilen toprağın da üyeler arasında paylaşılması gerekmektedir. Fakat hiçbir hanedan topraklarının parçalanmasını istemeyeceğinden, bir yandan aşiretlerden bağımsız bir daimi ordu ve idari sistem kurarken bir yandan da sadakatlerini korumak için aşiret üyelerine fayda sağlamaya devam etmek zorundadır (Barfield, 1991, s. 173).

Diğer taraftan, köken olarak bütün aşiretlerin şamanlığın bir biçimini benimsediği Orta Asya'da din, siyasal alanda merkezi bir rol oynamamıştır. Şamanlar devlet yöneticisi olmamıştır ve inanç sisteminin harekete geçirme kapasitesi pek yoktur. Türk-Moğol aşiretleri Müslümanlığı benimsediklerinde de aşiret konfederasyonu kurmak için dinsel motivasyona veya liderliğe ihtiyaç duymamışlardır. Dini aidiyetleri kültürel aidiyetleri yanında ikinci planda kalmıştır. Türk-Moğol yöneticiler dinsel akımları finansal olarak desteklemişler ve İslam'ı yönetimlerini meşrulaştırmak için kullanmışlardır ama neredeyse hiçbiri dinsel bir hareketin lideri olarak ortaya çıkmamıştır (Barfield, 1991, s. 169).

İran ve Anadolu'da Dinsel Yapı

11.yy'ın ortalarından itibaren merkezi İslam topraklarındaki Selçuklu hâkimiyeti, Orta Asya'lı Türk ve Moğol aşiretlerinin göçleri ve Moğollar'ın 1258'de Bağdat'ı fethi, İran'da Türk-Moğol siyasi-askeri geleneğini hâkim kılmıştır. Ancak 15.yy'dan itibaren göçebe yaşam tarzından uzaklaşıldıkça, bölgede İran-İslam geleneği yeniden canlanmıştır (Yıldırım, 2021). Moğollar'ın Bağdat'ta halifeliği ortadan kaldırması ise, İran'da Şiiliğin yayılması için uygun bir ortam oluşturmuştur (Kaplan, 2008, s. 188). Bu dönemde, Sünnilik ve Şiilik arasındaki katı ayrımlar kaybolmuş, Sünnilerin bile emir-i mümin olarak gördüğü Hz. Ali'ye saygıyı içeren bir halk dindarlığı yayılmıştır (Roemer, 1986, s. 191).

Hız. Ali'nin Hız. Peygamber tarafından "halife" ya da toplumun dini-siyasi lideri (imam) olarak atandığına yönelik Şiilik inancı (Akyol, 2011), 9. yüzyılın sonlarında, Onikinci Şiilik (İsnâaşeriyye) tarafından, imâmetin (imamlık) Hız. Ali'den itibaren babadan oğula geçtiği şeklinde yorumlanmıştır (Üzüm, 2001, s. 147-149). Bu bağlamda Onikicilik, Hız. Ali'den Muhammed Mehdi'ye kadar uzanan on iki imam silsilesini benimseyen bir ortodoks Şiilik anlayışı olarak tanımlanabilir (Gölpınarlı, 1997, s. 50). İsnâaşeriyye mensupları, "Mehdi" olarak da anılan on ikinci imam Muhammed'in, tekrar ortaya çıkmak üzere gözden kaybolduğuna, kayboluşundan itibaren de "gaybet dönemi"nin başladığına inanmaktadırlar (Fığlalı, 2001, s. 142-147). "Gaybet" kavramı, tasavvufta, "salikin varid ve ithamın tesiriyle kendinden geçerek dış dünya ile ilgili şuurunu kaybetmesi" anlamına gelmektedir. Gaybet haline giren "gaib" denilmektedir (Akkuş, 1996, s. 409). "Mehdi" nin, yeryüzüne adalet getirmek için geri döneceği inancı, bölgedeki birçok muhalif siyasi akımın ideolojik temelini oluşturmuştur (Nesibli, 2002, s. 896).

İslam 9. ve 10. yüzyıllarda Orta Asya'daki Türkmenler arasında yayılmaya başladığında, iki farklı eğilim ortaya çıkmıştır. Yerleşik Türkmenler, kitabi medrese yorumlarının etkisiyle Sünni İslam'ı benimserken, medrese eğitimi almayan çoğunlukla eğitimsiz göçebe Türkmenler Şamanizm gibi eski inançlarına bağlılıklarını korumuşlar ve Sünni İslam'dan kısmen ayrılmışlardır (Eröz, 1990). Mélikoff'a (1996, s. 6) göre, bu Türkmenlerin inancı, senkretik (bağdaştırıcı), yani farklı dinlerin, tarikat ve mezheplerin karışımından oluşan bir yapıya sahipti (Tuğrul, 2013, s. 719). Köprülü (2005, s. 147-149) ise kitabi İslam'a uymayan bu yapıyı, İslam öncesi Orta Asya Türk kültürünün bir uzantısı olan "Türk halk İslamı" kategorisinde değerlendirmiştir. Ocak (2000b, s. 136) da İslam öncesi inançların ve Mehdiçi unsurların etkisini vurgulayarak, bu inanç sistemini, "Türk heterodoks İslamı" adı altında incelemiştir. "Heterodoks" kavramını, hakim inancın dışındaki inançları ifade etmek için kullanmıştır. Türk heterodoks İslamı, Sünni ve Şii İslam'dan farklı üç temel inancıya sahipti: Hulul (Allah'ın insan suretinde görünebileceği); tenasüh (ruhun ölümden sonra başka bir bedende yeniden doğabileceği) ve don değiştirme (ruhun hayattayken biçim değiştirmesi) (Ocak, 2000a, s.78-83). Ocak (2009b, s. 238), Şii kùltürlerin, 15. yüzyıldan önce bu Türkmen toplulukları arasındaki varlığına dair bir kanıt olmadığını da belirtmektedir. Anadolu'da, Şiilikten ziyade, Peygamberin ailesine, özellikle de Ali ve oğlu Hüseyin'e bağlılığı ifade eden Ehl-i Beyt taraftarlığından bahsedilebilir (Baltacıoğlu-Brammer, 2016, s. 47-48).

Bu Türkmen göçebeleri ve dervişlerinin bir kısmı 14. yy'ın başlarında Kuzeybatı Anadolu'da bir Türkmen aşiret konfederasyonu olan Osmanlı Beyliği'nin topraklarına gelmişlerdir. Ancak, Osmanlı'nın klasik bir İslam imparatorluğuna dönüşümü sırasında bu iki sosyo-kültürel sistem çatışmıştır. Bu süreçte, göçebe Türkmen aşiretleri, Osmanlı merkezi yönetimini gayrimeşru ve baskıcı olarak görmeye başlamıştır (Yıldırım, 2008). Tek başlarına mücadele edemedikleri Osmanlı yönetimine karşı, bir kurtarıcı, yani Mehdi beklentisine girmişlerdir (Ocak, 2000b, s. 148).

Tarikat ve Siyaset

Safevi ailesinin ve tarikatının kökenleri tartışmalı bir konudur. Bunun başlıca nedeni, Safevi müridlerinden İbn Bazzaz'ın 1356'da hazırladığı, tarikatın ilk dönemlerine ait tek kaynak olan "Saffetu's-safa" adlı eserde Şah Tahmasp (1514-1576) zamanında değişiklikler yapılarak Safevilerin soyunun, yedinci imam Musa Kazım üzerinden Hız. Ali'ye bağlanmasıdır. Bu şekilde, Safevilerin başından beri Şii ve seyyid oldukları iddiası meşrulaştırılmak istenmiştir (Gündüz, 2013, s. 14-15). Ancak Safevi tarikatının başlangıçta, keskin bir dinsel kimliğe sahip olmadığı söylenebilir. Bu Sufi tarikatın, 14. yy'da, mezhepsel kimliklerin sınırlarının bulanık olduğu bir ortamda, Sünni ve Şii eğilimleri inanç sistemine entegre etmiş olması muhtemeldir (Baltacıoğlu-Brammer, 2021, s. 16).

Safevi tarikatı, 1300 civarında, İran'ın Erdebil şehrinde Şeyh Safiyüddin (1252-1334) tarafından kurulmuştur (Roemer, 1986, s. 192). Irak, Suriye, Anadolu ve İran'da yayılan tarikat, Safiyüddin ve oğlu Sadreddin zamanında Osmanlı sultanlarından da "çerağ akçesi" adı altında maddi destek almıştır (Yazıcı, 1960, s. 54). Liderliği babadan oğula geçen tarikatın Şiileşmesi, muhtemelen Şeyh Sadreddin'in oğlu Hoca Ali (ö.1427) zamanında başlamıştır (Baltacıoğlu-Brammer, 2016; Savory, 1980). Şeyh İbrahim'in (1429-1447) ölümünün ardından, oğlu Cüneyd (1447-1460) ile kardeşi Cafer nedeni belirsiz bir anlaşmazlığa düşmüş, bölgenin hâkimi Cihanşah Karakoyunlu'nun (1437-1468) Cafer'i desteklemesi üzerine Cüneyd Erdebil'i terk etmiştir. Cüneyd Anadolu'ya geçerek çoğunlukla Türkmen aşiretleri arasında dolaşmıştır (Yıldırım, 2008).

Bu noktada Cüneyd, tarikatın kaderini değiştirecek bir kararla "kafirlerle karşı kutsal savaş" yani "gaza" faaliyetine girişmiştir. Trabzon'daki Çepni aşiretinden müridleri ile Trabzon Rum İmparatorluğuna saldırmış, ancak, Osmanlı Sultanı II. Mehmed'in müdahalesi nedeniyle bölgeden ayrılmak zorunda kalmıştır (Yıldırım, 2008,

s. 206-211). Diyarbakır merkezli Akkoyunlu Devleti hükümdarı Uzun Hasan (1423-1478) rakiplerine karşı Safevi tarikatının gücünden faydalanmak için Cüneyd'i kardeşi Hatice Begüm ile evlendirmiştir (Allouche, 2001, s. 8). Cüneyd, Akkoyunlu sarayında bulunduğu sekiz sene boyunca, Suriye'den Şamlu, Doğu Anadolu'dan Rumlu, Güney Anadolu'dan Tekelü ve Dulkadirli aşiretlerinden müridler kazanmıştır (Roemer, 1986, s. 206). Böylece, Safeviler, Anadolu'da, Osmanlıya direnen aşiretlerin müttefiki haline gelmiştir. Türkmen aşiretleri için oldukça cazip olan gaza faaliyetleri bu ittifakta önemli bir rol oynamıştır (Yıldırım, 2008, s. 281-282).

Şeyh Cüneyd, Anadolu'da dolaşırken, Şii ve Şiiliğe eğilimli, "kurtarıcı Mehdi" beklentisi içindeki kitlelerle karşılaşmıştır. Bu nedenle kendisini sadece bir tarikat şeyhi olarak değil, bir seyyid olarak da tanıtmıştır (Sümer, 1999, s. 10). Türkmenlerin kitlesel katılımı sonucu onların dinsel anlayışı ile kaynaşan tarikat, mesihçi bir harekete dönüşmüştür (Yıldırım, 2019, s. 452). Erdebil'de geleneksel bir eğitim alan ve bir Sufi-Şii sentezi yapacak altyapısı olmayan Cüneyd, müridlerinin fikirlerinden etkilenmiş olmalıdır. Bu nedenle, Safevi tarikatının doktrinel dönüşümü, tabanının, heterojen, geleneksel eğitim almış, barışçıl derviş gruplarından, eski Türk inançlarına bağlı, eğitimsiz, siyasileşmiş, savaşçı Türkmen aşiretlerine kaymasıyla bağlantılıdır. Geleneksel sistemdeki bu dönüşümle birlikte, Cüneyd ve ardılı şeyhlerin meşruluğu ve karizması, tasavvuf bilgisinden ziyade, soy bağlarına dayanmaya başlamıştır (Yıldırım, 2008). Bu değişimde, soy temelli karizmayı çok önemseyen Türkmen kültürü etkili olmuştur. Ayrıca, Cüneyd döneminden itibaren, dergâhın yazılı kültürü yerine kıdemli sufilerin ortak sözlü hafızası, tarikatın temel doktrinel kaynağı haline gelmiştir (Yıldırım, 2021, s. 63-67).

Ruhun bedenden göçü, hulul ve mesihçilik gibi aşırı (Gulat) Şii fikirler Cüneyd döneminde tarikata hakim olmuştur (Ocak, 2009a, s. 50). Taraftarlarının Cüneyd'e bağlılıkları da geleneksel şeyh-mürüd ilişkisinin ötesindeydi. Onu ruhani bir rehber mi yoksa bir tanrı olarak mı gördükleri belirsizdir (Yıldırım, 2008, s. 196). Akkoyunlu tarihçisi Khunji'ye göre, oruç, namaz gibi İslami ibadetleri terketmiş olan müridleri Cüneyd'in tanrı olduğuna inanıyorlardı (Minorsky, 1957, s.83). Ancak, bir tanrı olarak görülse de bu, Cüneyd'in inançlarından ziyade, müridlerinin veya halefinin fanatizmi olarak da değerlendirilebilir (Roemer, 1986, s. 204).

Şeyh Cüneyd 1459'da müridleriyle birlikte "din uğruna" Şirvanşah'a bağlı kuzeydeki Çerkezlere saldırdığında, Şirvanşah'ın kuvvetleri tarafından Karasu'da kuşatılmış ve öldürmüştür. Uzun Hasan ise 1467-68'de Karakoyunluları yenerek Tebriz'i başkent yapmış ve Cüneyd'in oğlu Haydar'ı tarikatın şeyhliğine getirmiştir (Erşahin, 2002, s. 167). Şeyh Haydar (1460-1488), dayısı Uzun Hasan'ın kızı Halime Begüm ile evlenerek Erdebil dergâhının siyasi gücünü pekiştirmiştir (Hinz, 1992, s. 27-35). Hüseyin Bey Şamlu ve Kara Piri Kaçar gibi tarikatın önde gelen aşiret üyeleri ise çocuk şeyhin korunmasını, eğitimini, askeri, ruhani ve politik sorumluluklarını üstlenmiştir (Allouche, 2001, s.18).

Şeyh Haydar, taraftarlarına on iki yüzlü kırmızı başlık takmalarını emretmiş; bundan dolayı onlara Kızılbaş denilmeye başlanmıştır (Mélirkoff, 1996, s. 7). Kızılbaş hareketinin siyasi, askeri ve dini boyutları, bir aşiret içindeki eğitimsiz, göçebe/yarı göçebe ve kırsal yaşam tarzının Osmanlı Devleti'nin baskısına ve Sünni İslam anlayışına yönelik tepkisini yansıtmaktadır. Kızılbaş Türkmenler için Safevi şeyhleri onları zalim Osmanlı yönetiminden kurtaracak mehdilerdi (Yıldırım, 2008, s. 120-149). Bununla birlikte, Kızılbaş oluşumu, Türkmen aşiretlerinin yanı sıra, Ali taraftarlığı ve resmi İslam'a karşıtlık ile tanımlanan, farklı kentsel ve kırsal çevrelerden müridlere sahip şeyh ve seyyid ailelerini de içeriyordu. Dolayısıyla, Mehdi beklentisinin hâkim olduğu bir ortamda, Cüneyd ve halefleri, Osmanlı toplumunun siyasi ve dini olarak yabancılaşmış aşiretleri ile Sufi ve derviş gruplarını liderlikleri etrafında toplayarak, Kızılbaşlığı bir kitle hareketine dönüştürmüşlerdir (Karakaya-Stump, 2020). Böylece, Safevi tarikatının doktrin ve ritüelleri, Ali taraftarı mistisizm ile militarizmin bir sentezi olan Türkmen dindarlığı, yani Kızılbaş Sufiliği doğrultusunda yeniden şekillenmiştir (Yıldırım, 2021, s. 65-66).

Kızılbaşların inançları, özellikle on iki dilimli başlıkları nedeniyle, Onikicilik ile ilişkilendirilmiştir. Ancak taraftarlarının Haydar'a atfettiği ulûhiyet, onu "Tanrı'nın oğlu" ve hatta Tanrı olarak görmeleri (Minorsky, 1957, s.66-68), Onikicilikten ziyade, Şiiliğin aşırı (Gulat) bir yorumunun göstergesidir (Taflıoğlu, 2012, s. 108). Kızılbaş inancı, Ali'yi, Ali'nin soyunu, soylarını Ali'ye bağlayan birçok Sufi, derviş ve gaziye kutsayan bir Türkmen halk İslamı'nı ifade etmektedir (Karamustafa, 2015, s.51-52). Başlıkları on iki imam ile ilgili olsa dahi, o dönemde on iki imam da halk İslamı'nın bir unsuruydu (Roemer, 1986, s. 208).

Şeyh Haydar da, Kafkasya'da Hristiyanlara karşı akınlar düzenlemiştir (Dedeyev, 2008, s. 215). Tasavvuf çevrelerinde pek görülmeyen bu savaşçı ruh, bölgedeki yöneticileri endişelendirmiştir zira büyük bir kitle gaza amacıyla harekete geçmiştir (Gündüz, 2013, s. 31). Kızılbaş halifeler tarikatın fikirlerini yaymak, yardım toplamak amacıyla bölgeye dağılmıştır (Çetin, 2011, s. 21).

Şeyh Haydar 1488'de Tabersaran'da Akkoyunlu ve Şirvanşah orduları ile savaşırken ölmüştür. Haydar'ın Uzun Hasan'ın kızı ile evliliğinden üç erkek çocuğu vardı: Sultan Ali, İbrahim ve İsmail (1487-1524). Bu dönemde

Akkoyunlular arasında çıkan taht kavgasında Baysungur Mirza, kayınpederi Şirvanşah Yaşar'dan destek görünce Rüstem Bey de onlara karşı Safevilerin desteğini almak istemiştir. Haydar'ın halefi Ali, özellikle babasının intikamını almak için müridleri ile birlikte Rüstem Bey'in yanında savaşmıştır. Ancak, düşmanlarından kurtulan Rüstem Bey, gücünden çekindiği Safevileri öldürtmek isteyince, Ali ve kardeşleri, başlıca müridleri ile Erdebil'e kaçmaya çalışmışlardır. Akkoyunlu kuvvetlerine karşı şansı olmadığını anlayan Ali, yedi Kızılbaş aşiret emirinden, halefi ilan ettiği İsmail'i saklamalarını istemiştir. Bu emirler Cüneyd ve Haydar'ın önemli komutanları arasındaydı. Kaynaklarda "Ehl-i İhtisas (özel kişiler)" veya "Lahican Sufileri" olarak anılan bu yedi kişi Hüseyin Bey Lala, Kara Piri Bey Kaçar, Abdi Bey Şamlu, Dada Bey Taliş, Hadım Bey Halife, Rüstem Bey Karamanlu ve İlyas Bey Aykutoğlu olarak belirtilmektedir. Sultan Ali savaş alanında ölünce dokuz yaşındaki İsmail, tarikatın liderliğini üstlenmiştir. Lahican'da saklandığı dört buçuk yıl boyunca "Ehl-i İhtisas", İsmail'i korumak ve eğitmek için sürekli yanında olmuştur (Yıldırım, 2008, s. 228-256). İsmail, Şemseddin Geylani Lâhicî'den de dini eğitim almıştır (Rumlu, 2004, s. 11).

İsmail 1499'da Lahican'dan ayrılmıştır. Bu politik olarak iyi zamanlanmış bir karardı. Akkoyunlular taht kavgasına tutuştuğundan İran'da siyasi otorite zayıftı (Roemer, 1986, s. 210). Erzincan'da "zalimlere" karşı savaşmak üzere Şamlu, Ustaclu, Rumlu, Tekelu, Dulkadirli, Afşar, Kaçar ve Varsak aşiretleri ile Karacadağ'dan gelen müridlerinden oluşan 7000 kişilik bir ordu kurmuştur. Bunlar, Cüneyd'i de desteklemiş olan Türkmen aşiretleriydi. 1501 yazında Şirvan'a yönelen İsmail ve ordusu, 27.000 kişilik Şirvan ordusunu dağıtmış, Şirvanşah öldürülmüştür. Kızılbaşlar, Şerur'da Akkoyunlu Alvand Mirza'nın 30.000 kişilik ordusunu da yenerek Azerbaycan'ın kontrolünü ele geçirmiştir. İsmail 1501'de Tebriz'de taç giyerek şahlığını ilan etmiştir (Yıldırım, 2008, s. 292-299). Şah İsmail, 1510 yılının sonlarına kadar Azerbaycan, İran, Irak ve Horasan'ı hâkimiyeti altına almıştır (Eravcı, 2002, s. 886-887).

1501'de Safevi Devleti'ni kuranların neredeyse tamamı, Türkmen aşiretlerden gelen Kızılbaşlardı. Karizmatik liderliğine rağmen İsmail, tahta çıktığında on dört yaşından fazla değildi ve Safevi hareketi esasında Ehl-i İhtisas tarafından yönetiliyordu (Savory, 1980, s. 22). Bu kıdemli halifeler, 1447-1501 arasındaki çalkantılı dönemde tarikatın sürekliliğini sağlamıştı. Kısmen Cüneyd'den başlayarak, genç şeyhleri eğitmişler, İsmail saklanırken müridleriyle bağlantısını sürdürmüşler ve tarikatın dağılmasını önlemişlerdi. İsmail'in ortaya çıkışını (huruç) da örgütlemişlerdi. Dolayısıyla İsmail'in yükselişi, kişisel niteliklerinden ziyade, yarım yüzyıllık Safevi hareketinin bir sonucuydu (Yıldırım, 2021).

Kutsalın Hakimiyeti

Kuruluş döneminde Safevi Devleti Türkmen seleflerine benziyordu. Başkent olarak Erdebil yerine, Akkoyunlular gibi Tebriz tercih edilmişti (Roemer, 1986, s. 338-342). İsmail, Türk-Moğolların "hakan" gibi ünvanlarını da alarak onlarla bağlantısını vurgulamıştır (Trausch, 2021, s. 192). Safevi sarayında ve orduda, resmi yazışmalarda hâkim dil Türkçe idi. Oğuz Türklerinin boy yapısına benzer şekilde, Şah'a bağlı Türk boylarının reisleri boylarının yerleştiği yerlere bey, emir, han, sultan, hakim olarak atanıyorlardı (Veliyeva, 2007, s. 23-32). Kızılbaş aşiretler, merkezde ve eyaletlerde, Safevi aşiret konfederasyonunun idari ve askeri mekanizmasının kilit noktalarına yerleşmişlerdi (Efendiyev, 2018, s. 191-192). Kızılbaş emirleri, kendilerine "tuyul" olarak verilen toprakların vergileri ile asker yetiştiriyorlardı (Gündüz, 2013, s.80). Kraliyet muhafızları olan kurciler de aşiret askerlerinden oluşuyordu (Yıldırım, 2008, s. 285). "Kurcibaşı", yani kraliyet muhafızlarının başı makamının ve "emir el-umara", yani Kızılbaş kuvvetlerinin başkomutanlığının da Kızılbaş emirlerinin hâkimiyetinde olması, etkin konularının göstergesiydi (Newman, 2009, s. 17). Buna rağmen, Kızılbaş emirler, Safevi tarikatının "Mürşid-i Kâmil (Mükemmel Rehber)" i Şah'a sadakatle bağlıydılar. Diğer taraftan, 1501 sonrasında Lahican Sufileri otoritelerini kaybetmeye başlamıştır. Onların, aşiret bağlarından ziyade, tarikatın dini ve idari sisteminde "Mürşid-i Kâmil" ile müridleri arasında aracılık yapma işlevleri ön plandaydı. Ancak, 1501'den sonra müridleri mürşidleriyle doğrudan iletişim kurabildikleri için, araçlar önemlerini kaybetmişlerdir. Aslında, Ehl-i İhtisas başlangıçta önemli görevlerde bulunmuşlardı. Örneğin Hüseyin Bey Lala, emir el-umara, Abdal Ali Bey Dede, kurcibaşı olmuştur. Ancak 1509'da onların görevlerinden alınmasıyla Lahican Sufileri'nin etkisi ortadan kalkmıştır (Yıldırım, 2008, s. 288-291).

Safevi Devleti'nin kuruluşunun ardından Osmanlı topraklarından İran'a bir göç dalgası yaşanmıştır. Zaten Osmanlı merkezi yönetiminden rahatsız olan Türkmen göçebeler, Tanrı'nın mehdinin bedeninde görüneceğine inanıyorlardı. İsmail, bu iki olguyu etkili bir propaganda ile kullanmıştır (Ocak, 2000b, s. 148). Ayrıca, birçok aşiret, askeri başarılarından sonra İsmail'e katılmıştır. Kızılbaş inancı, halk İslamı'na bağlı bu kesimler için sorun tekil etmemiştir. İsmail'in savaş ganimetlerinin dağıtımındaki cömertliği de onlara cazip gelmiştir (Roemer, 1986,

s. 211-218). Babası ve dedeleri Cüneyd ile Uzun Hasan'ın şöhret ve prestiji de İsmail'in karizmasını arttırmıştır (Khafipour, 2021, s. 113). Türkmenlere önemli askeri ve idari görevler verilmesi de Safevi propagandasının etkili bir unsuru olmuştur.

Safevi Devleti'nin kuruluşu, bölgede önemli bir dinsel dönüşümün başlangıcı olmuştur. İsmail tahta çıktıktan hemen sonra Tebriz'in ana camisinde, binlerce Kızılbaş askerinin eşliğinde, Sünni cemaate kendisinin beklenen Mehdi olduğunu ilan etmiş ve Onikiciliği devletin resmi dini yapmıştır (Mitchell, 2021, s. 79-85). İsmail, on iki imam adına hutbe okutmuş; meydanlarda ilk üç halifenin lanetlenmesini (teberrâ) ve bunu yapmayanların cezalandırılmasını emretmiştir. Lanetlemeyi duyanların "Daha fazla olsun, daha az değil!" demeleri gerekiyordu. Bu dönemde Tebriz nüfusunun çoğu Sünni idi. Ancak İsmail, danışmanlarının bu uygulamalarının tepki yaratabileceği konusundaki uyarılarını dinlememiştir (Yıldırım, 2008, s. 300-301). Şah İsmail bölgedeki yöneticilere de teberrâ edenlerin yerlerinde kalabileceğini, etmeyenlerin ise öldürüleceğini bildirmiştir. Camilerdeki Ehl-i Sünnet minberlerinin değiştirilmesini, Onikiciliğe uymayan şekilde namaz kılanların öldürülmesini, Şiilere zulmedenlerin cezalandırılmasını, ezana "Eşhedü Enne Aliyyen Veliyullah" ibaresinin eklenmesini emretmiştir. Erken dönem Şiiliğinde ezanda velayetin yasak olmasına veya hoş görülmemesine rağmen, Şah İsmail bunu kitlelere Şii bir bilinç aşılama için kullanmıştır. Edebi metinler, Safeviler, Ali'nin Kerbela'da öldürülen oğlu Hüseyin'in intikamını almakla görevli kişiler olarak sunacak şekilde düzenlenmiştir. Bunlara rağmen, aslında İsmail'in Onikiciliği resmi din ilan etme konusunda somut bir hazırlığı yoktu. Onikicilik belirli bir program çerçevesinde değil, siyasi ve askeri hedeflerinin tamamlayıcısı olarak seçilmişti. Onikicilik, Kızılbaş inancı ile teoride uyumlu olduğu gibi, reel-politik açıdan Safevi Devleti'ni Şiiler için manevi bir merkez haline getirebilirdi (Çelenk, 2015, s. 15-22).

Grçekte uygulamaya konulan ise, Onikicilikten ziyade Cüneyd ve Haydar'ın inancıydı (Yıldırım, 2017, s. 281) ve daha aşırı bir Şiilik anlayışı olan İsmaililik ile benzeşmekteydi (Ocak, 2011, s. 288). Bu da tarikatın öğretilerine ve toplumsal yapısına hakim olan Türkmen dindarlığının bir yansımasıydı (Yıldırım, 2017, s.187). Ocak'a (2011, s. 288-290) göre Anadolu'daki Türkmenler, 12. yüzyıldan itibaren Suriye ve İran'la bağlantıları sebebiyle İsmaililik'ten etkilenmişlerdi. Hulul ve tenasüh inançlarının bu kesimler arasındaki varlığı; İsmaililerin terminolojisindeki şah, sufi ve pir gibi unvanların kullanılması ve Onikiciliğin kabul ettiği namaz, Ramazan orucu ve hac gibi ibadetlerin İsmaililer gibi reddedilmesi bunun göstergesidir. Kısaca, İsmail, halk İslamı'ndaki bazı Şii fikirlerin aşırı bir yorumunu benimsemiş ve uygulamaya koymuştur denilebilir (Roemer, 1986, s. 197).

Şah İsmail, "Hatayi" (Günahkar) mahlasıyla yazdığı Divan'ında,² Ali'yi bazen ilahlaştırmış, bazen de insanüstü, yarı-ilahi, peygamberlerin üzerinde bir konuma yükseltmiştir. Onun dini anlayışında Ali, inancın ve sadakatin merkezi olarak neredeyse Tanrı'nın yerini almıştır (Karamustafa, 2016, s.6-10). Ali'ye bu aşırı tapınma da ortodoks değil, radikal bir Şiiliği yansıtmaktadır. Zira bu çeşit yaklaşımlar ortodoks Şiilik açısından sapkınlıktır (Roemer, 1986, s.336). Şah İsmail böylece, heterodoks İslam anlayışını benimsemiş Türk göçebe ve kısmen köylü kitlelerin inançlarının merkezine, Türklerin İslam öncesi dönemdeki Gök Tanrı kültüründen dönüştürdüğü Ali kültürünü yerleştirmiştir (Mélikoff, 2009, s. 44). Eski Türk inancında Gök Tanrı, hakanlara kut veren, insanları yaratıp kaderlerini belirleyen, gökteki ölümsüz, insanüstü bir varlıktı (Öztürk, 2013, s.340). Bu bağlantı İsmail'e, kurduğu devleti ve iktidarını, ilahi bir onay makamının nihai arzusu olarak sunma imkanı vermiştir. Dolayısıyla, Ali'ye duyulan sevgi ve bağlılık, İsmail'in dini olduğu kadar, politik görüşlerinin de önemli bir unsurunu teşkil etmiştir.

Safeviler, soyağaçlarını da yedinci imam Musa el-Kazım (ö.799) üzerinden Ali'ye dayandırmışlardır (Roemer, 1986, s. 337-341). Seyyidlik belgesi (siyâdetnâme) verdiği Türkmen aşiret şeyhlerini de kendisine ve Ali soyuna bağlamıştır (Ocak, 2000b, s. 150). Dolayısıyla, Şah İsmail'in, Ali ile bu ilişkisi, bir aşiret konfederasyonu lideri olarak soy bağlantısı kurma ihtiyacını da karşılamıştır.

Şah İsmail, Divan'ında, kendisini de "Tanrı'nın yeryüzündeki gölgesi" ve "Gaib İmam'ın temsilcisi" şeklinde tanımlayarak, Onikici âlimlerin (müctehid) kendilerine atfettikleri Mehdi'nin temsilciliği işlevini üstlenmiştir. İsmail'e göre, doğrudan Allah tarafından görevlendirildiğinden, haksız dahi olsa emirlerine itaat edilmelidir, zira Gaib İmam'ın temsilcisine karşı gelmek günahdır. Mesihçi ruhu, savaş, felaketler, hastalıklar ve kıtlığın yarattığı güvensizlik ortamında Mehdi'nin dönüşünün beklendiği dini atmosfere uygundu. Onun, bir teokratik devletin başındaki Tanrı Kral olmaya çalıştığı söylenebilir (Roemer, 1986, s. 198, 341-350). Kendisinde olduğunu vurguladığı "Tanrisal Şah" anlayışı da, Şiilik'ten ziyade, eski Türk devlet geleneğindeki siyasi iktidarlara

² Divanın günümüze ulaşan kopyalarının hiçbirinin Şah İsmail'in yaşadığı döneme ait olmaması, kendi divanının ne kadarını onun derlediği konusunda kuşku yaratmaktadır (Bkz. Karamustafa, 2016, s.1-2).

özdeşleşmiş “Tanrı Kut” kavramının, kurtarıcı Mehdi kavramı çerçevesinde yorumlanmasıydı (Javanshir, 2007, s. 308-309). Eski Türklerde Kagan olabilmek için Tanrıdan Kut alınmalıdır. Bunun için ise savaşları kazanıp güçlü bir devlet kurmak gerekmektedir (Donuk, 1989, s. 40-42). Kut, yani yönetme yetkisi, iktidarının kaynağının Tanrısal olduğu anlamına geldiğinden, İsmail’e Türkmenler nezdinde meşruluk kazandıracak bir unsurdur. Ancak Karamustafa’ya (2016, s. 10-15) göre, Şah İsmail birçok şiirinde kendisini Ali ve dolayısıyla Tanrı ile ilişkilendirse de nihai statüsünü “Hükümdarın (Ali’nin) hizmetkârı”, “Ali’nin evladı” olarak vurgulamıştır. İsmail’in şiirlerindeki mesihçilik vurgusu da, literatürde belirtildiği kadar yoğun değildir. İsmail şiirlerinde Mehdilik iddiasında bulunmaktan ziyade, Ali’ye sadık Safevi toplumunun siyasi ve ruhani hükümdarı olarak konumlanmıştır. Karakaya-Stump (2020, s. 224-225) da birçok Safevi kaynağının nadiren Mehdilik konusuna değindiğini ve şahlarının ruhani meşruiyetini çoğunlukla “Ali soyundan gelen Sufi mürid-i kâmil” olmalarına dayandırdığını belirtmektedir.

Şah İsmail, kendisine hem “adil sultan” diyerek benzer ünvanları kullanan dedesi Uzun Hasan’ın seküler varisi konumuna, hem de “huruç eden İmam” diyerek on iki imam geleneğine vurgu yapmıştır. Çağdaş anlatılar, İsmail’i, Emevileri yenen Arap ordularının lideri olan ve dünyaya adalet getirmek için geri dönmek üzere gayba çekildiği söylenen Ebu Müslim (718-755) ile de özdeşleştirmiştir. Böylece, İsmail, hem Şiilik bağlamında Ali ve Ali’nin “tarafarı”, on iki imamın piri, huruç eden Gaib İmam ve hatta Tanrı’nın kendisi, hem de bölgedeki çeşitli mesihçi Sufi hareketlerin piri, Ebu Müslim olarak tanımlanmıştır. Bölgedeki bu farklı gelenekleri kişiliğinde toplayarak hem hizmetkâr hem de yüce bir figür olarak konumlanabilmiştir (Newman, 2009, s. 13-16).

Kızılbaşlar da Şah İsmail’in vücuduna kutsallık atfetmişlerdir. Onlar için şeyhin yaşının küçüklüğü önemsizdi, ilahî iradeyi gördükleri varlığı önemliydi (Gündüz, 2013, s.39). Onlar İsmail’i Mehdi’nin temsilcisi ve hatta Mehdi olarak görmüşler ve kendisine koşulsuz itaat etmişlerdir (Savory, 1980, s. 23). Taraftarları için İsmail, uzun zamandır beklenen liderdi ve askeri başarıları bunun kanıtıydı. İsmail’in Şah olması da, Safevi tarikatının Mürid-i Kâmil’i statüsünün önemini arttırmıştır. Mürid-mürid ilişkisi, Kızılbaş askerlerinin sadakatini garanti altına almıştır (Roemer, 1986, s. 211-214). Osmanlı tarihçisi Aşıkpaşazade’ye (1947, s.251) göre, Kızılbaşlar Allah’ın adını anmak yerine “Şah!” diyorlardı. İran’da bulunan Venedikli bir tüccar da İsmail’in halkı ve askerleri tarafından bir Tanrı olarak görüldüğünden, askerlerinin İsmail’in kendilerini koruyacağına inandıkları için zirhsiz, yarı çıplak savaşçılarından bahsetmektedir (Grey, 1873, s. 206). Bu anlatımlar, Kızılbaşların Şah’a yönelik aşırı inançlarını göstermektedir. Aslında Safevi Şahlarının taraftarları üzerindeki gücü üç ilkeye dayanıyordu: İlk ilkenin kökeni, hükümdarın “Tanrı’nın yeryüzündeki gölgesi” olarak ilahî haklara sahip olduğunu vurgulayan eski İran egemenlik teorisine dayanıyordu. İkincisi, Şii inancındaki Gaib İmam anlayışından kaynaklanmaktaydı. Son olarak, Şahlar, Kızılbaşların “Mükemmel Rehberi”, Mürid-i Kâmil’di. Devletin kuruluş döneminde, Kızılbaşlar ilk iki ilkeyi bilmediklerinden, sonuncu ilke oldukça etkiliydi (Yıldırım, 2008, s. 591-594).

Şah İsmail, dini ve siyasi liderliği birleştirerek, İslam tarihinde ilk defa “sufi şeyh-hükümdar” kimliğiyle bir devlet kurmuştur (Çakmak, 2018, s. 53). İsmail, bir teokrasinin başıydı ve devleti Erdebil tarikatını da devam ettirdiği için Mürid-i Kâmil idi (Roemer, 1986, s.214). Minorsky (1943, s.12-13) ise Safevi yönetimini teokratik olarak tanımlamanın yeterli olmayacağını belirtmektedir. Zira Şah İsmail kendisini tanrısal bir şahsiyet veya ilahî temsilci olarak görmüş ve müridleri tarafından da böyle görülmüştür. Bu nedenle, Şah İsmail’in liderliği İsmailiye gibi aşırı Şii tarikatlardaki liderlik anlayışına benzemektedir. Her durumda, Yıldırım’ın (2008, s. 592) da belirttiği gibi, Şah İsmail, İslam devletlerinde iki ayrı kişi tarafından temsil edilen iki kurumu kendisinde toplamıştır: siyasi güce sahip Şah ve dinsel gücün başı olarak sufilere Mürid-i Kâmil’i.

Bu bağlamda, Safevi devlet yapısının Türk-Moğol siyasi geleneğinden en önemli farkı, iç örgütlenmesidir. Safevi devletinde siyasi-askeri elit sadece göçebe yaşam tarzı ve aşiret bağları temelinde yerleşik halktan değil, Sufi kimliğiyle diğer göçebe aşiretlerden de farklılaşmıştır. “Türk” olmanın yanında, Kızılbaş-Sufi tarikatının müridi olmak, siyasi-askeri seçkinlere katılmanın temel kriteriydi. Bu nedenle, Kızılbaş konfederasyonunun örgütsel ve hukuksal temeli, Türk-Moğol siyasi geleneği ile Safevi Sufiliğinin bir sentezi olmuştur (Yıldırım, 2021, s.70). Safevi yönetim sistemi geliştikçe, sufi örgütü, sistem içinde sistem olarak varlığını sürdürmüştür. Bu nedenle, Şah İsmail, daha iktidarının başında bu yapıyı Safevi idari sistemi ile bütünleştirme sorunuyla karşılaşmıştır. Bunun için, kendisini hem ruhani (Mürid-i Kâmil) hem de dünyevi (Şah) alanda temsil edecek “vekil-i nefis-i nefis-i hümayun” makamını kurarak, teokratik ve bürokratik yönetim biçimleri arasındaki uçurumu kapatmaya çalışmıştır (Savory, 1986, s.356-358). Bu makam, Şah İsmail’in saltanatının ilk yirmi yılında, “şahın halifesi” anlamında kullanılmıştır. İlk halifeler şahın dini ve dünyevi güçlerini temsil ettikleri için hem din hem de devlet işlerinin yürütülmesinden sorumluydular (Hondmir, 1273, aktaran Kırkıl, 2012, s. 179). Bu makama atanan ilk kişi Şamlu Hüseyin Bey’di. 1510’dan itibaren, bu makam için sadece “vekil” ünvanı kullanılmaya başlanmıştır.

Böylece, vekâlet kurumunun dünyevi boyutu öne çıkarılmıştır (Kırkıl, 2012, s. 179). Dünyevi otoritenin dini olanın önüne geçirilmesi, merkezi-bürokratik bir devlet kurma isteğinin dinsel alandaki ilk işaretlerinden biri olmuştur.

Dini kurumun başı olan Sadr makamının temel işlevi ise ülkede doktrinel homojenliğin sağlanması ve sapkınlığın yok edilmesiydi. İsmail, bu makamı siyasi kuruma tabi kılarak, dünyevi güçten bağımsızlığını önlemeyi amaçlamıştır (Savory, 1986, s.353-370). Devletin baş yargı mercii de olan Sadr, âlim veya ilahiyatçılar ve 1509-10'dan itibaren de seyyidler arasından seçilmekteydi (Floor, 2021, s. 210-211). Bu makama ilk olarak 1501'de Şemseddin Lahici atanmıştır (Hondmir, 1273, aktaran Kırkıl, 2012, s. 182). Sadr, başlangıçta siyasi kurumlarla iç içeydi. Devletin genel meselelerinin görüşüldüğü divana katılabiliyordu (Minorsky, 1943, s. 42-43). Kızılbaş Sufi örgütünün ise esas işlevi Kızılbaş inancını yaymaktı. Eğitilmiş halifeler, gittikleri bölgelerde mürid toplamak, propaganda yapmak, Kızılbaşların dini işlerini düzenlemekle görevliydi. Bu halifeler, "halifetü'l hulefa" yönetiminde örgütlenmişti (Yıldırım, 2008, s. 299). Lahican sufilerinden Talış Hadim Bey bu makamın başına getirilen ilk kişiydi (Dedeyev, 2008, s. 217-218).

Safevi devletinin kuruluşunda, teolojik bilgidен ziyade dini fanatizm ön planda olduğundan, İsmail ve danışmanları, dini ve siyasi nedenlerle Cebel-i Amil'den ve Bahreyn'den Arap Şii âlimlerini İran'a davet etmişlerdir. Bu Şii ilahiyatçıların misyonu, Safevi inancını, ortodoks Onikiciliğin ilkeleriyle uyumlu hale getirmektir (Roemer, 1986, s. 345-346). Ayrıca, Onikiciliği, devletin çıkarlarına uyacak şekilde yorumlamak, öğretmek ve yaymakla görevliydi (Calmard, 1996, s.140). Safevilerin, bu âlimleri İran'a davet etmelerinin iki sebebi vardı. Birincisi, hanedanlığın istikrarı için muhacir âlimler, bölgedeki önde gelen kişilerle bağlantılı yerel Şii âlimlere göre daha güvenilir görülmüştür. İkincisi, dinsel yoruma önem veren bir gelenekten gelen bu âlimlerin hanedanlığa siyasi meşruiyet kazandırmakta ve tartışmalı dini konularda Safevi çıkarlarına uygun hükümler vermekte daha etkili olacağına inanılmıştır (Hourani, 1986, s. 137).

Onikiciliğin önde gelen fakih Ali Karaki (ö.1534), Şah İsmail'in davet ettiği ilk âlim olmuştur. 1504-1505 yılında Cebel-i Amil'den gelen Karaki, İran'da Onikiciliğin kurucusu olarak kabul edilmektedir. Karaki ülkeyi dolaşarak halka Onikiciliği öğretmeye çalışmıştır. Camilerdeki vaazlarında açıkça Sünniliğe saldırmış, ilk üç Halife'nin lanetlenmesini dini bir görev olarak onaylamıştır (Turner, 1989, s. 119-123). İsmail'i "adil imam", "huruç eden on ikinci imam" olarak tanıtırken, kendisini de hurucuna kadar "İmam'ın genel vekili" şeklinde tanımlayarak konumunu meşrulaştırmıştır. Kıdemli bir din adamının Gaib İmam'ın yokluğunda bazı görevlerini üstlenmesi ilkesi yüzyıllardır geçerliydi, ancak Karaki, "genel vekillik" kavramını dile getiren ilk Onikici din adamı olmuştur (Newman, 2009, s. 24). Böylece ilk defa, Gaib İmam'ı temsil hakkı, Şii ulemanın yetkisine geçmiştir. Ayrıca Karaki, tartışmalı "Gaib İmam'ın yokluğunda Cuma namazı kıldırılıp kıldırılmayacağı" sorusunu da olumlu yanıtlamıştır. Böylece, her bölgeye bir Cuma imamı atanmıştır. Fethedilen yerlerden haraç toplanması, bir başka tartışmalı konu idi. Mehdinin gelişine kadar dünyevi saltanatı reddeden Şii geleneğinin aksine, Karaki, sultanın haraç toplamasına izin vermekle kalmamış, bunun, Müslümanların yararına olduğunu da söylemiştir. Bu fetvalar, Safevi iktidarının hareket alanını genişletmiş ve kurumsallaşmasına yardımcı olmuştur. Zira Karaki'nin onayladığı Cuma namazı o dönemde halkla iletişim kurmanın etkili yollarından birisiydi. Vergi/haraç ise ekonomik hayatın temel taşıydı. Safevi Şahlarının Onikici ulema ile olan sıkı ilişkisi onlara önemli bir meşruiyet de kazandırmıştır (Çelenk, 2015, s. 25-30).

Şah İsmail, Onikiciliği desteklemek için, sadece Sünniliği değil, tüm rakip İslami anlayışları ortadan kaldıracak bir politika uygulamıştır. Kendilerini iktidara taşıyan mesihçi ve aşırı Şii hareketleri tehdit olarak görüp bastırmaya çalışmıştır. Bu bağlamda Şiiliğin kurumsallaşması tasavvufun aleyhine gelişmiştir. Tasavvuf örgütleri yasaklanma, bastırılma ve tehcir gibi yöntemlerle etkisizleştirilmiştir. Safevilerin tasavvufa karşı çıkmasının bir nedeni de tasavvuf çerçevesinde Sünniliğin de varlığını devam ettirmesi olasılığı idi (Çelenk, 2015, s. 22-31). Böylece, alternatif mesihçi söylemler gayrimeşru ilan edilmiştir. Örneğin, Güney Irak'taki Müşâşa'lar, Onikici söylemleri nedeniyle 1508'de öldürülmüşlerdir (Newman, 2009, s. 20). Müşâşaların aşırı Ali taraftarlığı, o dönemde alışılmadık değildi ancak bu fikirler, Safevilerin siyasi-dini iddialarına rakip olduğundan hoşgörülmemiştir (Roemer, 1986, s. 216). Bu nedenle, Nakşibendi, Halvati gibi örgütlenmeler faaliyetlerini Safevi sınırlarına veya Osmanlı topraklarına taşımıştır. Diğerleri ise Safevi sarayı ile iyi ilişkiler kurarak yeni koşullara uyum sağlamaya çalışmışlardır. Bazı tasavvuf örgütleri de Safevi devleti ile doğrudan çatışmıştır. Aslında bu gerilimlerin asıl nedeni Safevilerin dini kimliklerinden ziyade siyasi hırsları idi. Ancak sebebi ne olursa olsun, tasavvuf örgütlerinin sosyal ağları, Safevi döneminde önemli ölçüde zayıflamıştır. Yine de, Onikiciliğin dini otoriteleri, henüz istedikleri ortodoksiyi dayatacak ve alternatif inançları sistematik olarak ortadan kaldıracak kadar güçlü ya da örgütlü değillerdi. Tasavvufun yerine tamamen ortodoks bir anlayışı yerleştirmek isteyen bir dini ve siyasi iktidar yapısı henüz ortaya çıkmamıştı (Anzali, 2021, s. 355).

Öte yandan, resmi inancı yayma isteğine rağmen, İsmail, özellikle devlet örgütlenmesinde katı bir dinsel dışlayıcılığa başvurmamıştır. Sünni eğilimli kişilere bürokratik yapının çok yüksek kademelerinde bile yer verilmiştir. Böylece, dinsel hoşgörü ile dışlayıcı eğilimlerin pragmatik bir sentezi yaratılmıştır. Sapkın görülen unsurlara karşı acımasızlığına rağmen pratikte ana akımdan olmayanları tamamen yok etmemiştir (Matthee, 2017, s. 196-203). Örneğin, İranlı seyyidlerle ilişki kurmaya çalışmış ve Seyyid Abdülbaki'yi 1512'de vekil yapmıştır. Bazı Nurbakşilere toprak verilmiştir (Newman, 2009, s. 16-20). Osmanlı sınırlarındaki Sünni Kürtler ve Araplar, Kafkasya'daki Lezgiler, güneydoğu sınırındaki Beluçlar da sınır muhafızı olarak sisteme dahil edilmiştir (Matthee, 2017, s. 196). Bu pragmatik politika, yerel unsurların olası tepkilerinin önüne geçerek, sadakatlerini kazanmayı amaçlamıştır.

Safevi aşiret konfederasyonunun merkezi-bürokratik bir devlete dönüşümüne başladığı süreçte, Onikicilik, devletin çıkarlarına hizmet edecek şekilde kurumsallaşırken, Kızılbaş aşiret liderlerinin hâkim konumu, İsmail'i, İran aristokrasisini kullanarak karşı denge kurmaya yöneltmiştir (Roemer, 1986, s. 229). Böylece, devletin idari yapısı Türkmenler ve İranlılar arasında bölünmüştür; birincisi askeri aristokrasiyi oluştururken, ikincisi sivil ve dini bürokrasiye hâkim olmuştur (Yıldırım, 2008, s. 589-598). Sadr her zaman İranlılar arasından seçiliyordu. İsmail, bu makam aracılığıyla, askeri Türkmen aristokrasisinin kontrolündeki siyasi kurum ile İran ulemasının elindeki dini kurum arasında bağlantı kurmaya çalışmıştır (Savory, 1986, s. 353-361). Diğer taraftan, Sadrlar da dâhil olmak üzere, İranlı yöneticilerin ve ailelerinin Onikiciliğe derin bir bağlılığı yoktu, fakat bu, istihdam edilmelerinin önünde engel değildi (Newman, 2009, s. 15-19).

Şah İsmail'in Kızılbaş Türkmen aristokrasisinin gücünü kırma stratejisi, onların hâkimiyetindeki makamlara yaptığı atamalar yoluyla da devam etmiştir. Altı yıl vekillik yapan Şamlu Hüseyin Bey 1508'de azledilmiş ve yerine İranlılar getirilmeye başlanmıştır. Şah İsmail, Türkmenlerin hâkimiyetindeki emir el-umaranın da etkisini kırmaya çalışmıştır. 1510'da Şamlu Hüseyin Bey'i bu görevden alırken, yerine daha düşük rütbedeki Sofracı Ustaclu Muhammed'i getirmiştir. Böylece zaten aşiret reisi olmadığı için desteği az olan Ustaclu Muhammed etkisiz bir emir el-umara olmuştur (Kırkıl, 2012, s. 179-181).

Kutsalı Feda Etmek: Safevi Devleti'nde Onikiciliğin Yerleşmesi

Şah İsmail, Şiiliği resmi din ilan ederek halkı arasında bir birlik hissi yaratmış ve Safevi Devleti'ne bölgesel, politik ve ideolojik bir kimlik kazandırmıştır (Yıldırım, 2008, s. 302-303). Onikicilik, bölgede, Sünni devletlerin kuşattığı bir azınlığın inancı olarak, Safevilere proto-ulusal kimlik duygusu sağlayan önemli bir ideolojik kaynak olmuştur (Matthee, 2017, s. 186-198).

Şah İsmail, Kızılbaş emirlerinin gücünü kırmaya çalışsa da, Osmanlı topraklarındaki Kızılbaş aşiretlerle bağımlı kesmemiştir. Bu aşiretler, önemli bir insan kaynağı ve zaman zaman rakip Osmanlı Devleti'ne karşı kullanılacak bir güç olarak görülmüşlerdir. Özellikle 1510'larda, Anadolu Kızılbaş halkının Osmanlılara direnişi, Safevi halifelerinin yardımıyla örgütlenmiştir. Ancak, inanç unsuru, Kızılbaş isyanlarında asıl neden olmaktan ziyade, sosyo-ekonomik sıkıntılar içindeki göçerler ve köylülerin bir kısmının, Sünni Osmanlı yönetimine karşı tepkilerini harekete geçirmiştir. Aslında 16.yüzyıl, bu çeşit tepkilerin, dinin farklı ve daha eşitlikçi yorumlarıyla ifade edildiği bir dönemdi ve Safevi propagandası bu noktada oldukça etkiliydi (Akyol, 2011).

1514'te Çaldıran'da Yavuz Sultan Selim (1470-1520) ile Şah İsmail karşılaştığında, iki hükümdarın şahsında iki farklı sosyo-politik yapı ve zihniyet de savaşılmıştır. Sultan Selim ordu ve bürokrasisiyle "devletleşmiş" bir yapının temsilcisi iken, Şah İsmail Oğuz-Türkmen aşiret geleneklerine dayanan bir dini-politik liderdi (Akyol, 2011). Osmanlı zaferiyle sonuçlanan savaşta önemli Safevi emirleri ölmüş, Sultan Selim'in dönmesinin ardından Şah İsmail Tebriz'e tekrar girebilmiştir (Rumlu, 2004, s. 177-184).

Çaldıran yenilgisi, Şah İsmail'in ilahi ve yenilmez imajını yıkmıştır. Şah ve müridleri arasındaki ilişki sarsılmış ve Şah'ın "Mürşid-i Kamil" olarak siyasi meşruiyet iddiaları zedelenmiştir (Yıldırım, 2008). Mürid-mürşid ilişkilerinin aşınması, Kızılbaşların Şah'a mutlak itaatini zedelemiştir. İsmail'in askeri ve idari işlerden çekilmesi ise, Kızılbaş emirlerinin Şah karşısındaki konumlarını güçlendirmiştir (Savory, 1986, s. 359-360). Bu nedenle, Kızılbaş emirler, eyaletlerde ve merkezde güçlerini koruma mücadelesine girişmişlerdir. Buna rağmen, Durmuş Han, Çayan Sultan, Div Sultan gibi sadık Kızılbaşlar sayesinde devletin bütünlüğü korunmuştur (Gündüz, 2013, s. 152-154). Şah İsmail ise, merkezi bir idare kurma düşüncesiyle aşiretlerin etkisini sınırlandırmaya ve İranlı bürokratları Kızılbaş emirlerine karşı bir denge unsuru olarak kullanmaya devam etmiştir (Sarı, 2020, s. 57). Çaldıran'da önemli Kızılbaş emirlerinin ölümü de İran bürokrasisi lehine olmuştur (Yıldırım, 2008, s. 589).

1514'ten sonra vekil-i nefis-i nefis-i hümayun ünvanı terkedilmiştir. Bu, ruhani ve dünyevi işlerde uyumu sağlayacak bir otorite yaratma girişiminin başarısızlığının bir göstergesidir. Bu gelişme, dini ve dünyevi güçlerin

ayrılması anlamına da geliyordu. Bu dönemde, sadrın siyasi otoritesi de azalmıştır (Savory, 1986, s. 360). Sadr makamı Onikici olmayan İranlıların elinde kalmaya devam etmiştir. Çaldıran'dan sonra İsmail, kuzey sınırlarını korumak için, dini eğilimlerine bakmadan kuzeydeki yerel hanedanlarla evlilik ittifakları kurmuştur. 1519-20'de, büyükbabasını öldüren Şirvanşah'ın kızıyla ve kız kardeşiyle evlenmiştir (Newman, 2009, s.22). İsmail, çoğunlukla Sünni olan Kürt aşiretlerine de zımnın hoşgörülü davranmıştır. Bunun nedeni, sınır bölgelerinde geniş toprakları yöneten Kürt emirlerini yatıştırma isteğiydi (Yamaguchi, 2021, s. 558-560).

Böylece Çaldıran sonrası Safevi dini söylemi giderek Onikicilikle ve özellikle onun mesihsel boyutuyla özdeşleşmiştir. İsfahan'daki Mescid-i Ali'de, İsmail isminin Kuran'da on iki kez, yani imamların sayısı kadar geçtiğinden bahseden yazıtlar yazılmıştır. İsmail'in eşi Taçlu Hanım (ö.1540) mülklerini Kum'daki sekizinci İmam'ın kardeşi Fatima türbesine bağışlamış ve dinsel vakıfların kurulmasını teşvik etmiştir. İsmail de bazı türbelerin tamiratını üstlenmiştir (Newman, 2009, s. 22-23). Kızılbaşların savaştı, coşkulu, ihtilalci dini kültürü, Onikici ulemanın dinsel ve toplumsal düzen anlayışı ile çatışmaya başlamıştır (Akyol, 2011). Artık etkin bir hukuk sistemine sahip yazılı ve gelişmiş bir dinsel yapı kurmak, merkezileşen devlet için zorunluluk olarak görülüyordu. Bu nedenle, Onikiciliğin etkisi artarken, aşırı fikirleri Onikicilikle bağdaşmayan Kızılbaş-Sufiliği giderek geri plana atılmıştır. Büyük Kızılbaş hanlarının Çaldıran'da ölümü de Onikiciliğin yerleşmesini kolaylaştırmıştır (Yıldırım, 2008, s. 594-596).

SONUÇ

Türkmen aşiretlerinden oluşan ordusu ile 1501'de Tebriz'e girerek Safevi Devleti'ni kuran Şah İsmail'in yükselişi, yarım yüzyıllık Kızılbaş-Sufi hareketinin bir sonucuydu. İsmail, kendisinin beklenen Mehdi olduğunu ilan ederek Onikiciliği devlet dini olarak kabul etmiştir. Ancak, gerçekte uygulamaya konulan inanç sistemi, Onikicilik değil, bazı Şii fikirlerin aşırı bir yorumunu içeren Kızılbaş-Türkmen dindarlığının bir yansımasıydı.

Kuruluş döneminde Safevi Devleti'nin idari yapısı büyük ölçüde Kızılbaş inancıyla özdeşleşmiştir. Şah'a sadık Kızılbaş aşiretleri merkezde ve eyaletlerde siyasi ve askeri hâkimiyet kurmuştur. Safevi devlet mekanizması da iki ana yapıya dayanmıştır: Türkmenlerin ve Timurluların idari kurumları ile Kızılbaş sufi örgütü. Kızılbaş Sufi tarikatına bağlılık, egemen siyasi-askeri seçkinlere dâhil olmanın temel kriteri olmuştur.

Safevi yönetim sistemi geliştikçe, sufi örgütü, sistem içinde sistem olarak varlığını sürdürmüştür. Bu nedenle, Şah İsmail, daha iktidarının başında bu yapıyı Safevi idari sistemi ile bütünleştirme sorunuyla karşılaşmıştır. Onikiciliğin, yasa ve düzene yaptığı vurguyla, siyasi istikrar ve meşruiyet için önemli bir rol oynayabileceği düşünüldüğünden, merkezileşmekte olan devlet içinde Onikiciliğin etkisi artmış, aşırı fikirleri Onikicilikle bağdaşmayan Kızılbaş-Sufiliği ise geri plana atılmaya başlanmıştır. Onikiciliğe derin bir bağlılıkları olmasa da, İranlı bürokratlar da Kızılbaş Türkmen emirlerine karşı bir denge unsuru olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Merkezileşme sürecinde, dini ve siyasi nedenlerle, ülke dışından Onikici âlimler, aşırılık yanlısı Kızılbaş dini görüşlerini Onikiciliğin ilkeleriyle uyumlu hale getirmeleri için İran'a çağrılmıştır. Böylece din adamlarına dayanan bir devlet modeli güç kazanmış, devleti kuran tarikat ve tasavvuf baskı görmüştür. Teokratik yönetim yapısı dönüşmeye devam etmiş; dünyevi ve dini güçler giderek daha fazla ayrılmıştır. Dolayısıyla Safeviler kurumsallaşmaya ve etkili bir bürokrasi kurmaya çalıştıkça, "kutsal" Safevi Şahı'nın liderliği altında, pragmatist bir Onikici Şiilik, Kızılbaş inancını kamusal alandan dışlamaya başlamıştır.

KAYNAKLAR

Akkuş, M. (1996). Gaybet. *İslâm ansiklopedisi* (Cilt 13) (s. 409-410). TDV.

Akyol, T. (2011). *Osmanlı ve İran'da mezhep ve devlet*. Doğan Kitap.

Allouche, A. (2001). *Osmanlı-Safevi ilişkileri (Kökenleri ve Gelişimi)* (E. Dağ, Çev.). Anka Yayınları.

Anzali, A. (2021). Sufism in the Safavid Period. R. Matthee (Ed.), *The Safavid World* (s.349-373). Routledge.

Baltacıoğlu-Brammer, A. (2016). *Safavid conversion propaganda in Ottoman Anatolia and the Ottoman Reaction, 1440s-1630s* [Doktora Tezi]. Ohio State Üniversitesi. https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_etd/send_file/send?accession=osu1466582807

- Baltacıoğlu-Brammer, A. (2021). The Emergence of the Safavids as a Mystical Order and their Subsequent Rise to Power in the fourteenth and fifteenth centuries. R. Mathee (Ed.), *The Safavid World* (s.15-36). Routledge.
- Barfield, TJ (1990). *Tribe and State Relations: The Inner Asian Perspective*. P. S. Khoury ve J. Kostiner (Ed.), *Tribes and State Formation in the Middle East* (s. 153-182). University of California Press.
- Calmard, J. (1996). Shi'i Rituals and Power, II. The Consolidation of Safavid Shi'ism: Folklore and Populer Religion. C. Melville (Ed.), *Safavid Persia, A History of an Islamic Society* (s.139-190). I.B. Tauris.
- Çakmak, Y. (2018). *II. Abdülhamid döneminde Osmanlı Devleti'nin Kızılbaş/Alevî siyaseti (1876-1909)* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Çelenk, M. (2015). Safevîlerin din politikası ve İran'ın Şiîleşme seyri. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 0(4), 7-36.
- Çetin, F. (2011). Osmanlı-Safevi rekabetinin Osmanlı resmî ideolojisine etkisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 12-28.
- Dedeyev, B. (2008). Safevi tarikâtı ve Osmanlı Devleti ilişkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5, 205-223.
- Donuk, A. (1988). *Eski Türk devletlerinde idari-askeri unvan ve terimler*. Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayınları.
- Efendiyev, O. (2018). *Azerbaycan Safevi Devleti-16. Yüzyıl* (A. Asker, Çev.). Teas Press.
- Eravcı, M. (2002). Safevi Hanedanı. *Türkler* (Cilt 6) (s. 882-892). Yeni Türkiye Yayınları.
- Eröz, M. (1990). *Türkiye'de Alevilik ve Bektaşilik*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Erşahin, S. (2002). *Akkoyunlular: Siyasal, kültürel, ekonomik ve sosyal tarih*.
- Fırlı, ER (2001). İsnâaşeriyye. *İslâm ansiklopedisi* (Cilt 23) (s. 142-147). TDV.
- Fletcher, J. (1979-1980). Turco-Mongolian monarchic tradition in the Ottoman Empire. *Harvard Ukrainian Studies*, 3 (4), 236-252.
- Floor, W. (2021). The Safavid Court and Government. R. Mathee (Ed.), *The Safavid World* (s.203-223). Routledge.
- Gellner, E. (1983). The Tribal Society and Its Enemies. R. Tapper (Ed.), *The Conflict of Tribe and State in Iran and Afghanistan* (s. 436-447). St. Martin's Press.
- Gölpınarlı, A. (1997). *Türkiye'de mezhepler ve tarikâtlar*. İnkılâp Kitabevi.
- Grey, C. (1873). *A Narrative of Italian Travels in Persia in the Fifteenth and Sixteenth Centuries*. Hakluyt Society.
- Gündüz, T. (2013). *Son Kızılbaş Şah İsmail*. Yeditepe Yayınevi.
- Hinz, W. (1992). *Uzun Hasan ve Şeyh Cüneyd: 15. yüzyılda İran'ın milli bir devlet haline yükselişi* (T. Bıyıklıoğlu, Çev.). Türk Tarih Kurumu.

- Hourani, A. (1986). From Jabal 'Amil to Persia. *Bulletin of the School of Oriental and African Studies*, 49, 133-140. <https://doi.org/10.1017/S0041977X00042555>
- Javanshir, B. (2007). *İran'daki Türk Boyları ve Boy Mensubu Kişiler (Safevi Dönemi-I. Şah Tahmasb Hakimiyetinin Sonuna Kadar/1576)* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Kaplan, D. (2008). Şiiliğin İran Topraklarında Egemenliği: Safeviler Öncesi Arka Plan ve Safevi Dönemi Şiileştirme Politikaları. *Marife*, 8(3), 183-203. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3343994>
- Karakaya-Stump, A. (2020). *The Kizilbash-Alevis in Ottoman Anatolia: Sufism, politics and community*. Edinburgh University Press.
- Karamustafa, AT (2015). Anadolu'nun İslamlaşması Bağlamında Aleviliğin Oluşumu. Y. Çakmak ve İ. Gürtaş (Ed.), *Kızılbaşlık Alevilik Bektaşılık: Tarih-Kimlik-İnanç-Ritüel* (s.43-54). İletişim Yayınları.
- Karamustafa, AT (2016). In His Own Voice: What Hatayi Tells Us about Şah İsmail's Religious Views. M. A. Amir-Moezzi (Ed.), *L'Ésotérisme Shi'ite: Ses Racines et Ses Prolongements/Shi'i Esotericism: Its Roots and Developments* (s. 601-611). Brepols Publishers.
- Khafipour, H. (2021). Beyond Charismatic Authority: The crafting of a Sovereign's Image in the Public Sphere. R. Matthee (Ed.), *The Safavid World* (s.111-124). Routledge.
- Khazanov, A. (1994). *Nomads and the Outside World*. The University of Wisconsin Press.
- Kırkıl, E. (2012). Şah İsmail Dönemi İktidar Mücadelelerinde İki Dinsel Kurum. *Alevilik Araştırmaları Dergisi*, 3, 177-184.
- Köprülü, MF (2005). *Türk Tarih-i Dinisi*. Akçağ Yayınları.
- Matthee, R. (2017). Safevi İrani Bir İmparatorluk Muydu? (İ. Külbilge, Çev.). *Cihannüma Tarih ve Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 179-208.
- Mélikoff, I. (1996). Bektaşî/Kızılbaş: Historical Bipartition and Its Consequences. T. Ollson, E. Özdalga ve C. Raudvere (Ed.), *Alevi Identity: Cultural, Religious and Social Perspectives* (s.1-9). Swedish Research Institute.
- Mélikoff, I. (2009). *Uyur İdik Uyardılar*. Demos Yayınları.
- Minorsky, V. (1943). *Tadhkirat al-Mulūk. A Manual of Safavid Administration (1137/1725)*. Cambridge University Press.
- Minorsky, V. (1957). *Persia in A. D. 1478-1490 (An Abridge Translation of Fadlullah b. Ruzbihan Khunji's Tarikh-i Âlem-ârâ-yı Âmîni)*. Royal Asiatic Society Monographs.
- Mitchell, C. (2021). Custodial Politics and Princely Governance in Sixteenth-Century Safavid Iran. R. Matthee (Ed.), *The Safavid World* (s.79-110). Routledge.
- Nesibli, N. (2002). Osmanlı - Safevî Savaşları, mezhep meselesi ve Azerbaycan. *Türkler* (Cilt 6) (s.893-898). Yeni Türkiye Yayınları.
- Newman, AJ (2006). *Safavid Iran: Rebirth of a Persian Empire*. I.B. Tauris.

- Ocak, AY (2000a). *Babailer İsyanı: Aleviliğin Tarihsel Altyapısı Yahut Anadolu'da İslam Türk Heterodoksisinin Teşekkülü*. Dergah Yayınları.
- Ocak, AY (2000b). Babailer İsyanından Kızılbaşlığa: Anadolu'da İslâm Heterodoksisinin Doğuş ve Gelişim Tarihine Kısa Bir Bakış. *Bellekten*, 64(239), 129-159. <https://doi.org/10.37879/bellekten.2000.129>
- Ocak, AY (2009a). Babailer İsyanından Kızılbaşlığa: Anadolu'da İslam Heterodoksisinin Doğuşuna Kısa Bir Bakış. A. Y. Ocak (Ed.), *Geçmişten Günümüze Alevî-Bektaşî Kültürü* (s. 38-57). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Ocak, AY (2009b). *Türk Sufiliğine bakışlar*. İletişim Yayınları.
- Ocak, AY (2011). *Yeniçağlar Anadolu'sunda İslam'ın Ayak İzleri: Osmanlı Dönemi*. Kitap Yayınevi.
- Öztürk, M. (2013). İslamiyet'ten Önce Türklerin Din Anlayışı ve Gök Tanrı Dini. *History Studies*, 5(2), A Tribute to Prof. Dr. Halil İncalçık, 327-346.
- Roemer, HR (1986). The Safavid Period. P. Jackson (Ed.), *The Cambridge History of Iran* (s. 189-350). Cambridge University Press.
- Rumlu, H. (2004). *Ahsenü't-Tevarih, Sah İsmail Tarihi* (C. Cevan, Çev.) Ardiç Yayın.
- Sarı, A. (2020). Osmanlı Devleti'nin Safevî Tebaasına Yönelik İstimâlet ve Mülteci Siyaseti. *Amme İdaresi Dergisi*, 53(3), 55-78.
- Savory, RM (1980). *Iran Under the Safavids*. Cambridge University Press.
- Savory, RM (1986). The Safavid Administrative System. P. Jackson (Ed.), *The Cambridge History of Iran* (s. 351-372). Cambridge University Press.
- Sümer, F. (1999). *Safevi Devletinin kuruluşu ve gelişmesinde Anadolu Türklerinin rolü*. Türk Tarih Kurumu.
- Taflioğlu, MS (2012). İran Türk Safevi Devleti'nin Kuruluşu ve Türk Tarihine Stratejik Etkisi. *Turan Stratejik Araştırmaları Merkezi Dergisi*, 4 (13), 105-115.
- Tapper, R. (1990). Anthropologists, Historians, and Tribespeople on Tribe and State Formation in the Middle East. P. Khoury ve J. Kostiner (Ed.), *Tribes and State Formations in the Middle East* (s. 48-74). University of California Press.
- Trausch, T. (2021). Continuing a Legacy in Times of Change: Courtly historiography in the sixteenth-century. R. Matthee (Ed.), *The Safavid World* (s.182-199). Routledge.
- Tuğrul, T. (2013, Ekim, 3-5). Aleviliğin Heterodoksi-Senkretik Yapısı ve Modern Dönem [Sözlü Sunum]. Geçmişten Günümüze Alevilik 1. Uluslararası Sempozyumu, Bingöl, Türkiye.
- Turner, CP (1989). *The rise of Twelver Shi'ite externalism in Safavid Iran and its consolidation under 'Allama Muhammad Baqir Majlisi (1037/1627-1110/1699)* [Doktora Tezi]. Durham Üniversitesi. <http://etheses.dur.ac.uk/959/1/959.pdf>
- Üzüm, İ. (2001). İsnâaşeriyye. *İslâm ansiklopedisi* (Cilt 23) (s. 147-149). TDV.
- Veliyeva, Z. (2007). *Safevi Devlet teşkilatı (Tezkiretü'l-Mülük'e Göre)* [Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.

- Yamaguchi, A. (2021). The Kurdish Frontier under the Safavids. R. Mathee (Ed.), *The Safavid World* (s.556-571). Routledge.
- Yazıcı, T. (1960). Safevîler. *İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 10) (s.53-55). MEB.
- Yıldırım, R. (2008). *Turkomans between two Empires: The Origins of the Qizilbash Identity in Anatolia, 1447-1514* [Doktora Tezi]. Bilkent Üniversitesi. <http://repository.bilkent.edu.tr/handle/11693/14661>
- Yıldırım, R. (2017). *Aleviliğin doğuşu: Kızılbaş Sufiliğinin toplumsal ve siyasal temelleri, 1300–1501*. İletişim Yayınları.
- Yıldırım, R. (2019). The Safavid-Qizilbash Ecumene and the Formation of the Qizilbash-Alevi Community in the Ottoman Empire, c. 1500–c. 1700. *Iranian Studies*, 52 (3-4), 449-483, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00210862.2019.1646120>
- Yıldırım, R. (2021). The Rise of the Safavids as a Political Dynasty: The revolution of Shah Ismail, the founder of the Safavid state. R. Mathee (Ed.), *The Safavid World* (s.56-76). Routledge.

EVLİYA ÇELEBİ'NİN SEYAHATNAME'SİNDE KIRKLARELİ VE ÇEVRESİ

Büşra KAPLAN¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1334512

Makale Geçmişi:

Geliş 29.07.2023

Kabul 29.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Kırklareli,

Kırkkilise,

Evlıya Çelebi,

Seyahatname,

Şehir.

ÖZ

Evliya Çelebi'nin *Seyahatname*'si 17. yüzyılın önemli coğrafi, tarihî ve kültürel kaynaklarından biridir. Evliya Çelebi'nin seyahat rotası, bu rota üzerinde ziyaret ettiği şehirler ve bu şehirler hakkında verdiği malumat birçok araştırmaya konu olmuş ve çeşitli makaleler ile kitaplar araştırmacıların istifadesine sunulmuştur. Ancak bugüne kadar yapılan monografik çalışmalarda *Seyahatname*'de Kırklareli ve çevresi hakkında verilen bilgiler ele alınıp incelenmemiştir. Osmanlı döneminde Edirne'nin ve günümüzde İstanbul'un gölgesi altında kaldığı söylenilebilecek olan Kırklareli, Osmanlı döneminde Kırkkilise olarak adlandırılmaktaydı ve bir sancak konumundaydı. Bugün ise bir il merkezi durumundadır. Bu yüzden onun geçmişteki durumu ile günümüzdeki durumu farklılık arz etmektedir. Bu sebeple Evliya Çelebi'nin *Seyahatname*'sinde Kırklareli'nin nasıl ele alındığı incelendiğinde iki farklı durum ile karşı karşıya kalınmaktadır. Günümüzde Kırklareli ili; Lüleburgaz, Vize, Pınarhisar, Babaeski, Pehlivan köy, Koçaz ve Demirköy ilçelerinden müteşekkil vaziyettedir. Ancak Osmanlı döneminde zaman zaman idari durumu farklılaşabilse de Evliya Çelebi'nin eserini kaleme aldığı dönem olan 17. yüzyılda Özü eyaletinin bir sancağı konumundadır. Bugün Kırklareli'nin ilçesi durumunda olan Vize ise Özü'nün bir diğer sancağıdır. Bu açıdan bakıldığında ortaya iki farklı Kırklareli çıkmaktadır. İlki, bugün kendisine bağlı bulunan topraklarının bir kısmı Bulgaristan sınırları içerisinde kalan Kırkkilise sancağı, diğeri ise bugün yedi ilçeye sahip olan Kırklareli ili. İşte, bu çalışmada; merkezi ve çevresi ile günümüz Kırklareli'sinin 17. yüzyıldaki görünümü Evliya Çelebi'nin *Seyahatname*'si üzerinden ortaya konulmuş, Evliya Çelebi'nin şehir hakkında verdiği tarihî, coğrafi, mimari ve kültürel bilgiler tespit edilmiş ve günümüzle mukayese edilerek değerlendirilmiştir.

KIRKLARELİ AND ITS SURROUNDINGS IN EVLİYA ÇELEBİ'S SEYAHATNAME

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1334512

Article History:

Received 29.07.2023

Accepted 29.08.2023

Keywords:

Kırklareli,

Kırkkilise,

Evlıya Çelebi,

Seyahatname,

City.

ABSTRACT

Evliya Çelebi's *Seyahatname* is one of the important geographical, historical and cultural resource of the 17th century. Evliya Çelebi's travel route, the cities he visited along this route and the information he gave about these cities have been the subject of many research, various articles and books which have been presented to researchers. However, in the monographic studies carried out to date, the information given in the *Seyahatname* about Kırklareli and its surroundings has yet to be the subject of any research. Kırklareli, which can be said to have been under the shadow of Edirne during the Ottoman period and Istanbul today, was referred to as Kırkkilise in the Ottoman period and served as a sanjak. Today, it functions as a city center. Therefore, its situation in the past is different from its current situation. For this reason, when examining how Kırklareli is depicted in Evliya Çelebi's *Seyahatname*, two different situations are encountered. Today, the province of Kırklareli is composed of Lüleburgaz, Vize, Pınarhisar, Babaeski, Pehlivan köy, Koçaz and Demirköy districts. However, although the administrative situation may differ from time to time in the Ottoman period, it was a sanjak of the Özü province in the 17th century, when Evliya Çelebi wrote his work. Vize, today a district of Kırklareli, was another sanjak of Özü. This perspective reveals two versions of Kırklareli: The first is Kırkkilise sanjak, a part of which is within the borders of Bulgaria today, and the other is the province of Kırklareli, which has seven districts today. In this study, it has been uncovered the 17th century appearance of the city center and its surroundings of today's Kırklareli has been revealed through Evliya Çelebi's *Seyahatname*, analyzed the historical, geographical, architectural and cultural information given by Evliya Çelebi about the city has been determined and evaluated by compared it with today's state.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, busrakaplan90@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4854-2717
Alıntılacak için/Cite as: Kaplan, B. (2023). Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde Kırklareli ve çevresi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 729-744.

GİRİŞ

Kırklareli, bugün Türkiye'nin yedi bölgesinden Marmara bölgesinde ve bu bölgenin de Trakya kısmında bulunan bir şehir merkezi ve yedi ilçeden müteşekkil bir ildir. Edirne ve Tekirdağ illeri ile birlikte Bulgaristan'a sınırdaş olan Kırklareli'nin Karadeniz'e de kıyısı bulunmaktadır. İlçelerini ise Lüleburgaz, Babaeski, Vize, Pınarhisar, Demirköy, Kofçaz ve Pehlivan köy oluşturmaktadır. Şehir; Bizans döneminde Saranta Ekklesies olarak, Bulgarlar tarafından Lozengrad olarak ve Osmanlılar döneminde Kırkkilise olarak (Tuncel, 2022, s. 478) adlandırılmıştır.² Kaynaklarda yer yer şehrin adına Kırkkenise olarak rastlansa da zaten kenise de kilise anlamındadır (Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, t.y.). Cumhuriyet dönemine kadar ise Kırkkilise adı kullanılmıştır. Bu dönemde kültürümüze uygun olmadığı düşünülen yer adlarının değiştirilmesi konusu gündeme getirilmiş ve bölge halkı da şehir adında bulunan kilise kelimesinin kaldırılması talebiyle bakanlığa başvurmuşlardır. Daha sonra konu mecliste görüşülüp kabul edilmiş ve cumhurbaşkanı onayına sunulup şehir adının Kırklareli olarak değiştirilmesi 1925 yılında onaylanmıştır (Akin, 1997, s. 10).

Şehrin Osmanlı hâkimiyetine ne zaman girdiğine dair kaynaklarda farklı tarihler bulunmaktadır. Ancak çoğunluğun ittifak ettiği husus bu dönemin I. Murad Han'ın saltanatına denk geldiğidir (Tuncel, 2022, s. 487; Burnaz Kabakçı 2013, s. 27). Fetihden sonraki dönemde ilk başlarda Kırkkilise; Çirmen ve Vize sancakları ile Rumeli eyaletini oluşturmaktadır. Ancak daha sonra artan fetihlerle beraber Rumeli Beylerbeyliğinin sancak sayıları artmıştır (Gökbilgin, 1952, s. 7). Kırklareli'nin Osmanlı'nın idari taksimatındaki yeri yüzyıllar içerisinde değişken ve esnek yönetim tarzı sebebiyle zaman zaman değişiklik gösterebilmiştir.³ Evliya Çelebi ise *Seyahatname*'nin ilk cildinde Özü eyaleti yani Silistre'yi anlatırken onun on bir sancaktan müteşekkil olduğunu ve bu sancaklardan birinin Kırklareli olduğunu belirtir:

Eyâlet-i Özi ya'nî Silistre Ne mâl defterdârı ve divân çavuşları ve tîmâr defterdârı ve defter emîni misilli bir şey yokdur. Ancak Rûmeli eyâletinden ifraz eyâlet olup vezâret olmuşdur. **Eyâleti on bir sancaktır:** Evvelâ livâ-i Nigebolî ve Çirmen [ve] Vize ve Kırkkilise ve Bucak Tatârı ve Bender ve Akkırman ve Özi ve Kılburun ve livâ-i cedîd-i Doğan. Livâ-i Silistre paşa sancağıdır. (Evliyâ Çelebi, 1998, s. 82)

Bu durumda Evliya Çelebi'nin döneminde Kırklareli'nin Özü'ye bağlı bir sancak olduğu söylenebilir. Günümüzde onun ilçesi durumunda olan Vize ise aynı dönemde Kırklareli ile eş statüye sahip bir sancak durumundadır.

Evliya Çelebi, Kırklareli'ni *Seyahatname*'sinin birinci, altıncı, yedinci ve sekizinci ciltlerinde yer yer zikretmiştir. Eserinin üçüncü cildinde o tarafta gördüğü ve konakladığı yerleri detaylıca bildirmiştir. Beşinci ciltte ise Kırklareli hakkında genel bir değerlendirme yapmıştır. Bu bağlamda çalışmamızda, önce Evliya Çelebi'nin Kırklareli hakkında verdiği genel bilgiler üzerinde durulacak, daha sonra Kırkkilise sancağını ihtiva eden mekânlar günümüzde hangi ilçe, belde veya köye denk geliyorsa o başlıkta ele alınacak, en son ise Kırklareli ile ilgili eserde değinilen diğer konular ele alınacaktır.

1. Kırklareli'nin Genel Görüntüsü ve Özellikleri

Yukarıda değinildiği üzere Evliya Çelebi, Kırklareli'nin genel özelliklerini eserinin beşinci cildinde "Evsâf-ı şehri-i Kırknisâ, ya'nî Kırkkilisa'dır" (Evliyâ Çelebi, 2001, s. 44) başlığı ile ele almıştır. Eserinde genellikle diğer şehirleri tavsif ederken yaptığı gibi burada da önce şehrin adının nereden geldiğine dair bilgi vermiştir. Evliya Çelebi'ye göre I. Murad burayı fethetmeden önce burada bir kadın dokuz ay on günde kırk adet kız çocuğu dünyaya getirdiği için padişah burayı fethettiğinde Kırknisâ olarak adlandırmıştır. Bu adlandırma daha sonra galat-ı meşhur olarak Kırkkilise hâlini almıştır. 17. yüzyılda Kırkkilise biçiminde bilinmektedir. Ayrıca I. Murad'ın burayı 769/1367-8 yılında fethettiğini ve şehrin Edirne'den önce Yanko oğlu İlyana kral tarafından kurulduğunu belirtmektedir (Evliyâ Çelebi, 2001, s. 44).

Evliya Çelebi, daha sonra şehrin payitahtla olan ekonomik ilişkisine dair çeşitli bilgiler verir. Buna göre, sancak beyinin emrinde 500 asker olup, 10.000 gurusu geliri vardır. Ayrıca yıllık geliri 200.000 akçe olan arazisi, 1 zeameti ve 18 timarı vardır. Savaş esnasında toplam 1300 asker sağlayabilecek durumdadır. Eyalete bağlı yeniçeri serdari, sipah kethüda yeri, muhtesibi ve bâcdârı vardır:

Mîr-i livâsına ber-vech-i adâlet on bin gurusu hâsıl olup beş yüz âdem ile mîr-i livâsı zabt [u] rabt edüp Özü eyâletinde muhâfaza eder. Beğinin taraf-ı pâdişâhîden hâss-ı hümâyûnu iki yüz bin akçedir. Ve taht-ı livâsında bir ze'âmet ve cümle tîmâr on sekizdir. Hîn-i seferde cümle erbâb-ı tîmâr kanûn üzre cebelüleri

² Bölge çok yaygın olmasa da Aya Saranda Verisse ve Virisium gibi isimlerle de adlandırılmıştır (Naciye Okuroğullarından aktaran Burnaz Kabakçı, 2013, s. 20).

³ Konu ile ilgili olarak detaylı bilgi için bakınız: (Burnaz Kabakçı, 2013, s. 29-38).

ile sekiz yüz âdem olur, beğinin askeriyle bin üç yüz asker olur. Ve üç yüz pâyesiyle yüz elli akçe şerîf kazâdır. Ber-vech-i adâlet kadîya senevî üç kîse olur, ammâ kal'ası yoktur. Yeniçeri serdârî ve sipâh kethüdâyeri ve muhtesibi ve bâcdârî vardır. (Evlîyâ Çelebi, 2001, s. 44-45)

Şehirle ilgili niceliksel sayılabilecek bilgilerden sonra Evliya Çelebi Kırklareli'ni tavsif eder. Şehrin kırmızı topraklı geniş arazilerinden, çok sayıdaki keklik kuşlarından, çok katlı ve kiremitli yapılarından söz açar:

Ve şehrinin cânib-i erba'ası kara taşlık içinde kırmızı topraklı bağ u bağçeler var kim âdem gâ'ib olur ve her bâğda niçe yüz keklik kuşları cihânî dutmuşdur. Ve şehri bâğistân içre (---) kenârında bir vâsî' öz içre cümle kat-enderkat kiremit örtülü ma'mûr u âbâdân ve müzeyyen sarây-ı âlîler ile ârâste ve hadîkalar ile pîrâste olmuş kasaba-i şîrindir kim cümle (---) mahalledir. (Evlîyâ Çelebi, 2001, s. 45)

Ardından şehirde öne çıkan yapılardan bahseder. Bugün Hızır Bey Camii olarak bilinen⁴ Kurşunlu Camii'nden bahseder. Bir minareli olduğunu, Eski Camii olarak da bildiğini ve kalabalık bir cemaate sahip olduğunu kaydeder. Caminin yanı sıra şehrin tekkesinin, sıbyan mektebinin, biri köprü başında diğeri bedestene bitişik olan iki adet hamamının, hanlarının, kurşun örtülü imaretlerinin ve çeşmelerinin olduğundan bahseder ancak bedesteninin iyi durumda ve her esnafa ait dükkâna sahip durumda olsa da şehre göre bu dükkânların az olduğunu da not eder. Şehirdeki köprü başında iki yola ayrılıp akan çeşmesine özel bir vurgu yaparken bunun üzerinde bir "ırfan mektebi gibi" bir kahvehane bulunduğu belirtir (Evlîyâ Çelebi, 2001, s. 45). Tüm bu detaylar ile okurunun gözünde bayındır bir şehir imajı çizer.

Söz konusu bu imajı şehrin tavsifinin son kısmında da devam ettirir. Bütün evlerin kiremitli olduğunu, şehrin düzlük bir yerde olduğunu ve bağ bahçelerle bezeli olduğunu söyler. Mezarlıktan da bahsettikten sonra halkını ele alır:

Ve cümle evleri kiremitlidir. Şehri bir bayır dibine vâki' olmuş, kible tarafı sâfi bâğ u bağçeli kurâlarla müzeyyendir. Ve kible tarafında mezârîstânî acâ'ib sivri sivri uzun taşlar ile alâmetleri var ve halkı cümle musallî ve ehl-i sünnet ve'l-cemâ'at ehl-i zevk âdemlerdir. Câ-be-câ mahbûb u mahbûbeleri de olur. (Evlîyâ Çelebi, 2001, s. 45)

Evliya Çelebi bu satırlarla daha önce kurduğu bayındır şehir imajını Müslüman halk imajı ile desteklemektedir. Musallî ve ehli sünnet yani namazlarını kılan ve sünnetin izinden giden bir halk tasvir etmektedir. Bu halk aynı zamanda zevk sahibidir. Aralarında güzel erkek ve kadınlar bulunmaktadır. Çelebi, bu bilgileri verdikten sonra son olarak, şehirde yirmi bin bağ olduğunu, sulu üzümünün olduğunu, müsellesi⁵, pekmezi ve köftesinin meşhur olduğunu söyleyip (Evlîyâ Çelebi, 2001, s. 45) bir sonraki ziyareti için seyahat rotasına devam eder.

Evliya Çelebi'nin çizdiği bu şehir imajı günümüz Kırklareli'si için de geçerlidir. Bugün Kırklareli bir il merkezidir. Etrafında hâlen bağlar ve bahçeler yoğunluktadır. Bağlar dolayısıyla çok çeşitli üzümler yetiştirilmektedir. Üzüm o kadar benimsenmiş durumdadır ki şehrin belediyesinin sembolünde üzüm yer almaktadır. Köftesi de diğer birçok Balkan şehirlerinde olduğu gibi meşhurdur. Çelebi'nin müselles olarak verdiği içeceğin ise günümüzde artık hardaliye olarak öne çıktığını söylemek mümkündür. Hardaliye de yine bir çeşit üzüm şirasıdır ancak hardal tohumu ile mayalandırılmaktadır ve alkolsüzdür. Bunların yanı sıra Çelebi'nin verdiği bilgilerden farklı olarak şehrin günümüzde süt ve süt ürünleri ile de öne çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda Kırklareli beyaz peyniri, hardaliyesi, kıvrıkcık kuzu eti, meşe balı ve Kırklareli'nin bir ilçesi olan Babaeski'nin sarımsağı coğrafi işaretli ürünler arasındadır. Ayrıca, yörede üretilen eski kaşar peynirinin coğrafi işaretli ürün olabilmesi için başvuru yapılmış durumdadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023).

2. Kırklareli'nin İlçeleri, Beldeleri ve Köyleri

Evliya Çelebi'nin *Seyahatname*'sinde bugünkü Kırklareli ilinin sınırları içerisinde yer alan Lüleburgaz, Babaeski, Vize, Pınarhisar ve Demirköy ilçelerinden, Kıyıköy, Büyükkarıştıran, Ahmetbey, Kaynarca ile Üsküp beldelerinden, Yoğuntaş, Çövenli, Kışlacık, Erikli, Kayalı ve Erenler köylerinden geçtiği ve buralara dair farklı uzunlukta bilgiler kaydettiği tespit edilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde Evliya Çelebi'nin ele aldığı ilçeler, beldeler ve köyler üzerinde durulacaktır. Ayrıca bu mekânların eserde nasıl ve hangi özellikleri bağlamında ele alındığı üzerinde durulup değerlendirilecektir.

⁴ Yapıdaki kitabelerden edinilen bilgilere göre I. Murad'ın akıncı komutanlarından olan Hızır Bey 785/1383-4 yılında Câmî-i Kebir olarak bilinen mahalleye bir cami inşa ettirmiştir (Karakaya, 2020).

⁵ Müselles: "Tabhla iki sülsü gidip bir sülsü kalmış şarâba denir. (...) Küttüb-i fikhiyyede hükm-i mahsûsu vardır, dimâg edenler mürâcaatle neşe-yâb olalar." (Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, t.y.).

2.1. Babaeski

Evliya Çelebi üçüncü ciltte Edirne'den İstanbul'a dönerken geçtiği yerleri kaleme alır. Eserde, Babaeskisi biçiminde geçen Babaeski'yi bir kasaba olarak ele alan Çelebi, onun tarihini Yanko ibn Madyan zamanına kadar dayandırır. Buranın, eskiden bir kalesi olup büyük bir şehir olduğu ancak daha sonra Bulgar ile Sırp prens ve düklerinin İstanbul'u harap etmeye giderken burayı da harap ettiğini kaydetmiştir. Daha sonra ise şehrin adının nereden geldiğine dair aşağıdaki rivayeti aktarır:

Sarı Saltık Bâý Sultân, Pirevadi [170a] kurbunda Dobruca Abdullah huzurunda merhûm oldukda Saltık Bâý'ın vasiyyet-i sâbıkası üzre na'ş-ı Muhammed Saltık'ı yedi aded tabuta fukarâları koyup yedi kral-ı dâl yedi tabutu alup her biri birer iklime tabutları götürürken tabutlarda cesed-i Saltık'ı bulup hamd-i Hudâ bizdedir, deyü her bir kral vilâyetlerine götürürler. Edirne kralı cesed-i Saltık Bâý'ı bir harâb-âbâd olan Baba şehrinde defnetdiğiçün Babaeskisi derler. Anların şerefiyyetine hâlâ imâr olmadadır. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 263)

Bu rivayete göre şehrin eski adı Baba'dır ancak daha sonra Sarı Saltık Bâý'ın buraya defnedilmesinden ötürü Babaeskisi adını almıştır. 17. yüzyılda Babaeskisi denildiği anlaşılan bu yer günümüzde Babaeski ismiyle anılmaktadır.

Evliya Çelebi daha sonra şehirle ilgili sayısal verilere yer vermiştir. Bu açıdan şehirde, bin altmış adet bağlı, bahçeli, kiremitli tek ya da iki katlı, kâgir, bakımlı binalar bulunmaktadır. Evler dışında yirmi mihrap bulunmaktadır. Ayrıca mescitler, birer medrese, hamam ve misafirler için aşevi imareti, üç derviş tekkesi, yedişer sıbyan mektebi ile han ve yüz kadar dükkân vardır. Evliya Çelebi ayrıca bir çeşmesi olduğunu kaydederken çeşmenin üzerindeki kitabeyi de kaydetmeyi ihmal etmemiştir:

Hâtif-i Gayb dedi târîhin

Çeşme-i selsebil-i âb-ı hayât (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264).

Bu çeşme günümüzde hâlen şehir merkezindedir ancak üzerinde kitabe yazısı bulunmamaktadır.

Evliya Çelebi, Babaeski'de bulunan iki camiye ayrıca önem vermiştir. Bunlardan ilki şehrin doğu tarafında nehir kenarında bulunan büyük Ali Paşa Camii'dir. Caminin tespitinden sonra Ali Paşa hakkında kısaca malumat vermiştir. Kendisi, Kanuni Sultan Süleyman'ın vezirlerindedir, Semîz Ali Paşa olarak bilinmektedir ve yaptırdığı cami selatin camilerini andırmaktadır. Ardından cami ile ilgili şu bilgileri verir:

İslâmbol'da hemân Topkapusu dâhilinde Ahmed Paşa câmi'ine müşâbihdir. Ammâ bu andan vâsi' ve rûşen ü müzeyyen ve mükemmel binâ-yı ibretnümâdır. Medrese ü imâret ve hammâm ve hânlar ve cümle dükkânlar bu Ali Paşa hayrâtıdır kim eser-i azîmlerdir. Câmi'in kubbesi eflâke ser çeküp bir menzil yerden kurşunları bahr-i nîlgûn-vâr temevvüc eder. Bu kâr-ı ibret-nümâ Koca Mi'mâr Sinân'ın amelidir kim bu câmi'de dahi zîbâ tasarruflar ve ra'nâ tasnîfler edüp bir minâre-i serâmed etmiş kim gûyâ minâre-i Rüstem Paşa'dır. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 263)

Caminin mimari Sinan'dır ve onunla birlikte medrese, imaret, hamam, hanlar ve dükkânlar da Ali Paşa'nın hayratıdır. Bu camii bugün hâlen ayakta ve Cedit Ali Paşa Camii olarak bilinmektedir ancak Paşa'nın hayratının diğer kısımları günümüze ulaşmamıştır (Eyice, 1989, s. 427-428).

Evliya Çelebi'nin Ali Paşa Camii dışında söz ettiği diğer camii ise çarşının iç tarafında bulunan "Ebû'l-feth Sultân Mehmed Hân-ı Gâzî" (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 263) camisidir. Verilen bilgiye göre, eski ve ufak bir cami olmasına karşın kalabalık bir cemaati ve farklı bir ruhaniyeti bulunmaktadır. İçi ve dışı süslü olmayıp bakıma muhtaçtır. Uzun bir minareye sahiptir (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264). Bu camii de tıpkı Cedit Ali Paşa Camii gibi günümüze kadar gelmiştir ancak bugün Fatih Cami olarak bilinmektedir.

Evliya Çelebi, Babaeski'de camilerin yanı sıra bir de "Çoban Deli Kâsım Ağa" (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264) isimli köprüyü ele almıştır. Verdiği bilgilere göre bu köprü yedi gözlü yeni inşa edilmiş büyük bir köprüdür. Yapısı itibarıyla Çoban Köprüsü'nü andırmaktadır. Bugün bu köprü Babaeski Köprüsü olarak bilinmektedir ve sadece altı gözü görülmektedir (Eyice, 1991, s. 373). Evliya Çelebi'nin benzerliği dolayısıyla bahsettiği Erzurum'daki Çoban Köprüsü ise bugün halk arasında Çobandede Köprüsü olarak tanınmaktadır. Her iki köprünün Evliya Çelebi'nin de tespit ettiği gibi biçimsel açıdan benzediği söylenebilir (Eyice, 1993, s. 350). Köprünün yapım hikâyesi ise şöyledir:

Bu Çoban Kâsım Ağa bu cısr mahallinde koyun güderken Cenâb-ı Bârî kendüye İslâm müyesser edüp mürûr-ı eyyâm ile dergâh-ı âlf yeniçeri ocağında kul kethüdâsı olup Sultân Murâd Hân-ı Râbi'in hapsinde iken "Ahdim olsun bu girdâbdan rehâ bulursam koyun gütdüğüm yerde bir cısr binâ edeyim!" deyü ahd edüp ba'de'l-halâs "El-kerîmu izâ uhîde vefâ" mazmûnu üzre dörd yüz kîse-i Rûmî masrûf edüp bu cısr-i azîmi inşâ etmiştir. Ammâ hakkâ ki vâhidü ke'elf bir kantara-i zîbâ-yı musanna'dır kim metânetde gûyâ cısr-i Vişgrad'dır. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264)

Buna göre köprü IV. Murad zamanında bir adak üzerine inşa edilmiştir. Sağlamlığı ise bugün Bosna-Hersek'te Drina Köprüsü olarak bilinen Vişgrad Köprüsü ile kıyaslanmıştır. Drina Köprüsü, Sokullu Mehmet Paşa tarafından vakfedilmiş ve Sinan tarafından inşa edilmiş bir köprüdür (Eyice, 1994, s. 528). Evliya Çelebi, ele aldığı köprüyü Osmanlı kültürüne mal olmuş diğer köprülerle bir tutarak ortak kültürel bir payda oluşturmaya çalıştığı izlenimi vermektedir. Bu açıdan Balkanlar'dan Doğu Anadolu'ya kadar bir bütünlük kuran Çelebi, ortaya da bu köprüyü eklememiş olmaktadır. Son olarak köprünün tarih kitabesini de kaydederek bu faslı sona erdirir:

Cenâb-ı Hazret-i Sultân Murâd-ı Cem-azamet
Murâdı üzre Hudâ ide sâyesin memdûd

Samâhî cânıma hâtifden {erdi} bu târîh

Ola bu cisri karîn-i kabûl-i Rabb-i Vedûd Sene 1043 (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264)

Samâhî'nin kaleme aldığı bu manzume miladi olarak 1633-34 yıllarına denk gelmektedir. İnşa kitabesinde bulunan manzumenin tamamı ise aslında beş beyitten oluşmaktadır. Çelebi yalnızca ilk ve son beyitleri kaydetmiştir (Eyice, 1991, s. 373).

2.2. Vize ve Çevresi

Yukarıda da bahsedildiği üzere günümüzde Vize, Kırklareli'nin ilçesi durumundadır ancak 17. yüzyılda Özü eyaletinin bir sancağı konumundadır. Bu açıdan Kırklareli ile eş statüye sahiptir. Evliya Çelebi'nin seyahat esnasındaki durakları arasında Vize, Kızılköy beldesi ve Çövenli Köyü ile Kışlacık Köyü bulunmaktadır.

2.2.1. Vize

Evliya Çelebi seyahatinde bugünkü Bulgaristan'dan İstanbul'a dönüş yolunda Kırklareli'nden geçtikten sonra Vize'ye uğramıştır. Öncelikle Vize'nin kalesini ele almıştır. Buranın isimlendirilmesine dair bilgi vermiştir. Ona göre, Konstantin kızı Vizo burayı yaptırdığından dolayı burası onun adıyla anılmıştır. İsim rivayetinden sonra kaleye dair fiziksel özellikleri sıralamıştır. Kale, sivri bir kaya üzerine inşa edilmiş, beşgen biçiminde ve taştandır. İçinde kiliseden camiye çevrilen kurşun kubbeli "Ebu'l-feth Mehmed Han" Camii (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69) ve üç yüz adet kiremitli ev bulunmaktadır. Kale, Fatih Sultan Mehmet Han'ın Boğazhisarı kalelerini yaptığı sene Rumlardan alınmıştır. Şehrin payitahtla olan ekonomik ilişkisine dair veriler de verdikten sonra halkının Müslüman yürükler ile gayrimüslim Bulgar ve Rumlardan oluştuğunu söyleyerek bu faslı sona erdirir (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69).

Evliya Çelebi, Fatih Sultan Mehmed Camii olarak kaydettiği cami için kiliseden çevrilmiş bir cami olduğunu bildirmektedir. Bugün söz konusu kalenin içerisinde iki adet cami bulunmaktadır. Bunlardan birinin havradan diğeri ise kiliseden camiye çevrilmiş olduğu yapılarından anlaşılmaktadır. Havradan çevrilen cami bugün Hasanbey Camii olarak bilinmektedir. Kiliseden çevrilen cami ise bugün Küçük Ayasofya ya da Gazi Süleyman Paşa Camii olarak tanınmaktadır. Kaynaklarda söz konusu caminin bir vakıf olduğu kabul edilmektedir ancak kim tarafından vakfedildiği hususu tartışmalıdır.⁶ Ancak Evliya Çelebi'nin bahsettiği caminin günümüze kadar geldiği hususu sabittir.

Evliya Çelebi daha sonra şehrin yapılarına odaklanır ve bağın bahçenin olduğu şehirde kiremitli çok katlı evlerin bulunduğunu ve bey sarayının geniş olduğunu kaydeder. Ayrıca şehrin yer yer su kaynaklarının bulunduğu ve bu kaynakların evlerin mevcut olduğu yerlerden geçtiğini belirtir. Dolayısıyla şehrin su sıkıntısı yaşamadığı söylenebilir:

Cümle (---) aded bâğlı ve bâğçeli ve serâpâ la'l-gûn kiremitli biri biri üzre bâlâ hâne-i ra'nâlardır. Ve câ-be-câ kayalardan âb-ı hayât uyûn-ı zülâller çıkup evden eve uğrayup her hânedânı rey eder uyûn-ı cârileri var. Beğ sarâyı gâyet vâsi'dir. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69)

Bunlara ek olarak şehrin yapı envanterini de çıkaran Evliya Çelebi; şehrin on iki mahalleden oluştuğunu, kurşun kubbeli bir hamamı olduğu, şehirde mihrap, medrese, mektep, mahalle mescitleri, tekkeler ve tüccar hanları bulunduğunu kaydeder. Ona göre, şehrin çarşı pazarı bulunsa da pek bayındır değildir. Buna karşın bağ ve bahçeleri süslü ve ürünleri boldur. Pırasası meşhurdur ve kadın güzelleri çoktur. Ayrıca burada bugün Gazanfer Dede⁷ türbesi olarak da bilinen Şeyh Gazanfer Efendi'nin ziyaretgâhı bulunmaktadır (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69-70).

⁶ Tartışmalarla ilgili detaylı bilgi için bakınız; (Eyice, 1991, s. 223-224).

⁷ Gazanfer Dede, Kaygusuz Alâeddin'in postnişinidir. Kendisinden sonra Bâli Efendi postnişin olmuştur. Bu türbe bu iki kişi ile ilintili olarak bugün Gazanfer Dede ya da Şeyh Bâli türbesi olarak bilinmektedir. İlgili silsile için bakınız; (Er, 2015).

Bu bilgiler doğrultusunda Evliya Çelebi'nin sancak statüsünde olan Vize'yi diğer bir sancak olan Kırklareli kadar detaylı bir biçimde ele almadığı söylenebilir. Şehri tavsiften ziyade şehrin niceliksel özelliklerini ön plana çıkarmıştır. Şehri ele almada Kırklareli'ne göre daha tarafsız bir yaklaşım sergilediği söylenebilir.

Bugünden bakıldığında Vize'nin Kırklareli'ne kıyasla tıpkı Evliya Çelebi'nin de örtük olarak söylediği gibi daha az mamur olduğu söylenebilir. Şehir bugün Vize kalesinin eteklerine doğru genişlemiş durumdadır. Evliya Çelebi'nin bahsettiği, şehirde suyun bol olması hususu ise bugün şehir merkezi için pek geçerli değildir. Şehrin civarında su kaynakları bol olsa da şehir merkezinde akarsuya rast gelinmemektedir. Ayrıca bugün muhtemelen geçmişteki bol üretimin bir devamlılığı olarak pırasalı börek yöre halkı tarafından bilinse de yetiştirilen pırasanın kendisi o kadar meşhur değildir.⁸

2.2.2. Kıyıköy

Evliya Çelebi, eserinin altıncı cildinde Karadeniz sahili üzerinde gördüğü kale ve kasabaları ele alır. Bu bağlamda duraklarından biri Midye kasabasıdır. Midye, bugün Kırklareli'nin Vize ilçesine bağlı olan Kıyıköy beldesinin eski adıdır (Nişanyan, t.y.). Evliya Çelebi, buranın 500 haneden müteşekkil gayrimüslim nüfusu çok, Müslüman nüfusu az bir yer olduğunu söyledikten sonra burada Ahıryan⁹ Müslümanlarının bulunduğunu belirtmiştir. Kasabayı bu biçimde tanımladıktan sonra kasaba hakkındaki diğer bilgileri vermiştir:

Câmi'i ve bir hânı ve bir kesif hammâmı ve yigirmi aded Rûm dükkânı ve üç aded kenise-i ruhbânı var, ammâ limanı olmamak ile gemilerin küçüklerin karaya çekerler. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 84)

Evliya Çelebi'nin bahsettiği yapılardan hamam günümüze ulaşmış durumdadır ancak harap haldedir. Yapıyla ilgili olarak Kırklareli kültür varlıkları envanterinde "Hamam tamamen harap olmuş kalıntı halindedir. Duvarları kireç harçlı moloz taş, kemer, kubbe ve tonozları tuğla örgülüdür. Kubbeler ve tonozlar sivri kemerler ile taşınmıştır. İç mekan, kemer üzengi seviyesine kadar toprak doludur" şeklinde bir kayıt bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Hamamın yanında bahsettiği üç adet kiliseden birinin bugün halk arasında da bilinen eski bir yapı olan Aya Nikola manastırı olması kuvvetle muhtemeldir. Onun dışında bahsettiği ikinci bir kilisenin de kalıntılarının günümüze ulaştığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda Kırklareli kültür varlıkları envanterinde Kıyıköy'e ait bir nekropol alanı ile kilise olduğu düşünülen kalıntıların varlığı ile ilgili bir kayıt bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Dolayısıyla söz konusu bu kalıntıların Evliya Çelebi'nin bahsettiği kiliselerden birine ait olması muhtemeldir.

Evliya Çelebi'nin Kıyıköy'ün hamam ve kiliseleri yanında kaydettiği diğer bir yapısı ise camidir. Bugün Kıyıköy'de Kıyıköy Camii olarak bilinen bir cami bulunmaktadır. Bu cami öncesinde dikdörtgen planlı bir kilise olarak inşa edildikten sonra camiye dönüştürülmüştür (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023) ve hâlen cami olarak kullanılmaya devam edilmektedir. Yapının ne zaman camiye dönüştüğü tespit edilememiş olmakla beraber Osmanlı'nın fethettiği yerlerdeki kiliseleri camiye çevirme politikası sebebiyle Evliya Çelebi'nin cami olarak bahsettiği yapının bu olması kuvvetle muhtemeldir. Son olarak, Evliya Çelebi'nin limanı yok olarak kaydettiği Kıyıköy'ün günümüzde bir limanı mevcuttur.

2.2.3. Çövenli, Uzuncular ve Kışlacık Köyleri

Evliya Çelebi, Kırklareli'nin bir ilçesi olan Pınarhisar'dan sonra sekiz saat doğu tarafına doğru giderek "Müslüman ve kefare köyüdür" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 71) diye tanımladığı Çöğenli Köyü'ne ulaşmıştır. Köy hakkında başka bir malumat vermemiştir. Bu köy bugün Çövenli Köyü olarak adlandırılmaktadır. Kırklareli ilinin Vize ilçesine bağlıdır. Evliya Çelebi buradan sonra dört saat yol alarak sadece "Müselmânlardır" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 71) dediği Uzuncular Köyü'ne ulaşmıştır. Buradan sonra ise beş saat yol alarak Saray'a doğru seyahatine devam etmiştir. Bugün Çövenli Köyü ile Saray arasında bulunan köyler arasında doğrudan bu isimde ya da Çöğenli örneğinde olduğu gibi Uzuncular ismini çağrıştıracak bir biçimde herhangi bir köy adı bulunmamaktadır. Çelebi'nin bahsettiği bu köy rotadaki diğer mekânlara uzaklığı itibarıyla bugünkü Karapürçek ve Yuvalı köylerinin bulunduğu hatta bir yerlerde olduğunu düşündürmektedir.

Evliya Çelebi, eserinin altıncı cildinde Karadeniz sahili üzerinde gördüğü kale ve kasabaları ele alırken Kıyıköy'den sonra Ayapavla limanı köyünü ele almıştır. Bu köyün adı için bir isim zikretmemiştir. Evliya Çelebi'nin buraya Kıyıköy'den sonra daha batıya doğru giderek ulaştığı düşünülürse burası bugün Panayır iskelesi

⁸ Coğrafi işaretli ürünler için oluşturulan veri tabanında Çorum'un "kışlacık pırasası" ve Bursa'nın "İnegöl pırasası" için başvuru yapıldığı görülmektedir. Ancak Kırklareli ya da Vize pırasası ile ilgili herhangi bir başvuru ya da onay görünmemektedir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023).

⁹ Evliya Çelebi Tirmovi'yi anlatırken ahıryan kavramını şu şekilde açıklamıştır: "Ancak bir mahalle-i müslimin var. Anların da çoğu kavm-i ahıryandır, ya'nî Urûm'dan dönme melez müselmân şekilli âdemlerdir." (Evliyâ Çelebi, 2003, s. 85).

olarak bilinen yer olmalıdır. Panayır iskelesi ise bugün Kırklareli'nin Vize ilçesinde bulunan Kışlacık Köyü'ne bağlıdır. Evliya Çelebi, bu köy için şu bilgileri vermiştir:

Kasaba-misâl üç yüz hâneli ve bir mescidli gâyet ma'mûr köydür. Bunun dahi subaşı bostâncılardır, ammâ vakıf mı ze'âmet mi? hâtırdan dür olmuş. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 84)

Köyün bir kasaba gibi olduğunu vurgulayan Evliya Çelebi yapı olarak bir mescide işaret etmiştir. Bugün köyde bir adet cami bulunmaktadır ancak bu caminin Evliya Çelebi'nin bahsettiği mescit olup olmadığına dair bir kanıt tespit edilememiştir.

2.3. Pınarhisar ve Çevresi

Evliya Çelebi, Bulgaristan'dan İstanbul'a dönüş yolunda Kırklareli'ne, ardından Vize'ye uğramış ve Vize'den kible tarafına doğru dokuz saat yol katederek bugün Kaynarca olarak bilinen Yenehisar kasabasına, oradan kible tarafına beş saat yol katederek Pınarhisar kalesine ulaşmıştır. Yenehisar hakkında önce genel bir bilgi vermiş, daha sonra Pınarhisar kalesini ve nehrini ayrıca ele almıştır. Eserinin başka bir kısmında ise Pınarhisar'a bağlı Erenler Köyü'ndeki Binbir Oklu Tekkesi'nden bahsetmiştir.

2.3.1. Kaynarca Beldesi

Evliya Çelebi, Yenehisar kasabasının kurucusunun Tekrûr Kral olduğunu belirttiikten sonra yine etimolojik bir açıklamaya yer verir. Verdiği bilgiye göre "yene" Rumca'da "su kaynağı olan yer" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70) anlamındadır.¹⁰ Dolayısıyla Yenehisar'ın ismi de bu kelimedenden gelmektedir. Yenehisar ilk bakışta Pınarhisar'ın başka bir ismi gibi görünse de Evliya Çelebi iki mekânı net bir biçimde ayırt etmektedir. Onun verdiği bilgilerden yola çıkılarak Yenehisar'ın bugünkü Kırklareli ilinin Pınarhisar ilçesine bağlı Kaynarca beldesi olduğu anlaşılmaktadır. Yenehisar'a adını veren suyun kaynağı ise Tuna nehridir. Çelebi, bu bilgisine şahit olarak da tarihçileri ve pir-i fânileri gösterir. Kasaba, bin yüz adet kiremitli, bağlı ve bahçeli evlerden oluşmaktadır. Mihrap ve mescitlerinin yanında bir küçük hamamı, iki hanı, sekiz dükkânı bulunmaktadır (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70).

Evliya Çelebi, kasaba ilgili bazı detayları verdikten sonra kendi kendine atıfta bulunur. Kasabayla ilgili diğer bilgileri 1066 yılında burayı anlatırken verdiğini, daha önce yazdığı kısımlara bakılabileceğini söyler. Ayrıca Melek Ahmed Paşa'nın buraya geldiğini ve ona Vize paşasının mektuplarını iletmiş olduğunu söyler. Kendisinin daha önce yazdığını söylediği kısım ise beşinci ciltte Kırklareli'nin genel olarak anlatılmasından hemen önce bulunmaktadır. Bu kısımda Yenehisar kalesini ele almaktadır. Konstantin tekfurunun yapımı olan bu kale beşgen biçimindedir ve içinde yapı yoktur. 769/1367-1368 tarihinde I. Murad tarafından zorlukla fethedildiğinden fetih sonrası yıkılmıştır. Kalenin bulunduğu kayadan kaynağı Tuna'da olan bir su çıkmaktadır (Evliyâ Çelebi, 2001, s. 44). Evliya Çelebi, ayrıca kasabanın ismi ile ilgili şu bilgiyi vermiştir:

(...) Çelebi Sultân Mehemmed, Tuna Demirkapusu'ndan saman ve kömür döküp bu Yenehisâr'dan ve Devne değirmenlerinden kömür akmıştır. Anniçün bu kasabaya Bunarhisâr dahi derler. (Evliyâ Çelebi, 2001, s. 44)

Bu bir açıdan Yenehisar'ın Pınarhisar ile karşılandığını ve bir bakıma karıştığını da göstermektedir. Günümüzde Yenehisar için Kaynarca, Pınarhisar için de Pınarhisar adının kullanımı ile karışıklık oluşmamaktadır. Ayrıca bugün söz konusu yerlerden biri belde, diğeri ise ilçe konumundadır.

2.3.2. Pınarhisar

Evliya Çelebi altıncı ciltte Kaynarca'yı anlattıktan sonra kible tarafına beş saat gidip Pınarhisar kalesine vardığını belirtir. Buranın da Kaynarca gibi İstanbul tekfurunun yapısı olduğunu ve 769 tarihinde Gazi Mihal Bey vasıtasıyla I. Murad döneminde fethedildiğini kaydetmiştir. Fetihden sonra kale yer yer yıkılmıştır. Ancak varoşu Kaynarca'nın varoşundan mamurdur. Kalenin durumunu şu biçimde ifade eder:

İçinde imâretten bir şey yokdur, ammâ kal'ası bir kayalı püşte üzre bir azîm şeddâdî binâ-yı kadîm seng-tırâş bir kal'a-i savaştır, lâkin iç el olmak ile gözden bırağılmış bir kal'a-i garîbdir. İçinde şiddet-i şitâ eyyâmında koyun ve keçiler kışla[r], ammâ bunun da aşağıda varoşu Yenehisâr varoşundan ma'mûrdur. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70)

Daha sonra Evliya Çelebi şehirde dört yüz adet bağlı, bahçeli ve kiremitli evin ve toplamda iki caminin olduğunu kaydeder. Çarşı içinde yer alan küçük camidir ama cemaati çoktur (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70).

¹⁰ Yunanca'da doğrudan bu anlamda bir kelime tespit edilememiştir. Ancak, eski Yunanca'da bulunan "doğmak meydana gelmek, olmak, bulunmak" anlamındaki "γεννημαι" yani "gegenemay" kelimesindeki (Çelgin, 2011, s. 132) "g" harfleri modern Yunanca'da "y" harfi olarak telaffuz edilmiştir. Bu bağlamda modern Yunancadaki "γέννηση" yani "yenesi" kelimesi "doğmak" (Kelağa İbrahim, 2014, s. 334) anlamında kullanılmaktadır. Su kaynağı bir suyun doğduğu, meydana geldiği yer olduğu düşünülürse Evliya Çelebi'nin bu kelimeyi kastettiği düşünülebilir.

Bugün şehirde daha önceki dönemlerde inşa edilmiş olup da yıkılmış olan ve yerine yenisi yapılmış olan iki camiden söz etmek mümkündür. Bunlardan biri Hundi Hatun Camii ya da Camii-i Kebir'dir diğeri ise Sadık Ağa Camii'dir. Sadık Ağa Camii diğere göre daha küçüktür. Ayrıca diğercaminin kebir olarak bilinmesi akla küçük bir başka caminin olduğunu getirmektedir. Dolayısıyla Çelebi'nin cemaatinin kalabalıklığını övdüğü caminin Sadık Ağa Camii olması muhtemeldir.

Pınarhisar'ın kalesinden bahsettikten sonra aynı başlık altında hanlarına da değinen Evliya Çelebi burada üç adet yüz-yüz elli hayvan alacak kapasiteye sahip "hancağız" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70) olduğunu ve bir küçük basık "hamamcağızı" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70) olduğunu belirtir. Herkesin ev hamamı olduğundan halkının bu hamama gerek duymadığını ve şehirde gayrimüslimler çok olduğundan var olan o hamamın da fazla işlemediğini not eder. Ayrıca yirmi adet "hurde" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70) yani küçük dükkân vardır. Evliya Çelebi notlarını "olduğu kadarca kasabacıdır" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70) ifadesi ile sonlandırır. Onun, Pınarhisar'ın anlatımındaki tutumu dikkat çekicidir. Kullandığı kelimelere küçültme eki eklemesi ya da bu minvalde sıfatları kullanması ve nihayetinde kullandığı "olduğu kadarca" (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70) ifadesi onun burayı Kırklareli ya da Vize'ye göre daha olumsuz bir bakış açısı ile ele aldığı izlenimi vermektedir.

Evliya Çelebi daha sonra ölümsüzlük suyu olarak nitelediği Pınarhisar'ın suyunu ele alır. Kasabanın ortasında çarşının hemen başında yer alan bu su bir kayadan çıkmaktadır ve büyük bir havuza dökülürken insanı dehşete düşürecek bir biçim almaktadır. En sıcak ay olan temmuz ayında bile su çok soğuktur, ayrıca berrak ve saftır. Suyun akış hızının da kuvvetli olduğu anlaşılmaktadır zira Evliya Çelebi suyun un değirmenini döndürdüğünü belirtmektedir. Bu su, döküldüğü havuzdan taşıp kasabayı dolaşmaktadır ve ahali bağ ve bostanlarını bu su ile sulamaktadır. Daha sonra Yene nehri ile birleşerek Ergene köprüsünü geçmekte, Tunca nehrine ulaşmaktadır. Bu kısımda Arda ve Meriç nehri ile de birleşip Ege kıyısında Enez kalesi dibinde denize ulaşmaktadır (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70).

Evliya Çelebi Pınarhisar'daki suları çok önemsemiş ve onları ayrı bir başlık olarak ele almıştır. İlgili kısımda, önce yine konu hakkındaki rivayeti aktararak sözlerine başlar. Latin ve Rum tarihçilerine göre bu pınarların kaynağı Tuna'daki Demir Kapı'dır. Evliya Çelebi de buranın Rum, Arap ve Acem seyyahlar arasında meşhur olduğunu, nehrin alçaldığı zamanlarda yerin isimlendirilme sebebi olan demir kafes kapının ortaya çıktığını belirttikten sonra burayı gördüğünü söyler. İşte Tuna nehri bu kapıdan yer altına geçip Pınarhisar'a ulaşmaktadır.

Evliya Çelebi söz konusu demir kapıyla ilgili I. Mehmet'in vakfiyelerinde var olduğunu belirttiği bir diğercaminin rivayeti ekler. Buna göre padişah Eflak tarafındaki Yergöğü¹¹ kalesini inşa ettirdiği sırada gemilerle Tuna'yı seyrettiği bir esnada bu demir kapıyı görüp sormuştur. Aldığı cevap ise Tuna'ya dair çeşitli malumat içerir:

Pâdişâhım İslâmbol'u binâ eden Yanko ibn Madyan'ın karındaşı Yanvan Kral, 'Makedonya, ya'nî İslâmbol'da benim de bir hayrâtım olsun' deyü var kuvveti bâzûya getirüp bu demir kapudan yarup tâ İslâmbol'a ka'r-ı zeminden yollar edüp İslâmbol'un Terkoz ve Âzâdlı dağlarından geçüp Dâvûdpaşa kırlarından Yenibâğçe içre cereyân ederek Aksarây mahallesinden geçüp Lanka kapusu dibinde Bahr-i Rûm'a nehr-i Tuna [42b] mahlût olup yedi sene kâmil İslâmbol içre nehr-i Tuna'nın bir tur'ası cereyân erdi. Ba'dehu Yanvan Kral karındaşı Yanko Kral ile buluşdukda, "İşte bürâder, nehr-i Tuna'yı avret gibi saçından çeküp senin Makedonya şehrine akıtdım" deyince hemân bi-emri Hayy [u] Kadîr kuvvet ve kudret-i azamet-i sun'un ızhâr için emr-i Hak ile Tuna gerüye dönüp Büyük Çekmece ve Küçük Çekmece yolunda Tuna nehri zâhir olup andan deryâya girüp ol zamânlar bu buheyre-i Çekmeceler bend olmuşdur. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 70-71)

Bugün Avrupa'nın en uzun ikinci nehri olan Tuna nehrinin üç yüzü aşkın kolu olduğu bilinmektedir. Almanya'dan doğar. Daha sonra Avusturya, Slovakya'ya, orada Macaristan, Sırbistan ve Hırvatistan'a ardından Bulgaristan, Romanya, Moldova Cumhuriyeti ve Ukrayna'ya kadar uzanır. Romanya'dan Karadeniz'e dökülür (Maxım, 2012, s. 372). Çelebi, bu kadar geniş bir alana sahip olan Tuna üzerinde özellikle durarak okuruna alt metinde farklı bir mesaj ilettiğini düşündürmektedir. Tuna ile İstanbul'u kurgusal olarak birbirine bağlayarak bir bakıma aslında tüm bu havzayı da Osmanlı'ya bağlamakta olduğu düşünülebilir.

Verdiği ek bilgiler sonrası asıl konusuna geri dönen Evliya Çelebi, Tuna nehrinin Pınarhisar, Yenehisar ve Pravadî ile Varna şehri arasındaki Duna değirmenlerinde açığa çıktığını belirtir. Tuna her ne kadar İstanbul'dan geri dönmüş olsa da o, Fâtma Sultânzâde Süleymân Bey ile Çatalca tarafındaki Azatlı köyünde bulunan dağlardaki mağaraların içinde onu seyretmiştir. Rivayetini bir olay daha anlatarak destekler. Buna göre, Sultan I. Mehmed bu işin doğruluğunu tespit için demir kapının bulunduğu yerdeki halka bin çuval kömür, talaş ve saman gönderip nehre döktürmüştür. Üç gün iki gece sonra Duna, Pınarhisar, Yenehisar ve Çekmece'de bu kömür ve samanlar

¹¹ "Romanya'da Tuna kıyısında tarihi bir şehir." (Maxım, 2013, s. 483).

görülmüştür. Bu sebeple onların vakfiyelerinde Çekmeceler, Pınarhisar ve Duna sularının Tuna nehrinden olduğunu yazılıdır (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 71).

2.3.3. Erenler Köyü

Evliya Çelebi eserinin sekizinci cildince, Vize kalesinden Pınarhisar kasabasına doğru geçerken Binbir Oklu Tekkesi'ne uğradığını yazmıştır. Burada Ahmed Baba Sultan'ı ziyaret etmiştir. Buranın Pınarhisar'a uzaklığı yarım saattir (Evliyâ Çelebi, 2003, s. 29). Bu tekke günümüzde türbe olarak varlığını devam ettirmektedir. Pınarhisar ilçesine bağlı Erenler Köyü'nün girişinde bulunan yer Binbir Oklu Ahmet Baba Türbesi olarak bilinmektedir. Dolayısıyla Erenler Köyü de Evliya Çelebi'nin ele aldığı mekânlardan biridir.

2.4. Lüleburgaz ve Çevresi

Evliya Çelebi, 1061/1650-1651 yılında Melek Ahmet Paşa sadrazamlıktan azledildikten sonra onunla birlikte Özü eyaletine gitmiştir. Bu yolculuk esnasında da önce bugünkü Büyükkarıştıran olarak bilinen Karıştıran'dan daha sonra ise bugün Lüleburgaz olarak bilinen Burgaz'dan geçmiştir.

2.4.1. Büyükkarıştıran

Evliya Çelebi, Çorlu'dan geçtikten sonra Lüleburgaz'a varmadan evvel Karıştıran adlı yere uğramıştır. Burayı, içinde bulunan hanı vesilesiyle "Karye-i hân-ı Karışdıran" (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 168) biçiminde kaydetmiştir. Şehrin han dışında bir camisi vardır ve burası yüz haneden müteşekkildir. Ancak söz konusu cami hakkında ayrıca bir bilgi bulunmamaktadır. Arşiv belgeleri ışığında söz konusu bu caminin muhtemelen Sadrazam Rüstem Paşa'nın yaptırdığı bugün Çağaloğlu Rüstem Paşa Camii olarak adlandırılan cami olduğu söylenebilir (Alkan, 2020, s. 7).

Evliya Çelebi, köyle ilgili olarak söz konusu köyün Çorlu ile Burgaz arasında bulunduğunu belirttiğinden sonra köyün adı ile ilgili rivayeti aktarmıştır:

(...) kış günleri tamâm altı sâ'at [107b] bir menzil-i azîmdir kim vakt-i şitâda çamurun fil-i Mahmûdi ve pîl-i Menkerûsi ve Adana câmusu ve boğası çamurun sökemeyp beher sene niçe bin at ve araba gark olduğundan çamurun karıştırdıklarıçün "Karışdıran" derler. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 168)

Ona göre, köy çamurlu olmasından dolayı at ve arabalar çamura karışıp kaldığından böyle isimlendirilmiştir. Evliya Çelebi'nin köy olarak kaydettiği bu yerleşim yeri bugün Kırklareli'nin Lüleburgaz ilçesine bağlı bir belde konumundadır ve Büyükkarıştıran olarak bilinmektedir.

2.4.2. Lüleburgaz

Evliya Çelebi, Karıştıran'ın ardından batıya giderek Burgaz nahiyesine gelir. Onun Burgaz olarak kaydettiği yer bugün Kırklareli'nin bir ilçesi olan Lüleburgaz'dır. Evliya Çelebi, diğer şehirlerde yaptığı gibi yine önce şehrin adının nereden geldiğine değinerek Rumca'da kalelere "pirgaz" (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 168) denildiğini¹² ve şehrin bu sebeple bu biçimde isimlendirildiğini kaydeder. Ona göre, bu şehri İdrivne kralı kurmuş ve Yanko oğlu Alina Kral'a hibe etmiştir. Lüleburgaz, o kadar güzel ve büyüktür ki bu kral İstanbul'da yaşamasına rağmen kışın bazen burayı kullanıp yazın da İstranca dağlarında kalmaktadır. Şehrin bu hâline dair 17. yüzyılda kalıntılar olsa da II. Selim Han'ın Sokullu Mehmet Paşa'sı bu kalıntıları yıkıp şehri tekrar imar etmiştir. I. Murad Han döneminde 720/1320-1321 yılında zorlukla fethedildiğinden fethin ardından yıkılmıştır. Çelebi'nin gördüğü dönemde kalıntılar olsa da Sokullu'nun imar ettiği bir şehir durumundadır (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 168).

Evliya Çelebi'nin kaydettiğine göre şehir; geniş, düz bir ova üzerine kuruludur. Bağlı, bahçeli, kırmızı kiremitli ve kâgir toplam yedi yüz hane, altı mahalle ve üçünde cuma namazı kılınabilen beş mihraptan oluşmaktadır. Evliya Çelebi, bu camilerin en büyüğü olan Sokullu Mehmed Paşa Camii'ne uzunca bir bölüm ayırmıştır. Bu kısımda önce Sokullu Mehmet Paşa ile ilgili olarak onun kırk sene üç ayrı padişaha hizmet ettiğini ve bıçakla şehit edildiğini ancak katilin Paşa'nın vasiyeti vesilesiyle kurtulduğunu kaydetmiştir. Ardından onun eserlerini övmeye başlamıştır. Eserlerini överken kullandığı dil de genel itibarıyla kullandığı dilden biraz farklılaşmış ve seci kullanımı devreye girmiştir. Söz konusu dil kullanımına örnek olarak cami ile ilgili kısmın baş tarafı verilebilir:

Evvelâ şehrin derûnunda cemâ'at-ı kesîreden ârâm bulunmaz bir mesîregâh, ma'bedgâh [ve] teferrücgâhıdır. Ve taşra haremli fiskiye ve havz-ı şadırvânî niçe yüz çınar ve serv-i ar'ar ve kestâne ve şecere-i tayyibeler ile sâyedâr olmuş bir harem-i muhteremdir kim cemî'i âyende vü revendegân ve cemâ'at-ı müslimân anda tâ'at-ı Sübhân edüp hamd-i Yezdân ederler. Sayf [u] şitâda bu harem içre aslâ

¹² "ὁ Πύργος" yani "pyrgos", antik Yunanca'da kullanılan ve daha sonra modern Yunanca'ya aynı anlamla geçmiş olan kelimelerden biridir. Kale, kule ve duvar anlamlarına gelmektedir (Menge, 1983, s. 379).

şems-i âteş-tâbin tâb-ı tûvânî te'sîr etmez. Bu harem-i azîmin cânib-i erba'ası yan soffalar ve hücreler ve soffalar üzre amûd-ı mümiyânlar ve dahi fevkında kâse-i nilgün-vâr kıbâb-ı ser-nigûnların her biri kubbe-i eflâkden nişân verir. Ve derûn-ı câmi' eyle müzeyyen ü musanna'dır kim diyâr-ı Âl-i Osmân'da buna mânend bir vüzerâ câmi'i yoktur. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 168).

Bu biçimde cami uzun uzadıya okurun gözünde tüm detayları ile canlandırılmıştır. Ardından Evliya Çelebi, camiyi İstanbul'daki çeşitli camilerle önce denk tutar daha sonra bu caminin onlardan da daha süslü bir camii olduğunu söyler. Kubbesini, minberini, mihrabını, pencerelerini, imamlarını, hatiplerini, müezzinlerini ve minaresini ayrı ayrı över. En sonunda mimarının Sinan olduğunu söyleyip kible kapısındaki tarihi kaydeder:

Hâtif-i kudî dedi târihini

Mescidü'l-Aksâ vü beytü's-sâlihîn (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 168).

Bu tarihe göre caminin 977/1569-1570 yıllarında tamamlanmış olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu cami günümüze ulaşmıştır ve hâlen aynı isimle bilinmektedir.

Evliya Çelebi, Sokullu Mehmet Paşa Camiinin dışında Ergene köprüsünün başında acayip tarzlı az cemaatli diğer bir camiden daha bahseder ancak başka bilgi vermez (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 169). Bu caminin konumu düşünüldüğünde bugün Kadılı olarak da bilinen Kadı (Gazi) Ali Camii olması muhtemeldir.

Evliya Çelebi, camilerden bahsettikten sonra şehirle ilgili diğer özellikleri aktarmaya devam eder. Şehirde, aydınlık bir hamam, bir imaret, bir medrese, yedi adet sıbyan mektebi, mahalle mescitleri ve kıymetli şeylerin bol bulunduğu üç yüz adet çarşı pazar bulunmaktadır ancak bedesten yoktur. Bu yapılar içinde imarete özel bir yer ayırmıştır ve imaret hakkında şunları söylemiştir:

Bir medrese ve bir imâreti var, mâh u sâl bi'l-guduvvi ve'l-âsâl ganî vü fakîre, cüvân u pîre merreteyn cemî'i âyende vü revendegâna birer sahan çobra ve birer nânpâre ve her ocağa birer şem'-i revgan ve her esb-i hüssân başına birer yem verilüp subh u mesâ ni'meti mebzûldur. Eğer müslim ve eğer gayr-ı müslim ve leyle-i cum'ada birer sini pilav ve yahni ve zerde ve çobrası dâ'imdir. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 169).

İmaretin de Sokullu Mehmet Paşa tarafından yapıldığı düşünülürse Evliya Çelebi'nin bu kadar detaylı bilgi vermesinin nedeni daha iyi anlaşılır.

Evliya Çelebi, şehirle ilgili bilgilerin yanı sıra şehirde ilkbaharda sığır pazarı kurulduğunu belirterek bu pazarın çok ünlü olduğunu belirtir. Ancak günümüzde böyle bir pazarın varlığı mevcut değildir. Ayrıca şehirden Sokullu Mehmet Paşa Köprüsü'ne kadar derme çatma biçimde kurulmuş binden fazla dükkân vardır. Az da olsa zengin tüccarlar için de dükkânlar vardır. Bunlara ek olarak, şehirde Sinan'ın yaptığı yetmiş köprüden biri olan dokuz gözlü büyük bir köprü de bulunmaktadır. Ancak adını ayrıca kaydedilmemiştir (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 169). Bu köprü bugün de ayaktadır ve Sokullu Mehmet Paşa Köprüsü olarak tanınmaktadır. Evliya Çelebi'nin kaydettiği üzere dokuz gözü vardır ancak bu dokuz gözün dördü büyük, beşi ise küçüktür. Dolayısıyla köprü dört gözlü bir köprü izlenimi vermektedir.

Evliya Çelebi şehirle ilgili olarak suyunun ve havasının tatlı olduğunu; koyunu, kuzusu ve tereyağının meşhur olduğunu belirtmiştir (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 169). Bugün bu bölgede hayvancılığın ya da süt ürünlerinin yoğun olduğu söylenebilir de doğrudan Lüleburgaz için böyle bir durum katı olarak geçerli değildir. Ancak, daha önce belirtildiği üzere Kırklareli'nin kıvrıcık kuzusu tescillenmiş durumdadır.

Evliya Çelebi, son olarak şehirdeki kervansaraydan bahseder. Bu kervansaray yüz elli ocaklı büyük bir yerdir. Üç bin hayvan alabilecek kapasitedir. Kapısında gözcüleri bulunmaktadır ve akşam olunca kapıyı kapatırlar. İçeriden dışarı kimse çıkamaz ama gelen misafiri içeri alırlar. Sabah ise gidecekleri yolcu ederler. Evliya Çelebi, bu ritüeli detaylı olarak kaydetmiştir:

Tâ cümle müsâfirîn kalkup mehterhâne döğülüp herkes mâlından haberdâr olup hâzırbâş olup hâncılar dellâllar gibi "Ey ümmet-i Muhammed! Malınız, cânınız ve atınız ve donunuz tamâm mıdır?" deyü nidâ edüp cümle "Tamâmdır. Sâhib-i hayrâta Hak rahmet eyleye" dediklerinde bevvâblar vakt-i şâfi'ide dervezeleri küşâde kılup yine kapu dibinde "Yollarda gâfil gitmen, bisât gâ'ib etmen, herkesi refik etmen. Yürü Allah getire" deyü nasîhat-âmîz kelâmlar deyüp herkes bir cânibe revâne olurlar. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 169)

Bu hanın batı tarafında ekâbir için yüz elli odalı, hamam, kiler ve mutfaklı bir saray daha vardır demiş ve bütün konuyu getirip Sokullu Mehmet Paşa'ya bağlamıştır. Tüm bu sayıp döktüklerinin hepsi Sokullu Mehmet Paşa'nın eseridir. Tamamı kâgirdir ve mavi renkli kurşunla kaplıdır. Son olarak ise yapının tarih kitabesini kaydederek Burgaz faslını bitirir: "Bu kârbânsarâya (sarâya) gelen oldu hep revân, Sene 973" (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 169). Bu tarihe göre kervansaray 1565-1566 tarihlerinde inşa edilmiştir.

Genel olarak bakıldığında Evliya Çelebi'nin Lüleburgaz'ı diğer ilçelere göre daha detaylı anlattığı söylenebilir. Bunun bir sebebi olarak buranın ikinci kurucusu denilebilecek olan Sokullu Mehmet Paşa'nın buraya yaptırdığı

çeşitli türdeki imaretler gösterilebilir. Ayrıca Evliya Çelebi'nin övgü üslubu da bu kısmın hem uzamasını hem de olumlu bir tonda kaleme alınmasını sağlamıştır.

2.5. Demirköy

Evliya Çelebi, *Seyahatname*'sinde Kırklareli'nin ilçelerinden biri olan Demirköy'ü bugün ona bağlı bir belde durumunda olan İğneada vesilesiyle ele almıştır. Eserin altıncı cildinde Karadeniz sahili boyunca gördüğü yerleri anlatırken Ayapavla limanı köyünden sonra cezîre-i Eyne denilen yere ulaşmıştır. “Eyne”, “iğne” kelimesini çağrıştırmaktadır ve “cezîre” kelimesi “ada” anlamındadır. Bunun yanı sıra Evliya Çelebi'nin bu bölümdeki seyahat güzergahı da Karadeniz sahili boyunca daha batıya doğrudur. Dolayısıyla Evliya Çelebi'nin ele aldığı bu yer İğneadası olmalıdır.

Evliya Çelebi, İğneada'da büyük limanların olduğunu ve gayrimüslimlerin elindeyken de mamur bir yer olduğunu ve bu limanları ile ünlü olduğunu belirttikten sonra diğer yerlerde yaptığı gibi buranın adının nereden geldiğine dair bilgi verir:

Sene 856 târihinde Ebü'l-feth gâzîlerinden Eyne Koca nâm bir gâzî-i benâm feth etmek ile ol isimile müsemmâ Eyneada derler. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 84-85).

Bu bilgilere göre Eyneada miladi 1452-53 yıllarında Eyne Koca isimli biri tarafından fethedildiğinden bu ismi almıştır. Evliya Çelebi, daha sonra burada harap bir küçük kale bulunduğunu, içerisinde odunculukla uğraşan Rumların oturduğunu kaydetmiştir (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 85). 17. yüzyılda harap olarak kaydedilen bu kale günümüze ulaşmamıştır.

Evliya Çelebi, eserinde İğneada'nın yapılarına dair bir malumat vermemiştir. Ancak söz konusu bu kısımda İğneada'nın bir ada olduğunu ve Karadeniz'de ondan başka ada bulunmadığını vurgulayarak şu bilgileri vermiştir:

Karadeniz içre bundan gayri cezîre aslâ yokdur. Gerçi kal'a-i Özü kurbunda Tentere cezîrecikleri vardır, ammâ Ölü denizi kurbunda olup sapa yerde vâki' olmağile memerr-i keşîbân değildir ve anda düşen gemi Ölü denizine düşerlerse çamura gark olup ölürlür. Ve eğer Karadeniz'de cezîre-i Kırım ve cezîre-i Taman ve cezîre-i Balısıra, bunlar cezîre değil midir? denirse belî cezîrelerdir, ammâ kara câniblerine şehz zemin ittisâlleri vardır, niçe yüz kerre manzûrumuz olmuşlardır, ammâ bu Eyneada bir cânibe muttasıl değil, cezîre halk olmuşdur, ammâ İskender-i Zülkarneyn Karadeniz boğazın kesdikden sonra ayân olmuşdur. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 85)

Evliya Çelebi, Kırım ve diğer yarımada örnek göstererek onların kara ile bağlantılarının olduğunu ancak İğneada'da böyle bir durum olmadığını söylemektedir. İğneada'nın oluşumunu İskender-i Zülkarneyn'e bağlayarak onun doğrudan ada olduğunu ileri sürmektedir. ancak günümüzde İğneada'nın bir ada olduğunu söyleyebilmek mümkün değildir. İğneada tıpkı Sinop gibi denize uzanan bir kara parçasına sahiptir. Bu bakımdan Evliya Çelebi'nin bu notunun en azından günümüzde geçerli olmadığı söylenebilir.

2.6. Merkez İlçeye Bağlı Köyler ve Beldeler

Evliya Çelebi, Kırklareli'nin diğer ilçelerinin yanında bugün merkez ilçesine bağlı olan çeşitli köyler ve beldelerde de bulunmuştur. Bugün merkez ilçeye bağlı Yoğuntaş, Erikli, Kayalı köyleri ve Ahmetbey ile Üsküp beldesinin *Seyahatname*'de geçtiği tespit edilmiştir. Köylerle ve Ahmetbey beldesi ile ilgili kısımlar çok uzun olmadığından bir arada ele alınmıştır.

2.6.1. Yoğuntaş, Erikli, Kayalı Köyleri ve Ahmetbey Beldesi

Evliya Çelebi, Lüleburgaz'dan Bulgaristan tarafına doğru yolculuk ederken kaleme aldığı eserinin küçük bir bölümünü Eski Poloz kalesinin övgüsüne ayırmıştır. Burada önce Poloz adının nereden geldiğine değinmiştir. Evliya Çelebi'ye göre Edirne tekfurunun akrabalarından bir rahibin adı Poloz'dur ve burada bir kilisesi vardır. Bu kişi sebebiyle Edirne kralı buraya bir kale inşa ettirmiştir. Bu kaleden ötürü bu yere “Pürgâz-ı Poloz” (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 170) yani Poloz kalesi denilmiştir. Kale ile ilgili bu kadar bilgi verdikten sonra ayrıca Poloz kelimesinin yanı sıra Meleyoroz, Zarbçayoroz ve Mavramoloz gibi Yunanca isimlerin de hep papaz ve patriklere verilen isimler olduğunu belirtmiştir (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 170).

Poloz kalesi I. Murad tarafından Edirne'den önce kuşatılmış ve güçlükle fethedilmiştir. Bu sebeple fethedilince kalenin burçları ve surları yıkılmıştır. Bu bilgilerden sonra kale ve şehir şu şekilde tanıtılmıştır:

Havâlesiz bir püşte-i âli üzre şarkdan garba tûlânice vâki' olmuş seng-binâ bir sûr-ı köhne bir kapulu kal'adır ammâ cebel-i âli üzre mebnî olmağıla urûcunda usret çekilmek ile derûn-ı kal'ada benî Âdem'den bir merd [ü] zen yokdur. Kırkkilise sancağı hâkinde Burgaz kazâsı hükmünde aşağı kal'a altında iki yüz

hâneli kefere köyüdür. Sengistân yerler olmağıla lezîz ve âbdâr şıralu engürü olur. (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 170).

Buna göre kale içinde yaşanılmasa da kalenin alt tarafında iki yüz hanelik bir gayrimüslim köyü bulunmaktadır. Şehrin bulunduğu yer taşlık olduğundan buranın üzümü lezzetli ve suludur (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 170).

Evliya Çelebi'nin bahsettiği Poloz kalesi bugün de aynı isimle bilinmektedir. Evliya Çelebi 17. yüzyılda yıktırıldığını dolayısıyla kalıntılarının kaldığını kaydetmiştir. O zamandan günümüze bu kalıntılar gelebilmiştir. Söz konusu bu kale kalıntıları bugün Kırklareli merkeze bağlı olan Yoğuntaş Köyü'nde bulunmaktadır.

Evliya Çelebi, eserinin ilerleyen kısımlarında Babaeski ve Lüleburgaz'dan sonra kuzeye meyilli bir biçimde ilerleyerek Ahmed Beğli'ye ulaşmıştır. Burayı, Kırklareli sancağının Burgaz livasına bağlı iki yüz haneli, bağlı, bahçeli ve bir camili Müslüman köyü olarak ele almıştır (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 170). Eserde, başka bir detay vermemiştir. Onun Ahmed Beğli olarak kaydettiği bu köy bugün Ahmetbey olarak Lüleburgaz ilçesine bağlı bir belde konumundadır.

Evliya Çelebi, eserinin ileriki kısımlarından birinde Kırklareli'nden geçtikten sonra Erikli köyüne ulaşmıştır. Burasını ağaçlık içinde, bağlı, bahçeli, bir camili üç yüz haneden oluşan mamur bir tımar köyü olarak ele almıştır. Buranın isimlendirmesiyle ilgili bir açıklama yapmıştır. Ona göre, buranın eriği çok olduğundan burası Erikli olarak adlandırılmıştır (Evliyâ Çelebi, 2001, s. 45). Evliya Çelebi'nin Kırklareli yakınında olduğunu kaydettiği bu köy muhtemelen bugün Kırklareli'ne bağlı olan Erikler köyüdür.

Son olarak, Evliya Çelebi eserinin altıncı cildinde Bedri isimli bir köyden kısaca bahsetmiştir. Bu köy hakkında sadece “Ebü'l-feth Sultân Mehemed evkâfıdır ve Eski Poloz kal'asına bir sâ'at karîbdir” (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69) bilgisini vermiştir. Eski Poloz kalesine bir saat mesafedeki yerleşim yerlerine bakıldığında buranın eski ismi Bedre olan (Nişanyan, t.y.) Kayalı Köyü olması kuvvetle muhtemeldir.

2.6.2. Üsküp

Evliya Çelebi eserinin altıncı cildinde Vize'den hemen önce Üsküp'ü tanıtmıştır. Bugün Kırklareli'nin bir beldesi konumunda olan Üsküp *Seyahatname*'de Kırklareli'nin bir sancağı olan Küçük Üsküp biçiminde ele alınmıştır. Şehrin, Müslüman halkının yanında Rum ve Bulgar halkı da bulunduğunu ancak şehirde Frenk, Ermeni ya da Yahudi halkın bulunmadığını belirtmiştir. Bunun yanı sıra gayrimüslim zenginlerinin çokluğuna vurgu yapmıştır. Evliya Çelebi'nin kaydettiğine göre, şehir altı mahalleden müteşekkildir. Üç bin adet kırmızı kiremitli tek ya da iki katlı, süslü köşkler ve saraylar bulunmaktadır. Ancak çarşı, pazarı süslü değildir. Evlerin alt taraflarına dükkân biçimli işyerleri yapıldığından dükkân sayısını bildirememiştir (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69).

Şehirde bulunan diğer yapılar ise Müslüman mahallesinde eski yapıları bir cami, bir küçük hamam, dört han ve altı mescitten ibarettir. Bunlar dışında bir imaret yoktur. Ayrıca Evliya Çelebi gayrimüslimlerin çokluğu sebebiyle bağların çok olduğunu ve şarabının bilindiğini belirtmiştir. Bugün de buralarda bağlar sayıca fazladır ve şarap imalatı yapılmaktadır. Şehrin bu özelliklerinin yanı sıra Evliya Çelebi burada bulunan güzellere özel olarak vurgu yapmıştır. Klasik edebiyattaki kırmızı yanaklı ve peri yüzlü gibi mazmunlarla buradaki güzelleri övmüştür:

Ve âb [u] hevâsının letâfetine mahbûbe Urûm keferesi kızları olur kim her biri la'l-gün yanaklı bânû-yı perizâd perî-rû duhter-i pâkîze-ahterleri vardır kim bâzâr yerinde müsâfirîne metâ'ların fûrûht edüp kendüleri müşterî-tal'at iken müşterî ile bâzâr-ı hüsün ederler.

Ve bu kasabada olan mahbûbe-i zamâne Bulgar kızlarının hüsni cemâleri bir mertebededir kim geysûlarının her târ evtârları rûz u şeb târdır kim görenlerin akılları târumâr olur.

Ve hâllarının her dânesi hâl-i Hâşimî-vâr bin gez reşk-i müşg-i Tatar değer. Hâlâ her birine hakkâk desti değmemiş ve nâ-sezâ elleri ermemiş bir dürr-i nâ-şükûfte perî-rû bintânları olur. Kırkkilise ve Vize ve Sarây kasabaları halkı bu kefere kızlarından nikâh ile bânûlar alup döl döz sâhibi olur niçe yüz müselmânlar var, cümle menkûhaları kefere kızlarıdır. Radyallâhu anh mezheb-i İmâm-ı hümâm-ı A'zam'da câizdir, rahmetullâhi aleyh. Hakkâ ki latîf mezhebimiz vardır. (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69)

Bu biçimde güzelleri övdükten sonra onlarla evlenmenin Hanefi mezhebinde caiz olduğunu da belirten Çelebi, “mezhebimiz” ifadesi ile kendi mezhebini de okuruna bildirmiş olur. Son olarak Istranca dağlarından bu kasabaya, bu kasabadan da Ergene nehrine ulaşan bir suyun geçtiğini de kaydederek bu bölümü sonlandırır (Evliyâ Çelebi, 2002, s. 69). Bugün, Üsküp deresi adı verilen bir dere hâlen Üsküp'ün ortasından akmaktadır.

3. *Seyahatname*'de Kırklareli'ne Dair Diğer Unsurlar

Seyahatname, iller ve onlara bağlı birimler hakkında verdiği etraflı bilgilerin yanı sıra bu mekânlarla ilgili verdiği çeşitli kültürel detaylar açısından da son derece kıymetlidir. Bu bakımdan çalışmanın bu kısmında bir biçimde mekânsal olarak Kırklareli ile bağlantısı bulunan ancak *Seyahatname*'de ayrıca bir özne olarak ele alınmış

unsurlardan bahsedilmiştir. Bu açıdan, bu kısımda Kırklarelili olması bakımından Karagöz, Babaeski'ye adını vermiş olan Sarı Saltık Baba Sultan ile yine Babaeski'de bulunan Şeyh Şuhûdî ile Baba Sultan ele alınmıştır.

3.1. Karagöz

Evliya Çelebi, eserinin ilk cildinde hoş sohbet nedimleri ve taklitçileri ele aldığı kırk altıncı fasılda Karagöz'ün buralı olduğu rivayetini kaydetmesi vesilesiyle Kırklarelili'nden bahseder. Bu bağlamda Karagöz ve Hacivat'a dair bilgilere yer verir, onların hikâyesini anlatır (Evliyâ Çelebi, 1998, s. 345).

Evliya Çelebi okuruna Hacivat'ın Bursalı Hacı İvaz olarak tanıdığı bilgisini verdikten sonra onun Selçuklular zamanında Mekke ile Bursa arasında yetmiş yedi sene Peygamberimizin ulaklığını yapmış Efelioğulları diye bilinen bir aile mensup olan Yorukça Halil olduğunu kaydeder. Hatta ailesine dair de ilginç bir ayrıntı kaydeder. Halk ağzında "Efelioğlu zağarı gibi neylersin" ifadesini delil göstererek ailenin Zağar köpekleriyle meşhur olduğu bildirir. Evliya Çelebi bu detayı boşuna vermemiştir zira daha sonraki satırlarda hem Hacivat'ın yüceliğini aktaracağı hem de bu köpek detayını bir yere bağlamış olacağı bir hikâye aktaracaktır:

Bu Efelioğlu Mekke'den Bursa'ya gelirken beyne'l-Haremeyn aşkıyâ-yı Urbân Efelioğlu Yorukça Halil Hacivat'ı şehid edüp Bedr-i Huneyn'de defn edüp Efelioğlu kelbi bu kâtil Urbânların yanında kalup bu Urbânlar fiâm'a gelüp çârsû-yı bâzârda gezerken hemân kelb bir kerre bu Urbânları kelb-i sarîh gibi talamağa başlayup bir dahi gayrı âdemlerin ayağına yüzün sürüp yuvarlanup lisân-ı hâl ile tazallum edüp yine Arabları hır hır talar ve üzerlerine hamle edüp salar, cümle halk görseler kim Efelioğlu zağarıdır, "Bire cânım kanı Efelioğlu, bunda bir hâl vardır, dutun şu Arabları" deyüp hâkime götürüp hânda hücrelerin basup Efelioğlu'nun âfitâbesi ve sapanı ve teberi ve kantûrası ve zîlleri ve kanlı esbâbları ve Bursa'ya götüreceği cümle mektûbları çıkup cümle Arabları, Sinâniyye çârsûsunda sıra ile salb ederler. Kelb-i garîb-i hakîkî, maslûb Arabların altına varup bu kerre bir âh-ı serd çeküp cân fedâ edüp rûhu Ashâb-ı kelbe revâne olur. (Evliyâ Çelebi, 1998, s. 345)

Bu hikâye doğrultusunda Hacivat "şehit" olarak, köpek ise "ashab-ı kelb" olarak ele alınmıştır. Hacivat'ın manevi yönü ve ulviliği vurgulanmıştır. Hacivat bu biçimde "pozitif" olarak ortaya konulduktan sonra Karagöz'e geçilmiştir.

Karagöz, Hacivat gibi ulaktır ancak o İstanbul tekfurı olan Keştantı'nın ulağıdır. Daha ilk cümlede arada bir karşıtlık kurulmuştur. Daha sonra ise "Sofyüzlü Karagöz Balı Çelebi" denilen Karagöz "Kırkkilise'den bir mîr-i kelâm [ü] ayyâr-ı cihân Kıbtî âdemi idi." (Evliyâ Çelebi, 1998, s. 345) denilerek tanımlanmıştır. Karagöz yılda bir kere Alaeddin Selçuk'a ulak olarak gönderildiğinde Hacivat'la karşılaşmaktadır. Bir araya geldiklerindeki konuşmaları ve birbirlerine olan muameleleri o zamanın oyuncularını tarafından gölge oyunu hâline getirilip taklit edilip oynatılmış.

Bugün Evliya Çelebi'nin eserinde kaydettiği Karagöz'ün Kırklarelili olması rivayeti halk tarafından benimsenmiş durumdadır. Şehrin merkezinde Karagöz'ün bir heykeli bulunmakta ve alt kısmında Evliya Çelebi'nin bu rivayeti yer almaktadır. Hatta şehrin belediyesinin sembolünde yine sakalları üzümünden oluşan bir Karagöz ifadesi yer almaktadır.

3.2. Sarı Saltuk Baba Sultan, Şeyh Şuhûdî ve Baba Sultan

Seyahatname'de; Sarı Saltık Baba Sultan, Şeyh Şuhûdî ve Baba Sultan, Babaeski ile alakalı olarak ele alınmıştır. Evliya Çelebi, aralarında Sarı Saltuk'un kerametleri, menkıbeleri¹³ ve dergâhına¹⁴ özel önem vermiş ve kaydetmiştir.¹⁵ Sarı Saltuk'u asıl Babadağı'nı anlatırken ele almıştır ancak daha sonra Babaeski'yi ele alırken ondan tekrar bahsetmiştir çünkü maneviyatının yanı sıra bir diğer önemi Babaeski'nin adının verilmesine sebep olan kişi olmasıdır. Bu kısımda Evliya Çelebi onun Hacı Bektaş-ı Veli'nin izniyle Anadolu'ya geldiği, tam adının Saltuk Bâi Muhammed Buhârî olduğunu kaydetmiştir. Şehrin bu maneviyatla beslendiğini belirtmiştir (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264). Sarı Saltuk günümüzde de tanınan ve önemli bir zattır. Çeşitli yerlerde makamları bulunmaktadır.¹⁶ Evliya Çelebi'nin kaydettiği bu makam bugün halk arasında Eski Baba türbesi olarak bilinmektedir.

Evliya Çelebi, daha sonra yine Babaeski'de bir ziyaret mahalli olduğunu kaydettiği Şeyh Şuhûdî'den kısaca bahsetmiştir. Kendisi, Babaeski'dendir, iyi yazı yazan, manevi olgunluğa erişmiş bir zattır (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264). Bugün bu zatın türbesi de hâlâ korunmaktadır. Babaeski'de Şeyh Şuhûdî türbesi olarak bilinmektedir.

¹³ Menkıbelerine iki yerde tesadüf edilmektedir; (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 173-174; 264).

¹⁴ Tekkesi ile ilgili detaylı bilgi için bakınız; (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 202-203).

¹⁵ Burayla ilgili olarak detaylı bir çalışma mevcut olduğundan sadece değinmekle iktifa edilecektir. Detaylı bilgi için bakınız; (Maden, 2020).

¹⁶ Sarı Saltuk'un makamlarının bulunduğu yerler için bakınız; (Kiel, 2009, s. 149).

Son olarak Evliya Çelebi, şehrin batı tarafında Edirne yolu üzerinde bir toprak tepe dibinde bulunan eski bir türbeden daha bahsetmektedir. Burası Sarı Saltuk'un tabutu ile gelen kırk halifeden biri olan "(...) Baba Sultan'ın" kabridir. Uzun bir yaşam süren Baba Sultan, I. Murad ile Edirne fethine de katılmıştır. Türbesi anayol üzerinde olduğundan sık ziyaret edilmektedir (Evliyâ Çelebi, 1999, s. 264). Ancak ne yazık ki bugün ne tam adı ne de kabrine dair herhangi bir iz elimizde mevcuttur.

SONUÇ

Evliya Çelebi'nin *Seyahatname*'si birçok tarihî coğrafi, mimari ve kültürel bilgiyi barındırmaktadır. Evliya Çelebi, gezip gördüğü şehirlere ne kadar süreyle ulaştığı, onların ne zaman kurulduğu, ne zaman Osmanlı devletinin idaresine geçtiği, nasıl bir coğrafyaya sahip olduğu, içerisinde hangi mimari unsurların bulunduğu, hangi vakıf eserlerinin bulunduğu ve bunları kimin yaptırdığı ya da şehrin kurucusunun kim olduğu, şehrin adının verilme sebeplerini, şehirde halk tarafından sevilip sayılan herhangi bir kişi varsa onunla ilgili detaylı bilgileri farklı biçimlerde ve uzunluklarda kayıt altına almıştır. Bu açıdan, o dönemde Kırkkilise olarak bilinen Kırklareli de bu biçimde kayıt altına aldığı şehirlere biridir.

Eserin birçok yerinde Kırklareli'ne ve çevresine dair atıflar bulunmaktadır. Bu atıflar yer yer sadece ismin geçmesi ya da özellikle üçüncü ve beşinci ciltte olduğu gibi detaylı tavsifler biçimindedir. Bu bağlamda, eserde Kırklareli'nin merkezinden, Vize, Babaeski, Lüleburgaz, Pınarhisar ve Demirköy ilçelerinden detaylıca; Pehlivan köyü ve Kofçaz ilçelerinden ise sadece ismen bahsedildiği tespit edilmiştir. Kırklareli'nin ilçelerinin yanı sıra Vize ilçesine bağlı olan Kıyıköy beldesi, Çövenli Köyü ile Kışlacık Köyü, Pınarhisar ilçesine bağlı Erenler Köyü ile Kaynarca beldesi, Lüleburgaz ilçesine bağlı olan Büyükkarıştıran beldesi, merkeze bağlı Yoğuntaş Köyü, Erikli Köyü, Kayalı Köyü ve Ahmetbey ile Üsküp beldeleri de eserde ele alınmıştır. Ayrıca, Kırklareli'nin ilçeleri arasında Lüleburgaz hakkında diğerlerinden daha fazla detay mevcut olduğu tespit edilmiştir. Her ne kadar Vize o dönemde Kırklareli gibi bir sancak olsa da onun Kırklareli kadar detaylı ele alınmadığı belirlenmiştir.

Evliya Çelebi eserinde mekânlarla ilgili verdiği bilgilerin yanı sıra bu mekânlarla bağlantılı olan şahıslarla da ilgili bilgiler vermiştir. Bu bağlamda Kırklarelili olması sebebiyle Karagöz'ü, Babaeski'nin tesmiyesinin müsebbibi olması sebebiyle Sarı Saltuk'u ve Babaeski'de medfun bulunmaları vesilesiyle Şeyh Şuhûdî ile Baba Sultan'ı ele almıştır. Bu zatlardan, Sarı Saltuk ve Karagöz'ü diğerlerine göre daha detaylı olarak ele almıştır. Ayrıca, Hacivat'ın Karagöz ile olan hikâyesine ve Sarı Saltuk'un menkıbelerine yer verdiği tespit edilmiştir.

Son olarak, Evliya Çelebi'nin söz konusu tüm bu malumatı verirken kullandığı dilin de yer yer değiştiği görülmüştür. Bu açıdan sözelimi Sokullu Mehmet Paşa'nın eserlerini ele alırken dili diğer kısımlara göre daha süslü hâle gelmiştir. Bu bağlamda, tartışmaya açık olmakla birlikte diliyle bağlantılı olarak kurgusuyla da yer yer okuru manipüle ettiği ileri sürülebilir. Bunlara ek olarak, Evliya Çelebi'nin Kırklareli'ne dair ele aldığı mekânların, yapıların, imaretlerin ya da ziyaret mahallerinin isim değişiklikleri olsa da büyük oranda günümüze kadar ulaştığı tespit edilmiştir. Az bir kısmı ise günümüze ulaşamamıştır. Bu sebeple, *Seyahatname* ile günümüzün karşılaştırılıp ele alınması bütünlüklü bir şehir görünümünde edilmesini sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akın, V. (1997). Kırklareli adının tarihçesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(2), 9-11.
- Alkan, M. (2020). Arşiv belgeleri ışığında Sadrazam Rüstem Paşa'nın Büyükkarıştıran'daki mimari eserleri. *Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10 (19), 1-34. <http://dx.doi.org/10.33207/trkede.651305>
- Burnaz Kabakçı, B. (2013). XIX. yüzyıl ortalarında Kırklareli (Kırkkilise)'de sosyal ve ekonomik hayat (Tez No. 350125) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Çelgin, G. (2011). *Eski Yunanca-Türkçe sözlük*. (Çelgin, Vedat A. & Yarlıgaş, Oğuz Haz.). Kabalıcı Yayınevi.
- Er, Ş. (2015, 31 Ocak). Kaygusuz Alâeddin, Vizeli Şeyh Alâeddin Ali. TEİS. <https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/kaygusuz-alaeddin-vizeli-seyh-alaeddin>
- Evliyâ Çelebi b. Derviş Mehmed Zillî (1998). *Evliyâ Çelebi seyahatnâmesi I. Kitap*. (Dankoff, Robert, Kahraman, Seyit Ali & Dağlı, Yücel Haz.). Yapı Kredi Yayınları.

- Evliyâ Çelebi b. Derviş Mehmed Zillî (1999). *Evliyâ Çelebi seyahatnâmesi III. Kitap*. (Kahraman, Seyit Ali & Dağlı, Yücel Haz.). Yapı Kredi Yayınları.
- Evliyâ Çelebi b. Derviş Mehmed Zillî (2001). *Evliyâ Çelebi seyahatnâmesi V. Kitap*. (Dağlı, Yücel, Kahraman, Seyit Ali & Sezgin, İbrahim Haz.). Yapı Kredi Yayınları.
- Evliyâ Çelebi b. Derviş Mehmed Zillî (2002). *Evliyâ Çelebi seyahatnâmesi VI. Kitap*. (Kahraman, Seyit Ali & Dağlı, Yücel Haz.). Yapı Kredi Yayınları.
- Evliyâ Çelebi b. Derviş Mehmed Zillî (2003). *Evliyâ Çelebi seyahatnâmesi VIII. Kitap*. (Kahraman, Seyit Ali, Dağlı, Yücel, Dankoff, Robert Haz.). Yapı Kredi Yayınları.
- Eyice, S. (1989). Ali Paşa Camii. DİA (C. 2. s. 427-428).
- Eyice, S. (1991). Ayasofya Camii. DİA (C. 4. s. 223-224).
- Eyice, S. (1991). Babaeski Köprüsü. DİA (C. 4. s. 372-373).
- Eyice, S. (1993). Çoban Köprüsü. DİA (C. 8. s. 350-351).
- Eyice, S. (1994). Drina Köprüsü. DİA (C. 9. s. 528-529).
- Gökbilgin, M. T. (1952). XV-XVI. asırlarda Edirne ve Paşa livâsı-vakıflar-mülkler-Mukaatalar, Üçler Basımevi.
- Karakaya, E. (2020). Hızır Bey Külliyesi. DİA (Gözden geçirilmiş 2. basım. C.EK-1. s. 556-557).
- Kelağa Ahmet, İ. (2014). *Universal sözlük Yunanca Türkçe- Türkçe Yunanca*. Engin Yayınevi.
- Kınel, M. (2009). Sarı Saltuk. DİA (C. 36. s. 147-150).
- Maden, F. (2020). Babaeski’de Sarı Saltık (Saltuk) Baba türbe ve tekkesi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 95, 25-69. <https://dx.doi.org/10.34189/hbv.95.002>
- Maxım, M. (2012). Tuna. DİA (C. 41. s. 372-374).
- Maxım, M. (2013). Yergöğü. DİA (C. 43. s. 483-484).
- Menge, H. (1993), *Taschenwörterbuch altgriechisch*. Langenscheidt.
- Nişanyan, S. (t.y.). Kayalı. *Nişanyan yer adları sözlüğü*. Erişim tarihi: Haziran 27, 2023, <https://nisanyanmap.com/>
- Nişanyan, S. (t.y.). Kıyıköy. *Nişanyan yer adları sözlüğü*. Erişim tarihi: Haziran 27, 2023, <https://nisanyanmap.com/>
- Tuncel, M. (2022). Kırklareli. DİA (C. 25. s. 478-480).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). Kırklareli kültür varlıkları envanteri. Camii (eski kilise). Erişim tarihi: Haziran 26, 2023, <https://www.kirklarelienvanteri.gov.tr/anitlar.php?id=126>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). Kırklareli kültür varlıkları envanteri. Kıyıköy limanı hamamı. Erişim tarihi: Haziran 26, 2023, <https://www.kirklarelienvanteri.gov.tr/anitlar.php?id=99>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). Kırklareli kültür varlıkları envanteri. Kıyıköy nekropol alanı ve kilise kalıntısı. Erişim tarihi: Haziran 26, 2023, <https://www.kirklarelienvanteri.gov.tr/sitler.php?id=566>

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2023). Coğrafi işaretli ürünler. Erişim tarihi: Haziran 26, 2023, <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>

Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, (t.y.). Muselles. *Kâmûsu'l-Muhît tercümesi sözlüğü*. Erişim tarihi: Haziran 27, 2023, <http://www.kamus.yek.gov.tr>

Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, (t.y.). Keniset. *Kâmûsu'l-Muhît tercümesi sözlüğü*. Erişim tarihi: Haziran 27, 2023, <http://www.kamus.yek.gov.tr>

Teşekkür

Makalenin ilk okumasını yapıp kıymetli yorumlarını benimle paylaşan Prof. Dr. Mücahit Kaçar'a, bu makalenin konusunu dikkatime sunan Doç. Dr. Ali Kurt'a ve Yunanca kelimeler için yardımcı olan Dr. Tuba Efendioğlu'na teşekkür ederim.

MARKA İMAJININ MARKA SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ: TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN HAVAYOLU İŞLETMELERİ ÜZERİNDE BİR İNCELEME

Nil KONYALILAR¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1214886

Makale Geçmişi:

Geliş 05.12.2022

Kabul 31.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Havayolu Sektörü,

Marka İmajı,

Satın Alma Niyeti,

Marka,

Türkiye.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı havayolu müşterilerinin, Türkiye'de faaliyet gösteren havayolu işletmelerine dair marka imajı algılarının, marka satın alma niyetine olan etkisinin belirlenmesidir. Araştırmada marka imajı, teknik-işlevsel imaj, duygusal-hissel imaj ve sembolik-sosyal imaj olmak üzere üç alt faktör olarak ele alınmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'de faaliyet gösteren havayolu işletmelerini tercih eden bireyler oluştururken, evrenin geniş olması nedeniyle örneklem seçiminde bulunulmuştur. Basit tesadüfi örneklem metodu kullanılarak çevrimiçi platformda toplam 399 anket formu doldurtulmuştur. Araştırma verileri Mart-Haziran 2022 tarihleri arasında elde edilmiştir. Veri analizi sürecinde SPSS ve Amos istatistik programları kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre teknik, duygusal ve sembolik marka imajının marka satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. En yüksek etki sırasıyla; sembolik, duygusal ve teknik marka imajı olarak tespit edilmiştir.

THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON BRAND PURCHASING INTENTION: A STUDY ON AIRLINE COMPANIES OPERATING IN TURKEY

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1214886

Article History:

Received 05.12.2022

Accepted 31.08.2023

Keywords:

Airline Sector,

Brand Image,

Purchase Intention,

Brand,

Türkiye.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of airline customers' perceptions of the brand image of airline companies operating in Turkey on their brand purchase intention. In the research, brand image was considered as three sub-factors: technical-functional image, emotional-feeling image, and symbolic-social image. While the population of the research consists of individuals who prefer airline companies operating in Turkey, sample selection has been made because the population is large. A total of 399 questionnaires were filled on the online platform using the simple random sampling method. Research data were obtained between March-May 2022. SPSS and Amos statistical programs were used in the data analysis process. According to the results of the research, it has been determined that the technical, emotional and symbolic brand image has a positive and significant effect on the brand purchase intention. The highest impact is in the form of symbolic, emotional and technical brand image, respectively.

¹ Doç.Dr., İstanbul Topkapı Üniversitesi, nilkonyalilar@topkapi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7310-7779

Alıntılanak için/Cite as: Konyalılar, N. (2023). Marka imajının marka satın alma niyetine etkisi: Türkiye'de faaliyet gösteren havayolu işletmeleri üzerinde bir inceleme. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 745-755.

GİRİŞ

Son yıllardaki teknolojik gelişmelerle birlikte havayolu işletmeleri ve verdikleri hizmet diğer ulaşım modlarına göre daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Bu durum havayolu işletmeleri arasında yoğun bir rekabet ortamını da beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla havayolu işletmeleri; müşteri istek ve ihtiyaçlarını dikkate alarak ve seyahat sonunda yolcunun memnun ayrılmasını sağlamak adına müşteri merkezli bir hizmet anlayışı geliştirmeye odaklanmışlardır. Birçok havayolu işletmesinin sektöre girmesiyle birlikte işletmeler müşteri nezdinde farkındalık oluşturmak için markalaşmaya yönelmişlerdir. Tüketim toplumunun oluştuğu günümüz dünyasında markalaşma önemli bir husus olarak ifade edilebilir. Zira insanlar ürün tercihlerinde marka gözeterek, bu tercihle doğru karar aldıklarını görmek ve kendilerini güvende hissetmek istemektedirler. Seçilen marka insanların zihninde ve algısında güven oluşturandır. Ayrıca nitelikli hizmeti çağrıştırdığı da söylenebilir.

Havayolu işletmelerinin markalaşması ve bu süreçte yaptıkları çalışmalar neticesinde müşterilerinin zihninde olumlu bir imaj oluşturabilmeleri söz konusu olabilecektir. (Dirsehan ve Kurtuluş, 2018; Wijaya, 2013). Bunu başaran firmaların müşteri memnuniyetini sağlaması da mümkün olabilmektedir (Hussain, 2016). Memnun olan müşterinin ilgili firmayı seyahatlerinde tekrar tercih etme olasılığı yüksektir (Ali, Perumal ve Shaari, 2020). Müşterilerin havayolu firmalarının imajı ile ilgili algıları ve bu algılarının satın alma tercihlerine yansması havayolu işletmelerinin vizyonlarını geliştirmesi bakımından önem arz etmektedir (Pramudya, Sudiro ve Sunaryo, 2018; Yodpram ve Intalar, 2020). Çünkü müşterilerin tutumu ve hassasiyetleri ne kadar iyi anlaşılırsa havayolu işletmeleri de o derece doğru bir hizmet anlayışına sahip olabilecektir. Bu bağlamda araştırmada; havayolu işletmelerinin müşterinin zihninde oluşturduğu marka imajı ve yaratılan bu imajın seviyesinin müşterinin tekrar satın alma niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmek temel amaçtır. Araştırmanın amacı doğrultusunda alan yazında marka, marka imajı, satın alma niyeti gibi kavramlar açıklanmıştır. Bulgular kısmında ise tüketicilerin marka imajı algılarının tekrar satın alma niyetleri üzerindeki etkisi analiz edilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Marka ve Marka İmajı

Marka “*Üreten ve satan firmaların malının temel özelliğini gösteren, onu diğer rakiplerden farklılaştıran ad, sembol veya biçimsel bir anlatım olarak tanımlanmaktadır*” (Mucuk, 2001, s. 136). Marka bir malın, verilen bir hizmetin veya bir işletmenin ötekilerden farklı olmasını sağlayan faktörlerin bütünüdür. Markayı tanımlarken, onu oluşturan çekirdek kültürü, markanın ana karakterini ve planlanan gelecek vizyonunu hesaba katmak gerekmektedir (Bruce ve Harvey, 2010, s. 5). Marka; kimliği oluşturan, işletmeyi farklı ve biricik kılan şeydir. Markanın ana fikrini tek kelime ile anlatabilmek şarttır. İşletmeler ürünleri için ürün veya pazarlama stratejileri geliştirirken “marka” konusunu da bu sürece dahil etmek durumundadırlar. Bunun için de markanın imajı üzerinde çalışmalıdırlar (Vuran ve Avşar, 2016). İşletmeler, kendi iç dinamiklerindeki farklılaşma ve gelişim süreçlerinde orijinal olan marka yapısını muhafaza etmelidirler (Shafiee vd., 2014). İşletmeler marka için gelecek vizyonunu oluştururken müşteri nezdinde tanınır olmanın yanında sürdürülebilirlik ve toplumun refahını muhafaza etmek veya daha da arttırmak ve böylece karlı ve verimli sonuçlar elde etmeyi hedeflemelidirler (Tosun, 2020). Marka farkındalığını yarattıktan sonra bir yönetici müşterinin hafızasında markanın olumlu hatırlatıcılarını oluşturmalıdır. Bunun temel sebebi olumlu bir marka imajının yaratılmasının gereğidir. Marka imajı müşterinin hafızasında tutulan marka çağrışımlarının yansıttığı bir marka hakkındaki algılar olarak tanımlanabilir (Selvi, 2007, s. 37). Müşterinin hafızasında yer alan çağrışımlara bağlı olarak değişebilen marka imajı marka hakkında karşı tarafa yansıtılan algılamalardan meydana gelmektedir. Bu doğrultuda marka imajı; müşterilerin duygusal veya akılcı bir şekilde yaptıkları yorumlarla biçimlenen, genel olarak algısal ve kişisel bir olgudur (Aktuğlu, 2014). Marka imajı sadece ürünün müşteri nezdindeki pozitif değeri ile anılmayıp aynı zamanda satış ve satıştan sonraki tatmin edici hizmet yaklaşımı ile müşteri sadakatini ve yeniden satın alma davranışını da içeren bir kavramdır (Tosun, 2020).

Markalaşma stratejileri sektörler arasında farklılık göstermektedir. Aynı zamanda markalaşmanın global ya da lokal olarak planlanması da bu konudaki belirleyicilerden bir tanesidir (Marangoz, 2007). Havayolu işletmesi için bir markalaşma stratejisinin üst düzey hedefi, müşterilerin ihtiyaçlarını anlayarak ve bu ihtiyaçları karşılamak için stratejiler oluşturarak rakipler karşısında bir avantaj elde etmektir. Bu alandaki en sık uygulamalara bakıldığında her havayolunun kendi sadakat programını oluşturması ve böylece yeni hedef

kitlelere ulaşım onları olası müşterilere dönüştürmesi son derece etkili bir yol olarak görülmektedir. Çarpıcı ve dikkat çekici sosyal medya kampanyaları, mevcut müşterilere tanınan ayrıcalıklar ve toplumu etkileme potansiyeli olan kişilerin kullanılması en bilinen uygulamalardandır. Tüm bu markalaşma çalışmaları gezmek için uçanlar ve iş için uçanlar olmak üzere 2 temel müşteri segmentasyonuna göre düzenlenmektedir (Chen, 2008). Kısacası havayolu işletmelerinin markalaşma projeleri son derece sofistike ve kendine özgüdür. Hem ekonomik olarak farklı yolcu sınıflarının beklentileri hem de dinamik rekabet ortamı markalaşma projelerinin sürekli evrimini gerektirmektedir (Raggio ve Leone, 2007).

Havayolu şirketlerinin personel, yakıt, bakım ve işletim giderleri son derece yüksek ve sürekli olduğundan yapılan markalaşma çalışmalarının ve pazarlama projelerinin etkin ve hızlı bir şekilde müşteride karşılık bulması beklenmektedir (Endrizalová, 2018). Tatil amaçlı seyahat edenler en büyük satış kanalıdır. Tatil amaçlı seyahat eden kitle bütçe bilincine sahiptir, bu nedenle müşteriler ek hizmetler veya daha yüksek hizmet sınıfından ziyade öncelikle en uygun fiyatlandırma ile ilgilenmektedirler. Kurumsal amaçla seyahat edenler, diğer tanımıyla esas olarak iş için seyahat eden müşteri için ana öncelik, optimum rota seçimi ve konfordur. Bu nedenle yüksek hizmet sınıfı tercih edilmektedir. İş amaçlı seyahat edenler uçuşların çok daha küçük bir bölümünü işgal ederken, özellikle düşük maliyetli yaklaşımları uygulamayan geleneksel havayollarında, eğlence amaçlı seyahatlere kıyasla genellikle daha fazla toplam gelir getirmektedirler. (Kossmann, 2006).

Alanyazında bazı araştırmalarda marka imajı; işlevsel, sembolik ve deneyimsel olmak üzere üç alt faktörde (İmraç, 2015) ele alınmaktadır. İşlevsel marka imajı daha çok ürünün tüketici gözünde teknik açıdan fayda sağlaması olarak algılanmaktadır. Sembolik marka imajı, grup içinde kalabilme, bireyin kendini gerçekleştirme katkısında bulunma ve ürüne yönelik içsel gereksinimleri karşılama bağlamında ele alınmaktadır. Deneyimsel marka imajı ise, bireylerin seyahatleri esnasında farklılık araması veya duygusal açıdan zevk almasıyla ilgilidir. Sondoh vd. (2007) Sembolik marka imajına sosyal kavramı eklendiğinde müşteri açısından grup içerisinde kalmanın ve bir gruba dahil olmanın önemli olduğu görülür. Shafiee vd. (2014) ise alanyazından yola çıkarak marka imajını teknik-işlevsel, duygusal-hissel ve sembolik-sosyal olmak üzere üç alt faktörde değerlendirmektedir. Ürünün işlevsel olmasını teknik açıdan, marka ile kurulan hissel bağı duygusal ve kişiye sosyal açıdan katkı sağlamasını ise sembolik olarak değerlendirmektedir. Bu araştırmada da Shafiee vd. (2014)'nin çalışmasına benzer şekilde marka imajı ele alınmaktadır.

Satın Alma Niyeti

Niyet kavramı, bir tavrın oluşturulması istendiğinde hangi oranda gayret gösterileceği ile ilgilidir (Şahin ve Alkaya, 2017). Bir ürünü satın almak isteyen birey ise bu eylemi zihninde tasarlamaktadır. Satın alma niyeti içinde bulunan bireyler, ilgili marka hakkında detaylı bir araştırma yapmakta ve sonuçları değerlendirmektedirler (Spears ve Singh, 2004, s. 56).

Tüketici davranışı, satın almaya karar vermek, satın alma planını değiştirmek ve satın alma sürecini tamamlamak için talep güdüsünden etkilenen tüketicilerin davranışlarını ifade etmektedir (Kotler ve Lee, 2008). Tüketici davranışı bir süreçtir. İlk aşaması, genellikle alıcının davranışları anlamına gelir ve tüketiciler satın alırken tüketiciler ve üreticiler arasındaki etkileşimin etkilerine vurgu yapmaktadır. Artık birçok üretici, tüketici davranışının tüketicilerin yalnızca nakit ödeme veya kredi kartı ile ödeme yaptıktan sonra mal veya hizmet alma sürecini değil, satın almadan önce, satın alma sırasında ve sonrasında tüketicileri etkileyen tüm hususları içeren sürekli bir süreç olduğunun farkındadır (Chen ve Hsieh 2011; Kotler ve Lee, 2008). Tüketici davranış süreci, sadece düşünme ve zihinsel bir süreç olmayıp, tüketicilerin sürekli eylemde bulunma, plan yapma ve problem çözme sürecidir. Tüketici davranışını etkileyen faktörler, son derece karmaşık sosyal, tarihsel ve ekonomik faktörlere sahiptir. Keynes bir keresinde tüketim güdüsü veya tasarruf güdüsünün varsayılan ekonomik sistemden, ekonomik örgütlerden, ırklardan, eğitimden, geleneklerden, dinlerden ve yaygın ahlaki fikirlerden kaynaklanan bir alışkanlık olduğuna işaret etmiştir (Swaminathan vd., 2020).

Tüketici davranışları günümüze kadar farklı teorilerle anlatılmıştır. Planlı davranış teorisi (The Theory of Planned Behavior) irade sonucunda gerçekleşen sosyal davranışları açıklamaktır. Niyetin belirleyicileri ise; tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontroldür (Şahin ve Alkaya, 2017). Gerekçeli eylem teorisi (Theory of Reasoned Action), bir kişinin belirli bir davranışı, kişinin davranışsal niyeti ile belirlenmekte, davranışsal niyet de tutum ve sübjektif (öznel) normlardan etkilenmektedir. Ancak spontan ve plansız davranışları açıklamada yetersiz kalmaktadır. Çünkü bu tür davranışlar bilinçli olmayabilir (Kocagöz ve Dursun, 2010). Bu nedenle akabinde algılanan davranışsal kontrol değişkeni modele eklenmiş ve yeni model planlı davranış teorisi olarak adlandırılmıştır (Kement ve Güçer, 2018).

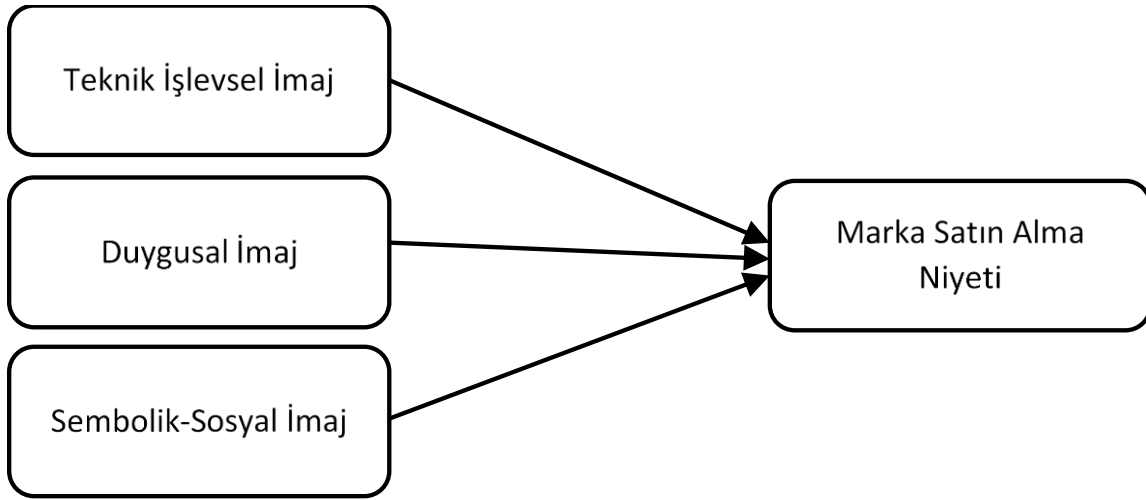
Hipotezlerin Geliştirilmesi

Ateş (2019) çalışmasında Konya ilinde faaliyet gösteren seyahat acentelerinden uçak bileti satın alan bireylerin marka imajına yönelik algılarının satın alma tercihlerine etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda havayolu işletmelerinin markalaşmasının satın alma tercihlerinde etkisi olduğunu bulgulamıştır. Onurlubaş ve Altunışık (2019) gıda tüketicileri üzerine yapmış oldukları çalışmada marka imajının satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Yazarların çalışması her ne kadar farklı bir sektör üzerine olsa da bu çalışmada kullanılan iki değişkeni kullandıkları için çalışma için bir referans olarak gösterilmektedir. Keskin ve Dölerslan (2020) çalışmalarında sponsor ürünleri satın alma niyetinde yıldız sporcu marka imajının etkisini incelemiştir. Ayrıca taraftar kimliğini aracı değişken olarak kullanmışlar ve sonuç olarak taraftar kimliğinin yıldız sporcu marka imajı ve sponsor ürünleri satın alma niyeti arasında kısmi aracı etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Torlak, Doğan ve Özkara (2014) çalışmalarında marka imajının marka bağlılığına olan etkisini araştırmışlar ve sonuç olarak bir etki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Atıgan ve Yükselen (2018) marka imajının tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. Öğrenciler üzerine yapılan çalışmada marka imajı ile tüketici satın alma niyeti arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Shafiee vd. (2014) çalışmalarında marka imajını teknik-işlevsel, duygusal-hissel, sembolik-sosyal olmak üzere bu çalışmada olduğu gibi üç alt boyutta ele almışlar ve marka imajının satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Örneklem olarak ise İran'da faaliyet gösteren havayolu işletmelerini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda havayolu müşterileri için marka imajının satın alma niyeti üzerinde önemli bir rol oynadığını tespit etmişlerdir. Bu çalışmada ise Türkiye özelinde benzer durum araştırılmaktadır. Bu bağlamda şu hipotezler geliştirilmiştir;

H1: Teknik-işlevsel imaj müşterilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H2: Duygusal-hissel imaj müşterilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.

H3: Sembolik-sosyal imaj müşterilerin satın alma niyetini pozitif yönde etkiler.



Görsel 1: Araştırma Modeli

YÖNTEM

Tüketici satın alma davranışları üzerine etkisi yadsınamaz unsurlardan birisi de işletmelerin tüketici nazarındaki imajıdır. Bu bağlamda işletmeler kendilerine stratejik kararlar almada yardımcı olan PİAR çalışmalarıyla marka ve firma imajını artırmak isterler. İşletmeler öncelikle tüketici açısından kendi markalarının imajını bilmek durumundadır. İşletmelere tüketici gözünden kendi imajlarını görme olasılığı sağlayan araştırmalar elbette vardır. Ancak konu ne kadar farklı yönlerden irdelenirse diğer araştırmalar tarafından sorgulanmayan ve işletmelere veri sağlayan kaynak sayısı o denli artacaktır. Literatürde farklı bir bakışı sağlaması amaçlanan bu araştırmanın temel amacı havayolu müşterilerinin marka imajı algılarının marka satın alma niyetine etkisini belirlemektir. Bu bağlamda araştırmanın evrenini Türkiye'de

seyahatlerinde ulaşım araçlarından havayolunu tercih eden bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın evreninin tamamına ulaşmanın mümkün olmaması nedeniyle evren içerisinde örneklem seçme yolu tercih edilmiştir. Roche tarafından sağlıklı bir veri elde edilebilmesi adına sınırsız evrenler için önerilen 384 (Özen ve Gül, 2007) sayısının üzerinde toplam 399 kişi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Söz konusu örneklem grubu ile yapılan çalışmada araştırma verileri 10.03.2022-20.05.2022 tarihleri arasında basit tesadüfi örneklem metodu çerçevesinde çevrimiçi ortamda toplanmıştır. Veri toplamak için İstanbul Rumeli Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığından 20.05.2022 tarihinde 2022/04 toplantı ve 18 madde numaralı toplantıda etik kurul izni alınmıştır. Ölçek ifadeleri İngilizceden Türkçeye çevrilmesi sürecinde çevirmenlik hizmeti alınmış olup, daha sonra anlam kayması olup olmadığı kontrol edilmiştir. Ayrıca beş umanın görüşü alınarak ölçek ifadeleri nihai hale ulaştırılmıştır. Araştırmaya başlamadan önce 30 kişilik bir grup üzerinde anket formu sonuçları doğrulanmış ve ölçek ifadelerinin güvenilirlik skorları incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar bağlamında hiçbir ifade ölçekten çıkartılmadan araştırmaya başlanmıştır.

Anket formunda birinci bölümde katılımcıların yaşını, cinsiyetini, medeni durumunu ve eğitim düzeyini belirleyen sorulara yer verilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde teknik-işlevsel (TIMJ) marka imajını ölçmek için dört ifadeye (Malhotra, 2010; Shafiee vd., 2014), duygusal-hissel (DIMJ) marka imajını ölçmek için 3 ifadeye (Malhotra, 2010; Shafiee vd., 2014) ve sembolik-sosyal (SIMJ) marka imajını ölçmek için beş ifadeye (Malhotra, 2010; Shafiee vd., 2014) yer verilmiştir. Ayrıca marka satın alma niyetini (MSN) ölçmek için üç ifade (Yu, Lin ve Chen, 2013; Shafiee vd., 2014) kullanılmıştır. Ölçek ifadeleri "1" kesinlikle katılmıyorum ve "5" kesinlikle katılıyorum olarak beşli likert tipi yöneltmiştir.

Veri analizi sürecinde SPSS ve Amos istatistik programlarından faydalanılmıştır. Marka imajı boyutlarının faktör yüklerinin belirlenmesi ve model uyum iyiliği skorlarının elde edilmesi için Amos istatistik programı kullanılırken, dağılım normalliği, demografik bulgular, ölçek güvenilirlik skorları ve hipotezlerin testi aşamalarında SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Hipotez testi aşamasında çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma modelinde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerinde etki düzeyi incelendiği için çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizinde marka imajı alt faktörleri bağımsız değişken olarak kullanılırken, marka satın alma niyeti bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Ölçek ifadelerinin -1,5 ile +1-5 arasında basıklık ve çarpıklık değerlerine sahip olması nedeniyle (Tabachnick ve Fidell, 2013) parametrik testler için kullanılan analiz grupları kullanılmıştır. Ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik sonuçları bulgular kısmında detaylı olarak açıklanmaktadır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetleri incelendiğinde, %51'i erkek ve %49'u kadındır. Yaş dağılımı incelendiğinde %22'si 45-54, %20'si 35-44, %19'u 18-24, %17'si 25-34, %13'ü 55-64 ve %7'si 65 yaş ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcıların medeni durumuna bakıldığında %45'i evli ve %55'i bekar. Eğitim durumu incelendiğinde ise %34'ü lisans, %19'u lise, %16'sı yüksek lisans ve ön lisans, %6'sı ise ilköğretim ve doktora mezundur.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Demografik özellikler		N	%
Yaşınız	18-24	77	19,3
	25-34	68	17,0
	35-44	83	20,8
	45-54	89	22,3
	55-64	54	13,5
	65 yaş ve üzeri	28	7,0
Cinsiyet	Erkek	205	51,4
	Kadın	194	48,6
Medeni durumu	Evli	181	45,4
	Bekar	218	54,6

Eğitim	İlkokul	27	6,8
	Lise	76	19,0
	Ön lisans	67	16,8
	Lisans	138	34,6
	Yüksek lisans	67	16,8
	Doktora	24	6,0

Araştırmada kullanılan marka imajı ölçeği ve marka satın alma niyeti ölçeklerinin analiz aşamasından önce yapı geçerliliğini belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirliğini belirlemek için Cronbach Alpha analizleri uygulanmıştır. Faktör yükleri 0,50'nin üzerinde olması nedeniyle (Büyüköztürk, 2002) ölçeklerden herhangi bir ifade çıkartılmamıştır. Ayrıca model uyum iyiliği değerleri (NFI=0,911, CFI=0,950, GFI=0,942, $X^2/df=2,000$, RMSEA=2,171) iyi olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Sonuçları

Ölçek ifadeleri			Faktör Yükleri	Cronbach Alpha
Türkiye'deki havayolu şirketleri, hava yolculuğu için iyi bir seçim olarak kabul edilir.	<---	TIMJ	,590	,687
Türkiye'deki havayolu şirketleri, bir uçaktan ne bekleniyorsa onu yapıyor	<---	TIMJ	,570	
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçakların özellikleri hakkında olumlu algılarım ve inançlarım var.	<---	TIMJ	,643	
Türkiye'deki havayolu şirketlerinin rakiplerine göre uçaklarının avantajı ve üstünlüğü var.	<---	TIMJ	,592	,635
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçaklar heyecan verici ve çekici (uçakla seyahat etmenin keyfi)	<---	DIMJ	,637	
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçaklara ilgi duyuyor ve ona karşı olumlu duygular taşıyorum.	<---	DIMJ	,606	
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçaklar güzel, lüks ve pürüzsüz	<---	DIMJ	,583	,696
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçaklar başkalarının gözünde olumlu bir imaj yaratır.	<---	SIMJ	,539	
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçaklar kişiliğime ve benliğime uyar	<---	SIMJ	,544	
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçaklar sınıfıma ve sosyal statüme uygun	<---	SIMJ	,609	,704
Türkiye'deki havayolu şirketlerinin hizmetleri kullanıcılarına olumlu izlenim verir	<---	SIMJ	,586	
Türkiye'deki havayolu şirketleri ülkeye yönelik olumlu tutuma sahiptir	<---	SIMJ	,574	
Tekrar uçakla seyahat etmem gerekirse Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçakları diğer firmalara tercih ederim.	<---	MSN	,664	,704
Türkiye'deki havayolu şirketlerine ait uçakları diğer şirketlere tercih etmek için yeterince nedenim var	<---	MSN	,640	
Genel olarak, bence Türkiye'deki havayolu şirketlerinin hizmetlerini kullanmaya karar vermek uygun bir karardır.	<---	MSN	,698	

Ölçeklerin güvenilirlik skorları incelendiğinde 0,60'm üzerinde ve yeterli (Karagöz, 2014) olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle Türkiye bağlamında havayolu taşımacılığı yapan şirketlerin yolcu için doğru seçim olduğu, beklenen hizmet kalitesini karşıladığı uçaklarla ilgili olumlu algılara sahip olduğu, rakiplere göre araç filosunda üstünlük sahibi olduğu, mevcut araçların seyahat keyfi sunduğu, Türk havayolu şirketlerine ilgi duyulduğu, uçakların müşteri statüsüne uygun bulunduğu, havayolu şirketlerinin ülke imajına olumlu katkı sağladıkları gözlenmiş ve bu bağlamda ölçeklerden herhangi bir ifade kaldırılmamıştır. Mevcut

haliyle çalışmaya devam edilmiştir. Araştırma hipotezlerinin test edilmesi için regresyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3’te detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 3: Regresyon Analizi Sonuçları

Hipotezler	β	S. Hata	t-değeri	p-değeri
Sabit		,142	3,073	,002
H1 (TIMJ)	,180	,053	3,608	,000
H2 (DIMJ)	,265	,054	4,996	,000
H3 (SIMJ)	,386	,056	7,353	,000
R ² =0,564			F=170,593	

Bağımlı değişken= marka satın alma niyeti

Araştırma sonuçları incelendiğinde teknik marka imajının ($\beta=0,180$, $t=3,608$), duygusal marka imajının ($\beta=0,265$, $t=4,996$) ve sembolik marka imajının ($\beta=0,386$, $t=7,353$) marka satın alma niyetin üzerinde pozitif yönde etkisini bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni üzerindeki etki gücü %56 olarak hesaplanmıştır. Bağımsız değişkenlerden marka satın alma niyeti üzerinde en yüksek etkiyi gösteren “sembolik marka imajı” olurken, ikinci sırada ise “duygusal marka imajı” yer almıştır. Bunları ise “teknik marka imajı”nın izlediği gözlenmiştir. Bu durumda müşteri satın alma tercihi aşamasında işletmelerin sembolik marka imajının ön plana çıktığı ve müşterinin seyahatinde sembolik marka imajını değerlendirerek tercihte bulunduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada havayolu müşterilerinin marka imaj algılarının marka satın alma niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda toplamda Türkiye’de havayolu müşterisi olan 399 bireye anket formu aracılığıyla marka imajı ve marka satın alma niyeti ölçek ifadeleri beşli likert olacak şekilde sorulmuştur. Araştırmada marka imajı ölçeği; teknik, duygusal ve sembolik olmak üzere üç alt faktör olarak değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre havayolu müşterilerinin teknik marka imajı, duygusal marka imajı ve sembolik marka imajı algıları marka satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

Teknik-işlevsel marka imajının marka satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Tüketiciler, marka için akıllarında kalan tüm bilgileri kullanarak o markaya dair bir imaj yaratmaktadırlar. Keller (1193, s. 51) Yaşadıkları deneyim çok önemli görülmektedir. Buradan hareketle bireylerin Türkiye’de faaliyet gösteren havayolu firmalarını iyi bir seçim olarak gördüğü ve sonraki uçuşlarında yine tercih etmek istemelerinde bu durumun önemli bir etmen olduğu söylenebilir. Ayrıca havayolu müşterileri havayolu şirketlerinden talep ve istekleri yönünde hizmet aldıklarını ve bu hizmetin sonucunda tekrar aynı şirketleri kullanmak istediklerini belirtmektedirler. Son olarak havayolu müşterileri Türkiye’de seçtikleri firmaların küresel düzeyde rekabet güçlerini yüksek gördükleri ve firmalar hakkında olumlu algılara sahip oldukları için tekrar satın alma niyetine sahip olduklarını ifade etmektedirler. Tüm bu sonuçlar havayolu firmalarının hizmet anlayışında iyi bir yolda olduğunu göstermektedir. Tüketici gözüyle bakıldığında, havayolu firmaları güncelliği yitirmeden ve istikrarı koruyabildiklerinde, marka olarak da sürdürülebilirliği yakalayabilirler. Özellikle müşterileri odağa aldıkları ve tatminkar hizmetler sunabildikleri görüşü kabul görmektedir.

Duygusal-hissel marka imajının marka satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle havayolu müşterileri için Türkiye’de havayolu firmaları ile seyahatin çekici olduğu, olumlu yönde duygu beslediği ve uçakların pürüzsün bir hizmet anlayışına sahip olduğu, bu bağlamda müşterilerin tekrar satın alma niyetinde bu etmenlerin etkili olduğu gözlemlenmektedir. Özet olarak havayolu müşterileri ile havayolu firmaları arasında Türkiye’de duygusal bir bağ geliştirildiği söylenebilir. Bu durum havayolu firmalarına uzun vadede karlılık durumu ve müşteri etkileşimi için oldukça avantaj sağlamaktadır.

Sembolik-sosyal marka imajının marka satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Müşteri açısından satın alma tercihinde ilk olarak değerlendirilen sembolik marka imajı işletmelerce öncelik verilmesi gereken bir konu olarak ön plana çıkmıştır. Buradan hareketle Türkiye’ye ait havayolu firmalarının havayolu müşterilerinin görüşüne göre insanlar üzerinde olumlu bir etkisi olduğu için tekrar seyahat etmeye değer görülmesi dikkate değerdir. İnsanlar ayrıca bu firmaların kişilik ve benliklerine

uyumlu olması, sosyal statülerine uygun olması, olumlu izlenim yaratması ve olumlu tutuma sahip olmaları nedeniyle tekrar seyahat için pozitif yönde niyet geliştirmelerini sağladığını ifade etmektedirler. Tüm bu nedenler göstermektedir ki, insanların gözünde Türkiye’de havayolu firmaları sosyal açıdan pozitif bir algıya sahiptir. Markalaşma konusunda iyi bir konumda oldukları söylenebilir.

Ali, Perumal ve Shaari (2020) Pakistan özelinde yapmış oldukları çalışmada havayolu imajının tekrar satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı bir aracılık etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Kusumaningrum vd. (2018) Endonezya özelinde yapmış oldukları çalışmada marka imajının satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Shafiee vd. (2014) İran havayolu sektörü üzerinde yapmış oldukları çalışmada marka imajının alt faktörlerinin marka satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Alanyazında farklı ülke havayolu sektörlerinde yapılan çalışmalarla mevcut araştırma karşılaştırıldığında benzer sonuçlara ulaşıldığı gözlemlenmektedir.

Bu araştırma ilkbahar döneminde uçuş gerçekleştiren 399 havayolu müşterisiyle sınırlandırılmıştır. Bundan sonraki araştırmalarda farklı mevsimlerde uçuş gerçekleştiren havayolu müşterileri araştırmaya dahil edilebilir. Araştırmada yapılan seyahatler yurtiçi veya yurtdışı olarak ayrıştırılmamıştır. Gelecek çalışmalarda ayrımı yapılarak değerlendirmeye gidilebilir. Araştırma modelinde marka imajı ve satın alma niyeti değişkenleri kullanılmış olup, bundan sonraki araştırmalarda kurumsal imaj, marka bağlılığı veya sadakati gibi unsurlar da eklenebilir. Son olarak Türkiye’de faaliyet yürüten firmalar ayrıştırılarak da sonuçlar incelenebilir.

KAYNAKLAR

- Aktuğlu I.K. (2014). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayıncılık.
- Ali, J., Perumal, S., & Shaari, H. (2020). Application of the stimulus-organism-response model in the airline industry: examining mediating role of airline image in repurchase intention. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 981-989.
- Ateş, A. (2019). Havayolu şirketlerinde markalaşmanın iç hat yolcularının havayolu tercihleri üzerinde etkileri: Konya ili araştırması. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(1), 56-69. DOI: <https://10.31771/jrtr.2019.15>
- Atıgan, F., & Yükselen, C. Marka tutumu ile imajının marka değeri ve güveni yaratılmasındaki rolü, tüketicinin satın alma niyeti üzerindeki etkileri. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 35-53.
- Bruce, D., & Harvey, D. (2010). *Brand Enigma: Decoding the Secrets of Your Brand*. John Wiley & Sons.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Chen, C. F. (2008). Investigating structural relationships between service quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for air passengers: Evidence from Taiwan. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(4), 709-717.
- Chen, H. S., & Hsieh, T. (2011). The effect of atmosphere on customer perceptions and customer behavior responses in chain stores supermarkets. *African Journal of Business Management*, 5(24), 10054-10066.
- Dirsehan, T., & Kurtuluş, S. (2018). Measuring brand image using a cognitive approach: Representing brands as a network in the Turkish airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 67, 85-93.
- Endrizalová, P. D. E., Novák, P. D. M., Němec, V., Tilšar, M., & Szabo, S. (2018). Brand Design as the Part of the Airlines Marketing Strategy. *5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Art SGEM*, Çek Cumhuriyeti. (ss.1-8).

- Hussain, R. (2016). The mediating role of customer satisfaction: evidence from the airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Emerald publishing.
- İmrak, S. (2015). Marka kişiliğinin; Marka imajı, genel memnuniyet ve sadakat üzerindeki etkisi ve cam ev eşyası sektörü üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3).
- Karagöz Y. (2014). *SPSS uygulamalı biyoistatistik*, 1.Baskı. Nobel Yayıncılık.
- Keller, K.L. (1993), *An Application of Keller's Brand Equity Model in A B2B Context*, *Qualitative Market Research: An International Journal* 11(1),p.40-58.
- Kement, Ü., & Güçer, E. (2018). Consumers' Environmentally Friendly Recreational Behaviours in Recreational Activities: Camping Sample. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 772-793.
- Keskin, F., & Dölarslan, E. Ş. (2020). Sponsor ürünleri satın alma niyeti oluşumunda yıldız sporcu marka imajı ve taraftar kimliğinin etkisi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 413-442. DOI: <https://10.15659/ppad.13.2.249>
- Kocagöz, E., & Dursun, Y. (2010). Algılanan davranışsal kontrol, Ajzen'in teorisinde nasıl konumlanır? Alternatif model analizleri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*, 2010(2), 139-152.
- Kossmann, M. (2017). *Delivering excellent service quality in aviation: a practical guide for internal and external service providers*. Londra; Routledge.
- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Social marketing: Influencing behaviors for good*. Sage Publication.
- Kusumaningrum, M., Fadillah, A., Warsito, T., & Octora, Y. (2018). Service performance, brand image and repurchase intention a study comparison of Citilink and Lion Air Airlines. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 1, 773-781.
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*, Pearson Education, London.
- Marangoz, M. (2007). Effects of Brand Equity Perceptions on The Brand Extension. *Ege Academic Review*, 7(2), 459-483.
- Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama ilkeleri*. 13. Basım, Türkmen Kitabevi, 172-173.
- Onurlubaş, E., & Altunışık, R. (2019). Tüketici etnosentrizmi ve marka imajının satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Gıda tüketicileri üzerine bir uygulama. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 277-307.
- Özen Y. ve Gül A. (2007), Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-Örneklem sorunu. *Erzincan Üniversitesi, KKFD*, S:15.
- Pramudya, A. K., Sudiro, A., & Sunaryo, S. (2018). The role of customer trust in mediating influence of brand image and brand awareness of the purchase intention in airline tickets online. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(2), 224-233.
- Raggio, R. D., & Leone, R. P. (2007). The theoretical separation of brand equity and brand value: Managerial implications for strategic planning. *Journal of Brand Management*, 14(5), 380-395.

- Roscoe, J.T. (1975) *Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences*, 2nd edition. New York: Holt Rinehart & Winston.
- Selvi, M.S., (2007). *Marka yönetimi*. Detay Yayıncılık, 1.Baskı.
- Shafiee, M. M., Sanayei, A., Shahin, A., & Dolatabadi, H. R. (2014). The role of brand image in forming airlines passengers' purchase intention: study of Iran aviation industry. *International Journal of Services and Operations Management*, 19(3), 360-376.
- Sondoh, S.L., Omar, M.W., Abdul Wahid, N., Ismail, I., & Harun, A. (2007). The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic, *Asian Academy of Management Journal*, 12(1), 83-107.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of current issues & research in advertising*, 26(2), 53-66.
- Swaminathan, V., Sorescu, A., Steenkamp, J. B. E., O'Guinn, T. C. G., & Schmitt, B. (2020). Branding in a hyperconnected world: Refocusing theories and rethinking boundaries. *Journal of Marketing*, 84(2), 24-46.
- Şahin, F., & Alkaya, A. (2017). Tüketicilerin çevrimiçi şikâyet kanallarını kullanımına yönelik davranışlarının: teknoloji kabul modeli ve planlı davranış teorisi bütünleşik modeli bakış açısı ile incelenmesi. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4),
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (Altıncı baskı), Pearson.
- Torlak, Ö., Doğan, V., & Özkara, B. Y. (2014). Marka farkındalığı, marka imajı, markadan etkilenme ve markaya güvenin marka bağlılığı üzerindeki görece etkilerinin incelenmesi: Turkcell örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 9(1), 147-161.
- Tosun, N.B. (2020). *Marka yönetimi*. 4. Baskı, Beta..
- Tüm, Y. (2018). *Havayolu taşımacılığında kurumsal imaj ve etik algıların yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkileri: İlişki kalitesinin düzenleyici rolü*, Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Vuran, Y. & Afşar, A. (2016). İşletmelerde marka ve marka stratejiler. *International Journal of Academic Value Studies*, 2016(6), 28-39
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31), 55-65.
- Yaraş, E. (2005). Tüketicilerin Pazarlama Kararları ve Marka Değeri Algılamalarına Göre Kümeler Halinde İncelenmesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 349-372.
- Yodpram, S., & Intalar, N. (2020). Conceptualizing WOM, Brand Image, and Brand Attitude on Consumer's Willingness to Pay in the Low-Cost Airline Industry in Thailand. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute Proceedings*, 39(1), 27.
- Yu, C.C., Lin, P.J. & Chen, C.S. (2013). How brand image, country of origin, and self-congruity influence internet users' purchase intention, *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 41(4), 599-611.

Etik Beyanı

Bu çalışmada veri toplanabilmesi için İstanbul Rumeli Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığından 20.05.2022 tarihinde 2022/04 toplantı ve 18 madde numaralı kararınca etik kurul izni alınmıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

“Marka İmajının Marka Satın Alma Niyetine Etkisi: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Havayolu İşletmeleri Üzerinde Bir İnceleme” başlıklı makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur.

Yazar Katkı Oranı:

Çalışmaya 1. Yazar: % 100 oranında katkı sağlamıştır.

5, 6. VE 7. SINIF SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİM PROGRAMI KAZANIMLARININ VE DERS KİTAPLARININ KÜLTÜR OKURYAZARLIĞI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Meltem Elif ÇELİK¹, Selma GÜLEÇ²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1247497

Makale Geçmişi:

Geli 04.02.2023

Kabul 29.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Kültür,

Kültür Okuryazarlığı,

Sosyal Bilgiler,

Ders Kitapları.

ÖZ

Kültür bir toplumun nesilden nesile aktardığı gelenek, görenek, mimari yapı ve yaşam şeklidir. Kültür okuryazarlığı ise bireylerin kültürü yansıtan değerleri, unsurları tanımalarını, sahiplenmesini sağlar. Kültürü anlama, yaşama, sahip çıkma öğrenimi ailede başlar okullarda devam eder. Eğitim ve öğretimin temel amaçlarından biri de toplumun kültürünü bireylere aktarmak ve onları topluma katılmaya hazır hale getirmektir. Okulların kültür aktarımını ve kültür okuryazarlığını sağlamasının önemli yollarından biri de ders kitaplarıdır. Bu araştırmanın amacı 5., 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler öğretim programı kazanımlarının ve ders kitaplarının kültür okuryazarlığı açısından incelenmesidir. Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan doküman incelemesi deseni benimsenmiştir. Veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. Çalışma sonucunda sosyal bilgiler ders kitaplarında kültür okuryazarlığına ilişkin kazanımların Birey ve Toplum, Kültür ve Miras ve Küresel Bağlantılar öğrenme alanlarında yer aldığı ve kültürel kavramların en çok 6. sınıf düzeyinde geçtiği görülmektedir. 5 ve 6. sınıf düzeyinde en fazla kavramın Kültür ve Miras; 7. sınıfta ise Kültür ve Miras ve Küresel Bağlantılar öğrenme alanında yer aldığı görülmüştür. Sonuç olarak sosyal bilgiler ders kitaplarının kültür okuryazarlığını kazandırma düzeyinde yeterli olduğu ancak el sanatları türlerinin ders kitabında yeterince yer almadığı tespit edilmiştir ve bu doğrultuda öneriler geliştirilmiştir.

EXAMINATION OF 5TH,6TH AND 7TH GRADE SOCIAL SCIENCES CURRICULUM OUTCOMES AND TEXTBOOKS IN TERMS OF CULTURE LITERACY

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1247497

Article History:

Received 04.02.2023

Accepted 29.08.2023

Keywords:

Culture,

Cultural Literacy,

Social Studies,

Textbooks.

ABSTRACT

Culture is the tradition, custom, architectural structure and way of life that a society transfers from generation to generation. Cultural literacy, on the other hand, enable individuals to recognize and own the values and elements that reflect the culture.

The aim of this study is to examine cultural literacy aspects within the the 5th, 6th and 7th grade social studies curriculum outcomes and textbooks in terms of cultural literacy. The social studies curriculum, which was updated and put into practice in 2018, was examined in terms of cultural achievements. After receiving approval from by the ministry of national education, the social studies textbooks taught in the 2022-2023 academic year were analyzed in terms of the frequency of including cultural concepts and the distribution of cultural concepts in learning areas. The data were analyzed by content analysis and shown in tables. As a result of the study, it is seen that cultural literacy acquisitions in social studies textbooks are included in the learning areas of individual and society, culture and heritage and global connections,. Notably cultural concepts are mostly at 6th grade level. Culture and heritage elements are at the 5th and 6th grade level; in the 7th grade, it was seen that he took part in the learning area of culture and heritage and global connections. As a result, it has been determined that social studies textbook adequately address the development of gaining cultural literacy, however the types of handicrafts are not sufficiently included in the textbook and suggestions have been developed for improvement.

¹Öğretmen, Milli Eğitim Bakanlığı, elifcendek@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-4850-2742

²Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Sosyal Bilgiler Eğitimi, sgulec@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8961-3975

Alıntılanak için/Cite as: Çelik, M.E. ve Güleç, S. (2023). 5.,6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler öğretim programı kazanımlarının ve ders kitaplarının kültür okuryazarlığı açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 756-775.

GİRİŞ

Kültür bir toplumun nesilden nesile aktararak asırlarca birtakım değişimlere uğrayarak devam ettirdiği değerlerin ve yaşam biçiminin genel adıdır (Polat, 2019, s. 357). Başka bir deyişle kültür, bir topluma ya da halka ait duygu, düşünce ve sanatsal yapıların tümüdür (Türk Dil Kurumu, 2022). Latince edere-cultura kökünden gelen kültür yetiştirmek, ikamet etmek gibi anlamlara sahiptir (Mejuyev, 1987). Bugünkü manada insanlardan geriye kalan mirastır (Akpınar ve Genç, 2016). Her toplumun kendine ait yaşatmaya çaba sarf ettiği kültürü vardır ve bu kültür içinde toplumun bireyleri anlam bulur (Kafadar ve Şan, 2021, s. 215). Toplumu temsil eden davranış örüntüleri kültür ile şekillenmektedir. Kültür sayesinde birey, devlet ve toplum bütünleşerek maddi manevi değerlerini muhafaza etmekte, toplumun ilerlemesi, dayanışma, adalet, yardımseverlik gibi değerlerin gelişmesi sağlanabilmektedir (Öztürk, 1993; Akpınar ve Genç, 2016).

Kültür toplumların öz kimlikleriyle var olmasını sağlarken, gelişen teknoloji ve farklı toplumlar arasındaki ilişkilerin artması dünyanın küçük bir köy haline gelmesine ortam hazırlayan küreselleşme olgusunu ortaya çıkarmıştır (İbrahimoglu, 2018). Küreselleşme özellikle 21. yüzyılda dünyadaki herkesi etkisi altına alan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Polat, 2019, s. 360). Medya ve iletişim araçları küreselleşmenin toplum üzerindeki etkisini artırarak insanları olumlu veya olumsuz etkilemektedir (Gençalp, 2019, s. 54). Küreselleşme ile kültürler, yaşam biçimleri, tercihler de etkilenmekte ve bu durum kültürün ve kültür konularının irdelenmesini gerekli kılmaktadır (Kolaç, 2009, s. 19). Medyanın yoğun etkisine maruz kalan bireylerin kendi kültürlerini, kültürel unsurlarını tanıyıp bilmesi, değerlerinin farkında olması ve pasif alıcı olmak yerine kültürlerle ilişkin verilen mesajlara eleştirel ve sorgulayıcı yaklaşması önemlidir.

Bu noktada karşımıza kültürel okuryazarlık kavramı çıkmaktadır. Okuryazarlık temel anlamda okuma yazma becerisi olmasına rağmen günümüzde geniş bir anlam kazanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2022). Kültürel okuryazarlık toplumsal davranışların altında yatan gerçekleri, kültürdeki değişimleri anlayabilmeyi, analiz etmeyi, kültürü tehdit eden unsurları sorgulayabilmeyi içermektedir (Kafadar ve Şan, s. 215). Hirsch (1987) tarafından ortaya konulan kültürel okuryazarlık kavramı bireylerin kendi kültürlerinin yanında başka kültürlerin de yapısını anlayabilmesi ve empati kurabilmesidir. Bunun yanında kültürel okuryazarlık kültürlerin benzerlik ve farklılıklarını fark edip takdir edebilme becerisini de kapsamaktadır (Köksal, 2010; Zor, 2014). Kültür okuryazarı bir birey, kendi kültürünün yapısını anlar, kültürel unsurlarını başka kültürler ile kıyaslayabilir, kültürün canlı bir organizma gibi gelişip zamanla değiştiğini kavrayabilir (Karlı, 2016). Kültürünü eleştirel ve çok yönlü bakış açısıyla değerlendirebilir. Geçmiş, bugün ve gelecek bağlamında kültürünü analiz edebilir. Kültür bir buz dağına benzetilirse dağın görünen noktasında herkesin algılayabileceği giyim- kuşam, gelenekler, yemekler, müzikler vardır; ancak görünmeyen kısmında kültür okuryazarı bir bireyin algılayacağı bu farklılıkların yanı sıra toplumsal roller, değerler, batıl inançlar, toplum etkisiyle oluşan algılar bulunmaktadır (Western Sydney University, 2023). Bu açıdan kültür okuryazarı bireyin buz dağının arka kısmını da algılayabilmesi, buna yönelik tutum ve beceri geliştirmesi önemlidir.

Toplumun dönünde, bugününde ve yarınında meydana gelmiş ve gelecek kültürel değişimleri anlayıp, önlem alabilmenin yolu kültürel okuryazarlıktan geçmektedir (Yatkın Bozkurt, Özen ve Altunay, 2020, s. 151). Edebiyattan tarihe, sanattan, mimariye her türlü maddi ve manevi yapıların kültürle ilişkisi bulunmaktadır. Kültür okuryazarı bir birey bu alanlarda meydana gelen gelişme ve değişimleri anlayıp, yorumlayabilmede beceri kazanmaktadır. Kültür okuryazarı bireyler kültürel değerlerinin farkında olma, kültürdeki zaman içindeki değişimleri anlama, diğer kültürlerle benzerlik ve farklılıklarını analiz etme becerisine sahip olabilmektedir (Keith, 2020). Bu bağlamda kültürel okuryazarlık eğitimi ve nesillerin kültürün unsurlarını anlayabilen bireyler olarak yetişebilmeleri büyük önem arz etmektedir.

Kültür eğitimi ailede başlar, çevre ile gelişir ve okuldaki eğitim-öğretim faaliyetleriyle devam eder (Şahin, 2019). Kültürel farkındalık, okullarda dersler aracılığı ile oluşturulur. Sosyal bilgiler sosyal ve beşerî bilimlerin kaynaştırıldığı bir program olduğundan toplumun kültürünü, yaşam biçimini, değerlerini içerir, öğrencilerde kültürel farkındalığı arttırmaya yönelik amaçlar taşır (Gürel ve Çetin, 2018). Sosyal bilgiler dersinin ABD’de ortaya çıkmasının en önemli sebeplerden birisi olan yoğun göçler ve farklı kültürlerden insanların bir arada yaşama olgusu sosyal bilgiler dersine kültür aktarımı ve farklı kültürlerle saygılı vatandaşlar yetiştirme misyonunu da yüklemiştir (Atwood, 1982). Son dönemlerde meydana gelen sosyal, ekonomik gelişmeler, dünya genelinde ortaya çıkan insan hareketliliği, kültürel uyumu sağlama açısından programları da etkilemiştir (Memişoğlu ve Ilgıt, 2017). Sosyal bilgiler bu değişimlerden hareketle kültürün değişim ve sürekliliğini, geçmişteki ve şimdiki durumunu bütüncül bir şekilde sunmaktadır.

Dünya’da ve ülkemizde meydana gelen değişimler, bilgi birikiminin artması, toplumun ve bireyin beklentilerinin karşılanması amacıyla Sosyal Bilgiler Öğretim Programı’nda birtakım değişimlere gidilmiştir.

Sosyal bilgiler öğretim programı 2017’de değiştirilmiş olup 2018’de güncellenerek uygulamaya koyulmuştur (Demir ve Atasoy, 2018). Kazanım açısından program oldukça değişmiştir. 2005 ders programında 174 kazanım yer alırken 2018 öğretim programında genel düzeyde 131 kazanım yer almıştır. Sınıf bazında incelendiğinde 4. sınıfta 33, 5. sınıfta 33; 6. sınıfta 34, 7. sınıfta 31 kazanım mevcuttur (Kalaycı ve Baysal, 2020). Bu manada sosyal bilgiler öğretim programı kazanımlarının durumu ve sosyal bilgiler konularının işlenmesinde, kazanımlarının gerçekleşmesinde araç olarak kullanılan ders kitapları da büyük önem arz etmektedir.

İlk örneklerine eski Mısır’da rastlanan ders kitapları çocuklara yönelik olarak Batı’da 813 yılında yazılmış olup bir eğitim- öğretim materyali olarak kabul edilmiştir (Tenekeci ve Dursun, 2019). Bu tarihten sonra zaman içinde gelişen ders kitapları bir dersin öğretiminde kullanılmak üzere belirli düzey öğrenciler için bir öğretim programına uygun şekilde yazılmış olan araç haline almıştır (Gülersoy, 2013). İncelemesi ve onaylanmasının ardından kullanılmaya hazır olan ders kitapları eğitim- öğretim sürecinin önemli ve büyük ölçüde kullanılan kaynağıdır (Demir ve Atasoy, 2018). Sosyal bilgiler ders kitaplarının içerdiği konular ve kavramlar ile sosyal bilgilerde yer alan kültür okuryazarlığına yönelik amaçlar gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda sosyal bilgiler dersi kazanımlarının ve ders kitaplarının kültür okuryazarlığı açısından incelenmesi önem arz etmektedir. Her sınıf düzeyinde olmak üzere ders kitapları öğretimde etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bundan dolayı hem sosyal bilgiler öğretim programı kazanımları hem de ortaokul kademesinde kullanılan sosyal bilgiler 5, 6 ve 7. sınıf ders kitapları incelemesi kültür okuryazarlığının durumunu analiz etme açısından öneme sahiptir.

Literatür incelendiğinde sosyal bilgiler programının kültür aktarımındaki rolünü inceleyen çalışmalar (Çengelci, 2012; Gürel ve Çetin, 2018; Çulha, 2009, Pehlivan ve Kolaç, 2016); kültüre ilişkin öğretmen adaylarının ve öğretmenlerin görüşlerinin incelendiği çalışmalar (Deveci, 2009; Akpınar ve Cantürk, 2021; Aslan, 2017, İbrahimoglu, 2018); kültüre ilişkin öğrenci görüşlerinin incelendiği çalışmalar (Kılcan ve Akbaba, 2013; Ünlü, 2012; Arıkan, 2012) bulunmaktadır.

Uluslararası literatürde, kültür okuryazarlığına ilişkin program geliştiren çalışmalar (Flinders, David, 1996; Eaglestone, 2021); kültürel okuryazarlığın diğer alanlar ile ilişkisini inceleyen çalışmalar (Kelleher, 2002); kültür okuryazarlığına ilişkin ders kitabı ve yöntem hazırlamaya yönelik çalışmalar (Sujastika ve Abdulkarim, 2021; El Naggar, 2020), üniversite öğrencilerinin kültürel yeterliliğini ve kültür okuryazarlığı durumlarını inceleyen çalışmalar (Fravell, Thackrah ve Hoffman, 2013) bulunmaktadır.

Bu alanda yüksek lisans ve doktora tezleri de YÖK tez merkezi üzerinden tarandığında sosyal bilgiler dersinde kültür konusunda toplam 18 çalışma olduğu ve bu çalışmaların daha çok *Kültür ve Miras* öğrenme alanındaki kavramlara yoğunlaştığı görülmüştür (Toksoy, 2022; Güvenç, 2022; Madebun, 2022; Cantürk, 2020; Gürsoylar, 2019; Tekkök, 2019; May, 2019; Sertkaya, 2010). Yine Güleç ve Hüdavendigâr’ın (2020) sosyal bilgilerde okuryazarlık konusu altında yüksek lisans ve doktora tezlerini inceledikleri çalışmalarında çeşitli okuryazarlık türlerine rağmen kültür okuryazarlığı konusunda tez olmadığı görülmüştür. Zor (2014) görsel sanatlar dersinde kültürel okuryazarlığın önemini incelemiştir. Kültürel okuryazarlık kavramı pek çok ülkede çalışılan ve pek çok alana bağlantısı kurulan bir kavramken ulusal literatürde Göçer ve Ökten’in 2022’de Türkçe öğretimi açısından ele aldığı ve Zor’un görsel sanatlar açısından incelediği çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal bilgiler açısından kültür okuryazarlığı kavramı önemlidir. Uluslararası literatürde sosyal bilgilerde kültür okuryazarlığının durumunu inceleyen çalışmalar House, Emmer ve Lawrence, 1991; Flinders, 1996; Helms, Trejo ve Fultz, 2012; Septinai ve Maftuh, 2020; Eguz, 2021; Dere ve Ateş, 2022; Setemen, Widiana ve Antara, 2023) mevcuttur. Bu çalışmalar sosyal bilgilerde kültür okuryazarlığının durumunu, program, öğrenci durumu gibi değişkenler açısından incelemiştir. Ulusal literatürde de sosyal bilgiler açısından doğrudan kültürel okuryazarlığın ele alındığı çalışmalar sınırlı da olsa mevcuttur. Bu konuda Kafadar ve Şan’ın (2021) kültürel okuryazarlık kavramına yönelik öğretmen adaylarının görüşlerini araştırdıkları çalışmaları ve Dündar ve Kızık’ın (2023) sosyal bilgiler öğretmenlerine göre kültür okuryazarlığı durumunu tespit ettikleri araştırmaları bulunmaktadır.

Literatürde sosyal bilgiler ders kitaplarının kültür okuryazarlığı bağlamında incelendiği bir çalışma olmadığı görülmüştür. Bu çalışmanın amacı literatürdeki eksikliğe dayanarak Sosyal Bilgiler Öğretim Programının kültüre ilişkin kazanımlarını ve ortaokul seviyesinde kullanılan 5, 6 ve 7. sınıf ders kitaplarını kültürle bağlantılı kavramlar açısından inceleyerek ders kitaplarının kültür okuryazarlığı açısından mevcut durumunu ortaya koymaktır. Kültürel kavramların sosyal bilgiler dersinin kazanımlarında nasıl yer aldığı ve ders kitaplarında ne kadar ele alındığını, hangi öğrenme alanlarında kavramların yoğunlaştığını ve kazanımlar ile kültürel kavramların uyuma durumunu tespit etmek amaçlanmıştır. Kültür okuryazarlığının ders kitabındaki durumunu ortaya koymak için başta kültür kavramı olmak üzere gelenek, görenek, bayram, tarih, din, dil, çini, ebru, hat, el sanatları, sanat, giyim, halk oyunları, yemekler, türkü, minyatür kavramları taranarak aşağıdaki problemlere cevap aranmıştır:

1. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda 5., 6. ve 7. sınıf düzeyinde kültüre ilişkin kazanımlarına yer verilme durumu nasıldır ?
2. 5., 6. ve 7. sınıf ders kitaplarında kültüre ilişkin kavramlara yer verilme durumu nasıldır ?
3. 5., 6 ve 7. sınıf ders kitaplarında geçen kavramların kültür okuryazarlığı yönünden öğrenme alanlarında/ünitelerinde dağılımı nasıldır?

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın deseni, veri kaynakları, verilerin analizi, inandırıcılık ve tutarlılık ve araştırmanın etik izni hakkında bilgi verilmektedir.

Araştırma Deseni

Bu çalışmanın amacı Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'nda yer alan kazanımları ve 5, 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitaplarını kültür okuryazarlığı bakımından incelemektir. Bundan dolayı çalışmada nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Nitel araştırmalar bir konuyu derinlemesine ve çok boyutlu ele almaya imkân veren bir modeldir (Karasar, 2016). Nitel çalışmalarda veriler mülakat, gözlem, anket ve doküman analizi ile toplanabilmekte ve bu yöntemler birlikte kullanılabilirdiği gibi tek başına da kullanılabilir (Çağlar ve Canbulat, 2021, s. 212). Doküman incelemesi veya belge inceleme resmi evrak, tutanak, mektup, ansiklopedi, günlük, ders kitapları gibi pek çok yazılı verinin incelenip analiz edilmesine fırsat vermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 187-189). Kültür okuryazarlığını kazandırma noktasında sosyal bilgiler öğretim Programı'nda yer alan kazanımların kültürle olan bağlantılarını tespit etmek ve ders kitaplarında kültürün hangi boyutlarına yer verildiğini belirlemek amacıyla sosyal bilgiler kazanımları ve ders kitapları incelenmiştir. Bu çalışmada hali hazırda 2022-2023 eğitim öğretim yılında kullanılmakta olan Milli Eğitim Bakanlığı'nca onaylanmış 5, 6 ve 7. sınıf düzeyinden birer adet olmak üzere 3 sosyal bilgiler ders kitabı belirlenmiştir.

Veri Kaynakları

Bu çalışmada 5, 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitaplarının kültür okuryazarlığı konusunda incelenmesi için ölçütler belirlenmiştir. Bu ölçütler şöyledir:

1. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda 5, 6 ve 7. sınıf düzeyinde kültüre ilişkin kazanımlara yer verilme durumu (doğrudan veya dolaylı) nasıldır?
2. Sosyal bilgiler ders kitaplarında kültürün unsurlarını oluşturan kavramlara (Kültür, gelenek, görenek, örf , adet, sanat, mimari, el sanatları, ebru, hat (hattat), çini, minyatür, halk oyunları, türkü, yemekler, dil, din, bayram, giyim, tarih) yer verilme durumu nasıldır?
3. 5, 6 ve 7. sınıf ders kitaplarında geçen kavramların (Kültür, gelenek, görenek, örf, adet, sanat, mimari, el sanatları, ebru, hat (hattat), çini, minyatür, halk oyunları, türkü, yemekler, dil, din, bayram, giyim, tarih) kültür okuryazarlığı yönünden öğrenme alanlarında/ünitelerinde dağılımı nasıldır?

Ölçütler belirlendikten sonra verileri belirleme aşamasına geçilmiştir. Öncelikle 2018'de yürürlüğe giren Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'ndaki kazanımlar tespit edilmiştir. Çalışmayı yürüten araştırmacılar tarafından okunduktan sonra önce kültürle ilgisi olan kazanımlar tespit edilmiştir. Kazanımların kültür ile ilişkisi doğrudan veya dolaylı olacak şekilde analiz edilmiştir. Bu aşamada bir doktor öğretim üyesi olan akademisyen ve alanda çalışan bir sosyal bilgiler öğretmeni tarafından kazanımların analizi gözden geçirilerek değerlendirmeleri araştırmacıların değerlendirmesiyle kıyaslanarak analiz teyit edilmiş ve çalışmacıların ve uzmanların görüş birliğinde olduğu görülmüştür. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından onaylanarak 2022-2023 yılında okutulmaya devam edilen 5., 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitapları tespit edilmiştir. 5. sınıf düzeyinde 2; 6. sınıfta 2; 7. sınıfta 2 olmak üzere 6 kitap olduğu görülmüştür. 5., 6. ve 7. sınıf için incelemek üzere olasılık temelli örnekleme yöntemlerinden seçkisiz örnekleme yöntemiyle incelenecek kitaplar belirlenmiştir. İncelenen kitaplara ilişkin bilgiler tablo 1'de sunulmaktadır. Seçkisiz örnekleme yöntemi tesadüfi olarak bir özellik beklentisi olmaksızın evreni temsil ettiği düşünülen bir örneklemin seçilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2004).

Tablo 1. Sınıf Düzeylerine Göre Belirlenen Ders Kitaplarına İlişkin İlişkin Bilgiler

Yazarlar	Kitap adı ve sınıf seviyesi	Yayınevi	Baskı yılı	Sayfa sayısı
Evirgen, Ö. F., Özkan, J. ve Öztürk, S.	5.sınıf sosyal bilgiler ders kitabı	Milli Eğitim Bakanlığı yayınları	2019	203

Yıldırım, C., Kaplan, F., Kuru, H. ve Yılmaz, M.	6.sınıf sosyal bilgiler ders kitabı	Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları	2019	277
Açıl, Ö., Güvenç, H., Hayta, A. ve Kılıç, S.	7. sınıf sosyal bilgiler ders kitabı	Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları	2019	243

İlgili literatür taranarak kültür okuryazarlığına ilişkin kavramlar belirlenmiş, ardından öncelikle sosyal bilgiler öğretim programı kültür okuryazarlığına ilişkin kazanımları açısından incelenmiştir. Kavramların niceliksel dağılımları, öğrenme alanları/ünitelere göre kitapta yer alma düzeyi belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

İçerik analizi, toplanan verilerin açıklanmasını kolaylaştıracak kavram ve ilişkilere ulaşılmasını sağladığından çalışmada içerik analizi kullanılarak dokümanlar çözümlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Sırasıyla verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanarak yorumlanması süreci takip edilerek analiz gerçekleştirilmiştir (Dilek, Baysan ve Öztürk, 2018). Ders kitaplarından ulaşılan veriler Excel ortamında analiz edilerek tablolar ile ifade edilmiştir. Her sınıf düzeyinde olmak üzere ders kitaplarından doğrudan alıntılama yoluyla kavramların nasıl ve ne amaçla kullanıldığı gösterilmiştir.

İnandırıcılık

Nitel çalışmalarda geçerlik ve güvenilirlik kavramları yerine inandırıcılık ve tutarlılık kavramları kullanılmaktadır (Lincoln ve Guba, 1985 Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu amaçla çalışmada inandırıcılık ve tutarlılığın sağlanması adına araştırma süreci detaylıca ve açık bir şekilde anlatılarak sunulmuştur. Konu bütünlüğünün sağlanması adına sosyal bilgiler alanında doktorasını tamamlamış bir doktor öğretim üyesi akademisyen ve sosyal bilgiler eğitimi mezunu olup görevine devam eden sosyal bilgiler öğretmeni tarafından okunmuştur. Bu sayede inandırıcılık sağlanmıştır. Nitel çalışmalarda iç güvenilirlik yerine kullanılabilen tutarlılık ise araştırma sürecinde tarafsız davranarak sonuca müdahale etmeden başından sonuna tutarlıca çalışmasını gerçekleştirmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). İnandırıcılığın ve tutarlılığın sağlanması ve çalışmanın güvenilirliğini artırma adına nitel çalışmalarda sıklıkla kullanılan Miles ve Huberman'ın görüş birliği ve görüş ayrılığı tespit eden formülü (Güvenirlik=Görüş Birliği/Görüş Birliği+Görüş ayrılığı) kullanılmıştır (1994). Sosyal bilgiler eğitimi alanında uzman iki kişi tarafından kategorilerin karşılaştırılması sonucu kategorilerin uyumu %96 çıkmıştır. Bu durum çalışmanın inandırıcılık ve tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın Etik İzni

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden dokümanlar aracılığı ile veriler elde edilmiş olup Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ile 5., 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitapları incelenmiştir. Çalışmada herhangi bir canlıya yönelik veri toplama süreci uygulanmadığından, insan ve hayvanların dâhil edildiği deneysel bir yöntem kullanılmadığından bu çalışmada etik kurul onay belgesine gerek bulunmamaktadır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda 5., 6. ve 7. Sınıf Düzeyinde Kültüre İlişkin Kazanımlara Yer Verilme Durumu

5., 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitapları ve sosyal bilgiler öğretim programları incelenerek kültüre ilişkin kazanımlar ortaya çıkarılmıştır (Polat, 2019, s. 381). Kazanımlar incelenirken doğrudan kültür ve kültürün öğelerini içeren kavramlara odaklanılmıştır. Yapılan incelemede kültüre ilişkin kazanımların Birey ve Toplum, Kültür ve Miras ve Küresel Bağlantılar öğrenme alanlarında olduğu görülmüştür. Üç öğrenme alanı ile ilgili veriler karşılaştırmalı olarak aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2. Birey ve Toplum Öğrenme Alanındaki Kültüre İlişkin Kazanımların Sınıf Bazında Dağılımı

Sınıf	Öğrenme alanı	Kazanım numarası	Kazanım	Kazanımın verilme şekli
5.	Birey ve Toplum	5.1.1	Sosyal bilgiler dersinin Türkiye Cumhuriyeti'nin etkin bir vatandaşı	Dolaylı (Sosyal bilgiler dersinin toplumun kültürünü tarihi

			olarak kendi gelişimine katkısını varlıklarını öğretmesi fark eder. (açısından)
6.	Birey ve Toplum	6.1.2	Sosyal, kültürel ve tarihi bağların toplumsal birlikteliğin oluşmasındaki yerini ve rolünü analiz eder.

Tablo 2’de görüldüğü üzere sadece 5 ve 6. sınıf sosyal bilgiler Programı’nda kültüre ilişkin kazanıma yer verilmiştir. 7. sınıfta ise kültürle doğrudan ya da dolaylı bağ kurulmadığı görülmektedir.

Tablo 3. Kültür ve Miras Öğrenme Alanındaki Kültüre İlişkin Kazanımların Sınıf Bazında Dağılımı

Sınıf	Öğrenme Alanı	Kazanım Numarası	Kazanım	Kazanımın verilme şekli
5.	Kültür ve Miras	5.2.1	Somut kalıntılarından yola çıkarak Anadolu ve kalıntılarından yola çıkarak Mezopotamya uygarlıklarının insanlık tarihine önemli katkıları fark eder.	Doğrudan
5.	Kültür ve Miras	5.2.2	Doğal varlıklar ile tarihi mekânları, nesnelere ve eserleri tanıtır.	Doğrudan
5.	Kültür ve Miras	5.2.3	Ülkemizin çeşitli yerlerinin kültürel özellikleriyle yaşadığı çevrenin kültürel özelliklerini karşılaştırarak bunların arasındaki benzer ve farklı unsurları belirler.	Doğrudan
5.	Kültür ve Miras	5.2.4	Kültürel öğelerin, insanların bir arada yaşamasını rolünü analiz eder.	Doğrudan
5.	Kültür ve Miras	5.2.5	Günlük yaşamdaki kültürel unsurların tarihi gelişimini değerlendirir.	Doğrudan
6.	Kültür ve Miras	6.1.2	Orta Asya’da kurulan ilk Türk devletlerinin coğrafi, siyasal, ekonomik ve kültürel özelliklerine ilişkin çıkarımlarda bulunur.	Doğrudan
6.	Kültür ve Miras	6.2.3	Türklerin İslamiyet’i kabulleri ile birlikte siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda meydana gelen değişimleri fark eder.	Doğrudan
6.	Kültür ve Miras	6.2.4	Türklerin Anadolu’yu yurt edinme sürecinde 11 ve 13. yüzyıllar kapsamında analiz eder.	Dolaylı (Türklerin bıraktıkları eserler açısından)
6.	Kültür ve Miras	6.2.5	Tarihi ticaret yollarının toplumlar arası siyasi kültürel ve ekonomik ilişkilerdeki rolünü açıklar.	Doğrudan
7.	Kültür ve Miras	7.2.4	Osmanlı Devleti’nde ıslahat hareketleri sonucu ortaya çıkan kurumlardan hareketle toplumsal ve ekonomik değişim hakkında çıkarımlarda bulunur.	Dolaylı (Dönemin mimari, giyim-kuşamı, yemekleri açısından)
7.	Kültür ve Miras	7.2.5	Osmanlı kültür, sanat ve estetik anlayışına örnekler verir	Doğrudan

Tablo 3 değerlendirildiğinde en fazla 5. ve 6. sınıf düzeyinde kültüre ilişkin doğrudan kazanımın yer aldığı söylenebilir. 7. Sınıf *Kültür ve Miras* öğrenme alanında ise kültüre ilişkin doğrudan ve dolaylı olarak iki kazanımın yer alması kültürle kültüre ilişkili yeterli bağlantıların kurulmadığına işaret edebilir.

Tablo 4. Küresel Bağlantılar Öğrenme Alanındaki Kültüre İlişkin Kazanımların Sınıf Bazında Dağılımı

Sınıf	Öğrenme Alanı	Kazanım Numarası	Kazanım	Kazanımın verilme şekli
5.	Küresel Bağlantılar	5.7.3	Turizmin uluslararası ilişkilerdeki önemini açıklar.	Dolaylı (Toplumların farklı Milletleri tanıyarak kültürel çeşitliliğin farkına varması açısından).
5.	Küresel Bağlantılar	5.7.4	Çeşitli ülkelerde bulunan ortak miras öğelerine örnekler verir.	Doğrudan
6.	Küresel Bağlantılar	6.7.1	Ülkemizin Türk cumhuriyetleri ve komşu devletlerle olan kültürel, sosyal, siyasi ve ekonomik ilişkilerini analiz eder.	Doğrudan
6.	Küresel Bağlantılar	6.7.3	Ülkemizin sahip olduğu siyasi, askeri, ekonomik ve kültürel özelliklere bağlı olarak uluslararası alanda üstlendiği rolleri analiz eder.	Doğrudan
6.	Küresel Bağlantılar	6.7.4	Popüler kültürün, kültürümüz üzerindeki etkilerini sorgular.	Doğrudan
7.	Küresel Bağlantılar	7.7.3	Çeşitli kültürlere yönelik kalıp yargıları sorgular.	Doğrudan
7.	Küresel Bağlantılar	7.7.4	Arkadaşlarıyla birlikte küresel sorunların çözümüne yönelik fikir önerileri geliştirir.	Dolaylı (Küresel sorunların göç ve terör gibi kültürü de etkilemesi açısından)

Tablo 4 incelendiğinde Küresel Bağlantılar öğrenme alanında kısmen diğer öğrenme alanlarında ise birbirine yakın sayılarda kültüre ilişkin kazanımlara yer verildiği söylenebilir. Yine en çok doğrudan kazanımın 6. sınıfta bulunduğu görülmektedir. Tablo 2, 3 ve 4'te genel olarak görüldüğü üzere kültüre ve kültürel okuryazarlığa ilişkin kazanımların *Birey ve Toplum*, *Kültür ve Miras* ve *Küresel Bağlantılar* öğrenme alanlarında olduğu görülmektedir. 7. sınıfın *Birey ve Toplum* öğrenme alanında kültüre ilişkin kazanım bulunmazken 5. ve 6. sınıf ders kitabının aynı öğrenme alanında kültüre ilişkin kazanım bulunmaktadır. Kültür 5. sınıf *Birey ve Toplum* öğrenme alanında dolaylı ele alınarak sosyal bilgilerin yaşadığı toplumun kültürünü, tarihi varlıklarını öğrencilere kazandırdığı vurgulanmıştır. 6. sınıf *birey ve toplum* öğrenme alanında ise dil, din, tarih, kültür gibi toplumu bir arada tutan değerlere fazlaca yer verildiği görülmüştür. Ancak 7. sınıf *Birey ve Toplum* öğrenme alanında kültüre vurgu yapılmadığı görülmüştür. Kazanım verilme şeklinin doğrudan olma düzeyi en fazla 6. sınıftadır. Bu durum kültür konularının özümsemesinde, yakından uzağa ve somuttan soyuta ilkeleri doğrultusunda kültürel kavramların sıralanması ile ilişkili olabilir. 7. sınıf düzeyinde ise kültürel konuların dolaylı yünden daha çok ele alındığı görülmektedir. Bu duruma 7. sınıf düzeyindeki öğrencilerin dolaylı mesajları anlama ve değerlendirme, konular arası ilişki kurma becerilerinin diğer düzeylerdeki öğrencilere göre daha gelişmiş olmasından ve sosyal bilgiler programının sarmal yapıya sahip olmasından kaynaklanabilir.

Kültür ve Miras öğrenme alanına ilişkin bir diğer bulgu ise sınıf seviyesi yükseldikçe kültür konularının daha tarihsel bir boyut kazandığı ve öğrencinin geçmişte yaşanan kültürü anlaması için kazanımların tarihle ilişkili olarak koyulduğudur. Bu durum yakından uzağa ve basitten karmaşığa ilkelerinden kaynaklanabilir. Öğrencinin sınıf seviyesi değiştikçe geçmiş ve bugün algısının oluşması, geçmişteki ve bugünkü farklılıklarını ve değişim, süreklilik kavramlarını anlamalarının kolaylaşması açısından konular yakın ve uzak tarihle ilişkili olarak verilmiş olabilir.

Küresel Bağlantılar öğrenme alanı tablosunda en fazla kazanımın 6. sınıf düzeyinde olduğu görülmektedir. 6. sınıf düzeyinde kazanımların tamamı doğrudan verilmiştir. Bu duruma öğrencilerin işlenen konudaki kültürel konuları doğrudan anlamalarının istenmesi ve konunun önemli görülmesi sebep olabilir. 5. sınıf düzeyinde "*uluslararası ilişkide turizmin önemini açıklar*" kazanımının, toplumların turizm sayesinde farklı kültürleri tanıyabilmesi, kendi kültürü ile farklı kültürler arasındaki benzerliği, farklılığı görebilmesi açısından bağlantısı bulunmaktadır. Kültürlerarası farklılık gözle görülüp, dil, konuşma gibi duyulabilen noktalar barındırdığından somuttur ve 5. sınıf öğrencisinin bu noktaları görmesi ve değerlendirmesi beklenmektedir. 7. sınıf düzeyinde ise kültürü dolaylı yünden işleyen iki kazanım bulunmaktadır. 7. sınıfta kazanımla ilgili küresel sorunların çözümü

konusu işlendikten sonra göç, açlık, terör gibi konuların kültürle olan ilişkisinin kurulabilmesi ve kültüre nasıl bir etkide bulunacağı öğrencilerin kültüre ilişkin çıkarım yapabilmesini sağlamasından ötürü kültürle kazanım dolaylı yönden bağlantılıdır.

5., 6. ve 7. Sınıf Ders Kitaplarında Kültüre İlişkin Kavramlara Yer Verilme Durumu

Araştırma sonucunda sosyal bilgiler ders kitaplarında kültürle ilişkili çeşitli kavramlara yer verildiği tespit edilmiştir. Kültür, gelenek görenek, örf adet, sanat, mimari, el sanatları, ebru, hat, çini, minyatür, halk oyunları, türkü, yemek, dil, din, bayram, giyim, tarih kavramları 5, 6 ve 7. sınıf düzeyinde sayılarak aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. Sayım yapılırken cevap anahtarları ve kaynakça köşeleri dâhil edilmemiştir.

Tablo 5. 5., 6. ve 7. Sınıf Düzeyinde Kültüre İlişkin Kavramların Yer Alma Sıklığı (Frekans -f) ve Oranı

Kavramlar	5. Sınıf f	6. Sınıf f	7. Sınıf f	Toplam f	Yüzdellik oran (%)
Kültür	145	159	20	324	22
Gelenek	18	26	4	48	5
Görenek	3	13	1	17	3
Örf	3	8	2	13	3
Adet	8	7	0	15	3
Sanat	20	28	20	68	7
Mimari	10	15	6	31	4
El sanatları	12	3	2	17	3
Ebru	0	0	6	6	2
Hat (hattat)	0	0	1	1	1
Çini	2	0	11	13	3
Minyatür	2	5	0	7	2
Halk oyunları	9	0	0	9	2
Türkü	12	0	0	12	2
Yemekler	18	13	6	37	4
Dil	8	42	12	62	6
Din	4	49	22	75	8
Bayram	20	12	6	38	4
Giyim	5	19	5	29	4
Tarih	101	93	28	222	12
Genel Toplam	400	492	152	1144	100

Yukarıdaki tablo 5 değerlendirildiğinde sosyal bilgiler ders kitaplarında kültüre ilişkin kavramların oldukça yoğun geçtiği söylenebilir. Bu durum için sosyal bilgiler ders kitaplarında toplumun kültürüne ve toplumda kültürel kimliğinin oluşmasına önem verildiği söylenebilir. Kültür kavramlarının en fazla işlendiği sınıf düzeyi 6. sınıf ders kitabıdır. *Birey ve Toplum* öğrenme alanı sayfa 17’de kültürün tanımı “*kültür, bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten beri değişerek devam eden, kendine özgü sanatı, inançları, örf ve âdetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır*” şeklinde yapılmıştır. Bu tanımda kültüre ve kültüre ilişkin pek çok kavrama yer verilerek kültürün içeriği hakkında bir çerçeve sunulduğu söylenebilir. Bundan ötürü 6. sınıf ders kitabında dil, din, gelenek, kültür gibi kavramlara diğer ders kitaplarından daha fazla yer verilmiş olabilir. En az kültürel kavramlar ise 7. sınıf düzeyinde geçmektedir. Kitaptan örnek vermek gerekirse *Birey ve Toplum* öğrenme alanı sayfa 22’de “*Kültür: Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan araçların bütünüdür.*”, şeklinde daha kısa ve öz bir şekilde diğer unsurlarla arasında olan bağa girmeden tanımlanmıştır. Bundan dolayı kültürel kavramların geçme sıklığı düşük olabilir.

El sanatları kavramı en fazla 5. sınıfta olmak üzere 6 ve 7. sınıf ders kitaplarında da yer almıştır. 5. sınıf *Kültür ve Miras* öğrenme alanı sayfa 51’de “Ülkemiz çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu sayede zengin bir kültüre sahiptir. Ülkemizin el sanatları, mimarisi, giysileri, müzikleri, yemekleri yöreden yöreye benzerlikler ve farklılıklar gösterir” şeklindeki gibi cümle içinde el sanatları kavramları geçirilmiş ve doğrudan tanımlaması verilmemiştir. El sanatları açısından çini, ebru ve hat kavramları diğer sınıf düzeylerinde hiç yer almazken yalnızca 7. sınıf düzeyinde ele alınmıştır. Örnek vermek gerekirse Çini 7. sınıf *Kültür ve Miras* öğrenme alanı sayfa 75’te “Çinicilik: Daha iyi duruma getirmek için yapılan değişikliktir. Fayans, porselen tabak, seramik gibi eşyaları süsleme işidir.” şeklinde; aynı öğrenme alanında sayfa 83’te Hat “Hüsn-i hat arap harflerinden doğarak İslâm medeniyetinde müstakil ve olağanüstü bir mevki kazanan güzel yazı sanatıdır. ”, şeklinde tanımlanmıştır. Bu durum diğer kitaplara göre el sanatlarına ilişkin kavramların geçme sıklığının fazla olması durumunu açıklamaktadır.

Genel manada 5. ve 6. sınıf sosyal bilgiler ders kitaplarında öğrencilere kültürü ve kültürün öğelerini daha fazla tanıtmayı amaçlandığı söylenebilir. 7. sınıf düzeyinde kültür kavramlarının daha çok tarihle ve sanatla ilişkili olarak ele alınması dikkat çekmektedir. Bu durum konunun basitten karmaşığa sıralanması ilkesiyle paralel olabilir. 5. sınıfta kültürün daha genel ve somut yanlarına vurgu yapılırken, 6. sınıfta toplumsal değerler ve milli kültür kavramları oldukça fazla vurgulanmıştır. 7. sınıfta ise kültürdeki değişimlerin tarihi bağlamda incelenmesi sağlanmış ancak kavram frekansı açısından fazla üstünde durulmamıştır. Bu konuda aşağıda 5, 6 ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitaplarından görsellere yer verilmiştir.



Şimdi Bursa'nın tarihî bir köyüne Cumalıkızık'a gidelim (Görsel 2.23). Bu şirin köyü tanıyarak buranın turistlerin akın ettiği bir yer hâline nasıl geldiğini, insanların buranın tanıtımı için neler yaptığını öğrenebiliriz.

Cumalıkızık 700 yıllık geçmişe sahip. Tarihî eserlerini ve doğal güzelliklerini halkın duyarlılığı sayesinde koruyabilmiş. Cumalıkızıklılar be-

leri turistlerin yararlanması için pansiyon, kafe ve restoranlara dönüştürmüşler. Köyde bulunan doğal varlıklardan yüzlerce yıllık çınar ağaçlarını da koruma altına almışlar. Zamanla köyde yetişen ürünlerin satışına başlamışlar. Ziyaretçilerin köydeki yaşam tarzını, örf ve âdeti görebilecekleri bir etnografya müzesi açmışlar. Halk tarafından bağışlanan eserlerle oluşturulan müzede geçmişte kullanılan aydınlatma ve ısıtma araç-

Görsel 1. 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı S.46’da Yer Alan Kültürümüze İlişkin Mimari Yapı Örneği

5. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında somut kavramların yanı sıra görsellerine de yer verilerek akılda kalıcılık pekiştirilmiştir.

Toplum, bireylerin bir kültür ve kimlik etrafında toplanmasıyla oluşur. Kültür, bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten beri değişerek devam eden, kendine özgü sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır. Türk toplumu olarak kültürel özelliklerimiz yani milli kültürümüz bizim milli kimliğimizdir. Kültürümüz, milletimizin her ferdi için "biz" duygusu ve düşüncesi etrafında birleştiren öğelerden oluşur. Kültürümüzü oluşturan din, dil, tarih, gelenek ve görenekler, mimari vb. öğeler bizi birbirimize bağlar ve böylece daha güçlü bir milletimizi sağlar.



Görsel 2. 6. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı Sayfa 17'de Yer Alan Kültürümüz Görseli

Yukarıdaki görsel 2'de kültürel unsurların çoğu bir arada sunulmuştur. Türkiye haritası etrafında kültürün unsurlarını görmeyen bütüncül bakış açısını destekleyeceği düşünülmektedir.

Kültürle sıkı bağı olan dil kavramı en fazla 6.sınıfta geçmiştir. Dilin önemi ile ilgili pek çok afişte kitapta yer verilmiştir. Aşağıdaki görsel 3'te ders kitabından bir kesit verilmiştir.

Sıra Sızma

Aşağıdaki afişleri inceleyerek Türkçenin toplumsal birlik oluşturmadaki rolü üzerine bir kompozisyon yazınız.



1.10: 2017 Türk Dili Yılı Afişi



1.11: 2017 Türk Dili Yılı Afişi

Görsel 3. 6. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı Sayfa 21'deki Dil İle İlgili Afişler

Yukarıdaki görsel 3'te de görüldüğü üzere dilimizin önemi ve kültürümüzdeki, birlik, beraberliğimizdeki önemi afişler ile vurgulanarak öğrencilerin dikkatleri konuya çekilmiştir.

7. sınıfta özellikle çini, hat, ebru gibi el sanatları üzerinde durulmuştur. Çini frekans olarak en çok 7. sınıfta geçmiştir. Aşağıdaki görsel 4'te çini ve mimari yapı bir arada sunulmuştur.

ISLAHATLARLA DEĞİŞEN OSMANLI KURUMLARI

 Osmanlı Devleti'nin her alanda yenilikler yapmaya ihtiyaç duymasının sebepleri neler olabilir? Açıklayınız.

Osmanlı Devleti, XV ve XVI. yüzyıllarda en güçlü dönemini yaşıyordu. Bu dönemde Avrupa; coğrafi keşifler, Rönesans ve Reform gibi gelişmelerle bilim, sanat, ekonomi ve askerî alanda ilerlemeye başladı. Osmanlı Devleti bu gelişmeleri takip edemedi. XVII. yüzyıldan itibaren çağın gerisinde kalmamak için yenilikler yapmaya başladı. Çoğunlukla askerî alanda yapılan bu yenilikleri XVIII ve XIX. yüzyıllarda eğitim, ekonomi, ulaşım, haberleşme ve basın gibi alanlardaki yenilikler takip etti.

 *Görsel 2. 76: İznik Çinisinden Detay*

 *Görsel 2. 77: Batı'dan Esinlenerek Yapılan Sadabad Köşkü*

Sosyal ve kültürel yeniliklerin birçoğu tarihte "Lale Devri" (1718-1730) olarak bilinen dönemde gerçekleşti. Lale Devri, Batı'ya bilinçli olarak yönelme isteklerinin belirgin bir şekilde ortaya çıkmaya başladığı bir dönemdir. Batı tarzında mobilya, Osmanlı Devleti'ne bu dönemde geldi. Bahçeler, çiçeklerle özellikle lalelerle donatıldı. İstanbul'da çini (Görsel 2.76) atölyeleri ve Yalova'da kâğıt fabrikası açıldı. Avrupa devletleri daha iyi tanınsin diye Viyana, Paris, Varşova, Moskova gibi baskentlere ilk defa necici elciler gönderildi. Bu elciler aittikleri ülkelerdeki aelis-

Görsel 4. Sosyal Bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabı Sayfa 75'teki Çini ve Mimari Yapı Görseli

Yukarıdaki görsel 4'te kültürümüze ait el sanatlarından çini ve mimari yapılarımızdan biri olan Sadabad köşkü gösterilmektedir. Genel itibariyle görseller kitapta küçük gösterilse de sıklıkla kullanıldığı söylenebilir. 5. ve 6. sınıf ders kitaplarında kültürün ne olduğuna ve kültürün unsurlarına odaklanıldığı söylenebilir. 5. sınıfta kültürün öğelerine ilişkin farkındalık oluşturulmuş 6. sınıfta ise bu farkındalık derinleştirilerek dil, din, kültür ve tarih bağlamında milli kültür vurgulanmıştır. 7. sınıfta ise böyle bir kaygının pek görülmediği söylenebilir.

5., 6 ve 7. Sınıf Ders Kitaplarında Geçen Kavramların Kültür Okuryazarlığı Yönünden Öğrenme Alanlarında/Ünitelerinde Yer Alma Durumu

5. sınıf ders kitabında kültür, gelenek, görenek, örf, adet, sanat, mimari, el sanatları, ebru, hat, çini, minyatür, halk oyunları, türkü, yemek, dil, din, bayram, giyim, tarih kavramları sayılmıştır. Öğrenme alanlarına göre kültür kavramlarının dağılımı tespit edilmiştir. Aşağıdaki tablo 6'da kavramların dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 6. 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğrenme Alanlarına Göre Kültür Kavramlarının Dağılımı, Yer Alma Sıklığı (Frekans -*f*) ve Oranı

	Birey ve Toplum f	Kültür ve Miras f	İnsanlar, Yerler ve Çevre f	Bilim Teknoloji ve Toplum f	Üretim, Dağıtım ve Tüketim f	Etkin Vatandaşlık f	Küresel Bağlantılar f	Toplam f	Yüzdelik oran (%)
Kültür	7	67	40	2	2	4	23	145	35
Gelenek		11		3	2		2	18	5
Görenek		1					2	3	1
Örf		1					2	3	1

Adet		1	2	5	8	2			
Sanat	20				20	5			
Mimari	8			2	10	3			
El sanatları	12				12	3			
Ebru					0	0			
Hat (hattat)					0	0			
Çini	2				2	1			
Minyatür	2				2	1			
Halk oyunları	9				9	3			
Türkü	12				12	3			
Yemekler	13			5	18	5			
Dil	2	4		1	1	8	2		
Din	2	2				4	1		
Bayram	18		1	1		20	5		
Giyim	4	1				5	2		
Tarih	5	60		11	8	4	13	101	22
Toplam	16	246	41	17	13	12	55	400	100

Yukarıdaki tablo 6 incelendiğinde kültüre ilişkin en fazla kavramın *Kültür ve Miras* öğrenme alanında, en az ise *Etkin Vatandaşlık* öğrenme alanında geçtiği görülmektedir. Bu bağlamda kazanımlarla kavramlar arasında doğrusallık olduğu söylenebilir. Kazanımların yoğunluğu arttıkça kavramların öğrenme alanında kullanım oranı artmaktadır. Kültür kavramlarının en az yer aldığı *Etkin Vatandaşlık* öğrenme alanında en fazla yer verilen kültür ve tarih kavramlarıdır.

5. sınıf ders kitabının *Kültür ve Miras* öğrenme alanında diğer sınıf düzeyinde geçmeyen ya da daha az yer verilen, türkü, halk oyunu, örf ve adetlerin değişimi, bayramlar, el sanatları gibi kültürün diğer öğelerine yer verilmesi kültür konusunun öğrenciler tarafından yöreden yöreye farklılaşan unsurlarına dikkat çekmek ve bu konuda öğrencilerde farkındalık oluşturmak amacıyla gerçekleştirilmek için olduğu söylenebilir. Verilerde dikkat çeken diğer nokta ise el sanatları en fazla 5. sınıfta geçmesine rağmen ebru, çini, minyatür, hat gibi öğrencinin zihninde somutlaştırmasını sağlayacak kavramlara yeterince yer verilmemesidir. 5. sınıfın *Birey ve Toplum, Kültür ve Miras* ile *Küresel Bağlantılar* öğrenme alanları hariç kültüre ilişkin doğrudan ya da dolaylı kazanım bulunmamasına rağmen her öğrenme alanında kültüre ilişkin kavramlara yer verilmesi kültürle konular arasında bağlantı kurulduğunu göstermektedir. Örnek vermek gerekirse *Küresel Bağlantılar* öğrenme alanında en fazla yer alan kültür ve tarih kavramlarıdır. Bu kavramlardan tarih sayfa 181’de “*İnsanlığın ortak mirası; insanların tarih boyunca ürettiği sanat, düşünce, edebiyat, mimari ve bilim eserlerinden oluşur. Ortak miras tarih boyunca farklı ulusların katkılarıyla oluşmuştur. Her toplum; yaşadığı çağa ve bölgeye göre değişik alanlarda az ya da çok, insanlığın ortak mirasına katkı sağlamıştır*”, şeklinde cümle içinde geçerek tarihin sürekliliğine vurgu yapmak üzere kullanılmıştır.

Tablo 7. 6. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğrenme Alanlarına Göre Kültür Kavramlarının Dağılımı, Yer Alma Sıklığı (Frekans -F) ve Oranı

6. sınıf	Birey ve Toplum f	Kültür ve Miras f	İnsanlar, Yerler ve Çevreler f	Bilim Teknoloji ve Toplum f	Üretim, Dağıtım ve Tüketim f	Etkin Vatandaşlık f	Küresel Bağlantılar f	Toplam f	Yüzdeler oran (%)
Kültür	31	48		9			71	159	25
Gelenek	23	2				1		26	5
Görenek		13						13	3

Örf	2	4				2	8	2	
Adet	4	1				2	7	2	
Sanat	8	13	4		1	2	28	6	
Mimari	8	6				1	15	3	
El sanatları	2	1					3	1	
Ebru		5					5	2	
Hat (hattat)							0	0	
Çini							0	0	
Minyatür							0	0	
Halk oyunları							0	0	
Türkü							0	0	
Yemekler	6			1	1	5	13	4	
Dil	25	7			2	8	42	10	
Din	22	26	1				49	12	
Bayram	2	6			2	2	12	2	
Giyim	5	1	2	1		10	19	4	
Tarih	22	32	5	11	2	10	11	93	19
Toplam	160	165	7	26	3	17	114	492	100

Yukarıdaki tablo 7 incelendiğinde kültüre ilişkin en çok kavramın *Kültür ve Miras* ile *Birey ve Toplum* öğrenme alanlarında geçtiği görülmektedir. 5. sınıftan farklı olarak 6. sınıfta *Birey ve Toplum* ile *Kültür ve Miras* öğrenme alanlarında kültüre ve kültür okuryazarlığına ilişkin daha çok kavramın geçmesinde milli kültür dolayısıyla kültürü oluşturan unsurların daha fazla vurgulanması ve kavramların farklı boyutlar açısından incelenmesi gerekliliği olabilir. *Kültür ve Miras* öğrenme alanında kültür kavramları tarihsel bağlamda ele alınarak toplumun zaman içinde geçirdiği dini, sosyal ve siyasi değişimlerin kültüre olan etkisinin analiz edilmesi açısından ele alınmıştır. Örnek vermek gerekirse 6. sınıf *Kültür ve Miras* öğrenme alanı sayfa 77’de konunun işlenmesinin ardından yer verilen “*İslamiyetle beraber Türklerin sosyal ve kültürel alanda yaşadıkları değişimler nelerdir? Söyleyiniz*”, sorusu öğrencileri kültürü etkileyen değişimleri anlamaya yöneltmektedir.

En az kavram *Üretim, Dağıtım ve Tüketim* öğrenme alanında geçmiştir. Yemek ve tarih kavramları ekonomiye katkıları dolayısıyla geçmiştir. *Üretim, Dağıtım ve Tüketim*’de genel olarak kültür kavramları toplamda az da olsa geçmiştir, ancak kültüre vurgu yapma amacına kazanım ve kavram boyutunda rastlanmamıştır.

Tablo 8. 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğrenme Alanlarına Göre Kültür Kavramlarının Dağılımı, Yer Alma Sıklığı (Frekans -f) ve Oranı

7. sınıf	Birey ve Toplum f	Kültür ve Miras f	İnsanlar, Yerler ve Çevreler f	Bilim Teknoloji ve Toplum f	Üretim, Dağıtım ve Tüketim f	Etkin Vatandaşlık f	Küresel Bağlantılar f	Toplam f	Yüzdelik oran (%)
Kültür	2	7	2	3		4	2	20	14
Gelenek		1			1	1	1	4	3
Görenek							1	1	1
Örf		1					1	2	1
Adet								0	0
Sanat		20						20	14
Mimari		4		1	1			6	4
El sanatları		1			1			2	1

Ebru	6					0	0		
Hat (hattat)	1					0	0		
Çini	11					11	8		
Minyatür						0	0		
Halk oyunları						0	0		
Türkü						0	0		
Yemekler	6					6	4		
Dil	6	2	2		1	1	12	8	
Din	13		3		5	1	22	15	
Bayram	1			1	4		6	4	
Giyim				5			5	3	
Tarih	9		9	1	3	6	28	20	
Toplam	8	81	2	18	10	18	13	152	100

Tablo 8 değerlendirildiğinde kültüre ilişkin en az kavramın 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında geçtiği görülmektedir. 7. sınıfta kültür ve kültür öğretimine ilişkin yoğunluğun bulunmadığı söylenebilir. Bu durum 5. ve 6. sınıfta kültürün kapsamlı şekilde ele alınmasından ötürü ortaya çıkmış olabilir. Kültüre ilişkin en fazla tarih kavramı ile din kavramları geçmekte ve en yoğun kültürel kavramlar *Kültür ve Miras* öğrenme alanında yer almaktadır. Genel olarak *Kültür ve Miras* öğrenme alanında tarihsel süreçte kültürde meydana gelen değişme ve gelişmeler ve farklı dinlerin Osmanlı himayesinde yaşamaları vurgulanmıştır. Kültüre ilişkin en az kavram *İnsanlar, Yerler ve Çevreler* öğrenme alanında ele alınmıştır. Örnek vermek gerekirse bu öğrenme alanının bulunduğu sayfa 115'te kültür "1982 Anayasası'na göre "kamu mallarını korumak" amacı ile yerleşme hürriyeti kısıtlanabilir. Bunun uygulanması için devletin ilgili kurumları; korunması gerekli kültür ve tabiat varlıklarını, korunma alanlarını tespit eder ve bu alanlar içinde inşaat ve tesisat yapıp yapılamayacağı konusunda karar alır" şeklinde ilgili konuya örnek olarak verilen yasada geçmektedir. Bu durumun nedeni öğrenme alanında daha çok nüfus ve yerleşmeye önem verilip kültürel bir kazanım içermemesidir. 7. sınıf ders kitabından *Kültür ve Miras* öğrenme alanı hariç diğer öğrenme alanlarında kültürel kavramların birbirlerine yaklaşık değerler ile yer aldıkları görülmektedir. Bu durum her öğrenme alanında konuların kültürel bir boyuta vurgu yaptığını göstermesi açısından önemlidir.

Genel manada tablo 6, 7 ve 8 değerlendirilecek olursa kültürel kavramların yoğun olarak her sınıf düzeyinde en fazla *Kültür ve Miras* öğrenme alanında ele alındığı söylenebilir. Bu durumun gerçekleşmesinde öğrenme alanının doğrudan kültürel konuları ve kazanımları içermesinin ve sosyal bilgiler ders kitabının toplumun kültürünü öğretme amacı taşıyan bir ders olmasının etkisi olduğu söylenebilir. 7. sınıfta 5 ve 6. sınıftaki kadar yoğun şekilde kültür öğretimi kaygısı güdülmediği görülmektedir. 5. sınıfta kültürün maddi unsurlarının (yemek, halk oyunları gibi) 6. sınıfta ise maddi ve manevi unsurlarının (Örf, gelenek, görenek gibi) değişim ve sürekliliğinin işlendiği anlaşılmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada sosyal bilgiler ders kitapları kültür okuryazarlığına yer verilmesi açısından incelenmiştir. Her sınıf düzeyinde kazanımlar tespit edilerek ders kitaplarında kültürün hangi boyutları ile yer aldığı tespit edilmiştir. Kültürel kazanımların 5, 6 ve 7. sınıf düzeyinde yer aldığı en fazla kültür kazanımının 5 ve 6. sınıfta bulunduğu görülmüştür. Çengelci (2012) Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'nı Somut olmayan kültürel varlıklar açısından incelediği çalışmasında en fazla kazanım ve etkinliğin 7. sınıfta yer aldığını ortaya koymuştur. Sertkaya (2010) 5. 6. ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitaplarını kültür açısından incelediği çalışmasında kültüre ilişkin kazanımların bulunduğunu tespit etmiştir. Çalışmalar sonuç olarak birbirleriyle örtüşmektedir.

Kültürel kavramlar her sınıf için öğrenme alanları düzeyinde sayılmıştır. 7. sınıf ders kitabı hariç 5. ve 6. sınıf ders kitaplarında yoğun bir şekilde kültüre ilişkin kavramlara yer verildiği görülmüştür. En fazla kavramın 6. sınıf düzeyinde *Birey ve Toplum* ile *Kültür ve Miras* öğrenme alanlarında ele alındığı tespit edilmiştir. Pehlivan ve Kolaç (2016) sosyal bilgiler ders kitaplarını somut olmayan kültürel miraslar açısından incelediği çalışmasında

kültürel miras ile ilgili olgulara en çok 7. sınıfta yer verildiğini tespit etmiştir. Ünlü (2012) sosyal bilgiler öğretim programının somut kültürel öğeler açısından yeterli olduğunu bulmuştur. Sertkaya (2010) kültür konularının ağırlıklı olarak Kültür ve Miras öğrenme alanında ele alındığını ortaya koymuştur. Bu çalışmalar ders kitaplarında kültürel miras öğelerine ve kültürel kavramlara yer verildiğini göstermektedir. Helms, Trejo ve Fultz (2012) sosyal bilgilerde kültür okuryazarlığını araştırdığı çalışmada sosyal bilgiler dersinde kültürün önemli bir yere sahip olduğunu, ders kitaplarının kültürel okuryazarlık gibi pek çok becerinin ilettilmesinde etkisinin fazla olduğunu ifade etmiştir. Çalışmamızın sonuçları yukarıdaki çalışmaların bulgularını destekler niteliktedir.

Tüm sınıf düzeyinde kültür kavramı bulunmaktadır. Pehlivan ve Kolaç'ın (2016) yaptığı çalışmada kültür miras öğelerine üç sınıf düzeyinde de yer verildiği görülmüştür. Konular ile kültür arasında 5. sınıfın 7 öğrenme alanında; 6. sınıfın 4; 7. sınıfın 6 öğrenme alanında kültürle bağlantı kurulmaktadır. Bu durum sosyal bilgiler dersinin kültürü kazandırma amacını göstermesi ve ders kitaplarında yoğunlukla ele alındığını göstermesi açısından önemlidir. Çengelci (2012) *Kültürel Miras* ile ilgili çalışmada ders kitaplarında kültürel miraslar ile her ünite arasında bağlantı kurulması gerektiğini ancak ders kitaplarında her ünite ile bağ kurulmadığını ifade etmiştir. Bizim çalışmamızda 5. sınıf hariç diğer sınıf düzeylerinde bütün öğrenme alanlarıyla kültür arasında bağ kurulmadığı tespit edilmiştir. Çalışmalar kültürel kavramların öğrenme alanlarına dağılımı konusunda birbirini desteklemektedir.

Her kavramın sınıf düzeylerinde dağılımı ile ilgili aynı ifadeleri kullanmak güçtür. Özellikle halk oyunları, el sanatları, çini, minyatür, ebru, hat ve türküler için bu durum geçerlidir. Fakat kazanımların dağılımı ve konuların içeriği açısından düşünüldüğünde her sınıf düzeyinde farklı bir kültür boyutunun ele alınmasının basitten karmaşığa, somuttan soyuta ve yakından uzağa ilkeleri ile uyumlu olduğu söylenebilir. 5. sınıfta kültüre ilişkin farkındalık oluşturarak kültürün öğelerini anlama ve bölgeden bölgeye değişen unsurları analiz etme; 6. sınıfta kültürün birleştirici gücünü ve unsurlarını keşfetme, tarihsel süreçte kültürde meydana gelen değişimleri anlama; 7. sınıfta ise tarihsel süreçte kültürde meydana gelen değişme ve gelişmelerin toplum hayatına yansımalarını analiz ve değerlendirme açısından kültürel okuryazarlık kazandırılmaya çalışılmıştır. 6. sınıfta özellikle dil kavramının yoğun olarak geçmesi dilin birleştirici gücüne vurgu yapılması bakımından önemlidir. Nitekim VanderZanden (1990) kültür ile dil arasında sıkı bir ilişki olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında Setemen, Widiana ve Antana (2023) sosyal bilgilerde yer alan kültür okuryazarlığı kavramlarının araştırmaya tabi olan öğrencilerin milliyetçilik tutumlarını geliştirmede etkili olduğunu tespit etmiştir. Dere ve Ateş (2022) "Alternative Literacy in the Turkish Social Studies Curriculum" çalışmalarında sosyal bilgiler ders müfredatını incelemişlerdir ve çalışmaları sonucunda sosyal bilgilerde pek çok okuryazarlık becerisi bulunmasına rağmen yetkinliklerin kültür okuryazarlığı ile daha çok ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Helms, Trejo ve Fultz (2012) sosyal bilgilerde kültür okuryazarlığının durumunu araştırdıkları çalışmalarında sosyal bilgiler dersinde kültürün önemli bir yere sahip olduğunu, ders kitaplarının kültürel okuryazarlık gibi pek çok becerinin ilettilmesinde etkisinin olduğunu ifade etmiştir. Septinai ve Maftuh, (2020) sosyal bilgiler dersinin öğrencileri kültür açısından geliştirdiğini, küresel kültürün varlığına karşı kültür okuryazarlığının bir kalkan olduğunu tespit etmiştir.

Tarihin ve kültürel mirasın belirleyicisi olarak bilimciler, türküler önemlidir (Artun, 2006). Somut olmayan kültür mirası olan Türkü'nün sadece 5. sınıfta yer aldığı görülmüştür. Gürkan'ın (2015) yaptığı çalışmada da Türkü'ye 5. sınıf ders kitabında yer verildiği tespit edilmiştir. Çalışmalar bu açıdan birbirlerini desteklemektedir.

Ders kitabında halk oyunlarına yalnızca 5 sınıf ders kitabında yer verilmiştir. Sumbül (1997)'de alan yazında halk oyunlarının sürdürülmesi konusunda yeterli çalışmaların yapılmadığını ortaya koymuştur. Gürkan 2015'te yaptığı ders kitabı incelemesinde halk oyunlarına az da olsa yer verildiğini tespit etmiştir. Kolaç'ın 2009'da yaptığı çalışmada halk oyunlarına Türkçe ders kitabında da yer verildiği tespit edilmiştir. Bu açıdan çalışmalar birbirini desteklemektedir.

Kültürel okuryazarlık toplumun sadece kendi kültürünü değil başka toplumların kültürlerini ve kültürel unsurlarını da tanıyabilmesini içermektedir (Köksal, 2010). Sosyal bilgiler ders kitapları incelendiğinde çoğunlukla Türk kültürüne ait unsurların vurgulandığı ve milli kültür kavramlarının ağırlıklı olarak işlendiği tespit edilmiştir. Toksoy'un 2022'de sosyal bilgiler ders kitabını incelediği çalışmada da *Kültür ve Miras* öğrenme alanında kültür konularının ele alınarak çoğunlukla milli kültüre vurgu yapıldığını tespit etmiştir. Eguz (2021) "Adequacy of the Social studies Curriculum in terms of Cultural Literacy Skills" adlı çalışmada sosyal bilgiler öğretim programını incelemiş ve 4, 5, 6 ve 7. sınıf seviyesinde her öğrenme alanının/ ünitenin kazanımlarında doğrudan ya da dolaylı kültürle bağlantı kurulduğunu, kültürel unsurların yoğun olarak *Kültür ve Miras* ve *Küresel Bağlantılar*'da geçtiğini tespit etmiştir. Küresel bağlantılar öğrenme alanında sadece her sınıf düzeyinde farklı kültürlere ait, edebiyat, film, yiyecekler aracılığı ile bilinç oluşturma gayreti görülmüştür. Kültürel okuryazarlık sadece bireyin kendi kültürünü tanıması değil, ilişkili olduğu farklı kültürlerle ilgili bilinç kazanmasıdır (Yatkin

Bozkurt, Özen ve Altunbay, 2020; Septinai ve Maftuh, 2020). Kültür okuryazarlığı ayrıca bireyin içinde var olduğu kültürle ilgili kültürel yeterliliğe ulaşmasına ve farklı kültürlerle önyargısız ve uyum içinde yaklaşmasına fırsat vermektedir (Fravell, Thackrah ve Hoffman, 2013) . Dolayısıyla sadece bir öğrenme alanında değil, kültüre vurgunun yapıldığı pek çok öğrenme alanında diğer uluslarla ilgili kültürel farklılık ve benzerliğe vurgu yapılması empati, hoşgörü ve dolayısıyla kültürel okuryazarlığın kazandırılmasını olumlu etkileyeceği düşünülmektedir. Çalışmalar sonuç itibariyle birbirini desteklemektedir.

Sonuç olarak sosyal bilgiler ders kitaplarında kültürel kavramlara yeterli düzeyde yer verildiği söylenebilir. Kültürel kavramların *Kültür ve Miras* ve *Küresel Bağlantılar* öğrenme alanlarında yoğun olarak geçtiği tespit edilmiştir. Kültüre ilişkin kazanımların *Birey ve Toplum*, *Kültür ve Miras* ve *Küresel Bağlantılar* öğrenme alanlarında bulunduğu ortaya çıkmıştır. Kültüre ilişkin hat, ebru, çini vb. Sanatsal faaliyetlere her sınıf düzeyinde yeterli yer verilmediği görülmüştür. Kültüre ve kültürün el sanatları vb unsurlarına ders kitaplarında yer vermek öğrencilerin kültürü daha iyi anlamalarına ve kendi kültürlerini daha iyi benimsemelerine yardımcı olur (Sujastika ve Abdulkarim, 2021; El Naggar, 2020). Çalışmadan hareketle geliştirilen öneriler iki başlık altında sunulmuştur.

Araştırma yapmaya yönelik öneriler:

- Sosyal bilgiler ders kitapları görsel açıdan kültür okuryazarlığına ilişkin incelenebilir.
- Kültür okuryazarlığı açısından sosyal bilgiler ders kitaplarının yeterliliğine yönelik sosyal bilgiler öğretmenleri ile çalışmalar yapılabilir
- Çeşitli kademedeki öğrencilerin kültüre ilişkin algılarını ortaya çıkarmak amacıyla metafor çalışması yapılabilir.

Uygulamaya yönelik öneriler:

- Öğrencilerin farklı kültürleri tanıması ve bu konuda öğrencilerde bilinç oluşturulması adına ders kitaplarında farklı kültürlerle ilişkin kavramlara kültürle ilişkili öğrenme alanlarında vurgu yapılabilir.
- Fıkra, tiyatro, mâni, tekerleme gibi Somut Olmayan Kültürel Miras öğelerine konularla ilişkili olarak ders kitaplarında yer verilerek içerik zenginleştirilebilir.
- Okullarda küçük bazlı yöresel kültür müzesi kurulması teşvik edilebilir.
- El sanatları kavramlarına ilişkin daha fazla ve çeşitli örnekler verilerek ders kitapları zenginleştirilebilir

ÇATIŞMA BEYANI

Araştırmacılar kendi aralarında ya da herhangi bir kurum ile aralarında çatışma bulunmadığını beyan ederler.

KAYNAKLAR

- Akpınar, M. & Cantürk, A. (2021). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kültürel farklılık, kültürlerarası duyarlılık algıları ve kültürlerarası eğitime yönelik görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42, 444-470.
- Akpınar, M & Genç, İ. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kültür kavramına ilişkin görüşleri. *Kastomonu Eğitim Dergisi*, 25(1), 249-268.
- Arıkan, İ. (2012). İlköğretim 7. Sınıf öğrencilerinin kültürel miras ile ilgili başarı düzeyleri ve tutumlarının bazı değişkenlerle incelenmesi (Adıyaman Örneği) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].
- Artun, E. (2006). *Adana halk kültürü*. Ulusoy matbaacılık.
- Aslan, S. (2017). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin çok kültürlü eğitim ile ilgili görüşlerinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi*, 18(2), 231-253.
- Atwood, V. A. (1982). A historical perspective of social studies. *Journal of Thought*. 17 (3), 7-11.
- Cantürk, A. (2020). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin kültür ve miras öğrenme alanına yönelik sınıf içi uygulamalarının incelenmesi* [Yüksek lisans tezi, Trabzon Üniversitesi].

- Çengelci, T. (2012). Sosyal bilgiler öğretim programında somut olmayan kültürel mirasın yeri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1),185-203.
- Çulha Özbaş, B. (2009). İlköğretim sosyal bilgiler derslerinde kültürel miras eğitimi. M. Safran. (Ed.). Sosyal bilgiler eğitimi içinde (702-718). Pegem Akademi.
- Demir Y. & Atasoy, E. (2018).5. Sınıf sosyal bilgiler ders kitabının (2017) değerlendirilmesi. *Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31 (2), 753-780.
- Dere, I. & Ateş, Y. (2022). Alternative literacy in the Turkish social studies curriculum. *Online Submission*, 1(1), 1-20.
- Deveci, H. (2009). Sosyal bilgiler dersinde kültürden yararlanma: öğretmen adaylarının kültür portfolyolarının incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28),1-19.
- Dilek, A. Baysan, S. & Öztürk, A. A. (2018). Türkiye’de sosyal bilgiler eğitimi üzerine yapılan yüksek lisans tezleri: bir içerik analizi çalışması. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22(2), 581-602.
- Dündar, R. & Kızık, M. M. (2023). Sosyal bilgiler öğretmenlerine göre kültürel okuryazarlık. *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 144-157. DOI: 10.38015/sbyy.1227233
- Eaglestone, R. (2021). ‘Powerfulknowledge’, ‘cultural literacy’ and the study of literature in schools. *İMPACT Philosophy of education society of great Britain*, 26, 2-41.
- Eguz, Ş. (2021). Adequacy of the social studies curriculum in terms of cultural literacy skills. *The Eurasia Proceedings of Educational & Social Science (EPESS)*, 23, 88-92.
- El Naggat, A. F. (2020). Using some reading modes for developing the EFL culture literacy of English section students at Zagazig Faculty of Education. *Journal of faculty of education*, 31(122), 1-18.
- Flinders, D. J. (1996). Teaching for cultural literacy: A curriculum study. *Journal of Curriculum and Supervision*, 11(4), 351-366.
- Flinders, David, J. (1996). Teaching for culture literacy: A curriculum study. *Journal of curriculum and supervision* 11(4), 351-366.
- Fravell, H., Thackrah, R. & Hoffman, J. (2013). Developing indigenous Australian cultural competence: A model for implementing indigenous content in the curricula. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, 4(1), 39-57.
- Gençalp, H. (2019). Görsel kültür, çoklu okuryazarlık ve çoklu biçimlilik bağlamında sosyal medya iletileri. *Global media journal TR Edition*, 10(19), 52-76.
- Güleç, S. & Hüdavendigâr, M. N. (2020). Sosyal bilgiler eğitimi alanında okur yazarlık becerisi başlığında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *International journal of Humanities and Research*, 4(3), 24-36.
- Gülersoy, A., E. (2013). İdeal ders kitaplarının arayışında sosyal bilgiler ders kitaplarının bazı özellikler açısından incelenmesi. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 2, 8-26.
- Gürel, D. & Çetin. T. (2018). Sosyal bilgiler dersi ve kültür aktarımında edindiği rol üzerine bir inceleme. *Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi*, 6(2), 22-44.
- Gürkan, B. (2015). Sosyal bilgiler ders kitaplarının somut olmayan kültürel miras açısından incelenmesi. [Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi].

- Gürsoylar, G. (2019). *Ortaokul 7. sınıf sosyal bilgiler dersi kültür ve miras öğrenme alanının öğretiminde tarihsel empatinin kullanılması: bir eylem araştırması*. [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].
- Güvenç, H. (2022). *Sosyal bilgiler kültür ve miras öğrenme alanının sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri açısından analizi*. [Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi].
- Helms, R. G., Trejo, C. and Fultz, R. (2013). Global and cultural literacy. *Journal of Internaitonal Diversity* , 1, 39-47.
- Hirsch, E.D. (1987). *Culturel Literacy: WhateveryAmericansneedtoknow*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- House, E. R., Emmer, C. and Lawrance, N. (1991). Cultural literacy reconsidered. *Literacy for a diverse society: Perspective, practis and policies* , 58-74.
- İbrahimoglu, Z. (2018). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kültür kavramını ve farklı kültürlerle yaklaşımı. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(1), 119-152.
- Kafadar, T. & Şan, S. (2021). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına göre kültürel okuryazarlık. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 59, 214-234.
- Kalaycı, N. & Baysal, S. B. (2020). Sosyal bilgiler öğretim programlarının karşılaştırmalı analizi (2005-2017-2018). *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1),106-129.
- Karasar, İ. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi, kavramlar, ilkeler, teknikler*. Nobel yayınları.
- Karlı, Ö. (2016). Ernst Cassirer’de kültürün anlamı. *Jomelips*, 1(2), 38-59.
- Keith, A. M. (2020). *Implementing a scripted literacy curriculum: A Culturally Responsive Approach*. [Dissertation of phd. Unviersity of Washington].
- Kelleher, J. (2002). Culturel literacyandhealth. *Commentaries*,13(5), 497-500.
- Kılcan, B. & Akbaba, B. (2013). Sosyal bilgiler öğretim programında yer alan kültürel mirasa duyarlılık değerine ilişkin öğrenci algılarının incelenmesi. *Zeitschriftfürdiewelt der Türken Journal of world of Turks* 5(3), 113-137.
- Kolaç, E. (2009). Somut olmayan kültürel mirasın korunma, bilinç ve duyarlılık oluşturmada Türkçe eğitiminin önemi. *Milli Folklor*, 82, 19-31.
- Köksal, H. (2010). Türkiye’de tarih öğretimi tartışmalar ve tarih öğretiminde kültür okuryazarlığı. K. Çayır (Ed.). Eğitim, çatışma ve toplumsal barış. Türkiye’den ve Dünya’dan örnekler. Tarih Vakfı.
- Maden, C. (2022). *6. Sınıf sosyal bilgiler dersi “kültür ve miras” öğrenme alanındaki kazanımlara erişme düzeyinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi].
- May, İ. (2019). *Sosyal bilgiler ders kitaplarında kültür ve miras ünitesinde kazanımlarının incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi].
- Mejuyev, V. (1987). *Kültür ve Tarih*. (S. H. Yokova, Çev.). Başak Yayınları.
- Memişoğlu, F. & Ilgıt, A. (2017). Syrian refugees in Turkey: Multifaceted challenges, diverse player sand ambiguous policies. *MediterraneanPolitics*, 22(3), 317-338.

- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Sage Publication.
- Öztürk, H.(1993) *Eğitim sosyolojisi*. Hatipoğlu yayınları.
- Pehlivan, A. & Kolaç, E. (2017). Açık-örgün eğitim sosyal bilgiler ders kitapları ve öğretim programında somut olmayan kültürel miras öğeleri. *Turkishstudies* 11(19),655-670. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.10095>
- Polat, S. (2019). Sosyal Bilgilerde kültürel miras konularının öğretimi. T. Çelikkaya, Ç. Ö. Demirbaş, T Yıldırım ve H. Yakar (Ed). Sosyal bilgiler öğretimi II. İçinde (357-387). Pegem A yayıncılık.
- Septiani, D. W. & Maftuh, B. (2020). Application of problem based learning (PBL) model to improve cultural literacy capabilities of elementary school students. *In International Conference on Elementary Education*, 2(1), 566-580.
- Sertkaya, K. B. (2010). *İlköğretim ikinci kademe sosyal bilgiler dersi öğretiminde kültür aktarımı ve kültürel kimlik geliştirme*. [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi].
- Setemen, K. , Widiana, I. W. and Antara, I.G.W.S. (2023). Multicultural learning based on blended learning social studies and the impact on nationalism attitude viewed from students cultural literacy level. *Nurture*, 17(3), 314-324.
- Sujastika, I. ve Abdulkarim, A. (2021). *Civiceducation textbook presentation of seventh grade based on cultural literacy and citizenship*. Proceedings of the annual civic education conference (ACEC 2021).
- Sümbül, M. (1997). Halk oyunlarının işlevleri. *Folklor ve Edebiyat Etnoloji Halk Bilim Antropoloji üç aylık dergisi*, 11, 1-20.
- Şahin, M. (2019). Kültür değişimleri ve eğitim. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 458- 466.
- Tekkök, T. (2019). *6. Sınıf sosyal bilgiler "kültür ve miras" öğrenme alanında hikâye anlatım yönteminin akademik başarıya etkisi*. [Yüksek lisans tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi].
- Tenekeci, M. & Dursun, H. (2019). 2018-2019 eğitim öğretim yılında 6.sınıflarda okutulan Türkçe ders kitaplarına yönelik öğretmen görüşleri. *Al-Farabi International Journal on Social Science*, 2(4), 1-12.
- Toksoy, B. (2022). *4. Sınıf sosyal bilgiler dersi kültür ve miras öğrenme alanının öğretmen görüşleri ve ders kitabı açısından incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, On dokuz Mayıs Üniversitesi].
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2022). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. Web: <https://www.tdk.gov.tr/>. Erişim tarihi: 24.12.2022
- Ünlü, İ. (2012). İlköğretim 8. Sınıf öğrencilerinin kültür algılarının incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 13(1),77-92.
- Vander Zanden, J. W. (1990). *Sociology*. McGraw- Hill Publishing Company.
- Western Sydney University. (2023). What is culture literacy?. https://www.westernsydney.edu.au/studysmart/home/cultural_literacy/what_is_cultural_literacy adresinden 21.05.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Yatkın Bozkurt, Ş., Özen, F. & Altunbay, M. (2020). Küreselleşme, kültürel etkileşim, kültürel okuryazarlık ve eğitim. M. Güçlü (Ed). Eğitim Antropolojisi. Pegem Akademi.

Yıldırım, A. &Şimşek, H. (2004). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (4. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A. &Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Zor, A. (2014). Kültürel okuryazarlık açısından görsel sanatlar dersinin önemi. *Ulakbilge*, 2(4), 1-13.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmacılar çalışmaya aynı oranda katkıda bulunmuşlardır (1. yazar katkı oranı %50; 2. yazar katkı oranı %50).

GELENEKSEL MEDYADAN SOSYAL MEDYAYA AFET İLETİŞİMİ, TOPLUM VE AFET İLİŞKİSİ

Miyase ASLANTAŞ¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1333879

Makale Geçmişi:

Geliş 28.07.2023

Kabul 19.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Afetler,

Geleneksel medya,

Sosyal medya,

Toplum.

ÖZ

İletişim alanında meydana gelen her yeni gelişme bireysel ve toplumsal yaşamı derinden etkilemekle birlikte yerkürede var olan zaman ve mekân farkını da olabildiğince minimuma çekmektedir. Öyle ki içinde bulunduğumuz çağda gazete, radyo, televizyon, internet ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları sayesinde bireyler için kilometrelerce uzakta yaşanan gelişmeleri anlık olarak takip edebilmek mümkün hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya uygulamaları bireyleri anlık takibin ötesine geçirecek bireylerle yaşanan gelişmelere dâhil olabilmeye, gelişmeler hakkında kendi görüş ve fikirlerini belirtebilmeye, büyük sanal toplulukların aktif bir üyesi olabilmeye imkânı da sunmuştur. Zamanla iletişim teknolojilerinde yaşanan bu kayda değer gelişmeler, toplumu asırlardır maddi ve manevi açıdan derinden etkileyerek büyük zarara uğratan deprem, sel, toprak kayması, salgın, nükleer patlamalar ve yangın gibi afetlerin toplumda yayılma hızını değiştirmiş, toplum afet ilişkisini de farklı bir boyuta taşımıştır. Çalışmanın amacı, teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak icat edilen ve toplumda büyük bir kabul gören kısmen sınırlı iletişim imkânı sunan geleneksel medya ve karşılıklı iletişime imkân tanıyan sosyal medya uygulamalarının toplum afet etkileşiminde oynadığı role dair bir bakış açısı ortaya koyabilmektir. Bu amaç kapsamında öncelikle geleneksel ve sosyal medya kavramları benzer ve farklı yönleri ile açıklanmış sonrasında afet konusuna değinilmiştir. Daha sonra afet toplum ilişkisinde geleneksel ve sosyal medyanın nasıl bir rol oynadığı, zaman içerisinde yaşanan değişimler ortaya koyulmuştur.

DISASTER COMMUNICATION FROM TRADITIONAL MEDIA TO SOCIAL MEDIA, SOCIETY AND DISASTER RELATIONSHIP

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1333879

Article History:

Received 28.07.2023

Accepted 19.09.2023

Keywords:

Disasters,

Traditional media,

Social media,

Society.

ABSTRACT

Every new development in the field of communication deeply affects both individual and societal life, while also minimizing the differences in time and space that exist on the globe. In such a way, in the current age, thanks to mass communication tools such as newspapers, radio, television, the internet, and social media, individuals can instantly follow developments occurring miles away. Especially social media applications have gone beyond instant tracking, offering individuals the opportunity to become involved in ongoing developments, express their own opinions and ideas about these developments, and be active members of large virtual communities. Over time, these significant advancements in communication technologies have also changed the speed of the spread of disasters such as earthquakes, floods, landslides, epidemics, nuclear explosions, and fires, which have deeply affected society both materially and spiritually for centuries. This has taken the relationship between society and disasters to a different dimension. The purpose of this study is to provide a perspective on the role of traditional media, which offers limited communication opportunities, and social media applications, which allow interactive communication, in the interaction between society and disasters, parallel to the developments in technology. In the scope of this purpose, first, the concepts of traditional and social media are explained with their similarities and differences, followed by a discussion of disasters. Then, the role of traditional and social media in the relationship between disasters and society, along with the changes that have occurred over time, is presented.

¹ Dr., miyaseaslantas@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-1475-9061

Alıntılanak için/Cite as: Aslantaş, M. (2023). Geleneksel medyadan sosyal medyaya afet iletişimi, toplum ve afet ilişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 776-789.

GİRİŞ

Birey doğduğu andan itibaren hayatını, yaşamsal döngüsünü devam ettirebilmek için zorunlu olarak hem kendi hem de içerisinde hayatını sürdürdüğü canlı ve cansız çevreyle sürekli bir iletişim ve etkileşim halindedir. Zamanla gelişen teknolojiye bağlı olarak icat edilen kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, internet) bireyin ve toplumun iletişim ağını genişletmiş, yerel, bölgesel ve küresel çapta her türlü bilgiye/habere ulaşabilme, yaşanan gelişmeleri takip edebilme imkânını üst seviyelere taşımıştır. Kitle iletişim araçları bununla da kalmayıp günden güne toplumun düşünce yapısı, yaşam tarzı, kültürü, çalışma şekli, boş zamanın değerlendirilmesi, gönüllü çalışmaları gibi toplumsal yaşam için önemli olan birçok konu üzerinde de etkili olmayı başarmıştır.

Gazeteden sosyal medya uygulamalarına uzanan iletişim teknolojilerinin gelişim sürecinde toplum afet ilişkisi de doğrudan ve dolaylı olarak değişim göstermektedir. Bir başka ifade ile içinde bulunduğumuz çağda medya ve iletişim imkânları Kanadalı iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın (1964) 1960'larda ki 'küresel köy' kavramsallaştırmasında olduğu gibi birbiriyle bağlantılı bir toplum olmanın yanı sıra doğal ve insan odaklı afetlerle de iç içe yaşamayı beraberinde getirmiştir (Cottle, 2014). Günümüzde gazete, radyo, televizyon ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları sayesinde doğrudan maruz kalınmayan afetler de bireysel ve toplumsal yaşamın bir parçası olmuştur. Artık afetler öncesi afete hazırlık, afet eğitimi; afet esnasında koordinasyon ve afet sonrasında arama kurtarma, afet bölgelerinde yaşam koşullarının iyileştirilmesi, yardım kampanyalarının yerel, bölgesel veya küresel çapta yürütülebilmesi gibi toplum afet ilişkisinde hayati önem taşıyan başlıklar üzerinde kitle iletişim araçlarına sıklıkla başvurulmaya başlanmıştır.

Türkiye geçmişte olduğu gibi bugünde bünyesinde barındırdığı sismik, tektonik, topoğrafik, iklimsel yapı; siyasi, sosyal ve ekonomik koşullar neticesinde çeşitli afet türleriyle sık sık baş etmek zorunda kalan bir ülke konumundadır (Karaman, 2016). Konumuna bağlı olarak ülkemizde sık görülen doğal afetler; depremler başta olmak üzere, heyelanlar, su baskınları, orman yangınları, kaya-çığ düşmeleri, şiddetli fırtına ve kuraklık olarak sıralanabilir. Yine yapılan araştırmalar, teknolojinin hızla gelişmesine rağmen meydana gelen bu afetlere karşı yeterli önlemlerin alınmadığını ortaya koymaktadır. Yetersiz önlemlere ek olarak hızlı nüfus artışı, plansız yapılaşma ve iklim krizleri afetlerin yıkıcı sonuçlarını da artırmaktadır (Soylu, 2011). Son yıllarda meydana gelen depremler (Elazığ ve İzmir), sel baskınları (Kastamonu/Bozkurt) ve orman yangınlarının (Antalya/Manavgat) yanı sıra 6 Şubat 2023 tarihinde merkez üssü Kahramanmaraş'ın Pazarcık ve Elbistan İlçeleri olan 7.7 ve 7.6 büyüklüğündeki depremler, depremin yıktığı bölgede depremden birkaç gün sonra etkili olan sel baskınları ülkemizin afet potansiyelini bir kez daha acı bir şekilde gözler önüne sermiştir. Yaşanan bu ve benzeri tüm afetlerden hemen sonra artan iletişim gereksinimini karşılamak üzere yoğun bir içerik akışının gerçekleştiği (bölgenin durumu, yürütülen arama kurtarma faaliyetleri, etkilenen nüfus, beslenme ve barınma imkânları vs.) kitle iletişim araçları kendi teknik özellikleri dâhilinde bireylerin ve toplumun afetten etkilenen bölgelerin yanı sıra tüm dünyayla olan iletişiminde büyük bir görev üstlenmektedirler. Bu çalışmada da geleneksel medya olarak tanımlanan gazete, radyo ve televizyondan, sosyal medya uygulamalarına afet toplum etkileşimi ifade edilmeye çalışılmıştır.

Toplumun rutin işleyişini doğrudan veya dolaylı olarak kaybettiği ve iletişim akışının sekteye uğradığı afet anlarında kısmen sınırlı (tek yönlü) iletişim imkânı sunan geleneksel medya ve karşılıklı etkileşime imkân tanıyan sosyal medya uygulamalarının (Facebook, Instagram vs.) benzer ve farklı yönleriyle toplum afet etkileşimde bireyler ve kurumlar tarafından nasıl kullanıldıkları, toplumsal düzenin yeniden sağlanabilmesi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca ülkemizin jeopolitik konumu itibarıyla maruz kalmış olduğu afetlerin sıklığı ve farklı yerlerde bulunan çok sayıda kişiye erişim imkânı sunan kitle iletişim araçlarının kullanım oranına göre Dünya ölçeğinde üst sıralarda yer alması böyle bir çalışmanın önemini artırmaktadır.

Çalışmanın amacı, teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak icat edilen ve günden güne toplumda kullanımı artan gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarından sosyal medya uygulamalarına toplum afet etkileşiminde kitle iletişim araçlarının oynadığı role ilişkin bir bakış açısı sunabilmektir.

Bu amaç kapsamında öncelikli olarak literatür taraması sonucu elde edilen afetler, geleneksel ve sosyal medya üzerine yapılan çeşitli çalışmalara yer verilmiştir. Sonrasında iki bölüm olarak tasarlanan çalışmanın birinci bölümünde kavramsal çerçevede geleneksel medya ve sosyal medya kavramları, benzer ve farklı yönleriyle açıklanmış, sonrasında afet kavramına değinilmiştir. İkinci bölümde de afet toplum etkileşiminde geleneksel ve sosyal medyanın nasıl bir rol oynadığı, değişen medya teknolojilerinin afet toplum ilişkisinde meydana getirmiş olduğu farklılıklar, avantaj ve dezavantajlar ortaya koyulmuştur.

Afetler, Geleneksel ve Sosyal Medya Üzerine Yapılan Çalışmalar

Bu bölümde afetler, geleneksel ve sosyal medya konuları üzerine hem ülkemizde hem de Dünya’da yapılan çeşitli çalışmalar derlenmiş (Cottle, 2014; Demiröz, 2020; Houston, Hawthorne, Perreault, Park, Goldstein Hode, Halliwell, Turner McGowen, Davis, Vaid, McElderry ve Griffith, 2015; Houston, Pfefferbaum ve Reyes, 2008; Lindsay, 2011; Soydan ve Alpaslan, 2014; Şahinsoy, 2017; Tagliacozzo ve Magni, 2017; Toker, 2016; Umunç, 2022; Vural, Boztepe Taşkıran, Türkoğlu, Sarı, Maral, Keskin, Koparan, Yüncüoğlu, Gülnar, Ağca, Şahin ve Ünlü, 2022; Zincir ve Yazıcı, 2013) ve bu çalışmaların içerikleri kısaca açıklanmıştır.

Toker (2016) Bütünleşik Afet Yönetimi kitabında yer alan çalışmasında iletişim, kriz durumlarında iletişim ve medya bağlamında afet kavramlarını ele alarak afetler sonrasında etkili iletişim adına geleneksel medya ve sosyal medyanın afet iletişiminde ki önemine değinmiştir. Demiröz (2020), çalışmasında sosyal medyanın kriz oluşturma potansiyelini Türkiye ve Dünya örnekleriyle verdikten sonra, sosyal medyanın afet ve kriz yönetiminde yanlış kullanımı ve zararlarını ele almıştır. Yine Şahinsoy (2017)’da geleneksel ve sosyal medya açısından kriz yönetimini 17 Ağustos 1999 Marmara Depremi’nde henüz sosyal medya olmadığı için depreme dair tüm bilgiler topluma geleneksel medya üzerinden aktarılmıştır. 23 Ekim 2011 Van Depremi’nde ise aktif olarak kullanılmaya başlanan sosyal medya etkileşimli yapısı ile yardım kampanyaları başta olmak üzere depreme dair bilgi paylaşımında büyük bir rol oynamıştır. Zincir ve Yazıcı (2013)’da çalışmalarında kriz yönetimi ve sosyal medyanın kriz yönetiminde ki rolünü ele almışlardır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre birçok avantajı bünyesinde barındıran sosyal medya günümüz iletişimini ve modern dünyasını yeniden şekillendirmektedir, yine sosyal medyanın kriz ve afet durumlarında kullanımı çeşitli kolaylıklar da sağlamaktadır.

Soydan ve Alpaslan (2014) çalışmalarında kitle iletişim araçlarının doğal afetlerdeki işlevlerini açıkladıktan sonra özellikle etkileşimli yapısıyla sosyal medyanın Dünya’da ve Türkiye’de afet sonrası nasıl kullanıldığını örneklerle ifade etmişlerdir. Umunç (2022) ise siyasi liderler Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu’nun Twitter (Elon Musk satın aldıktan sonra uygulamanın adını X olarak değiştirmiştir) paylaşımları üzerinden liderlerin afetler sonrası kriz iletişimini ele alarak doğal afetler, iletişim ve sosyal medya ilişkisini farklı bir açıdan ortaya koymuştur. Araştırmanın öne çıkan sonuçlarından biri; siyasi liderlerin bir sosyal medya uygulaması olan Twitter’ı (X) halkla kurulan iletişim açısından geleneksel medyaya alternatif olarak kullanıyor olmalarıdır.

Vural ve diğerleri (2022) geleneksel medyanın risk iletişiminde ki yerini ulusal gazetelerin deprem felaketi haberleri (Sabah, Hürriyet, Sözcü, Posta, Türkiye ve Milliyet) üzerinden analiz etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre ulusal basında deprem öncesi hasar azaltma veya risklere ilişkin haberler azdır ancak deprem olduktan sonra depreme ilişkin haberler yazılı basında çoğalmaktadır.

Houston ve diğerleri (2015) çalışmalarında öncelikle sosyal medyanın afet iletişiminde kullanımıyla ilgili mevcut literatürü vermişlerdir. Daha sonra sosyal medyanın afet öncesi araştırma, planlama; afet sonrası müdahale vb. noktalarında işlevsel olarak nasıl kullanılacağını, mevcut durumda sosyal medyanın afetlerde kullanımıyla ilgili eksiklikleri ‘kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı’ çerçevesinde ele almışlardır. Yine Lindsay (2011)’de araştırmasında sosyal medyanın afetlerde mevcut kullanımı, gelecekte nasıl kullanılabileceği ve bu konuya ilişkin politikaları geniş bir yelpazede ortaya koymuştur. Tagliacozzo ve Magni (2017) ise çalışmalarında özellikle afetler sonrasında yeniden yapılanma çalışmalarında devlet ve vatandaşların iletişim gereksinimlerini ve sosyal medya kullanımlarını incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına göre Emilia-Romagna’da meydana gelen deprem sonrasında ‘Open Ricostruzione’ web portalı vatandaşların kurtarma çalışmalarında açık bir veri platformu olarak (yüz yüze halka açık toplantılar, basılı materyaller) önemli bir görev üstlenmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medyanın kurtarma çalışmalarında devreye girmesiyle birlikte belirli bir alanda geleneksel ve çevrimiçi medyanın birbirlerini tamamlayıcı özellikleri ortaya çıkmıştır. Bu araştırmanın dikkat çeken bir başka sonucu da devletin afetler sonrası yeniden yapılanma çalışmalarında sosyal medyanın karşılıklı fikir alışverişinden ziyade genellikle bilgilendirme amaçlı kullanılıyor olmasıdır.

Cottle (2014) küreselleşmeyle birlikte medya ve felaketleri yeniden ele almanın gerekliliğine dikkat çektiği çalışmasında bu önemli iki alanda zamanla nelerin değiştiğini ve öne çıkan konuları beş ana başlıkta incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre; günümüzde iletişim imkânları ve yaygın medya içerikleri sayesinde felaketlerin öğrenilmesi ve görselleştirilmesi tarihsel olarak bakıldığında en üst noktaya ulaşmıştır. Buna rağmen büyük ölçekli yıkımların ve ölümlerin olduğu afetlerin, felaketlerin eskiye nazaran daha az olmakla birlikte her zaman dünya haber medyasında geniş yer bulması mümkün olmamaktadır. Ancak aktivistler, birinci derece görgü tanıkları ve sosyal medya paylaşımları sayesinde bu felaketler ana akım medyaya ve kamuoyuna duyurulabilmektedir.

Son olarak Houston ve diğerleri (2008) afetlerin gençler üzerindeki etkilerini geleneksel ve yeni medyada yer alan afet haberleri açısından ele almışlardır. Araştırma sonuçlarına göre afetlerin medyada geniş yer bulması afet

sonrası yardımları artırabilmektedir. Örneğin, Katrina Kasırgası sonrasında durum böyle olmuştur. Medya sayesinde afetlerden haberdar olan gençlerin küresel olarak tüm insanlığa ve çevreye karşı duyarlılıkları artabilmektedir. Ancak medyada yer alan afetlerin gençler üzerinde olumsuz etkileri de olabilmektedir. Bu noktada ise ebeveynlerin gerekli açıklamaları yapmaları, afetlere ilişkin eğitimleri sadece medya eline bırakmamaları gerekmektedir.

Sosyal Medya, Geleneksel Medya ve Afet Kavramları

Sosyal Medya

Sosyal medya ile neyin kastedildiğini anlayabilmek adına ilk olarak 2004 yılında kullanılmaya başlanan Web 2.0 teknolojisine bakmak faydalı olacaktır. Web 2.0 teknolojisi sayesinde program geliştiriciler ve son kullanıcılar World Wide Web'i kullanmaya başlamışlardır. Böylece içerik ve uygulamaların belirli bireyler tarafından oluşturulup yayınlanması yerine tüm kullanıcılar içerik üretip yayınlama ve bu içerikleri istedikleri zaman değiştirebilme imkânına kavuşmuşlardır. Örnek verilecek olursa Encyclopedia Britannica Online, kişisel Web sayfaları, belirli içerikleri yayınlayan uygulama fikirleri Web 1.0 teknolojisi olarak görülürken bloglar, wiki'ler Web 2.0 teknolojisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bu açıklamalardan sonra sosyal medya; genel olarak içeriğin oluşturulması, düzenlenmesi ve paylaşılmasına imkân veren etkileşimli internet uygulamaları olarak tanımlanabilir. Facebook, YouTube, Whatsapp ve Instagram gibi en bilinen sosyal medya uygulamaları bu özelliklerin tamamını içermekle birlikte mucitleri tarafından geliştirilme amaçları, kullanıcı tabanları ve arayüzleri vs. birbirlerinden farklılık göstermektedir (Davis, 2015). Sosyal medya uygulamalarına internet bağlantısına (ağ) sahip bilgisayarlar, tabletler veya akıllı telefonlar aracılığıyla erişim sağlanabilmektedir. Özellikle mobil telefon ve hücresel veri kullanımının toplum hizmetine sunulması ile sosyal medya uygulamalarının kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Bir kullanıcı birden fazla sosyal medya uygulamasında hesap açabilirken yine aynı uygulama üzerinden de farklı kullanıcı adlarıyla çeşitli hesaplar açabilmektedir. Ayrıca bir kişiye bağlı olmayan ancak normal bir kullanıcının yerine getirdiği tüm görevleri yapabilen otomatik hesaplarda (bot) bu platformlarda yer almaktadır.

Sosyal medya uygulamaları ve toplumun iletişim alışkanlıklarına getirmiş olduğu yeniliklere dair oldukça kapsamlı bir açıklama yapan Mayfield (2010) bu uygulamaların çoğu zaman aşağıdaki beş özelliğe sahip olduklarını belirtir. Bu özellikler sosyal medyanın geleneksel medyadan farklılaşan yanlarını da oluşturmaktadır.

Katılım: Sosyal medya uygulamaları, bu uygulamaları kullanan tüm bireyleri topluluklara katılım ve görüş bildirmeye teşvik eder. Böylece geleneksel medyada daha belirgin olan izleyici ile medya arasındaki çizgiyi bulanıklaştırır.

Erişilebilirlik: Birçok sosyal medya uygulaması konular üzerinde yorum yapma, belirli başlıklar altında açılan oylamalara katılabilme gibi geri bildirim imkânı sunar.

Etkileşim: Geleneksel medya belirli kişiler tarafından oluşturulan içerikleri tek yönlü olarak geniş kitlelere ulaştırırken sosyal medya uygulamaları içeriği üreten ve bu içeriği tüketenler arasında karşılıklı bir iletişim gerçekleştirir.

Topluluk Oluşturma: Sosyal medya siyasi bir mesele, beğenilen bir program veya gündemde öne çıkan konular gibi ortak ilgi alanlarına ilişkin bireylerin bir araya gelerek topluluk oluşturmalarına, fikir alışverişlerine imkân sunar.

Bağlanabilirlik: Birçok sosyal medya uygulaması, başka sitelere, kaynaklara linkler yardımı ile bağlantı kurulabilmesini sağlar.

Yine sosyal medyanın iletişim ve toplum açısından önemini ve toplumsal etkileşim noktasında sahip olduğu gücü Orsburn (2012), "The Social Media Business Equation" adlı kitabında dikkat çeken şu ifadeler ile ortaya koymuştur:

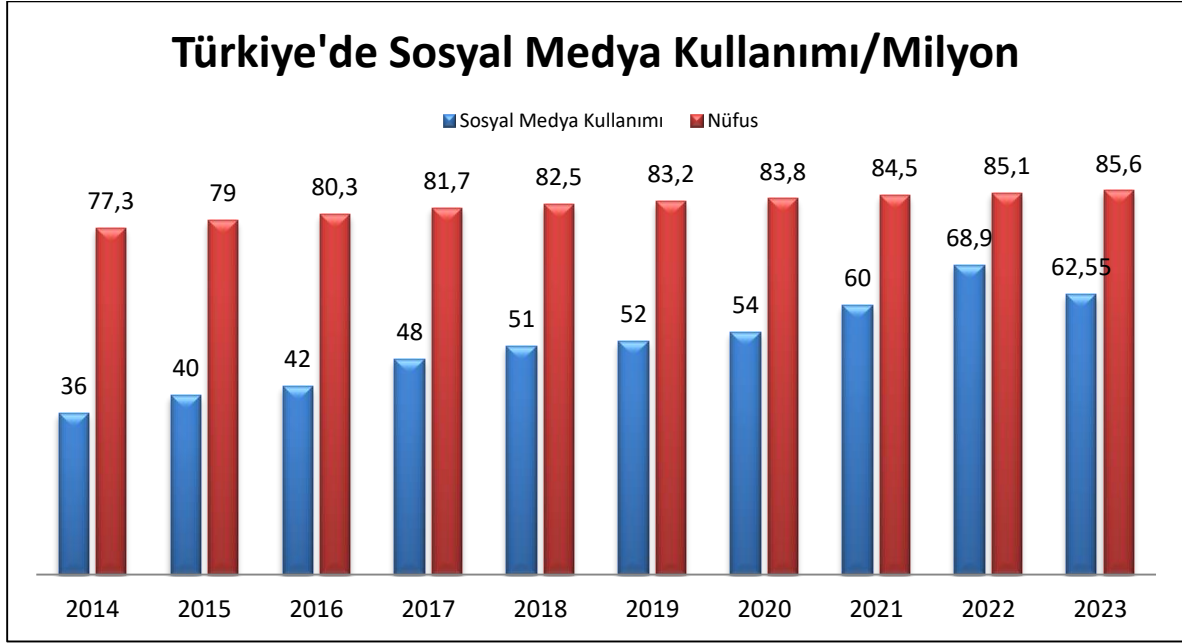
Facebook bir ülke olsaydı evrendeki en kalabalık üçüncü ülke olurdu.

Sosyal medya kullanım oranında (pornografiyi de geçerek) Web'de bir numara olmuştur.

Radyo 50 milyon kullanıcıya 38 yılda, televizyon 13 yılda ulaşırken internet ise 4 yılda 50 milyon kullanıcıya ulaşabilmiştir.

Facebook'un 50 milyon kullanıcıya ulaşabilmesi ise sadece dokuz ay sürmüştür.

Ülkemiz sosyal medya uygulamalarının yüksek oranlarda kullanıldığı ülkelerin başında gelmektedir. Örneğin son yıllarda öne çıkan ve Facebook'un çoğu kullanıcıyı kendine çeken Instagram'ın kullanım süresine bakıldığında Türkiye aylık 21,4 saat ile birinci sırada yer almaktadır. İkinci sırada yer alan Arjantin'de ise bu oran 17,6 saattir (We are social, 2023). Türkiye'de son on yıllık süreçte nüfus ve aktif sosyal medya kullanıcı sayısı Grafik 1'de verilmiştir.



Grafik 1. 2014, 2023 Yılları Arasında Türkiye Nüfusu Ve Sosyal Medya Kullanımı (We are social, 2022, 2023).

We are social'ın 2022 ve 2023 yılı raporlarına göre (Grafik 1) ülkemizde 2014-2022 yılları arasında sosyal medya kullanım oranında belirgin yükselişler görülmektedir. 2019 yılı sonbaharında ilk olarak Çin'de görülen ve daha sonra tüm Dünya'ya yayılan Kovid-19 salgınının etkili olduğu 2020 ve 2021 yıllarında diğer yıllara oranla çok daha büyük bir sıçrama vardır. Hem karantina süreçlerinin hem de sokağa çıkma yasaklarının bu yükselişte etkili olduğu düşünülebilir. Bir başka ifade ile afet durumları kitle iletişim araçlarının kullanım oranlarını ve amaçlarını da etkileyebilmektedir. 2022 yılı verilerine göre sosyal medya kullanımında belirgin bir düşüş olmuştur. Şirket genel olarak 2023 raporunda geçen yıla oranla sosyal medya kullanımının aynı olduğunu belirtmekle birlikte verilerdeki bu düşüşü çalışmalarında kullanmaya başladıkları yeni yöntem ve ölçme değerleriyle açıklamışlardır.

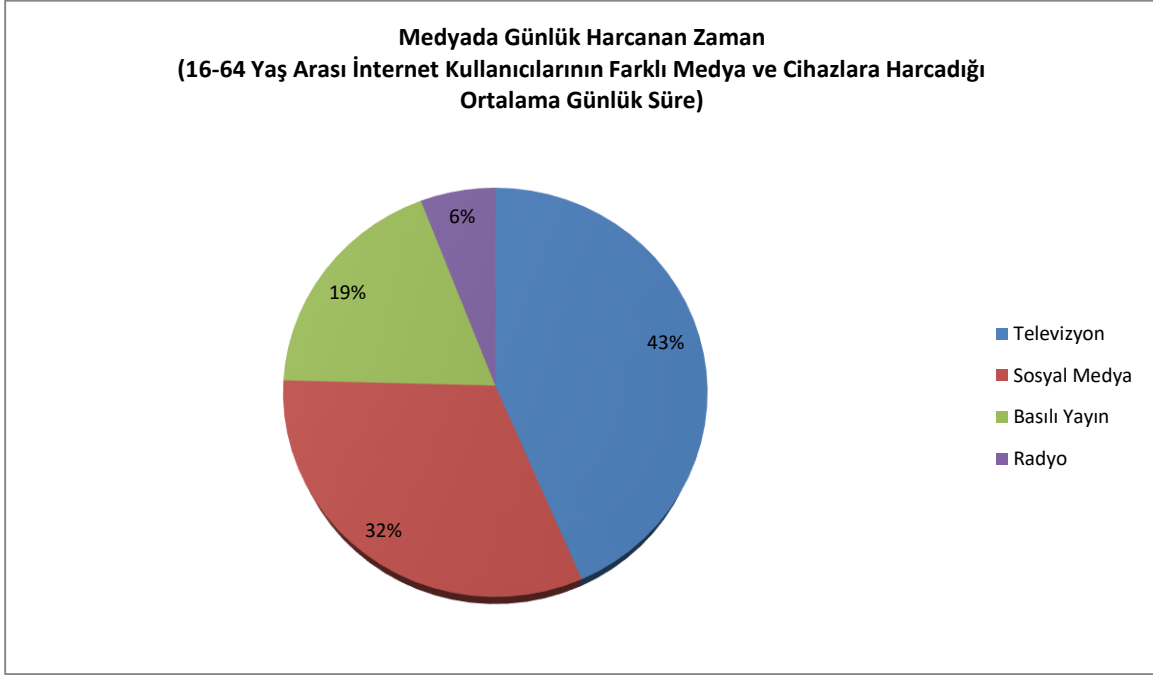
Geleneksel Medya

Yaygın olarak 'mass', 'endüstriyel', 'broadcast' (Yurdiğül ve Zinderen, 2012) veya geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, dergi ve televizyon gibi yazılı ve görsel basın, olayların, gelişmelerin, topluma duyurulması yoluyla iletişimin gerçekleştiği ortamlardır. Tek yönlü iletişime imkân tanıyan geleneksel medya araçlarında izleyicinin yayınlanan içeriğin hazırlanması, sunumu ve değerlendirilmesi aşamalarında müdahale şansı yoktur. Birey geleneksel medya ile olan etkileşiminde sadece tüketici olarak yer alır (Ahmadi ve Balci, 2021). Başka bir ifade ile geleneksel medyada içerik üreticisi ile izleyici arasında kitle iletişim aracının açılıp kapanması dışında bir etkileşim yoktur (Houston ve diğerleri, 2008). İzleyici kendi isteği ile geleneksel medya organlarında sunulan ve kullanıcıdan bağımsız olarak başlayıp devam eden içeriklere erişim sağlar.

Geleneksel medyanın öne çıkan özelliklerini Mathiyazhagan, Kaur, Ravindhar ve Devrani (2015) aşağıdaki gibi açıklamışlardır:

- Geleneksel medya yapısı gereği teknolojik değildir.
- Geleneksel medya kullanıcılarına kısmen sınırlı bir erişim, iletişim sunar.
- Geleneksel medyada yer alan içerikler açık anlaşılır ve inandırıcı olması açısından eğlence odaklı tasarlandığı için hedef kitle üzerinde büyük bir etki yaratır. Bu etkinin oluşmasında içerik üreticilerinin kendi topluluklarından olmasının katkısı büyüktür (yabancı formatlarda uyarlanarak izleyiciye sunulmaktadır).
- Geleneksel medya hitap ettiği topluluğun kültürüne uygun içerik üretmek sınırlı olmasına rağmen etkili bir iletişim sunar.
- Geleneksel medya en az girdi ile en yüksek üretim ve verim elde etme prensibi ile hedef kitlenin davranışlarında (tüketim vs.) değişiklik meydana getirmeyi amaçlar.

Sosyal medya icat edildikten sonra dünya çapında dikkat çeken bir yayılım gösterip geleneksel medyanın popülerite açısından baş etmek zorunda kaldığı yeni bir rakip olarak görülse bile geleneksel medya var olan gücünü korumaya (Orsburn, 2012), hala en etkili ve en güvenilir iletişim ortamı olarak kabul edilmeye (Ahmadi ve Balci, 2021) devam etmektedir. We are social'ın 2023 Türkiye Rapor'u da bu durumu örneklendirir niteliktedir. Grafik 2'de görüldüğü üzere internet üzerinden televizyon izlemek için harcanan zaman sosyal medyada harcanan zamandan daha fazladır.



Grafik 2. Türkiye'de 16-64 Yaş Arası İnternet Kullanıcılarının Farklı Medya Ve Cihazlarda Harcadığı Ortalama Günlük Süre (We are social, 2023).

Afetler

Afetler; toplumun genelinde veya belirli bir kesiminde normal hayatı ve insan faaliyetlerini tamamen veya kısmen durdurarak fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplara neden olan olayların doğurmuş olduğu sonuçlardır. Afetin meydana geldiği bölgedeki toplum afetle mücadele açısından yeterli kapasiteye sahip değildir (Afet Terimleri Sözlüğü [AFAD], 2023). Afetin etkilediği bölgede yaşayan halk kendi imkânlarıyla alışık olduğu rutin yaşantısına dönmekte zorlanır.

Afetler doğal olaylar sonucu meydana gelen 'doğal afetler' ve insanların çeşitli faaliyetleriyle ilişkili olarak ortaya çıkan 'beşeri afetler' olmak üzere iki guruba ayrılırlar (Şahin ve Sipahioğlu, 2002). Afetlerin yaygın olarak karşılaşılan türleri: deprem, volkanik patlama, tsunami, tayfun, kasırga, sel baskını, heyelan, kuraklık, orman yangını, epidemisi, sivil karmaşa olarak sıralanabilir. Deprem, toprak kayması gibi afetler aniden meydana gelirken sel ve kasırga vs. önceden bir miktar öngörülebilir afetlerdir. Yine afetler insan malına ve canına zarar verme oranlarına göre büyük (deprem, kuraklık, sel, volkanik patlama) ve küçük afetler (dolu, çığ) olarak da gruplandırılırlar (Balsubramanian, 2014).

Dünya'da meydana gelen afetler 2000'li yıllardan sonra artarken doğa kaynaklı afetlerin görülme sıklığı teknoloji kökenli afetlere oranla daha yüksektir ve türü ne olursa olsun yaşanan afetler toplum üzerinde farklı boyutlarda etkili olmaktadır (Usta, 2023). İnsan yaşamına ve yerleşim alanlarının altyapılarına büyük zarar veren bu afetler neticesinde zamanla can kaybı azalırken, yaralı ve evsiz kalan insan sayısında kayda değer bir artış gözlenmektedir (Erkan, 2010, Simon, Goldberg ve Adini, 2015). Bu artışla birlikte biri diğerinden benzersiz olarak meydana gelen her afet sonrası yeni çevresel, coğrafik, politik, ekonomik ve toplumsal kaygılar ortaya çıkmaktadır (Yates ve Paquette, 2011).

Afet İletişimi, Kitle İletişimi, Toplum ve Afet İlişkisi

Afet İletişimi

Afet iletişimine geçmeden önce bu güne kadar çeşitli araştırmacılar tarafından onlarca tanımlanan 'iletişim'in ne olduğuna ve kitle iletişimine kısaca değinmekte fayda vardır. İletişim en geniş anlamıyla: "bir gönderen, bir kanal, bir gönderi, bir alıcı, gönderen ile alıcı arasındaki ilişki, etki, iletişimin meydana geldiği ortam ve 'gönderilerin' değindiği bir dizi şeyleri belirtir" (McQuail ve Windahl, 2005). Daha anlaşılır bir ifade ile iletişim yüz yüze konuşma, televizyon, sinema (internet, sosyal medya), bilgi yayma, edebi veya sanatsal eleştiri (Fiske, 2003) düşünce, bilinç ve dilsel etkinliklerin üretilmesi, insanların üretim faaliyetlerinin bir parçası ve sonucudur (Yaylagül, 2014). Çift yönlü olarak nitelendirilen iletişim sürecinde ise insanların ilişki içinde olmaları gerekir, böylece iki insan veya insan ile örgüt arasında mesajların yerine ulaşması amaçlanır. Ayrıca normal şartlar altında kolay gibi görünse bile en eski öğrenilmiş davranış olarak gerçekleştirdiğimiz iletişimin karmaşık ve dinamik bir yapısı vardır. Örneğin iletişim sürecinde mesaj, göndericinin etkisinde kalabilir, araç mesajı aslından uzaklaştırabilir veya mesaj alıcı tarafından farklı algılanabilir (Toker, 2016).

İletişimin bir türü olan kitle iletişimi, uzmanlaşmış gruplar tarafından üretilen sembolik içeriğin büyük heterojen ve farklılaşmış izleyicilere ulaştırılması için basın, radyo, televizyon, film gibi teknolojik aletlerin kullanılmasıdır (Janowitz, 1968, aktaran McQuail ve Windahl, 2005). Bir başka ifade ile her türlü enformasyonun teknik araçlar kullanılarak büyük bir kitleye iletilmesi olarak da tanımlanan kitle iletişimi 1950'lerden sonra teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak hızlı bir ilerleme kaydetmiştir. İnternet ve sosyal medyanın icadı kitlesel iletişimi belirli kurum ve kişilerin tekelinden çıkararak daha etkileşimli ve erişilebilir bir noktaya taşımıştır. Kitle iletişimi ve iletişim kavramları sıklıkla birbiri yerine kullanılıyor olsalar bile bu iki kavram birbirlerinden farklı anlamlar taşımaktadır. Kitle iletişimi için teknik araçlara ihtiyaç duyulurken iletişim her türlü araçla kurulabilmektedir (Erdem, 2014).

Günlük kullanımda kitle iletişim araçlarından bir bütün olarak bahsedilse bile yazılı basın, radyo, televizyon, sosyal medya gibi çeşitli teknolojik özelliklere sahip farklı araçlar olarak karşımıza çıkarlar. Günümüzde toplumsal varoluşu ve sosyalleşmeyi gerçekleştirerek bu durumun devamlılığını sağlamak için ihtiyaç duyulan kitle iletişim araçlarının ortak özellikleri toplumda bir alışkanlığa, ihtiyaca dönüşmeleri ve toplum nezdinde belirli taleplerin oluşmasına zemin hazırlamaları, olayları herhangi bir ayırım gözetmeksizin toplumun tüm kesimine aynı anda iletebilmeleridir (Soydan ve Alpaslan, 2014). Yine kitle iletişim araçları bireylere kişisel kimlik inşası, bilgiye ulaşabilme, topluluklarla bir araya gelebilme, sosyal etkileşim ve eğlence imkânı da sunmaktadır. Bireyler de dünya hakkında fikir edinebilme, karşılaşılan problemlere ilişkin çözüm yolları ve tavsiyeler arama, eğitim, iş, ilgi alanlarına yönelik içeriklere ulaşma, zaman geçirme (boş zaman aktivitesi), sosyal empati ve etkileşim için kitle iletişim araçlarına başvurumaktadırlar (Mora, 2008).

İletişim ve kitle iletişimine dair bu kısa ve genel açıklamalardan sonra afet iletişimine geçilecek olursa afet öncesi planlama, afetin meydana geldiği anda müdahale ve afet sonrasında arama- kurtarma çalışmalarının temel bir bileşeni iletişimidir. Öyle ki etkin bir şekilde planlanan ve yürütülen afet iletişimi, afetler meydana gelmeden önce halkın afetlere karşı bilinçlendirilmesi, afetlerin mümkün olduğu ölçüde önlenmesi, afet sonrasında afetlerin neden olduğu zararların en aza indirilmesi ve kaotik ortamlarda toplumun doğru şekilde bilgilendirilebilmesi açısından büyük katkı sunar (Dave, t.y.; Houston ve diğerleri, 2015; Simon, ve diğerleri, 2015). Bir başka ifade ile afetler öncesi erken uyarı, afetin toplumda, politika yapıcılar arasında sosyal bir problem olarak kabul edilmesi ve çözüm odaklı ele alınması, afet sonrasında doğru bir strateji ile imkânların seferber edilme süreçleri medya ve iletişimle sıkı sıkıya bağlıdır (Cottle, 2014). Ayrıca geleneksel medya ve sosyal medyaya yansıyan yoğun görsel içerikler afetin sosyal inşasında ve afet iletişiminde güçlü bir rol oynamaktadır (Greenberg ve Scanlon, 2016).

Kitle iletişim araçlarının afet iletişiminde kullanılması yeni değildir. Tarihsel açıdan bakıldığında zaman kitle iletişim araçları genellikle afetleri ve afetlerin ortaya çıkardığı etkileri zaman ve mekan boyunca iletmek için kullanılmıştır (Cottle, 2014; Pantti, Wahl-Jørgensen ve Cottle, 2012). Günümüzde ise bireysel ve toplumsal açıdan sahip olunan iletişim imkânı insanlık tarihinde eşi benzeri görülmemiş bir noktaya ulaşmış, bu sayede artık kitle iletişim araçları meydana gelen afetleri sadece bir yerden diğerine aktarma işlevinin ötesine geçmiş ve afetler öncesi/sonrası doğrudan katılımlı bir afet iletişimi mümkün hale gelmiştir (Cottle, 2014). Ayrıca hızla yayılan internet ve sosyal medya uygulamaları afetlerde görev yapan muhabirler, afete müdahale eden kurumlar, sivil toplum örgütleri, yerli ve yabancı gönüllüler arasındaki belirgin çizgileri de muğlaklaştırmış, geleneksel medyanın sınırlı iletişimi ve tekelini kırmıştır (G. Haddow ve K. Haddow, 2014; T. Liu, H. Zhang ve H. Zhang, 2020). Dolayısıyla geleneksel afet iletişiminde tüm katılımcıların (afetlere ilişkin kurum ve kuruluşlar, afetten doğrudan

ve dolaylı olarak etkilenen nüfus, risk altında olan bölgeler veya daha geniş bir coğrafya) rolleri ve sorumlulukları açıkça tanımlanmışken (Resnyansky, 2015) bireysel içerik üretimine izin veren, zaman ve mekan sınırlılığı olmayan sosyal medya uygulamaları afet iletişimini daha etkileşimli bir noktaya taşıyarak yeni bir perspektif kazandırmıştır. Queensland Üniversitesi'nde teknoloji profesörü olarak görev yapan Axel Bruns'a göre de sosyal medya uygulamaları acil durumlara yönelik yapılan her çalışmanın önemli bir bileşeni olmakla kalmamış itfaiye, ambulans, helikopter gibi afete yönelik elzem bir ekipman olmuştur. Çünkü halk görülmemiş bir şekilde sosyal medya ile entegre bir yaşam sürmeye başlamıştır (G. Haddow ve K. Haddow, 2014; T. Liu ve diğerleri, 2020).

Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya Toplum Afet Etkileşimi

Gazete, radyo, televizyon ve sosyal medya gibi modern kitle iletişim araçlarından önce yabancı elçiler, ülkeler-kıtalar arası ticaret yapan tüccarlar, denizciler insanların dikkatini çekebilmek için tanık oldukları veya duydukları felaket haberlerini kendi tasvirleriyle anlatarak bu olayların bir yerden bir yere taşınmasını ve toplumda yayılmasını sağlamışlardır (Cottle, 2014; Pantti ve diğerleri, 2012). Böyle bir iletişim yönteminde afetlere ilişkin haberlerin topluma iletilme hızı kişilerin bir yerden bir yere hareket edebilme kabiliyetine, hayal gücüne ve yorumuna bağlı olarak gelişmektedir. Bu durumda toplumun yaşanan afete yönelik reaksiyonunun da yine aynı ölçüde gerçekleşme ihtimali yüksektir.

Afetin yaşandığı anda ve afet sonrasında kişilerin haber alma, doğru bilgiye, aile üyeleri veya tanıdıklarına ulaşma ihtiyaçları artmakla birlikte bu ihtiyacın doğru ve güvenilir kaynaklar aracılığı ile giderilmesi oldukça önemlidir. Aksi takdirde deprem, sel, yangın gibi toplumsal rutinlerin bozulduğu afet durumlarında hem kişiler arası hem de kurumlar arası düzeyde iletişim ağının sekteye uğraması sonucu kişiler kendilerini yalnız ve çaresiz hissedip korku ve endişeye kapılabilirler. Alışık olduğu iletişim akışı kesilmiş bir toplumun rutin koşullardan mahrum kalması genel bir travmaya neden olabilir ve bu durum uzun vadeli belirsizlikler yaratabilir (Koç Akgül, 2017; Simon ve diğerleri, 2015). Top yekûn bir endişe ve korku hali toplumun tüm dengelerini alt üst ederek yaşanan afeti iyice üstesinden gelinemez bir noktaya taşıyabilir. Böylesi kaos ortamlarında kitle iletişim araçlarından yayılan enformasyon toplumun yeniden sağduyu kazanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Zamanla teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak icat edilen ve bugün Dünya genelinde neredeyse her evin içine nüfuz etmeyi başaran kitle iletişim araçları (Bansal, 2018), yerkürede asırlardır etkili olan afetlerin toplum ile ilişkisini de farklı bir boyuta taşımıştır. Kitle iletişim araçları toplumun afetlere ilişkin bilgilerini ve afetlere karşı hazır bulunuşluklarını artırırken günümüzde herhangi bir yerde meydana gelen afetin yerel, bölgesel veya küresel çapta iletilmesi için geçmişte olduğu gibi fiziki mesafelerin kat edilmesine gerek kalmamıştır. Toplum bir başka yerde meydana gelen afetin nerede olduğunu, türünü ve etki alanını öncelikli olarak bulunduğu yerde yayın yapan kitle iletişim araçları sayesinde öğrenmeye başlamıştır (Bansal, 2018; Greenberg ve Scanlon, 2016). Bir başka ifade ile mevcut kitle iletişim araçları afet haberlerinin yayılması noktasında yerküredeki mekansal ve zamansal farklılıkları kademeli olarak çöktürmüştür. Yine kitle iletişim araçları sayesinde afetler ve toplum arasındaki ilişki, etkileşim geçmişte hayal dahi edilemeyecek şekilde iç içe bir hal almış (Cottle, 2014) özellikle maddi ve manevi açıdan büyük zarara neden olan afetler kitle iletişim araçları sayesinde uzun süre gündemde kalmaya başlamıştır.

Geleneksel medya araçları bir afet meydana geldikten sonra afetten en çok etkilenen bölgeler, kapalı/açık yollar, arızalı elektrik hatları veya su şebekeleri, afetten etkilenen ve hayatta kalan afet zedeler için barınma, beslenme imkânı, içme suyu, hijyen malzemeleri, eczane hizmetleri ve temel gıdaya erişim noktaları; acil durumlar için aranabilecek numaralar gibi hayati derecede önem taşıyan konular hakkında doğru ve güvenilir bilgiler verirler. Özellikle televizyon kanalları haber etiğini gözeterek yaptığı yayınlar sayesinde afetin ciddiyetini tüm açıklığıyla gözler önüne serer, yapılacak yardımlar için öncü ve yol gösterici bir rol üstlenerek toplumsal birlik ve beraberlik duygusunu güçlendirmektedir (Bansal, 2018; Kapoor, 2015; Reilly ve Atanasova, 2016). Yine televizyona erişim imkânının olmadığı durumlarda radyo kısa sürede çok sayıda kişiye ulaşmak için etkili bir araç olarak afetler öncesi ve sonrasında yeni gelişen tüm kitle iletişim araçlarının avantajlarına (görüntü, anımsalılık, karşılıklı iletişim) rağmen güvenilirliğini korumaya devam etmektedir (Krishna, 2017).

Afet iletişiminde uzun bir geçmişe sahip olan televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medya araçları (Backfried, Göllner, Quirchmayr, Rainer, Kienast, Thallinger, Schmidt, Pfeiffer, Meurers ve Peer, 2013) olayın resmi bir felaket olarak tanımlanması ve afetin kapsamının belirlenmesi açısından kilit bir rol oynamaktadır. Facebook, Instagram, Twitter (X) gibi sosyal medya uygulamaları afetler sonrasında yoğun olarak bilgi akışı sunsalar bile ana akım medya tüm bu bilgilerin tutarlılığını sağlayarak toplumda güvenilir bir doğrulama noktası olarak görülmeye devam etmektedir (Greenberg ve Scanlon, 2016; Kapoor, 2015; Reilly ve Atanasova, 2016). Bir

başka ifade ile toplum sosyal medya uygulamaları üzerinden oldukça kolay ve hızlı bir şekilde öğrendiği afet haberlerini geleneksel medyadan teyit etme, doğrulama yoluna gitmektedir.

Son yıllarda acil durumlar için ideal bir iletişim aracı olarak çoklu iletişime imkân tanıyan, coğrafik sınırlılıkları olmayan, düşük maliyetli, kolay öğrenilip kullanılabilen, güvenilir, geliştirilebilir, mobil (gezici, birçok yerde kullanılabilen) ve hızlı olması sebebiyle eğlenme, bilgiye ulaşma, arkadaş edinme gibi birçok alanda kullanılan sosyal medya uygulamaları afetlerde iletişim ve koordinasyonu sağlamak için de sıklıkla kullanılmaya, araştırmalara konu olmaya başlamıştır (Houston ve diğerleri, 2015; Rasmussen ve Ihlen, 2017; Yuliana, 2023).

Dünya ölçeğinde ilk olarak 2010 Haiti Depreminde Amerika Birleşik Devletleri, Haiti Hükümeti ve Birleşmiş Milletler başta olmak üzere yardım için harekete geçen birçok ülke sosyal medyayı ana bilgi paylaşım mekanizması olarak kullanırken (Yates ve Paquette, 2011) ülkemizde ise sosyal medyanın afetlerde ne kadar büyük bir görev üstlenebileceğini gözler önüne seren olay 23 Ekim 2011 tarihinde Van'da meydana gelen deprem olmuştur (Soydan ve Alpaslan, 2014; Toker, 2016). Bu ilk kullanımlarından sonra her geçen gün afet ve acil durumlarda kullanımı artan sosyal medya uygulamalarına kurumlar, kişiler veya topluluklar; afet açısından riskli bölgeler veya afete neden olabilecek durumlar hakkında toplumu uyarmak, arkadaşlara, aile üyelerine güvende olduğunu bildirmek, afetler sonrası yerel, bölgesel ya da küresel çapta yardım çağrısında bulunmak, afetzedelere daha hızlı ulaşabilmek için başvurmaktadır (Lindsay, 2011; Yuliana, 2023).

Sosyal medyanın özellikle akıllı telefonlar ve tabletler gibi taşınabilir cihazlar aracılığı ile kullanılabilmesi oldukça uzak, ücra yerlerde bile meydana gelen afetlerin toplum tarafından hızlıca öğrenilebilmesine zemin hazırlamıştır. Bu durumun nedeni ise profesyonel haber ajansları veya muhabirlerin henüz ulaşamadığı yerlerde bile sıradan vatandaşların sosyal medya sayesinde yaşanan olayları kaydedip paylaşabilme imkânına kavuşmuş olmalarıdır (Houston ve diğerleri, 2015; Palen ve Hughes, 2018).

Etkileşimli yapısı, iletişimde sağladığı hız ve esneklik ile üst düzey dayanışma ve yardımlaşma imkânı sunabilen sosyal medya toplumun, kurum ve kuruluşların afetler karşısındaki dayanıklılıklarını da artırmaktadır. Yine afetler sırasında zarar gören bölgelerde yaşanabilecek elektrik kesintileri geleneksel medyanın en güçlü temsilcilerini bile kesintiye uğratarken özellikle mobil cihazlar aracılığıyla sosyal medya erişimi bir süre daha devam edebilmektedir. Afetler sonrası toplumun büyük bir bölümünde görülen kargaşa düşünüldüğünde en azından bir iletişim kanalının açık olması bireyler ve toplum için kritik öneme sahiptir (Toker, 2016).

Bireyler ve toplum yaşanan bir afet karşısında gönüllü olarak harekete geçip yardım etmeye hazırdır (Simon ve diğerleri, 2015). Etkileşimli yapısı sayesinde sosyal medya uygulamaları toplumda var olan bu harekete geçme arzusuna yeni bir zemin hazırlamış, bu durumu kolaylaştırmış ve dijital gönüllülüğün (afet öncesi, afet anı ve afet sonrasında sosyal medya gibi çevrimiçi uygulamalar sayesinde belirli görevleri yerine getirme) yükselmesine katkı sağlamış, afetzedeler başta olmak üzere tüm toplumun birbirlerine bağlanma potansiyelini de güçlendirmiştir (Murthy ve Gross, 2016; Palen ve Hughes, 2018). Ayrıca sosyal medya uygulamaları bir afet yaşandıktan sonra hayatta kalanlara ulaşabilmek için kullanılan kitle iletişim araçlarını (Math, Nirmala, Moirangthem ve Kumar, 2015) hayatta kalan kişilerin, afetzedelerin arama kurtarma ekiplerine seslerini duyurabilmek için kullandıkları bir araç olarak değişikliğe uğratmıştır. Özellikle yaşanan depremler sonrası enkaz altından gönderilen mesajlar ve yer bildirimleri sayesinde arama kurtarma ekipleri depremlere daha kolay ulaşabilir olmuşlardır.

Sorokin (1943) yıllar öncesinde yaşanan felaketlerin sosyal hayatın normal zamanlarda gizli kalmış birçok yönünü inceleme imkânı sunduğunu iddia etmiştir. Bugün bu iddiayı doğrular nitelikte sosyal medya diğer tüm avantajlarının yanı sıra afetler sonrasında toplum davranışlarını gözlemlene fırsatı da vermektedir. Kişilerin sosyal hayatın bir parçası olarak her geçen gün daha fazla başvurduğu sosyal medya uygulamalarında yaşanan bir felaket sonrası rutin paylaşımlarda değişiklikler meydana gelebilmekte, afet yaşandıktan sonra kişiler eğlenceli video veya fotoğraf paylaşma alışkanlıklarından uzak durarak (Murthy ve Gros, 2016) ya hiç paylaşım yapmama ya da meydana gelen afete ilişkin içerik üretme yoluna gidebilmektedirler. Örneğin asrın felaketi olarak nitelendirilen ve 11 ilimiz (Kahramanmaraş, Hatay, Adana, Diyarbakır, Şanlıurfa, Gaziantep, Malatya, Elazığ, Osmaniye, Adıyaman ve Kilis) başta olmak üzere Suriye dâhil büyük bir coğrafyada etkili olan 6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri sonrasında da Facebook, Instagram Whatsapp ve Twitter (X) (Trend topic) gibi en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarında günlerce sadece afete ilişkin bilgi alışverişi gerçekleşmiş ve depremden dolayı yaşanan acı ifade edilmiştir.

Geleneksel medya ve sosyal medya uygulamaları, toplum afet iletişiminde afet öncesi, afet anı ve afet sonrasında yukarıda bahsedilen olumlu etkilerinin yanı sıra bazı dezavantaj ve riskleri de bünyesinde barındırmaktadır.

Toplumun doğrudan maruz kalmadığı afetlere yönelik sahip olduğu ilk bilgiler kitle iletişim araçlarından yansıdığı şekildedir (Greenberg ve Scanlon, 2016) bu yüzden geleneksel medyada görevli içerik üreticilerinin

toplumu doğru ve anlaşılır bir şekilde bilgilendirmemeleri durumunda halk paniğe kapılabilir. Medya afetin bazı (büyüklüğü, can kaybı, maddi zarar) unsurlarını abartabilir ve böylece toplumda istenmeyen, engellenmesi zor olan bir panik ortamı yaratabilir. Medya afet sırasında ve sonrasında bireylerin ve toplumun davranışlarını çok dramatik veya aşırı heyecan verici şekilde yanlış tasvir edebilir. Muhabirler sansasyonel olması açısından toplumsal travmalara neden olabilecek görüntüleri sansürsüz aktararak afet zedelerin onurunu kırabilir. Etki gücü yüksek politikacılar, iş adamları afet sonrasında geleneksel medya araçlarını kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirip gerçeklerin taraflı olarak sunulmasına neden olabilir. Ayrıca sosyal medya geleneksel afet yönetimi bilgi sistemlerinden ziyade merkezi olmayan bir iletişim modu sunduğu için bu platformlar üzerinde takipçi sayısı yüksek olan kişiler veya sayfalar afete ilişkin taraflı, kaynağı doğrulanmamış yüksek görsel içerikli paylaşımlar yaparak büyük kitleleri yanlış yönlendirebilir. Artan bilgi akışıyla birlikte gizlilik içeren bilgiler deşifre olarak usulsüz bir şekilde yayılıp toplum düzeninin yeniden sağlanmasını zorlaştırabilir (Bansal, 2018; Dave, ty.: Kapoor, 2015; Lindsay, 2011; T. Liu ve diğerleri, 2020; Murthy ve Gross, 2016; Reilly ve Atanasova, 2016). Sosyal medya aynı zamanda sanal ortamdaki çıkararak meydana gelen kitlese hareketlere ve protestolara da zemin hazırlayabilmektedir. Bir başka ifade ile toplumun bilgiye ulaşma ve görüşlerini açıkça ifade edebilme imkânını yükselten sosyal medya uygulamaları toplumsal hareketlerin önceden ulaşılması zor siyasi hedeflere ulaşmasını bir noktada bu hareketlerin afete dönüşmesini kolaylaştırmaktadır (Blas, 2018; Hassan, 2015). Her ülkenin kendi içinde yayın yapan geleneksel medya araçlarına diğer ülkelerden erişim imkânının kısıtlı olmasından dolayı sosyal medya uygulamalarının küresel çapta iletişim imkânı bu tür hareketlerin tüm dünyaya yayılmasını da mümkün kılmaktadır.

SONUÇLAR

İçinde bulunduğumuz küresel çağda hem afetlerin doğası hem de afetlerin kitle iletişim araçları ile olan ilişkisi değişime uğramaktadır (Pantti ve diğerleri, 2012). Bu çalışmada da geleneksel medyadan sosyal medyaya toplum ve afet etkileşimi ele alınmıştır.

Geçmiş insanlık tarihi kadar eskiye uzanan afetler günümüzün modern, endüstrileşmiş ve küreselleşmiş dünyasının da tedbir alınabilir ancak tamamen kaçınılmaz, engellenemez bir parçası olarak (Math ve diğerleri, 2015) bireyleri ve toplumu derinden etkilemeye devam etmektedir. Bir başka ifade ile insanlık doğadaki varlığını korudukça afetler ve afetlere yönelik çalışmalar da toplumun yadsınamaz bir gerçeği olarak karşımıza çıkacaktır (Toker, 2016). Bireysel ve kitlese iletişimde çığır açan geleneksel medya ve günümüz modern dünyasını yeniden dizayn eden sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte hem Dünya’da hem de Türkiye’de yıllardır büyük can ve mal kayıplarına neden olan afetlere ilişkin, afet öncesi eğitim, afet sonrası afetin kurum kuruluş ve topluma iletilme hızı, kriz iletişimi, arama kurtarma çalışmaları, gönüllü faaliyetleri de değişime uğrayarak daha geniş kapsamlı ve etkileşimli bir noktaya çıkmıştır.

Özellikle sosyal medya uygulamalarının yaygın kullanımı ile afet öncesi ve sonrası iletişim, toplumsal etkileşim açısından yeni bir alan daha açılmış sosyal medyanın interaktif yapısı afet ve toplum ilişkisini oldukça girift bir yapıya kavuşturmuştur. Sosyal medyanın icadından önce yaşanan afetler sonrası geleneksel medya üzerinden kısıtlı bir iletişimle çoğu zaman sadece izleyici olarak afetlere dâhil olan bireyler günümüzde afetlere ilişkin kendi oluşturdukları içerikleri küresel çapta büyük topluluklarla paylaşabilme, var olan içeriklere katkıda bulunabilme imkânı elde etmişlerdir (Simon ve diğerleri, 2015).

Toplum nezdinde geleneksel medya afetler sonrası güvenilir bilgi kaynağı olarak görülmeye devam ederken sosyal medya uygulamaları da zaman ve mekan açısından her hangi bir sınırlamaya maruz kalmadan hızlı ve karşılıklı iletişim için kullanılmaktadır (W. Liu, Xu ve Tsai, 2020; Reilly ve Atanasova, 2016). Dolayısıyla geleneksel medya ve sosyal medya çeşitli şekillerde birbirlerini destekleyerek afetlere yönelik iletişimi güçlendirmektedirler (Backfried ve diğerleri, 2013). Bu noktada afetlere ilişkin çalışmalar yürüten kurum ve kuruluşlar tarafından geleneksel medya ve sosyal medya uygulamalarının birlikte kullanıldığı bir afet iletişimi: afetlere hazırlık, afet anında koordinasyon, afet sonrasında arama kurtarma ve iyileştirme çalışmalarının daha etkili bir şekilde yürütülmesini kolaylaştıracaktır.

Medya afetler açısından bakıldığı zaman yerine getirdiği sosyal işlevler ve sağladığı toplumsal bağlantı sayesinde sadece bir iletişim kanalından daha fazlasıdır (Resnyansky, 2015). Bu durumda afetler sırasında insanlar yaşanan afetle birlikte birden çok kanaldan yayılan doğruluğu kanıtlanmamış yoğun bilgi akışından da zarar görebilmektedirler (Krishna, 2017). Meydana gelen afetin yanı sıra medya eliyle oluşabilecek zararlar için toplumun medya, sosyal medya okuryazarı olması önemlidir.

KAYNAKLAR

- AFAD (2023). *Açıklamalı afet terimleri sözlüğü/İnsan kaynaklı afetler*. Erişim Adresi: <https://www.afad.gov.tr/aciklamali-afet-yonetimi-terimleri-sozlugu>. (E. T. 05.04.2023).
- Ahmadi, A. L., & Balcı, Ş. (2021). *Afganistan'da sosyal medya ve geleneksel medya karşılaştırması*. Communication Economics Organization, 24-25 December, Ukraine.
- Backfried, G., Göllner, J., Quirchmayr, G., Rainer, K., Kienast, G., Thallinger, G., Schmidt, C., Pfeiffer, M., Meurers, C., & Peer, P. (2013). Cross-media analysis for communication during natural disasters. *IAIT*, 13-22. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-03783-7_2
- Balsubramanian, A. (2014). *Types of disasters*. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/309782796_Types_of_Disasters (E. T. 06.06.2023).
- Bansal, S. (2018). Role of media in disaster management. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 6(2), 411-417.
- Blas, S. N. (2018). *Social media and the Arab Spring*, Air Command and Staff College Air University, Master of Operational Arts and Sciences.
- Cottle, S. (2014). Rethinking media and disasters in a global age: what's changed and why it matters. *media, War & Conflict*, 7(1), 3-22. doi: 10.1177/1750635213513229
- Dave, R. K. (ty.) Role of Media in disaster management. Erişim Adresi: <https://www.osou.ac.in/eresources/role-of-media-in-disaster-management.pdf> (E. T. 04.06.2023).
- Davis, J. L. (2015). Social Media, the international encyclopedia of political communication in, (G. Mazzoleni, Ed.), Published by John Wiley & Sons, Inc.
- Demiröz, K. (2020). Afet kriz yönetiminde sosyal medyanın işlevselliği ve zararları üzerine bir inceleme. *Dirençlilik Dergisi*, 4(2), 293-304.
- Erdem, H. H. (2014). Kitle iletişimi, etik ve eğitim. *GEFAD/GUJGEF*, 34(1), 63-77.
- Erkan, A. E. (2010). *Afet yönetiminde risk azaltma ve Türkiye'de yaşanan sorunlar*. Devlet Planlama Teşkilatı Uzmanlık Tezleri.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev: S. İrvan), Bilim ve Sanat.
- Greenberg, J., & Scanlon, T. J. (2016). Old media, new media and the complex story of disasters. *Natural Hazard Science*, doi: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199389407.013.21>
- Haddow, G. D., & Haddow, K. S. (2014). *Disaster communications in a changing media world*. Elsevier Inc. All rights reserved.
- Hassan, S. F. (2015). *Social media and the Arab Spring*. The State University of New Jersey, For the degree of Masters of Arts in Liberal Studies. Erişim Adresi: <https://mals.camden.rutgers.edu/files/Social-Media-and-the-Arab-Spring.pdf> (E. T. 28.04.2023).
- Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Hode Goldstein, M., Halliwell, M. R., Turner McGowen S. E., Davis, R., Vaid, S., McElderry, J. A., & Griffith, S. A. (2015). Social media and disasters: a functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1), 1-22. doi: 10.1111/disa.12092

- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Reyes, G. (2008). Experiencing disasters indirectly: how traditional and new media disaster coverage impacts youth. *The Prevention Researcher*, 15(3), 14-17.
- Janowitz, M. (1968). *The study of mass communication*. In International Encyclopedia of the Social Sciences (D. E. Sills, Ed.), MacMillan and Free Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizon*, 53, 59-68.
- Kapoor, N. (2015). Role of media in disasters management. *Journal of Advance Research in Social science and Humanities*, 1(1), 9-11. doi: <https://doi.org/10.53555/nssh.v1i1.228>
- Karaman, Z. T. (2016). *Afet yönetimine giriş ve Türkiye’de örgütlenme*. Bütünleşik Afet Yönetimi İçinde (Z. T. Karaman ve A. Altay, Ed.), İlkem.
- Koç Akgül, S. (2017). Olağanüstü durumlar, iletişim ve habercilik yaklaşımları. *TRT akademi*, 2(3), 6-47.
- Krishna, S. (2017). The role of radio in disaster management: with special reference to Indian Radio. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 5(4), 517-521.
- Lindsay, B. R. (2011). Social media and disasters: current uses, future options, and policy considerations. *Congressional Research Service*, Erişim Adresi: <file:///D:/makaleler/afet%20dergisi/kaynaklar/lindsay.pdf> (E. T. 01.06.2023).
- Liu, T., Zhang, H., & Zhang, H. (2020). The impact of social media on risk communication of disasters—a comparative study based on Sina Weibo Blogs Related to Tianjin Explosion and Typhoon Pigeon. *International, Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3).
- Liu, W., Xu, W., & Tsai, J-Y. (2020). Developing a multi-level organization-public dialogic communication framework to assess social media-mediated disaster communication and engagement outcomes. *Public Relations Review*, 46(4), 1-9. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101949>
- Mayfield, A. (2006). *What is Social Media*, Erişim Adresi: http://crmchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf (E. T. 01.06.2023).
- McLuhan, M. (1960). *Understanding media: the extensions of man*. MA: MIT Press.
- Math, S. B., Nirmala, M. C., Moirangthem, S., & Kumar, N. C. (2015). Disaster management: mental health perspective. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 37(3), 261-271. <https://doi.org/10.4103/0253-7176.162915>
- Mathiyazhagan, T., Kaur, J., Ravindhar, M., & Devrani, G. P. (2015). Traditional media of communication. *International Journal of Social Science*, 4(1), 159-169.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2005). *Communication models for the study of mass communication*. (Çev: K. Yumlu), İmge Kitabevi.
- Mora, N. (2008). *Medya çalışmaları medya pedagojisi ve küresel iletişim*. Altıkitap.
- Murthy, D., & Gros, A. J. (2016). Social media processes in disasters: Implications of emergent technology use. *Social Science Research*, 63, 356-370, doi: [10.1016/j.ssresearch.2016.09.015](https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2016.09.015)

- Orsburn, E. M. (2012). *The social media business equation: using online connections to grow your bottom line*. Course Technology PTR.
- Palen, L., & Hughes, A.L. (2018). *Social media in disaster communication*. In: Rodríguez, H., Donner, W., Trainor, J. (eds) Handbook of Disaster Research. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, Cham. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-63254-4_24
- Pantti, M., Wahl-Jorgensen, K., & Cottle, S. (2012). Disasters anda the media. *Media, War & Conflict*, Erişim Adresi: <file:///C:/Users/ASUS-B%20C4%B0LG%C4%B0SAYAR/Downloads/PDFSubmission.pdf> (E. T. 15.08.2023)
- Rasmussen, J., & Ihlen, Ø. (2017). Risk, crisis, and social media: A systematic review of seven years research. *Nordicom Review*, 1-17. doi: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0393>
- Reilly, P., & Atanasova, D. (2016). *A report on the role of the media in the information flows that emerge during crisis situations*. Erişim Adresi: <http://casceff.eu/media2/2017/02/D3.4-Media-in-the-information-flows-during-crisis-situation.pdf> (E. T. 01.06.2023)
- Resnyansky, L. (2015). Social media data in the disaster context. *Prometheus*, 33(2), 187-212. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/08109028.2015.1102497>
- Simon, T., Goldberg, A., & Adini, B. (2015). Socializing in emergencies—A review of the use of social media in emergency situations. *International Journal of Information Management*, 35(5), 609-619, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.07.001>
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 53-64.
- Soylu, M. (2011). *Afet okulu*. Truva Yayınları.
- Şahin, C., & Sipahioğlu, Ş. (2002). *Doğal afetler ve Türkiye*. Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Turizm Sanayi Ticaret LTD. ŞTİ.
- Şahinsoy, K. (2017). Kriz yönetimi açısından geleneksel ve sosyal medya. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 36, 1-19.
- Tagliacozzo, S., & Magni, M. (2017). Government to citizens (G2C) communication and use of social media in the post-disaster reconstruction phase. *Environmental Hazards (Taylor & Francis Group)*, doi: 10.1080/17477891.2017.1339012
- Toker, H. (2016). *Doğal afetler, iletişim ve medya*. Bütünleşik Afet Yönetimi İçinde, (Z. Karaman ve A. Altay, Ed.), İlkem Yayınları.
- Umunç, C. (2022). Doğal afetlerde siyasi liderlerin kriz iletişimi ve sosyal medya söylemi: Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter paylaşımları. *Nosyon: International Journal of Society and Culture Studies*, 9, 24-51.
- Usta, G. (2023). Dünya'da meydana gelen afetlerin istatistiksel olarak analizi (1900-2022). *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 172-186.
- Vural, A. M., Boztepe Taşkıran, H., Türkoğlu, S., Sarı, M., Maral, T., Keskin, R. K., Koparan, E., Yüncüoğlu, B., Gülnar, M., Ağca, M. E., Şahin, H., & Ünlü, T. T. (2022). Risk iletişiminde geleneksel medya: gazete haberlerinin deprem felaketleri örnekleminde analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 15(2), 672-701.

- We are social (2023). *Digital 2023*. Erişim Adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/> (E. T. 25.05.2023).
- We are social (2022). *Digital 2022 Türkiye*. Erişim Adresi: <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/> (E. T. 25.05.2023).
- Yates, D., & Paquette, S. (2011). Emergency knowledge management and social media Technologies: A case study of the 2010 Haitian Earthquake. *International Journal of Information Management*, 31(1), 6-13.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Dipnot Yayınları Yeni Zamanlar Dizisi.
- Yuliana, Y. (2023). The Role of media for communication during the disaster. *Jurnal Studi Ilmu Sosial dan Politik*, 3(1), 1-7. doi: <https://doi.org/10.35912/jasispol.v3i1.1940>
- Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). Yeni medya haber dili (Ayşe Paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması). *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 2(3), 81-91.
- Zincir, O., & Yazıcı, S. (2013). Kriz yönetimi ve afetlerde sosyal medya kullanımı. *İ. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 49, 65-82.

AVRUPA'YA YÖNELEN GÖÇÜN REFAH ARAYIŞI VE KİMLİĞİNİN GENİŞLETİLMİŞ ÇEKİM MODELİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ¹

Enver GÜNAY², Onur ÇELİK³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1287650

Makale Geçmişi:

Geliş 25.04.2023

Kabul 21.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Göç,

Avrupa,

Avrupa'ya Göç,

Çekim Modeli.

ÖZ

Göç hareketleri, ölüm, korku, baskı ya da daha iyi gelir ve sosyal yaşam koşulları gibi faktörler ile yakından ilişkilidir. Geçmişten günümüzde çeşitliliği artan göç hareketleri, göçmen, mülteci ve sığınmacı gibi yeni kavramları ortaya çıkararak bu alanla ilgili hukuki terminolojiyi derinleştirmektedir. Göçe teşvik eden ve zorlayan faktörlerin göç üzerindeki olası etkilerini araştırma hususunda yararlanılan ve genişletilebilir bir yapıya sahip olan çekim modeli, yapılan birçok göç araştırmasında kullanılmaktadır. Bu çalışmada, Dünya'da en çok göç veren ülkelerin yer aldığı Afrika, Asya ve Orta Doğu'dan, en çok göçmen kabul eden Avrupa ülkelerine göç hareketleri, 6 orijin ülke ve 10 varış noktası özelinde 2015-2020 dönemi için statik panel veri analizi ile incelenmiştir. Driscoll-Kraay regresyon analizi uygulanan çekim modelinden elde edilen bulgulara göre, göç edilen bölgedeki nüfus ve gelir düzeyi göç hareketlerini etkilerken; genişletilmiş çekim modelinden ekonomik, sosyal ve siyasi faktörlerin göç hareketleri üzerinde anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mesafe faktörü her iki modelde de göçü etkileyen anlamlı bir değişken olarak tespit edilmiştir. Ekonomik ve siyasi koşulların göç üzerindeki anlamlı etkisi, göç edenlerin hem göçmen hem de mülteci/sığınmacı kimliğine sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlara göre, göç politikalarının göçmen kimliğini dikkate alan çerçevede oluşturulması önerilmektedir.

EVALUATION OF THE PROSPERITY SEEKING AND IDENTITY OF MIGRATION TO EUROPE WITHIN THE SCOPE OF THE AUGMENTED GRAVITY MODEL

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1287650

Article History:

Received 25.04.2023

Accepted 21.09.2023

Keywords:

Migration,

Europe,

Migration to Europe,

Gravity Model.

ABSTRACT

Migration movements are closely related to factors such as death, fear, oppression as well as better income and social living conditions. Migration movements, whose diversity is increasing today, introduce new concepts such as migrants, refugees and asylum seekers and contribute to the legal terminology on this field. The gravity model, which is used to investigate the possible effects of factors that drive and force migration on migration and has an extensible structure, is used in many migration studies. In this research, migration movements from Africa, Asia and the Middle East sending the most migrants to the European countries receiving the most migrants are examined with static panel data analysis in terms of 6 origin and 10 destination countries for 2015-2020 period. According to the gravity model applied with the Driscoll-Kraay regression analysis, factors such as population and income level in the destination region affect the migration movements. As for the augmented gravity model, it has been concluded that economic, social and political factors are significant on migration movements. In both models, the distance was determined as a significant factor over migration. Effect of economic and political conditions on migration shows that those who migrate have both immigrant and refugee/refugee identities. Hence it is suggested to create a framework for migration policies that takes identity of migrant into consideration.

¹ Bu makale, sosyal bilimler alanında 2022 yılında Onur Çelik tarafından savunulan doktora tezinden türetilmiştir.

² Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F., envergunay@hotmail.com, 0000-0002-8294-726X

³ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İ.İ.S.B.F., onucelik@gelisim.edu.tr, 0000-0002-5990-6128

Alıntılanmak için/Cite as: Günay, E. ve Çelik, O. (2023). Avrupa'ya yönelen göçün refah arayışı ve kimliğinin genişletilmiş çekim modeli kapsamında değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 790-804.

GİRİŞ

Göç kavramı, ortaya çıkışından bugüne kadar sürekli daha karmaşık yapıya bürünen bir yapıdadır. Mevcut koşullar, korkular, ümitler ve gerçekler arasında bir değerlendirme yapan insanlar, daha bol ve güvenli bir yaşam adına yüksek refaha sahip bölgelere göç hareketini bir çare olarak görmektedir. Göç hareketlerinin gerçekleşmesinde kimi zaman kişisel tercihler belirleyici olurken; bazı durumlarda göç hareketleri tercih olmaktan ziyade bir zorunluluktur ve değerlendirmeye tabii olmadan gerçekleştirilmektedir. Başka bir ifade ile göç, kimi zaman daha iyi şartlara sahip olmak isteyenlerin, kimi zamansa yalnızca hayatta kalmak isteyenlerin göçüdür.

İlk sistemli göç kuramı olarak Göç Kanunları Teorisi'nde Ravenstein, dönemindeki artan kentleşmeyi dikkate alarak iç göçü meydana getiren faktörleri incelemiştir. Ravenstein'e göre göçmenlerin büyük bölümü kısa mesafe içerisinde hareket etmekte ve büyük endüstri ve ticaret noktalarına yönelmektedir (Ravenstein, 1885, s. 198-199).

Stouffer'ın yaklaşımında, göç hareketlerinin mesafe faktörü ile ilişkisi açıklanmaktadır ve göç hareketleri, kesişen fırsatlar bakımından ele alınmaktadır. Stouffer, ilgili literatürde yer alan çalışmalarda itme ve çekme etkisi gösteren değişkenleri içeren analizler yapılırken, mesafe değişkeninin göz ardı edilmesini, verimli olmayan analizler ortaya çıkaran bir durum olarak ifade etmiştir (Stouffer, 1940, s. 845-846).

Wolpert, göç hususunda daha önce yapılan çalışmaları yetersiz bulmakla birlikte, bu çalışmaların bireysel farklılıkları (heterojenlikleri) dikkate almadığını ve mikrodan makro düzeye geçişte çok az açıklamaya sahip olduğunu savunmuştur. Bu çalışmalar meslek, gelir, ırk ve özellikle yaş grubu ile ilgili faktörler karşılıklı bağımlılıkları dikkate almamaktadır. Çalışmada geçiş farklılıklarını açıklama hususuna, çalışmanın temel amacı olarak yer verilmiştir (Wolpert, 1965, s. 159-166).

Everett Lee, A Theory of Migration adlı çalışmasında, 1966 yılında göç kavramına itme/çekme (push/pull) kavramlarını ekleyerek, bu kavramları teorik bir zeminde ele almıştır. Lee, çalışmasında göç hareketlerini göç süreci ile ilişkisi olan faktörler açısından ele alarak, başlangıç noktası, varış noktası, göç süreci ve kişisel faktörleri göçün belirleyicileri olarak sıralamıştır (Lee, 1969, s. 284).

Zelinsky (1971), hareketlilik geçiş kavramıyla insanoğlunun kendi gelişimi üzerindeki kontrolünü vurgulamaktadır. Bu yaklaşıma göre, yaşamsal döngü ile hareketlilikteki artışa, bunun neticesinde ise ekonomik ve sosyal olarak ilerlemeye katkı sağlayan gelişime varılmaktadır. Başka bir deyişle yaşamsal hareketlilik içerisindeki değişim, beraberinde getirdiği gelişim anlamına gelmektedir (Zelinsky, 1971, s. 222-223) Bu noktada modernleşme farklı süreçlerle ifade edilirken, göçün ve işgücü hareketliliği ile yakın bir ilişki içerisinde olduğu vurgulanmıştır (Aktaş, 2015, s. 207-208).

Göç teorilerinde öne çıkan açıklamaların genel yapısı, genişleyen bir söylemi temsil etmektedir. Diğer bir ifade ile göçlerin farklı dönem ve özelliklerde ortaya çıkışı, göç hususunda üretilen teorik açıklamaları da çeşitlendirmiştir. Ancak bunların ortak özellikleri için, göç hususunda dönemseller gelişmeleri dikkate almaları ve insan refahı için önem arz eden kavramlara önem vermeleri gösterilebilir. Böylece göç kavramı birçok teorik açıklamada, hem refah kaybından kaçışı hem de yeni bir yüksek refah düzeyini temsil etmektedir.

Böylelikle mevcut koşullar, korkular, ümitler ve gerçekler arasında bir değerlendirme yapan insanlar, daha bol ve güvenli bir yaşam adına yüksek refaha sahip bölgelere göç etmeyi bir tercih veya kaçınılmaz bir zorunluluk olarak görmektedir. Bu bağlamda göç, bir nüfusun hareketidir ve ilk toplumların avcı ve göçebe toplumlar olduğu düşünüldüğünde neredeyse insanlık tarihi ile aynı yaşa sahiptir. Tanım olarak göç, insanların bireysel veya gruplar halinde coğrafi yer seçimi, geçici ya da kalıcı biçimde yer değiştirmesidir (Ela Özcan, 2016, s. 185).

Günümüzde Dünya'nın gelişmiş bölgelerinden birisi olarak, insanlara göreceli olarak daha iyi yaşam koşulları sunan Avrupa Birliği (AB), göç hareketlerinin en sık gerçekleştiği bölgeler arasında yer almaktadır. İnsanların Dünya'nın farklı bölgelerinden bu bölgeye göç etmek istemesi, hem AB'nin hem de göç veren bölgelerin (ana bölge) sahip olduğu koşullar ile doğrudan ilişkilidir. Yüksek tüketimi vaat eden ekonomik düzen, daha insani koşullarda yaşamayı temsil eden sosyokültürel ve siyasi yapı, Avrupa Birliği'nin göç edenler için tercih edilmesinde öne çıkan özellikleri olarak sıralanabilir. Bunlar, bir göç hareketi için aynı zamanda çekici faktörleri temsil etmektedir. Ancak bir insanın veya grubun göç etmesi için belirleyici olan tek neden, göç edilen bölgelerdeki çekici faktörler değildir; bunların yanı sıra göçün başladığı (geride bırakılan) bölgedeki itici faktörler de göçü etkilemektedir. Kişi ya da bireyler, göç hareketlerinde iki bölgenin ihtiyaçlarına cevap verme durumlarını karşılaştırarak göç edip etmeyeceklerine karar vermektedir. Bu açıdan bakıldığında bir bölgedeki savaş, yoksulluk, siyasi istikrarsızlık ve sosyokültürel problemler göç hareketleri üzerinde belirleyici olabilir; göç edenler açısından itici faktörleri temsil etmektedir.

Avrupa Birliği'ne göç edenlerin büyük ölçüde Afrika, Asya ve Orta Doğu Bölgesi'nde yer alan ülkelerin vatandaşları olduğu bilinmektedir. Bu bölgelerde yaşayan insanların içinde bulunduğu koşullar göç hareketlerinde etkili olmaktadır. İç çatışmalar, bunalımlar, artan fakirlik ve diğer ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi koşullar

göçü zorunlu hale getiren unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan gelişen teknolojik akımlara bağlı olarak bilgi otoyollarının genişlemesi, ulaşım maliyetlerinin düşüşü ve göç edilecek bölgedeki önceki göç edenler ile kurulan ilişkiler, göç kararı vermek üzere olan kişileri cesaretlendirmektedir.

Ulusal ve uluslararası literatürde, bu çalışmada olduğu gibi, göç hareketlerinin ortaya çıkışında etkili olduğu varsayılan değişkenler ile göç büyüklükleri arasındaki ilişkinin ampirik yöntemlerle sıklıkla araştırıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda göç hareketleri genel olarak iki farklı kapsamda açıklanmaktadır. Birincide, göç hareketleri ile bir değişken arasındaki ilişki, ele alınan değişken sınırı çerçevesinde incelenirken; diğer yandan göçler, farklı türden birçok faktörü içeren modeller kapsamında değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın literatürde yer alan birçok araştırma ile ortak yönlerinin bulunmasının yanı sıra, ek olarak değindiği farklı bazı yönleri de bulunmaktadır. Göç hareketlerinin ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi faktörler ile ilişkisini geniş bir zeminde araştırmak, Dünya'nın en çok göç veren bölgelerinden olan Afrika, Asya ve Orta Doğu'dan Avrupa'ya yönelen göç hareketlerini aynı düzlemde ele almak ve göç üzerinde ele alınan anlamlı bulunan faktörler ile göç edenlerin kimliği için bilimsel kanıtlar sunmak, bu çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan ayrılan özellikleri olarak sıralanabilir.

Göç eden kimliği konusunda anlamlı sonuçlar çıkarılmasının ve doğru politika önerileri sunulmasının önündeki zorluklar, göçle ilgili kavramsal kargaşaların giderilememesiyle yakından ilgilidir. Oysaki göç edenler, uluslararası hukuk çerçevesinde (i) göçmen (ii) mülteci ve (iii) sığınmacı kavramları ile ayrıştırılmaktadır.

Göçmen, genellikle ekonomik sebeplerle ya da sahip olunan sosyal çevreden duyulan memnuniyetsizlik nedeniyle kendi ülkesini gönüllü olarak terk eden, başka bir ülkeye yasal veya yasadışı yollarla giden ve burada yaşayan yabancıdır. Ekonomik koşullarının daha iyi olması veya sosyal şartlar bağlamında gelişmiş olan bir ülkede yaşamak için ülkelerinden göçenler ise ekonomik göçmenlerdir (Olca, 2012, s. 232). Uluslararası Göç Örgütü (IOM)'ne göre, uluslararası ölçekte evrensel olarak kabul edilen bir göçmen tanımı bulunmazken; cebren değil, "kendine uygunluk" biçiminde özgür irade ile göç kararı veren, maddi ve sosyal koşullarını iyileştirmek amacıyla göç edenler, göçmendir. Ayrıca Birleşmiş Milletler'in tanımında, göçmen, -sebep yönüyle- gönüllü olup olmaması, göç yolu, düzenli olup olmaması gibi ayrımlara bakmaksızın yabancı bir ülkede 1 yıldan fazla kalan kişidir (IOM, 2011, s. 37,74).

Mülteci, 1951-Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin Cenevre Sözleşmesi'ne göre,

1 Ocak 1951'den önce ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri yüzünden zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan, ya da söz konusu korku nedeniyle yararlanmak istemeyen; yahut tabiiyeti yoksa ve bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen kişilerdir. (Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Türkiye Temsilciliği, 2016, s. 2).

Göç edenler için üçüncü bir kavram olarak sığınmacı, ulusal ya da uluslararası belgeler kapsamında bir ülkeye mülteci olarak kabul edilme talebinde bulunan ve mültecilik statüsü ile ilgili yaptıkları başvurunun sonucunu bekleyen kişidir. Olumsuz bir karar durumunda sığınmacıların buldukları ülkeyi terk etme zorunlulukları bulunmaktadır. (IOM, 2011, s. 74). Son olarak Geçici Koruma statüsü, göç edenler için uluslararası koruma statülerinden herhangi birini doğrudan elde edemese dahi, Geçici Koruma Kimlik Belgesi bulunan kişileri kapsamaktadır. Geçici koruma altındaki kişiler için sağlık hizmetleri, eğitim, iş piyasasına erişim, sosyal yardım ve hizmetler ayrıca detaylı olarak düzenlenmektedir. Geçici Koruma Statüsünü 1990'lı yılların ilk dönemlerinde Eski Yugoslavya'daki çatışmalardan kaçan insanlar için Avrupalı devletler kullanmışlardır. Geçici korumanın hukuki temelini, 20 Temmuz 2001 tarihli ve 2001/55/EC(AT) sayılı Avrupa Birliği Konseyi Yönergesi oluşturmaktadır (T. C. Göç İdaresi Başkanlığı, 06.02.2022). Esasen geçici koruma altındaki göç edenlerin de mülteci ve sığınmacı kimliğine yakın özellikler gösterdiği söylenebilir.

Göç edenlerle ilgili belirtilen kavramsal açıklamaları dikkate alan bu çalışmanın amacı, Afrika, Asya ve Orta Doğu'dan Avrupa'ya yönelen göçün sebeplerini araştırmak, uluslararası hukuk çerçevesinde göç eden kimliğini göç hareketlerinde etkili olan faktörlerle ilişkilendirmek, göç edenlerin refah arayışını 2015-2020 dönemi için çekim modeli ile ampirik olarak açıklamaktır. Çalışmada, Afrika, Asya ve Orta Doğu'dan en çok göç veren toplam 6 ülkeden 10 Avrupa ülkesine göç hareketleri, çekim modeli kapsamında seçilen dönem için ilk kez ele alınmaktadır. Araştırmada bu ülkelerin seçilmesindeki temel etken, ana ülkelerin yoksullukla mücadele, savaş ve iç karışıklık gibi sorunlarına karşılık, göç alan ülkelerin göreceli yüksek gelir, gelişmiş demokrasi ve barış ortamına sahip olmasıdır. Çalışmanın ana motivasyonu ise kötü koşullardaki insanlar için iyi koşulların çekici, kötü koşulların etki gösteriyor olabileceği varsayımdır. Ayrıca bu çalışma, çekici ve itici faktörler olarak anlamlı bulunan değişkenleri göç eden kimliği ile ilişkilendirmesi ve kimlik analizi yapması yönüyle de ilgili ampirik literatüre katkıda bulunmaktadır. Çünkü göç edenlerin kimliği ile ilgili olarak, geliri, işsizliği veya istihdamı

referans alan göç grubunun göçmen; savaş, tehdit ve korku gibi unsurları önemseyen grubunsa mülteci/sığınmacı kimliğini temsil ettiği birçok kaynak vasıtasıyla bilinmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Ulusal ve uluslararası ampirik literatürde konu ile ilgili 3 grup çalışma yer almaktadır. Bunlar, çekim modelini kullanan, çekim modelini genişleterek kullanan ve bağımsız değişkenler ile yapılan çalışmalardan oluşmaktadır. Bu bölümde çekim modelini ve çekim modelini genişleterek kullanan çalışmalara, daha etkin bir görünüm oluşturması sebebiyle tablo halinde yer verilmiştir.

Tablo 1. Çekim ve Genişletilmiş Çekim Modeli Analizi Kullanılan Çalışmalar

Yazar(lar)	Dönem	Göçün Yönü	Değişkenler	Bulgu(lar)
Abel vd. (2019)	1990-2015	Asya'dan Dünya'nın diğer bölgelerine	Gelir, Nüfus, Mesafe, Göç Eden Stoku, Kolonyal İlişkiler Sosyal Ağlar	Gelir, kolonyal ilişkiler, sosyal ağlar ve nüfus göçü artırırken; mesafe faktörü göçü azaltmaktadır.
Agbola ve Acupan (2010)	1975-2005	Filipinler'den Diğer Ülkelere	Gelir, Ekonomik Gelişmişlik, Nüfus Yoğunluğu, Yetişkin Okuryazarlık, Politik İstikrar (Filipinler için)	Tüm faktörler göçü azaltmaktadır.
Bertocchi ve Strozzi (2008)	1870-2010	Seçilmiş 14 Ülke	Ücret Farkı, Tarımsal Kesim, Genç Nüfus, Siyaset ve Göç Kurumları	Ücret farklılıkları, siyaset ve göç kurumları göçü artırırken; diğer faktörler azaltmaktadır.
Dedeoğlu ve Genç (2017)	1960-2013	Türkiye'den 31 Avrupa Ülkesine	Gelir Farkı, Nüfus Farkı, Mesafe ve Sınır Ortaklığı	Gelir ve nüfus farklılıkları ile sınır ortaklığı göçü artırırken; mesafe azaltmaktadır.
Clark vd. (2007)	1971-1998	Dünya'nın Farklı Bölgelerinden ABD'ye	Gelir (Ana Bölge), Eğitim, Nüfus, Adaletsizlik, Mesafe, Göç Stoku	Gelir, eğitim ve göç stoku göçü artırırken; mesafe ve gelir göçü azaltmaktadır.
Çetin (2019)	1990-2013	Orta Asya'dan Türkiye ve Rusya'ya	Gelir Farkı, Nüfus, Mesafe, Tarihsel ve Kültürel Bağlar	Gelir farkı, nüfus, tarihsel ve kültürel bağlar göçü artırırken; mesafe azaltmaktadır.
Dinçer ve Muratoğlu (2014)	1960-2010	Türkiye'den OECD Ülkelerine	Gelir, Nüfus, Göç Eden Stoku, Mesafe	Gelir, nüfus ve göç eden stoku göçü artırırken, mesafe faktörü azaltmaktadır.
Fitzgerald vd. (2014)	1980-2006	Seçilmiş 178 Ülkeden 18 Varış Noktasına	Gelir, Nüfus, Mesafe, Ortak Sınır, Göç Eden Hakları, Göç Maliyetleri	Ortak sınır, göç eden hakları ve politikaları göçü artırırken; mesafe, işsizlik ve nüfus göçü azaltmaktadır.
Iancu (2017)	1995-2014	Romanya'dan Seçilmiş AB Ülkelerine	Gelir, Yabancı Yatırımlar İstihdam ve İşsizlik (Romanya)	Gelir, sanayi istihdamı ve doğrudan yabancı yatırımlar göçü azaltırken; işsizlik artırılmaktadır.
Karemera vd. (2000)	1976-1986	Kanada ve ABD	Gelir, Nüfus, Mesafe, Enflasyon, Özgürlükler	Göç edenler göçün yüksek, nüfusun düşük olduğu yerlere yönelmektedir. Mesafe, enflasyon ve özgürlük kısıtlamaları göçü azaltmaktadır.
Kim ve Colen (2010)	1950-2007	17 Kuzey Avrupa Ülkesine	Nüfus, Mesafe, Bebek Ölüm Oranı, Resmi Dil, Ortak Sınır	Tüm (sosyal) faktörler göç hareketini pozitif etkilemektedir.
Köseoğlu ve Artan (2020)	2000-2016	27 OECD Ülkesine	(OECD) Gelir ve İşsizlik	Gelir göçü artırırken; işsizlik azaltmaktadır.
Lewer ve Berg (2007)	1991-2000	16 OECD Ülkesi	Gelir, Mesafe, Nüfus, Eğitim Düzeyi, Göç Eden Stoku, Ortak Dil ve İnanç	Gelir, nüfus, ortak dil ve inanç, göç eden stoku göçü artırırken; mesafe azaltmaktadır.
Murtaoğlu ve Muratoğlu (2016)	1960-2010	Türkiye'de OECD Ülkelerine	Gelir, Nüfus, Mesafe, Göç Eden Stoku	Türkiye'deki nüfus, varış noktasındaki gelir ve göç eden stoku göçü artırırken; diğer faktörler azaltmaktadır.
Ortaga ve Peri (2009)	1980-2005	74 Ülkeden 14 OECD Ülkesine	Gelir, Mesafe İstihdam, Kabul Politikaları,	Gelir farklılıkları ve göç edilen bölgedeki istihdam göçü artırırken; mesafe ve katı göç politikaları göçü azaltmaktadır.
Pietrzak vd. (2012)	2004-2010	Polonya ve Çevre Ülkeler	Gelir, Mesafe, İşsizlik Oranı, Ücretler ve Yatırımlar (Polonya)	Gelir, yatırımlar, ücretler göçü artırırken; işsizlik ve mesafe göçü azaltmaktadır.
Ramos ve Surinach (2013)	1960-2010	Avrupa Birliği ve Komşu Ülkeler	Gelir Farkı, Nüfus, Mesafe, Kolonyal İlişki	Gelir farkı, nüfus ve kolonyal ilişkiler göçü artırırken; mesafe azaltmaktadır.

Wesselbaum ve Abum (2019)	ve	1980-2015	Seçilmiş 198 Ülkeden 16 Ülkeye	Gelir ve Mesafe	Variş bölgesindeki gelir göçü artırırken; başlangıç bölgesindeki gelir ve mesafe azaltmaktadır.
---------------------------	----	-----------	--------------------------------	-----------------	---

İlgili ampirik literatürde göç hareketlerini çekim modeli ile açıklayan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Ancak göçün ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi faktörler ile ilişkisini geniş bir zeminde inceleyen, en çok göç veren ülkelerden en çok göç alan bölgelere göç hareketlerini, çekim modeli yaklaşımını genişleterek ve kimlik analizi yaparak ortaya koyan bir çalışma bulunmamaktadır. Amaç ve içerik açısından değerlendirildiğinde, bu çalışmanın literatürdeki çalışmalardan ayrıştığı ve ilgili ampirik literatüre amaç ve içerik yönüyle katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

EKONOMETRİK ANALİZ

Bu çalışmada, panel veri analizi türlerinden birisi olan, statik panel veri analizinden yararlanılmaktadır. Belirlenen birden fazla ülkenin diğerine göçün (yatay kesit veri) birden fazla dönemi içeren yıllar arasında (zaman serisi verisi) inceleniyor oluşu panel veri analizi kullanımını zorunlu hale getirmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 1-3). Panel veri analizi denkleminde, Y bağımlı değişkeni, X 'ler bağımsız değişkenleri ifade ederken; α sabit ve β 'lar açıklayıcı değişkenlerin katsayılarını göstermektedir. Değişkenlerin altında yer alan i ve t ifadeleri, denklemin yatay kesit ve zaman serisi özelliklerini birlikte içerdiğini göstermektedir (Baltagi 2005, s. 11).

$$Y_{it} = \alpha + \beta_{1it} X_{1it} + \beta_{2it} X_{2it} + \dots + \beta_{kit} X_{kit} + u_{it} \quad (1)$$

$$i = 1, 2, \dots, N \quad (2)$$

$$t = 1, 2, \dots, T \quad (3)$$

Bu çalışmada, göç hareketlerinin açıklanmasında kullanılan ve gelir, nüfus ve mesafe değişkenlerini içeren çekim denklemi (Model 1) ve birçok alandan göstere olabilecek değişkenlerin Model 1'e dahil edilmesiyle oluşturulan genişletilmiş çekim modeli kullanılmaktadır (Model 2). Çekim modeli, sosyal bilimlerin farklı yönlerini analiz etme hususunda çeşitli faydaları beraberinde getirmektedir. Göç çalışmaları için oluşturulan çekim modelleri, göç için, başlangıç ve varış noktası popülasyonu ile doğru, uzaklığın karesi ile ters orantılı ilişki durumunu ifade etmektedir. Göç konusundaki bu açıklamanın temeli Ravenstein'in göç yasalarına dayandırılmaktadır. 1940'lı yıllardan sonra (göç akımları da dahil olmak üzere) birçok sosyal bilimler disiplini kapsayan çekim modeli yaklaşımı, en yaygın kullanımı için aşağıdaki formatta ifade edilebilmektedir (Zülfikar Savcı, 2016, s. 109-110):

$$M_{ij} = \frac{P_i^{B_1} P_j^{B_2}}{D_{ij}^a} \quad (4)$$

Denkleminde yer alan değişkenlerden M_{ij} , iki bölge arasındaki göç hareketini temsil etmektedir. P_i ve P_j , çıkış ve varış noktasındaki nüfusu gösterirken; D_{ij} ise i ve j arasındaki mesafeyi ifade etmektedir. 1960'lardan bugüne gelindiğinde göç konusundaki araştırmaların biçim değiştirdiği ve sezgisel hipotezlerden ziyade test edilen hipotezlere dönüştüğü görülmektedir. Böylelikle Çekim Modeli Yaklaşımı da, davranışsal içerikler ve göç üzerinde etkili olduğu varsayılan değişkenler ile değişim göstermiştir. 1960'lı yıllardan başlayarak göç literatüründe oldukça yaygın bir biçimde yer alan değiştirilmiş Çekim Modeli Yaklaşımları, temel çekim modeline bazı değişkenler eklemektedir. Ek değişkenler ile oluşturulmuş Çekim Modeli için aşağıdaki denklemin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir (Greenwood, 2005: 727):

$$M_{ij} = \ln B_0 + B_1 \ln D_{ij} + B_2 \ln P_i + \ln P_j + \ln Y_i + \ln Y_j + \sum_{n=1}^m B_{in} \ln X_{in} + \sum_{n=1}^m B_{jn} \ln X_{jn} + e_{ij} \quad (5)$$

İlk kez Tinbergen (1962) tarafından dış ticaret ile ilgili analizlerde kullanılan ve Linnemann (1966) tarafından genişletilmiş formunu alan çekim modeli, sonraki yıllarda ülkeler arasındaki finansal akışlar ve göç gibi alanlar

için de kullanılabilir hale gelmiştir. İlerleyen evrelerde tek bir zaman dilimi için gerçekleştirilen yatay kesit analizlerine zaman boyutunun da dahil edilmesi ile panel veri analizlerinde de çekim modeline sıkça rastlanmaya başlanmıştır (Gül ve Yerdelen Tatoğlu, 2019, s. 50-51). Araştırma alanı ve yöntemi noktasında gelişim gösteren çekim modeli yaklaşımı ile ilgili süreç içerisinde ortaya konulan çalışmalarda, göç üzerinde etki gösterdiği varsayılan değişkenler ile türetilmiş çekim modelleri de kullanılmıştır (Bindak, 2015, s. 113). Ek faktörler olarak adlandırılabilir olan daha yüksek ücret, düşük işsizlik oranı, güvenli bir yaşam, siyasi haklar ve iyi diğer koşullara ait beklentiler, göç kararı üzerinde çekme veya itme etkisi gösteren faktörler olarak kabul edilmektedir (Ramos, 2016, s. 2).

Göç hareketleri için bir bölgeden diğer bölgeye yönelen toplam kişi sayısı seçilmiş; göç hareketlerini açıklamak için çeşitli, sosyal, ekonomik, coğrafi ve siyasi faktörler bir araya getirilmiştir. Diğer yandan göç üzerinde etkisi bulunduğu düşünülen ve literatürde yer alan kukla değişkenlere analizde yer verilmiştir. Somali ve Sudan'dan Türkiye'ye göç için 2019-2020 ve Suriye'nin geliri için 2020 verisi bulunamadığından, dengersiz panel veri analizi kullanılmıştır. Çeşitli kaynaklarının yayınladığı verilerin toplanması ile 2015-2020 dönemi kapsamında oluşturulan ve doğal logaritmik değerleri tanımlanan serilere ait bilgiler Tablo 2'de gösterilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın araştırma modelleri olarak, Model 1 ve Model 2 denklemi şu şekilde oluşturulmuştur:

Model 1:

$$LMGR = \alpha_1 + \beta_1LY_1 + \beta_2LY_2 + \beta_3LD_{1,2} + \beta_4LP_1 + \beta_5LP_2 + u_t \quad (6)$$

(i = 1..., 6) (j = 1..., 10) ve (t = 2015..., 2020)

Model 2:

$$LMGR = \alpha_1 + \beta_1LY_1 + \beta_2LY_2 + \beta_3LD_{1,2} + \beta_4LP_1 + \beta_5LP_2 + \beta_6LUE_1 + \beta_7LU_2 + \beta_8LMS_2 + \beta_9LUR_2 + \beta_{10}LPOL_2 + \beta_{11}LFR_2 + \beta_{12}LSEC_1 + \beta_{13}LBRD_{1,2} + \beta_{14}DLNG_{1,2} + u_t \quad (7)$$

(i = 1..., 6) (j = 1..., 10) ve (t = 2015..., 2020)

Tablo 2. Analizde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Değişkenler	Açıklama	Verinin Kaynağı
<i>LMGR</i>	<i>İki ülke arasında göç eden toplam kişi sayısı</i>	Birleşmiş Milletler
<i>LY_{1,2}</i>	<i>Göç veren ve alan ülkeye ait kişi başına düşen milli gelir (\$)</i>	Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler
<i>LD_{ST}</i>	<i>Göç veren ve alan ülkelerin başkentleri arasındaki mesafe</i>	CEPII
<i>LPOP_{1,2}</i>	<i>Göç veren ve alan ülkeye ait nüfus</i>	Dünya Bankası
<i>LUE_{1,2}</i>	<i>Göç veren ve alan ülkeye ait işsizlik oranı</i>	Dünya Bankası
<i>LMS₂</i>	<i>Göç alan ülkeye ait göç eden stoku</i>	Birleşmiş Milletler
<i>LUR₂</i>	<i>Göç alan ülkeye ait kentleşme oranı</i>	Dünya Bankası
<i>LPOL₂</i>	<i>Göç alan ülkeye ait siyasi istikrar endeksi</i>	Dünya Bankası
<i>LEF₂</i>	<i>Göç alan ülkeye ait ekonomik özgürlük endeksi</i>	The Heritage Foundation
<i>LSEC₁</i>	<i>Göç veren ülkeye ait güvenlik tehditleri endeksi</i>	Theglobeconomy.com
<i>DBRD_{1,2}</i>	<i>Göç veren ve alan ülkeler için ortak sınır kukla değişkeni</i>	https://www.harita.gov.tr/uploads/files/products/dunya-siyasi-haritasi--1562.pdf , (15.02.2022).
<i>DLNG_{1,2}</i>	<i>Göç veren ve alan ülkeler için ortak dil kukla değişkeni</i>	(Bakır ve Pekin, 2019, s. 11 – Kayıran ve Saygın, 2011, s. 281 – Temizyürek ve Boylu, 2015, s. 95 – Bingöl, 2013, s. 83 – Hoşca, 2020, s. 81 – Temizyürek, 2016, s. 163)

DBRD ve DLNG değişkenleri ortak sınır ve dilin varlığını gösteren kukla değişkenlerdir. Göç bölgeleri arasında ortak sınır ve dilin olması durumunda 1, olmaması halinde 0 değerini almaktadır. LMGR, LY₁, LY₂, LD, LP₁ ve LP₂ değişkenleri, çekim modelini göstermektedir. Diğer tüm değişkenlerin modele eklenmesiyle birlikte genişletilmiş çekim modeli elde edilmiştir.

Bu çalışmada, öncelikle klasik modelin geçerliliğinin veya diğer bir deyişle tutarlı ve etkin olan modelin tanısı yapılmaktadır. Daha sonra, modelin ekonometrik analizlerdeki ön koşulları ifade eden varsayımlardan sapma durumları sorunsuz bir model oluşturmak adına ele alınmaktadır. Diagnostik (tanı) testleri ile sınanan temel

varsayımların ardından, sapmalara karşı dirençli olan regresyon analizi gerçekleştirilmektedir. Analizde, birçok avantajı araştırmacılara sunan panel veri analizi kullanılırken, modelde tekrarlanan verilerin yer alması (mesafe değişkeni gibi) ve çalışmanın yatay kesit boyutunun zaman boyutundan büyük olması ($N > T$) dolayısıyla panel veri analizi türlerinden olan statik panel veri analizinden ve Stata/MP 14.0 paket programından yararlanılmaktadır.

BULGULAR

Panel veri analizlerinde modelin sahip olduğu özellikleri tanılamak, kullanılacak olan testlerin doğru seçilebilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle birim ve/veya zaman etkisi içermeyen modeli temsil eden klasik modelin geçerliliğinin sınanması gerekmektedir. Tablo 4.'te, H_0 hipotezi modellerin birim ve/veya zaman etkisi içerdiğini ifade eden LR testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4. LR Testi Sonuçları (Model 1 ve 2 için)

Hipotez	Test İstatistiği	Sonuç
<i>Ho: Model birim ve/veya zaman etkisi içermemektedir.</i>	LR Test İstatistiği: 671.92(473.10) Olasılık Değeri: 0.0000(0.0000)	Model birim ve/veya zaman etkisi içermektedir.
<i>Ho: Model birim etki içermemektedir.</i>	LR Test İstatistiği: 652.44(471.95) Olasılık Değeri: 0.0000(0.0000)	Model birim etki içermektedir.
<i>Ho: Model zaman etkisi içermemektedir.</i>	LR Test İstatistiği 2.3e-13(5.7e-13) Olasılık Değeri: 1.0000(1.0000)	Model zaman etkisi içermemektedir.

Not: Parantez içindeki değerler Model 2'ye aittir.

Tanımlanan modellerin klasik model özelliği gösterdiği ile ilgili oluşturulan hipotez, yukarıdaki tabloda yer alan bilgiler ışığında güçlü bir biçimde reddedilmektedir. Modellerin yalnızca birim etki içerdiği ve zaman etkisi içermediği varsayımı, aynı yöntemle ayrı ayrı sınanmış ve yalnızca birim etkisi içerdiği tespit edilmiştir. Sabit ve rassal etkiler modeli, bir modelin klasik model özelliği göstermediği; başka bir ifadeyle birim ve/veya zaman etkisi gösterdiği durumlarda, etkinin model üzerindeki durumuna göre belirlenen model türleridir. Tablo 5.'te Sabit ve rassal etkiler modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5. Sabit ve Rassal Etkiler Modeli Sonuçları (Model 1 ve 2)

Model	Test İstatistiği	Sonuç
Sabit Etkiler Modeli	0.0000 (0.0000)	Model birim etki içermektedir.
	0.5067 (0.5398)	Model zaman etkisi içermemektedir.
Rassal Etkiler Modeli	0.0000 (0.0000)	Model birim etki içermektedir.
	1.0000 (1.0000)	Model zaman etkisi içermemektedir.

Not: Parantez içindeki değerler Model 2'ye aittir.

Sabit ve rassal etkiler modeli varsayımı altında yapılan incelemelerde, Model 1 ve Model 2 ile ilgili benzer sonuçlara rastlanmıştır. Her iki model varsayımı altında da referans modeller birim etki içerirken, zaman etkisi içermemektedir. Elde edilen bu bulgular, LR testi ile uyum göstermektedir. Hem sabit hem de rassal etkiler modelleri bu durumda tutarlı görünmektedir. Birim etki ile bağımsız değişkenler arasında korelasyon olmaması durumunda her iki modelin de tutarlı olabileceği ancak böyle bir durumda etkin olan modelin -sabit etkilerde oluşacak bilgi kaybı nedeniyle- rassal etkiler modeli olacağı bilinmektedir. Bu nedenle tutarlı olduğu kabul edilen her iki model arasından etkin olanın tespit edilebilmesi için, H_0 hipotezi "Rassal etkiler modeli etkindir." olan Hausman ve temel varsayımlardan sapma durumlarına karşı dirençli olan Rhausman (Robust Hausman) testlerinden yararlanılmıştır.

Tablo 6. Hausman ve Rhausman Testi Sonuçları (Model 1 ve 2)

Test	İstatistik	Sonuç
Hausman	Test İst.: 0.0001 (0.0000)	Sabit etkiler tahmincisi etkindir.
Rhausman	Test İst.: 0.0612 (0.5836)	Rassal (tesadüfi) etkiler tahmincisi etkindir.

Not: Parantez içindeki ifadeler Model 2'ye aittir. Ayrıca modelde diagnostik testlerin ifade ettiği varsayımlardan sapmalar olduğu için dirençli Hausman testi olan Rhausman testinin önerdiği rassal etkiler tahmincisi ile analize devam edilmiştir.

Sabit ve rassal etkiler modeli arasında seçim konusunda Model 2'nin Model 1 ile benzer sonuçlara sahip olduğu görülmektedir (Tablo 6). Hausman testi sabit, Rhausman testi rassal etkiler modelinin etkin olduğuna ilişkin sonuçlar göstermektedir. Bu durumda, Rhausman testine göre daha güçlü varsayımlar içeren Rhausman testi sonuçları dikkate alınmakta; analize rassal etkiler modelinin etkin olduğu varsayımı altında devam edilmektedir. Ancak en doğru modelin referans alınabilmesi için bahsedilen genel varsayımlardan sapmaların durumuna göre bu tercih yeniden gözden geçirilebilmektedir.

Panel veri modellerinde kullanılan temel varsayım testleri, sonuçların güvenilirliği ve etkinliği açısından önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Etkin modelin rassal etkiler modeli olduğu varsayımı altında, modeldeki olası değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyonu sorunlarını tespit eden bu testler; uygun dirençli tahmin yöntemlerinin kullanılabilmesi için ön bilgiler sunmaktadır. Modelin normal dağılım göstermesi varsayımı ve çoklu doğrusal bağıntı problemi içerip içermediği durumları, temel varsayım testleri içerisinde değerlendirilmiş olup Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 7. Temel Varsayım Test Sonuçları (Model 1 ve 2)

Temel Varsayım	Test İstatistik Değeri	Sonuç
<i>Ho: Modelde heteroskedasite yoktur.</i>	$W_0 : 0.0000 (0.0000)$ $W_{50} : 0.0000 (0.0920)$ $W_{10} : 0.0000 (0.0000)$	Modelde değişen varyans sorunu vardır.
<i>Ho: Modelde otokorelasyon sorunu yoktur.</i>	Durbin-Watson: $1.19 < 2 (1.24 < 2)$ Baltagi-Wu LBI: $1.66 < 2 (1.94 < 2)$	Modelde otokorelasyon sorunu vardır.
<i>Ho: Modelde birimler arası korelasyon sorunu yoktur.</i>	Pesaran: $0.0000 (0.0054)$ Friedman: $0.9914 (1.0000)$ Frees $< 0.05 (< 0.05)$	Modelde birimler arası korelasyon sorunu vardır.
<i>Ho: Model normal dağılmaktadır.</i>	Skewness-Kurtosis: $0.8816 (0.2882)$	Model normal dağılımlıdır.
<i>Ho: Modelde çoklu doğrusal bağıntı problemi yoktur.</i>	Mean VIF : $2.28 < 5 (4.57 < 5)$	Modelde çoklu doğrusal bağıntı problemi yoktur.

Not: Parantez içindeki ifadeler Model 2’ye aittir.

Yapılan tanı testleri neticesinde sağlanan ve sapmalar görülen diagnostik test varsayımlarının her iki model için aynı olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sorunları görülen modeller için mevcut durumlara karşı dirençli olan regresyon analizi olarak Driscoll-Kraay Standart Hatalar Tahmincisi kullanılmaktadır.

Driscoll-Kraay Standart Hatalar Tahmincisi Sonuçları

Model 1 ve Model 2 için diagnostik testlerin belirttiği varsayımlardan sapmalara karşı dirençli olan Driscoll-Kraay Standart Hatalar Tahmincisi test bulguları Tablo 8’de çekim modeli ve Tablo 9’da genişletilmiş çekim modeli için gösterilmiştir.

Tablo 9. Driscoll-Kraay Standart Hatalar Tahmincisi Regresyon Sonuçları (Model 1)

Bağımlı Değişken: LMGR			
Açıklayıcı Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	Olasılık Değeri
LY ₁	-0.3160	0.1593	0.104
LY ₂	2.9554	0.5587	0.003*
LDST	-3.3932	0.8306	0.009*
LPOP ₁	-0.4711	0.5423	0.425
LPOP ₂	1.2198	0.2720	0.006*
Sabit	-4.8444	12.0795	0.705
$F_{ist.} : 0.0000, R^2 : 0.2243$			

* : Değişkenin %1 kritik değer için anlamlı olduğunu göstermektedir.

Model 1 için F istatistik değeri, 0.0000 olarak hesaplanmıştır. Böylelikle modelin anlamsız olduğunu varsayan H₀ hipotezi kabul edilememektedir. Diğer bir ifadeyle referans model anlamlıdır ve doğru bir şekilde kurulmuştur. Modelin açıklama düzeyini gösteren R² değeri, 0.2243 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 9. Driscoll-Kraay Standart Hatalar Tahmincisi Regresyon Sonuçları (Model 2)

Bağımlı Değişken: LMGR			
Açıklayıcı Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	Olasılık Değeri
LY ₁	0.10191	0.1946	0.628
LY ₂	1.9134	0.5114	0.020**
LDST	-0.8569	0.1878	0.010*
LPOP ₁	-1.0368	0.3455	0.040**
LPOP ₂	0.1087	0.1735	0.565
LUE ₁	-1.6352	0.2501	0.003*
LUE ₂	-0.5073	0.1328	0.019**
LMS ₂	0.8963	0.0449	0.000*
LUR ₂	0.2891	0.5957	0.653

LPOL ₂	0.0333	0.1739	0.857
LEF ₂	-0.5602	0.5363	0.355
LSEC ₁	1.0812	0.1201	0.001*
DBRD	0.4730	1.7331	0.798
DLNG	1.2207	0.1945	0.003*
Sabit	1.2624	3.5405	0.739
F _{ist.} : 0.0000, R ² : 0.5425			

* : Değişkenin %1 kritik değer için anlamlı olduğunu göstermektedir.

** : Değişkenin %5 kritik değer için anlamlı olduğunu göstermektedir.

H₀ hipotezi, oluşturulan modelin anlamsız olduğunu ifade eden F-istatistik testi olasılık değerine (0.0000) göre, çekim modeli anlamlıdır ve doğru bir şekilde kurulmuştur. 0.5434 olarak elde edilen R² değeri tüm açıklayıcı değişkenlerde meydana gelen değişimin, göç hareketlerindeki değişimin yaklaşık olarak %55'ini açıkladığını göstermektedir.

Model 1'de, ana bölgenin geliri (y₁), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermemektedir. Göç edilen bölgenin geliri (y₂), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlıdır ve göç edilen bölgedeki gelir ile göç hareketleri arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Göç edilen bölgedeki gelirdeki artış, göç hareketlerini %2.95 artırmaktadır. Göçün başladığı ve tamamladığı bölgeler arasındaki mesafe (d), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlıdır. Bölgeler arası mesafe ile göç hareketleri arasındaki ilişki negatif olarak elde edilmiştir. Mesafedeki artış, göç hareketlerini %3.39 azaltmaktadır. Ana bölgenin nüfusu (p₁), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermemektedir. Göç alan bölgenin nüfusu (p₂) ise, göç hareketleri üzerinde istatistiki olarak anlamlıdır. Göç alan bölgedeki nüfus arttıkça, göç hareketlerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Göç alan bölgedeki nüfusta meydana gelen artış göç hareketlerini %1.21 artırmaktadır.

Model 1'de yer alan ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmayan LY₁ ve LPOP₁ değişkenleri, Avrupa'ya yönelen göç hareketlerinde başlangıç noktalarına ait verilerin (gelir düzeyi ve nüfus) önemsenmediğini belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle, kişi veya gruplar için öncelikli öneme sahip değişkenlerin göç edilen bölgeye ait veriler olduğu anlaşılmaktadır.

Model 2'de, ana bölgenin geliri (y₁), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir. Göç edilen bölgenin geliri (y₂), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlıdır. Göç edilen bölgedeki gelirden yaşanan artış, göç hareketlerini %1,91 artırmaktadır. Göçün başladığı ve tamamladığı bölgeler arasındaki mesafe (d), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlıdır. Mesafedeki artış, göç hareketlerini %0,85 azaltmaktadır. Ana bölgenin nüfusu (p₁), göç hareketleri üzerinde anlamlı etki göstermektedir. Ana bölgedeki nüfus azaldıkça, göç hareketlerinin %1,03 arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Göç alan bölgenin nüfusu (p₂), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermemektedir. Ana ülkenin işsizlik oranı (u₁), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermektedir. Göç hareketleri ve ana ülkedeki işsizlik oranı ilişkisi için, işsizlik oranlarındaki artış, göç hareketlerini %1,63 azaltmaktadır. Göçün başladığı bölgedeki işsizlik oranının negatif değer içermesi ve genel kabul gören fikirler örtüşmemektedir. DeWaard vd. (2012)'nin çalışmasında, göç ve ana bölgenin işsizlik oranı ilişkisi için bu çalışma ile benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Bu durumun gerekçesi olarak göç etme maliyetlerine dikkat çekilmiştir. İnsanlar göç edebilmek için belirli düzeyde bir maddi birikime sahip olmak zorundadır. Ancak işsizlik durumu, insanların göç maliyetlerini karşılayabilecek maddi birikime sahip olmasına olanak tanımadığından, işsizlik artışının göç hareketlerini azaltabileceği ifade edilmiştir. Göç alan ülkenin işsizlik oranı (u₂), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermektedir. Göç edilen bölgedeki işsizlikteki azalış, göç hareketlerini %0,5 artırmaktadır.

Göç edilen bölgede yaşayan ve daha önce farklı ülkelerden göç eden kişi sayısı (im₂), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlıdır. Göç edilen bölgedeki daha evvel göç edenlerin sayısındaki artış, göçü %0,89 artırmaktadır. Göç edilen bölgedeki kentleşme oranı (urban₂), siyasi istikrar endeksi (pol₂) ve ekonomik özgürlük endeksi (free₂), göç hareketlerini açıklamamaktadır. Ana bölgedeki güvenlik tehditleri endeksi (sec₂), göç üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermektedir. Güvenlik tehditleri endeksindeki artış göç hareketlerini %1,08 artırmaktadır. Ana bölgeden göç edilen bölgeye geçişte ortak sınırın istatistiki olarak anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Ana ülke ve göç alan ülkeler arasındaki ortak dil olması durumu, göç hareketlerini istatistiki olarak açıklamaktadır.

Model 2 olarak tanımlanan genişletilmiş çekim modelinden elde edilen sonuçlara göre, çekim modeline ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi faktörler eklendiğinde Model 1'de anlamsız bulunan orijin ülkeye ait nüfus verisi istatistiksel olarak anlamlı hale gelirken; Model 1'de anlamlı bulunan ve orijin ülkeye ait nüfus verisi anlamsız olmaktadır. Bu durumda çekici ve itici faktörlerin birbirlerini etkileyebilme özelliği ön plana çıkmaktadır. Ancak insanların nüfusun fazla olduğu bölgelerde yaşama eğilimine ait sonuçlar değişmemektedir. Ana bölgenin gelir düzeyi 2. modelde de anlamsız bulunurken, bu bölgeye ait şehirleşme oranı, politik istikrar, ekonomik özgürlük ve sınır ortaklığı gibi değişkenler de göç hareketlerini istatistiksel olarak açıklamamaktadır.

Ortaya çıkan bu sonuçlar göç edenlerin sahip olduğu özellikler ve öncelikleri ile ilişkilendirildiğinde, *yalnızca hayatta kalmak için göç eden, siyasi sistemlere karşı yeterli ilgi ve bilgisi bulunmayan veya göç edene değin geleneksel yapı içerisinde kendi bütçesini hiç yönetmemiş olan göç edenler*, bu değişkenleri öncelikli ihtiyaçlar olarak görmemektedir.

Ana bölgedeki gelir düzeyinin göç üzerinde anlamlı bir etki göstermemesi ve göç edilen bölgelerdeki gelirin göçü istatistiksel olarak açıklaması, göç edenlerin gelir faktörünü göreceli olarak değil, mutlak olarak dikkate aldığı göstermektedir. Ayrıca gelir faktörünün göç üzerinde etkili olması, bugüne kadar yapılan çalışmaların birçoğu ile benzerlik göstermektedir. Ekonomideki mal ve hizmetlere olan talebin ancak gelir ile desteklenmesi haline tüketime dönüşebileceği düşünüldüğünde, daha yüksek bir refah düzeyine sahip olmanın önemli faktörlerinden birisinin gelir düzeyi olduğu ve incelenen göç hareketlerini gerçekleştirenlerin *göçmen* kimliğine sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Göç sürecinde alınan mesafenin büyüklüğü ise beklenen bir sonuç olarak göç üzerinde negatif ve anlamlı bir etki göstermiştir. İlk göç teorilerinden bu yana göç hareketlerinin genellikle ilk olarak en yakın bölgelere doğru gerçekleştiği görülmektedir. Mesafe faktörünün göç hareketleri üzerinde negatif etki göstermesi, tarihteki ilk göç hareketlerinde göç hareketlerinin genel olarak yaya olarak yapılması ile açıklanabilir. Görülüyor ki referans dönem ve model içerisinde göç hareketleri (tüm teknolojik koşullara rağmen), yaya olarak (veya gelişmiş bir araç olmadan) gerçekleşmektedir. Bilhassa *sığınmacı ve mültecilerin* yaşamdan kopmamak adına gerçekleştirdikleri göç hareketlerinin genelde plansız ve bir kaçış biçiminde gerçekleşmesi ve diğer yandan orijin ülkedeki yapıda görülen iç çatışma, savaş ve fikirler nedeniyle ortaya çıkabilecek zulüm gibi faktörler, mesafe değişkeni kapsamında ele alınan sonuçları doğrular niteliktedir. Bu sonuç, göç edenlerin *mülteci veya sığınmacı* kimliğine sahip olduğunu göstermektedir.

Ana ülkelerdeki nüfus ile göç hareketleri arasında görülen negatif ilişki, bazı öznel koşullar ile açıklanabilir. Bir bölgedeki nüfus azaldıkça o bölgede kalan insanlar da göç eğilimi göstereceklerdir. Çünkü bir bölgedeki nüfusun azalması iş imkânları, kamu yatırımları gibi iktisadi faktörleri olumsuz etkilerken, çeşitli güvenlik açıklarını da beraberinde getirebilmektedir. Ayrıca sosyolojik olarak da insanların giderek daha fazla yalnızlaştığını hissettiği bir durumda, sosyal bağlarının yöneldiği bölgelere gitmesi olası bir durumdur. Nüfus faktörü bakımından değerlendirildiğinde, göç edenlerin hem *göçmen*, hem de *mülteci veya sığınmacı* özelliği gösterdiği anlaşılmaktadır.

Göç hususunda çekici ve itici etkiler gösterebilen nüfus faktörü, referans dönem için mevcut araştırma kapsamında her iki model için -tek bir farkla- çekici faktör olarak elde edilmiştir. Model 1, ana bölgenin değil, alan bölgenin nüfusunun dikkate alındığını göstermektedir. Model 2 bulgularında ise, orijin ülkedeki nüfus azaldıkça göç hareketleri artmaktadır. Bu durum, nüfusun yoğun olduğu bölgelerdeki maddi olanaklardan, bir gruba ait hissetme duygusuna kadar birçok faktör ile açıklanabilir.

Göç edilen bölgelerdeki işsizlik oranlarının göç hareketlerini negatif yönde etkilemesi, insanların bir gelire sahip olabilmek adına göç etmeleri durumunu açıklamaktadır. İnsanlar, yaşamsal koşulların temini için bir gelire sahip olmak isterler ve bunun için de göç ettiği bölgelerdeki iş imkânlarını önemserler. Böylelikle göç edenlerin göç ettikleri bölgedeki işsizlik oranının düşmesi sonucunda bu bölgeyi daha fazla tercih etmeleri bu çerçevede anlaşılabilir ve göç alan bölgedeki işsizlik oranındaki azalışın çekici faktör olduğu söylenebilmektedir. Bu durumda, işsizlik oranlarındaki düşüşlerin (gidilecek bölge açısından) çekici bir faktör olduğu görülmektedir ve *göçmen* kimliğine işaret etmektedir.

Göç ile işsizlik oranları arasındaki ilişki hususunda varsayılan duruma ters düşen tek durum, ana bölgedeki işsizliğin artması karşısında göç hareketlerinin azalması sonucudur. Normal şartlar altında işsizlikteki artışın o bölgedeki insanları bölgeden ayrılmaya itmesi ve göç hareketlerini artırması beklenmektedir. Ancak ampirik analiz sonucunda bu ilişkinin negatif olduğu ve genel kanı ile uyumlu olmadığı görülmektedir. Bu durum, göç edecek kişilerin göç maliyetlerini karşılayabilmesi için bir gelire ihtiyaç duyması ve işsizlik nedeniyle bu geliri sağlayamaması ile açıklanmaktadır.

Ana bölgedeki güvenlik koşullarını temsil eden güvenlik tehditleri endeksi, bir itici faktör olarak göç hareketlerini artıran anlamlı bir değişken olarak tespit edilmiştir. Sığınmacı ve mültecilerin göç hareketlerinde önemli bir belirleyici olan savaş, iç çatışma, terör gibi durumlar; güvenlik endeksinin birer belirleyicisidir ve göçü artırarak beklenen etkiyi göstermektedir. O halde güvenlik tehditleri endeksi, göç için itici bir faktördür ve göç edenlerin *mülteci veya sığınmacı* olabileceğine dair güçlü kanıtlar sunmaktadır. Son olarak kültürel faktörler çerçevesinde analize dahil edilen dil faktörü, göçü artıran bir değişken olarak elde edilmiştir. Bu kapsamda göç eden insanların topluma uyum sağlama, ekonomik koşulları oluşturma ve olası diğer göç maliyetlerini en aza

indirme hususunda dillerini konuşabildikleri ülkelere göç eğiliminin bulunduğu sonucuna ulaşılabilir. Göç alan ülkeler açısından değerlendirildiğinde, dil ortaklığının varlığı çekici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Elde edilen bulguları önceki çalışmalar ile karşılaştırdığımızda, bu çalışmaların büyük oranda desteklendiği görülmektedir. Gelir, nüfus ve mesafe faktörü açısından Abel vd. (2019), Agbola ve Acupan (2010), Dedeoğlu ve Genç (2020), Çetin (2019), Iancu (2017), Köseoğlu ve Artan (2020), Muratoğlu ve Muratoğlu (2016) ve diğer birçok çalışma ile benzer sonuçlar elde edilirken; sosyal ağlar, göçmen stoku, dil ortaklığı, istihdam ve işsizlik faktörü bakımından Abel vd. (2019), Clark vd.(2007), Fitzferald vd. (2014), Ramos ve Surinach, Kim ve Colen (2010), Lewer ve Berg (2007)'in sonuçları bu çalışmanın bulguları ile desteklenmiştir. Genel bulgularla örtüşmeyen bir istisna olarak ana bölgedeki işsizlik ile göç arasında negatif bir ilişki bulunması, DeWaard vd. (2012)'in bulguları ile benzerlik göstermektedir. Son olarak, güvenlik tehditleri endeksinden elde edilen bulgular, ilgili literatürde daha önce ortaya konulmamış bir ilişkiyi göstermekte ve literatüre yeni bir faktör olması bakımından katkıda bulunmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, belirli bir dönem içerisinde göç hareketlerinin altında yatan sebepleri ampirik olarak açıklamayı ve sebeplerle bağlantılı olarak göç edenlerin kimliğini belirlemeyi amaçlamıştır. Amaç doğrultusunda yapılan analizler neticesinde, Afrika, Asya ve Orta Doğu'dan Avrupa'ya 2015-2020 döneminde gerçekleştirilen göç hareketleri üzerinde itici ve çekici faktörlerin aynı anda etkili olduğu görülmüştür. Çekici faktörler arasında öne çıkan ve her iki modelde de aynı bulgulara rastlanan gelir faktörü göç hareketlerini artırmaktadır. Göç edilen bölgedeki düşük işsizlik oranı, nüfus düzeyi, sosyal ağlar ve ortak dil, göç edenler için çekici faktörler olarak tespit edilmiştir. Göç edilen bölgeler arasındaki mesafe, göçün başladığı bölgedeki nüfusun azalışı ve güvenlik tehditleri, göç edenler için itici faktörleri temsil etmektedir. Literatürde yer alan çalışmalardaki genel kanının dışında bir sonuç olarak, ana bölgedeki işsizlikteki artışın göç hareketlerini azaltması, göç etme maliyetlerinin göçü azaltması ile ilişkilendirilmiştir.

Genişletilmiş çekim modeli kapsamında yapılan kimlik analizi sonuçlarına göre, (göçmen, mülteci ve sığınmacı olarak ayrıştırılan göç eden kimliği referans bölgeler için anlamlı olan faktörlerle ilişkilendirildiğinde), göçmen ve mülteci/sığınmacı kimliğinin modelde bir arada yer aldığı görülmektedir. Anlamlı değişkenler arasında gelir düzeyi, düşük işsizlik oranı, nüfus düzeyi, ekonomik ve sosyal memnuniyetsizliğe bağlı arayışlarla ilgili faktörler olması, göç edenlerin hukuki olarak göçmen kimliğine sahip olduğu anlamına gelmektedir. Aynı göç eden grubu için, mesafe ve güvenlik tehditleri, göç edenlerin mülteci veya sığınmacı özelliğini ortaya çıkarmaktadır. Çünkü mesafe faktörü, kaçış biçiminde; güvenlik açıkları ise, korku, baskı, zulüm gibi nedenlerle göç hareketlerini açıklamaktadır. Bu nedenlerle göç edenler hukuki olarak mülteci veya sığınmacı statüsündedir.

Elde edilen bilgiler ışığında oluşturulacak göç politikaları, göç edenlerin güvenli bir biçimde hareket etmesini ve göç alan ülkelerdeki insanların göç hareketlerinden olumsuz yönden daha az etkilenmelerini sağlamalıdır. Göç politikaları, göç alan ülkelerdeki ekonomik, sosyal ve siyasi yapıyı korumalı; ana bölgede tersine çekim yaratacak kaynaklar kullanılmalıdır. Göç politikalarının verimliliğini artırmak için mutlaka uluslararası iş birliği yapılmalıdır. Örnek olarak, göç hareketlerinin anlamlı bir fonksiyonu olan sosyal ağlar, yüksek sayıda göç edene ev sahipliği yapan ülkelere göç eğiliminin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu nedenle yoğun göç alan ülkeler, göç konusunda oluşturduğu gelecek planlarında yeni göç hareketlerinin muhtemel olduğunu dikkate almalıdır. Benzer biçimde gelirin anlamlı ve pozitif etkisinden ötürü, göreceli olarak yüksek gelire sahip ülkelere göç eğilimi yüksek görüldüğünden, ekonomi ile ilgili politikalar emek arzının artabileceği durumu doğrultusunda oluşturulmalıdır. Diğer yandan göç hareketleri için itici bir faktör olan güvenlik açıklarının göç üzerinde yüksek anlamlılık düzeyi göstermesi sebebiyle, Dünya'nın herhangi bir bölgesinde başlayan savaşın, çatışma ortamının ve tehditlerin diğer ülkelere göç hareketlerini artırabileceği öngörülmektedir. Bu nedenle diğer ülkelerin, güvenlik açığı bulunan ülkelerdeki problemleri çözecek uygulamalara katkı sağlayacak bir yol izlemesi ve uluslararası kamuoyunun bu durumu dikkate alması önerilmektedir. Aksi takdirde kontrol altına alınması güç ve insani dramların ortaya çıktığı bir göç sürecinin yaşanması olasıdır.

KAYNAKLAR

Abel, G. vd. (2019, 25 Eylül). Driving factors of Asian international migration flows. *Asian Population Studies*, 15(3), 243-265.

Agbola, F. W. & Acupan, A. B. (2010, Aralık). An empirical analysis of international labour migration in the Philippines. *Economic Systems*, 34(4), 386–396. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2010.03.002>.

- Aktaş, M. (2015, 29 Temmuz). Ücret odaklı işgücü hareketliliğinin işgücü piyasalarına etkileri. *Tesam Akademi Dergisi*, 2(2), 197-219. ISSN: 2148 – 2462.
- Akyıldız, İ. E. (2016, Aralık). Göç teorilerinin karşılaştırmalı analizi. *Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(2), 127-176.
- Bakır, A. & Pekin, S. (2019, 23 Ekim). Kuzey Suriye’deki Türkmen yerleşimlerinin çağdaş tarihi ve stratejik altyapısı üzerine genel bir değerlendirme. *Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı*, 123(242), 89-130.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data*. 3. Baskı, Chester: John Wiley & Sons Ltd. Press.
- Bertocchi, G. & Strozzi, C. (2008, 8 Mayıs). International migration and the role of institutions. *Public Choice*, 137, 81-102. <https://doi.org/10.1007/s11127-008-9314-x>.
- Bindak, R. (2015, 13 Temmuz). İller arası göç tahmini için bir çekim (cazibe) modeli önerisi. *Social Sciences Research Journal*, 4(2), 111-120. ISSN: 2147-5237.
- Bingöl, O. (2013, 1 Mayıs). Somali’de barış ve kalkınma sürecinde Türkiye’nin rolü. *Akademik Bakış Dergisi*, 7(13), 81-106. <https://doi.org/10.19060/gav.31799>.
- Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Türkiye Temsilciliği (BMMYKTT) (2021, 10 Temmuz). *Mültecilerin hukuki statüsüne ilişkin sözleşme*. <http://www.multeci.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/1951-CenevreSozlesmesi-1.pdf>.
- Bölükbaşı, O. F. (2018, 13 Aralık). *Çok boyutlu panel veri modelleri: Firma karakteristiklerinin sermaye yapısı üzerindeki etkilerinin incelenmesi* [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Clark, X. vd. (2007, Mayıs). Explaining U.S. immigration, 1971-1998. *The Review of Economics and Statistics*, 8(2), 359-373.
- Çetin, C. (2019, 15 Aralık). Gravity approach applied to Central Asian migration flow. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 190-214.
- D’agostino, R. vd. (1990, Kasım). A suggestion for using powerful and informative tests of normality. *The American Statistician*, 44(4), 316-321. <https://doi.org/10.2307/2684359>.
- Dedeoğlu, D. & Genç, D. H. (2017, 26 Ekim). Turkish migration to Europe: A modified gravity model analysis. *IZA Journal of Development and Migration*, 7(17), s. 1-19. <https://doi.org/10.1186/s40176-017-0097-z>.
- Develi, E. S. (2017, 30 Kasım). 21. yüzyılda göç olgusu: Uluslararası göç teorilerinin ekonomik politigi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Göç Özel Sayısı), 1343-1353.
- Dinçer, G. & Muratoğlu, Y. (2014, Ekim). Türkiye’den OECD ülkelerine gerçekleşen göçün çekim modeli ile analizi. *MPRA Paper 62201*, University Library of Munich, Germany.
- Dücan, E. ve Akal, M. (2017, 1 Mart). Komşu ülkelerle yapılan dış ticaretin dyy girişleri üzerine etkisi: Gelişmekte olan ülkeler için panel veri analizi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 63-80. e-ISSN: 2149-8377.
- Ela Özcan, E. D. (2016, 1 Şubat). Çağdaş göç teorileri üzerine bir değerlendirme. *İş ve Hayat*, 2(4), 183-2015.
- Fitzgerald, J. vd. (2014, Temmuz). Defying the law of gravity: The political economy of international migration. *World Politics*, 66(3), 406-445. doi:10.1017/S0043887114000112.

- Greenwood, M. J. (2005). *Modelin Migration*. Encyclopedia of Social Measurement, 725-734.
- Görgün, M. (2017, 30 Kasım). Küreselleşme sürecinde göçmen ilişkileri ağının önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(22), 1317-1327.
- Gül, H. & Yerdelen Tatoğlu, F. (2019, 30 Haziran). Turizm talebinin panel çekim modeli ile analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 49-60.
- Hoşca, F. (2020, 5 Mayıs). Sudan'da Türkçe öğretiminde karşılaşılan zorluklar. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3(1), 77-87. <https://doi.org/10.38004/sobad.718327>.
- Hsiao, C. (2003). *Analysis of panel data*, United Kingdom: Cambridge University Press, 562s.
- Iancu, N. vd. (2017, 14 Mart). The use of the gravity model in forecasting the flows of emigrant in EU countries. *Technological and Economic Development of Economy*, 23(2), 392-409. <https://doi.org/10.3846/20294913.2016.1213194>.
- International Organization For Migration (IOM) (2021, 6 Nisan). *Göç terimleri sözlüğü*. https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml31_turkish_2ndedition.pdf.
- Karakaş, S. (2008). *Çoklu doğrusal bağlantı problemi ve yanlı regresyon tahmincileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Karemera, D. vd. (2000, 4 Ekim). A gravity model analysis of international migration to North America. *Applied Economics*, 32(13), 1745-1755. <https://doi.org/10.1080/000368400421093>.
- Kayıran, M. & Saygın, S. (2015, 20 Haziran). Irak Türkmenleri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (31), 273-292.
- Kim, K. & Cohen, J. E. (2010, Ekim). Determinants of international migration flows to and from industrialized countries: A panel data approach beyond gravity. *International Migration Review*, 44(4), 899-932. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2010.00830.x>.
- Köseoğlu, M. & Artan, G. (2020, 25 Mart). Göç, işsizlik ve gelir arasındaki ilişkilerin analizi: OECD ülkeleri örneği. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 6(1), 61-81. <https://doi.org/10.20979/ueyd.671530>.
- Kutbay, H. (2019, 31 Aralık). Vergi gelirlerini etkileyen faktörler: Seçilmiş ülkeler için panel veri analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(3), 602-617. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.519599>.
- Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47-57. <https://doi.org/10.2307/2060063>.
- Lewer, J. & Berg, H. V. D. (2008, Nisan). A gravity model of immigration. *Economics Letters*, 99(2008), 164-167. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2007.06.019>.
- Linnemann, H. (1966). *An Econometric Study of International Trade Flows*. Holland Publishing, Amsterdam.
- Massey, D. vd. (1993, Eylül). Theories of international migration: A review and appraisal. *Population and Development Review*, 19(3), 431-466. <https://doi.org/10.2307/2938462>.
- Muratoğlu, G. ve Muratoğlu, Y. (2016, 27 Aralık). Immigration to the OECD countries from Turkey in 1960-2010 Period: A gravity model approach. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 1(1), 51-69. <https://doi.org/10.25229/beta.266928>.

- Olçay, Z. (2012, 8 Mart). Mülteci-göçmen belirsizliğinde iklim mültecileri. *Türkiye Barolar Birliği (TBB) Dergisi*, 99, 229-240.
- Ortega, F. & Peri, G. (2009, Mart). The Causes and effects of international migrations: Evidence from OECD countries 1980-2005. *National Bureau of Economic Research*, Working Paper 14833, <https://www.nber.org/papers/w14833>.
- Park, H. M. (2011, 19 Ekim). Practical guides to panel data modeling: A step by step analysis using stata. *Tutorial Working Paper*, Graduate School of International Relations, International University of Japan, https://www.iuj.ac.jp/faculty/kucc625/method/panel/panel_iuj.pdf.
- Pietrzak, M. B. vd. (2012, Aralık). The analysis of interregional migrations in Poland in the period 2004–2010 Using panel gravity model. *Dynamic Econometric Models*, 12(212), 111-122. <https://doi.org/10.12775/DEM.2012.008>
- Ramos, R (2016, Şubat). Gravity models: A tool for migration analysis. *University of Barcelona, Spain, IZA World of Labor*, (239), 1-10.
- Ramos, R. & Suriñach, J. (2013, Ekim). A gravity model of migration between the ENC and the EU. *IZA – Institute of Labor Economics*, IZA Discussion Papers No. 7700.
- Ravenstein, E.G. (1885, Haziran). Laws of migration. *Journal of the Statistical Society*, 48(2), 167-235. <https://doi.org/10.2307/2979181>.
- Research and Expertise on the World Economy (CEPII) (2021, 9 Eylül). Databases and models. http://www.cepii.fr/CEPII/en/bdd_modele/bdd_modele.asp.
- Stouffer, S. A. (1940, Aralık). Intervening Opportunities: A theory relating mobility and distance. *American Sociological Review*, 5(6), 845-867. <https://doi.org/10.2307/2084520>.
- T.C. Göç İdaresi Başkanlığı (2021, 15 Aralık). Avrupa Birliği'nde geçici koruma. <https://www.goc.gov.tr/avrupa-birliginde-gecici-koruma>.
- T.C. Milli Savunma Bakanlığı Harita Genel Müdürlüğü (2021, 26 Aralık). Dünya siyasi haritası. <https://www.harita.gov.tr/uploads/files/products/dunya-siyasi-haritasi--1562.pdf>.
- Temizyürek, F. & Boylu, E. (2015). İran'da Türkçe'nin dünü ve bugünü. *Hacettepe Üniversitesi Yabancı Dil Olarak Türkçe Araştırmaları Dergisi*, Kış(2), 95-106
- The Global Economy (2021, 16 Nisan). Security threats index - country rankings. https://www.theglobaleconomy.com/rankings/security_threats_index/.
- The Heritage Foundation (2021, 16 Nisan). Index of economic freedom. <https://www.heritage.org/index/explore>.
- The United Nations (2021, 16 Nisan). Refugee data finder. <https://www.unhcr.org/refugee-statistics/download/?url=E1ZxP4>.
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy; Suggestions for an International Economic Policy*. Books (Jan Tinbergen). Twentieth Century Fund, New York. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/16826>
- Wesselbaum, D. & Aburn, A. (2019, Temmuz). Gone with the wind: International migration. *Global and Planetary Change*, 178(219), 96-109. <https://doi.org/10.1016/j.gloplacha.2019.04.008>.

- Wolpert, J. (1965, Ocak). Behavioral aspects of the decision to migrate. *Papers In Regional Science*, 15(1), 159-169.
- World Bank(2021, 16 Nisan). Data bank - World development indicators. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>.
- World Bank(2021, 18 Nisan). Worldwide governance indicators. <https://info.worldbank.org/governance/wgi/Home/Reports>.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2016). Various approaches for the estimation of the three-dimensional fixed and random effect models. *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Econometrics, Statistics & Emprical Economics Journal*, 2016(5), 60-70. <http://dx.doi.org/10.17740/eas.stat.2016%E2%80%90V5%E2%80%90005>.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2020). *Panel veri ekonometrisi Stata uygulamalı*, Genişletilmiş 5. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş., 413s.
- Zelinsky, W. (1971, Nisan). The hypothesis of the mobility transition. *Geographical Review*, 61(2), 219- 249. <https://doi.org/10.2307/213996>.
- Zülfikar Savcı, B. Ş. (2016). *Türkiye'den Avrupa ülkelerine göçün belirleyicileri: Çekim modeli yaklaşımı*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Nüfus Etütleri Enstitüsü, Ankara.

Yazar Katkı Oranı

Çalışmadaki yazar katkı oranı, her iki yazar için %50'dir.

ADANA MÜZESİ ESERLERİNDEN ÖRNEKLERLE OSMANLI DÖNEMİ'NDE KAHVE KÜLTÜRÜ

Ela YILMAZ¹

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1310486

Makale Geçmişi:

Geliş 06.06.2023

Kabul 15.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Osmanlı Dönemi Kahve Kültürü,

Adana Müzesi,

Kahve,

Türk Kahvesi.

ÖZ

Kahve bitkisinin Afrika Kıtası'nda başlayan, Yemen üzerinden Osmanlı topraklarına geçerek İstanbul'a sonrasında ise elçiler ve seyyahlar aracılığıyla Avrupa'ya ve tüm dünyaya yayılan serüveninin sonunda kahve bitkisi artık vazgeçilmez bir tüketim ürünü olur. Yüzyıllardır tüketilen kahve dünyanın ortak bir içeceği olsa da her ülke kendine özgü hazırlama, pişirme ve sunum yöntemleri geliştirmiş böylece farklı tat ve aromalarda birçok kahve çeşidi ortaya çıkmıştır. 16. yüzyıldan itibaren Osmanlı toplumunda tüketilen, sosyal ve kültürel yaşamın bir parçası olan Türk Kahvesi de bu farklı kahve türlerinden biri olmuştur. Türk Kahvesi, geleneksel teknikler uygulanarak gerçekleştirilen hazırlama ve pişirme evreleri ile seremoniyeye dönüşen sunumla birlikte karakteristik bir kimlik kazanmıştır. Türk Kahvesi'nin kavurma, soğutma, öğütme, saklama, pişirme ve servis edilme sürecinde kullanılan araç ve gereçler ise estetik ve sanatsal değeri olan eserlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu makalede, Adana Müzesi koleksiyonunda bulunan hem işlevsel hem de estetik değeri olan, toplumun geleneğini ve maddi kültürünü yansıtan eserlerden örneklerle Osmanlı Dönemi kahve kültürü değerlendirilmiştir.

COFFEE CULTURE IN THE OTTOMAN PERIOD EXEMPLIFIED BY ARTIFACTS FROM THE ADANA MUSEUM

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1310486

Article History:

Received 06.06.2023

Accepted 15.09.2023

Keywords:

Ottoman Period Coffee Culture

Adana Museum,

Coffee,

Turkish Coffee.

ABSTRACT

The coffee plant, beginning its journey on the African continent, reaching the Ottoman countries via Yemen and spreading to Istanbul and finally to Europe via ambassadors and travelers and the whole world, became an indispensable consumer good. Although coffee has been consumed for centuries and is a common beverage worldwide, each country has developed its own methods of preparation, brewing and presentation. So there are many varieties of coffee with different tastes and aromas. Turkish coffee, consumed by the Ottomans since the 16th century, has become a part of social and cultural life which represents one of these different types of coffee. Turkish coffee is prepared using traditional techniques of preparation and brewing, and served which makes it a household ceremoniously is a household name. The tools and equipment used in roasting, cooling, grinding, storing, cooking and serving Turkish coffee have led to the creation of works of aesthetic and artistic value. This article examines the coffee culture of the Ottoman period through examples of artifacts from the Adana Museum collection, which have both functional and aesthetic value while reflecting the traditions and material culture of the society.

¹ Dr., Kültür ve Turizm Bakanlığı, Adana Müzesi Müdürlüğü, elayilmazela@gmail.com, ORCID:0000-0002-1341-8970
Alıntılanak için/Cite as: Yılmaz, E. (2023). Adana Müzesi eserlerinden örneklerle Osmanlı Dönemi'nde kahve kültürü. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 805-820.

GİRİŞ

Modern dünyanın vazgeçilmez içeceklerinden biri olan kahve, *sosyolojik dış gücü* kavramı içerisinde hem bireysel hem de toplumsal bir seremoni olmakla birlikte aynı zamanda sembolik bir değerler bütünüdür (Giddens, 2000, s. 4). Kahve bitkisinin Afrika Kıtası'nda Habeşistan'ın (Etiyopya) Kaffa² bölgesinde başlayan, Asya Kıtası'nda Yemen'den diğer ülkelere değişik versiyonlarla yayılan hikâyesinde, kimi zaman sihirli meyve³ olarak adlandırılır, kimi zaman ise bir çobanın keçilerinin bu bitkiyi yemesi sonucu keşfedildiğine inanılır (Kuzucu vd., 2021, s. 28-29). Yüzyıllardır farklı söylencelerin parçası haline gelen kahve bitkisinin var olan tek gerçeği küresel bir tüketim ürününe dönüşerek farklı kültürlerin içeceği durumuna gelmesidir.

Kahve bitkisinin Yemen'de 15. yüzyıldan itibaren bir içecek olarak özellikle tasavvuf ortamlarında sufiler tarafından tüketilmeye başlandığı ve sonrasında tüm İslam dünyasına yayıldığı bilinmektedir⁴. 16. yüzyılda Osmanlı Devleti'nin yönetimi altına giren Yemenle birlikte kısa süre sonra kahve, başkent İstanbul'a ulaşır. 17. yüzyıla gelindiğinde ise kahve artık Avrupa'dadır ve 18. yüzyıl başlarında kahve, Doğu'nun önemli bir ihracat ürünü haline gelir (Ögel vd., 2015, s. 8,11). Kahve içeceğinin tanınır hale gelmesi, kahve bitkisinin yetiştirilme alanlarını da genişletir. 1616 yılında kahve bitkisi seralarda yetiştirilmek üzere Yemen'den Hollanda'ya götürülür ve böylece Avrupa'da ilk üretim gerçekleşir. 1658 yılında seralarda yetiştirilen bitkiler sayesinde Uzakdoğu'da çeşitli bölgelerde kahve plantasyonları⁵ oluşturulur. 1690 yılında Hollanda, Endonezya'da yer alan sömürgesi Batavia'ya bitkiyi ulaştırır. Hollandalı tüccarların 1718 yılında Surinam'a, Fransızlar'ın 1720'lerde Karayiplerde bulunan Martinik adasına, İngilizler'in 1730'da Jamaika'ya kahve bitkisini götürmesi ve 1727'de Brezilya'da kahve plantasyonlarının oluşturulması sonucunda Orta ve Güney Amerika'da kahve yetiştiriciliği başlar (Tan, 2015, s. 17). Doğu'nun Batı'ya taşıdığı ve adeta son kültür armağanı olarak sunduğu kahve, Batılı devletler tarafından başlangıçta bir moda olarak algılsa da kısa süre sonra sömürgeleri aracılığıyla bir rekabet ve endüstri ürünü haline gelir (Heise, 2001, s. 12).

Batılı devletler kahve ile 16. yüzyılda Osmanlı elçileri sayesinde tanışmış olsa da sömürgeleri aracılığıyla Amerika'nın çeşitli bölgelerinde kahve yetiştiriciliğini arttırmaları Osmanlı Devleti'nin 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra Avrupa vasıtasıyla kahve ithal etmesine yol açar. Kahve'nin Yemen, Cidde, Kahire ve İskenderiye hattından sonra Yavuz Sultan Selim döneminde İstanbul'a ulaştığı bilirse de gündelik yaşamın içine girmesi 16. yüzyılın ikinci yarısından sonra gerçekleşir (Emeksiz, 2009, s. 123). 1543 yılında İstanbul'a gemilerle kahvenin getirildiğini anlatan Kâtip Çelebi ise Şeyhülislam Ebussuud Efendi tarafından verilen bir fetva ile gemilerin batırılarak kahvenin yok edildiğinden bahseder⁶ (Kâtip Çelebi, 1980, s. 48). İstanbul'da 16. yüzyıldan itibaren farklı dönemlerde farklı sebeplerle yasaklanan⁷ kahvenin tüketimi, inişli çıkışlı olsa da kahve zamanla Osmanlı toplumunun en önemli içeceği, kültür ve geleneğin temsilcisi olur. 17. yüzyılın sonlarına doğru kahveye yönelik yasaklamalar sona erer ve kahve artık yaşamın parçası, tarihi ve edebi kaynakların ana teması olur (Keskin, 2011, s. 28). Bu makalede, Osmanlı toplumunda karakteristik bir kimlik kazanan Tük Kahvesi'nin; hazırlama, pişirme ve sunum aşamalarında kullanılan farklı araçlarla, çekirdekten içeceğe dönüşüm sürecinin anlatımı hedeflenmektedir. Adana Müzesi koleksiyonunda bulunan 19. yüzyıl ile 20. yüzyıl başına tarihlenen eserlerden örneklerle Türk Kahvesi kültürü ve geleneği somutlaştırılarak maddi kültürümüze ait öğelerle konu ifade edilmeye

²Kahve kelimesinin etimolojik olarak Kaffa bölgesiyle bağlantılı olduğu kimi araştırmacılarca savunulsa da bölgede kahve bitkisine bün denilmektedir. Kökeni Arapça olan kahve sözcüğünün başlangıçta bir şarap türünü tanımlamak amacıyla kullanıldığı ancak 14. yüzyılın sonunda Yemen'de kahve bitkisi için söylenmeye başlandığı bilinmektedir. Kahve sözcüğü, Arap dilinden dünyadaki diğer dillere geçmiştir (Ayyıldız, 2021, s. 62-63).

³Kahvenin vücuda güç vermesi, dinçlik sağlaması ve sinir sistemine iyi gelmesi, kahve bitkisi ile içeceğinin sihirli meyve olarak tanımlanmasını sağlamıştır.

⁴Kahvenin uyarıcı etkisinin fark edilmesi, uzun süre dinç ve uyanık tutması Şeyh Şâzeli ve müritlerinin ibadetlerini yaparken kahveyi gıda ve içecek olarak tüketmelerini sağlamıştır. Bir süre sonra diğer tarikatlara da yayılan kahve bir tasavvuf içeceğine dönüşmüş, kahve çekirdeğinin kavrulurken geçirdiği değişim tasavvuf dünyasında insan ruhunun değişimiyle ilişkilendirilerek kahveye farklı bir anlam yüklenmiştir. Tasavvuf çevrelerinde yoğun olarak tüketilen kahvenin öncelikli olarak İslam dünyasında yaygınlaşması kaçınılmaz olmuştur (Kuzucu vd., 2021, s. 31-33).

⁵Büyük alanlarda bitki üretimi için yapılan tarımsal işletmelere plantasyon denilmektedir. Genellikle kahve, pamuk, kakao, kauçuk gibi bitkilerin üretimi plantasyonlarda gerçekleştirilir.

⁶Yazar, Beşir Ayvazoğlu Ebussuud Efendinin 1545 yılında Şeyhülislam olduğunu bu yüzden Kâtip Çelebi'nin kitabında 1543 olarak belirttiği tarihin yanlış yazılmış olabileceğini ifade etmiştir (Ayvazoğlu, 2011, s. 15).

⁷Osmanlı Devleti tarafından genellikle, ibadeti engellemesi ve kişiye zarar vermesi, toplum ile devlet düzenini bozması ve kent güvenliğini etkilemesi gibi sebeplerle kahve ve kahvehâneler yasaklanmıştır. Osmanlı toplumunda kahveye ilişkin yasaklar; 1566-1574 yılları arasında, 1583 yılında, 1603-1617 yılları arasında, 1633-1663 yılları arasında ve 1656 yılında gerçekleşmiştir. Dünya'da ilk kahve yasağı 1511 yılında Mekke'de uygulanmış, 1675 yılının son günlerinde ise İngiltere'de kahvehânelerin kapatılması yönelik bir ferman yayınlanmıştır (Tan, 2015, s. 14; Heise, 2001, s. 137).

çalışılmıştır. Adana Müzesi koleksiyonunda yer alan kahve kültürüne yönelik eserlerin, ilk kez bir makalenin teması olması Sanat Tarihi literatürüne de önemli katkı sağlayacaktır.

Osmanlı Toplumunda Kahvenin Yaygınlaşması

Kahve içeceğinin kentlerde yaygınlaşması ve toplum tarafından bütünüyle görünür hale gelmesi ise bir kamusal alan olan kahvehânelerin ortaya çıkmasıyla başlar. 16. yüzyılın başlarında Mekke’de bir caminin yanında açılan ilk kahvehâne aslında toplumsal alanda dönüşümlerin de habercisi olur (Grégoire, 1999, s. 16). Kahvehânenin her yaştan, kültürden, dinden, topluluktan ve meslekten insanları bir araya getiren yapısı, bir süre sonra kahvehâneyi toplumun en önemli sosyalleşme mekânı haline getirir. Osmanlı toplumunda zaman içerisinde sohbet, eğlence, okuma, tartışma, bilgi edinme ve dinlenme mekânı olan kahvehâne, İstanbul’da ilk olarak 1554 yılında Tahtakale’de⁸ açılır⁹ (Grégoire, 1999, s. 17). 17. yüzyılda Evliya Çelebi’nin “mekteb-i irfan misilli”¹⁰ dediği kahvehâneler kentte hızla yayılır (Yerasimos, 2019, s. 206). Mahalle kahvehânelerinin ardından Yeniçeri, Esnaf, Âşık, Tulumbacı, Semaî, Meddah ve Esrar Kahvehâneleri açılır, ayrıca kentin her yerine ulaşan Seyyar Kahvehâneler ortaya çıkar (Emeksiz, 2009, s. 127, 130-131,134-135). 1874 yılında kentte bulunan İtalyan yazar Edmondo de Amicis’de İstanbul’un her köşesinde kahvenin bulunabileceğini net bir şekilde ifade eder: “Kahve, Galata ve Serasker kulelerinin tepesinde, bütün vapurlarda, mezarlıklarda, berber dükkânlarında, hamamlarda ve çarşılarda içilir. Kendinizi İstanbul’un hangi bölgesinde bulursanız bulun, başınızı bile çevirmeden kahveci diye seslenmeniz yeterlidir, üç dakika içinde dumanı tüten fincanı önünüzde bulursunuz” (Amicis, 2009, s. 73). Amicis’in notları arasında da belirttiği gibi kahve, Osmanlı toplumunda her yerde, kahvehâneler ise toplumun merkezindedir. Kahvehâneler’de sohbetin yanı sıra, meddahların öykü anlatımları, geleneksel sahne sanatlarının sergilenmesi ve halk şairi âşıkların müzik icra etmesi gibi faaliyetler, kahvehânelerin etkin sosyal mekânlar olmasını da sağlar. Bu nedenledir ki Osmanlı Devleti’nin geleneksel toplum yapısını şekillendiren diğer öğeler karşısında daha sivil bir anlayışla ortaya çıkan kahvehâneler, sohbet mekânları olmasının ötesinde aslında önemli kültür mekânları olmuştur (Görsel 1-2). Ayrıca İstanbul’da bu süreçte kahvenin fırınlarda kavrulup dibeklerde öğütüldüğü, kahvenin pişirilmeye hazır hale getirildiği bir ticaret mekânı olan tahmis/tahmishâneler de açılmıştır¹¹.



Görsel 1. Adana Acem Kahvehanesi (Kaynak: Sevim, 2002)

⁸Halepli Hakem ve Şamlı Şems adında iki Arap tüccar tarafından İstanbul Tahtakale’de ilk kahvehâne açılmıştır (Demir, 2011, s. 11).

⁹Ayrıca, 1640 yılında Venedik’te, 1644 yılında Marsilya’da, 1650 yılında Oxford’da, 1652 yılında Londra’da, 1670 yılında Boston’da, 1672 yılında Paris’te, 1675 yılında Viyana’da 1679 yılında Hamburg’da ve 1721 yılında Berlin’de kahvehâne açılmıştır (Tan, 2015, s. 16-17).

¹⁰Evliya Çelebi, İstanbul’da 200 kahvehânedede 300 kişinin çalıştığından, kahve satan 300 aktarda ise 500 çalışan olduğundan bahsetmiştir (Kahraman vd., 2017, s. 51, 608).

¹¹Evliya Çelebi, 17. yüzyılda İstanbul Tahtakale’de ve Sultan IV. Mehmed’in annesi adına yaptırılan Valide Cami’nin yakınında Tahmis olduğunu belirtmiştir (Kahraman vd., 2017, s. 542).



Görsel 2. Bir Türk Kahvehanesinin İçi (Kaynak: Allom, 2017, s. 71)

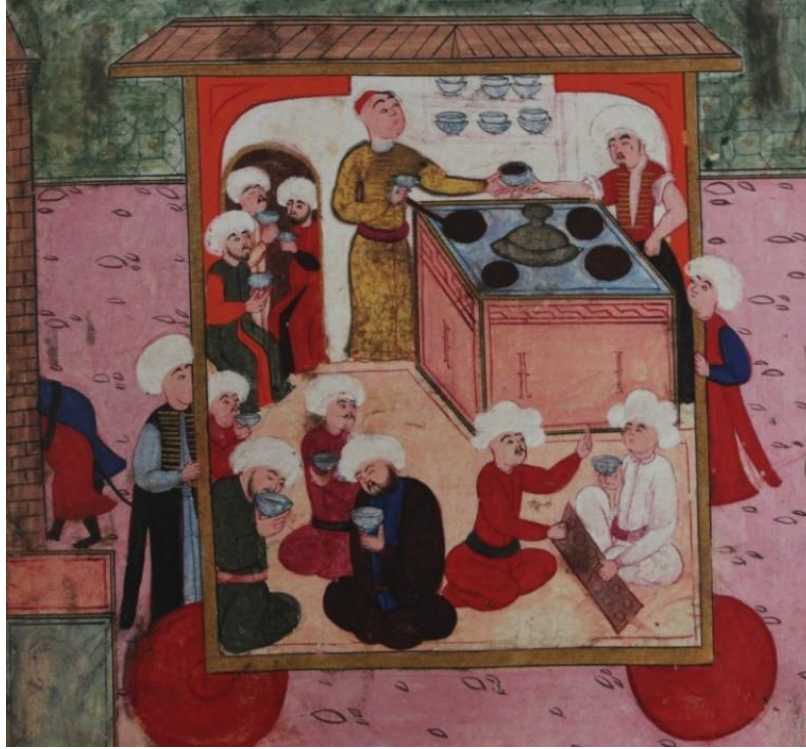
Kahve, 16. yüzyılın ikinci yarısından sonra İstanbul'da kahvehânelerle birlikte saray ve konutların da temel gıda maddeleri arasında yerini alır ama aynı zamanda misafire sunulan önemli bir ikram haline gelir. Kanuni Sultan Süleyman döneminde saraya giren kahve, gün içerisinde, yemeklerden sonra, resmî törenlerde ve bayramlarda tüketilen bir içecek olmanın ötesinde imparatorluk için özel bir seremoninin ifadesi olur (Görsel 3). Osmanlı Sarayı'nda Sultan tarafından kahve pişirme ve hazırlama işlerinden sorumlu olan kahvecibaşı adıyla yeni bir makam oluşturularak hanedan üyelerinin hepsine ayrı kahvecibaşılar görevlendirilir (Kuzucu vd., 2021, s. 41). Osmanlı toplumunda kahve ikramından sorumlu kadınlara ise kahvecibaşı değil, kahveci usta denilmesi de bir gelenek haline gelir (Tufan, 2015, s. 222).

Topkapı Sarayı'nda ayrı kahvecibaşı ve kahveci ustalarının yanı sıra kimi hanedan üyelerinin ayrı kahve ocaklarının da olduğu görülür. Saray'da törensel kahve ikramı; şerbet, tatlı ve buhurla¹² birlikte yapılmışsa da esas olan kahvedir ve diğerleri kahvenin yanında ya da sonrasında kahvenin eşlikçisidir. Saray'da, varlıklı ailelerin konutlarında ve kimi özel toplantılarda kahve ikram edenlerin sayısının bazen yedi kişiyi kadar çıktığı görülür. Törensel bir edayla yapılan kahvenin ikramını gerçekleştiren kişilerin her birinin farklı görevi olduğu bilinmektedir. Kahve tepsisi, zarfı, sitil ve güğüm farklı yardımcıları tarafından taşınır ve kahve farklı kişiler tarafından servis edilirdi. Osmanlı Devleti'ne bağlı çalışan devlet görevlileri de gelen ziyaretçilerine önce kahve ve buhur ikramında bulunur, sonrasında iş görüşmelerini gerçekleştirirdi. Osmanlı toplumunda sadece kahve hazırlanması ve sunumu bir gelenek haline gelmemiş aynı zamanda bir diğer gelenek olan Saray'ın düğün ve şenliklerinde esnaf alaylarının geçiş ve gösteri törenlerine 16. yüzyılın sonlarında kahveci esnafı da katılmıştır (Tan, 2015, s. 14-15; Tarım, 2015, s. 199-200, 209; Tufan, 2015, s. 221) (Görsel 4). Bu durum kahvenin ve kahveci esnafının resmî olarak kabul gördüğünü göstermektedir.

¹² Kökeni Arapça bâhur olan buhur, koku veya kokulu buhar (duman) çıkarıcı maddelere verilen addır (Erdem, 1992, s. 383).



Görsel 3. Haremde Kahve İçen Kadınlar-Corneille de Bruyn (Kaynak: Sevin, 2006, s. 334)



Görsel 4. Sultan III. Murad'ın oğlu Şehzade Mehmed'in Sünnet Düğününün Anlatıldığı Surnâme'de Kahveci Esnafının Geçişinin Gösterildiği Sahneden Detay (Kaynak: Değirmenci, 2015, s. 133)

Osmanlı toplumunda kahve tüketiminin yanı sıra hazırlama ve pişirme yönteminin geliştirilmesi kendine özgü bir kahve kimliği yaratmış, birçok yabancı seyyah da Türk kahvesinden etkilenmiştir. İstanbul'a ve Anadolu'ya seyahat eden bazı seyyahların notları arasında bulunan kahveye ilişkin tespitler dikkat çekicidir. 1655 yılının Aralık ayında İstanbul'a gelen Fransız gezgin Jean de Theveonat, maddi durumu ne olursa olsun her kesimden Türk'ün gün içerisinde çok fazla kahve içtiğini, bir aile de kahvenin; "...kocanın karısına temin etmek zorunda olduğu temel ihtiyaç maddelerinden biri..." olduğunu belirtir. Ayrıca Theveonat, misafirperver Türkler'in evlerine

gelen misafirlere sırasıyla kahve, şerbet ve parfüm¹³ ikram ettiklerinden bahseder (Theveonat, 2009, s. 70). 1701 yılında İstanbul ve Anadolu'nun bazı kentlerine seyahat eden Fransız doğa bilimci Joseph Pitton de Tournefort ise seyahati sırasında konuk olduğu evlerde kahve ikram edildiğini, kimi zaman aşırı yenen bir yemeği dengelemek için kahve içildiğini, aynı zamanda evli olan bir kadının eşinin; "...evine ekmeğini, tereyağını, pirincini, yakacağını, kahvesini..." temin ederse kadının eşinden kesinlikle boşanamayacağına belirtir (Tournefort, 2013, s. 67). Tournefort, bu söylemiyle aslında kahvenin en küçük toplumsal birim olan aile içerisindeki yeri ve önemini de tanımlar. Ayrıca Türk Kahvesi'nin mideyi rahatlattığı, hazmı kolaylaştırdığı ve bütün hastalıklara iyi geldiği birçok seyyahın notları arasında yer almıştır (Blount, 2010, s. 92; Theveonat, 2009, s. 69-70; D'Ohsson, 1980, s. 54).

Saray'da ve Osmanlı ailelerinin konutlarında tüketimi yaygınlaşan kahvenin hazırlanması ve pişirilmesi için oluşturulan kahve ocaklarıyla¹⁴ birlikte kahve sunumunun getirdiği çeşitli ritüeller Osmanlı toplumunda kahve kültürünü doğurur. Bütün dünyada kahve bitkisine ait ham çekirdeğin içeceğe dönüşen süreci kavurma, soğutma, öğütme ve pişirme evrelerinden geçerek gerçekleşir. Türk Kahvesi'nin hazırlama, pişirme ve seremoniye dönüşen servis edilme seyrinde kullanılan araç ve gereçlerle geleneksel bir yöntemin oluşması, Türk Kahvesi'nin diğer kahve türlerinden farklı olmasını sağlar. Osmanlı Dönemi tereke defterlerinin çoğunda Türk Kahvesi'ni oluşturan araç ve gereçlerin kaydedilmiş olması da toplumda kahve kültürünün bir kimliğe büründüğünü açıkça gösterir (Özlu, 2006, s. 126-127). Türk Kahvesi'nin hazırlığı yeşil renkli ham kahve çekirdeğinin yapısının değişerek kavrulmuş çekirdeğe dönüşümüyle başlar. Türk Kahvesi'nin birbiri ardına gerçekleşen hazırlık aşamasının hemen ardından kahvenin pişirilip içilmesi toplum tarafından genel olarak tercih edilmiştir. Theveonat'da Türk Kahvesi'nin hazırlık, pişirme ve servis aşamalarından detaylı bir şekilde şöyle bahseder:

...Taneleri bir tavaya veya başka bir kaba koyup ateşte kavururlar, sonra çekerler ve çok ince bir toz haline getirirler ve ...bu iş için özel olarak yapılmış, cezve adı verilen kulplu bir su kaynatacağı alır ve onu suyla doldurup kaynatırlar, su kaynayınca içine bu tozdan atarlar; ...sonra boyalı ahşap bir tepsi üzerine dizdikleri porselen fincanlara dökerler ve size kaynar vaziyette ikram ederler (Theveonat, 2009, s. 69).

Adana Müzesi Eserlerinden Örneklerle Osmanlı Dönemi'nde Kahve Kültürü

Osmanlı toplumunda 16. yüzyıldan günümüze kadar devam eden kahve serüveninin şekillendirdiği kültür ve gelenek, zanaat ve sanatın bir arada olduğu hem işlevsel hem de estetik eserler ortaya koyar. Kahve çekirdeğinin özel tekniklerle, araç ve gereçlerle Türk Kahvesi'ne dönüşüm süreci, maddi kültürümüz içerisinde estetik ve sanatsal değere sahip eserlerin var olmasını sağlar. Adana Müzesi koleksiyonunda da bulunan kahve kültürü ve geleneğini yansıtan eserler ise bu dönüşümün ifade bulduğu önemli örnekleri temsil etmektedir. Öncelikli olarak kahve hazırlığının başlangıç evresi olan çekirdeğin değişimini sağlayan kavurma işlemi gerçekleşir. Kavurma işlemi, kahvenin tadını ve aromasını belirlediği için çekirdekler ocak veya mangal üzerinde devamlı hareket ettirilerek eşit yoğunlukta ve belli bir oranda tava ya da tambur içinde kavrulur. Kahve çekirdeklerinin cinsine göre kavurma süresi değişmekte olup Türk Kahvesi'nin çekirdekleri orta kıvamda kavrulur. Osmanlı toplumunda genel olarak tüketilecek kadar kahvenin tavaların içinde kavrulması bir gelenek olmuştur. Osmanlı'da bir mutfak aracı olarak konutlarda kullanılan kahve tavalarının üretimi kahve tüketimiyle doğru orantılı olarak artar. Kahve tavaları, genellikle madeni malzemeye üretilmiştir. Adana Müzesi koleksiyonunda yer alan 19. yüzyıla ait kavurma tavası¹⁵ da demir malzemeye imâl edilmiştir. Kavurma tavasının çukur tava kısmı dövme tekniğiyle, katlanır uzun saplı kısmı ise dökme tekniğiyle yapılmıştır. Katlanır uzun sap üç parça halinde, uç kısmında yer alan tutma bölümü ise silindirik formdadır. Tava kısmı ve sap üzerinde yivli süslemeler ile sapın üzerinde ortası kabartmalı iki madalyon bulunmaktadır (Görsel 5).

¹³Seyyahın parfüm olarak belirttiği güzel koku veren buhur suyu olmalıdır.

¹⁴Büyük konutlarda kahve ocakları için ayrı bir oda oluşturulduğu da görülür (Ünver, 1963, s. 78). İsveçli devlet adamı Claes Rålamb, varlıklı ailelerin konutlarında oturma odalarının hemen bitişiindeki odanın kahve yapılması için ayrıldığını belirtir (Rålamb, 2017, s. 53).

¹⁵Envanter numarası 182 olan eserin, toplam uzunluğu 47,5 cm., sap kısmı 39 cm., çapı 10 cm'dir.



Görsel 5. Kavrurma Tavası (Kaynak: Adana Müzesi Müdürlüğü Fotoğraf Arşivi)

Kahve çekirdeklerinin kavrulma işleminden sonra belli bir ısıya gelen çekirdekler kendi içlerinde kavrulmaya devam etmektedir. Çekirdeklerin kavrulmasını engellemek ve kavrulmuş kahvenin kokusunu almak için özgün bir kahve aracı olan soğutucuya¹⁶ çekirdekler aktarılır. Soğutucu kapları, ahşap ve seramik malzemeyle üretilmiş ancak fazla yağın emilmesini sağladığından dolayı ahşap malzeme, soğutucu kabı olarak daha çok tercih edilmiştir. Kahvenin tadını dengede tutan ahşap soğutucuların boyutlarından genel olarak anlık tüketilecek kahveye yönelik yapıldığı anlaşılır. Adana Müzesi koleksiyonunda yer alan, 19. yüzyıla tarihlendirilen soğutucu kabı¹⁷ örneği de küçük boyutlu olup, dairesel formda ve ahşap malzemeden yapılmıştır. Kahve soğutucu kabının üst kısmı, yarı açık bir bölüm ile delikli bir yüzeye sahip kapalı bir bölümden oluşmaktadır. Uç kısmında daralan kare kesitli ağız bölümünün işlevi ise bir sonraki aşamaya kahve çekirdeğini aktarmaktır (Görsel 6).



Görsel 6. Kahve Soğutucu (Kaynak: Adana Müzesi Müdürlüğü Fotoğraf Arşivi)

¹⁶Kimi yayınlarda soğudan olarak da geçmektedir (Bursa, 2015, s. 254).

¹⁷Envanter numarası 1700 olan eserin, yüksekliği 4cm., genişliği 13,5 cm., uzunluğu ise 20 cm.'dir.

Soğutulan kahve çekirdeklerinin lezzetini kaybetmeden inceltilmesi için çekirdekler soğutucu kabının ağız bölümünden dövme veya öğütme işlemine transfer edilir. Kahve çekirdeklerinin dövülmesi dibek denilen bir tür havanla, öğütülmesi ise değirmenle gerçekleştirilir. Osmanlı konutlarında silindir gövdeli, çarklı, çarkı döndürmeyi sağlayan kollu el değirmenlerine sık rastlansa da tezgâh üzerinde, daha çok büyük konak ve kahvehânelerde kullanılan oturak ya da tablalı değirmen olarak adlandırılan bir değirmen türü daha mevcuttur (Koz, 2011, s. 24). Adana Müzesi koleksiyonunda da bulunan, 19. yüzyıla ait tablalı kahve değirmeni¹⁸, üstte demir çevirme kolunun bağlı olduğu ve çekirdeğin koyulduğu madeni bir çanak, çanağın altında çekirdeği öğüten çark ile alt bölümde kübik formda ahşap bir gövde ve gövdenin ön kısmında ise bir çekmecedan oluşur (Görsel 7).



Görsel 7. Kahve Değirmeni (Kaynak: Adana Müzesi Müdürlüğü Fotoğraf Arşivi)

Öğütülen kahveyi nem ve dış etkilerden koruyarak taze kalmasını sağlayan, kahvenin içerisine koyulduğu deriden yapılan torbalar (D’Ohsson, 1980, s. 54) ile ahşap, bakır ve seramik gibi farklı malzemelerden üretilen saklama kutuları da tasarlanmıştır. Genellikle iki hazneli olan kutuların hazneleri küçük boyutlu olup genelde günlük tüketilecek kadar kahve eklendiği, kimi zaman da diğer haznede şeker muhafaza edildiği bilinmektedir. Adana Müzesi koleksiyonunda yer alan, 20. yüzyıl başına tarihlendirebileceğimiz kahve kutusu¹⁹; dikdörtgen formda, ahşap olarak ceviz ağacından yapılmış, ayaklı, iki hazneli ve kapaklı, kapak kulpları ise yıldız motifi şeklindedir. Kapaklardan birinde açılmaması için kilit sistemi mevcut olup diğer kapaktaki kilit kırılmıştır (Görsel 8).

¹⁸ Envanter numarası 2090 olan eserin, yüksekliği 37 cm., uzunluğu 15 cm., kaide bölümü ise 13 cm.’dir

¹⁹ Envanter numarası 56 olan eserin, uzunluğu 20,5 cm., genişliği 5,3cm., yüksekliği ise 10 cm.’dir



Görsel 8. Kahve Saklama Kutusu (Kaynak: Adana Müzesi Müdürlüğü Fotoğraf Arşivi)

Türk Kahvesi'nin kendine özgü tadının ortaya çıkması tüm bu hazırlık sürecinden sonra pişirme işlemiyle gerçekleşir. Osmanlı coğrafyasına seyahat eden seyyahların notlarından kahve pişirmek için ibrik ve cezvenin kullanıldığı anlaşılır (D'Ohsson, 1980, s. 54; Râlamb, 2017, s. 53; Theveonat, 2009, s. 69; Tournefort, 2013, s. 67). Hem kahve pişirmeye hem de sunmaya yarayan seramik, bakır ve pirinç gibi farklı malzemelerle farklı boyutlarda yapılan kahve güğümü ya da kahvedanlık olarak da belirtilen aracın ise aslında küçük boyutlu ibrik olduğu tespit edilmiştir. Kahvedanlık içerisine koyulan su ve kahve yavaş yavaş kaynatılarak pişirilir. Sital olarak adlandırılan bir nevi mangal olan ortası çukur, kenarlarında üç zincirin bağlı olduğu, içine köz koyulan ve üzerine kahvedanlığın yerleştirildiği bir sistem ile pişirme işlemi sonrasında kahvedanlık kahve servisinin bir parçası olur. Adana Müzesi'nde yer alan, 19. yüzyıl örneği pirinç kahvedanlık²⁰; gaga ağızlı, kendinden kapaklı, şişkin gövdeli ve kulpludur. Pirinç kahvedanlık üzerinde kabartma ve oyma tekniğinde geometrik süslemeler bulunmaktadır (Görsel 9).



Görsel 9. Kahvedanlık (Kaynak: Adana Müzesi Müdürlüğü Fotoğraf Arşivi)

²⁰ Envanter numarası 48 olan eserin, yüksekliği 16 cm., dip çapı 9,5 cm.'dir

Osmanlı Sarayı'nda ve konaklarda kahvenin pişirilmesinden sonra kahve servisinde gerçek bir seremoni yaşanır. Bu seremonide ilk görevli kişi iki elinde yahut omzunda sitil örtüsünü tutar ya da tepside sitil örtüsünü sarkıtır ve tepside yer alan kahve fincanı ile kahve zarflarını taşır, ikinci kişi sitil takımını getirir, üçüncü kişi sitil takımından kahvedanlığı, tepside ise fincanı alarak kahveyi koyar ve fincanı kahve zarfına yerleştirdikten sonra misafire sunar (Ögel vd., 2015, s. 37). İngiliz yazar ve gezgin Julia Pardoe, Esma Sultan'ın Sahilsarayı'nda tanık olduğu bir kahve seremonisini 1837 yılında yayınlanan kitabında şöyle anlatır:

Halayıklardan biri, içinde kahve bulunan, üç gümüş zincirle asılmış ağır bir cezve tutuyordu; bir diğeri pahalı mine tutamakları olan fincanların durduğu ve kenarından incilerle süslenmiş, saçaklı ibrişimden yapılmış göz alıcı bir örtünün sarktığı büyük bir tepsi taşıyordu; üçüncüsü değerli taşlarla kaplı altın kapakları olan, içlerinde çeşit çeşit şekerlemenin bulunduğu billur tabaklarla dolu yaldızlı bir tepsi getirmişti. Bir dördüncüsünün elindeki tepside, şekilleri ve işçiliği çok güzel, içleri su dolu boy boy cam bardaklar vardı (Pardoe, 2017, s. 211).

Kahve tüketiminin başladığı 16. yüzyılda hiç şüphesiz böyle bir seremoni yoktu. Farklı içeceklerin içildiği kaselerin fincan²¹ olarak kullanıldığı, 16. yüzyılın sonlarına doğru İznik'te küçük çaplı fincan üretiminin başladığı ayrıca Çin porselenlerin dolaşım halinde olduğu bilinmektedir. Kahve tüketiminin yaygınlaşmasıyla 17. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Kütahya²² ile diğer çevrelerde üretimin gerçekleştirildiği²³ ve fincan kullanımının arttığı görülür (Yenişehirlioğlu, 2013, s. 96-97,103). Kütahya'da 18. yüzyılda seramik fincan üretiminde genel olarak Uzakdoğu özellikle de Çin porselenlerin izleri görülür. Kütahya fincanlarının yanı sıra bu dönemde İstanbul'da Eyüp ve Tophane'de, Çanakkale'de seramik fincan üretilir. Çin porseleni fincanlarla birlikte, 18. yüzyıldan itibaren Avrupa'dan hem Çin porselen fincan taklitleri hem de yeni tasarım fincanlar ithal edilmiştir²⁴ (Görsel 10). Ermeni yazar ve diplomat Ignatius Mouradgea D'Ohsson'ın 18. yüzyılda Osmanlı toplumunda kahve âdetini anlattığı satırları arasında kahve fincanından da şöyle bahseder. "Türkiye'de kahve fincanları küçüktür, onların üç, dört fincanı bizim bir fincanımızı ancak doldurur" (D'Ohsson, 1980, s. 54). 19. yüzyılda ise Avrupa ve Rus porselen üreticileri Saray ve çevresi için özel fincanlar imâl etmiştir. Fincanlar uzun süre kulpsuz olarak üretilmiş ancak 19. yüzyılda kulplu fincanlar yaygınlaşmaya başlamıştır. 19. yüzyıl divan şairlerinden Keçecizade İzzet Molla'nın kulpsuz bir fincana yönelik; "bu fincanı siz İstanbul'a gönderiniz; orada her şeye bir kulp takarlar" ifadesinden, başkent İstanbul dışındaki çevrelerde fincan üretiminin kulpsuz devam ettiği anlaşılır (Ögel vd. 2015, s. 15, Yenişehirlioğlu, 2013, s. 118).

²¹Arapça'da fincan, Farsça'da pingan, kâse ve tas anlamında kullanılır (Bursa, 2015, s. 270).

²²Osmanlı Devleti'nde imzalanan ilk toplu sözleşme, Kütahya'da fincan üretimi yapanlar ile Kütahya eyalet divanı üyeleri arasında imzalanır (Ögel vd., 2015, s. 21).

²³Evliya Çelebi 17. yüzyılda İstanbul'da 6 tane fincanı ile 10 tane fincan tamiri yapan dükkânın olduğundan ve çiniciler esnafının da Kütahya fincanı yaptığından bahsetmiştir (Kahraman vd., 2017, s. 606).

²⁴18. yüzyılda Almanya'da Meisen fabrikası Çin porselenlerini taklit etmeye başlar. Kütahya'da da bir süre sonra bu Avrupa üretimlerinin taklitleri yapılır. Avrupa üretimi Meisen ve Sevres porselenleri, sarayda ve varlıklı ailelerin konaklarında kullanılırken Kütahya da yapılan taklitleri halk tarafından kullanılmıştır (Yenişehirlioğlu, 2013, s. 109-110).



Görsel 10. Çin Porselen Fincanı Tutan Civan (Kaynak: Erdoğan vd., 2015, s. 298)

Adana Müzesi koleksiyonunda bulunan kahve fincanı²⁵ da 19. yüzyıl kulpsuz porselen fincan örneklerinden biridir. Koleksiyonda yer alan fincan, Osmanlı Dönemi minyatürlerinde de görülen kâse formunda olan mavi-beyaz kulpsuz fincan tipinin küçük boyutlu bir örneğidir. Çin porselenlerinin bir yansıması olan beyaz zemin üzerine kobalt mavisiyle renklendirilen fincanın dış yüzeyinde aralıklarla yerleştirilen stilize çiçek ve yaprak motifleri, fincan dışında dipte kaidenin ortasında atölye simgesi, usta imzası ya da doğrudan Çin porselenlerini taklit eden bir işaret olabileceği düşünülen stilize bir motif, fincanın iç yüzeyinde birbirine paralel iki çizginin oluşturduğu dairenin içinde bir çiçek demeti ve ağız çevresini dolanan ince bir bordür yer alır (Görsel 11-12-13).



Görsel 11. Fincan Genel Görünüm

²⁵ Müze Müdürlüğü tarafından eserin envanter kaydı henüz tamamlanmadığı için eserin envanter numarası ve bilgilerine yer verilememiştir.



Görsel 12. Fincan Dış Dip Görünümü



Görsel 13. Fincan Dip İç Görünümü

18. yüzyılda kulpsuz fincanlar için fincan zarfı ve tabak üretilmeye başlanır (Görsel 14). Fincanın tabakla birlikte kullanımı Avrupa menşeli olup fincan zarfı, Osmanlı kahve kültürünün bir ürünüdür (Yenişehirlioğlu, 2013, s. 112). Zarf, sıcak kahve fincanının tutulabilmesi için fincanın içine koyulduğu, fincanı dışarıdan kavrayarak kahvenin rahat içilebilmesi sağlayan bir işleve sahipti. Fincan zarfları, bakır, gümüş, altın gibi metaller ile ahşap, kemik ve nadir olarak da seramik²⁶ malzemeyle yapılmış, uzun ve kısa kaideli olarak kimi zaman değerli taşlar kullanılarak farklı süsleme teknikleri uygulanmıştır (Bilirgen, 2011, s. 105-106). Yazar, Julia Pardoe da gittiği bir konakta ilk kez gördüğü fincan zarfıyla ilgili olarak; “fincanların tabakları yoktu; bunun yerine Avrupa’daki yumurta kaplarına benzer bir şekil verilmiş telkâri gümüş zarflara konmuşlardı” demiştir (Pardoe, 2017, s. 54, 57).

²⁶ Sadberk Hanım Müzesi koleksiyonunda ajur tekniğinde yapılmış seramik fincan zarfı örneğine rastlanılmıştır (Altun vd., 1991, s. 70-71).



Görsel 14. Tabaklı Fincan-Levni Minyatürü (Kaynak: Erdoğan vd., 2015, s. 298)

Adana Müzesi koleksiyonundaki 19. yüzyıla ait fincan zarfı²⁷, bakır madeninden, dövme tekniğiyle yapılan ve kısa kaideli olan örneklerden biridir. Kaide ve gövde lehim işlemiyle birleştirilmiştir. Fincan zarfının yüzeyi çiçek motifleriyle bezenmiş, ritmik bir uyum oluşturmak için delikli süslemenin uygulandığı ajur ve kazıma tekniği kullanılmıştır (Görsel 15).



Görsel 15. Fincan Zarfı (Kaynak: Adana Müzesi Müdürlüğü Fotoğraf Arşivi)

²⁷ Envanter numarası 765 olan eserin, yüksekliği 4,6 cm., ağız çapı 5,8 cm.'dir.

SONUÇ

Kahvenin Osmanlı toplumuna girmesinden sonra farklı içecekler için kullanılan kâselerle başlayan tüketimi giderek artmış ve kahve toplumda bir alışkanlık haline gelmiştir. İstanbul'a ve Anadolu'ya seyahat eden kimi seyyahlar da kahvenin bir Türk ailesinin temel ihtiyaçlarından olduğunu ve sağlığa iyi geldiğini notları arasında belirterek kahvenin toplum içerisindeki önemini ifade etmiştir. Kahvenin toplumda sembolik değerler bütününe geçtiği süreçte, hazırlama ve sunum aşamaları seremoniyeye dönüşerek kültüre evrilmiş, bu kültürün maddi parçası olan araç ve gereçler de bir süre sonra Osmanlı kahve kültürünü yansıtan eserler ortaya çıkarmıştır. Kültürün ve geleneğin sembolü kahve, konuklara gösterilen misafirperverlik ve saygının da daima bir parçası, sosyal etkileşimin temsilcisi olmuştur. Türk Kahvesi'nin özel tekniklerle yapılan hazırlama ve bir ritüel olan sunum aşamasında ise kahve, bir içecek olarak sadece kendine özgü bir tat doğurmamış aynı zamanda kavurma, soğutma, öğütme, saklama, pişirme ve sunum işlemlerinin gerçekleştirildiği estetik ve sanat değeri olan araçlarla simgesel hâle gelmiştir. Kahve tavaşı, soğutucu, değirmen, kahve kutusu, kahvedanlık, fincan ve zarf gibi özgün eserlerin Adana Müzesi koleksiyonunda yer alan örneklerle ifade edilmesi de bu geleneğe ve kültüre bir ayna tutulmasını sağlamıştır.

Adana Müzesi koleksiyonunda bulunan kavurma tavaşı, madeni malzemeye farklı tekniklerin kullanıldığı bir örneği temsil ederken, ahşap kahve soğutucunun kahvenin tadını dengelediği, tablalı kahve değirmeninin büyük bir konağa ait olduğu, kahvenin taze kalmasını sağlayan iki hazneli ahşap kahve kutusunun ahşap işçiliğine değer kattığı, kabartma ve oyma tekniğini kullanarak üzerine desenler yapılan pirinç kahvedanlık ile ajur ve kazıma tekniği uygulanan fincan zarfının estetik bir ifade bulduğu, kulpsuz fincanın ise Çin porselenlerinin bir yansıması olduğu eser örneklerinden anlaşılmıştır. Kahve hazırlama ve saklama sürecinde kullanılan araçların boyutlarından tüketilecek kadar kahve çekirdeğinin işlem görerek Türk Kahvesine dönüştüğü tespit edilmiştir.

Türk Kahvesi, bir bayramın, törenin, zamanın ögesi haline gelen, bir fincanında kırk yıl hatırı bulunan, kokusuyla davet eden tüketilen bir içecek olmanın ötesinde aynı zamanda yüzyıllardır toplumun sözsüz bir iletişim aracı olmuştur. 16. yüzyıldan itibaren Osmanlı toplumunda bir gelenek ve kültür olan, karakteristik kimlik kazanan Türk Kahvesi'nin en eski kahve hazırlama ve pişirme yöntemine sahip bir içecek olarak kazandığı süreklilik ve özgünlük günümüzde de dünyaya yayılarak devam etmektedir.

KAYNAKLAR

- Allom, T. (2017). *İstanbul manzaraları-Rumeli'de ve batı anadolu'da gezintilerle*. Çev. Ş. Türkömer, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Altun, A., Carswell, J. ve Öney, G. (1991). *Sadberk hanım müzesi türk çini ve seramikleri*. Vehbi Koç Vakfı Yayınları.
- Amicis, E. de. (2009). *İstanbul*. Çev. S. T. Yanar. Pegasus Yayınları.
- Ayvazoğlu, B. (2011). *Kahveniz nasıl olsun?* Kapı Yayınları.
- Ayyıldız, E. (2021). Kahve sözcüğünün etimolojisi ve arap literatüründeki yansımaları. *International Anatolian Conference on Coffee&Cocoa, 3-5 December 2021, Malatya*, Iksad Global Publishing House, 61-68.
- Bilirgen, E. (2011). Osmanlı saray hazinesinden fincan zarfları. *Tüm zamanların hatırına sarayda bir fincan kahve*. TBMM Milli Saraylar, 103-109.
- Blount, H. (2010). *Doğu akdeniz'e yolculuk (1634)*. Çev. D. Cenkçiler. ODTÜ Yayıncılık.
- Bursa, N. (2015). Bir keyfin âdâbı: Çekirdekten fincana türk kahvesinin maddi kültürü. *Bir taşım keyif türk kahvesinin 500 yıllık öyküsü*. Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını, 239-281.
- Değirmenci, T. (2015). Kahve bahane, kahvehane şahane: Bir osmanlı kahvehanesinin portresi. *Bir taşım keyif türk kahvesinin 500 Yıllık Öyküsü*. Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını, 119-137.
- Demir, E. (2011). Kahve-mistik bir lezzetin küresel bir tutkuya dönüşümünün kısa tarihçesi. *Türk kahvesi kitabı*. Kitabevi, 3-24.

- D'Ohsson, M. de M. (1980). 18. yüzyıl türkiyesinde örf ve adetler. Çev. Z. Yüksel. Tercüman Yayınları.
- Emeksiz, A. (2009). İstanbul kahvehaneleri. *Karaların ve denizlerin sultanı istanbul*. Cilt II. Yapı Kredi Yayınları, 123-139.
- Erdem, S. (1992). Buhur. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 6. Cilt, 383-384.
- Erdoğan, A. ve Gedük, S. (2015). Çin porseleni fincanlar. *Bir taşım keyif türk kahvesinin 500 yıllık öyküsü*. Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını, 283-301.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Ayraç Yayınları.
- Grégoire, H. D. (1999). Giriş. *Doğu'da kahve ve kahvehaneler*. Çev. M. Atik ve E. Özdoğan. Yapı Kredi Yayınları, 13-25.
- Heise, U. (2001). *Kahve ve kahvehane*. Dost Kitapevi Yayınları.
- Kahraman, S. A. ve Dağlı, Y. (2017). *Günümüz türkçesiyle evliya çelebi seyahatnamesi istanbul*. 1. Kitap, 2. Cilt. Yapı Kredi Yayınları.
- Kâtip Çelebi. (1980). *Mizanü'l-hakk fi ihtiyari'l-ahakk*. Haz. Orhan Şaik Gökyay. Tercüman Yayınları.
- Keskin, N., K. (2011). Kahve ile bâde âresinde 17. yüzyıl divan şiiri. *Türk kahvesi kitabı*. Kitabevi, 27-42.
- Koz, G., F. (2011). Çekirdekten fincana: Bir yudum kahve kırk yıllık hatır. *Tüm zamanların hatırına sarayda bir fincan kahve*. TBMM Milli Saraylar, 13-35.
- Kuzucu, K. ve Koz, M., S. (2021). *Türk kahvesi*. Yapı Kredi Yayınları.
- Ögel, Z. ve Soley, U. (2015). *Kahve molası kütahya ve çini seramiklerinde kahve serüveni*. Pera Müzesi Yayınları.
- Özlü, Z. (2006). XVIII. yüzyılın ikinci yarısında gaziantep mutfağı. *Milli Folklor*, 72, 118-128.
- Pardoe, J. (2017). *Sultanlar şehri istanbul*. Çev. M. B. Büyükkal. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Râlamb, C. (2017). *İstanbul'a bir yolculuk 1657-1658*. Çev. A. Arel. Kitap Yayınevi.
- Sevim, M. (2002). *Gravürlerle türkiye IV – anadolu 1*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Sevin, N., A. (2006). *Gravürlerde yaşayan osmanlı*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Tan, A., Ö. (2015). Kahve kronolojisi. *Bir taşım keyif türk kahvesinin 500 yıllık öyküsü*. Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını, 14-19.
- Tarım, Z. (2015). Osmanlı devlet teşrifatında kahve ikramı. *Bir taşım keyif türk kahvesinin 500 yıllık öyküsü*. Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını, 199-215.
- Thevenot, J. (2009). *Thévenot seyahatnamesi*. Çev. A. Berktay. Kitap Yayınevi.
- Tournefort, Joseph de. (2013). *Tournefort seyahatnamesi*. İkinci Kitap. Çev. T. Tunçdoğan. Kitap Yayınevi.
- Tufan, Ö. (2015). Topkapı sarayı ve haremde kahve. *Bir taşım keyif türk kahvesinin 500 yıllık öyküsü*. Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını, 217-237.

Ünver, S. (1963). Türkiye’de kahve ve kahvehaneler, *Türk Etnografya Dergisi* 5, 39-88.

Yenişehirlioğlu, F. (2013). Fincanınızda ne var? Osmanlı döneminde günlük yaşam, sosyal değişimler ve fincan tipleri. *Yemekte tarih var yemek kültürü ve tarihçiliği*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 91-124.

Yerisamos, M. (2019). *Evliya çelebi seyahatnâmesinde yemek kültürü-yorumlar ve sistematik dizin*. Yapı Kredi Yayınları.

EĞİTSEL SÜREÇLERİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ELEŞTİREL DÜŞÜNME BECERİLERİ ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ¹

Buket TAŞKIN ALKAN², Süleyman Sadi SEFEROĞLU³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1252889

Makale Geçmişi:

Geliş 21.02.2023

Kabul 04.08.2023

Anahtar Kelimeler:

Eleştirel Düşünme,

Öğretim Stratejileri,

Bilgisayar ve Öğretim

Teknolojileri,

Mesaj Tasarımı,

Etkili İletişim.

ÖZ

İçinde bulunduğumuz çağda, akademik başarıyı desteklediği belirtilen 21.yy becerilerine sahip bireyler yetiştirmek, eğitimin önemli amaçları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada BÖTE (Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi) bölümünde öğrenim gören lisans öğrencilerinin sahip oldukları bilgi ve becerilerin, geçirdikleri eğitimsel süreçlerin, 21. yy becerilerinden olan eleştirel düşünme becerisi temelinde incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada karma araştırma yöntemlerinden olan yakınsak paralel desen kullanılarak, nicel ve nitel araştırma tekniklerinden birlikte faydalanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, Hacettepe Üniversitesinde BÖTE Bölümü'ne devam eden 67 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında İletişim ve Mesaj Tasarımı dersinde, alanyazından yola çıkarak tasarlanan eleştirel düşünmeyi teşvik edici etkinliklere yer verilmiştir. Öğrencilerin eleştirel düşünmeyi kavramsallaştırma durumlarına ve eleştirel düşünme eğilimlerine ek olarak, tasarlanan ders ve genel müfredat konusundaki değerlendirme verileri de toplanmıştır. Verilerin toplanmasında "Eleştirel Düşünme Eğilimleri Ölçeği" ile bir anket kullanılmıştır. Elde edilen nitel ve nicel verilerin analizi sonucunda öğrencilerin eleştirel düşünmeyi doğru biçimde kavramsallaştırdıkları ve eleştirel düşünme performanslarının sınıf değişkeninden etkilendiği görülmüştür. Eleştirel düşünme eğilim puanlarına bakıldığında 2. sınıfların 4. sınıflardan daha yüksek ortalamaya sahip olmasının önemli bir sonuç olarak dikkat çektiği görülmektedir. Öğrencilerin ders süreciyle ilgili yaptıkları değerlendirmelere bakıldığında, planlanan ders kapsamında bu becerilerin yeterince desteklediği söylenebilir. Çalışma sonucu ulaşılan bulguların, halihazırda uygulanan eğitim programlarının eleştirel düşünmeyi destekleme anlamında değerlendirilmesi ve geliştirilmesi açısından faydalı olabileceği düşünülmektedir.

AN EXAMINATION OF THE EFFECT OF EDUCATIONAL PROCESSES ON UNIVERSITY STUDENTS' CRITICAL THINKING SKILLS

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1252889

Article History:

Received 21.02.2023

Accepted 04.08.2023

Keywords:

Critical Thinking,

Instructional Strategies,

Computer and Instructional

Technologies,

Message Design,

Effective Communication.

ABSTRACT

In the present era, fostering individuals with 21st century skills, which are stated to support academic success, stands as a significant goal of education. This study aimed to examine the knowledge and skills of undergraduate students studying in the CEIT (Computer Education and Instructional Technology) department, and the educational processes they went through on the basis of CT skills which is one of the 21st century skills. In the study, quantitative and qualitative research techniques were carried out together by using convergent parallel design, which is one of the mixed research methods. The study group of the research consisted of a total of 67 undergraduate students. Within the scope of the study, activities that encourage CT, designed based on the literature, were included in the Communication and Message Design course. In addition to students' CT conceptualization and CT dispositions, evaluation data on the designed course and overall curriculum were also collected. The "Critical Thinking Dispositions Scale" and a questionnaire were used to collect the data. As a result of the analysis of the data, it was seen that the students conceptualized CT correctly and their CT performance was affected by the class variable. It is a remarkable result that CT disposition scores are higher in favor of early year classes. Considering the evaluations made by the students about the course process, it can be said that these skills are adequately supported within the scope of the planned course. It is thought that the findings obtained as a result of the study may be useful in terms of evaluating and developing the currently implemented education programs in terms of supporting critical thinking.

¹ Çalışma geliştirilme sürecindeyken "Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünmeye Bakışlarıyla İlgili Bir Değerlendirme" başlıklı sözlü bildiri olarak, "11. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu (ICITS-2017)"nda sunulmuştur.

² Dr. Öğr. Üyesi, Ufuk Üniversitesi, buket.taskin@ufuk.edu.tr, 0000-0001-8443-9616

³ Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, sadi@hacettepe.edu.tr, 0000-0002-5010-484X

Alıntılanmak için/Cite as: Alkan, B.T. ve Seferoğlu, S. S.(2023). Eğitimsel süreçlerin üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünme becerileri üzerine etkisinin incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 821-834.

GİRİŞ

Eleştirel düşünmenin önemi 21. yy becerileri kapsamında daha çok gündeme gelse de bu düşünme biçiminin kökeni, “Tek bildiğim şey, hiçbir şey bilmediğimdir.” görüşüyle kendi fikrine dahi eleştirel yaklaşmayı savunan Sokrates ve “Bir fikri benimsemeden aklında misafir edebilmek, eğitilmiş bir zihnin işaretidir.” diyen Aristo’nun yaşadıkları döneme kadar uzanmaktadır. Ön yargılardan uzak sorgulama ve araştırmaya dayalı eleştirel düşünme, demokratik bir toplumun temeli olarak görülmektedir (Facione, 1990). 21. yy.da bilginin yaşamsal düzeyde önemli bir hale gelmesiyle, insanlar iş hayatına atılabilmek için bilgi temelli olan 21.yy. becerilerini kazanmaya ihtiyaç duymuşlardır. Söz konusu beceriler genel olarak işbirliği, iletişim, dijital okuryazarlık, vatandaşlık, problem çözme, eleştirel düşünme, yaratıcılık ve üretkenlik olarak listelenmektedir. Bu beceriler, endüstriyel bir üretim tarzı olarak nitelendirilen geçmiş yüzyılın becerilerinden ziyade mevcut ekonomik ve sosyal gelişmelerle daha fazla ilişkili olduklarını belirtmek için 21. yy becerileri olarak isimlendirilmiştir (Voogt & Roblin, 2012).

Eleştirel düşünme 21. yy.da hayati olarak görülen becerilerden biri olduğu için (Chu, Reynolds, Tavares, Notari, & Lee, 2021; Jaskyte, Tylor, & Smariga, 2009; Schreglmann, 2011) vatandaşların eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek, ülkelerin eğitim politikaları çerçevesinde önemli görülmektedir (Hsu, Lin, Yeh & Chen, 2022). Küreselleşen dünyada, yeni bilgiler üretmek ve bilgiyi yöneterek yaşam boyu öğrenen, kendini geliştirebilen, karmaşık problemleri çözebilen bireylere ihtiyaç duyulmaktadır (Stehle & Peters-Burton, 2019). Nitekim öğrencilerin problem çözme ve eleştirel düşünme dahil olmak üzere üst düzey düşünme yeteneklerini geliştirmek, son yılların önemli bir eğitim hedefi olarak kabul edilmiştir (Lin, Hwang, Chang, & Hsu, 2021).

Bütün bu durumlar doğrultusunda günümüz eğitim sisteminde düşünen, eleştiren, üreten, bilgiye ulaşma yollarını bilen bireyler yetiştirilmeye çalışılmakta, öğrencilere üst düzey düşünme becerilerini kazandırmaya yönelik eğitim programları hazırlanmaktadır. Bu bağlamda özellikle üniversite öğrencilerinin, iş yaşamına geçiş sürecinde bu becerileri kazanmış olmaları beklenmektedir (Jaskyte, Tylor, & Smariga, 2009; Schreglmann, 2011). Bu süreçte ayrıca eleştirel düşünmenin cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, yaşantı zenginliği, zihinsel yetenek, sınıf ortamı ve eğitim programı gibi değişkenlerle ilişkisinin araştırılması önemli görülmektedir (Ay & Akgöl, 2008). Günümüzde bireylerin bu çağa uygun bilgi ve becerilerle donatılmaları konusu çeşitli sektörlerin öncelikli ilgi alanları arasında yer almaktadır (Trilling & Fadel, 2009). Özellikle öğretmen yetiştiren programlarda lisans derslerinde eleştirel düşünme becerilerini geliştirmeye yönelik etkinlik, teknik ve yöntemlere yer verilerek, öğrencilerin mezuniyet sonrasındaki mesleki yaşamlarında bu becerilere/yeteneklere sahip olmaları sağlanabilir (Gök & Erdoğan, 2011; Kürüm, 2002; Şendil & Kaymakçı, 2015; Ünlü, 2017). Alanyazında eleştirel düşünme becerisinin geliştirilmesi, ölçülmesi, farklı değişkenlerle ilişkisi ve farklı disiplinlere katkısını ortaya çıkarmaya yönelik yapılan çalışmalar, bu araştırma için yol gösterici olmuştur.

Eleştirel Düşünme

Eleştirel düşünme, insanın bilgiye ulaşma ve bilgiyi yapılandırma yollarını biçimlendirdiği için çok sayıda düşünür ve bilim insanının dikkat çektiği bir beceri olmuştur. Örneğin Dawkins (2006) eleştirel düşünmenin önemini, “Çocuğunuzun beynini yıkamayın. Onlara kendileri için nasıl düşüneceklerini, kanıtları nasıl değerlendireceklerini ve sizinle nasıl karşıt fikirde olacaklarını öğretin.” sözleriyle vurgular.

Bir şeyi olumlu ve olumsuz yanlarıyla değerlendiren eleştirel düşünme, ilk olarak ortaya çıktığında, “felsefe aracılığı ile davranışlarımıza rehberlik etmeyi amaçlayan mantıklı düşünme” anlamında kullanılmıştır (Kaya, 1997). Problem çözme, karar verme ve yaratıcı düşünmeyi içeren üst düzey bir düşünme becerisi olan eleştirel düşünme (Facione, 1990), neye inanacağımızı veya ne yapacağımızı kararlaştırmamız üzerinde yoğunlaşılan mantıklı, şüpheli, geçerli ve yansıtmacı bir düşünme biçimidir (Ennis, 1985). Ölçütlere dayalı olarak yargılamaya yardımcı olan bu düşünme biçiminde, bağlam önemlidir (Lipman, 1988) ve bir fikrin geçerliliğini ve doğruluğunu sorgulamak ön koşuldur (Potts, 1994). Eleştirel Düşünme Vakfı (The Foundation for Critical Thinking) da, eleştirel düşünmenin önemini; “Sorunlarımızın kökenine inmek ve makul çözümler geliştirmek istiyorsak, eleştirel düşünme esastır. Sonuçta yaptığımız her şeyin kalitesi, düşüncelerimizin kalitesiyle belirlenir.” ifadesiyle belirtir. Bireysel yenilikçilikle birbirini destekleyen eleştirel düşünme becerisi (Özgür, 2013); ifadeleri çözümlenme, ifade edilmemiş düşüncelerin farkına varma, önyargıların farkına varma ve düşüncelerin farklı ifade edilmiş biçimlerine odaklanma olarak tanımlanabilir (Beyer, 1988).

Alanyazında problem çözme, karar verme gibi pek çok düşünme becerisi ile ilişkili görülen (Özdemir, 2005) eleştirel düşünme, bir beceri olarak tanımlanmaktadır. Düşünsel süreçlerin önemli bir kısmını oluşturan bu kavram, istenilen davranışların olabirliğini artıran bilişsel beceri ya da stratejilerin kullanılması anlamına gelir (Halpern, 1999). Bireyin davranış, kabul ve inanışlarına yön veren çözümleyici, değerlendirmeye yönelik bilinçli yargılarda bulunması ve bunları ifade etmesi eleştirel düşünmenin bir başka bileşenidir (Evancho, 2000).

Düşünsel açıdan kuşku duymayı ve bu nedenle kuşku duyulan konuya dair bilgi toplamayı içeren bir süreç (Semerci, 2003) olan eleştirel düşünme, dünyada olup bitenler hakkında geçerli ve güvenilir bilgi edinme çabasında olan bireyin sağlıklı düşünmesine ön ayak olur (Halpern, 1999). Eleştirel düşünen bir birey, yalnızca konu hakkında bilgi toplamakla yetinmez. Buna ek olarak; bilimsel yöntemler kullanma, neden bulma, seçenekler-alternatifler arama, yeni fikirler ve görüşlere açık olma, risk almaya yönelen içsel motivasyona sahip olma, kendi kendini sorgulama, isteklilik ve içtenlik özelliklerini geliştirir (Facione, 2000; Pithers & Soden, 2000). Eleştirel düşünmenin temelinde yatan ana becerileri Facione (1990) Tablo 1’deki gibi tanımlamıştır.

Tablo 1. Eleştirel Düşünmenin Ana Becerilerine Ait Tanımlar

Eleştirel Düşünmenin Ana Becerileri	Tanım
Yorumlama	Çok çeşitli deneyimlerin, durumların, verilerin, olayların, yargıların, geleneklerin, inançların, kuralların, süreçlerin veya kriterlerin anlamını veya önemini kavramak ve ifade etmek.
Analiz	İnançları, yargıları, deneyimleri, nedenleri, bilgileri veya görüşleri ifade etmeye yönelik ifadeler, sorular, kavramlar, açıklamalar veya diğer temsil biçimleri arasındaki amaçlanan ve gerçek çıkarımsal ilişkileri belirlemek.
Değerlendirme	Bir kişinin algısının, deneyiminin, durumunun, yargısının, inancının veya fikrinin açıklamaları veya temsillerin güvenilirliğini değerlendirmek; ifadeler, açıklamalar, sorular veya diğer temsil biçimleri arasındaki gerçek veya amaçlanan çıkarımsal ilişkilerin mantıksal gücünü değerlendirmek.
Çıkarımda bulunma / Anlamlandırma	Mantıklı sonuçlara varmak için gerekli unsurları belirleyerek ve güvence altına alarak varsayımlar ve hipotezler oluşturmak. İlgili bilgileri dikkate alarak verilerden, ifadelerden, ilkelerden, kanıtlardan, yargılardan, inançlardan, görüşlerden, kavramlardan, açıklamalardan, sorulardan veya diğer temsil biçimlerinden kaynaklanan sonuçları çıkarmak.
Açıklama	Mantık yürütmenin sonuçlarını belirtmek için; bu muhakemeyi, sonuçların dayandığı kanıtsal, kavramsal, metodolojik, bağlamsal ve ölçütlere dayalı düşünceler açısından gerekçelendirmek ve mantık yürütmeyi inandırıcı argümanlarla sunmak.

Tablo 1’deki eleştirel düşünmenin ana becerileri incelendiğinde “yorumlama, analiz, değerlendirme, çıkarımda bulunma / anlamlandırma, açıklama” gibi temel becerilerin öne çıktığı görülmektedir (bk. Şekil 1). Bu becerilerle ilgili tanımlamalara bakıldığında analiz ve anlamlandırma sonucu ortaya çıkan sentez süreçlerinin harmanlanmasında buluştuğu görülmektedir.



Şekil 1. Eleştirel Düşünmenin Temelinde Yatan Ana Beceriler

Eleştirel Düşünme ve Eğitim

Eğitim felsefesine göre eleştirel düşünme öğrenme sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Gerçeğin bulunması yönünde yapılacak olan sorgulama ve eleştiri, etkili öğrenmenin temeli olarak görülmektedir (Norris, 1985). Bu noktadan hareketle eğitim kurumlarının, öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerinin gelişimine katkı sağlaması beklenmektedir (Thorndahl & Stentoft, 2020). Eleştirel düşünme öğretiminde öğretmenlere rehberlik edecek strateji, yaklaşım ve modelleri benimsemek ve uygulamak eğitsel süreçlerden alınacak verimi arttıracaktır (Yeşilyurt, 2021). Öğretmenler, bilginin hızla değiştiği sosyal ortamda bilgi aktarımının yanı sıra, öğrencilerin problem çözme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmalı; analiz, yargı ve karar vermeleri için veri toplama

süreçlerinde öğrencilere yol göstermelidir (Schommer-Aikins & Hutter, 2002). Bu nedenle “Eleştirel Düşünmeyi Destekleyen Öğretmen Davranışları” konusunun öğretmen yetiştiren tüm eğitim fakültelerinin eğitim-öğretim programları içerisine yerleştirilmesi önerilmiştir (Ünlü, 2017). Öğretmen adaylarının; yenilikçi bakış açısına sahip, eleştirel düşünme eğilimi yüksek ve yaratıcı düşünen bireyler olarak yetişmeleri toplumun geleceği için önemli bir durum olarak değerlendirilmektedir (Jaskyte, Tylor, & Smariga, 2009; Schreglmann, 2011).

Yapılan çalışmalar çerçevesinde öğrencilerin eleştirel düşünmeye yönelme konusunda başlangıçta zorluklar yaşasalar da son tahlilde bu düşünme biçiminin faydalı olduğu sonucuna vardıkları görülmektedir (Brown, 2015). Öte yandan son yıllarda öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi ile ilgili araştırmalar yalnızca eğitim bilimlerinde değil tıp ve mühendislik gibi alanlarda da yapılmaktadır (Ahern, Dominguez, McNally, O’Sullivan, & Pedrosa, 2019; Papp vd., 2014; Tharakan, 2020).

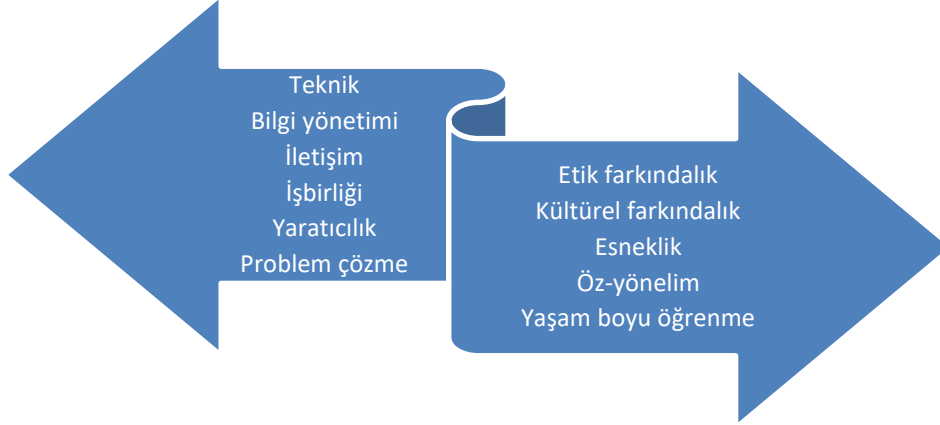
Düşünme becerileri; iç faktörler temelinde öz düzenleme, zekâ, duygusal durum, olumlu benlik imajı, kişilik özellikleri ve bilişsel yetenekler (Sternberg, 2002); dış faktörler temelinde ise eğitim paradigması, öğretim yaklaşımı ve yöntemi, değerlendirmelerin doğası, öğretmenin geri bildirim, duygusal atmosfer, olumlu tutum (Shubina & Kulakli, 2019a) değişkenlerinden etkilenmektedir. Bu bağlamda bireylerin eleştirel düşünme düzeyleri sosyoekonomik durumlarından etkilenebildiği için (Gelerstein, del Rio, Nussbaum, Chiuminato, & L’opez, 2016) farklı niteliklere sahip bireylerin becerilerini geliştirmeye yönelik, uygun talimat ve etkinliklerin planlanmasının (Hsu, Lin, Yeh, & Chen, 2022) önemli olduğu söylenebilir. Nitekim pedagojik, psikolojik ve sosyal faktörlerin kombinasyonu, yaratıcılık ve eleştirel düşünme gelişimi için destekleyici bir faktör olabilmektedir (Shubina & Kulakli, 2019b).

Alanyazında eleştirel düşünmenin akademik başarıyı olumlu yönde etkilediğini ortaya koyan birçok çalışma bulunmaktadır (Adams vd., 1999; Akbıyık & Seferoğlu, 2006; Ip, Lee, Lee, Chau, Wootton, & Chang, 2000; Tümkaya, 2011; Zoller vd., 2000). Ayrıca eleştirel düşünmenin öğrenmeyi daha bilinçli duruma getirdiği, öğrenci yanıtlarının niteliğini yükselttiği, öğrencilerin bilişsel farkındalıklarını artırdığı yönündeki bulgular da dikkat çekmektedir (Adams vd., 1999; Zoller vd., 2000). Fakat eleştirel düşünmenin sadece akademik performansı belirleyen bir eğilim değil, aynı zamanda etkin yöntemlerle kazandırılabilen bilişsel bir süreç olduğu da unutulmamalıdır (Kökdemir, 2012).

Bilgi ve İletişim Teknolojileri Temelinde Eleştirel Düşünme

İnternet teknolojilerinin yaygınlaşması ile dijital teknolojilerin gelişmesi bilgi birikimine çok büyük katkı sağlamıştır. Bu nedenle de içinde bulunduğumuz çağ “bilgi çağı” olarak da adlandırılmaktadır. Öte yandan bu bilgi yoğunluğu bilgi kirliliğini de beraberinde getirmektedir. Başka bir ifadeyle bilgi çağından yanlış bilgi çağına geçiş söz konusudur. Bu durumdan olumsuz bir şekilde etkilenmemek için ihtiyaç duyulan bilgiyi arama sürecinde eleştirel bir bakışa sahip olunması ve bu bakış açısıyla birtakım süzgeçlerin kullanılması bir gereklilik haline gelmiştir. Çünkü eleştirel düşünme, çok fazla bilginin ve bizi ikna etmeye çalışan çok fazla kişinin olduğu dünyaya karşı bir savunmadır. Bu savunma, bireyleri doğrulanmamış iddia ve düşünceler arasında bocalamaktan kurtarır. Gerçeğin bulunmasına yönelik sorgulama ve eleştiri sayesinde bireylerin bilişsel gelişimleri desteklenir (Epstein, 1999). Eleştirel düşünme becerileri, mantıksal bir anlayışa ulaşmak için zihinsel algılama, analiz ve değerlendirme süreçlerine yönelik yetenekleri gerektirir (Saadé, Morin, & Thomas, 2012). Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) kullanımının çarpıcı biçimde artmasıyla birlikte, eleştirel düşüncenin beslendiği ve kullanıldığı mekanizmalar da değişmiştir (Saadé, Morin, & Thomas, 2012).

Teknolojinin hayatın her alanına hakim olmasıyla insan özneliklerinden bahsederken BİT kullanımıyla ilgili birçok özellikten bahsedilir. Teknoloji alanındaki kullanımı, bir becerinin önemli kabul edilmesinde baskın bir rol oynar (Bawden, 2008). Bir kişinin nasıl düşündüğü, öğrendiği ve sorunları nasıl çözdüğü; teknolojik açıdan zengin bir toplumda işlevsellik üzerinde yalnızca belirli bir yazılım hakkında bilgi sahibi olmaktan daha büyük bir etkiye sahiptir (Claro vd., 2012). Bu nedenle 21.yy becerilerinin dijital becerilerle ilişkisinin incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bunu yaparken yalnızca teknik kullanımlar değil, bunların ötesine geçerek dijital ortamda ihtiyaç duyulan becerilere de odaklanılmalıdır. Dijital yerlilik, dijital okuryazarlık, dijital beceriler, e-beceriler, 21.yy becerileri (öğrenme veya düşünme), 21yy yeterliliği bu temelde incelenmektedir (Laar, Deursen, Dijk, & Haan, 2017) (bk. Şekil 2). Laar vd. (2017), dijital ve eleştirel becerilerin ilişkisini incelerken; teknik, bilgi yönetimi, iletişim, işbirliği, yaratıcılık, eleştirel düşünme ile problem çözme ve bağlamsal temelde; etik farkındalık, kültürel farkındalık, esneklik, öz-yönelim ve yaşam boyu öğrenmeyi bu kapsamdaki beceriler olarak tanımlamışlardır.



Şekil 2. Dijital ve Eleştirel Becerilerin İlişkisi (Laar vd., 2017)

Bu temelden hareketle 21. yy. dijital becerileri; işyerinde bilişsel görevleri çözmek için BİT uygulamalarında ustalık, belirli bir yazılım programının kullanımına odaklı olmayan beceriler, üst düzey düşünme süreçlerini destekleyen beceriler ve çalışanların sürekli öğrenmesini destekleyen bilişsel beceriler olarak listelenir (Claro vd., 2012). Öğrencileri öğrenme sürecinde daha aktif hale getirmeye çalışan, artan BİT destekli süreçlerin amaçlanan sonucu, hem akademi hem de işyeri ortamlarında kullanılan eleştirel düşünme gibi önemli becerileri geliştirmektedir. Dijital beceriler ve eğitsel süreçlerin kalitesi temelinde önemli görülen eleştirel düşünmenin gelişimi için, öğrencilerin bu beceriye yönelik var olan durumları ayrıntılı bir şekilde ortaya konulmalı ve eleştirel düşünme becerilerinin gelişimi farklı bağlamlar çerçevesinde incelenmelidir.

Araştırmanın Önemi

Çağımızda yaşanan sosyoekonomik gelişmeler çerçevesinde, 21. yy becerilerine sahip bireyler, sosyal hayatta ve iş yaşamında ön plana çıkmaktadır (Voogt & Roblin, 2012). 21. yy becerileri arasında analiz, değerlendirme ve çıkarımlara dayanan kendi kendini düzenleyen bir karar mekanizması olarak tanımlanan eleştirel düşünme (Facione, 1990), birçok uluslararası raporda bireylere kazandırılması önerilen en önemli temel beceriler arasında yer almaktadır (OECD, 2018; World Economic Forum, 2020). Düşünme becerilerinin kalıtsal bir özellik olmaktan ziyade öğretilebileceği ve eğitimin bir parçası olması gerektiği vurgulanmakta (Butler, Pentoney & Bong, 2017; Halpern, 1993; Facione, 1990; Yeşilyurt, 2021). ve bireylere eğitsel süreçler dahilinde bu becerilerin kazandırılmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Chu vd., 2021; Hsu vd., 2022; Lin vd., 2021). Neredeyse tüm meslek dalları için gerekli görülen eleştirel düşünme becerisi (Trilling & Fadel, 2009), gelecek kuşaklara bu beceriyi etkin biçimde aktarabilmeleri açısından öğretmen adayları için daha hayati görülmektedir (Şendil & Kaymakçı, 2015; Ünlü, 2017). Araştırma kapsamında öğretmen adaylarının eleştirel düşünmeye yönelik yaklaşım ve ön bilgilerini ortaya çıkarmak, eğitim öğretim sürecinde kullanılan etkinliklerin eleştirel düşünmeyi destekleme bağlamında incelenmesi amaçlanmıştır. Bu incelemeyi yaparken düşünme hakkında düşünme anlamına gelen eleştirel düşünme süreci bir üst biliş etkinliği (Nosich, 2018) olarak ele alınmıştır. Çalışmada öğrencilerin eleştirel düşünmeyi zihinlerinde nasıl kavramsallaştırdıkları ve ders süreçlerini bu bağlamda nasıl değerlendirdiklerinin incelenmesi, eleştirel düşünmeye öğrencilerin gözünden bakılmasını sağlamış ve konuya yönelik karma verilerin toplanması araştırmaya özgünlük katmıştır. Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi alanında hâlihazırda kullanılan müfredatın değerlendirilmesi, eleştirel düşünme becerisinin etkileşim içinde olduğu değişkenlerin ortaya koyulması ve bu becerinin nasıl daha etkin bir şekilde kazandırılacağına ilişkin verilere ulaşılmasının alanyazına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Alanyazında dikkat çekilen hususlardan hareketle gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında lisans öğrencilerinin sahip oldukları bilgi ve becerilerin, geçirdikleri eğitsel süreçlerin eleştirel düşünme temelinde incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşma sürecinde aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1. Öğrenciler “eleştirel düşünme” ifadesini nasıl kavramsallaştırmaktadır?
2. Öğrencilerin eleştirel düşünme eğilimleri/performansları nasıl şekillenmektedir?

3. Öğrenciler eleştirel düşünmeyi destekleyen faaliyetlere yer verilen dersleri eleştirel düşünmeyi destekleme anlamında nasıl değerlendirmektedir?
4. Öğrenciler bölümde aldıkları eğitimi, eleştirel düşünmeyi destekleme anlamında nasıl değerlendirmektedir?

YÖNTEM

Çalışmada nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada yürütüldüğü karma araştırma deseni kullanılmıştır. Bu sayede veri toplama sürecinde ve verilerin analizinde her iki araştırma tekniğinden birlikte faydalanılarak araştırma konusunun derinlemesine incelenmesi amaçlanmıştır (Johnson, Onwuegbuzie & Turner, 2007). Karma yöntemler arasında nicel ve nitel verilerin paralel olarak toplanıp yorumlandığı yakınsak paralel desen tercih edilmiştir. Yakınsak paralel desen, araştırma sorularının çok boyutlu bir şekilde cevaplanabilmesi için hem nicel hem nitel verilerin aynı anda yorumlanmasına imkân tanır (Creswell & Clark, 2017).

Araştırmanın nicel boyutunda zayıf deneysel desenin bir türü olan statik grup karşılaştırmalı desen kullanılmıştır (Fraenkel & Wallen, 2009). Araştırma desenlenirken BÖTE Bölümü 2. ve 4. sınıf öğrencilerinin halihazırda kayıtlı oldukları şubeler çalışma grupları olarak kullanılmıştır. Uygulama süresince 4. sınıf müfredatında yer alan İletişim ve Mesaj Tasarımı dersi kapsamında, alanyazından yola çıkarak tasarlanan eleştirel düşünmeyi destekleyici tartışmalar ve etkinliklere yer verilmiştir. Derste öğrencilerin düşünsel olarak aktif olacakları ve fikirlerini özgürce ifade edip tartışabilecekleri bir ortam sağlanarak, sorulan sorular ve yapılan yönlendirmelerle, eleştirel düşünme becerilerini geliştirmeye yönelik bir süreç geçirilmesi amaçlanmıştır. Ödevler ve sınavlarda yorum gücünü geliştirmeye yönelik olarak hazırlanan ve çok yönlü düşünmeyi destekleyen sorular ve etkinliklere yer verilmiştir. Böylelikle tasarlanan bu sürecin öğrencilerin eleştirel düşünme beceri ve eğilimlerini nasıl etkilediği incelenmek istenmiştir. Çalışmanın nitel boyutunda ise öğrencilerin eleştirel düşünmeyi nasıl kavramsallaştırdıkları ortaya çıkarmak için betimsel analiz tekniğinden faydalanılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2016).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, Ankara'daki bir üniversitede Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü lisans programına devam eden 2. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışma grubu oluşturulurken katılımcıların gönüllülük esasına göre hareket edilmiş ve erişilebilir örneklem seçilmiştir. Katılımcıların sınıf ve cinsiyetlerine göre dağılıma şekli Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2. Çalışma Grubunun Sınıf ve Cinsiyete Göre Dağılımı

	Küçük Sınıf Grubu (2. Sınıf)	Büyük Sınıf Grubu (4. Sınıf)	Toplam
Kadın	18	24	42
Erkek	12	13	25
Toplam	30	37	67

Veri Toplama Süreci ve Araçları

Çalışma kapsamında öğrencilerin cinsiyet, mezun oldukları lise türü, yaşadıkları yer, akademik not ortalamaları, günlük bilgisayar/internet/sosyal ağ kullanım süreleri gibi bilgiler demografik bilgiler anketi ile toplanmıştır. İlk araştırma sorusu kapsamında öğrencilerin eleştirel düşünmeyi nasıl kavramsallaştırdıklarını ortaya çıkarmak için, kendilerinden bu kavramın zihinlerinde neler canlandırdığı belirtmeleri istenmiştir. Bu soru öğrencilere demografik bilgiler anket sorularının devamında yöneltilmiştir. İkinci araştırma sorusu kapsamında öğrencilerin eleştirel düşünme eğilimlerini ölçmek için, Akbıyık (2002) tarafından geliştirilen "Eleştirel Düşünme Eğilimleri Ölçeği" kullanılmıştır. Ennis'in (1985) belirlediği eleştirel düşünme eğilimleri temel alınarak geliştirilmiş 30 maddeden oluşan ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0.87'dir. 5'li likert tipinde oluşturulmuş ölçekte 15 olumlu, 15 olumsuz madde yer almaktadır. Puanlama her olumlu kökteki maddeye 1-5 arası, her olumsuz kökteki maddeye ise 5-1 arası puanlar verilerek hesaplanmıştır. Ölçekten alınabilecek puan 30-150 arasında değişmektedir. Bu çalışmada çalışma grubunun ölçekten aldığı puanlar üzerinden hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı 0.90'dır.

Çalışma kapsamında kullanılan diğer veri toplama aracı, araştırmacılar tarafından hazırlanan "Ders sürecini eleştirel düşünme bağlamında değerlendirme anketi"dir. İlgili alanyazın temel alınarak hazırlanan anket aracılığıyla öğrencilerden, "Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü" nün öğretim programının işleniş sürecini ve lisans eğitimleri sırasında aldıkları "İletişim ve Mesaj Tasarımı" dersini (Eleştirel düşünmeyi geliştirme

amacıyla tasarlanan ders planı kullanıldı.), eleştirel düşünmeyi destekleme bağlamında değerlendirmeleri istenmiştir. Öğrencilerin ders ve öğretim programıyla ilgili görüşlerini ortaya çıkarmak için, aşağıda örnek olarak verilen kriterler açısından değerlendirme yapmaları istenmiştir:

- Öğrencileri problemlerin sebep ve sonuçlarına dair hipotezler üretmeye yönlendirmek
- Görüşlerini sadece destekleyecek gerçekleri değil, çürütecek gerçekleri de aramaya teşvik etme
- Sınıf yönetiminde özgür düşünceye ortam sağlayan hoşgörülü bir tavır sergileme
- Çoğunluğun kabul ettiği ve savunduğu her zaman doğru değildir fikrini aşılama
- Sınavlarda sadece ezbere dayalı değil, yoruma dayalı bilgiler de isteme

Öğrencilerden söz konusu etkinliklerin BÖTE müfredatı genelinde ve İletişim ve Mesaj Tasarımı dersi özelinde ne kadar kullanıldığını derecelendirmeleri istenmiştir. Böylelikle İletişim ve Mesaj Tasarımı dersinde özellikle yer verilen eleştirel düşünmeyi destekleyici tartışma ve etkinliklerin öğrenciler açısından bir farklılık yaratıp yaratmadığı görülmek istenmiştir. Bu anketle ilgili olarak BÖTE alanında doktora yapmış iki alan uzmanından ve bir dil uzmanından görüş alınmıştır. Gelen görüşler doğrultusunda anket maddeleri hem içerik hem de dil açısından daha anlaşılır ve amaca hizmet eder hale getirilmiştir. Öğrencilerin cevapları 5'li likert tipinde derecelendirilmiş verilerle toplanarak, değerlendirme puanları elde edilmiştir. 21 maddeden oluşan anketten alınabilecek toplam puan 105'dir. Çalışma grubunun anketten aldığı puanlara göre hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı genel BÖTE müfredatı ve İletişim ve Mesaj Tasarımı dersi değerlendirmeleri için aynıdır ve 0,91 elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizi sürecinde öğrencilerin eleştirel düşünmeye ilişkin yaptıkları tanımlamalar ve önerdikleri kavramlarla ilgili olarak nitel analiz; eleştirel düşünme beceri puanları ve geçirilen süreçlerin ne derece eleştirel düşünmeyi desteklediğine dair öğrenci değerlendirmesine dayanan veriler için nicel analizler yapılmıştır. Eleştirel düşünmeyi öğrencilerin nasıl kavramsallaştırdıklarına dair ulaşılan nitel veriler, betimsel analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir. Çalışma grubundan toplanan nicel veriler; gerekli varsayımlar olan varyansların homojenliği ve normalliğin sağlandığı puan türleri için parametrik testler, varsayımların sağlanmadığı puan türleri için non-parametrik testlerle SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir.

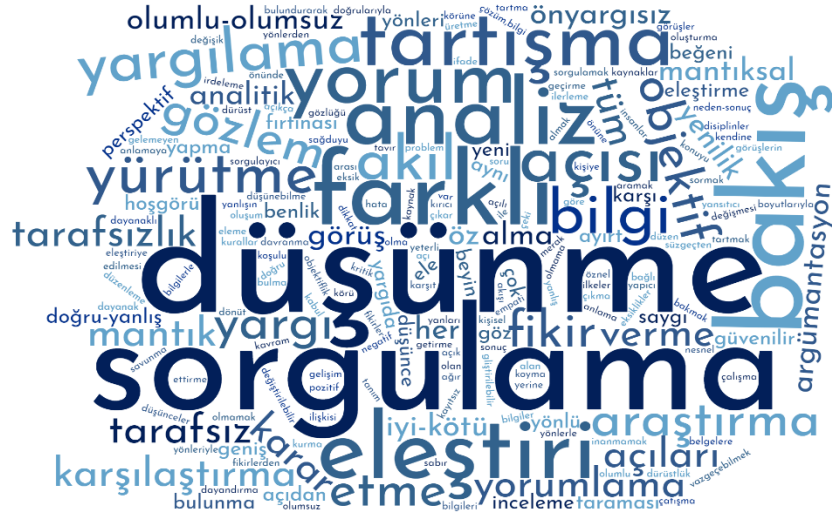
Öğrencilerin eleştirel düşünme eğilim puanlarının ve eleştirel düşünme açısından değerlendirdikleri ders ve müfredat puanlarının genel değerlendirmesi betimsel istatistik yöntemleriyle analiz edilmiştir. Eleştirel düşünme eğilim puanlarının ve genel BÖTE müfredatı değerlendirme puanlarının, demografik değişkenlere göre incelenmesi için ANOVA ve ilişkisiz örneklem t-testi yapılmıştır. Gerekli varsayımları sağlamayan, İletişim ve Mesaj Tasarımı dersi değerlendirme puanlarının demografik verilere göre incelemesinde, Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri kullanılmıştır. Eleştirel düşünme beceri puanı ve eleştirel düşünme değerlendirme puanlarının ilişkisi ise Spearman ve Pearson korelasyon testleri ile incelenmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma sorularına yönelik toplanan verilerle yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular, sırasıyla sunulmuş ve ilgili alanyazın çerçevesinde tartışılmıştır.

Öğrencilerin Eleştirel Düşünmeyi Kavramsallaştırma Durumları

Bu çalışmanın ilk araştırma sorusu "*Öğrenciler "eleştirel düşünme" ifadesini nasıl kavramsallaştırmaktadır?"* şeklinde belirlenmiştir. Bu soru kapsamında, öğrencilerin bu konuda belirttikleri ifadelerden oluşan nitel veriler değerlendirilmiştir. Öğrenciler tarafından eleştirel düşünme kavramının zihinlerinde canlandırdığı tüm ifadeler, betimsel analiz kullanılarak anahtar kelimeler halinde kodlandığında aşağıdaki kelime bulutunda yer alan kavramlar ortaya çıkmıştır (bk. Şekil 3).



Şekil 3. Öğrencilerin Eleştirel Düşünmeyi Tanımlarken Kullandıkları Tüm Kavramların Kelime Bulutunda Görünümü

Şekil 3 incelendiğinde katılımcıların eleştirel düşünmeye yönelik öne çıkardıkları kavramların “düşünme, sorgulama, bakış ve yorum” olduğu görülmektedir. Bu kavramlar içinden öğrencilerin en çok kullandığı ifadelerin sıklıkları Tablo 3’te sunulduğu gibidir. Öğrenciler bahsi geçen anahtar kelimeleri, ağırlıklı olarak parantez içinde belirtilen bağlamlar çerçevesinde kullanmışlardır.

Tablo 3. Öğrencilerin Eleştirel Düşünmeyi Tanımlarken En Çok Kullandıkları Kavramların Dağılımı

Anahtar Kelimeler	Frekans (sıklık)
Düşünme (analitik, farklı yönlerden, yansıtıcı, iyi-kötü yanlarıyla)	15
Sorgulama	15
Bakış (farklı, tarafsız, tüm yönleriyle)	12
Yorum	12
Eleştiri (yapıcı, öz eleştiri)	10
Farklı (farklı açıları görmek, farklı düşünmek)	10
Analiz	9
Tartışma	8

Öğrencilerin Eleştirel Düşünme Eğilimleri/Performansları

Bu çalışmanın ikinci araştırma sorusu “Öğrencilerin eleştirel düşünme eğilimleri/performansları nasıl şekillenmektedir?” şeklindedir. Bu soruya cevap bulmak amacıyla toplanan veriler, betimsel istatistik yöntemleri kullanılarak test edildiğinde Tablo 4’deki dağılım elde edilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin Eleştirel Düşünme Ölçeğinden Aldıkları Puanların Betimsel İstatistikleri

	N	Min.	Max.	Ort.	Std.S.
Eleştirel düşünme puanı	67	74	143	115,79	12,24

Eleştirel düşünme eğilimleri ölçeğinden alınabilecek puan 30-150 aralığında değiştiği için öğrencilerin eleştirel düşünme becerisi eğilim puanlarının genelinin ortalamasının üzerinde olduğu ve bu konuda farkındalıklarının yüksek olduğu söylenebilir.

Araştırma grubu akademik ortalamalarına göre düşük ve yüksek olmak üzere iki ayrı gruba ayrılarak eleştirel düşünme puanları, iki ayrı grup için ayrı ayrı incelenmiştir. İlişkisiz örneklem t-testi yapılması sonucu elde edilen bulgular, 2. ve 4. sınıfların kendi içinde ve grup genelinde akademik ortalamaya göre anlamlı farklılık bulunmadığını göstermektedir. Alanyazında eleştirel düşünmenin akademik başarıyı olumlu yönde etkilediği (Ip, Lee, Lee, Chau, Wootton ve Chang, 2000; Adams vd., 1999) şeklindeki bulgular daha fazla olmakla birlikte,

akademik başarıya göre eleştirel düşünmenin anlamlı şekilde değişmediğini ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (Emir, 2012; Gök & Erdoğan, 2011; Zayif, 2008).

Alanyazında eleştirel düşünme eğilim ve performansları cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, kadınların lehine (Ay & Akgöl, 2008; Çetinkaya, 2011; Facione & Facione, 1997; Mashami & Gunawan, 2018; Şendil & Kaymakçı, 2015; Walsh & Hardy, 1999) ve erkekler lehine (Bökeoğlu & Yılmaz, 2005; Emir, 2012) anlamlı istatistiksel sonuçlara ulaşan araştırmalar bulunmaktadır. Araştırmaların genelinde kadın üniversite öğrencilerinin açık fikirli olmaya ve bilişsel olgunluğa erkek üniversite öğrencilerinden daha çok eğilimli oldukları, erkek üniversite öğrencilerinin ise daha fazla çözümleyici düşünme eğiliminde oldukları ifade edilmiştir. Fakat bu çalışma kapsamında grubun eleştirel düşünme eğilimlerinin cinsiyete göre değişimini incelemek için yapılan tek yönlü ANOVA sonucu kadın ve erkek öğrenciler arasında istatistiksel anlamda bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Bu bulgu alanyazındaki bazı araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir (Gök & Erdoğan, 2011; Kaloç, 2005; Özdemir, 2005).

Sınıf değişkenine göre eleştirel düşünme eğilim puanları tek yönlü ANOVA ile incelendiğinde, elde edilen bulgulara göre grubun eleştirel düşünme toplam puanları sınıf düzeylerine göre anlamlı şekilde değiştiği görülmektedir (bk. Tablo 5).

Tablo 5. Öğrencilerin Eleştirel Düşünme Eğilimi Puanlarının Sınıf Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	f	p
Gruplar arası	962,372	1	962,372	7,012	,010
Gruplar içi	8920,703	65	137,242		
Toplam	9883,075	66			

Grupların eleştirel düşünme eğilimi ortalama puanlarına bakıldığında, küçük sınıf grup ortalama puanı 120,00 büyük sınıf grup ortalama puanının ise 112,38 olduğu görülmektedir. Bu durumda eleştirel düşünme eğilimindeki sınıf düzeyine göre anlamlı farklılığın, küçük sınıflar lehine olduğu saptanmıştır ($p < .05$). Alanyazındaki eleştirel düşünme eğilim ve performansının yaş grubu veya sınıf açısından değerlendirildiği araştırmalar incelendiğinde; küçük yaştaki öğrenciler lehine (Çetinkaya, 2011) ve büyük yaştaki/sınıftaki öğrenciler lehine (Ay & Akgöl, 2008; Bökeoğlu & Yılmaz, 2005; Çetin, 2008; Emir, 2012; Şendil & Kaymakçı, 2015) anlamlı istatistiksel sonuçlara ulaşan araştırmalar olduğu görülmektedir. Fakat genel eğilimin bu çalışma ile çelişir şekilde büyük sınıflar lehine olduğu saptanmıştır. Araştırma sonucunda küçük sınıfların eleştirel düşünme anlamında büyük sınıflara göre daha yüksek performans göstermeleri durumu dikkat çekicidir. Bu durumun kaynağı sınıf içinde her ne kadar eleştirel düşünmeyi destekleyici etkinliklere yer verilse de aynı zamanda süreç içinde benimsenen bir sınıf disiplini olmasına bağlanabilir. Öğrencilerin genel eğilimlerine bakıldığında okula ilk başladıkları zamanlarda görülen kendi fikirlerini açıkça dile getirme ve tartışma özelliğinin zamanla yerini daha çok kabullenen ve çekingen bir tavra bıraktığı söylenebilir. Bu sonuç ışığında ders planlayıcı ve yürütücülerin öz eleştirici yapmaları ve eleştirel düşünmenin temeli olan özgür düşünce ve tartışma ortamını sağlamakla ilgili üzerlerine düşen sorumluluğu almaları faydalı olacaktır.

Öğrencilerin Eleştirel Düşünmeyi Destekleyen Etkinliklere Yönelik Değerlendirmeleri

Bu çalışmanın üçüncü araştırma sorusu "Öğrenciler eleştirel düşünmeyi destekleyen faaliyetlere yer verilen dersleri eleştirel düşünmeyi destekleme anlamında nasıl değerlendirmektedir?" sorusuna cevap niteliği taşıyan veriler analiz edildiğinde aşağıdaki betimsel istatistik sonuçlara ulaşılmıştır (bk. Tablo 6).

Tablo 6. Öğrencilerin İletişim ve Mesaj Tasarımı Dersini Eleştirel Düşünme Açısından Değerlendirme Puanları-Betimsel İstatistiklerin Dağılımı

	N	Min.	Max.	Ort.	Std.S.
Değerlendirme puanı	67	45	105	86,96	14,323

Dersi eleştirel düşünmeyi destekleme anlamında değerlendirme amaçlı oluşturulan anketten alınabilecek puan 0-105 aralığında değişmektedir. Bu nedenle öğrencilerin ortalama değerlendirme puanları yüksek olarak nitelendirilebilir. Yalnızca 4. sınıfların aldığı ders kapsamında elde edilen bu puan türünde öğrencilerin yaptıkları değerlendirmelerin cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği yapılan Mann-Whitney U analizi ile tespit

edilmiştir. Ders sürecinde dönem boyunca eleştirel düşünmeyi destekleyeceği ön görülen öğretim teknikleri ve ders içi/dışı etkinliklere yer verilmiştir. Bu etkinlikler ve teknikler tasarlanırken alanyazında eleştirel düşünmeyi geliştirdiği belirtilen etkinliklerden yola çıkılmıştır. Öğrencilerin değerlendirme puanlarının BÖTE genel müfredatına yönelik değerlendirmelerinden daha yüksek olması geçirilen sürecin olumlu katkı sağladığı yönünde yorumlanabilir.

Öğrencilerin Bölümde Aldıkları Eğitimi, Eleştirel Düşünmeyi Destekleme Bağlamında Değerlendirmeleri

Bu çalışmanın dördüncü araştırma sorusu “*Öğrenciler bölümde aldıkları eğitimi, eleştirel düşünmeyi destekleme anlamında nasıl değerlendirmektedir?*” sorusuna cevap niteliği taşıyan veriler analiz edildiğinde aşağıdaki betimsel istatistik sonuçlara ulaşılmıştır (bk. Tablo 7).

Tablo 7. Öğrencilerin BÖTE Müfredatını Eleştirel Düşünme Açısından Değerlendirme Puanları-Betimsel İstatistiklerin Dağılımı

	N	Min.	Max.	Ort.	Std.S.
Değerlendirme puanı	67	46	97	75,24	12,438

Tablo 7’deki veriler incelendiğinde öğrencilerin BÖTE müfredatını değerlendirmelerinin genel olarak pozitif yöndedir ve ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin müfredata yönelik değerlendirme puanlarının sınıf veya cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir değişiklik göstermediği yapılan tek yönlü ANOVA ile saptanmıştır.

Puan türlerinin birbiri ile ilişkisi analiz edildiğinde; öğrencilerin eleştirel düşünme eğilimleri ile ders ve müfredata yönelik değerlendirme puanları arasında anlamlı ilişki olmadığı görülmüştür. Fakat öğrencilerin İletişim ve Mesaj Tasarımı dersine ve BÖTE Bölümü öğretim programına yönelik değerlendirmeleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, Spearman korelasyon analizi sonucunda saptanmıştır ($r=.533$; $p<.001$). Bu ilişki pozitif yönlüdür, yani derse yönelik değerlendirmesi olumlu olan öğrenciler, genel olarak müfredatı da olumlu değerlendirmişlerdir.

SONUÇ

Araştırma sonucunda lisans öğrencilerinin eleştirel düşünmeyi genellikle doğru bir şekilde kavramsallaştırdıkları gözlemlenmiştir. Öğrenciler eleştirel düşünme kavramının zihinlerindeki temsilini anlatırken akademik bir dil kullanmamışlardır; fakat belirttikleri ifadeler genellikle kavramın alanyazında geçen tanımları çerçevesinde olmuştur. Katılımcıların eleştirel düşünme performanslarının cinsiyet ve akademik başarıdan bağımsız olarak şekillendiği ve genellikle ortalamanın üzerinde olduğu saptanmıştır. Eleştirel düşünme puanlarının sınıf düzeyine göre değişimine bakıldığında ise küçük sınıflar lehine anlamlı farklılık görülmüştür. Bu durum, var olan öğretim programının eleştirel düşünmeyi yeterince desteklemediği hatta gerilemesine sebep olduğu görüşünü uyandırmıştır. Günümüz toplumlarında açık görüşlü, bilimsel ve eleştirel düşünebilen bireylerin varlığı yaşanan sorunlara çözüm önerileri üretilmesi ve sağlıklı kararlar verilebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Eleştirel düşünme bilgi üretimi sürecini tetikleyen bir güçtür. Ancak bilginin tek yönlü olarak öğretmenden öğrenciye aktığı; eleştiri, sorgulama ve etkileşime kapalı olan süreçler sonucunda öğrencilerin eleştirel yanlarını ortaya koymaktan çekindikleri veya eleştirel düşünme anlamında köreldikleri gözden kaçırılmamalıdır.

Katılımcıların eleştirel düşünmeyi destekleyen faaliyetlere yer verilen ders sürecine ve genel BÖTE müfredatına yönelik değerlendirmelerinin genel olarak olumlu olduğu gözlemlenmiştir. Fakat ders sürecini değerlendirme puanlarının belirgin biçimde daha yüksek oluşu, eleştirel düşünmeyi destekleyici faaliyetlerin önemini göstermektedir. Bu sonuç ışığında öğrencilerin eleştirel düşünmeyi kavramsallaştırma biçimleri ve öğretim programına yönelik olarak yaptıkları değerlendirmelerin eğitsel süreçler planlanırken dikkate alınmasının yararlı sonuçlar doğuracağı ileri sürülebilir.

KAYNAKLAR

- Adams, M. H., Whitlow, J. F., Stover, L. M. & Johnson, K. W. (1999). A longitudinal evaluation of baccalaureate students' critical thinking abilities. *Journal of Nursing Education*, 38(3), 139-141.
- Ahern, A., Dominguez, C., McNally, C., O’Sullivan, J. J., & Pedrosa, D. (2019). A literature review of critical thinking in engineering education. *Studies in Higher Education*, 44(5), 816-828.

- Akbıyık, C., & Seferoğlu, S. S. (2006). Eleştirel düşünme eğilimleri ve akademik başarı. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(32), 90-99.
- Ay, Ş., & Akgöl, H. (2008). Eleştirel düşünme gücü ile cinsiyet, yaş ve sınıf düzeyi. *Journal of Theoretical Educational Science*, 1(2), 65-75.
- Bawden, D. (2008). Origins and concepts of digital literacy. *Digital literacies: Concepts, Policies and Practices*, 30, 17-32.
- Beyer, B. K. (1988). Developing a scope and sequence for thinking skills instruction. *Educational Leadership*, 7, 26-30.
- Bökeoğlu, O. Ç., & Yılmaz, A. G. K. (2005). Üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünmeye yönelik tutumları ile araştırma kaygıları arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 41(41), 47-67.
- Brown, A. (2015). How students make sense of criticality skills in higher education. *Practitioner Research in Higher Education Journal*, 9(1), 4-17.
- Butler, H. A., Pentoney, C., & Bong, M. P. (2017). Predicting real-world outcomes: Critical thinking ability is a better predictor of life decisions than intelligence. *Thinking Skills and Creativity*, 25, 38-46.
- Chu, S. K. W., Reynolds, R. B., Tavares, N. J., Notari, M., & Lee, C. W. Y. (2021). *21st century skills development through inquiry-based learning from theory to practice*. Springer International Publishing.
- Claro, M., Preiss, D. D., San Martín, E., Jara, I., Hinostroza, J. E., Valenzuela, S., Cortes, F., & Nussbaum, M. (2012). Assessment of 21st century ICT skills in Chile: Test design and results from high school level students. *Computers & Education*, 59(3), 1042-1053.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications.
- Çetin, A. (2008). *Sınıf öğretmeni adaylarının eleştirel düşünme gücü* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi].
- Çetinkaya, Z. (2011). Türkçe öğretmen adaylarının eleştirel düşünmeye ilişkin görüşlerinin belirlenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 93-108.
- Dawkins, R. (2006). *The God delusion*. Bantam Press.
- Emir, S. (2012). Eğitim fakültesi öğrencilerinin eleştirel düşünme eğilimleri. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, 34-57.
- Ennis, R. H. (1985). A logical basis for measuring critical thinking skills. *Educational Leadership*, 43(2), 44-48.
- Epstein, R. L. (1999). *Critical thinking*. Wadsworth Publishing Company.
- Evancho, S. R. (2000). *Critical thinking skills and dispositions of the undergraduate baccalaureate nursing student*. (Unpublished Master's thesis). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 304671733).
- Facione, N. C., & Facione, P. A. (1997). *Critical thinking assessment in nursing education programmes: An aggregate data analysis*. The California Academic Press.

- Facione, P. A. (1990). *Critical thinking: A statement of expert consensus for purposes of educational assessment and instruction* (pp. 315–423). ERIC document ED. [https:// philarchive.org/archive/FACCTA](https://philarchive.org/archive/FACCTA)
- Facione, P. A. (2000). The disposition toward critical thinking: It's character, measurement, and relationship to critical thinking skill. *Informal Logic*, 20(1), 61-84.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2009). *How to design and evaluate research in education*. McGraw-Hill.
- Gelerstein, D., del Río, R., Nussbaum, M., Chiuminatto, P., & L'opez, X. (2016). Designing and implementing a test for measuring critical thinking in primary school. *Thinking Skills and Creativity*, 20, 40-49. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2016.02.002>
- Gök, B., & Erdoğan, T. (2011). The investigation of the creative thinking levels and the critical thinking disposition of pre-service elementary teachers. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 44(2), 29-52.
- Halpern, D. F. (1999). Teaching for critical thinking: Helping college students develop the skills and dispositions of a critical thinker. *New Directions for Teaching and Learning*, 1999(80), 69-74.
- Hsu, F. H., Lin, I. H., Yeh, H. C., & Chen, N. S. (2022). Effect of socratic reflection prompts via video-based learning system on elementary school students' critical thinking skills. *Computers & Education*, 183, 104497.
- Ip, W.; Lee, D. 1.; Lee, J. C.; Wootton, Y., & Chang, A. (2000). Dispositions toward critical thinking: A study of Chinese undergraduate nursing students. *Journal of Advanced Nursing*, 32, 84-90.
- Jaskyte, K., Taylor, H., & Smariga, R. (2009). Student and faculty perceptions of innovative teaching, *Creativity Research Journal*, 21(1), 111- 116.
- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112-133.
- Kaloç, R. (2005). *Orta öğretim kurumu öğrencilerinin eleştirel düşünme becerileri ve eleştirel düşünme becerilerini etkileyen etmenler* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Kaya, H. (1997). *Üniversite öğrencilerinde eleştirel akıl yürütme gücü* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Kökdemir, D. (2012). Üniversite eğitimi ve eleştirel düşünme. *Pivolka*, 21(7), 16-19.
- Kürüm, D. (2002). *Öğretmen adaylarının eleştirel düşünme gücü* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Lin, H. C., Hwang, G. J., Chang, S. C., & Hsu, Y. D. (2021). Facilitating critical thinking in decision making-based professional training: An online interactive peer-review approach in a flipped learning context. *Computers & Education*, 173, 104266.
- Lipman, M. (1988). Critical thinking-What can it be? *Educational Leadership*, 46(1), 38-43.
- Mashami, R. A., & Gunawan, G. (2018, November). The influence of sub-microscopic media animation on students' critical thinking skills based on gender. *Journal of Physics: Conference Series*, 1108(1), 012106. IOP Publishing.
- Norris, S. P. (1985). Synthesis of research on critical thinking. *Educational Leadership*, 8, 40-45.

- Nosich, G. M. (2018). *Eleştirel düşünme ve disiplinler arası eleştirel düşünme rehberi* [Learning to think things through: A guide to critical thinking across the curriculum] (B. Aybek, Trans.). Anı Yayıncılık.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2018). The future of education and skills: Education 2030.
- Özdemir, S. (2005). *Web ortamında bireysel ve işbirlikli problem temelli öğrenmenin eleştirel düşünme becerisi, akademik başarı ve internet kullanımına yönelik tutuma etkileri* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Özdemir, S. M. (2005). Üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünme becerilerinin çeşitli değişkenler açısından değerlendirilmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(3), 297-316.
- Özgür, H. (2013). Bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 409-420.
- Papp, K. K., Huang, G. C., Clabo, L. M. L., Delva, D., Fischer, M., Konopasek, L., Schwartzstein, R. M., & Gusic, M. (2014). Milestones of critical thinking: a developmental model for medicine and nursing. *Academic Medicine*, 89(5), 715-720.
- Pithers, R. T., & Soden, R. (2000). Critical thinking in education: A review. *Educational Research*, 42(3), 237-249.
- Potts, B. (1994). Strategies for teaching critical thinking. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 4(1), 3.
- Saadé, R. G., Morin, D., & Thomas, J. D. (2012). Critical thinking in e-learning environments. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1608-1617.
- Schommer-Aikins, M., & Hutter, R. (2002). Epistemological beliefs and thinking about everyday controversial issues. *Journal of Psychology*, 136(1), 5-20.
- Semerci, Ç. (2003). Eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi. *Eğitim ve Bilim [Education and Science]*, 28(127), 64,70.
- Shubina, I., & Kulakli, A. (2019a). Pervasive learning and technology usage for creativity development in education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 14(1), 192-195.
- Shubina, I., & Kulakli, A. (2019b). Critical thinking, creativity and gender differences for knowledge generation in education. *Literacy Information and Computer Education Journal (LICEJ)*, 10(1), 3086-3093.
- Stehle, S. M., & Peters-Burton, E. E. (2019). Developing student 21st century skills in selected exemplary inclusive STEM high schools. *International Journal of STEM Education*, 6(1), 1-15.
- Sternberg, R. J. (2002). Raising the achievement of all students: Teaching for successful intelligence. *Educational Psychology Review*, 14(4), 383-393.
- Şendil, C. A. N., & Kaymakçı, G. (2015). Öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri. *Education Sciences*, 10(2), 66-83.
- Tharakan, J. (2020). Using educational technology to enhance creative and critical thinking skills through open ended design projects. *Journal of Engineering Education Transformations*, 33, 225-232.

- Thorndahl, K., & Stenoft, D. (2020). Thinking critically about critical thinking and problem-based learning in higher education: A scoping review. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 14. <https://doi.org/10.14434/ijpbl.v14i1.28773>
- Trilling, B. & Fadel, C. (2009). *21st century skills: Learning for life in our times*. John Wiley.
- Tümekaya, S. (2011). Fen bilimleri öğrencilerinin eleştirel düşünme eğilimleri ve öğrenme stillerinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 215-234.
- Ünlü, Ş. (2017). *Eleştirel düşünmeyi destekleyen öğretmen eğitimi programının geliştirilmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi].
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2017). The relation between 21st century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577-588.
- Voogt, J., & Roblin, N. P. (2012). A comparative analysis of international frameworks for 21st century competences: Implications for national curriculum policies. *Journal of Curriculum Studies*, 44(3), 299-321.
- Walsh, C. M., & Hardy, R. C. (1999). Dispositional differences in critical thinking related to gender and academic major. *Journal of Nursing Education*, 38(4), 149-155.
- World Economic Forum. (2020). The Future of Jobs Report 2020. World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
- Yeşilyurt, E. (2021). Eleştirel düşünme ve öğretimi: Tüm boyut ve öğelerine kavramsal bir bakış. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(77), 815-828.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Zayıf, K. (2008). *Öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi].
- Zoller, U., Ben-Chaim, D., Ron, S., Tivon, K., Pentimalli, R., Chiara, M. S. (2000). The disposition toward "critical thinking of high school and university science students: An inter-intra Israeli-Italian". *International Journal of Science Education*, 22(6), 571-582.

Yazar Katkı Oranı

Araştırma ortak bir çalışmanın ürünüdür ve süreçte yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

Etik Beyanı

Yazarlar çalışmanın etik kurallara bağlı olarak hazırlandığını taahhüt etmektedirler. Çalışma öncesinde başvuru Hacettepe Üniversitesi Etik Kurulunun, 24.10.2016 tarih ve 2491 sayılı kararıyla araştırmanın yürütülmesi etik kurallara uygun bulunmuştur.

G-20 ÜLKELERİNDE JEVONS PARADOKSUNUN GEÇERLİLİĞİ ÜZERİNE PANEL VERİ ANALİZİ

Yeşim KUBAR¹, Öznur KAYMAZ²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1303594

Makale Geçmişi:

Geliş 27.05.2023

Kabul 18.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Jevons Paradoksu,

Panel Veri Analizi,

Dumitrescu ve Hurlin Nedensellik Analizi.

ÖZ

Gelişen teknoloji ve yenilikler ile birlikte dünya nüfusunun artması sonucu gereksinimler de artmakta bu nedenle daha fazla üretim yapmak gerekmektedir. Üretim artırılması ve ürünlerin kullanılması esnasında enerji gerekmektedir ve hayatın her noktasında ihtiyaç duyulan bu enerji kıt bir kaynaktır. Enerji verimliliği politikalarının etkinliği, enerji kaynaklarında dışa bağımlılığı azaltarak sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Enerjinin eskisine nazaran verimli kullanımı enerji tasarrufunu ortaya çıkararak literatürde Rebound Etkisi olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışma G-20 ülkelerinin 1980-2015 yıllık verilerinden faydalanarak enerji kullanımı-enerji verimliliği ilişkisini Jevons Paradoksu çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmanın bağımlı değişkeni enerji kullanımı, bağımsız değişkenleri ise şehir nüfusu, kişi başı GSYH, ticari açıklık, enerji ithalatı, enerji yoğunluğu ve enerji tüketiminden oluşmaktadır. Çalışmada panel veri analizi kullanılmıştır. Uzun dönem tahmincisi analiz sonuçlarına göre; kişi başı GSYH meydana gelen % 1 birimlik artışın enerji kullanımını % 0.13 azalttığı, enerji ithalatındaki % 1 birimlik artışın ise enerji kullanımını yüzde 0.21 birim artırdığı belirlenmiştir. Ayrıca, enerji yoğunluğundaki % 1 birimlik artışın enerji kullanımını yüzde 0.012 oranında azalttığı ve şehir nüfusundaki % 1 birimlik artışın enerji kullanımını yüzde 0.81 birim azalttığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen analiz bulguları sonucu jevons paradoksu desteklenmemektedir.

PANEL DATA ANALYSIS ON THE VALIDITY OF JEVONS PARADOX IN G-20 COUNTRIES

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1303594

Article History:

Received 27.05.2023

Accepted 18.09.2023

Keywords:

Jevons Paradox,

Panel Data Analysis,

Dumitrescu and Hurlin Causality Analysis.

ABSTRACT

With the developing technology and innovations, the needs are increasing due to the increase in the world population. Therefore, more production is required. Energy is required during the increase of production and the use of products, and this energy, which is needed at every point of life, is a scarce resource. The effectiveness of energy efficiency policies contributes to sustainable development by reducing foreign dependency on energy resources. The efficient use of energy compared to the past reveals energy savings and it is called the Rebound Effect in the literature. This study examines the energy use-energy efficiency relationship within the framework of Jevons Paradox, using the annual data of the G-20 countries from 1980-2015. The dependent variable of the study is energy use, and the independent variables are urban population, GDP per capita, trade openness, energy imports, energy density and energy consumption. Panel Data Analysis was used as the analysis method in the study. According to the long-term estimator analysis results; It has been determined that a 1% one-unit increase in GDP per capita reduces energy use by 0.13%, while a 1% one-unit increase in energy imports increases energy use by 0.21%. Additionally, it was found that a 1% one-unit increase in energy density reduces energy use by 0.012 percent, and a 1% one-unit increase in the city population reduces energy use by 0.81 percent. As a result of the analysis information obtained, the Jevons paradox is not supported.

¹ Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ykubar@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3439-9430

² Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Yüksek Lisans Programı, İktisat Anabilim Dalı, 222219105@firat.edu.tr, ORCID: 0009-0006-7944-4254

Alıntılanmak için/Cite as: Kubar, Y. ve Kaymaz, Ö. (2023), G-20 ülkelerinde Jevons paradoksunun geçerliliği üzerine panel veri analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 835-845.

GİRİŞ

Evrensel bir kavram olan enerji iş yapabilme gücüdür. Enerji; çok çeşitli üretim dallarında kullanılması zorunlu olan girdi ve ekonomilerin refah seviyelerinin yükselmesi için gerekli bir araç ve sosyal kalkınmanın olmazsa olmazlarından birisidir (Şahin, 1994, s. 15). Ekonomilerin büyüme oranlarının, dünya genelinde nüfusun ve kentleşme oranının artması, teknolojik gelişmelerin hızlanması sonucu enerji talebindeki artışa karşın enerji arzı sınırlı kalmaktadır. Dünya enerji talebinin yaklaşık yüzde 80'i fosil yakıtlardan elde edilen enerji kaynaklarından oluşmaktadır. Enerji talebi, hızlı nüfus artışı, kentleşme, ekonomik büyüme gibi farklı nedenlerden hızla artmaktadır. Fosil yakıtların, oluşum süreçlerinin uzun zaman gerektirmesi ve tükenebilir olma özellikleri, rüzgâr, güneş, hidro, jeotermal vb. gibi yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelimi artırmıştır. Aşırı enerji tüketiminin ortaya çıkarabileceği olumsuz etkileri azaltma için temiz teknolojilere yapılan yatırımların artırılması ve enerji verimliliğinde iyileşmeler sağlayabilecek sürdürülebilir enerji sistemine geçiş önemli olacaktır (Bhattacharya vd. 2016, s. 734).

Enerji geçmişten günümüze hem ihtiyaçları karşılama noktasında hem de kalkınma açısından önemli bir konuma sahiptir ve ülkelerin ekonomik yapısının temelini oluşturmaktadır. Enerji insanlığın yaşamını sürdürmesi için farklı çeşitlilikte kullanılan önemli bir ihtiyaçtır. Bireysel, toplumsal ve ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir unsurdur (Özbek ve Naimoğlu, 2021, s. 11). Enerji verimliliği, işletmelerde üretim kalitesinde ve miktarında herhangi bir azalmaya neden olmadan, bir birim ürün miktarı başına enerji tüketiminin azaltılmasıdır (Doğan ve Yılankıran, 2015, s. 376). Günümüzde enerji verimliliği, hükümetlerin enerji tüketimini iyileştirerek ve çevresel hedefleri karşılayarak karbon emisyonlarını azaltmayı amaçlayan yeşil büyüme stratejilerinin bir parçası haline gelmektedir (Bayar ve Gavriletea, 2019, s. 2222). Ancak son yıllarda, gelişmekte olan ülkeler büyüme modellerini değiştirmişlerdir. Bu tür ülkelerde sanayi sektöründen daha çok hizmet sektörü odaklı bir büyüme tercih edilmiş ve ülkeler enerji verimliliğine daha fazla önem vermeye başlamışlardır (Marinas vd., 2018). Enerji yoğunluğunun düşürülmesi enerjinin verimli kullanılması olarak ifade edilmektedir. Enerji yeterliliğinin, kalkınmayı destekleyecek ölçüde kesintisiz ve güvenilir bir şekilde sağlanması, enerji temininde verimliliğin artırılması, enerji tüketiminin ekolojik denge ile çevre üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirilmesi ülkelerin gelişmişlik seviyelerinin belirlenmesinde en başta yer almaktadır (Erçen, 2001, s. 1). Enerji yönetim sistemi; ürünün kalitesinden, güvenliğinden ve çevresel faktörlerden özveride bulunmadan, üretimi azaltmadan enerjinin daha verimli kullanılması için yapılandırılmış düzenli çalışmalarlardır. Enerji yönetiminin en önemli amacı; var olan işlem, sistem genelinde yapılacak değişiklik ve önlemler ile kullanılan enerjiden tasarruf etmektir. 21. Yüzyılda teknolojik gelişmelerde meydana gelen hızlı değişime karşın yenilenemez kaynaklar hızla tükenmektedir. Bu nedenle, enerji maliyetlerinin azaltılması, enerjinin verimli kullanılması gerekmektedir. Yaşam kalitesi düşürülmeden enerji verimliliğinin artırılması gerekmektedir. Bunun sağlanması için belirli dönemlerde enerji verimliliği ölçümlerinin yapılması, değerlendirilmesi ve gerekli olan yeni yatırımların yapılması sağlanmalıdır (Ergün 2005, s. 557).

Enerji verimliliğinin artışı enerji tüketimini iki yolla artırmaktadır. İlk olarak teknolojik gelişmeler sonucu, kişi başına enerji tüketimi artmakta bu durum daha fazla enerji tüketimine neden olmaktadır. İkinci olarak enerji verimliliğinin artmasıyla enerjinin diğer girdilere göre ucuzlaşması, ucuz enerjinin diğerlerine göre daha fazla kullanılmasına sebep olarak artırmaktadır. Böylece ekonomik büyümeyi artırarak enerji tüketimini artırmaktadır (Saunders, 1992, s. 143). Enerji verimliliğindeki artışın her an enerji tasarrufuna neden olmaması rebound (geri tepme) etkisi ile açıklanmaktadır. Rebound (geri tepme) etkisi; enerji verimliliğindeki artışın, enerji fiyatlarını düşürmesiyle sağlanan iktisadi kazançların enerji tüketimini artırması şeklinde tanımlanmaktadır (Wang vd., 2014, s. 126). Rebound etkisi 1865 yılında ilk kez S. Jevons tarafından incelenerek Jevons Paradoksu olarak ifade edilmiştir (Akıncı vd., 2018, s. 79).

Gelişmekte olan ülkelerin enerji kullanımında dışarıya bağımlı olması, yeni enerji kaynaklarına ulaşma noktasında sorun yaşaması ve enerji kaynaklarının kıt olması enerjii verimli kullanma amacına yöneltmiştir. Özellikle ülkelerin gelişmişlik düzeylerini yükseltmek için enerji verimliliğini sağlamak temel unsur olmuştur (Tekkol, 2019, s. 1). Enerji verimliliğinde enerji yoğunluğundaki azalış önem taşımaktadır. Enerji yoğunluğu bir birim üretim yapmak için duyulan enerji miktarıdır ve bu bağlamda yoğunluk azaltılarak verimliliğin sağlanmasına odaklanılmalıdır. Yani verimlilik artarken, enerji yoğunluğu azalırsa üretim daha az enerji kullanılarak enerji tasarrufu sağlanabilecektir (Konak ve Şahin, 2019, s. 1368). Burada dikkat çeken konu enerji verimliliği ile ilgili William Stanley Jevons tarafından oluşturulan paradokstur. Rebound etkisi olarak da bilinen Jevons paradoksunda buhar makinesi kullanılmasıyla kömürün daha verimli kullanıldığını, buhar makinesinin ekonomik gelişmeyi etkileyerek kömür tüketiminin artmasına neden olduğunu fark etmiştir. Yani, enerji verimliliğinin yükselmesi enerji talebini artırmakta ve daha fazla enerji kullanımına neden olmaktadır (Bozkaya, 2023, s. 304).

Rebound etkisi, W. Stanley Jevons (1865) tarafından literatüre eklendiğinde, Jevons Paradoksu olarak ifade edilmiştir. Buhar motorlarının kömür kullanımını azalttığını, kömür kullanımındaki düşüşlerin ise kömür fiyatlarını azalttığını ve kömür talebinin arttırdığını bu sayede kömür kullanımının yükseldiğini ifade etmiştir. Bir diğer deyişle, Rebound etkisi, yükselen enerji faaliyeti ve azalan enerji fiyatları sonucu oluşan kazançların daha fazla enerji kullanımına sebep olacağı anlamına gelmektedir. Jevons tarafından oluşturulan bu olgu, Brookes Khazoom ve Sounders'in oluşturduğu çalışmalar ile desteklenmiş, enerji faaliyetlerindeki artışların, azalan fiyatlardan dolayı enerji kullanımındaki yükselişleri desteklediği sonucuna ulaşılmıştır (Akıncı vd.,2018, s. 79). Rebound etkisi; doğrudan dolaylı ve ekonomik yanlı rebound etkisi olmak üzere üç başlık altında incelenmektedir.

Doğrudan rebound etkisi; enerji verimliliğinin artması, enerji kullanım miktarının azalması, enerji fiyatlarının ucuzlaması ve maliyetinin düşmesiyle enerji kullanılarak üretilen ürünlerin fiyatlarının düşmesi sonucu ürünlerin üretim miktarının artması sebebiyle enerji kullanımının da artması olarak açıklanmaktadır. Bu etki, bir enerji ürününe olan isteğin artması olarak da ifade edilmektedir. Enerji verimliliğinin artması, söz konusu ürünün satış değerini artırmaktadır (Zhang vd., 2017, s. 150). Doğrudan geri tepme etkisi, tüketicilerin enerji verimliliğinin artırılmasına gösterdikleri tepki olarak da ifade edilmektedir. Tüketiciler için ikame ve gelir etkisi, üreticiler için ise ikame ve çıktı etkisi gibi farklı şekillerde doğrudan rebound etkisi sınıflandırılmaktadır.

Tüketicilere yönelik ikame etkisi; fayda düzeyinin yükseltilmesi ve bu düzeyin korunabilmesi için ucuz olan enerji hizmetlerinin pahalı olanlarla ikame edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Gelir etkisi ise; enerji verimliliğinin artırılması sonucu oluşan reel gelir kazançlarının enerji hizmetini de içine alarak mal/ hizmetlerin tüketimini artırmasıyla fayda düzeyinin yükseltilmesi olarak tanımlanmaktadır. Üreticilere yönelik ikame etkisi; belirli bir çıktı düzeyini üretebilmek için ucuz enerji kaynaklarının, sermaye, emek vb. üretim faktörleriyle yer değiştirmesi olarak tanımlanmaktadır. Çıktı etkisi ise; enerji verimliliğindeki artış nedeniyle üretim maliyetlerinin düşmesi sonucu sağlanan tasarrufların daha fazla çıktı elde edilmesine imkân tanınması ve enerjiyi de içine dâhil ederek bütün girdi tüketiminin artması olarak tanımlanmaktadır (Sorrell, 2007, s. 4).

Dolaylı rebound etkisi; enerji verimliliğindeki yükselişle daha az enerji kullanılmasına, enerji maliyeti ve enerji kullanımı için harcamaların azalmasına, tasarruf sağlayarak enerji kullanımı gerektiren diğer ürünlerin kullanılmasına olanak tanıyarak bu ürünlere yönelik talep artışlarına ve üretimleri için gerekli enerji miktarının yükselmesi olarak ifade edilmektedir (Konak ve Şahin,2019, s. 1365).

Ekonomi yanlı rebound etkisi, enerji fiyatlarındaki ve enerji maliyetindeki düşüşlerin, üretim sırasında kullanılan ara ve nihai malların fiyatlarında düşüşlere sebep olarak gerek üretim etkinliğinde gerekse tüketim durumunda yapısal değişikliklere neden olan durumdur. Ekonomi yanlı rebound etkisinde, enerji verimliliğindeki yükselişler, üretim ve tüketim aşamasında çok daha az enerjinin tüketilmesine ve enerji kullanımındaki düşüşler üretim maliyetlerinin düşmesine bu durumda kârlılığın artmasına neden olmaktadır. Kârlılık durumunda, yeni işletmelerin açılmasına, enerjiye bağımlı sanayi işletmelerinin üretim miktarının artmasına ve üretimde ihtiyaç duyulan enerji talebinin yükselmesine yol açmaktadır. Tüketim maliyetlerindeki düşüşler tasarrufları yükseltmekte, tasarruflar ise diğer sektör işletmelerinde üretilen malların talebi için kullanılmakta ve bu durumda enerji talebini yükseltmektedir (Konak ve Şahin,2019, s. 1366). Bu çalışmada Jevons paradoksu üzerinde durulmuş, 1980-2015 yılları arasında yıllık verilerden faydalanılmış, G-20 ülkeleri için enerji kullanımı, enerji verimliliği, enerji ithalatı, ticari açıklık, enerji tüketimi, kişi başına GSYH, şehir nüfusu arasındaki ilişkiler panel veri analizi kullanılarak incelenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Jevons'un, kullanımı verimli hale gelen kaynak ile o kaynağın tüketimi arasındaki ters yönlü ilişkiyi ortaya koymasıyla birlikte 1865'li yıllarda Jevons paradoksu literatürde ki yerini almıştır. Jevons paradoksu, 1980'lerden sonra CO2 salınımındaki artışın çevreye verdiği zararın ortaya çıkmasıyla birlikte önem kazanarak çalışmalarda yer almaya başlamıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda Jevons paradoksuna yönelik ekonometrik çalışmalarda rebound etkisine odaklanıldığı ve ağırlıklı olarak enerji etkinliğinin tüketim üzerindeki etkisinin analiz edildiği saptanmıştır. Tablo-1 de Jevons paradoksuna yönelik yapılan çalışmaların literatür özeti yer almaktadır.

Tablo-1: Litaretür Taraması

Yazar	Dönem	Ülke	Yöntem	Bulgular
Greene (1992)	1966-1989	Amerika	Ekonometrik Analiz	Yakıt tasarrufu sağlayan teknolojik gelişmeler sonucu, enerji tasarrufunun minibüs yolculuğunu yükselttiği ve bu şekilde enerji tasarrufu için beklenen sonuçların gerçekleşmediği görülmüştür.
Jin (2007)	1975-2005	Güney Kore	Lineer Olmayan Zaman Serisi Analizi	Enerji etkinliğinde oluşan yükselmenin enerji tüketimini düşürdüğü gözlemlenmiştir
Turner (2009)	2000	İngiltere	Hesaplanabilir genel denge analizi	Rebound etkisinin enerji talebini yükselttiği, ancak enerji talebindeki bu yükselmenin azalan enerji fiyatlarının sonucu olarak gerçekleşen negatif gelir, rekabet edebilme ve yatırım indirimleriyle dengelendiği gözlemlenmiştir
Ouyang vd. (2010)	2000-2007	Çin	Panel veri analizi	Hane halkı enerji verimliliğinde rebound etkisinin enerji talebi üzerindeki etkisi incelenmiş olup, Çin de en az %30 seviyesinde oluşan geri tepme etkisinin, toplam enerji talebini değiştirerek enerji tüketim düzeyini yükselttiği gözlemlenmiştir.
Lin ve Liu (2012)	1981-2009	Çin	Malmquist endeksi	Teknolojik ilerlemelerden kaynaklanan rebound etkisinin %53,2 oranında yükselttiği gözlemlenmiştir
Saunders (2013)	1980-2000	ABD	Panel veri analizi	Ülkede faaliyet gösteren 30 sektörde rebound etkisinin istatistik olarak anlamlı, bireysel sektör bağlamında rebound etkisinin artan veya azalan bir sonuç oluşturduğu gözlemlenmiştir.
Wang vd. (2014)	1996-2010	Çin	Panel bütünleşme	uzun süreli rebound etkisinin %74,kısa süreli etkinin ise %72 oranında gerçekleştiği gözlemlenmiştir
Broberg vd. (2015)	-	İsveç	EMEC model	Ekonomi yanlı geri tepme etkisinin enerji verimliliğindeki artışla maliyet oluşturup oluşturmadığı gibi birçok etkene bağlı olduğu gözlemlenmiştir. Enerji verimliliğinde oluşan %5 lik bir yükseliş sonrası oluşan rebound etkisi %40-70 aralığında olduğu gözlemlenmiştir.
Shahbaz vd. (2017)	1972-2011	Pakistan	Çeyreklik veri seti	Teknolojik ilerlemelerin enerji talebi üzerinde pozitif şekilde etkisinin olduğu görülmüştür. Pakistan için rebound etkisi hipotezinin desteklendiği gözlemlenmiştir
Karakaya (2017)	1961-2014	Türkiye	Granger Nedensellik	Enerji tüketiminin yükselmesi ekonomik büyümeyi artırdığı sonucuna ulaşılmıştır
Kaleci ve Şahbaz (2018)	1965-2015	Türkiye	-	Birincil enerji tüketiminin toplam faktör verimliliği ile aynı anda yükselttiği ifade edilmiştir
Akıncı, Sevinç ve Yılmaz (2018)	1967-2015	Türkiye	ADF, PP birim kök, Johansen- Juselius eş bütünleme testi, Granger Nedensellik	Enerji verimliliği ve üretimdeki artışa bağlı enerji tüketimi artışının Türkiye ekonomisi için geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yang vd. (2019)	1996-2014	Çin	Panel veri	Kentsel enerji kullanımının doğrudan rebound etkisinin uzun vadede % 45, kısa vadede % 20 olduğu görülmüştür.
Kılıçarslan ve Dumrul (2019)	2000-2015	Seçilmiş Avrupa Ülkeleri Ve Türkiye	Panel bütünleşme, Panel Ols, Panel Dols	Enerji verimliliğindeki yükseliş, Enerji tüketimini azaltarak, rebound etkisini geçersiz kılmıştır.
Tekkol (2019)	2008-2014	Türkiye	Yumuşak geçişli Panel regresyon modeli	Enerji tüketimindeki yükselişin büyümeyi olumlu etkilemesi için verimliliğin dikkate alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
Konak, Şahin (2019)	1995-2015	OECD	Panel Eş Bütünleşme	Enerji yoğunluğundaki yükseliş enerji verimliliğini azaltarak, kullanımı arttırmıştır.
Naimoğlu (2021)	1990-2019	Türkiye	Vektör Otoregresyon	Enerji verimliliğinin yenilebilir enerji kaynaklarından kaynaklandığı görülmüştür
Eyüboğlu, Akdağ ve Özçelik (2021)	1990-2014	Gelişmekte olan Ülkeler	Westerlund Eş bütünleşme, Dumitrescu Hurlin nedensellik testi	Değişkenler için uzun dönemli ilişkinin olmadığı, kısa dönemde enerji verimliliği ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir
Bozkaya (2022)	1990-2017	G-7 Ülkeleri	Panel Veri, Peseran ve Yamagata testi	Nüfus artışı ve kişi başı GSYH enerji kullanımını yükseltirken, Enerji ithalatındaki yükseliş ise enerji kullanımını düşürmüştür.
Turgut, Sarıöz ve Gökten (2023)	1990-2017	15 Yükselen piyasa ekonomisi	Ekonometrik Analiz	Endüstrileşme ve Ekonomik gelişmenin kirlenmeyi arttırdığı, Jevons paradoksunun geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır

Yapılan literatür taraması sonucu, Jevons paradoksunun geçerliliğinin özellikle enerji etkinliği ve enerji tüketimi arasındaki ilişki üzerinden inceleme konusu yapıldığı görülmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, G-20 ülkeleri için sanayileşmenin ve enerji tüketiminin çevreye etkisi bakımından Jevons paradoksunun geçerliliğinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Genel olarak yapılan çalışmalarda çevre kirliliğinin yoğun olduğu gelişmiş ülkeler kullanılmıştır. Ancak bu çalışmada, yabancı sermaye girişine izin vererek büyüme ivmesi kazanması hedeflenen G-20 ekonomileri için Jevons Paradoksunun geçerliliğinin test edilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle dünya ekonomisinin % 85'ini oluşturan ve dünya ticaretinin % 80'ini gerçekleştiren G-20 ülkelerinin 15 tanesinin (Arjantin, ABD, Almanya, Brezilya, Çin, Endonezya, Fransa, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, İngiltere, İtalya, Japonya, Meksika, Türkiye) 1980-2015 dönemi verilerinden yararlanılmıştır. Çalışmanın 2015 yılı ile sınırlı kalmasının sebebi, kullanılan değişkenlerin zaman aralığının birbirinden farklı olması ve bu yıllar arasında ortak dengede buluşmasıdır.

Model oluşturulurken Jevons paradoksunu temsil edebilecek ve çevre üzerinde etkili olabilecek değişkenler dikkate alınarak genel bir model oluşturulmuştur. Bu değişkenler içerisinde enerji kullanımı bağımlı değişken olarak ele alınmış, bağımsız değişken olarak; kişi başı GSYH, enerji ithalatı, enerji yoğunluğu, enerji tüketimi, şehir nüfusu ve ticaret açıklık modele dahil edilmiştir. Böylece modelde 6 farklı bağımsız değişken logaritmaları alınarak kullanılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan panel veri modeli denklem-1'de gösterilmiştir.

$$Leu_{it} = \beta_0 + \beta_1 kgd_{it} + \beta_2 lei_{it} + \beta_3 ley_{it} + \beta_4 let_{it} + \beta_5 lopen_{it} + \beta_6 lup_{it} + \mu_{it} \quad (1)$$

Denklem- 1'de EU, enerji yoğunluğunu; KGDP, kişi başına düşen GSYH; Eİ, enerji ithalatını; EY, enerji yoğunluğunu; ET, enerji tüketimini; OPEN, ticari açıklığı ve son olarak UP, şehir nüfusunu temsil etmektedir. Panel analizi kapsamında veri setinde i ve t sırasıyla yatay kesit (ülke) ve zaman boyutlarını göstermektedir. Değişkenler ve açıklamaları Tablo-2'de verilmiştir.

Tablo-2: Değişkenler ve Açıklamaları

Kısaltma	Değişken	Kaynak
eu	Enerji Kullanımı	Dünya Bankası
kgdp	Kişi Başı GSYH	Dünya Bankası

ei	Enerji İthalatı	Dünya Bankası
ey	Enerji Yoğunluğu	Dünya Bankası
et	Enerji Tüketimi	Dünya Bankası
open	Ticari açıklık (ihracat+ithalat/GSYH)	Dünya Bankası (Hesaplanmıştır)
up	Şehir Nüfusu	Dünya Bankası

Tablo 2’de verilen değişkenler kullanılarak çalışmada G-20 ülkeleri üzerinde Jevons paradoksunun geçerliliği sınanmıştır. Bunun için panel veri analizinden yararlanılmıştır. Panel veri analizine, ilk olarak yatay kesit bağımlılığı (korelasyon) incelenerek başlanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, birim kök analizi yapılmış ve uzun dönemli katsayıların yorumlanmasında DOLSMG tahmincisinden yararlanılmıştır.

Panel veri analizinin kullanıldığı çalışmalarda, yatay kesit bağımlılığın test edilmesi oldukça önemlidir. Çünkü yatay kesit bağımlılığı test sonucu uygulanacak birim kök testlerine karar verilmesine yardımcı olmaktadır (Menyah vd., 2014, s. 389). Eğer, Korelasyon yoksa birinci nesil birim kök testlerinin uygulanması gerekirken, korelasyon varsa ikinci nesil birim kök testlerinin uygulanması gerekmektedir. Böylece değişkenlerin durağanlık seviyelerinin tespitinde ve yapılacak analizlerde en doğru sonuca ulaşılabacaktır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada uygulama kısmına ilk olarak yatay kesit bağımlılığı tespit edilerek başlanmıştır. Çalışmada kullanılan panelin zaman boyutu T=36, yatay kesit boyutu G-20 ülkeleri için N=15 olduğundan T>N durumuna uygun Paseran CD yatay kesit bağımlılığı testi uygulanmıştır. Çalışma kapsamında yatay kesit bağımlılığı (YKB) test sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo-3: Yatay Kesit Bağımlılığı CD Test Sonuçları

Değişkenler	CD istatistik	P değeri
leu	20.163	0.000*
lkgdp	51.970	0.000*
lei	3.632	0.000*
ley	2.510	0.012*
let	53.563	0.000*
lopen	55.492	0.000*
lup	58.182	0.000*

YKB için “Pesaran CD Test “ hipotezleri aşağıdaki gibi kurulmuştur:

H_0 : Korelasyon yoktur.

H_1 : Korelasyon vardır.

Tablo-3 de yer alan CD test sonuçlarına göre birimler arası YKB’ yi ifade eden temel hipotez H_0 red edilmektedir. Değişkenler arasında birimler arası korelasyon vardır. Elde edilen sonuçlar istatistiki olarak % 5 düzeyinde anlamlıdır. YKB’ nin olduğu durumlarda kullanılacak birim kök testi ikinci nesil birim kök testleridir. Bu çalışmada ikinci nesil birim kök testlerinden Fisher Genişletilmiş Dickey Fuller (Fisher ADF) testinden yararlanılmış kritik tablo değerleri ile birlikte tablo-4’de verilmiştir.

Tablo-4: Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Düzy Fisher ADF			Fark Fisher ADF		
		İstatistik	P değeri		İstatistik	P değeri
leu	P	18.7471	0.9451	P	124.3229	0.0000
	Z	1.8895	0.9706	Z	-7.0906	0.0000
	L*	2.0079	0.9760	L*	-8.3839	0.0000
	Pm	-1.4527	0.9269	Pm	12.1770	0.0000
lkgdp	P	40.8409	0.0896	P	130.9940	0.0000
	Z	1.4824	0.9309	Z	-8.1027	0.0000
	L*	1.0415	0.8495	L*	-9.2496	0.0000

	Pm	1.3996	0.0808	Pm	13.0383	0.0000
lei	P	52.4017	0.0690	P	388.1968	0.0000
	Z	-2.1152	0.1720	Z	-17.2955	0.0000
	L*	-2.2966	0.1210	L*	-27.8073	0.0000
	Pm	2.8920	0.0910	Pm	46.2430	0.0000
ley	P	19.3625	0.9321	P	408.7331	0.0000
	Z	1.7154	0.9569	Z	-17.0640	0.0000
	L*	1.6242	0.9458	L*	-29.2116	0.0000
	Pm	-1.3733	0.9152	Pm	48.8942	0.0000
let	P	18.7471	0.9451	P	94.2412	0.0000
	Z	1.8895	0.9706	Z	-4.1859	0.0000
	L*	2.0079	0.9760	L*	-5.5062	0.0000
	Pm	-1.4527	0.9269	Pm	8.2935	0.0000
loopen	P	21.1247	0.8839	P	326.2629	0.0000
	Z	2.0911	0.9817	Z	-15.2115	0.0000
	L*	2.2429	0.9861	L*	-23.3686	0.0000
	Pm	-1.1458	0.8741	Pm	38.2474	0.0000
lupg	P	38.3056	0.1421	P	51.1503	0.0094
	Z	-1.1684	0.1213	Z	-2.4475	0.0072
	L*	-1.2469	0.1082	L*	-2.5623	0.0061
	Pm	1.0722	0.1418	Pm	2.7305	0.0032

Tablo-4’ de Fisher ADF birim kök testi için değişkenlerin düzeyde ve birinci farklarında ki sonuçları yer almaktadır. ADF temelli olan bu testin hipotezlerinin H_0 : ‘Tüm birimler birim kök içermektedir’. Alternatif hipotez ise; ‘en az bir birim durağandır’ şeklindedir. Tüm değişkenler için düzey değerlerinde H_0 hipotezi reddedilememektedir. Seriler birim köklüdür. Bu durumda değişkenlerin durağanlaşması için birinci farkları alınmış birinci farklarında, tüm değişkenlerin durağan hale geldikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada panel eş bütünleşme testinin tercih edilmesinin sebebi değişkenlerden tümünün birinci farkında durağan olmasıdır. Ancak çalışmada hangi eş bütünleşme testinin yapılacağına karar vermek için denklem-1 de yer alan modele yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testlerinin yapılması gerekmektedir. Çalışmada panel veri setinde $T > N$ olduğu için YKB’ nin varlığı “Breusch ve Pagan LM Testi” ile araştırılmıştır (Yerdelen T., 2020, s. 238-239). Tablo-5’te modeller için yatay kesit bağımlılığı LM Test sonuçları yer almaktadır.

Tablo-5: LM Test Sonuçları

Model-1	Test	Test İstatistiği	P-Değeri
$Leu_{it} = \beta_0 + \beta_1 lkgdp_{it} + \beta_2 lei_{it} + \beta_3 ley_{it} + \beta_4 let_{it} + \beta_5 loopen_{it} + \beta_6 lup_{it} + \mu_{it}$	LM*	101*	0.5928*
	LM ajd	-2.245	0.0248
	LM CD	.8155	0.4148

Tablo-5 incelendiğinde, H_0 : kalıntılar birimler arası korelasyonlu değildir hipotezi Model-1 için reddedilmektedir. Model-1; için YKB bulunmaktadır. Çalışmada homojenliğin tespiti için Swamy-S testi tercih edilmiştir. Swamy-S test istatistiği sonucu eğer, kritik değerlerden büyük ise parametreler heterojen küçük ise parametreler homojen olarak yorumlanmaktadır (Yerdelen T., 2020, s.246-247). Tablo-6’da Swamy-S homojenlik testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo-6: Swamy-S Homojenlik Testi

Model-1	Chi2 değeri	P-Değeri
$Leu_{it} = \beta_0 + \beta_1 lkgdp_{it} + \beta_2 lei_{it} + \beta_3 ley_{it} + \beta_4 let_{it} + \beta_5 loopen_{it} + \beta_6 lup_{it} + \mu_{it}$	665.06	0.0000

Tablo-6’da yer alan Swamy-S homojenlik testine göre; Model-1 için P-değerlerine göre; H_0 hipotezi reddedilmiş ve parametrelerin homojen olmadığı birimden birime değiştiği kabul edilmiştir. Eğitim parametreleri birimlere göre heterojendir. Bu durumda eş bütünleşme testlerinden heterojen olanların sonuçlarına güvenmek ve heterojen paneller için önerilen tahmin yöntemlerini kullanmak uygun olacaktır. Bu özelliği ile Swamy-S testi Pedroni’nin homojen (panel) istatistikleri ile heterojen (grup) istatistikleri arasında seçim yapmak için kullanılabilir. Bu nedenle çalışmada eş bütünleşme testi olarak yatay kesit bağımlılığının olmadığı ve heterojen paneller için uygun olan pedroni panel eş bütünleşme testinden yararlanılmıştır. Pedroni panel eş bütünleşme test sonuçları tablo-7 de yer almaktadır.

Tablo-7: Pedroni Eş Bütünleşme Testi

Test	Panel	Group
v	1.569	.
rho	-5.769	-4.4
t	-16.26	-17.63
adf	-11.1	-7.133
%1; 2.576	%5;1,96	%10;1,645

Tablo-7 de H_0 hipotezinin ‘eş bütünleşme yoktur’ şeklinde kurulmaktadır. Gecikme uzunluğu AIC göre seçilmiştir, Panel v, rho (p), t ve ADF istatistikleri ve grup p, t, ADF istatistiklerinin hesaplandığı görülmektedir %95 güven düzeyinde panel v haricindeki tüm test istatistiklerine göre H_0 hipotezi red edilmiş ve enerji kullanımı ile kişi başı gelir, enerji ithalatı, enerji yoğunluğu; enerji tüketimini, ticari açıklığı ve şehir nüfusu değişkenleri arasında eş bütünleşme ilişkisine rastlanmıştır. Tablo-8 de G-20 ülkelerine ait heterojen modeller için eş bütünleşme ilişkisinin uzun dönem DOLSMG tahmin sonuçları yer almaktadır.

Tablo-8: DOLSMG Tahmin sonuçları

Değişkenler	Beta	t-stat
dlkgdp	-.1266	-4.505
dlup	-.8098	-7.889
dlei	.2142	2.042
dlet	.8238	23.35
dley	-.01216	-4.265
dlopen	-.02854	.3708
Not: %10, %5 ve %1 için kritik değerler sırasıyla $\bar{F}1.645$, $\bar{F}1.96$, $\bar{F}2.58$.		

Tablo-8’ de enerji kullanımı ile kişi başı gelir, enerji ithalatı, enerji yoğunluğu; enerji tüketimi, ticari açıklık ve şehir nüfusu değişkenleri arasında DOLSMG tahmini görülmektedir. Tahmin edilen beta parametreleri; -.1266; -.8098; .2142; .8238; -.01216 uzun dönem parametreleridir. Bu uzun dönem parametrelerinin t istatistiği anlamlıdır. DOLSMG sonuçlarına göre uzun dönemde kişi başı gelir, enerji ithalatı, enerji yoğunluğu; enerji tüketimi, şehir nüfusu enerji kullanımı değişkenini etkilemektedir. Kişi başına gelir değişkenindeki %1 lik artış enerji kullanımını yaklaşık olarak % 0.13 azaltmaktadır. Şehir nüfusu değişkenindeki %1 lik artış enerji kullanımını yaklaşık olarak % 0.81 azaltmaktadır. Enerji ithalatı değişkenindeki %1 lik artış enerji kullanımını yaklaşık olarak % 0.22 artırmaktadır. Enerji tüketimi değişkenindeki %1 lik artış enerji kullanımını yaklaşık olarak % 0.82 artırmaktadır. Enerji yoğunluğu değişkenindeki %1 lik artış enerji kullanımını % 0.012 azaltmaktadır. Ticari açıklık değişkenindeki %1 lik artış enerji kullanımını % 0.028 azaltmaktadır. Beta katsayıları ise teori ile doğru yönlü sonuçlar vermektedir. Nüfusta meydana gelen artışın enerji kullanımını artırması beklenirken çalışmada azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Kişi başı GSYH da meydana gelecek bir artışın enerji kullanımını artırması gerekirken çalışmada azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Enerji ithalatında meydana gelen bir artışın, enerji kullanımını azaltması beklenirken çalışmada artırmıştır. Enerji yoğunluğunda meydana gelen bir artış, enerji kullanımını azaltması gerekirken çalışmada da azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Enerji yoğunluğu, bir birim gelir elde etmek için geçmişte olduğundan daha az enerji kullanımı anlamına geldiğinden aralarında negatif bir ilişkinin olması beklenen bir sonuçtur. Bu sonuç Jevons’un önermiş olduğu enerji verimliliğindeki artışın daha fazla enerji kullanımına yol açtığı yönündeki önerisine ters bir sonuç olduğu için Jevons paradoksu geçerli değildir.

Panel nedensellik testi kapsamında her bir ülke için enerji kullanımı ile kişi başı GSYH, enerji ithalatı, enerji yoğunluğu, enerji tüketimi, şehir nüfusu ve ticari açıklık, alt bileşenleri arasında nedensellik ilişkisinin belirlenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışmada G-20 ülkeleri için 1980-2015 döneminde bağımlı

ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki Dumitrescu ve Hurlin nedensellik testi kapsamında ele alınmış ve aşağıda tablo-9 da araştırmanın bulgularına yer verilmiştir

Tablo-9: Dumitrescu ve Hurlin Nedensellik Sonuçları

Test İstatistiği Sonuçları			
H0 Hipotezi	Wbar istatistik	Zbar istatistik	Olasılık
$\Delta \text{kgdp} \rightarrow \Delta \text{leu}$	16.7323	7.0586	0.0000
$\Delta \text{leu} \rightarrow \Delta \text{kgdp}$	15.0305	5.5051	0.0000
$\Delta \text{lup} \rightarrow \Delta \text{leu}$	2.8403	1.6271	0.1037
$\Delta \text{leu} \rightarrow \Delta \text{lup}$	11.2405	2.0453	0.0408
$\Delta \text{lei} \rightarrow \Delta \text{leu}$	2.2757	3.4936	0.0005
$\Delta \text{leu} \rightarrow \Delta \text{lei}$	13.4622	4.0734	0.0000
$\Delta \text{let} \rightarrow \Delta \text{leu}$	17.3368	7.6104	0.0000
$\Delta \text{leu} \rightarrow \Delta \text{let}$	15.3851	5.8287	0.0000
$\Delta \text{ley} \rightarrow \Delta \text{leu}$	13.3348	3.9572	0.0001
$\Delta \text{leu} \rightarrow \Delta \text{ley}$	12.8212	3.4883	0.0005
$\Delta \text{lopen} \rightarrow \Delta \text{leu}$	2.1439	3.1326	0.0017
$\Delta \text{leu} \rightarrow \Delta \text{lopen}$	13.7654	4.3502	0.0000

Tablo-9’da ifade edilen nedensellik test sonuçlarında, H_0 hipotezi: ‘x, y’nin nedeni değildir’ şeklinde, alternatif hipotez ise; ‘x, y’in nedenidir’ şeklindedir. Elde edilen sonuçlara göre Model-1 de değişkenler arasında H_0 hipotezinin reddedildiği sonucuna ulaşılmıştır. Nedensellik test sonucuna göre; kişi başı gelir, enerji ithalatı, enerji tüketimi, enerji yoğunluğu ve ticari açıklık ile enerji kullanımı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu; enerji kullanımı ve şehir nüfusu arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ

1865 yılında literatüre giren Jevons paradoksu, var olan üretim sistemi ile doğa arasında sürdürülebilir bir ilişkinin çok zayıf olduğunu ifade etmektedir. Çünkü günümüz üretim sisteminde sağlanan verimlilik artışı üretim kaynağının maliyetini azaltsa bile yenilenemez kaynaklarla enerjiden yararlanmaya devam edilmektedir. Yenilenemez kaynak kullanımındaki artış da karbon salınımını artırarak atmosfere zarar vermektedir. Bu nedenle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler enerji tüketimini azaltmak için enerji verimliliği artışını sağlayacak önlemler almaktadır. Ülkelerin bu amaç için enerji verimliliği politikaları uygulamaları her zaman enerji tüketimini azaltmamaktadır. Bu durum Jevons paradoksu olarak ifade edilmektedir.

Jevons'un çalışması İngiltere'nin sürdürülebilirliği üzerinedir. Günümüz de yapılan çalışmaların amacı ise, Kapitalist sistem ile dünyanın ne kadar sürdürülebilir olduğu üzerinedir. Pandemi süreci de bu amaç doğrultusunda bazı değişikliklerin yapılması gerektiğini göstermiştir.

Literatürdeki bazı çalışmalar Jevons paradoksunu desteklerken, bazı çalışmalar enerji verimliliğinin artmasının enerji tüketimini azalttığı yönünde sonuçlar elde etmiştir. Bu çalışmanın ampirik bulgularına göre enerji kullanımındaki artışın enerji tüketimini artırdığı gözlenmiştir. Jevons paradoksunun desteklemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak çalışmanın ele aldığı örneklem grubu ve zaman aralığı olarak ifade edilebilir. Panel analizi sonuçları; enerji yoğunluğundaki artış ile enerji kullanımı arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar çalışmanın örneklem gurubunu oluşturan G-20 ülkeleri açısından incelendiğinde, bu ülkeler dünya üretiminde oldukça önemli bir yere sahip oldukları için üretim süreçlerinde kullanılan enerji yoğunluğundaki artışın, enerji tüketimini azaltması, enerji verimliliği politikalarının etkin olduğunu göstermektedir. Enerji verimliliği, sürdürülebilir ekonomik kalkınma açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu yüzden, enerji politikaları, enerji verimliliği ve alternatif enerji üzerine yapılan çalışmaların etkinliği ve bu yöndeki politikaların önemi üzerinde durulmasının gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Akıncı, M., Sevinç, H. & Yılmaz, Ö., (2018). Jevons paradoksu: enerji etkinliği ve rebound etkisi üzerine ekonometrik bir analiz, *Fiscaoeconomia*, 2(1), 77-98.

- Bayar, Y., & Gavriletea, M. D. (2019). Energy efficiency, renewable energy, economic growth: evidence from emerging market economies. *Quality & Quantity*, 53(4), 2221-2234.
- Bozkaya, Ş. (2023). G-7 ülkelerinde enerji tüketimi ve enerji verimliliği ilişkisi: jevons paradoksu. Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute/Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 55.
- Bhattacharya, M., Paramati, S. R., Ozturk, I., & Bhattacharya, S. (2016). The effect of renewable energy consumption on economic growth: evidence from top 38 countries. *Applied Energy*, 162, 733-741.
- Broberg, T., Berg, C. & Samakovlis, E. (2015). The economy-wide rebound effect from improved energy efficiency in Swedish industries—a general equilibrium analysis. *Energy Policy*, (83), 26-37.
- Doğan, H., & Yılankırkan, N. (2015). Türkiye'nin enerji verimliliği potansiyeli ve projeksiyonu. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Part C: Tasarım ve Teknoloji*, 3(1), 375-384.
- Dünya Bankası. (2020). World bank development indicators, <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>. Erişim Tarihi: 11/04/2023.
- Erçen, E. (2001). *Ülkemizde enerji verimliliği ve yönetimi çalışmalarının dün, bugün ve geleceği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi].
- Ergün, S. (2005). *Türkiye enerji sektöründe verimlilik göstergeleri, küreselleşmenin enerji sektöründe yapısal değişim programı ve enerji politikaları, elektrik mühendisleri odası*. 5. Enerji Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ankara.
- Eyüboğlu, K., Akdağ, S., & Özçelik, M. (2021). Gelişmekte olan ülkelerde enerji verimliliği, yenilenebilir enerji ve ekonomik büyüme etkileşiminin test edilmesi. *Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 29-36.
- Greene, D. L. (1992). Vehicle use and fuel economy: how big is the rebound effect?, *The Energy Journal*, 13(1), 117-143.
- Jin, S. H. (2007). The effectiveness of energy efficiency improvement in a developing country: rebound effect of residential electricity use in South Korea, *Energy Policy*, 35(11), 5622-5629.
- Karakaya, H. (2017). Enerji verimliliği kapsamında Türkiye'nin enerji tüketimi ve ekonomik büyümesi arasındaki nedensellik ilişkisinin değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 26-39.
- Kaleci, F. & Şahbaz, A. (2018). Rebound effect on energy efficiency and energy consumption in Turkey, *Intertional Congress On Social and Economic Sciences*, November 26-28, Budapest.
- Kılıçarslan, Z., & Dumrul, Y. (2019). Enerji rebound etkisinin panel veri yöntemi ile analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(1), 1-13.
- Konak A. & Şahin G. (2019), OECD ülkeleri kapsamında rebound etkisinin geçerliliğine yönelik bir sına, *BMIJ*, (2019), 7(4),1361-1382 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i4.1179>.
- Lin, B. and Liu, X. (2012). Dilemma between economic development and energy conservation: energy rebound effect in China. *Energy*, 45(1), 867-873.
- Marinaş, M. C., Dinu, M., Socol, A. G., & Socol, C. (2018). Renewable energy consumption and economic growth. causality relationship in central and eastern European countries. *PloS one*, 13(10), e0202951.

- Menyah, K., Nazlioglu, S. & Wolde-Rufael, Y. (2014). Financial development, trade openness and economic growth in african countries: new insights from a panel causality approach, *Economic Modelling*, (37), 386-394.
- Ouyang, J., Long, E. and Hokao, K. (2010). Rebound effect in chinese household energy efficiency and solution for mitigating it. *Energy*, 35(12): 5269-5276.
- Özbek, S., & Namoglu, M. (2021). Enerji verimliliğinin dinamikleri: var analizi ile türkiye üzerine ampirik bir çalışma. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 314-326.
- Saunders, H. D. (1992). the khazzoom-brookes postulate and neoclassical growth. *The Energy Journal*, 13 (4), 131-148.
- Saunders, H. D. (2013). Historical evidence for energy efficiency rebound in 30 us sectors and a toolkit for rebound analysts. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(7): 1317-1330.
- Shahbaz, M., Chaudhary, A. R. and Ozturk, I. (2017). does urbanization cause increasing energy demand in pakistan? empirical evidence from stirpat model. *Energy*, (122): 83-93.
- Sorrell, S. (2007). The rebound effect: an assessment of the evidence for economywide energy savings from improved energy efficiency, UK Energy Research Centre Project Report.
- Şahin, V. (1994). Enerji sektöründe geleceğe bakış (arz, talep ve politikalar), TÜSİAD Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/94, 11-168, İstanbul.
- Tekkol, B. (2019). Enerji tüketiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinde enerji verimliliğinin rolü: Türkiye örneği [Yüksek lisans Tezi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi].
- Turgut, E., & Gökten, Y. S. (2023). Jevons paradoksu hala geçerli mi? yükselen piyasa ekonomileri örneği. *Verimlilik Dergisi*, 57(1), 85-102.
- Turner, K. (2009). Negative rebound and disinvestment effects in response to an improvement in energy efficiency in the uk economy. *Energy Economics*, 31(5), 648-666.
- Yang, Q.-R., Zhang, K., Yuan, X.-X. and Liang Q.-M. (2019). Evaluating the direct rebound effect of china's urban household energy demand. *Energy Procedia*, 158, 4135-4140.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2020). Panel veri ekonometrisi (5.Basım). Beta Yayınevi.
- Wang, Z., Lu, M., & Wang, J. C. (2014). Direct rebound effect on urban residential electricity use: an empirical study in china. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 30, 124-132.
- Zhang, Y. J., Liua, Z., Qina, C. X., & Tan, T. D. (2017). The direct and indirect co2 rebound effect for private cars in china. *Energy Policy*, 100, 149-161.

Yazar Katkı Oranı

Birinci Yazar araştırmaya % 70 ikinci yazar araştırmaya % 30 oranda katkı sağlamıştır.

TERS-YÜZ ÖĞRENME MODELİNİN DİNLEME VE İZLEME BECERİSİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ¹

Mehmet ULUCAN², Vedat SEKİN³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1255635

Makale Geçmişi:

Geliş 23.02.2023

Kabul 25.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Ters-Yüz Öğrenme,

Dinleme/İzleme Becerisi,

İlkokul,

Yarı Deneysel.

ÖZ

Ters yüz öğrenme, geleneksel öğrenmenin tersine çevrilerek oluşturulan modelidir. Çalışma grubu İlkokul 4. sınıftan 65 öğrencidir. Araştırmada nicel, nitel verilerin kullanıldığı karma yöntem desenlerinden açıklayıcı/açımlayıcı sıralı, nitel boyutunda nicel verileri anlaşılır kılmak amacıyla olgubilim, Nicel boyutta ön test-son test kontrol gruplu yarı deneysel desen kullanılmıştır. Uygulama öncesinde 4. sınıflara 15 sorudan oluşan "Dinlediğini Anlama Testi" ön test olarak uygulanmış, elde edilen verilere göre istatistiksel olarak birbirine yakın iki sınıftan 4/C şubesi kontrol ve 4/D şubesi deney grubu olarak seçilmiştir. Deneysel işlem sürecinde; deney grubuna dinleme/izleme metinleri, ters yüz öğrenme modeli uygulanmış, metinlerle ilgili hatırlama soruları sorularak dinlediklerini/izlediklerini hatırlama düzeyi ölçülmüştür. Deneysel uygulama 8 haftadır. Deneysel işlem sonunda deney ve kontrol grubuna "Dinlediğini Anlama Testi" son test uygulanmıştır. Deney grubundan yapılandırılmış görüşme formu ve deney grubunun sınıf öğretmeninden yarı yapılandırılmış görüşme formuyla görüş alınmıştır. Uygulama sonunda nicel verilerin analizinde SPSS 22, kullanılarak ters yüz öğrenme modelinin öğrencilerin dinleme/izleme becerisine etkisinin olup olmadığını ortaya çıkarmada Kolmogrov Smirnov testinin normalliği dikkate alınmıştır. İki grup arasında anlamlı farklılıklar deney grubu lehine çıkmıştır. Görüşme formlarından elde edilen veriler nicel verileri desteklemektedir. Ters yüz öğrenme modeli 4. sınıfların dinleme/izleme becerilerini, derse ilgilerini, isteklerini arttırdığı, uygulamayı gerçekleştiren öğretmenin modele olumlu baktığı belirlenmiştir. Sonuçlara göre modelin dinleme/izleme becerisini arttırmada var olan modelin yerine kullanılabilirliği söylenilebilir. Bulgulara dayalı çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF THE FLIPPED LEARNING MODEL ON LISTENING AND WAVING SKILLS

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1255635

Article History:

Received 23.02.2023

Accepted 25.09.2023

Keywords:

Flipped Learning,

Listening/Watching Skill,

Primary School,

Semi-Experimental.

ABSTRACT

Ters yüz öğrenme, geleneksel öğrenmenin tersine çevrilerek oluşturulan modelidir. Çalışma grubu İlkokul 4. sınıfa devamlı, 65 öğrencidir. Araştırmada nicel, nitel verilerin kullanıldığı karma yöntem desenlerinden açıklayıcı/açımlayıcı sıralı, nitel boyutunda nicel verileri anlaşılır kılmak amacıyla olgubilim deseni kullanılmıştır. Nicel boyutta ön test-son test kontrol gruplu yarı deneysel desen kullanılmıştır. Uygulama öncesinde 4. sınıflara 15 sorudan oluşan "Dinlediğini Anlama Testi" ön test olarak uygulanmış, elde edilen verilere göre istatistiksel olarak birbirine yakın iki sınıftan 4/C şubesi kontrol ve 4/D şubesi deney grubu olarak seçilmiştir. Deneysel işlem sürecinde; deney grubuna dinleme/izleme metinleri, ters yüz öğrenme modeli uygulanmış, metinlerle ilgili hatırlama soruları sorularak dinlediklerini/izlediklerini hatırlama düzeyi ölçülmüştür. Deneysel uygulama 8 haftadır. Deneysel işlem sonunda deney ve kontrol grubuna "Dinlediğini Anlama Testi" son test uygulanmıştır. Deney grubundan yapılandırılmış görüşme formu ve deney grubunun sınıf öğretmeninden yarı yapılandırılmış görüşme formuyla görüş alınmıştır. Uygulama sonunda nicel verilerin analizinde SPSS 22, kullanılarak ters yüz öğrenme modelinin öğrencilerin dinleme/izleme becerisine etkisinin olup olmadığını ortaya çıkarmada Kolmogrov Smirnov testinin normalliği dikkate alınmıştır. İki grup arasında anlamlı farklılıklar deney grubu lehine çıkmıştır. Görüşme formlarından elde edilen veriler nicel verileri desteklemektedir. Ters yüz öğrenme modeli 4. sınıfların dinleme/izleme becerilerini, derse ilgilerini, isteklerini arttırdığı, uygulamayı gerçekleştiren öğretmenin modele olumlu baktığı belirlenmiştir. Sonuçlara göre modelin dinleme/izleme becerisini arttırmada var olan modelin yerine kullanılabilirliği söylenilebilir. Bulgulara dayalı çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

¹ Bu çalışma, "İlkokul 4. Sınıf Dinleme/İzleme Metinlerinin Ters-Yüz Öğrenme Modeli Kullanılarak Dinleme/İzleme Becerisi Üzerine Etkisinin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

² Doç. Dr. Fırat Üniversitesi, İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, ulucanmho@firat.edu.tr, ORCID:0000-0001-8445-3127

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, vedatsekin@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4766-9628

Alıntılanak için/Cite as: Ulucan, M. ve Sekin, V. (2023), Ters-yüz öğrenme modelinin dinleme ve izleme becerisine etkisinin incelenmesi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 846-860.

GİRİŞ

Eğitime son yıllarda internet teknolojisinin entegre edilmesiyle yeni öğrenme yöntemleri ve öğretime dair yeni modeller oluşmaya başlamıştır. Bu öğrenme modellerinden biri harmanlanmış öğrenmenin temelini oluşturan ters yüz öğrenme modelidir. Ters yüz öğrenme, öğrenme sürecinde öğrencilerin bireysel olarak aktif olduğu, derslerde senkron yapının aranmadığı, teknolojik araçlar yardımıyla ders konularının öğrenildiği, sınıf ortamının dışından erişim fırsatı sağlandığı ve öğrencilerin üst düzey becerileri kazanılabildiği modeldir (Topal ve Akhisar, 2018). Geleneksel yüz yüze eğitim ile uzaktan eğitim modelinin harmanlanması ile oluşan ters yüz öğrenme, her iki eğitim modelinin güçlü yönlerini alarak daha etkili ve verimli öğrenmeyi sağlamaktadır (Uluyol ve Karadeniz, 2009). Bundan dolayı ters yüz öğrenme son yıllarda popülerliğini sürdürmekte ve yükseköğretimi de içeren tüm eğitim kademelerinde uygulanmaktadır (Kaya, 2018).

Ters yüz öğrenme modeli, yükseköğretimde ve K12 (anaokulundan liseye kadar eğitim veren okullar) eğitimlerinde olmak üzere iki farklı başlangıç noktası bulunmaktadır. Her iki eğitim düzeyinin ihtiyaçları ve amaçları farklı olduğundan bu modele göre farklı programlar göz önüne alınmıştır (Kara, 2016). Yükseköğretimde ters yüz öğrenme modeli 2000 yılında uygulanmasına rağmen K12 eğitimi verilen kurumlarda 2006 yılında uygulanmaya başlanmıştır (Erdoğan ve Akbaba, 2019). Yükseköğretimde, öğrenim gören her öğrencinin farklı öğrenme şekline sahip olmasından dolayı başka öğrenme uygulamalarına gidilmiştir. Çünkü geleneksel öğretimin sadece belirli seviye grubunun öğrenimini kolaylaştırdığı, diğer seviyelerdeki öğrenci gruplarının öğrenmesine katkı sağlamadığı görülmüştür (Kara, 2016; Uluçınar Sağır ve Sakar, 2017). Bu nedenle yükseköğretimde ters yüz öğrenme modeli uygulanmıştır. K12 eğitimi verilen kurumlarda ise; öğrencilerin bazı nedenlerle kaçırdıkları derslerin eksiklerini tamamlama ihtiyacından dolayı ters yüz öğrenme modeli uygulanmıştır (Kahramanoğlu ve Şenel, 2018). Her iki eğitim kademesinde uygulanan ters yüz öğrenme modeli giderek yaygınlaşarak geleneksel öğrenmeyi tam olarak tersine çevirmiştir (Yıldız, 2017).

Ters yüz öğrenme; son yıllarda uygulanan, geleneksel öğrenme anlayışını değiştiren, yapılandırmacı kuramla birlikte öğrencilerin sorumluluğunu arttıran, öğrendiklerini sınıf içerisinde uygulamaya koyan, öğrendiklerine eleştirel açıdan yaklaşabilen ve üst düzey becerileri kazandırmayı hedefleyen öğrenci merkezli bir yaklaşımdır (Karadağ, Deniz, Korkmaz ve Deniz, 2008; Faretta, 2016; Yıldız, 2017; Ünsal, 2018). Yapılandırmacı kuramı benimseyen ters yüz öğrenme modelinin, eğitim kademelerindeki tüm disiplinlerde uygulandığı ancak Türkçe öğretim programı (2019)'nda yer alan dört temel dil becerilerinden olan dinleme/izleme becerisi konusunda uygulamaların ve araştırmaların yeterli olmadığı alanyazın incelendiğinde görülmüştür (Doğan, 2010; Kurudayıoğlu ve Kiraz, 2020; Khanif, 2022).

Dinleme/izleme becerisi, alanyazında araştırmacılar tarafından ihmal edilen beceri olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz, 2007; Epçaçan, 2013). Bütünsellik anlayışının hayata geçirilmemesi ve okul öncesi döneme kadar dinleme/izleme becerisinin kazanıldığı düşüncesi bu beceriye daha az önem verilmesinin nedenlerindedir. Ayrıca dinleme ve işitme kavramlarının birbirinin yerine kullanma karmaşıklığı da ihmal edilebilir bir beceri düşüncesinin nedeni olabilir (Kurudayıoğlu ve Kiraz, 2020). Dinleme ve işitme süreçleri arasındaki en temel bilişsel fark, odaklanma ve dikkat derecesidir. Odaklanma ve dikkat derecesi dinleyenin ön bilgilerine ve çeşitli zihinsel süreçlere bağlıdır. Bu nedenle dinleme işitme değil, kulağa gelen sesleri anlamlandırma çabasıdır (Karasakaloğlu ve Bulut, 2012).

Yapılan araştırmanın önemi açısından günümüz teknolojisinden yararlanan, öğrenciyi merkeze alan anlayışı savunan ve günümüzde yaygın olarak kullanılan öğrenme modellerinden biri olan ters yüz öğrenme modeli uygulanarak dört temel dil becerilerinden olan dinleme/izleme becerisinin kazandırılması planlanmıştır. Bu plan çerçevesinde öğrencilerin ders ile ilgili bilgileri taşıyacağı ve öğrenme ortamını zenginleştirerek kalıcı öğrenmenin gerçekleşebileceği düşünülmüştür.

Yapılan alanyazın tarama çalışmalarında ülkemizde ilkokullarda dinleme/izleme becerisine yönelik ters yüz öğrenme modelinin kullanıldığı çalışmaların nicelik olarak yeterli olmadığı görülmektedir. Bu nedenle son zamanlarda insanlığın maruz kaldığı Covid-19 Pandemisi eğitim anlayışına ve yapılandırmacı yaklaşıma uygun olan ters yüz öğrenme modeli, ilkokul düzeyinde dinleme/izleme becerisine yönelik etkisinin incelenmesi açısından alanyazındaki boşluğu dolduracağı ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Belirtilen nedenlerden hareketle, ters yüz öğrenme modelinin ilkokul düzeyinde dinleme/izleme becerisinin kazanılmasına etkisinin tam olarak bilinmemesi araştırmanın problemini oluşturmaktadır. "İlkokul Türkçe derslerinde kazandırılması gereken dinleme/izleme becerisine ters yüz öğrenme modelinin etkisi var mıdır?" Sorusu araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır. Yapılan araştırmada bu probleme yönelik çözüm aranmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; Türkçe dersinde dinleme/izleme becerisine ters yüz öğrenme modeli ile yapılacak öğretimin etkisinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Ters yüz öğrenme modeli uygulanarak dinleme/izleme metinlerinin işlendiği deney grubu ile bu modelin uygulanmadığı kontrol grubu arasında, Dinlediğini Anlama Testi ön test ve son test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
2. Ters yüz öğrenme modeli uygulanarak dinleme/izleme metinlerinin işlendiği deney grubu ile bu modelin uygulanmadığı kontrol grubu arasında, dinleme/izleme metinlerinin hatırlama sorularından alınan puanlar açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
3. Ters yüz öğrenme modeli uygulanarak dinleme/izleme metinlerinin işlendiği deney grubu öğrencilerinin ters yüz öğrenme modeli hakkındaki görüşleri nelerdir?
4. Ters yüz öğrenme modeli uygulanarak dinleme/izleme metinlerinin işlendiği deney grubunun sınıf öğretmeninin ters yüz öğrenme modeli hakkındaki görüşleri nelerdir?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, nicel ve nitel veri kaynaklarının birlikte kullanıldığı karma yöntem desenlerinden açıklayıcı (açıklayıcı) sıralı desen kullanılmıştır. Karma yöntem, yapılan çalışmanın problem cümlesini açıklamak amacıyla araştırma sürecinin tüm kısımlarında veri toplamak ve bu verileri analiz etmektir (Creswell, 2008). Bu süreçte bir yöntemin zayıf yanlarının diğer yöntemin güçlü yönleriyle tamamlanmasını sağlayan hem nitel hem nicel verilerin elde edildiği yöntemdir (Aktan, Budak ve Botabekovna, 2019). Yapılan bu araştırmanın temelini, deneysel boyut verileri oluştururken nitel veriler açıklayıcı ve destekleyici durumdadır.

Araştırmanın deneysel boyutunda deneysel desenlerden biri olan ön test-son test kontrol gruplu yarı deneysel desen kullanılmıştır. Ön test-son test kontrol gruplu desende, her iki grubun rastgele atama yoluyla gerçekleştirilmesi her zaman mümkün olmayabilir (Akgün ve Atıcı, 2017; Büyüköztürk, 2006; Aydın ve Balım, 2005). Bu durumlarda kullanılacak desen, yarı deneysel desendir. Bu desende bir kontrol ve bir veya birden fazla deney grubu olabilir. Gruplara ilk olarak ön testlerin uygulanmasıyla başlanır. Deney grubuna derslerde yeni bir model uygulanır, kontrol grubunda ise her hangi bir değişiklik yapılmadan dersler devam ettirilir (Katrancı ve Yangın, 2013; Gülsar, 2014). Uygulamanın son aşamasında gruplara son test uygulanır (Angın ve Çetinkaya, 2021). Bu bağlamda araştırmada “Dinlediğini Anlama Testi” ön test ve son test olarak deney ve kontrol grubuna uygulanmıştır.

Araştırmanın nitel boyutunda nicel verileri daha detaylı bir şekilde anlaşılır kılmak amacıyla veriler elde edilmiştir. Nitel araştırma, incelediği problemin çözümüne ilişkin farklı veri toplama araçlarını kullanarak sorgulayıcı, yorumlayıcı ve en tabii biçimini anlamaya ve yorumlamaya çalışan araştırma yöntemidir (Baltacı, 2019; Fidan, 2020). Araştırmanın nitel boyutunda, uygulanan modeli değerlendirebilmek açısından olgubilim deseni tercih edilmiştir. Olgubilim deseni, yaşanan deneyimleri değerlendirmeye odaklanan bir desendir (Kocabıyık, 2016). Bu bağlamda araştırmada ters yüz öğrenme modelinin uygulandığı deney grubu öğrencilerinden ve modeli uygulayan sınıf öğretmeninden modele ilişkin görüşler alınmıştır. Yapılan araştırmada betimsel analiz tekniği kullanılarak veriler sunulmuştur. Betimsel analiz, kavramsal olarak daha önceden açık bir şekilde belirlendiği araştırmalarda kullanılır. Kullanılan bu analiz araştırmanın problemine göre önceden belirlenen temalara göre düzenlenir ve sorular ya da boyutlar dikkate alınarak sunulur (Sözbilir, 2009).

Çalışma Grubu

Araştırmaya, Batman ili Merkez ilçesine bağlı bir devlet okulundaki 4/D (deney grubu) ve 4/C (kontrol grubu) sınıflarında öğrenim gören 65 öğrenci ve modeli uygulayan sınıf öğretmeni katılmıştır. Bu öğrencilerden 31’i 4/D, 34’ü 4/C şubelerinden katılım sağlamıştır.

Uygulama Süreci

Uygulama süreci öncesinde gerekli olan tüm resmi izinler alınmıştır ve araştırmanın deneysel boyutu başlamıştır. Araştırmanın uygulama boyutunda tasarlanan desene göre deney ve kontrol grupları tasarlanmış ve Atatürk İlkokulu’nda bulunan dört adet 4. sınıf şubesine “Dinlediğini Anlama Testi” ön test şeklinde uygulanarak gruplar belirlenmiştir. Her iki gruptan elde edilen veriler, istatistik programıyla (SPSS) değerlendirilerek istatistiksel olarak birbirine yakın iki şube rastgele atama yoluyla 4/C şubesi kontrol ve 4/D şubesi deney grubu olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın uygulama süreci 03.10.2022 - 09.11.2022 tarihleri arasında ön test ve son test uygulamalarıyla birlikte toplam 8 hafta süre ile gerçekleşmiştir. Uygulama 30 ders saati sürmüştür. İlkokul 4. sınıf Türkçe ders kitabının dinleme/izleme metinleri, deney grubunda ters yüz öğrenme modeli kullanılarak derslerde işlenmiş kontrol grubunda ise derslere her hangi bir müdahale olmadan dinleme/izleme metinleri işlenmiştir. İşlenen her metinden bir hafta sonra metne ait hatırlama soruları çalışma kâğıtlarına aktarılarak uygulanmıştır. Türkçe derslerinde işlenen dinleme/izleme metinlerinin ardından deney ve kontrol gruplarına “Dinlediğini Anlama Testi” son test olarak uygulanmıştır.

Uygulama süreci sonrası deney grubu öğrencilerinden ve uygulamayı gerçekleştiren sınıf öğretmeninden ters yüz öğrenme modeli ile ilgili görüş almak için görüşme formları uygulanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada karma yöntem kullanılmış olduğundan araştırma problemini cevaplamak için aşağıdaki veri toplama araçları kullanılmıştır.

Nicel Veri Toplama Araçları

Dinlediğini Anlama Testi

Araştırmada, öğrencilerin dinlediğini anlama becerisini ölçmek için araştırmacılar tarafından hazırlanan “Dinlediğini Anlama Testi” kullanılmıştır. İlkokul 4. sınıf MEB yayınları Türkçe ders kitabının üçüncü temasında yer alan “Akıllı Güvercin Matuka” adlı dinleme/izleme metni, uzmanlardan (Sınıf Eğitimi, Türkçe Eğitimi ve Ölçme Değerlendirme A.B.D. alanında doktora yapmış uzmanlar) alınan görüşlerin neticesinde “Dinlediğini Anlama Testi” kullanılacak metin olarak kabul edilmiştir.

Çalışmada geçerlik ve güvenilirlik için 21 soruluk madde havuzu alan uzmanlarından (Sınıf Eğitimi, Türkçe Eğitimi ve Ölçme Değerlendirme A.B.D. alanında doktora yapmış uzmanlar) görüş istenmiştir. Geçerlik ve güvenilirlik için Lawshe analiz yöntemi kullanılmış, “uygun değil”, “uygun” ve “kısmen uygun” ölçütlerine göre uzman görüşü toplanmış ve kapsam geçerlilik indeksi belirlenmiştir. Yurdugül’e (2005) göre kapsam geçerlilik indeksi, herhangi bir maddeye ilişkin “uygun” görüşünü belirten uzman sayısının maddeye ilişkin görüş belirten toplam uzman sayısına oranının 1 eksiği ile elde edilir.

Tablo 1. Kapsam Geçerliliği İndeksine İlişkin Sonuçlar

Madde Numaraları	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	KGİ
Madde 1	8	0	0	1.00
Madde 2	7	1	0	0.42
Madde 3	8	0	0	1.00
.....				
Madde 14	7	1	0	0.42
.....				
Madde 21	5	2	1	0.25
Uzman Sayısı	8			
Kapsam Geçerliliği İndeksi	0.84			

Çalışmada toplam sekiz uzman görüşü alınmış olup gelen görüşler doğrultusunda maddelerde düzeltme yapılmış, uygun görülmeyen maddeler çalışmadan çıkarılmıştır. Görünüş geçerliliği incelendiğinde gelen dönütler doğrultusunda maddelerin ilgili yapıyı ölçebilecek özellikte olduğuna karar verilmiştir. Uzmanların maddelere verdiği görüşler doğrultusunda kapsam geçerliliği indeksinin .84 oranında olduğu belirlenmiştir. Yurdugül’e (2005) göre sekiz uzmanlık bir gruptan görüş alındığında bu değer en az .78 olarak belirlenmelidir. Dolayısıyla kapsam geçerliliği indeksinin uygun aralıkta olduğu söylenebilir.

Hatırlama Soruları

Araştırmada deney ve kontrol grubundaki öğrencilere, bir dinleme/izleme metni işlenip diğer metne gelindiği zaman hatırlama düzeylerini ölçmek amacıyla önceki metinle ilgili hatırlama soruları sorulmuştur. Alınan uzman görüşleri neticesinde dinleme/izleme metinlerinin etkinliklerinden sorular alınmış ve belirli bir düzen oluşturması bakımından dört soru ile sınırlandırılmıştır. Hatırlama soruları çalışma kâğıtlarına aktarılarak öğrencilere yanıtlamaları için dağıtılmıştır. Öğrenciler tarafından yanıtlanan sorular sınıf öğretmeni tarafından toplanarak zarfa konulmuştur. Dinleme/izleme metinlerinin hatırlama sorularından elde edilen veriler tek tek analiz edilerek deney ve kontrol grubu arasında hatırlama seviyeleri bakımından anlamlı bir farklılığın olup olmadığına bakılmıştır.

Görüşme

Çalışmada araştırmacı tarafından, uygulamayı gerçekleştiren sınıf öğretmeninden ve deney grubu öğrencilerinden veri toplamak amacıyla görüşme formları hazırlanmıştır. Görüşme formları, Fırat Üniversitesi Temel Eğitim Bölümünde görev yapan 3 sınıf eğitimi uzmanı ve 2 sınıf öğretmeni görüşü doğrultusunda düzenlenmiş ve son halini almıştır. Ters yüz öğrenme modelini uygulayan deney grubunun sınıf öğretmenine ve deney grubu öğrencilerine yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Öğretmen görüşme formu açık uçlu üç sorudan oluşmaktadır. Sorular, uygulanan ters yüz öğrenme modeli ve bu modelin Türkçe derslerinde dinleme/izleme becerisine etkisi hakkında görüş ve önerilerini almaya yöneliktir. Öğrencilere ise iki soru açık uçlu olacak şekilde görüşme formu oluşturulmuştur. Öğrencilerden görüşme kapsamında, ters yüz öğrenme modeli kullanılarak dinleme/izleme metinleriyle işlenen dersler ve ters yüz öğrenme modeli hakkında görüşleri alınmıştır. Görüşme ses kaydı alındıktan sonra yazıya aktarılıp elde edilen nitel verilerin analizi yapılmıştır.

Verilerin Analizi

Dinleme/izleme metinlerinin ters yüz öğrenme modelini kullanarak dinleme/izleme becerisine etkisinin değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışmada nicel verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 22 paket programından yararlanılmıştır. Uygulama öncesi tüm dördüncü sınıf şubelerinde öğrenim gören öğrencilere “Dinlediğini Anlama Testi” uygulanmış, elde edilen veriler SPSS programına girilerek istatistiksel olarak birbirine yakın olan iki şubeden biri deney ve diğeri de kontrol grubu olarak seçilmiştir.

Uygulanan ön testlerin ardından deney ve kontrol grubunda araştırmanın uygulama aşamasına geçilmiştir. Araştırma süresince deney grubunda dersler, ters yüz öğrenme modeline göre işlenirken kontrol grubunda bir değişiklik olmadan sınıf içerisinde müfredata uygun yöntemlerle işlenmiştir. İlkokul 4. Sınıf Türkçe Dersi MEB yayınları kitabındaki dinleme/izleme metinleri çalışma kâğıtlarına aktarılmış ve metinler her iki grupta uygun yöntemlerle işlenmiştir. İşlenen dinleme/izleme metinlerinin ardından bir hafta sonra metinle ilgili hatırlama soruları hazırlanmış ve yine çalışma kâğıtlarına aktarılıp uygulanmıştır. Bu uygulama altı hafta boyunca sürmüştür. Uygulama sonuna gelindiğinde bu çalışma kâğıtlarından elde edilen veriler istatistiksel olarak analiz edilerek deney ve kontrol grubu arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına bakılmıştır. “Dinlediğini Anlama Testi” son test olarak tekrar uygulanarak iki grup arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına bakılmıştır. Anlamlı farklılığın olup olmadığını anlamak için verilerin analizinde hangi tür istatistik yönteminin kullanılacağını belirlemek amacıyla normallik testleri yapılmıştır. Çalışmada kontrol grubunda 34, deney grubunda ise 31 katılımcı olduğu için bu çalışmada Kolmogrov Smirnov test sonuçları göz önünde bulundurulmuştur. Kolmogrov Smirnov test sonuçları incelendiğinde tüm değerlerin .05’in üzerinde olduğu saptanmıştır.

Araştırmanın nitel veri toplama araçları ile elde edilen veriler betimsel analiz yapılarak oluşturulmuştur. Aktarılabilirlik açısından bulguların sunumunda doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Elde edilen nicel verileri daha iyi ve detaylı açıklayabilmek adına deney grubu öğrencilerine ve deney grubunun sınıf öğretmenine görüşme formu uygulanmıştır.

BULGULAR

Ters yüz öğrenme modelinin dinleme/izleme becerisine etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular aşağıda ifade edilmiştir.

Araştırmanın Nicel Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmada kontrol ve deney grubu öğrencilerinin ön testleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan ilişkisiz t-testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Kontrol ve Deney Gruplarının Ön Test Sonuçları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Yapılan İlişkisiz Örneklem İçin T-Testi Sonuçları

	N	X	S	Sd	t	p
Kontrol Grubu	34	13.09	3.57	63	-0.163	0.871
Deney Grubu	31	13.23	3.19			

Kontrol ve deney gruplarının ön test sonuçları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için yapılan İlişkisiz Örneklem T-Testi sonuçlarına göre kontrol ($x=13.09$) ve deney ($x=13.23$) grupları arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır [$t(63)=-0.163, p>0.05$].

Araştırmada kontrol ve deney grubu öğrencilerinin son testleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan ilişkisiz örneklem t-testi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Kontrol ve Deney Gruplarının Son Test Sonuçları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Yapılan İlişkisiz Örneklem t-Testi Sonuçları

	N	X	S	Sd	t	p
Kontrol Grubu	34	13.26	3.66	63	-4.462	0.002
Deney Grubu	31	16.58	2.01			

Tablo 3 incelendiğinde kontrol ve deney gruplarının son test sonuçları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için yapılan ilişkisiz örneklem t-testi sonuçlarına göre kontrol ($x=13.26$) ve deney ($x=16.58$) grupları arasında anlamlı bir farklılık gözlenmiştir [$t_{(63)}=-4.463$, $p<0.002$]. Hesaplanan etki büyüklüğü ($d=1.12$) ise bu farkın çok yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Kontrol grubu öğrencilerinin ön test ve son test sonuçlarının arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için yapılan ilişkili örneklem t-testi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Kontrol Grubunun Ön Test Son Test Sonuçlarına İlişkin Yapılan İlişkili Örneklem t- Testi Sonuçları

	N	X	S	Sd	t	p
Ön Test	34	13.09	3.57	33	-0.556	0.575
Son Test	34	13.26	3.66			

Ters-yüz öğrenme modelinin kullanılmadığı 34 kişilik kontrol grubu öğrencilerinin uygulama sonrası yapılan ilişkili örneklem t testi sonucuna göre ön test ($X_{Ön\ Test}=13.09$) ve son test ($X_{Son\ Test}=13.26$) sonuçları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir [$t_{(33)}=-0.556$, $p>0.05$].

Deney grubu öğrencilerinin ön test ve son test sonuçlarının arasında bir anlamlı fark olup olmadığını belirlemek için yapılan İlişkili Örneklem T-Testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Deney Grubunun Ön Test Son Test Sonuçlarına İlişkin Yapılan İlişkili Örneklem t-Testi Sonuçları

	N	X	S	Sd	t	p
Ön Test	31	13.23	3.19	30	-6.828	0.006
Son Test	31	16.68	1.9			

Ters-yüz öğrenme modelinin uygulandığı 34 kişilik deney grubu öğrencilerinin uygulama sonrası yapılan ilişkili örneklem t testi sonucuna göre ön test ($X_{Ön\ Test}=13.23$) ve son test ($X_{Son\ Test}=16.68$) sonuçları arasında anlamlı bir fark görülmüştür [$t_{(30)}=-6.828$, $p<0.05$]. Hesaplanan etki büyüklüğü ($d=0.84$) bu farkın büyük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Kontrol ve deney gruplarının hatırlama sorularından aldıkları ortalama puan ve standart sapmaları Tablo 6 ve Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 6. Kontrol Grubu Hatırlama Soruları Ortalama Puan ve Standart Sapmaları

Metin	X	S
Şiir Şiir Türkiye	1.21	0.97
Resimdeki Kuşlar	1.38	0.85
Küçük Nezahat	1.61	1.15
Bir İlaç Masalı	1.00	0.95
Bilim İnsanı Nasıl Olunur?	1.71	1.31
Akdeniz’le Röportaj	1.35	0.84
Toplam	1.38	1.05

Tablo 6 incelendiğinde kontrol grubu öğrencilerinin “Şiir Şiir Türkiye” metninden $X=1.21$ $S=0.97$, “Resimdeki Kuşlar” metninden $X=1.38$ $S=0.85$, “Küçük Nezahat” metninden $X=1.61$ $S=1.15$, “Bir İlaç Masalı” metninden $X=1$ $S=0.95$, “Bilim İnsanı Nasıl Olunur?” metninden $X=1.71$ $S=1.31$, “Akdeniz’le Röportaj” metninden $X=1.35$

S=0.84 ve son olarak tüm metinlerden $X=1.38$ $S=1.05$ ortalama puan ve standart sapma oluşturdukları belirlenmiştir.

Tablo 7. Deney Grubu Hatırlama Soruları Ortalama Puan ve Standart Sapmaları

Metin	X	S
Şiir Şiir Türkiye	2.48	1.00
Resimdeki Kuşlar	2.55	0.89
Küçük Nezahat	3.16	1.00
Bir İlaç Masalı	2.97	0.66
Bilim İnsanı Nasıl Olunur?	2.45	0.68
Akdeniz’le Röportaj	2.77	0.8
Toplam	2.73	0.88

Tablo 7 incelendiğinde kontrol grubu öğrencilerinin “Şiir Şiir Türkiye” metninden $X=2.48$ $S=1$, “Resimdeki Kuşlar” metninden $X=2.55$ $S=0.89$, “Küçük Nezahat” metninden $X=3.16$ $S=1$, “Bir İlaç Masalı” metninden $X=2.97$ $S=0.66$, “Bilim İnsanı Nasıl Olunur?” metninden $X=2.45$ $S=0.68$, “Akdeniz’le Röportaj” metninden $X=2.77$ $S=0.8$ ve son olarak tüm metinlerden $X=2.73$ $S=0.88$ ortalama puan ve standart sapma oluşturdukları belirlenmiştir.

Hatırlama sorularından alınan puanlar tek tek metin olarak değerlendirildiğinde deney grubu öğrencilerinin kontrol grubu öğrencilerinden yüksek puan aldıkları, ayrıca tüm metinler genel bir çerçevede değerlendirildiğinde de deney grubu öğrencilerinin kontrol grubu öğrencilerinden yüksek puan aldıkları belirlenmiştir.

Araştırmanın Nitel Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmada deney grubu olan 4/D sınıfı öğrencilerine iki açık uçlu sorulardan oluşan bir görüşme formu uygulanmıştır. Öğrencilerin bu forma verdikleri cevaplardan hareketle aşağıdaki bulgular elde edilmiştir. Açık uçlu sorulardan birincisi olan “Ters yüz öğrenme modeli ile işlenen dinleme metinleri derslerinin daha önceki dinleme derslerinden ne gibi farkları oldu?” sorusuna öğrencilerin verdiği yanıtlar ve yanıtların analizleri aşağıdaki Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Ters Yüz Öğrenme Modeli İle Derslerin Karşılaştırılması

Tema	Kod	Frekans	Yüzde(%)
Ters Yüz Öğrenme Modeli ile Derslerin Karşılaştırılması	Daha iyi anlama	13	38,2
	Etkinlikleri daha kolay yapma	9	30,6
	Derse karşı istek	8	23,5
	Dinleme Ortamı Uygunluğu	4	11,7
	Toplam	34	100

ÖG.1: “Metinleri daha iyi anladım. Öncekilerinde etkinlikleri yapamıyordum.”

ÖG.2: “Metinleri anlamamıza fayda sağladı. Evde yapamadığımız etkinlikleri okulda kolayca yapabildim.”

ÖG.3: “Mesela daha önce dinlerken öğretmenimiz bir anda kapatıp etkinlikleri yapmamızı istiyordu ve zorlanıyorduk. Şimdi bu sıkıntım bitti.”

ÖG.4: “Artık metinleri anlıyoruz.”

ÖG.5: “Metinleri çok iyi anlıyorum. Öncekinde anlamıyordum.”

ÖG.6: “Tüm etkinlikleri nerdeyse öğretmenle yapabildik.”

ÖG.7: “Evde annemle etkinlikleri yaparken zorlanıyorduk daha önce ama şimdi arkadaşlarla ve öğretmenle yapıyoruz.”

ÖG.8: “Fikrim yok.”

ÖG.9: “İstedğim kadar evin her yerinde dinliyorum. Derse öyle geliyorum.”

ÖG.10: “Bence bir fark olmadı zaten anlıyordum.”

ÖG.11: “Evde çok ses vardı anlamıyordum. Okulda dinleseydik anlardım. Sesler kalitesizdi.”

ÖG.12: “Önceki derslerde metni sadece öğretmen okuyordu. Hiç bir şey görmüyordum anlamıyordum. Şimdi evde hem dinliyorum hem görüyorum daha iyi anlıyorum.”

- ÖG.13: “Ters yüz öğrenmede tek fark etkinlikleri yetiştiriyoruz. Eve ödev kalmıyor.”
ÖG.14: “Metinleri çok iyi dinliyoruz anlıyoruz. Kolayca yapıyoruz.”
ÖG.15: “Daha önce okulda bir ders öğretmen dinletiyordu yine de anlamıyordum. Şimdi tek başıma evde anlayıp derse geliyorum.”
ÖG.16: “Metinleri dinlerken zevk alıyordum evde daha önce böyle değildi.”
ÖG.17: “Benim için bir fark olmadı.”
ÖG.18: “Gerçekten dinlemeyi öğrendim. Artık her şeyi anlıyorum.”
ÖG.19: “Çok farkları oldu dinliyorum, anlıyorum ve yapıyorum.”
ÖG.20: “Bütün etkinlikleri okulda bitirebildik çünkü anladık hepsini.”
ÖG.21: “Öğretmenimiz eve daha az ödev veriyordu. Evde sadece dinliyorduk videoyu izliyorduk.”
ÖG.22: “Eskiden okulda dinlerdik, şimdi evde dinliyoruz.”
ÖG.23: “Daha önce sadece okulda dinliyorduk. Şimdi yatmadan öncede metinleri dinleyebiliyorum.”
ÖG.24: “Mesela daha iyi anladım daha iyi soruları cevapladım.”
ÖG.25: “Şimdi metindeki olayları canlandırabiliyoruz eskiden o etkinlikleri geçiyorduk.”
ÖG.26: “Hiçbir fark yok.”
ÖG.27: “Evde yapamadığım etkinliklerden sonra üzülüyordum şimdi üzülmiyorum.”
ÖG.28: “Çok daha iyi anlamama yardımcı oldu.”
ÖG.29: “Bence okulda dinlemek daha iyi bizim ev çok sesli metinleri anlamadım.”
ÖG.30: “Bütün metinleri anladım ve etkinlikler çok kolay geldi.”
ÖG.31: “Evde yapamadığımız çoğu şeyi okulda yapabildik.”

Elde edilen bulgulara bakıldığında öğrencilerin çeşitli yanıtlar verdiği görülmektedir. Öğrencilerin bu soruya verdiği yanıtlardan hareketle ters yüz öğrenme modeli ile işlenen derslerin daha önceki derslere göre daha iyi anlamayı, metne ait etkinlikleri daha kolay yapabilmeyi ve tamamlamayı, dinleme ortamını uygun hale getirebilmeyi ve derse karşı istekli olmayı daha iyi sağladığı görülmektedir. Ayrıca ters yüz öğrenme modeliyle öğrenciler dinleme/izleme metinlerine karşı var olan çekincelerinin de azaldığını ifade etmişlerdir. Öğrencilerden biri soruya “fikrim yok” yanıtı vermiştir. İki öğrenci ise ters yüz öğrenme modelinin diğer derslerden bir farkının olmadığını ifade etmiştir.

Açık uçlu sorulardan ikincisi olan “Ters yüz öğrenme modeliyle işlenen dinleme metinleri ile yapılan bu çalışma hakkında düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna öğrencilerin verdiği yanıtlar ve yanıtların analizleri aşağıdaki Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Ters Yüz Öğrenme Modeli İle İlgili Görüşler

Tema	Kod	Frekans	Yüzde(%)
Ters Yüz Öğrenme Modeli ile İlgili Görüşler	İlgi ve İstek	16	44,4
	Verimli Zaman	7	19,4
	Anlama	13	36,1
	Toplam	36	100

- ÖG.1: “Çok güzel bir modelmiş. Evde dinlerken heyecanlanıyordum.”
ÖG.2: “Evde dinlemek iyiymiş. Sonra okulda uygulama yapmak çok iyi.”
ÖG.3: “Ben metinleri dinlerken deftere yazıyordum. Tabi ki bu model sayesinde oldu.”
ÖG.4: “Ben bu modeli çok sevdim. Keşke devam etse.”
ÖG.5: “Evde ödev yapmamak harika. Ben bu modeli çok sevdim.”
ÖG.6: “Bu modelle artık her şey aklımda kalıyor. Hala bile aklımda metinlerin hepsi.”
ÖG.7: “Ters yüz öğrenme bence çok daha iyi oldu. Artık daha kolay öğreniyoruz. Bu çok daha güzel.”
ÖG.8: “Çok güzeldi artık sınavları çok hızlı bitiriyordum, çok mutlu oldum.”
ÖG.9: “Ters yüz öğrenme modeliyle daha iyi anladım. Bu da derse karşı ilgimi arttırdı. Artık dinleme derslerini çok seviyorum.”
ÖG.10: “Hiç güzel değildi. Ters yüz eğitimi hiç sevmedim.”
ÖG.11: “Çok daha iyi eskiye göre.”
ÖG.12: “Öğretmenimin gönderdiği metinleri severek dinledim ve aklımda kaldıkça mutlu oluyordum.”

- ÖG.13: “Evde defalarca dinleyip okula geliyordum ve hepsini yapıyordum. Derse karşı ilgimi artırdı.”
ÖG.14: “Bu model sayesinde evde kitap okuma zamanı buldum. Çok iyiydi.”
ÖG.15: “Çok iyi bir modelmiş.”
ÖG.16: “Artık daha iyi anlıyorum. Bence ters yüz öğrenme çok iyi.”
ÖG.17: “Çok kolay ve eğlenceli bir modelmiş.”
ÖG.18: “Her hafta metinlerin gelmesini sabırsızlıkla bekliyordum. Harika bir model.”
ÖG.19: “Odam da istediğim kadar dinledim anlayıp okula geldim. Çok mutlu oluyordum. İyi bir modelmiş.”
ÖG.20: “Bu model sayesinde öğretmenin sesinden metni dinledik. Bu model çok güzel.”
ÖG.21: “Metinleri bu kadar anlayamıyordum şimdi ters yüz öğrenmeyle anlıyorum. Süpermiş.”
ÖG.22: “Evde metinleri izlemek çok güzeldi. Başka bir modelde bu yok.”
ÖG.23: “Derse karşı ilgim ve merakım daha da arttı.”
ÖG.24: “Bence harika ben çok sevdim çok güzel.”
ÖG.25: “Her hafta metni dinlemek için heyecanlandım. Eskiden bu kadar heyecanlanmazdım.”
ÖG.26: “Ters yüz öğrenme modeli ile Türkçe derslerine karşı hevesim arttı.”
ÖG.27: “Bu modelle başarımla arttı. Çok güzel model.”
ÖG.28: “Daha çok dinleyip daha kolay yaptım etkinlikleri. Çok mutluyum.”
ÖG.29: “Hep bu model olsun. Çok iyi.”
ÖG.30: “Ben sevmedim bu modeli. İyi değil.”
ÖG.31: “Bu modelle öğretmenimin sesini duydum çok heyecanlandım. Bence çok iyi bir model.”

Elde edilen bulgulara bakıldığında öğrencilerin çeşitli yanıtlar verdiği görülmektedir. Ters yüz öğrenme modeli ile işlenen derslerde öğrenciler derse karşı daha ilgili ve istekli oldukları, zamanı daha verimli kullandıkları ve dinlenen metinleri daha iyi anladıkları yönünde yanıtlar vermişlerdir. İki öğrenci ise ters yüz öğrenme modelini benimsemediğini belirtmişlerdir.

Uygulamayı gerçekleştiren sınıf öğretmenine aşağıda yer alan görüşme soruları sorulmuştur. Öğretmenin bu sorulara verdiği yanıtlardan hareketle aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Öğretmene, ters yüz öğrenme modeli hakkındaki görüşlerini almak için aşağıdaki soru yöneltilmiştir;

1. “Türkçe derslerinde uyguladığınız ters yüz öğrenme modeli hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” Öğretmenin bu soruya cevabı şöyle olmuştur: “Ters yüz öğrenme modeli ile ilgili bilgileri ilk defa sizden duydum. Bu modeli uygulamak için heyecanlıydım ve bir o kadar da tedirgindim. Çünkü sınıfta ilk defa uygulayacaktım. Uygulama sırasında ters yüz öğrenme modelinin kalitesini gördüm ve keşke daha önce bilgi sahibi olsaydım diye düşündüm.”

Öğretmenin bu yanıtından sonra sondaj sorusu olarak şu soru sorulmuştur.

1.1. “Ters yüz öğrenme modeli ile işlenen dinleme/izleme metinleri hakkında ne düşünüyorsunuz?” Öğretmenin bu soruya cevabı ise “Ters yüz öğrenme modelinde kullandığımız dinleme/izleme metinleri ve videoları gayet iyiydi. Sınıf seviyesine uygundu. Metinlerin dijital ortamda olması ve kolay erişilebilir olması da işimizi kolaylaştırdı. Metinlerin belirli milli ve manevi değerleri de kapsıyor olması derse karşı ilgimizi artırdı.” şeklinde olmuştur.

Öğretmenin bu yanıtından sonra diğer sondaj sorusu şu olmuştur;

1.2. “Ters yüz öğrenme modeli öğrencilerin merak, ilgi ve seviyelerine uygunluğu hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” Öğretmenin bu soruya yanıtı şu şekilde olmuştur: “Uyguladığımız ters yüz öğrenme modeli öğrencilerimizin derse karşı ilgisini artırdı. Her hafta acaba hangi metni dinleyeceğiz diye merak ediyorlardı. Çünkü bu yaşta çocukların teknolojiye olan merakını biliyorsunuz. Bu modelin tüm kademelerde uygulanabilir diye düşünüyorum. 4. Sınıf düzeyinde gayet güzel bir şekilde sorunsuz olarak uyguladık ve olumlu sonuç aldığımızı düşünüyorum.”

Öğretmenin bu cevabından sonra son sondaj sorusu olarak şu sorulmuştur;

1.3. “Ters yüz öğrenme modeli hakkındaki eleştirileriniz/önerileriniz nelerdir?” Öğretmenin cevabı ise şu şekilde olmuştur; “Ters yüz öğrenme modelini hem ben hem öğrencilerim çok sevdiler. Fakat bazen dinleme/izleme metinlerini dinlemeden derse gelebiliyorlardı. Bunun nedeni teknolojik cihazlarla ilgiliydi diye düşünüyorum. Hatta bazen ailelerin internet kotalarının az olmasından yakılarak bu hafta metni dinlemeseler olur mu? Diye soruyorlardı. Sonuç olarak teknolojik bir sıkıntı olunca bu model uygulanamıyor. Eğer bu modeli tüm okullar kullanacaksa bütün öğrencilerin teknolojik alt yapıya sahip olması gerektiğini düşünüyorum. Tabi ki öğretmenler de bu teknolojiye sahip olmalı diye düşünüyorum.”

Öğretmene bir başka soru olarak ters yüz öğrenme modeli ile işlenen derslerle daha önce işlenen dersler arasında farklılık olup olmadığını öğrenmek için aşağıdaki soru yöneltilmiştir.

1. “Ters yüz öğrenme modeliyle işlenen Türkçe dersleriyle daha önce işlenen Türkçe dersleri arasında farklılıklar oldu mu? Olduysa ne gibi farklılıklar oldu?” Öğretmenin bu soruya cevabı ise şöyle olmuştur: “*Türkçe derslerinde daha önce dinleme/izleme metinlerini işlerken ders sırasında dinletmeye çalışıyordum. Ders süresinin yarısından fazlasını kullanarak metni öğrencilerin dinleyip anlamasını sağlamaya çalışıyordum. Bu durumda da tabii ki metnin etkinliklerini tamamlayamıyordum. Derste yetiştiremediğimiz etkinlikleri ödev olarak veriyordum. Birlikte yapmamız gereken metnin etkinliklerini öğrencilerim evde yapıyordu. Bu durumda da önemli bazı becerileri kazanamıyorlardı. Fakat bu modelle öğrenciler metni anlayarak ve ilk etkinlikleri evde yaparak geldikleri için ders saatlerinde metinle ilgili tüm etkinlikleri bitirebiliyorum. Öğrencilerim de bu durumdan çok memnun evde yapamadıkları veya yapamayacakları etkinlikleri birlikte yapıyoruz. En iyi farklılığın bu olduğunu düşünüyorum.*”

Öğretmenin bu yanıtından sonra sondaj olarak şu soru yöneltilmiştir;

1.1. “Öğrencilerinizde gözlemlediğiniz davranışsal farklılıklar oldu mu? Olduysa ne gibi farklılıklar oldu?” Öğretmenin yanıtı “*Öğrencilerimin Türkçe derslerine ilgisi bu modelle birlikte arttı. Okula geldiklerinde ilk ders hep Türkçe dersi yapaım diye bana ısrar ediyorlar. Derslerimiz daha eğlenceli oldu bütün öğrenciler etkinliklere katılmaya başladı. Öğrencilerimin akademik başarı seviyelerinin arttığını söyleyebilirim. Böyle olunca tabii ben de daha bir şevkle ders anlatmaya çalıştım. Uygulama bitti dediğimde bazı öğrencilerimin üzülüğünü dahi gördüm.*” şeklinde olmuştur.

Öğretmenin bu yanıtından sonra diğer bir sondaj sorusu olan şu soru sorulmuştur;

1.2. “Öğrencilerinizde dinleme/izleme becerilerinde gözlemlediğiniz değişiklikler oldu mu? Olduysa ne gibi değişiklikler oldu? Öğretmenin yanıtı ise şu şekilde olmuştur: “*Öğrencilerimin dinleme/izleme becerilerinin arttığını söyleyebilirim. Sadece Türkçe derslerinde değil diğer derslerde de dinleme becerilerinin arttığını söyleyebilirim. Çünkü bu modelle derse dinlediğini anlayarak geldiği için öğrencinin özgüveni yüksek oluyor. Bu durumda kendine güvenen bir davranış sergiliyor.*”

Öğretmenin bu yanıtından sonra son sondaj sorusu olarak şu soru sorulmuştur;

1.3. “Uyguladığımız ters yüz öğrenme modelinin dersin verimliliğine etkisi oldu mu? Olduysa ne gibi etkileri oldu?” Öğretmen bu soruya ise şu şekilde yanıt vermiştir: “*Öğrencilerimin dinleme/izleme becerilerinin arttığını söyleyebilirim. Sadece Türkçe derslerinde değil diğer derslerde de dinleme becerilerinin arttığını söyleyebilirim. Çünkü bu modelle derse dinlediğini anlayarak geldiği için öğrencinin özgüveni yüksek oluyor. Bu durumda kendine güvenen bir davranış sergiliyor.*”

Öğretmene son soru olarak şu soru yöneltilmiştir;

1. “Sizin eklemek istedikleriniz var mı?” Öğretmenin yanıtı “*Ters yüz öğrenme modelini diğer dersler için de uygulamayı düşünüyorum. Bu modelle üst düzey bir çalışma yapacağımızı düşünüyorum. Umarım ters yüz öğrenme modeli yaygınlaşır ve tüm kademelerde uygulanır. Size çok teşekkür ediyorum böyle bir çalışmaya dâhil edildiğim için.*” şeklinde olmuştur.

Öğretmeden elde edilen bulgular neticesinde, ters yüz öğrenme modeli kullanılarak dinleme/izleme metinlerinin dinleme becerilerine, derse karşı ilgilerine, dinlemeye yönelik tutumlarına ve diğer disiplinlerde de başarılarına etkisi olumlu yönde olduğu görülmüştür. Öğretmene göre ters yüz öğrenme modeli ilkökul seviyesine uygun olduğu ve yaygınlaştırılması gerektiği yönünde de görüş bildirmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmanın nicel boyutunda, ters yüz öğrenme modeli uygulanan deney grubunda bulunan öğrencilerin “Dinlediğini Anlama Testi” son test puanları ile kontrol grubu öğrencilerinin son test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Ayrıca dinleme/izleme metinlerinin “Hatırlama Soruları” puanları deney ve kontrol grupları arasında da istatistiksel olarak deney grubu lehine anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda ters yüz öğrenme modeli ilkökul öğrencilerinin dinleme/izleme becerisini, hazırbulunuşluk düzeylerini, kalıcılık düzeylerini ve akademik başarılarını arttırdığı söylenilebilir. Ayrıca deney grubuna uygulanan bu model ilkökul öğrencilerinin derse karşı tutum ve davranışlarını da olumlu yönde etkilemiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme ve yapılandırılmış görüşme formlarından elde edilen bulgular da çıkan görüşler bu sonuçları desteklemektedir.

Alanyazın taraması sonucunda, ters yüz öğrenme modeli kullanılarak ilkökul Türkçe derslerinde dinleme/izleme becerisi üzerine etkisinin incelendiği bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırmanın, bu yönüyle özgün bir çalışma olduğu ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Alanyazında, ters yüz öğrenme

modelinin ilkökul düzeyinde Türkçe derslerinde dinleme/izleme becerisinin incelendiği bir çalışma olmaması sebebiyle, araştırma sonuçları başka araştırmaların sonuçlarıyla karşılaştırılamamıştır. Ancak ters yüz öğrenme modelinin dinleme/izleme becerisi üzerine etkisinin araştırıldığı bu çalışma, diğer kademelerde yapılan çalışma sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Ayrıca farklı disiplinlerde ve alanlarda yapılan çalışmalar incelendiğinde ters yüz öğrenme modelinin öğrenci başarısı, motivasyonu ve tutumu üzerine olan sonuçlarıyla da karşılaştırmalar yapılmıştır.

Alanyazın incelendiğinde, ters yüz öğrenme modeli ile dilin dört temel becerisine yönelik araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Khanif (2022) tarafından oluşturulan dinleme sınıflarında üniversite seviyesinde 70 öğrenciyle yapılan araştırmada ters yüz edilmiş sınıf yöntemiyle dinleme becerisine etkili olduğunu belirtmiştir. Çalıcı ve Aytan (2022) tarafından yapılan çalışma sonucunda öğrencilerin dinleme becerisinin ters yüz öğrenme yöntemi ile arttığını belirlemiştir. Kaya (2018) tarafından yapılan araştırma, dördüncü sınıf öğrencilerinin temel dil becerilerinin geliştirilmesine yönelik ters yüz sınıf modelini uygulamış ve temel dil becerilerini arttığını belirlemiştir. Özdemir ve Açık (2019) tarafından yapılan araştırmada uygulanan ters yüz öğrenme yönteminin Türkçe derslerinde yazılı anlatım becerilerini geliştirme de etkili olduğunu belirlemiştir. Bu araştırmaların sonuçları ile mevcut araştırmanın temel dil becerilerinden olan dinleme/izleme becerisini, ters yüz öğrenme modelinin arttırdığı yönündeki sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Ancak Kahramanoğlu ve Şenel (2018) tarafından ilkökul dördüncü sınıf İngilizce dersinde ters yüz sınıf modeli uygulamasının değerlendirilmesi üzerine yapılan araştırmada dil becerileri açısından ters yüz sınıf modelinin ilkökul düzeyine uygun olmadığı belirlenmiştir. Bu araştırma ile mevcut araştırmanın sonuçları farklılık göstermektedir.

Ters yüz öğrenme modelinin birçok farklı alanda denendiği alanyazın incelendiğinde görülmüştür. Farklı alanlarda yapılan araştırmaların sonuçları incelendiğinde genellikle ters yüz öğrenme modelinin öğrencinin akademik başarısına yönelik etkileri olduğu görülmektedir. Okmen (2020) tarafından yapılan araştırma uygulanan ters yüz öğrenme modeli ile akademik başarı arasında olumlu bir etkiyi belirlemiştir. Söğüt ve Polat (2020) tarafından yapılan araştırmada ters yüz öğrenme modeli MEB'in müfredatına uygun olduğu sürece öğrencilerin akademik başarısını arttırdığı belirlenmiştir. Erdoğan ve Akbaba (2019) çalışmasında ters yüz öğrenme modeli öğrencilerin başarısını etkilediği ve arttırdığını tespit etmişlerdir. Yıldız (2017) tarafından ters yüz sınıf yöntemi bireysel çalgı flüt eğitimi derslerinde kullanılmış ve bu yöntem ile öğrencilerin akademik başarısını geliştirdiğini belirlemiştir. Alper ve Öztürk (2018) yaptıkları çalışmada akademik başarılarını, uygulanan ters yüz öğrenme modeli ile arttırdığını belirlemişlerdir. Yıldırım Yakar (2021) tarafından ters yüz öğrenme modelinin ilk ve ortaöğretim öğrencilerinin matematik başarısına etkisini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada öğrencilerin başarılarının arttığını orta öğretimde daha etkili olduğunu belirlemiştir. Güç (2017) ters yüz sınıf yöntemini kullanarak ortaokul yedinci sınıf öğrencilerinin matematik dersinde başarılarını arttırdığını belirlemiştir. Perrella (2016) ters yüz öğrenme ve ikinci dil arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yedinci sınıf öğrencileriyle yapılan araştırmada öğrencilerin başarısını arttırdığını belirlemiştir. Bu araştırmaların sonuçları ile mevcut araştırmanın sonuçları ters yüz öğrenme modeli öğrencilerin akademik başarısını geliştirmesi bakımından benzerlik göstermektedir. Ancak Yaman ve Çakır (2018) tarafından yedinci sınıflarda fen bilimleri dersinde uygulanan ters yüz öğrenme modelinin akademik başarıyı arttırmadığını belirlemiştir. Öztürk ve Çakıroğlu (2018) tarafından yabancı dil derslerinde ters yüz edilmiş sınıf modeli kullanılan araştırmada öğrencilerin akademik başarısını anlamlı şekilde arttırmadığını ifade etmişlerdir. Faretta (2016) tarafından hemşirelik eğitiminde ters yüz öğrenmenin rolünü belirlemek amacıyla yapılan araştırmada uygulanan modelin akademik başarıyı arttırmadığını tespit etmişlerdir. Bu araştırmalar ile mevcut araştırmanın sonuçları örtüşmemektedir. Ters yüz öğrenme modeli ile ilgili yapılan araştırmaların sonuçlarının farklılık göstermesinin sebebi akademik farklılık, kullanılan yöntem, plan, öğrenci düzeyi, teknolojik okuryazarlık ve altyapı, kullanılan materyaller ve etkinlikler olabilir (Yıldız, 2017; Çalıcı ve Aytan, 2022).

Araştırmada, ters yüz öğrenme modeli kullanılarak ilkökul dördüncü sınıf dinleme/izleme becerisine etkisi incelenmiş ve bu model ile öğrencilerin dinleme metinlerini hatırlama düzeylerinin arttığı belirlenmiştir. Alanyazın incelendiğinde, öğrencilerin dinleme metinlerini hatırlama düzeyleri Türkçe derslerinde teknolojik materyallerin kullanımında arttığı görülmektedir. Cığerci ve Gültekin, (2019), Çakır vd. (2019), Dedebalı (2014) tarafından yapılan araştırmalar ile mevcut araştırma sonuçları örtüşmektedir.

Araştırmanın görüşme formlarından elde edilen sonuçları, öğrencilerin ve uygulamayı gerçekleştiren sınıf öğretmenin ters yüz öğrenme modeline ve dinleme/izleme becerisine yönelik olumlu görüşler içinde olduğunu göstermektedir. Çalıcı ve Aytan (2022), Yorgancı (2020), Okmen (2020), Nacaroglu (2020), Özdemir ve Açık (2020), Çakır vd. (2019), Çelik vd. (2018), Kahramanoğlu ve Şenel (2018) ve Turan (2015) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarının paralellik gösterdiği söylenebilir.

ÖNERİLER

Ters yüz öğrenme modelinin dinleme/izleme becerisine etkisinin incelenmesini amaçlayan bu araştırmanın sonuçlarından hareketle uygulayıcılara ve araştırmacılara yönelik aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur.

1. Araştırma sonucunda ters yüz öğrenme modeli dinleme/izleme becerisini geliştirdiği belirlenmiştir. Bundan dolayı ilkökul düzeyinde dinleme/izleme dersleri ters yüz öğrenme modeline göre planlanarak uygulanabilir.

2. Dinleme/izleme derslerinde öğretmen rehberliğinde yapılan etkinlik uygulamalarının yeteri kadar yapılamamasının önündeki engel ders saati sürelerinin yetmemesidir. Bu yüzden ters yüz öğrenme modelinin bu engeli çözüm olabileceği konusunda öğretmenler bilgilendirilmelidir.

3. Ters yüz öğrenme modelinin diğer disiplinlerde uygulamaya dönük derslerde kullanılabilir.

4. Farklı öğrenme yöntemlerine sahip öğrenciler için derslerde ters yüz öğrenme modeli kullanılabilir.

5. Ters yüz öğrenme modeli ile işlenen derslerde öğrencilerin derse olan ilgilerini olumlu yönde etkilemiştir. Dolayısıyla öğrencilerin derslere ilgi ve isteklerini arttırmak için bu model kullanılabilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

1. Aynı araştırma, farklı seviye gruplarıyla, farklı okullarda uygulanabilir ve farklı araştırmacılar tarafından test edilebilir.

2. Bu araştırma ilkökul 4. sınıf öğrencileriyle sınırlı tutulmuştur. Ters yüz öğrenme modelinin farklı düzeylerde dinleme/izleme becerisine etkisi incelenebilir.

3. Ters yüz öğrenme modelinin farklı düzeylerde konuşma, okuma ve yazma becerilerine etkisi incelenebilir.

4. Ters yüz öğrenme modeli ile ilgili öğretmenlerinin görüşleri alınarak nitel çalışmalar yapılabilir.

5. Ters yüz öğrenme modelinin uygulandığı bu araştırma grubundan sayıca daha fazla bir çalışma grubuyla yürütülebilir.

KAYNAKLAR

Akgün, M. & Atıcı, B. (2017). Ters-düz sınıfların öğrencilerin akademik başarıları ve görüşlerine etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25 (1) , 329-344.

Aktan, O. , Budak, Y. & Botabekovna, A. B. (2019). İlkokul öğrencilerinin kaynaştırma öğrencilerine yönelik sosyal kabul düzeylerinin belirlenmesi: Bir karma yöntem çalışması. *Ilkogretim Online*, 18(4).

Alper, A. & Öztürk, S. (2019). Programlama öğretimindeki ters-yüz öğretim yönteminin öğrencilerin başarılarına, bilgisayara yönelik tutumuna ve kendi kendine öğrenme düzeylerine etkisi. *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3 (1), 13-26.

Angın, Ö. & Çetinkaya, S. (2021). Eğitsel oyun temelli dinlediğini anlama etkinliklerinin 4. sınıf öğrencilerinin dinlediğini anlama becerisi üzerindeki etkisi. *Trakya Eğitim Dergisi*, 11 (1), 333-346.

Aydın, G. & Balım, A. G. (2005). Yapılandırmacı yaklaşıma göre modellendirilmiş disiplinler arası uygulama: enerji konularının öğretimi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 38(2), 145-166.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2) , 368-388. doi: 10.31592/aeusbed.598299

Büyüköztürk, Ş. (2006). *Deneyisel desenler* (2. baskı), PegemA Yayıncılık.

Ciğerci, F. M. & Gültekin, M. (2019). Dijital hikâyelerin dinlemeye yönelik tutuma etkisi. *Harran Maarif Dergisi*, 4 (2) , 45-73. doi: 10.22596/2019.0402.45.73

Creswell, J. W. (2008). *Educational research planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. *International Pearson Merrill Prentice Hall*.

- Çakır, R. , Adsay, C. & Akgül Uğur, Ö. (2019). Ters-yüz sınıf modelinin ve web 2.0 yazılımlarının bilgisayarca düşünme becerisi, etkinlik tecrübesi ve uzamsal düşünme becerisine etkisi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15 (3) , 845-866. doi: 10.17860/mersinefd.528764
- Çalıcı, M. A. & Aytan, T. (2022). Effect of Flipped classroom methodology on listening comprehension skills of 6th grade students. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (36), 1232-1262. doi: 10.35675/befdergi.1063611
- Çelik, E. , Yıldırım, S. & Yıldırım, G. (2018). Uygulayıcıların ters yüz edilmiş sınıf uygulamalarına yönelik deneyimleri. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8 (2) , 192-211. doi: 10.17943/etku.390905
- Dedebali, N. C. (2014). *Çoklu ortam uygulamalarının altıncı sınıf dinleme becerisinin gelişimine etkisi* [Master's Thesis, Adnan Menderes Üniversitesi].
- Doğan, Y. (2010). Dinleme becerisini geliştirmede etkinliklerden yararlanma. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (27), 263-274.
- Epçaçan, C. (2013). Temel bir dil becerisi olarak dinleme ve dinleme eğitimi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 331-352. doi: 10.14520/adyusbd.483
- Erdoğan, E. & Akbaba, B. (2019). Ters yüz edilmiş sınıf modeliyle ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi akademik başarılarının geliştirilmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 8 (1), 193-213. doi: 10.30703/cije.465095.
- Faretta, R. S. (2016). *A Causal-comparative inquiry into the significance of implementing a Flipped classroom strategy in nursing education* [Doctoral Dissertation. Liberty University].
- Fidan, M. (2020). Covid-19 Belirsizliğinde eğitim: İlkokulda zorunlu uzaktan eğitime ilişkin öğretmen görüşleri. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 24-43. doi: 10.29065/usakead.736643
- Güç, F. (2017). *Rasyonel sayılar ve rasyonel sayılarda işlemler konusunda ters yüz sınıf uygulamasının etkileri* [Yüksek Lisans Tezi, Amasya Üniversitesi].
- Gülsar, A. (2014). *İşbirlikli öğrenmenin matematik başarısına etkisi ve bu yönetime ilişkin öğrenci görüşleri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi]
- Kara C. (2016). Flipped classroom. *Tıp Eğitimi Dünyası*. 15(45), 0-0. doi: 10.25282/ted.256096
- Karadağ, E. , Deniz, S. , Korkmaz, T. & Deniz, G. (2008). Yapılandırmacı öğrenme yaklaşımı: sınıf öğretmenleri görüşleri kapsamında bir araştırma. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21 (2), 383-402.
- Karasakaloğlu, N. & Bulut, B. (2012). Görsel destekli dinleme metinlerinin anlamaya etkisi. *Education Sciences*, 7 (2) , 722-733.
- Katranç, M. & Yangın, B. (2013). Üstbiliş stratejileri öğretiminin dinlediğini anlama becerisine ve dinlemeye yönelik tutuma etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 733-771. doi: 10.14520/adyusbd.429
- Kaya, D. (2018). Matematik öğretiminde ters yüz öğrenme modelinin ortaokul öğrencilerin derse katılımına etkisi. *Sakarya University Journal of Education*, Cilt: 8 Sayı: 4 (Ek Sayı) , 232-249. doi: 10.19126/suje.453729
- Kaya, M. F. (2018). *4. sınıf öğrencilerinin temel dil becerilerinin geliştirilmesine yönelik tersyüz sınıf modelinin uygulanması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi].

- Khanif, M. (2022). Flipped classroom with hots instruction in listening class: Best practice approach and implementation for employee class. *Jurnal Smart*, 8(1), 72-79. doi: 10.52657/js.v8i1.1624
- Kocabıyık, O. O. (2016). Olgubilim ve gömülü kuram: Bazı özellikler açısından karşılaştırma. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 55-66.
- Kurudayıoğlu, M. & Kiraz, B. (2020). Dinleme stratejileri. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 8 (2) , 386-409. doi: 10.16916/aded.689231
- MEB. (2019). *Türkçe dersi öğretim programı (İlkokul ve ortaokul 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. sınıflar)*. Ankara.
- Nacaroğlu, O. (2020). Özel yetenekli öğrencilerin ters yüz öğrenme modeline yönelik hazırbulunuşluklarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 51-66. doi: 10.31592/aeusbed.661838
- Ökmen, B. (2020). Basamaklandırılmış ters yüz öğrenme modeli öğretim sürecinin geliştirilmesi [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi*].
- Özdemir, O. & Açık, F. (2019). Ters-yüz edilmiş öğrenme yöntemiyle yazılı anlatım becerilerinin geliştirilmesi: Bir gömülü karma yöntem çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(4), 1075-1091. doi: 10.16986/HUJE.2019048710
- Öztürk, M. & Çakıroğlu, Ü. (2018). Ters yüz edilmiş yabancı dil sınıfında öğrencilerin öz-düzenleyici öğrenme becerileri ve akademik başarıları arasındaki ilişki. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 21-35. doi: 10.17679/inuefd.298059
- Perrella, J. (2016). *Flipped learning and second language communicative performance in middle school learners*. Hofstra University.
- Söğüt, M. & Polat, S. (2020). Ters yüz sınıf modelinin etkin vatandaşlık öğrenme alanının öğretiminde kullanılmasının öğrencilerin akademik başarılarına etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (24) , 2472-2504. doi: 10.26466/opus.658882
- Sözbilir, M. (2009). Nitel veri analizi. *Retrieved from http://fenitay.files.wordpress.com/2009/02/1112-nitel-arac59ftc4b1rmada-veri-analizi.pdf* on, 17, 2014.
- Şenel, M. & Kahramanoğlu, R. (2018). İlkokul İngilizce dersinde ters yüz sınıf (flipped classroom) modeli uygulamasının değerlendirilmesi. *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 28-37.
- Topal, A. D. & Akhisar, Ü. (2018). Ters yüz öğrenme yaklaşımının öğrencilerin akademik başarılarına etkisi: mikroişlemci/mikrodenetleyiciler II dersinin uygulaması. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 1 (2), 135-148. doi: 10.33400/kuje.461041
- Turan, Z. (2015). Ters yüz sınıf yönteminin değerlendirilmesi ve akademik başarı, bilişsel yük ve motivasyona etkisinin incelenmesi [Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Uluçınar Sağır, Ş. & Sakar, D. (2017). Flipped classroom model in education. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1904-1916. DOI: 10.24289/ijsser.348068
- Uluçınar, A. G. Ç. & Karadeniz, Y. Ş. (2009). Bir harmanlanmış öğrenme ortamı örneği, öğrenci başarısı ve görüşleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 60-84.
- Ünsal, H. (2018). Ters yüz öğrenme ve bazı uygulama modelleri. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 39-50.

- Yaman, S. & Çakır, E. (2018). Ters yüz sınıf uygulamalarının öğrencilerin akademik başarı ve bilgisayarca düşünme becerileri üzerine etkisi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38 (1), 75-99.
- Yıldırım Yakar, Z. (2021). The effect of flipped learning model on primary and secondary school students' mathematics achievement: A meta-analysis study. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 50 (2), 1329-1366. doi: 10.14812/cuefd.865337
- Yıldız, Y. (2017). *Flüt eğitiminde ters yüz öğrenme modelinin öğrencilerin akademik başarıları motivasyonları ve performansları üzerine etkisinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Yılmaz, İ. (2007). Türkçe öğretiminde dinleme becerisini geliştirmeye yönelik önerilen etkinliklerin değerlendirilmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi].
- Yorgancı, S. (2020). Matematik derslerinde öğrenci performansını artırmaya yönelik bir ters yüz öğrenme modeli. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 14 (1), 348-371. doi: 10.17522/balikesirnef.657197
- Yurdugül, H. (2005). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, 1, 771-774.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşit 50/50 şeklindedir.

ONLINE HARASSMENT AGAINST WOMEN POLITICAL JOURNALISTS ON TWITTER

Enes BALOĞLU¹

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1324510

Makale Geçmişi:

Geliş 08.07.2023

Kabul 29.09.2023

Keywords:

Journalism,

Women Political Journalists,

Online Harassment,

Social Media,

Twitter.

ABSTRACT

Journalistic practices are negatively affected by digitalization and economic developments. In particular, digitalization both extends the working hours of journalists and makes them more accessible than ever before. The accessibility of journalists online exposes them not only to positive feedback but also to negative feedback. In this sense, one of the most important problems of journalists is online harassment. Therefore, this study analyzes the comments on political information, opinions or news shared by women journalists in Turkey on Twitter. In this context, the online harassment that political journalists in Turkey are exposed to on Twitter is analyzed. The study mainly aims to reveal the types of online harassment Turkish women political journalists face on Twitter. According to the results of the study, the majority (60.97%) of the comments made to women journalists consist of negative discourse. The most common negative discourse against women journalists (n=31,489) is swearing. The data obtained allows for the comparison of the types of online harassment faced by journalists in different countries and the identification of similarities and differences

TWITTER'DA KADIN POLİTİKA GAZETECİLERİNE YÖNELİK ÇEVİRİM İÇİ TACİZ

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1324510

Article History:

Received 08.07.2023

Accepted 29.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Gazetecilik,

Kadın Politika Gazetecileri,

Çevrim İçi Taciz,

Sosyal Medya,

Twitter.

ÖZ

Gazetecilik pratikleri dijitalleşme ve ekonomik gelişmelerden dolayı olumsuz etkilenmektedir. Özellikle dijitalleşme gazetecilerin hem çalışma saatlerini uzatmakta hem de gazetecileri hiç olmadığı kadar erişilebilir kılmaktadır. Gazetecilerin çevrim içi ortamda erişilebilir olması sadece olumlu bildirimlere değil aynı zamanda olumsuz bildirimlere de maruz bırakmaktadır. Bu anlamda gazetecilerin en önemli sorunlarından bir tanesi çevrim içi tacizdir. Bu nedenle çalışmada Türkiye'deki kadın gazetecilerin Twitter'da paylaştığı politik bilgilere, görüşlere veya haberlere gelen yorumlar incelenmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki politika gazetecilerinin Twitter'da maruz kaldığı çevrim içi taciz ele alınmaktadır. Çalışmada temel olarak Türk kadın politika gazetecilerinin Twitter'da karşılaştığı çevrim içi taciz türlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre kadın gazetecilere yapılan yorumların çoğunluğu (%60,97) olumsuz söylemlerden oluşmaktadır. Kadın gazetecilere yönelik olumsuz söylemlerin başında (n=31.489) ise küfür gelmektedir. Elde edilen veriler, farklı ülkelerdeki gazetecilerin maruz kaldığı çevrim içi taciz türlerinin karşılaştırılmasına ve benzerlik ile farklılıkların tespit edilmesine imkân tanımaktadır.

¹Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi, enes.baloglu@bozok.edu.tr, ORCID: 0009-0001-1960-1688

Alıntılanak için/Cite as: Baloğlu, E. (2023). Online Harassment against women political journalists on Twitter. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 861-873.

INTRODUCTION

Amid the rise of social media platforms and financial pressures on the news industry, journalists display increasing frustration, anxiety and mental health issues related to their work. As with other information and creative industries that rely on the internet and digital media as a form of labor, journalists report an increase in work outside of professional hours, with a blending of personal and professional content on social platforms (Holton, et al., 2021, p. 859). For journalists, this has contributed to a deterioration in work-life balance due to the merging of public and private online spaces and increased multitasking expectations (Cohen, 2019; Molyneux, et al., 2018). On the other hand, journalists are more visible and accessible than ever before, and audiences have unprecedented opportunities to express their feelings to journalists, especially in an online context (Löfgren Nilsson & Örnebring, 2016, p. 881).

In the face of the increasing accessibility of journalists, female journalists are exposed to online harassment more than male journalists. Women journalists are frequently attacked for what they post and the questions they ask in digital environments. Therefore, women journalists continue their profession at the risk of online harassment and intimidation.

While extra-organizational harassment is a reality for all genders and types of work, the present article focuses on the experiences of women in political journalism because women experience harassment more frequently and the particular visibility of television makes such journalists more susceptible to threats, sexual advances, stalkers, and other forms of hostility (Finneman & Jenkins, 2018; Finneman, et al., 2019; Pain & Chen, 2019; Vickery & Everbach, 2018). Women journalists, especially those who write about controversial topics such as politics, are common targets of malicious attacks online (Lu & Luqiu, 2023, p. 3). This is because the intensifying political climate, coupled with the specific political positions that journalists represent, can create strong public sentiment and hostility towards them (Carlson & Witt, 2020; Koirala, 2020).

Specific data on the extent of violence, online harassment and intimidation faced by women journalists working in Turkey is lacking. Due to this lack of data, this study focuses on the online harassment faced by women political journalists in Turkey on Twitter. In this context, it is aimed to reveal the types of online harassment Turkish women political journalists face on Twitter. The data obtained allows for the comparison of the types of online harassment faced by journalists in different countries and the identification of similarities and differences.

Online Harassment and Journalism

Various studies have shown that women are exposed to different forms of online harassment, especially through social media (Chadha, et al., 2017; Ferrier & Garud-Patkar, 2018; Koirala, 2020; Lewis, et al., 2020). Women journalists are verbally attacked, marginalized, criticized, and even threatened on digital platforms because of their gender and perceived sexuality, affecting their routines and personal lives, often with long-term effects (Chen, et al., 2020; Cole, 2015; Kundu & Bhuiyan, 2021).

Journalists increasingly report that online harassment has become a common feature of their work life and contributes to their experience of fatigue, anxiety and disengagement from their profession as well as social media (Holton, et al., 2021, p. 859). Harassment and other uncivil behaviors are viewed as one of the ways journalists experience these gendered areas, leading to feelings of social media fatigue and burnout, and causing some journalists to leave the profession altogether (Karppi, 2011; Bossio & Holton, 2021).

In the study conducted by Holton et al., (2021), interviews with 31 American journalists revealed at least three different forms of harassment: Acute harassment, such as generalized verbal abuse; chronic harassment, which occurs over time and often from the same social media users; and escalatory harassment, which is more personalized and directly threatening. Women in particular reported being subjected to chronic and escalatory forms of harassment. Journalists also noted that news organizations do not make systematic efforts to address this type of harassment and that journalists are forced to seek preventative and palliative coping mechanisms on their own. Women journalists also face more inequality and harassment in news organizations compared to their men counterparts (North, 2016a; 2016b; Holton, et al., 2021; Lee & Park, 2023; Kantola & Harju, 2023).

Different studies in the literature show an increase in online and offline harassment against journalists by their audiences. Harassment is often based on group characteristics such as occupation, religion, race, ethnicity, gender, sexual orientation or politics, and is particularly prevalent among women journalists (Chen, et al., 2020; Edström, 2016; Koirala, 2020; Löfgren Nilsson & Örnebring, 2016; Miller & Lewis, 2022).

Studies show that journalists are subjected to online harassment in many parts of the world such as Zimbabwe (Ndlovu & Khupe, 2023), South Korea (Lee & Park, 2023), Southern Europe “Spain, Italy and Greece” (Blanco-

Herrero, et al., 2023), Costa Rica (Söderberg & Schumacher, 2023), Nepal (Koirala, 2020), United States (Holton, et al, 2021), Indonesia (Simorangkir, 2020), Lebanon (Melki & Mallat, 2016), and Finland (Celuch, et al., 2023).

Journalist Meny described what it's like to be a woman in local television news and how she deals with harassment from viewers and strangers. In an article for Vox, she wrote, “This facet of local news includes the guy who yells ‘F**k her right in the p***y’ behind your live feed. There are also examples like the local woman who sends you racial slurs because she doesn't like the way you look, and the man who repeatedly sends flowers to your office”. In this sense, there are thousands of harassment stories for hundreds of young women working in local broadcast news (Meny, 2017).

Studies in the literature show that online harassment can have detrimental effects on individuals' mental health (Stevens, et al., 2021; Chen, et al., 2018), physical safety (Ojanen, et al., 2015; Marshak, 2017; Williams, et al., 2020; Chen, et al., 2020), gender equality in journalism (Posetti, et al., 2020; Posetti & Storm, 2018) and freedom of press (Adams, 2018; Carlson & Witt, 2020).

In 2020, a record number of physical attacks on journalists were reported, as well as harassment and intimidation (Council of Europe Platform to Promote the Protection of Journalism and Safety of Journalists, 2021). As in many parts of the world, women journalists in Turkey are also subjected to online harassment. Demirdağ (2019) points out that harassment towards women journalists has become a daily activity. For example, women journalists are forced to constantly protect themselves as they can be exposed to sexual harassment when they are ‘young and single’ (Dinç, 2019, p. 97), which occurs in the form of digital violence (Gökırmaklı, 2019), WhatsApp messages such as “your legs are beautiful” from organization administrators (Yüncüler, 2018), gender inequality, mobbing and verbal harassment (Yılmaz, 2020), cyberbullying (Aktaş Üstün & Ekin, 2021).

In Turkey, women journalists receive comments containing online harassment on Twitter. On these networks, women journalists are systematically subjected to profanity, mockery/ridicule (Demir & Ayhan, 2022), sexist discourse (Alpay & Orta, 2022) and emotionally harassing comments (Ayhan & Demir, 2022).

When the guests in the debate programs of news channels are analyzed in terms of gender representation, the deep gap between the representation of men and women stands out (Alp & Güzel, 2022, p.103). It was revealed that in the TV program “TarafsızBölge”, which is regularly broadcast on the channel CNN Türk, 91% of the guests were men and 9% were women (Alp, 2017). An analysis of 7 TV channels for a period of 1 month revealed that in news and discussion programs, including anchors, 667 men were on the screen as opposed to 135 women (DEMIS, 2018). Examining the participation of women as experts in TV programs on 13 TV channels, Gençer, et al., (2021) found that 90% of the guests were men (5532) and only 10% were women (582). Particularly in political debate programs, women are not seated, i.e., serve as hosts/moderators, while men sit in the guest seats. In these programs, the lower the ratio of women guests compared to men, the higher the ratio of women hosts/moderators. Women presented 20 of the 27 news discussion programs followed in this two-week period, while the remaining 7 programs were presented by men (Ertuna, 2018, p. 79). In general, the media is dominated by men. From behind the editorial desk to the front page, men dominate prestigious field assignments and overwhelmingly occupy the most powerful and high-profile positions (Ross, et al., 2018).

METHODOLOGY

In the present study, political messages shared by women political journalists on Twitter were analyzed through qualitative content analysis. The fact that politics in Turkey is dominated by “men” has naturally led to a dominance of male journalists. However, there are also women journalists who stand out and draw attention in this field. The present study analyzes the comments on political information, opinions or news content shared by women journalists in Turkey on Twitter. The study aims to identify the discourses that women journalists in Turkey are exposed to on Twitter. For this purpose, answers will be sought to the following questions: “Which negative discourses are women political journalists exposed to on Twitter?” (RQ1), “Are women political journalists threatened for sharing their views?” (RQ2), “Do women political journalists respond to positive or negative discourses on Twitter?” (RQ3), “Are women political journalists being pushed out of the political sphere because of their views?” (RQ4).

For the purpose of this study, content analysis was chosen as it is a study technique used to make replicable and valid inferences from texts (tweets) to contexts of use (Krippendorff, 2004, p. 18). Content analysis is a highly flexible study method that is widely used in communication studies with a variety of research aims and objectives. The study method is applied in qualitative, quantitative and sometimes mixed research frameworks and utilizes a wide range of analytical techniques to generate and contextualize findings (White & Marsh, 2006). Magazine, book or newspaper content has a definite beginning and end and is limited in time and space. The complex and

fluid nature of digital media makes the concept of content self-contradictory and makes it difficult to analyze online content (Deuze, 2008). The spatial and temporal qualities of the medium challenge but also help researchers to sample, collect, measure and analyze content (Karlsson & Sjøvaag, 2016).

An important step in content analysis is sampling. In this study, the Twitter accounts of the journalists were strategically selected from various aspects (Mathisen, 2023). In the study, the Twitter accounts of 7 women political journalists were analyzed. The women journalists were selected from among those working in television (n=2), newspapers (n=2) and online/social media (n=3). The women journalists were included in the sample if they had at least 500.000 followers. The fact that Twitter is widely used by journalists in Turkey is reflected in the number of followers. The 500.000 quota was applied to analyze the size of the audience and the reaction and to make the results more generalizable.

The Twitter accounts of 7 women political journalists in the sample were analyzed for 1 month between March 10, 2023 and April 10, 2023, when the dates of presidential and general elections in Turkey were announced. With the announcement of the election dates in Turkey, political developments accelerated. In this respect, women political journalists use Twitter to share their views, gather supporters and announce their support. In this respect, the period between these dates was evaluated.

In the study, only the tweets shared by 7 women political journalists within a period of 1 month and the comments on these tweets were analyzed. Posts shared by women political journalists in the form of retweets and mentions were not included in the evaluation. 7 women journalists shared a total of 1.795 tweets during this period. Direct comments on the tweets shared by women journalists were analyzed. Comments consisting of emojis and quoted retweets were not analyzed. After applying these limitations, it was determined that 1484 tweets received a total of 172.915 comments. In order to systematize the comments obtained in the study, they were coded in MAXQDA program. MAXQDA is an important program that helps to qualitatively analyze electronically collected data. The data were divided into various categories based on previous studies on women journalists (Usher, Holcomb, & Littman, 2018; Meeks, 2013; Molyneux, 2019) and Turkey's social and cultural norms. These include two main categories: positive (67.478) and negative (105.437).

First, the positive category is divided into three categories: support (32.398), goodwill (prayer) (21.391) and approval (13.689). The support category includes comments expressing "support" for the situation or post. In the category of goodwill (prayer), there are expressions of well-intentioned support for journalists such as "good luck" and religious comments such as "God bless you". In the last category, approval, there are "approving" expressions about women journalists' posts and information. For example, statements such as "this is absolutely the right decision" and "this information is correct" were evaluated in this category.

The second category, the negative category, consists of 4 sub-categories including profanity (31.489), mockery (29.078), threat (23.759) and hegemonic (21.291) discourse. The profanity category includes expressions such as "fuck you, fuck off" in response to the posts of women journalists. The mockery category includes comments involving reactions towards the previous statements of the women journalists, their private lives and gaffes, whether relevant or irrelevant to the content. In this category, expressions that ridicule women journalists are used directly by users. In the threat category, expressions such as "you will be prosecuted", "you will be imprisoned", and "you will pay" are used as direct threats against women journalists. In the hegemonic/exclusionary category, expressions such as "go home", "take care of your children", and "you are not a journalist" are used against women journalists whose statements users disagree with.

Table 1 Quantitative Analysis of Tweets and General Comments

Journalist Name	Number of Followers	Number of Tweets	Number of Comments	Working Area
Journalist 1	651.085	245	64,860	Newspaper
Journalist 2	2.812.654	361	16,161	TV
Journalist 3	333.632	152	5,430	Newspaper
Journalist 4	391.039	325	22,157	Digital Media
Journalist 5	2.523.242	78	788	TV
Journalist 6	1.362.032	196	45,373	Digital Media
Journalist 7	724.537	127	18,146	Digital Media
Total	8.798.221	1,484	172,915	

Positive Comments

This category includes positive comments made on Twitter towards women political journalists (positive comments made on Twitter towards political journalists). The positive category is divided into three sub-categories: support (32.398), goodwill (prayer) (21.391) and approval (13.689).

Support

The 32.398 comments in this category consist of comments in which followers express their support against online and offline attacks against women journalists, as well as comments in which followers express that they watch their programs on television and in newspapers. In this category, the sentiment clearly expressed in the comments is that the followers have a special interest and admiration for the journalists and enjoy their journalistic activities.

Example 1. We will stand with you against the attacks of these trolls

Example 2. I will watch your program at 9 p.m.

The 3732 comments in this category express direct interest compared to other comments. This interest stems from gratuitous comments, opinions and longtime followers. As can be seen from the comments in this category, the fact that women political journalists have been at the forefront of mass media such as television and newspapers for many years has led to the establishment of online fan interaction and bonding through Twitter.

Goodwill (Prayer)

The 21.391 comments in this category consist of statements in which followers responded with sentences expressing goodwill when women political journalists conveyed their personal views. It is also observed that users responded to the objective or subjective information shared by women political journalists on political issues with religious reactions and prayers.

Example 1. May God help us. May it be for the best for our country

Example 2. God bless you and your family.

As seen above, comments in this category can be political or directly aimed at women journalists. This sub-category includes 348.732 comments in the positive category.

Approval

In addition to providing users with the opportunity to express their opinions, Twitter also creates behavioral patterns towards other users that are motivated by a need for approval. It was determined that users made comments expressing their “approval” of the information or subjective opinions shared by women political journalists on Twitter. Users view themselves as a decision-maker and make statements indicating their approval of statements that are in line with their views and that they support.

Example 1. I agree with this decision. It should have been done already for the security of our country.

Example 2. The perfect event after all the bad things that have happened recently. I stand by this decision

In the public spaces created on Twitter, users can engage in political debates, express their views and garner support. On the other hand, they can also express their approval of decisions or opinions. The 13.689 comments in this category show that a mechanism of approval has been created for the views of politicians or journalists to gain support.

Negative Comments

The second category, negative comments, consists of 4 categories including profanity (31.489), mockery (29.078), threat (23.759) and hegemonic (21.291) discourses.

Profanity

Given the historical legacy and current awareness of gender inequality in journalism and politics, as well as the growing importance of Twitter in political communication, the platform appears to sharpen existing gender biases against women in political journalism. Profanity is one of the most common discourses that women journalists encounter on Twitter. Profanity against women political journalists occurs as a result of women’s positive or negative statements towards a political party or candidate (Usher, et al., 2018). In the face of situations such as statements, documents, and positive or negative comments towards the party or candidate they support, users use expletives against the personalities of women journalists. The fact that the vast majority of the comments

in the negative content category (n=31.489) contain profanity shows that women political journalists are frequently exposed to abusive discourse on Twitter (Koirala, 2020). In this context, online misogyny has also become widespread (Ging & Siapera, 2018).

Example 1. You are an idiot. Since you are an idiot, it is normal for you to write such things

Example 2. This coming from you? Ass-kissing bastard

As seen in the examples above, direct swearing is aimed at the personalities of women political journalists. The nature and extent of these swear words can vary, and it has been determined that the comments also extend to the families of women journalists.

Mockery

The 29.078 comments in the mockery category consist of users' reactions to news or information provided by women political journalists. The comments in this category may also include condescension and usually contain sarcastic expressions about the accuracy or inaccuracy of the information (Demir & Ayhan, 2022). It is generally intended to humiliate women journalists (Vitis & Gilmour, 2017).

Example 1. You think you are so smart? Is this as accurate as your previous news (!)

Example 2. hahaha for some reason only you know this information? this is also a lie

Example 3. It's not enough that you are humiliated on TV, you carry on here too aah

As can be seen in the examples above, mocking statements are made against women journalists based on the information they provide or their previous statements. It is observed that these examples also contain condescension and that journalists do not respond to these comments. An analysis of reader comments on the Guardian's online content found a similar result, with articles written by women journalists receiving a higher proportion of hateful and condescending comments (Gardiner, 2018). In another study, women journalists received offensive comments mocking their gender, profession and personal lives (Barão da Silva, et al., 2023). It is argued that online harassment has increased with the emergence of social media networks such as Twitter (Hackworth, 2018, p. 52).

Hegemonic

Although women journalists seem to have overcome the difficulties of finding employment in traditional mass media and being accepted in the profession in social media networks, they are unable to prevent hegemonic discourses against them. Social and cultural norms coalesce around hegemonic discourses against women in these networks. In patriarchal societies like Turkey, "politics" is considered a private sphere of masculinity (North, 2016c; Meeks, 2013; Stahel & Schoen, 2020). As a result, sexism is accepted as 'normal' and sexist behavior and comments persist in the digital world (Koirala, 2020, p. 51). As a matter of fact, only 100 out of 577 members of parliament in Turkey are women. In Turkey, women journalists are usually present on screen in roles such as moderators. The number of women journalists in socially hegemonic fields such as politics and sports is quite low. Women working in these fields are also exposed to hegemonic discourses on social media networks such as Twitter, just like in traditional mass media (Rao & Rodny-Gumede, 2020).

Example 1. You don't understand politics. Better go home and cook

Example 2. The man humiliated you on TV and you are talking. Quit this job.

Example 3. You're still talking nonsense. Also, Twitter should be banned for women.

As seen in the examples above, hegemonic discourses produced on Twitter consist of social and cultural discourses that emphasize women's domestic norms. Among such expressions, the statements that women's place is at home and that they should take care of their children come to the forefront. In male-dominated news media, online harassment against women journalists because of their gender appears to be widespread. Gender-based online hate is rooted in "old" misogynistic discourses that insist that women are inferior to men (Jane, 2014). Therefore, as in many parts of the world, women journalists in Turkey are subjected to gender-related threats, harassment and intimidation (Clark & Grech, 2017). In addition, hegemonic discourses also contain expressions that exclude women from the political sphere.

Threat

It has been determined that threatening expressions are frequently used against women journalists in discourses produced on Twitter (Sarikakis, et al., 2021). These contents are multidimensional. Women political journalists

are threatened because of their political views or the news they report, and expressions are used that there will be punishment for their views.

Example 1. You will be tried. Almost there

Example 2. You think you won't be held accountable for this? You'll go to jail like the others.

Example 3. I hate you. Aren't you ashamed of what you wrote? I know exactly what I'll do if I ever see you.

In the comments in this category, users threatened women political journalists with legal processes such as "imprisonment" and "trial" as well as "physical" threats. Therefore, these threatening posts pose a serious threat to women journalists' participation in social media networks. It was observed that accounts such as the "Police Department" and "Ministry of Justice" were also tagged in the threatening comments on tweets in which women political journalists expressed their statements. At the same time, officials of the Radio and Television Supreme Council were also tagged in the comments and threats were made to remove the programs. Women journalists expect support from their colleagues, organizations and the public to cope with their experiences (Tandoc, et al., 2023, p. 1198).

CONCLUSION

The present study examined online harassment against women political journalists on Twitter in Turkey. In patriarchal societies like Turkey, politics is recognized as a masculine domain (Meeks, 2013; Hopton & Langer, 2022). Factors such as the fact that there has been only one woman prime minister in the 100-year history of the modern Republic of Turkey and the very low rate of women parliamentarians show that women are excluded from politics. The majority of women in journalism in Turkey work as moderators. The number of women working as political journalists is quite low. Although there are very few women political journalists in Turkey, a certain number of women journalists are doing important work in this field (North, 2016).

Social media networks such as Twitter have led women journalists to gain visibility by going beyond traditional norms. In fact, the seven journalists analyzed in this study were followed by a total of 8.798.221 users on Twitter. This rather high rate shows that women journalists actively use Twitter and this is reflected in the number of followers (Bilgin, 2022). This rate also shows that women journalists use Twitter as an effective tool for "visibility" (Parmelee, 2013; Chen, et al., 2020).

Ahead of the presidential and parliamentary elections to be held on May 14, 2023, politics in Turkey is very active. This mobility is also reflected in the discourse of women journalists on Twitter. The 7 women political journalists analyzed in the study shared a total of 1.484 tweets in 1 month. This shows that women journalists frequently share their views on Twitter. In addition, a total of 172.915 comments were made on these posts shared by the journalists. The majority (60.97%) of the comments on women journalists consisted of negative discourse. The most common negative discourse against women journalists was profanity (n=31.489). Women journalists are subjected to profanity on Twitter because of the comments they make on political issues, news they share or comments they make in other forms of mass media (Usher, et al., 2018; Hussain, et al., 2022). The abusive comments are aimed directly at the personalities of women journalists and indirectly at their families (RQ1). While some women journalists who are harassed tolerate it by being "strong like a man", many women journalists prefer to stay away from social media platforms such as Twitter and Facebook to avoid harassment (Koirala, 2020).

One of the most important results of this study is that women political journalists are subjected to "threats" due to their statements shared on Twitter (Sarikakis, et al., 2021). A significant portion of the comments (n=23.759) consisted of threatening statements. Contrary to other studies, the majority of threatening messages here are focused on "prosecution" and "imprisonment". Users threaten people whose political views they dislike with prosecution and imprisonment (Barão da Silva, et al., 2023). Furthermore, it was found that women journalists were also subjected to physically threatening comments (RQ2).

In addition to analyzing the comments, observations were also made in the study. During the observation of the comments made by users on Twitter, it was determined that women journalists responded to some of the positive comments they received and engaged in dialog with other journalists or close friends (Usher, et al., 2018). On the other hand, women journalists preferred not to respond to negative comments and restricted their comments section (Chen, et al., 2020). Journalists restrict the tweets that they know will get a reaction and users the phrase "Those who follow or mention @xxxxx can reply" are displayed to users (RQ3). This can be considered as a strategy developed by women journalists to protect themselves from negative comments (Koirala, 2020). Consequently, women journalists are forced to restrict their online activities or be more careful when posting/publishing on social media networks. Sometimes, due to the backlash, women journalists choose to delete

their articles. On the other hand, it was also found that women journalists share threatening messages against them and seek help from the authorities (Sarikakis, et al., 2021).

Profane, mocking, threatening and hegemonic discourses against women political journalists include expressions that involve the exclusion of women from politics. Especially in hegemonic comments, there are expressions that women do not belong to the field of politics and that they should take care of their “home”, “children”, “husband” and “cook”. Users who exclude women journalists with such expressions can also lead to the disconnection of women from the field of politics (Rao, & Rodny-Gumede, 2020; Park, 2013) (RQ4). In addition to existing barriers, personal attacks through online comments, threatening emails and social media posts also pose a serious threat to women journalists' participation. Therefore, online harassment due to such statements shows that there is a trend that online harassment is increasingly affecting women on a professional and emotional level (Koirala, 2020).

The present study found that in the run-up to the presidential and parliamentary elections in Turkey, there were online harassing comments against women political journalists on Twitter due to the increased tension in politics. It was found that women political journalists, who are followed by millions of people on Twitter, were subjected to more negative comments than positive ones. Thus, it was found that discrimination and abuse against women journalists on Twitter is widespread. In terms of its limitations, this study analyzed tweets shared by 7 women policy journalists on Twitter over a period of 1 month. In this respect, the study should be evaluated within its own limitations. In future studies, online discourse towards women political journalists in other countries can be compared with those in Turkey. Additionally, comments on the videos of women political journalists on YouTube can be analyzed.

REFERENCES

- Adams, C. (2018). ‘They go for the gender first’: The nature and effect of sexist abuse of female technology journalists. *Journalism Practice*, 12(7), 850-869. DOI:<https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1350115>
- Aktaş Üstün, N., & Ekin, M. (2021). Görsel spor medyasında çalışan kadınların uğradıkları siber zorbalık hakkında görüşleri. *Spor veRekreasyonAraştırmalarıDergisi*, 3(Özel Sayı 1), 15-23. Doi: 10.52272/srad.972355
- Alp, H. (2017). Ahmet Hakan’ın Tarafsız Bölge Programı üzerinden medyada kadın temsili sorunu. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 65-78.
- Alp, H., & Güzel, M. (2022). Toplumsal rıza üretimi sürecinde televizyon tartışma programlarının etkisi ve “Fast Thinker” kavramı. *Aksaray İletişim Dergisi Journal Of Aksaray Communicaion*, 4(2), 88-106.
- Alpay, S., & Orta, L. (2022). Spor medyasında kadının cinsiyetçilik bağlamında incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(2), 1-14.
- Association for Development Migration and Social Policies (DEMIS), Rapor IV (2018).https://bianet.org/system/uploads/1/files/attachments/000/002/358/original/Prime_time_tart%C4%B1%C5%9Fma_programlar%C4%B1nda_kad%C4%B1nlar.pdf?1544168764. ErişimTarihi: 03.05.2023. 1-16.
- Ayhan, B., & Demir, Y. (2022). Systematic sexism: Women’s sports news in a circle of gatekeepers and users on Twitter. *Communication & Sport*, 1-23.
- Barão da Silva, G., Sbaraini Fontes, G., & Marques, F. P. J. (2023). Risks and resilience in the case of Brazilian female journalists: How women perceive violence against media professionals and cope with its effects. *Journalism Studies*, 24(7), 956-975.
- Baykan, B. G., Kenan, İ. D., & Malak, C. (Ocak 2021). TV tartışmalarında cinsiyetler arası uçurum. https://bianet.org/system/uploads/1/files/attachments/000/003/355/original/TV_Tart%C4%B1s%CC%A7malar%C4%B1nda_Cinsiyetler_Aras%C4%B1_Uc%CC%A7urum_.pdf?1617792570. Accessed: 03.05.2023. 1-8.

- Bilgin, B. C. (2022, June 17). Gazeteciler Twitter’da medya kuruluşlarından 59 kat daha fazla etkileşim alıyor. Retrieved January 5, 2023, from Journo: <https://journo.com.tr/twitter-gazeteciler-medya-etkilesim>
- Blanco-Herrero, D., Splendore, S., & Alonso, M. O. (2023). Southern European journalists’ perceptions of discursive menaces in the Age of (online) delegitimization. *Politics and Governance, 11*(2), 1-11. DOI: <https://doi.org/10.17645/pag.v11i2.6397>
- Bossio, D., and Holton, A. E. (2021). Burning out and turning off: Journalists’ disconnection strategies on social media. *Journalism, 22*(10), 2475-2492. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884919872076>
- Carlson, C. R., and Witt, H. (2020). Online harassment of US women journalists and its impact on press freedom. First Monday (2020).
- Celuch, M., Latikka, R., Oksa, R., & Oksanen, A. (2023). Online harassment and hate among media professionals: Reactions to one’s own and others’ victimization. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
- Chadha, K., Steiner, L., & Guha, P. (2017). Indian women journalists' responses to sexism and sexual harassment. *International Communication Research Journal, 52*(1), 1-29.
- Chen, G. M., Pain, P., Chen, V. Y., Mekelburg, M., Springer, N., & Troger, F. (2020). ‘You really have to have a thick skin’: A cross-cultural perspective on how online harassment influences female journalists. *Journalism, 21*(7), 877-895. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884918768500>
- Chen, G. M., Pain, P., & Zhang, J. (2018). #NastyWomen: Reclaiming the Twitterverse from misogyny. In J. R. Vickery & T. Everbach (Eds.), *Mediating misogyny: Gender, technology and harassment* (pp. 371–388). Palgrave Macmillan.
- Clark, M & Grech, A. (2017). Journalists under pressure: Unwarranted Interference, fear, and self-censorship in Europe. Council of Europe: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168070ad5d>
- Cohen, N. S. (2019). At work in the digital newsroom. *Digital Journalism, 7*(5), 571–591. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1419821>
- Cole, K. K. (2015). “It’s like she’s eager to be verbally abused”: Twitter, trolls, and (En) gendering disciplinary rhetoric. *Feminist Media Studies, 15*(2), 356-358.
- Demir, Y., & Ayhan, B. (2022). Being a female sports journalist on Twitter: Online harassment, sexualization, and hegemony. *International Journal of Sport Communication, 15*(3), 207-217.
- Demirdağ, D. (5 Ocak 2019). Kadın gazetecilere online taciz: Bizim utanç duvarımız. <https://journo.com.tr/kadin-gazetecilere-online-taciz>. Accessed: 03.05.2023.
- Deuze, M. (2008). The changing context of news work: Liquid journalism and monitorial citizenship. *International Journal of Communication, 2*(5), 848–865.
- Dinç, E. S. (2019). Türk spor medyasında kadın gazetecilere yönelik cinsiyet ayrımcılığı. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 4*(1), 97-112. DOI: <https://doi.org/10.25307/jssr.529861>
- Edström, M. (2016). The trolls disappear in the light: Swedish experience of sexualized hate speech in the aftermath of Behring Breivik. *International Journal for Crime, Justice, and Social Democracy, 5*(2), 96–106.

- Ertuna, C. (2018). Türkiye’de televizyonlarda kanaat üretimi: haber kanallarındaki tartışma programları ve kanaat teknisyenleri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 57-81. DOI: 10.16878/gsuilet.496644
- Everbach, T., & Vickery, J. R. (2018). *Mediating misogyny: Gender, technology, and harassment*. Springer.
- Ferrier, M., & Garud-Patkar, N. (2018). “Troll Busters: Fighting Online Harassment of Women Journalists.” In J. R. Vickery & T. Everbach, (Eds.), *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment*, (pp. 311-332). Springer International Publishing.
- Finneman, T, Thomas, R. J., & Jenkins, J. (2019). I always watched eyewitness news just to see your beautiful smile: Ethical implications of U.S. women TV anchors’ personal branding on social media. *Journal of Media Ethics*, 34(3), 146-159. DOI: <https://doi.org/10.1080/23736992.2019.1638260>
- Finneman, T., & Jenkins, J. (2018). Sexism on the set: Gendered expectations of TV broadcasters in a social media world. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 479-494. DOI: <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1484292>
- Gardiner, B. (2018). “It’s a terrible way to go to work”: What 70 million readers’ comments on the Guardian revealed about hostility to women and minorities online. *Feminist Media Studies*, 18(4), 592-608. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447334>
- Ging, D., & Siapera, E. (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, 18(4), 515-524. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447345>
- Gökırmaklı, I. (26 Kasım 2019). Kadın gazeteciler dijital şiddeti anlattı: Şaşırmıyoruz ama mücadeleye devam!. <https://journocom.tr/kadin-dijital-siddet>. Accessed: 03.05.2023.
- Hackworth, L. (2018). “Limitations of “just gender”: The need for an intersectional reframing of online harassment discourse and research.” In J. R. Vickery & T. Everbach (Eds.), *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment*, (pp. 51-70). Springer International Publishing.
- Holton, A. E., Bélair-Gagnon, V., Bossio, D., & Molyneux, L. (2021). “Not their fault, but their problem”: Organizational responses to the online harassment of journalists. *Journalism Practice*, 17(4), 859-874. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1946417>
- Hopton, K., & Langer, S. (2022). “Kick the XX out of your life”: An analysis of the manosphere’s discursive constructions of gender on Twitter. *Feminism & Psychology*, 32(1), 3-22. DOI: <https://doi.org/10.1177/09593535211033461>
- <https://rm.coe.int/final-version-annual-report-2021-en-wanted-real-action-for-media-freed/1680a2440e>. Accessed: 03.05. 2023.
- Hussain, S., Bostan, H., & Qaisarani, I. (2022). Trolling of female journalists on Twitter in Pakistan: an analysis. *Media International Australia*, 1329878X221145977.
- Jane, E. A. (2014). “You’re an ugly, whorish, slut.” *Feminist Media Studies*, 14, 531–546. <https://doi.org/10.1080/14680777.2012.741073>
- Kantola, A., & Harju, A. A. (2023). Tackling the emotional toll together: How journalists address harassment with connective practices. *Journalism*, 24(3), 494–512. DOI: <https://doi.org/10.1177/14648849211055293>
- Karlsson, M., & Sjøvaag, H. (2016). Content analysis and online news: Epistemologies of analysing the ephemeral Web. *Digital Journalism*, 4(1), 177-192. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096619>

- Karppi, T. (2011). "Digital Suicide and the Biopolitics of Leaving Facebook." *Transformations* (14443775), no. 20.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=14443775&asa=Y&AN=79363517&h=YEp6o9V5soNWZ%2F%2BgPOht1ETKBcvmSsy8zoOVOnhYwNFh50bK7roUJAlnTHqN2FGnw15mSI9j7MhzVsz1AIg%2BEA%3D%3D&crl=c>.
- Kiraz-Demir, S. (2022). Siber feminizm çerçevesinde yeni medyada kadın gazeteciler üzerine bir araştırma. *Kadın/Woman 2000*, 23(1), 133-154.
- Koirala, S. (2020). Female journalists' experience of online harassment: A case study of Nepal. *Media and Communication*, 8(1), 47-56. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2541>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Kundu, P., & Bhuiyan, M. M. H. (2021). "Online Harassment of Female Journalists in Bangladesh: Forms, Reactions, and Consequences." In *Handbook of Research on Discrimination, Gender Disparity, and Safety Risks in Journalism*, 143-166. IGI Global.
- Lee, N. Y., & Park, A. (2023). How online harassment affects Korean journalists? The effects of online harassment on the journalists' psychological problems and their intention to leave the profession. *Journalism*, 14648849231166511.
- Lewis, S. C., Zamith, R., & Coddington, M. (2020). Online Harassment and Its Implications for the Journalist–Audience Relationship. *Digital Journalism*, 8(8), 1047-1067.
DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1811743>
- Löfgren Nilsson, M., & Örnebring, H. (2016). Journalism under threat: Intimidation and harassment of Swedish journalists. *Journalism Practice*, 10(7), 880–890. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1164614>
- Lu, S., & Luqiu, L. R. (2023). When will one help? Understanding audience intervention in online harassment of women journalists. *Journalism Practice*, 1-19.
- Marshak, E. (2017). Online harassment: A legislative solution. *Harvard Journal on Legislation*, 54, 501-531.
- Mathisen, B. R. (2023). Sourcing practice in local media: Diversity and media shadows. *Journalism Practice*, 17(4), 647-663. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1942147>
- Meeks, L. (2013). He wrote, she wrote: Journalist gender, political office, and campaign news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1), 58-74. DOI: <https://doi.org/10.1177/1077699012468695>
- Meny, E. (2017, December 6). Local TV news has a harassment problem – From people who watch the news. Vox. Available at: <https://www.vox.com/first-person/2017/12/6/16742228/local-tv-news-sexual-harassment>. Accessed: 20.04.2023.
- Miller, K. C., & Lewis, S. C. (2022). Journalists, harassment, and emotional labor: The case of women in on-air roles at US local television stations. *Journalism*, 23(1), 79-97. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884919899016>
- Molyneux, L. (2019). A personalized self-image: Gender and branding practices among journalists. *Social media + society*, 5(3), 2056305119872950. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305119872950>
- Molyneux, L., Holton, A., & Lewis, S. C. (2018). How Journalists Engage in Branding on Twitter: Individual, Organizational, and Institutional Levels. *Information, Communication and Society*, 21(10), 1386–1401.

- Ndlovu, M., & Khupe, N. A. (2023). Online Harassment of journalists in Zimbabwe: Experiences, Coping Strategies and Implications. In: Matsilele, T., Mpofu, S., Moyo, D. (eds) *New Journalism Ecologies in East and Southern Africa. Palgrave Studies in Journalism and the Global South*, (pp. 95-111). Palgrave Macmillan,
- North, L. (2016c). The Gender of “soft” and “hard” news: Female journalists' views on gendered story allocations. *Journalism Studies*, 17(3), 356-373. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.987551>
- North, L. (2016a). Damaging and daunting: Female journalists' experiences of sexual harassment in the newsroom. *Feminist Media Studies*, 16(3), 495-510. DOI: <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1105275>
- North, L. (2016b). Still a ‘Blokes Club’: The Motherhood Dilemma in Journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 17(3): 315-330. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884914560306>
- Ojanen, T. T., Boonmongkon, P., Samakkeekarom, R., Samoh, N., Cholratana, M., & Guadamuz, T. E. (2015). Connections between online harassment and offline violence among youth in Central Thailand. *Child abuse & neglect*, 44(2015), 159–169. DOI: 10.1016/j.chiabu.2015.04.001
- Pain, P., & Chen, V. (2019). This reporter is so ugly, how can she appear on TV? *Journalism Practice*, 13(2), 140–158. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1423236>
- Park, C. S. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1641-1648. DOI: 10.1016/j.chb.2013.01.044
- Parmelee, J. H. (2013). Political journalists and Twitter: Influences on norms and practices. *Journal of Media Practice*, 14(4), 291-305.
- Posetti, J., Aboulez, N., Bontheva, K., Harrison, J., & Waisbord, S. (2020). Online Violence Against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>.
- Posetti, J., & Storm, H. (2018). Violence against women journalists-online and offline. *Setting the Gender Agenda for Communication Policy: New Proposals from the Global Alliance on Media and Gender*, 75-86.
- Rao, S., & Rodny-Gumede, Y. (2020). Gazing past the glass ceiling: Indian and South African female journalists' perceptions of their role and power in the newsroom. *Global Media and Communication*, 16(1), 57-74.
- Ross, K., Boyle, K., Carter, C. and Ging, D. (2018). Women, men and news. *Journalism Studies*, 19(6), 824-845, DOI: 10.1080/1461670X.2016.1222884.
- Sarikakis, K., Kassa, B. E., Fenz, N., Goldschmitt, S., Kasser, J., & Nowotarski, L. (2021). “My haters and I”: personal and political responses to hate speech against female journalists in Austria. *Feminist Media Studies*, 1-16.
- Söderberg, L., & Schumacher, A. (2023). The strategies and consequences for harassment: The effect on women journalists' work in Costa Rica. Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:lnu:diva-119038></div>. Erişim Tarihi: 15.04. 2023. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1733931/FULLTEXT01.pdf>.
- Stahel, L., & Schoen, C. (2020). Female journalists under attack? Explaining gender differences in reactions to audiences' attacks. *New Media & Society*, 22(10), 1849-1867.
- Tandoc, E. C., Sagun, K. K., & Alvarez, K. P. (2023). The digitization of harassment: Women journalists' experiences with online harassment in the Philippines. *Journalism Practice*, 17(6), 1198-1213.

- Tekvar, O. S. (2016). KadınGazeteciOlmak: Uçan Haber “Kadınve Medya” Özel Sayısının İncelenmesi. “Being a Woman Journalist: Analyzing Uçan Haber “Woman and Media” Special Issue”. *KarabükÜniversitesiSosyalBilimlerEnstitüsüDergisi*, 6(2), 435-445.
- Usher, N., Holcomb, J., & Littman, J. (2018). Twitter makes it worse: Political journalists, gendered echo chambers, and the amplification of gender bias. *The international journal of press/politics*, 23(3), 324-344.
- Vitis, L., & Gilmour, F. (2017). Dick pics on blast: A woman’s resistance to online sexual harassment using humour, art and Instagram. *Crime, Media, Culture*, 13(3), 335-355.
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22-45.
- Williams, L. M., Burnap, P., Javed, A., Liu, H., & Ozalp, S. (2020). Hate in the machine: Anti-Black and anti-Muslim social media posts as predictors of offline racially and religiously aggravated crime. *The British Journal of Criminology*, 60(1), 93–117.
- Yılmaz, E. (2020). Kadın foto muhabirler: ‘Sahada omuz atma, üste çıkma, sözlü taciz ve asılma ile karşılaşıyoruz’. <https://journos.com.tr/8-mart-kadin-fotomuhabirler>. Accessed: 03.05.2023.
- Yüncüler, Z. (5 Mart 2018). Kadın gazeteciler anlatıyor: Yöneticim whatsapp’tan ‘bacakların güzel’ yazdı. <https://journos.com.tr/kadin-gazeteciler-tgs-8-mart-raporu>. Accessed: 03.05.2023.

KOBİ'LERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNDE TEKNOPARK VE TEKNOLOJİ TRANSFER OFİSLERİNİN ROLÜ

Utku Can AYDIN¹, Mehmet Selami YILDIZ²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1312214

Makale Geçmişi:

Geliş 09.06.2023

Kabul 24.09.2023

Anahtar Kelimeler:

KOBİ,

Teknoloji Transfer Ofisi,

Teknopark,

Sürdürülebilirlik.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı teknopark ve teknoloji transfer ofislerinin KOBİ'lerin sürdürülebilirliğindeki rolünü analiz etmek ve KOBİ'lerin bu süreci verimli bir şekilde ilerletebilmeleri için uygun bir yol haritası ortaya koymaktır. Araştırmada veri toplama yöntemlerinden nitel yöntem tercih edilmiş bire bir görüşme tekniği uygulanmıştır. Bu çalışmada Düzce Teknopark bünyesindeki KOBİ'ler ve yönetim ofisinde çalışan uzman personel ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda KOBİ'lerin sürdürülebilirliğine yönelik destekler ve teknopark-teknoloji transfer ofisi yapılanmasının KOBİ'lerin sürdürülebilirliğindeki rolü incelenmektedir. Verilerin toplanması aşamasında bire bir görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Düzce Teknopark ve Düzce Teknoloji transfer ofisinin hizmet sağladığı KOBİ'ler ve yönetim ofisi uzmanları oluşturmaktadır. Bu çalışma sonucunda teknopark ve teknoloji transfer ofisinin destek sağladığı firmaların finansal sürdürülebilirliğine ve personel istihdamı sürdürülebilirliğinde sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Bunun yanında, Teknopark ve Teknoloji Transfer Ofisi'nin sağlamış olduğu desteklerin KOBİ'lere ulaşması noktasında yaygınlaştırma faaliyetlerini arttırmaları gerektiği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca ulusal ve uluslararası fon mekanizmalarına erişim noktasında firmaların problemler yaşadığı ortaya çıkmıştır. KOBİ'lerin sürdürülebilirlik düzeyini arttırmak için izledikleri politikalar incelenmiş ve bu süreçten daha fazla verim alabilmeleri adına yol haritaları ortaya konulmuştur.

THE ROLE OF TECHNOPARK AND TECHNOLOGY TRANSFER OFFICES IN SUSTAINABILITY OF SMEs

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1312214

Article History:

Received 09.06.2023

Accepted 24.09.2023

Keywords:

SME,

Technology Transfer Office,

Teknopark,

Sustainability.

ABSTRACT

The aim of this study is to analyse the role of technoparks and technology transfer offices in the sustainability of SMEs and to put forward an effective road map for SMEs to advance this process efficiently. Qualitative method was preferred among the data collection methods in the research and one-to-one interview technique was applied. In this study, interviews were conducted with SMEs within Düzce Technopark and expert staff working in the management office. In this direction, supports for the sustainability of SMEs and the role of technopark-technology transfer office structuring in the sustainability of SMEs are examined. One-to-one interview technique was used in the data collection phase. The sample of the research consists of SMEs and management office experts who receive service from Düzce Technopark and Düzce Technology Transfer Office. As a result of this study, it is seen that the companies supported by Technopark and Technology Transfer Office have problems in financial sustainability and personnel employment sustainability. In addition, it is revealed that the support provided by Technopark and Technology Transfer Office should increase dissemination activities at the point of reaching SMEs. In addition, it has been revealed that companies have problems in accessing national and international funding mechanisms. The policies followed by SMEs to increase the level of sustainability have been analysed and road maps have been put forward in order to get more efficiency from this process.

¹ Uzm., Düzce Üniversitesi Sanayi ve İş Dünyası İşbirliği Uygulama ve Araştırma Merkezi, ucan2381@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6364-0484

² Prof.Dr., Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, selamiyildiz@duzce.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6557-6372

Alıntılanak için/Cite as: Aydın, U.C. ve Yıldız, M.S. (2023). Kobi'lerin sürdürülebilirliğinde Teknopark ve teknoloji transfer ofislerinin rolü. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 874-888.

GİRİŞ

KOBİ'ler Türkiye'deki işletmelerin %99,8'ini oluşturmakla birlikte istihdamın %66'sını sağlamakta ve ithalat ihracat oranlarında ekonomiye büyük katkı sunmaktadırlar (Gök, 2022). Bu sebeplerden dolayı KOBİ'lerin ülke ekonomisinin büyümesi ve sürdürülebilirliğine etkisi büyüktür. Ekonominin temel taşları olan KOBİ'ler ne kadar sürdürülebilir yapılara sahip olurlarsa ülke ekonomisi de o kadar güçlü ve sürdürülebilir olmaktadır. Bu bağlamda KOBİ'lerin direnç kazanarak uzun yıllar faaliyetlerini sürdürebilmeleri için büyüme süreçlerinde destek almaları gerekmektedir.

Sanayi devriminden günümüze kadar olan süreçte sürdürülebilirlik kavramının öneminin günden güne artarak devam ettiği görülmektedir. Rekabet edebilirlik düzeyinin üst seviyelere gelmesi, sürdürülebilir ekonomik düzenler oluşturulması gelişmekte olan ülkeler için önemli bir noktadır. Bu doğrultuda toplumun, üniversitelerin ve üniversite-sanayi işbirliği etkileşimi ile birlikte KOBİ'lerin kalkınması noktasında üniversite teknoloji transfer ofisleri ve teknoparkların önemi görülmektedir (Li ve diğerleri, 2018).

Sürdürülebilirlik, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekosistemde hayatta kalabilmesi adına kaçınılmaz bir unsurdur. Özellikle ekonomik sürdürülebilirlik kapsamında KOBİ'ler alternatif finansman kaynaklarına ulaşma hususunda geri planda kalmaktadırlar. Ekonomik sürdürülebilirliği sağlayamayan KOBİ'ler örgütsel ekoloji süreçlerinde uyum sağlayamamakta ve kısa vadeli olmaktan öteye gidememektedirler (Klewitz & Hansen, 2014). Bu bağlamda ekonomik bağımsızlığa sahip olmayan KOBİ'ler için alternatif kaynaklara ulaşmak ve uluslararasılaşma faaliyetleri büyük önem taşımaktadır. Bu süreçlerin ilerlemesinde teknopark ve teknoloji transfer ofisleri ulusal-uluslararası fon kaynaklarına erişim, vergi muafiyetleri, mentorluk ve kümelenmeler gibi birçok destek unsurunu KOBİ'lere sunmaktadır (Demirhan ve diğerleri, 2019).

Günümüzde uygulanan politikalar ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı hayatın her alanında daha fazla rol oynamaya başlamaktadır. Sürdürülebilir olmayan yapılar uzun vadede başarı sağlayamamaktadır (Eloise ve diğerleri, 2022). Bu bağlamda yapılan araştırma, teknopark ve teknoloji transfer ofislerinin KOBİ'lerin sürdürülebilir bir yapıya sahip olması süreçlerindeki rolü ve verdikleri hizmetler hem KOBİ yöneticilerinin hem de teknopark ve teknoloji transfer ofisi uzmanlarının gözünde inceleyerek bu soruya cevap aramaktadır.

Teknopark ve teknoloji transfer ofisleri yapıları gereği KOBİ'ler için birçok avantaj barındırmaktadırlar. Dolayısıyla bu araştırma KOBİ'lerin sürdürülebilirlik süreçlerinde teknoparklardan ve teknoloji transfer ofislerinden elde ettikleri destekleri ve bu süreçlere katkılarının incelenmesi bakımından önem arz etmektedir. Literatürde taranılan veri tabanları çerçevesinde Teknoparklar ve teknoloji transfer ofislerinin KOBİ'lerin sürdürülebilirliğindeki rollerini inceleme konusunda çalışmalar mevcut olsa da tüm ekosistemin etkilerini bir arada bulduran bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda araştırmanın literatüre kuramsal olarak katkı sağlamasının amaçlanması çalışmanın önemini artırıcı niteliktedir. Çalışmada elde edilecek sonuçların ilk olarak ilgili alana katkı sunacağı, sonrasında sürdürülebilirlik kavramının KOBİ'ler düzeyinde ne tür faaliyetler ile desteklenmesi gerektiği konusunda fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmanın temel amacı; teknopark ve teknoloji transfer ofislerinin KOBİ'lerin sürdürülebilirliğindeki rolünü incelemektir. Teknoparkların ve teknoloji transfer ofislerinin KOBİ'lerin sürdürülebilirliği sağlaması süreçlerindeki rollerini tespit etmek ve bu süreçten nasıl daha fazla verim alınabileceği araştırmanın özel amaçlarını oluşturmaktadır.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bu bölümde teknopark, teknoloji transfer ofisi ve KOBİ'lerin sürdürülebilirliği kavramlarına değinilecektir.

Teknopark, Teknoloji Transfer Ofisi ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

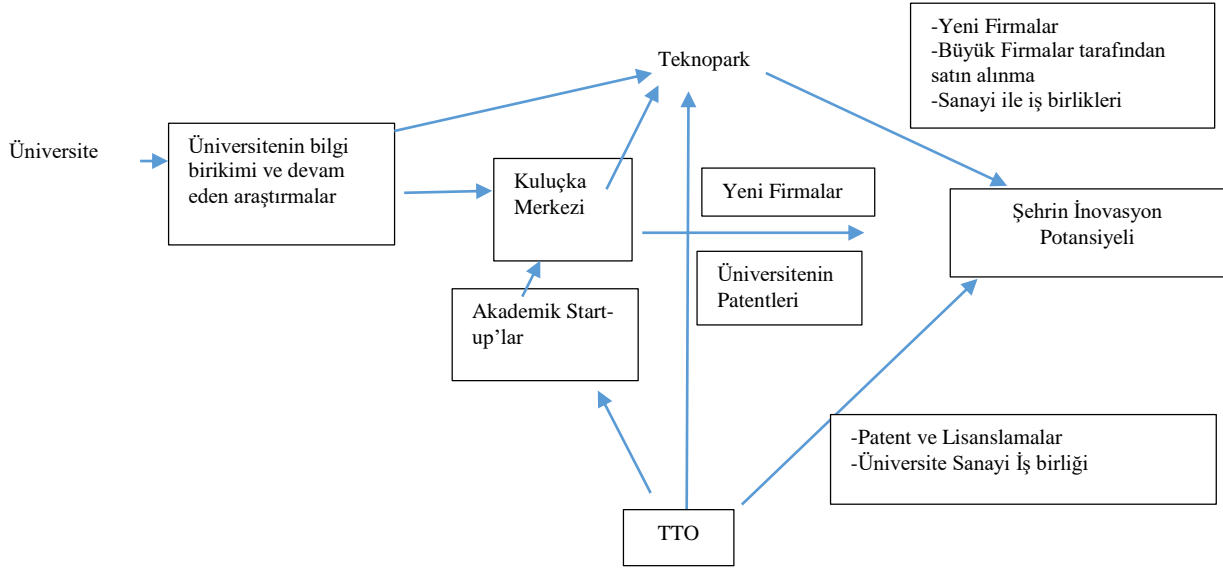
Dünya çevre ve kalkınma komisyonu, sürdürülebilirlik kavramını "bugünün ihtiyaçlarını gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma olarak tanımlamıştır (WCED, 1987). Küreselleşen dünyada ekonomik senaryolar, ürün yaşam döngülerinin kısa olması nedeniyle teknolojik gelişmeler ile birlikte hızla değişime uğramaktadır (Lee & Shvetsova, 2019). Bu nedenlerden dolayı, inovasyon ve sürdürülebilirlik iş dünyasında örgütsel ekoloji sürecinde hayatta kalabilmek adına çok önemli bir konuma gelmiştir. Bununla birlikte sürdürülebilir kalkınma için teknoloji transferinin gerekliliği ön plana çıkmaktadır (Etzkowitz & Zhou, 2006).

Bu süreçte uygulama noktasında üniversiteler, bilgiye dayalı bir toplum oluşturmada yenilik ve sürdürülebilirlik kavramlarını destekleyen bir rol oynamaktadır (Paniccia & Baiocco, 2018). Girişimci Üniversite olgusu, son yıllarda sanayi odaklı akademi düşüncesi ve girişimciliği üniversitenin bilimsel misyonlarıyla uzlaştırılması ile birlikte büyük bir ilgi görmektedir (Van Looy ve diğerleri, 2011). Üniversiteler bünyelerindeki

teknoloji transfer ofisleri ve teknoparklar aracılığı ile teknoloji transferi süreçlerinde daha aktif bir rol üstlenerek kamu ve sanayi arasındaki etkileşimin artmasında anahtar role sahip olmuşlardır (Weckowska, 2015).

Teknoloji transfer ofislerinin (TTO) üniversitelerin fikri mülkiyet haklarını yönetmek ve ticarileştirmek, üniversite-sanayi işbirliklerini başlatmak ve geliştirmek, akademik girişimciliği ve start-up firmaları desteklemek gibi önemli işlevleri bulunmaktadır (Siegel ve diğerleri, 2007). Ayrıca teknoparklar, bünyelerindeki kuluçka merkezleri vasıtasıyla girişimcilerin şirketleşmelerini ve rekabetçi pazar alanlarında hayatta kalmaları için ihtiyaç duydukları fiziksel, lojistik ve teknik altyapıyı sağlamaktadır (Yuldinawati ve diğerleri, 2016).

Tüm bu süreçler devam ederken teknopark ve teknoloji transfer ofisinin hizmet sağladığı bölge ve bölgenin inovasyon kapasitesinin üniversite-sanayi-kamu işbirliği çerçevesinde değerlendirilmesi ve bu kurgunun doğru uygulanması gerekmektedir (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).



Şekil 1: Teknopark ve Teknoloji transfer ofisi ekosisteminin yapılanması (Arkalı Olcay & Bulu, 2016)

Teknoloji geliştirme bölgeleri, buldukları bölgede üniversite ve sanayi arasında bir köprü görevi üstlenerek ticarileşme potansiyelini artırırlar. Ayrıca akademide bulunan teorik bilgiyi sanayiye aktararak teknoloji transferinin gerçekleşmesini sağlarlar. Bu süreçte kuluçka merkezleri iş fikirlerinin ticarileşmesi ve akademisyenlerin kurdukları start-up'ların teknoparklarda yer alması noktasında önemli rol oynamaktadır (Phan & Siegel, 2006). Üniversitenin patentleri ve kurulan yeni firmaların sanayiye verdiği katkı bölgedeki inovasyon potansiyelinin artmasında oldukça etkilidir. Şekil 1'de üniversite, teknopark ve teknoloji transfer ofisi yapılanmaları arasındaki etkileşim ve bu etkileşimin çıktıları görülmektedir. Üniversitede mevcut olan bilgi birikiminin sanayiye aktarılmasında teknopark ve teknoloji transfer ofisi bünyelerindeki kuluçka merkezleri ve akademik start-up'lar önemli bir rol oynamaktadır (Lyken-Segosebe ve diğerleri, 2020). Teknoloji transfer ofisi desteği ile üniversitenin patent sayısının artması ve yeni kurulan firmalar üniversite-sanayi iş birliği sürecini ve dolayısıyla şehrin inovasyon potansiyelinin artmasını sağlamaktadır (Han, 2017).

Teknoparklar, teknoloji tabanlı küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) gelişimini ve büyümesini teşvik etmek için tasarlanmış bölgelerdir (Altuğ, 2021). Genellikle teknoloji sektöründeki KOBİ'lerin büyümesine ve yenilik yapmasına yardımcı olacak altyapı, destek hizmetleri ve kaynaklar sağlarlar. TTO'lar genellikle üniversitelerde, devlet kurumlarında ve diğer araştırma kuruluşlarında bulunmakta ve birincil hedefleri araştırma ve geliştirme (AR-GE) faaliyetlerinin ticarileştirilmesini kolaylaştırmaktır (Perkmann ve diğerleri, 2013).

Genel olarak, Teknopark ve TTO'lar bilgi ve teknolojilerin araştırma kurumlarından özel sektöre transferini kolaylaştırarak inovasyonu teşvik etmede ve toplumun sürdürülebilir kalkınmasını desteklemede önemli bir role sahiptir (Smirnova ve diğerleri, 2019). Bu ekosistem, aynı zamanda çevre dostu işletme modelleri ve sürdürülebilir üretim yöntemleri geliştirmeyi de hedeflemektedir. Bu sayede, teknoparklar hem yenilikçi teknolojilerin

geliştirilmesine yardımcı olmakta, hem de sürdürülebilirlik konusunda önemli rol oynamaktadırlar (Briefs ve diğerleri, 1999).

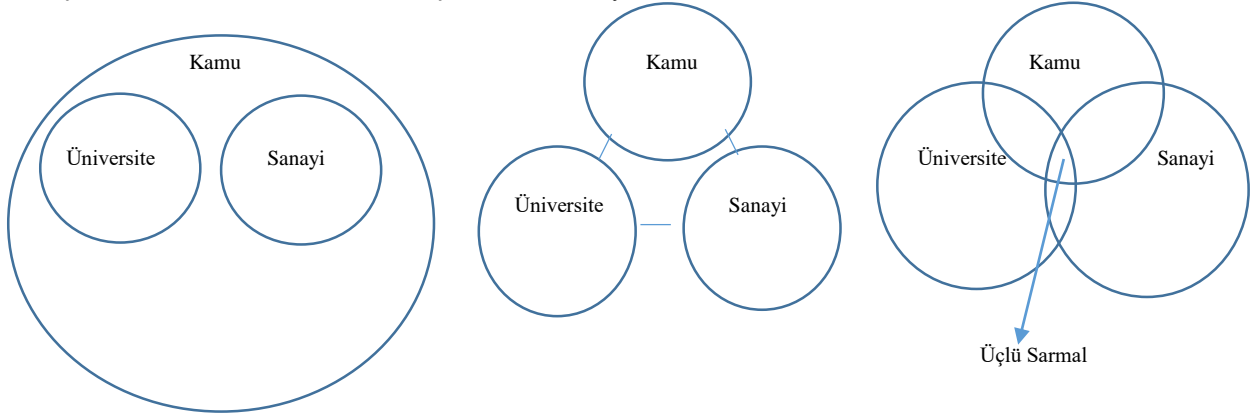
Sürdürülebilirlik açısından teknoparklar, bünyesindeki firmalarda ve yerel düzeyde çevreye duyarlı uygulamaları teşvik etmede rol oynamaktadır. Örneğin, enerji verimli binalar ve yenilenebilir enerji kaynakları gibi sürdürülebilir teknolojileri ve uygulamaları benimsemeleri için şirketlere kaynak ve destek sunmaktadırlar. Ayrıca, sürdürülebilir ulaşım seçeneklerini teşvik etmek ve çevre dostu ürün ve hizmetlerin kullanımını teşvik etmek için yerel yönetimler ve diğer ortaklarla birlikte çalışabilmektedirler.

Sürdürülebilirlik ayrıca teknoloji transferi sürecinde önemli bir husustur. TTO'lar, çevresel veya sosyal zorlukları ele alma potansiyeline sahip teknolojileri ve yenilikleri belirlemek ve bunların piyasada benimsenmesini ve yayılmasını teşvik etmek için kurumsal ortaklarıyla birlikte çalışabilir. Örneğin, bir TTO, yenilenebilir enerji, kaynak verimliliği veya atık azaltma ile ilgili teknolojilerin transferine veya sürdürülebilir ürün veya hizmetlerin geliştirilmesini destekleme noktasında faaliyetler yürütebilmektedir.

Genel olarak, Teknopark ve TTO'lar bilgi ve teknolojilerin araştırma kurumlarından özel sektöre transferini kolaylaştırarak inovasyonu teşvik etmede ve toplumun sürdürülebilir kalkınmasını desteklemede çok önemlidir (Smirnova ve diğerleri, 2019). Bu ekosistem, aynı zamanda çevre dostu işletme modelleri ve sürdürülebilir üretim yöntemleri geliştirmeyi de hedeflemektedir. Bu sayede, teknoparklar hem yenilikçi teknolojilerin geliştirilmesine yardımcı olmakta, hem de sürdürülebilirlik konusunda önemli rol oynamaktadır (Briefs ve diğerleri, 1999).

Kamu- Üniversite- Sanayi (KÜSİ) Üçlü Sarmal Modeli

Üçlü sarmal, bilgiyi ticarileştirme ve inovasyon süreçlerinin karşılıklı etkileşim içerisinde sürdürüldüğü bir modeldir. Üçlü sarmal modelinde kamu-üniversite-sanayi iş birliği birbirine bağlı ve kurumlar birbirleri ile etkileşim içindedir (Koç & Mente, 2007). 1990'ların ortalarında Etzkowitz ve Leydesdorff tarafından geliştirilen üçlü sarmal modelinde katı bir bürokrasi anlayışına ve aynı zamanda zayıf bir iletişim ağına sahip sanayi, üniversite ve kamu arasındaki ilişkinin bir yönetime dayanarak geliştirilmesi ve teknolojik gelişim ile inovasyon süreçlerine katkı sunulması hedeflenmiştir (Smith & Leydesdorff, 2014).



Şekil.2 Kamu Öncüllü Modelden Üçlü Sarmal Modele Geçiş Süreci (Etzkowitz H. , 2002)

Şekil 2'de görüldüğü gibi sanayi ve kamu geleneksel olarak birincil kurumsal alanlar olarak kavramsallaştırılırken, üçlü sarmal modelde yeni bir kavram olarak üniversitenin sanayi ve kamu ile birlikte lider bir pozisyona sahip olduğu kabul edilmektedir (Etzkowitz H. , 2002). İlk modelde devletin hakimiyetinin sanayi ve üniversiteyi kapsadığı devletçi model ortaya konulmuştur. İkinci modelde kamu, üniversite ve sanayinin kısıtlı ilişkilere sahip ve birbirleri ile sınırları olan liberal model gösterilmektedir. Üçüncü model ise üçlü sarmal olarak adlandırılan ilişkilerin güçlü olduğu ve aracı kurumlar ile ağlar ve organizasyonları ortaya çıkaran bir model olarak ön plana çıkmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırma KOBİ ölçeğindeki işletmelerin sürdürülebilir yapılar haline gelmesinde teknoparkların ve teknoloji transfer ofislerinin rolünün belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu rolün geliştirilebilmesi ve yeni uygulamalar ortaya çıkararak sistemin daha verimli bir duruma getirilmesi için izlenecek yol haritaları oluşturulması gibi yan amaçlar da bulunmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış görüşme

tekniklerinden faydalanılmıştır. Görüşme esnasında elde edilen verilerde kayıp olmaması için onay veren katılımcılardan ses kaydı alınmıştır. Veriler, bu araştırma için araştırmacılar tarafından hazırlanan, 6 sorudan oluşan yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Araştırmaya katılımın gönüllülük esasına göre gerçekleşeceği belirtilip görüşülmesi planlanan kişilerin onayı alınmıştır. Görüşmeler yüz yüze görüşme biçiminde yürütülmüş ve katılımcıların konuya ilişkin ifadeleri bir araştırmacı tarafından aynı anda yazıya geçirilmiştir. Görüşmeler tamamlandıktan sonra elde edilen yazılı kayıtların bilgisayar dökümü yapılmıştır. Dökümün yapılmasının ardından her bir soru için alınan yanıtlar ilgili indekslere işlenmiş ve soru bazında bir sınıflama yapılarak toplanan veriler betimsel analiz için hazır hale getirilmiştir. Katılımcılar tarafından dile getirilen görüşlerden doğrudan alıntılar yapılmıştır.

Betimsel analiz; bu analiz yaklaşımında asıl amaç görüşmelerin ve gözlemlerin sonucunda elde edilen verilerin düzene sokulmuş ve yorumlanmış şekilde okuyuculara aktarılmasıdır. Veriler önceden belirlenen temalara göre sınıflandırılması yapılır, özetlenir ve yorumlanır. Elde edilen bulguların arasında neden sonuç ilişkileri kurulur ve araştırmacının kendi perspektifinden yorumlanmaktadır.

Betimsel analiz yöntemi 4 temel aşamadan meydana gelmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2008).

Bunlar;

- 1- Çerçeve oluşturma aşaması
- 2- Tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi aşaması
- 3- Bulguların tanımlanması
- 4- Bulguların yorumlanması

aşamaları olarak belirtilmektedir.

Araştırmada kullanılan soru ve görüşme formu hazırlanırken alanında uzman personellerin görüşleri alınmış, soruların ilgili alanı nitelikli bir şekilde ölçebileceği olmasına dikkat edilmiştir. Araştırma verileri, belirli bir zaman dilimi ve maliyet kısıtı sebebiyle tüm Türkiye’de yapılamamış olup sadece Düzce Teknopark firmaları ve yönetim ofisinde istihdam edilen kişilerden toplanmıştır. Dolayısıyla bu durum Türkiye genelindeki tüm ekosistem çalışanları için genelleme yapılmasını engellemektedir. Araştırma belli bir süre içerisinde gerçekleştirilmiştir. Örneklemin konuya ilişkin bakış açısı ve tutumu zaman içinde değişebileceğinden araştırma uygulanan zaman ile sınırlıdır. Araştırma sektörler arası yapıldığında spesifik bir şekilde tek bir sektör özelinde öneride bulunulamamaktadır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın deseni göz önünde bulundurulduğunda uygun olarak amaçlı örnekleme yöntemi türlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme (kolayda örnekleme) kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemleri zengin bir bilgi havuzuna sahip olduğu düşünülen konuların derinlemesine incelenmesine imkan sağlamaktadır (Şimşek & Yıldırım, 2000). Kolay ulaşılabilir durum örnekleme ise araştırmacılara hız ve pratiklik kazandırmaktadır (Biçer ve diğerleri, 2014). Elde edilen bulgular sınıflandırılarak kategorizasyon ve tematik kodlama çalışması gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler olduğu gibi aktarılmış ardından eliminasyon çalışması gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, Düzce ilinde Düzce Teknoloji geliştirme bölgesi, Düzce Teknopark A.Ş.’de görev yapmakta olan Düzce Teknopark A.Ş yönetim ofisi yetkilileri ve Düzce Teknopark A.Ş bünyesinde faaliyetlerini sürdüren KOBİ’lerin yetkilileri ile yürütülmüştür. Yapılan literatür incelemesini desteklemek adına Düzce Teknopark ve Düzce Teknoloji Transfer Ofisi’nin yönetim ofisinde görev yapan ve alanında en az 3 yıl tecrübeye sahip uzman personeller ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve fikir alışverişinde bulunulmuştur. Ayrıca Düzce Teknopark bünyesinde minimum 2 yıl faaliyetlerini sürdüren KOBİ temsilcileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda KOBİ’lerin yetkilileri ve Teknopark-TTO ekosisteminden alanda en az 5 yıl deneyimi olan uzman yetkililer ile görüşülmüş ve yorumlanabilecek sorular yöneltilmiştir.

Veri Toplama Araçları

İlk olarak bire bir görüşme tekniğinde kullanılacak soruları belirlemek adına literatür taraması gerçekleştirildi. Sevsay, Mıynat ve Aktaş’ın (2017) çalışmasında ortaya koydukları devlet, sanayi, üniversite sarmalı modelinden yararlanıldı (Sevsay ve diğerleri, 2017). Soruların oluşturulmasında ayrıca Kalenov ve Shavina’nın Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınmada “Triple Helix” Yenilikçi Modelinin Rolü isimli çalışmalarında değindikleri üniversite, sanayi ve devlet inovasyonu içeren üçlü sarmal modelinden faydalanılmıştır (Kalenov & Shavina, 2018).

Soruların hazırlanması evresinde teknopark bünyesinde faaliyetlerini sürdüren KOBİ'lerden ve Türkiye'nin çeşitli teknoparklarının yönetim ofislerinde görev yapan uzman personellerden görüş alınmıştır. Soru oluşturma aşaması için yapılan bu saha çalışması literatür taraması yaparak desteklenerek sorular oluşturulmuş ve görüşme formunun son hali hazırlanmıştır. Nitel yöntemle gerçekleştirilen bu çalışmada KOBİ'lerin sürdürülebilirlik süreçlerinde Teknopark ve Teknoloji transfer ofislerinin rollerinin saptanması hedeflenmiştir. Araştırmada yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği ortak bir mekana ve zaman aralığına bağlı gerçekleştirilen bir tekniktir (Salman Yıkılmış, 2020).

Verilerin Toplanması

04/05/2023 tarihinde etik kurul onayının alınmasını takriben, belirlenen teknopark firmaları ve teknopark-teknoloji transfer ofisi yönetim ofisi uzman personelleri ile bireysel görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Kabul eden katılımcılardan ses kaydı alınarak görüşme esnasında görüşme formu üzerinden sorulara verilen cevaplar not tutma yöntemi ile kayda geçirilmiştir. Araştırmacı ve katılımcılar önceden haberleşerek görüşme zamanları belirlenmiştir. Görüşmeler katılımcıların gönüllülük esasına dayanarak gerçekleştirilmiştir.

Etik Değerler Hususu

Araştırma verileri toplanırken katılımcılara elde edilen verilerin araştırmanın amacı doğrultusunda kullanılacağı ve kişisel verilerin araştırma kapsamında işleneceği belirtilmiş üçüncü kişiler ile katılımcıların rızası dışında paylaşım yapılmayacağı vurgulanmıştır. Katılımcıların tümünden, hazırlanan görüşme formu doğrultusunda imzaları alınarak gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

İç geçerliliği arttırmak adına katılımcılar ile fikirlerini rahatça ifade edebilecekleri sakin ortamlarda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Objektif sonuçlar elde edebilmek adına bire bir görüşme yapılmış görüşme yapılan ortamda başka herhangi bir kişinin bulunmamasına dikkat edilmiştir. Güvenilirliği arttırmak için çeşitleme tekniği kullanılmıştır. Çeşitleme farklı yöntemlerin, veri kaynaklarının, araştırmacıların ve perspektiflerin, verilerin ve yorumların çapraz kontrollerini yapmak amacıyla bir arada kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Denzin & Lincoln, 2005). Güvenilirlik ve geçerliliğin artırılması adına hazırlanan sorular 3 kişi tarafından gözden geçirilmiş ve iyileştirmeler yapılmıştır.

Katılımcı kontrolü, inandırıcılığı sağlamada önemli bir ölçüt olarak görülmektedir. Katılımcı kontrolü verileri ve yorumları doğrudan katılımcılar yoluyla sınama imkânı tanımaktadır. Verilerin doğruluğuna ilişkin kontroller veri toplama görüşmelerinin yapıldığı durumlarda sığağı sığağına yapılabileceği gibi veri toplama evresinin sonunda da yapılabilir (Guba, 1981). Son olarak veriler kağıda geçirildikten ve görüşmeler sonlandırıldıktan sonra katılımcılar ile paylaşılmış, tutulan notların teyit edilmesi istenmiştir.

Araştırmacının Katılımcı Rolü

Araştırmacı kendini verilerin akışına kaptırsa bile, kendi perspektifinin, önceden var olan düşünce ve inançları ile sonrasında ortaya çıkan sonuçların arasında farkındalığa sahip olmalıdır. Bu nedenle araştırmacının, araştırmadaki katılımcı rolü çalışmalarda açıkça belirtilmelidir (Tekindal & Arsu, 2020). Bu araştırma kapsamında yapılmış olan görüşmelerde verilerin toplanması ve oluşturulan kategori ve kodların sonucu olarak ekosistem için bir model oluşturulması süreçlerinde araştırmacının katılımcı rolü büyük önem taşımaktadır. Araştırmacı veri toplama süreçlerinde doğrudan dahil olmuştur. Yapılan görüşmelerin yazıya dökülmesi ve analizinin yapılması araştırmacıya aittir. Bu durum çalışmanın öznelliğini arttırmaktadır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın amacı doğrultusunda yüz yüze görüşülen 10 Teknopark-TTO yetkilisi ve KOBİ temsilcisinden elde edilen bulgular ve bulgulara ilişkin tablolar aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir. 7 adet görüşme KOBİ'lerden temsilciler ile gerçekleştirilmiştir. 3 görüşme ise teknopark yönetim ofisi ekibinden personeller ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin sayısı ve firma-teknopark uzmanı dağılımı gerekli tecrübeye sahip personellerin sayısına göre belirlenmiştir. Teknopark ve TTO ekosisteminin KOBİ ölçekli firmaların sürdürülebilirliğindeki rolünü saptayabilmek adına hem firma yöneticilerine hem de teknopark yönetim kadrosuna aynı sorular sorulmuş ve farklı perspektiflerin yorumlanması amaçlanmıştır.

Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda 6 farklı tema ve frekanslara göre 3 farklı kategori ortaya çıkmıştır. KOBİ'ler için sürdürülebilir bir ekosistem oluşturulmasındaki etkenlerin belirlenmesine yönelik soruya katılımcıların verdikleri cevaplardan "Sürdürülebilir Ekosistem" teması ortaya çıkmıştır. Bu tema sürdürülebilir

ekosistemin oluşturulması noktasında katılımcıların perspektiflerinden ortaya konan olgular sonucu ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir bir ekosistem oluşturulmasında gerekli olan koşulların neler olduğunu ifade etmektedir. KOBİ'ler için teknoloji transferinin önemini belirlemek için "Teknoloji Transferi" teması kullanılmıştır. Katılımcıların cevaplarından elde edilen bulgulara göre teknoloji transferi kavramının bileşenleri ortaya çıkmıştır. Bu kavram altında, yenilikçilik, rekabet edebilirlik ve know-how gibi olgular ön plana çıkmaktadır.

KOBİ'ler için teknoparklar ve teknoloji transfer ofislerinin işbirliklerinin avantajlarını saptamak adına yöneltilen soru kapsamında elde edilen bulgulardan "Teknopark-TTO İşbirliği" teması oluşturulmuştur. Bu tema altında KOBİ'lerin teknopark ve tto işbirlikleri sonucunda ne gibi avantajlar elde ettikleri belirlenmiştir. KOBİ'lerin ürün geliştirmeleri ve inovasyon kapasitesinin geliştirilmesinde teknoloji geliştirme bölgelerinin etkisini ölçmek adına yöneltilen soru kapsamında "Ürün Geliştirme ve İnovasyon Kapasitesinin Artışı" teması oluşturulmuştur. Bu tema altında teknoloji geliştirme bölgelerinin desteklerinin AR-GE çalışmalarına ve inovasyon kapasitesinin artışına sağladıkları katkı ortaya konmuştur.

Teknoloji geliştirme bölgesinin sağlamış olduğu desteklerin personel istihdamı ve sürdürülebilirliği noktasındaki etkisini belirlemek adına sorulan sorudan "Personel İstihdamı ve Sürdürülebilirliği" teması ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda verilen desteklerin, KOBİ'lere personel istihdamı ve sürdürülebilirliği konularındaki etkinliği ortaya konmuştur. Son olarak KOBİ'lerin Teknopark ekosistemindeki hizmetlerden sağladığı faydaların etkinliğini ve daha fazla verim alınması noktasında geliştirilmesi gereken hususları belirlemek adına yöneltilen sorudan "Etkinlik ve Verim Artışı" teması oluşturulmuştur. Bu tema kapsamında ortaya çıkarılan kodlardan ekosistemin ve desteklerin geliştirilmesine yönelik çıkarımlar yapılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular her iki taraftan görüşleri içermektedir. KOBİ'lerden olan katılımcılar "K" olarak, teknopark yönetim ekibinden olan katılımcılar ise "Y" şeklinde belirtilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Dağılımı

KATILIMCI	UZMANLIK ALANI	CİNSİYET	TECRÜBE
K1	KOBİ TEMSİLCİSİ	Erkek	3 Yıl
K2	KOBİ TEMSİLCİSİ	Erkek	3 Yıl
K3	KOBİ TEMSİLCİSİ	Kadın	4 Yıl
K4	KOBİ TEMSİLCİSİ	Erkek	8 Yıl
K5	KOBİ TEMSİLCİSİ	Erkek	5 Yıl
K6	KOBİ TEMSİLCİSİ	Kadın	3 Yıl
K7	KOBİ TEMSİLCİSİ	Erkek	4 Yıl
Y1	Uluslararası Projeler	Erkek	3 Yıl
Y2	Üniversite-Sanayi İşbirliği	Erkek	3 yıl
Y3	Girişimcilik ve Ticarileştirme	Erkek	5 yıl

Firma Yetkilileri ve Teknopark-Teknoloji Transfer Ofisi Uzmanları ile Yapılan Görüşmelere İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcılara sorulan sorular sonucunda elde edilen bulgular verilmektedir. Katılımcıların verdiği cevaplar olduğu gibi işlenmiştir. Aşağıda katılımcıların verdiği cevaplardan "Sürdürülebilir Ekosistem" temasına yönelik doğrudan alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 2. Sürdürülebilir Ekosistem

TEMA	KATEGORİ	KOD	FREKANS
SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOSİSTEM	Güçlü	Finansman, Personel	5
SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOSİSTEM	Orta	Uzmanlaşma, İstihdam	3
SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOSİSTEM	Zayıf	Yenilikçilik	2

K2: Sürdürülebilirlik ve KOBİ politikası noktasında Avrupa Birliği güzel adımlar atmaktadır. Çevre dostu uygulamalar, karbon ayak izinin azaltılması, geri dönüşüm, enerji tasarrufu gibi çokça konu var ancak ülke olarak biraz geriden takip ediyoruz.

K3: KOBİ'ler büyümek ve faaliyetlerini sürdürmek için finansmana ihtiyaç duymaktadır. Bu konuda hibeler, kredi fırsatları veya yatırımlar gibi finansman kaynakları sağlanırsa sürdürülebilir bir KOBİ ekosisteminden bahsetmek mümkün olabilir.

K4: Sürdürülebilir ekosistem ya da bir KOBİ'nin uzun yıllar varlığını devam ettirebilmesi için her şeyden önce yeniliklere açık olması ve zamanın gerekliliklerini yerine getirmesi gerekiyor. Tabii ki de sermaye gerekli bunu unutmamak lazım.

Y1: KOBİ'ler için sürdürülebilir ekosistem oluşturmak adına ilk olarak üretim potansiyeline dikkat edilmelidir. Yenilikçi fikirleri ile günümüz ihtiyaçlarını karşılayarak sürdürülebilirlik sağlanabilir. Bu süreçte ürün, insan, üretim hacmi gibi etkenler ön plana çıkar. İnsan unsurunu merkeze alarak ihtiyaçları doğru takip edebilmek ve doğru hamleler yapabilmek sürdürülebilirliği sağlar.

Y3: Öncelikle planlama diyebilirim. Finansal, sosyal ve yapısal tüm aşamalarda sağlam bir planlama gerekir. Bu planlamalar doğrultusunda sürdürülebilir KOBİ'ler ve ardından da sürdürülebilir bir KOBİ ekosisteminden söz etmek mümkün olabilir. KOBİ'ler yapıları gereği kırılabilir ve farklı dinamiklerden çabukça negatif bir şekilde etkilenen yapılardır. Bu bağlamda etken sayısının çok fazla olduğu çok değişkenli bir denklemden söz ediyoruz. Ama yine de temel etken olarak insan unsurunu belirtmekte fayda var.

Aşağıda katılımcıların verdiği cevaplardan "Teknoloji Transferi" temasına yönelik doğrudan alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 3. Teknoloji Transferi

TEMA	KATEGORİ	KOD	FREKANS
TEKNOLOJİ TRANSFERİ	Güçlü	Küresel rekabet, Know-How	5
TEKNOLOJİ TRANSFERİ	Orta	Yenilikçilik, Rekabet edebilirlik	3
TEKNOLOJİ TRANSFERİ	Zayıf	Yeni ürün, Yaşam döngüsü	2

K1: Teknoloji transferi sayesinde yeni ürünler ortaya çıkarılır ve bu ürünlerin üretimi ve satışı sonrasında ciro artar. Bu durum da sürdürülebilir finansman sağlar. KOBİ ölçeğinde işletmeler için en önemli olgu paradır. Sonrasında bir strateji ile çalışıp rekabet edebilirlik düzeyinin artırılması gerekmektedir.

K3: Teknoloji transferi teknolojik bir bilgi birikiminin işletmelerden işletmelere veya ürünlere aktarılmasını içeren süreçtir. Rekabetçilik seviyesini arttırmak için bu süreci özellikle KOBİ'lerin gerçekleştirmesi zorunludur. Bu sayede yeni ürünler ortaya çıkar ve yeni pazarlara giriş yapmak mümkün olur bir KOBİ için.

K4: Teknoloji transferi herhangi bir sektörde know-how ortaya koyularak ürün oluşturmaya kadar giden süreçtir. Bilgiyi üretime dönüştürmek diyebiliriz aslında bu sürece. Bu noktada teknoloji transferini başaramayan KOBİ'ler uzun süre hayatta kalamaz, faaliyetlerini sürdüremezler.

K6: Teknoloji transferinin fikri haklar ve bir ürünün ticarileştirilmesi hususlarında tüm dünyada kabul edilen bir kavram olduğunu düşünüyorum. Yeni ürünler ortaya çıkararak uzun süre yaşamlarını sürdürebilen şirketlerden olabilmek için teknoloji transferi süreçlerinin iyi bilinmesi gerekir. Bu konuda farkındalık oluşturulmalı kesinlikle.

K7: Teknoloji transferi yeni yeni duyduğumuz bir kavram. Teknopark olmadan önce aslında yapılan işlerin teknoloji transferi olduğunu bilmeden ezberle gidiyorduk belki de. Bir ürünün ortaya çıkması, bu süreçlerdeki bilgi birikimi bunların aktarılması teknoloji transferidir. Büyümek, sürdürülebilirlik isteyen KOBİ'ler teknoloji transferi yapmak zorunda.

Y1: Teknoloji transferi yalnızca yeni teknolojileri ortaya çıkarıp bunları üretimle buluşturmak değil aynı zamanda mevcut bölgeye gelmemiş teknolojilerin uyarlanmasına öncüdür. Teknoloji transferi edebilme yetkisine sahip KOBİ'ler örgütsel ekolojik kuramında olduğu gibi zorluklara karşı adapte olur ve güçlenerek yaşam döngülerini sürdürebilirler.

Y3: Günümüz dünyasında en önemli ihtiyaç teknolojidir. Teknoloji transferi kavramı bundan dolayı bir KOBİ için vazgeçilmez durumdadır. Sürdürülebilirlik ile bağdaştırılabilir aslında. Ne kadar teknoloji transferi kapasitesi varsa o kadar sürdürülebilirlik potansiyeli vardır.

Aşağıda katılımcıların verdiği cevaplardan "Teknopark-TTO İşbirliği" temasına yönelik doğrudan alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 4. Teknopark-TTO İşbirliği

TEMA	KATEGORİ	KOD	FREKANS
TEKNOPARK-TTO İŞBİRLİĞİ	Güçlü	Vergi muafiyeti, Fiziksel Avantajlar, Personel desteği, Üniversite Sanayi İşbirliği	5
TEKNOPARK-TTO İŞBİRLİĞİ	Orta	Network desteği, ticarileştirme desteği,	3
TEKNOPARK-TTO İŞBİRLİĞİ	Zayıf	Ücretsiz danışmanlık hizmeti	2

K2: Teknopark ve TTO kavramları çok güncel kavramlar aslında. KOBİ'ler bu işbirlikleri sayesinde gelir vergisi gibi kalemlerde ve ayrıca uygun ofis fiyatları ile ekonomik avantajlara sahip oluyorlar. Personel, ofis, danışmanlık gibi hizmetlerin uygun maliyetle yapılması teknoparkın önemli avantajlarıdır.

K3: KOBİ'ler teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri yakalama noktasında sorun yaşayabiliyorlar. Bu noktada Teknopark-TTO desteği yardımcı oluyor. Bu sayede üniversitedeki bilgiye sanayi olarak erişebiliyoruz. Üniversite-sanayi işbirliği için bu modelin uygulanması zaruridir.

K4: Teknopark ve TTO'nun fiziksel ofis ve network avantajlarının yanında çok önemli altyapı hizmetleri var. Ayrıca uzman personellerinden fikri mülkiyet, proje, ticarileştirme gibi hizmetler almak mümkün. Ücretsiz olması gerçekten büyük avantaj bu desteklerin.

K6: Özellikle küçük ölçekli firmaların teknoloji transfer ofisi ve teknoparklar ile işbirliği yapması çok önemli bence. Daha önceden bilgi sahibi olmadığımız birçok devlet teşvikleri, uluslararası etkinlikler ve hibelerin yanında TTO'ları bu konulardaki networkleri çok önemli. Teknopark sayesinde vergi muafiyeti alıyoruz ve maddi olarak önemli bir unsur bu bizim için. Aslında her şeyin temelinde ekonomik kaygılar yatıyor.

Y1: Bu konuda birçok avantajdan söz etmek mümkündür. İlk olarak fiziksel avantajlar sonrasında ise bunu takip eden süreçler gelebilir. Uluslararasılaşma, proje oluşturma, AR-GE destekleri konularında verilen danışmanlıklar önemli desteklerdir. Tüm bu noktalarda KOBİ'ler için bir kullanım kılavuzu diyebiliriz bu işbirlikleri kapsamında Teknopark ve TTO 'lar için.

Y3: Genel avantajlara değinecek olursak her şeyden önce sağladığımız network ve know-how desteği öne çıkacaktır tabii ki. Bunun dışında finansman destekleri ve TTO ben faaliyetleri kobiler için ulaşılması çok zor olanı basitleştiriyor. Danışmanlıklar faaliyetler eğitim ve seminerlerle destekliyoruz AR-GE süreçleri Teknopark ile görüldüğünden daha kolay artık.

Aşağıda katılımcıların verdiği cevaplardan “Ürün geliştirme ve inovasyon kapasitesinin artışı” temasına yönelik doğrudan alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 5. Ürün Geliştirme ve İnovasyon Kapasitesinin Artışı

TEMA	KATEGORİ	KOD	FREKANS
ÜRÜN GELİŞTİRME VE İNOVASYON KAPASİTESİNİN ARTIŞI	Güçlü	İnovasyon kapasitesi, AR-GE	5
	Orta	Yeni ürün geliştirme, Avrupa İşletmeler Ağı	3
	Zayıf	Yenilikçi Ürün, İnovasyon Çıktısı	2

K1: TGB'lerin amacı yenilik üreten firmaları ortaya çıkarmak ve desteklemek. Buradaki firmaların çoğu yenilikçi teknolojiler içeren ürün veya hizmet sağlıyorlar. Bu ürün ve hizmetlerin desteklenmesi de doğal olarak TGB yasası sayesinde yapılıyor ve inovasyon kapasitesi artıyor tabii ki.

K3: TGB'ler üniversite ile işbirliği içerisinde olmak durumundadır. AR-GE'yi desteklemek diyebiliriz buna bir diğer deyişle. Kuluçka merkezi, teknik ekipmanlar, donanımlar ve altyapı ürün geliştirmek ve inovasyon kapasitesini arttırmak için vardır. Tüm bu düzenlemeler TGB yasasının bir sonucudur. Ancak bunların kullanılabilirliği ve herkese ulaşabilmesi önemli. Bu konuda geliştirilmesi gereken noktalar olduğunu düşünüyorum. Bunlar gelişirse inovasyon kapasitesi de artar doğal olarak.

K5: TGB yasası mali yönden bir rahatlama getirdi KOBİ'lere. Bu yasa sonucu kurgulanan yapılardan faydalanan işletmeler AR-GE inovasyona daha fazla yatırım yapabilir duruma geliyor. Ancak yine de bu durum KOBİ ölçeğindeki işletmeler için bir hayli zorlayıcı. Ayrıca network bağlamında TTO ve teknopark bünyesindeki personeller yardımcı oluyor. Avrupa İşletmeler Ağı gibi ulaşım kanalları da var TGB'lerin bazılarında uluslararasılaşma faaliyetlerine destek veriyorlar inovasyonu daha geniş bir perspektifte görebiliyoruz bu sayede.

K7: TGB Yasası sayesinde teknoparkta ofis açarak vergi muafiyetlerinden yararlandık. Bu durum personel maaşlarından ve gelir vergisinden tasarruf ederek başka kalemlere yatırımımızı arttırmamızı sağladı inovasyon ve AR-GE bunlara dahildir. Maddi anlamda daha esnek olabilmemizi sağladı diyebilirim ancak yine de çok üst düzey çalışmalar yapabilmemiz mümkün olmuyor ekonomik açıdan.

Y2: TGB'lerin söz konusu avantajları doğrudan AR-GE çalışmalarını desteklemek adına veriliyor. Bu sayede yenilikçilik artıyor ve yeni teknoloji ürünlerin geliştirilmesine büyük katkı sunuluyor. İnovasyon kapasitesinin artması ve AR-GE çalışmaları arasında doğrudan bir ilişki söz konusu bunun sonucu olarak inovasyon çıktıları ortaya çıkıyor.

Y3: Bu sorunun cevabının koca bir evet olduğunu söyleyebilirim. TGB ekosisteminin en önemli var oluş amacı bu. Bir KOBİ bu avantajlara sahip olduğunda doğrudan AR-GE çalışmaları noktasında destekleniyor ve bu alanda

faaliyetlerini gerçekleştirmek durumunda kalıyor. AR-GE'nin çıktısında da inovasyonun olması gerekiyor. TGB avantajları KOBİ ölçeğindeki işletmeler için inovasyon AR-GE kapasitesinin artırılması adına ciddi destekler sağlamaktadır.

Aşağıda katılımcıların verdiği cevaplardan “Personel istihdamı ve sürdürülebilirliği” temasına yönelik doğrudan alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 6. Personel İstihdamı ve Sürdürülebilirliği

TEMA	KATEGORİ	KOD	FREKANS
PERSONEL İSTİHDAMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ	Güçlü	Tecrübeli personel, nitelikli personel,	6
PERSONEL İSTİHDAMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ	Orta	Personel sirkülasyonu, bütçe,	3
PERSONEL İSTİHDAMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ	Zayıf	Büyüme	1

K1: Hem AR-GE destekleri hem de Teknopark-TTO'nun yapmış olduğu etkinliklerden bulduğumuz öğrenci havuzu personel istihdamı için büyük potansiyel. İstihdama kesinlikle bir katkı sağlıyor ancak sürdürülebilirlik noktasında bunu söylemek zor. KOBİ ölçeğindeki firmalar için personel sürdürülebilirliğini sağlamak kolay olmuyor. Tecrübe kazanan personeller daha iyi maaşlarla daha büyük firmalara gittiğinden bir personel sirkülasyonu mevcut.

K2: TGB'nin AR-GE destekleri ve bu desteklerin dışında sağlanan danışmanlık hizmetleri bizim gibi KOBİ ölçeğindeki işletmelerin personele daha kolay ulaşmasını sağlıyor bu doğru. Hatta TTO bünyesindeki arkadaşların tavsiyeleri üzerine bazen personel olarak değerlendirdiğimiz öğrenciler oluyor. Sürdürülebilirliği sağlamak bu konuda biraz zor ancak başarıya ulaştığımız alanlar mevcut. Personelleri elde tutmak ise belli bir süre sonra gerçekten zorlaşıyor.

K4: Nitelikli AR-GE personelini bulmak zor. Ancak TGB'nin sağladığı desteklerle nitelikli personeli biz kendimiz yetiştiriyoruz. Ancak sürdürülebilirlik konusunda aynı şeyi söylemem mümkün değil. Personel nitelik kazandıktan sonra elde tutmak zor oluyor. Bir dalgalanma var yetişen personelleri büyük firmalar alıyor maalesef.

K5: Normal şartlarda sağlaması gerekir. Ancak günümüzde Türkiye standartlarında bir KOBİ'nin büyük ölçekli bir şirkete doğru evrilmesi çok zor. Yatırımlar ve büyüme stratejilerinin doğru kurgulanması ve şans çok büyük faktörler. Firma büyümediği takdirde nitelikli personeli elde tutmak da mümkün olmuyor. Bu bağlamda AR-GE Destekleri önemli, ancak bu desteklerin sonucunda bir büyüme olmadığı takdirde personel sürdürülebilirliği mümkün değil.

K7: Kesinlikle katkısı var. Teknoparkta edindiğimiz bilgilerle AR-GE çalışmalarında ilerliyoruz. Aynı zamanda gerektiğinde Teknopark altyapısını kullanarak çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Prototipleme merkezi var ve AR-GE çalışmalarında faydalı olabiliyor. Bu destekler ile AR-GE'ye ayırdığımız bütçeden tasarruf edip personel istihdamına aktarabiliyoruz.

Y1: TGB'lerin AR-GE destekleri personel bağlamında önemli bütçe kalemleri arasında esnek hareket kabiliyeti sağlıyor Kobilere ve bununla birlikte personel istihdamını kolaylaştırıyor. Sürekli olarak AR-GE personeli çalıştırma gibi bir zorunluluk ortaya çıkıyor. Ancak personelin sürdürülebilirliği noktasında geliştirilebilecek noktalar mevcut her ekosistem içinde bulunduğu konjonktür farklı ve hepsi için aynı

Y3: Personel yetiştirme konusunda destek sağlanıyor tabii ki ancak sürdürülebilirliği noktasında bölgelerin demografik yapılarına göre değişiklikler gözlemlemek büyük olasılık. Nitelik kazanan personeller farklı firma veya şehirlere gidebiliyor ekonomik şartlar oluştuğunda. AR-GE alanında nitelikli personel kendini daha iyi pazarlayabiliyor diğer alanlara göre. Temel mantığına baktığımızda evet katkı sağlanıyor ancak bu durumla ilgili birçok değişim gereken nokta olduğunu düşünüyorum. Halihazırda AR-GE desteklerini misyonu tam olarak firmaların personelinin sürdürülebilirliğini sağlamak değil çünkü. Bu durum KOBİ'lerin kendi inisiyatifinde.

Aşağıda katılımcıların verdiği cevaplardan “Etkinlik ve Daha Verim Artışı” temasına yönelik doğrudan alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 7. Etkinlik ve Verim Artışı

TEMA	KATEGORİ	KOD	FREKANS
ETKİNLİK VE DAHA FAZLA VERİM	Güçlü	Yaygınlaştırma, KOBİ desteği	4
ETKİNLİK VE DAHA FAZLA VERİM	Orta	TGB'lerde Kapasite arttırımı, etkileşim	3
ETKİNLİK VE DAHA FAZLA VERİM	Zayıf	Farkındalık	3

K2: Yararlananlar da yararlanmayanlar da mevcut. Ancak bu ekosistem KOBİ'lerin gelişimi için çok hayati bir öneme sahip. Doğru kullanmak önemli. Bu konuda Teknopark-TTO personeli kadar KOBİ temsilcilerine de iş düşüyor. İstek olmadan bir şeyler başarmak mümkün değil.

K3: Bu ekosistem aslına bakarsak bulunmaz bir nimet. Firmalar üniversite ile işbirliği yaparak faaliyetlerini sürdürebiliyor ve AR-GE çalışmalarını gerçekleştirebiliyorlar. Ekonomik olarak teşvik noktasında güzel ancak bilgisizlik var. Yapılan işlerin ve kapasitenin daha iyi tanıtılması şart. Bu sistemi kullanan kadar bilmeyen de birçok firma var. Daha geniş kitlelere yayılmalı.

K5: Kesinlikle düşünmüyorum. Türkiye genelinde uzmanlık ve teknik destek noktalarında yetersizlik var. Yurtdışındaki teknoparkların çalışma prensipleri daha farklı ve proaktif. Bu konularda bilgilendirmeler eksik. Laboratuvar ve teknik destek eksikliği fazla. Finansmana erişim noktasında alternatif kaynaklar ile ilgili bilgilendirmeler yapılması gerekiyor.

K7: Bu konuda her KOBİ yararlanıyor diye bir genelleme yapmak söz konusu olmayabilir. Ancak ortalamanın üzerinde bir yararlanma mevcut diyebilirim özellikle kendi firmamız için. Bu yapılanma oturtulabilirse çok önemli gelişimler sağlanabilir KOBİ'lerde. Daha fazla verim alınması için devletin bu alandaki bilgilendirme etkinliklerini arttırması gerekiyor kanaatimce.

Y2: KOBİ'lerin teknoparklardan yararlanması için her türlü imkan ve bilgilendirme mevcut günümüzde. Ekosistem sürekli olarak kendini yenileyerek geliştirmeye devam ediyor. Daha iyi faydalanma açısından bakacak olursak o günün şartlarına göre değerlendirmek daha makul tabii ki. Her dönemde ihtiyaçlara göre iyileştirmeler yapılabilir ve ona göre bir yol haritası izlenebilir. Şu anki süreçte genel havanın olumlu olduğunu düşünüyorum.

Y3: Daha fazla verim almak adına ekosistem paydaşlarının çoğunluğunun düzenli katılacağı forumlar ve gruplar üzerinden çalışmalar düzenlenebilir. KOBİ'ler bu sistemden tabii ki etkin bir şekilde faydalanıyorlar ancak her zaman her koşulda şartların iyileştirilmesi ve daha iyisinin yapılması mümkündür.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

KOBİ'ler için sürdürülebilirlik kavramı ele alındığında birçok faktörün bir arada değerlendirilerek analiz edilmesi gerektiği görülmektedir. Sürdürülebilirlik modelleri ve KOBİ'ler ile teknopark-teknoloji transfer ofislerinin ekosistem modelleri incelendiğinde Teknopark-TTO, KOBİ ve sürdürülebilirlik kavramlarını üniversite, sanayi, devlet üçlü sarmalı ile birlikte değerlendirildiği ve etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada bu kavramlar nezdinde Düzce Teknopark A.Ş ve Düzce Teknoloji Transfer Ofisi örneği özelinde bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

Düzce Teknopark A.Ş ve Düzce Teknoloji transfer ofisinin hizmet sağladığı bölgede KOBİ'ler için sürdürülebilir bir ekosistem oluşturulması adına çalışmalar gerçekleştirdiği görülmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının gereksinimlerinin yerine getirilmesi adına KOBİ'lere Teknoloji geliştirme bölgesi tarafından önemli destekler sunulmaktadır. Düzce teknoloji geliştirme bölgesinin üst yönetiminin ve yönetim ofisi personelinin, bölgede faaliyetlerini sürdüren KOBİ'lere, sürdürülebilirlik kapasitelerini arttırmaları adına itici bir güç unsuru olarak aksiyonlar gerçekleştirdiği kanısına varılmıştır.

Teknoloji geliştirme bölgelerinin temel unsuru olan üniversite-sanayi-kamu işbirliğinin yanı sıra Düzce Teknoloji geliştirme bölgesinde yaygın bir şekilde faaliyetlerin sürdürüldüğü girişimcilik ve ticarileşme, uluslararasılaşma hizmetleri, ulusal projeler ile ilgili destekler ve devlet teşvikleri ile ilgili bilgilendirme hizmetlerinin entegre bir şekilde çalışması ve KOBİ'lere aktarılması süreçleri teknoloji geliştirme bölgesinin bölgedeki rolünü güçlendirdiği ve çeşitlendirdiği görülmektedir. Literatür incelendiğinde, Fadoli, Raharja, Purnomo ve Auliana'nın (2019) gerçekleştirdiği çalışmada benzer sonuçlara rastlanmıştır. Bu çalışmada da KOBİ'lerin sürdürülebilirliğini sağlamak adına AR-GE çalışmaları ve teknopark-tto ekosisteminin büyük önemi

olduğu ve bu sayede sürdürülebilir bir ekosistemin oluşturulabileceği sonucu ortaya çıkmaktadır (Fadoli ve diğerleri, 2019). Bunun yanı sıra Will ve Bukvic'in çalışmasında ise KOBİ'lerin sürdürülebilirliğinde teknoloji transferinin çok önemli bir olgu olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca KOBİ'lerin start-up aşamasında kuluçka merkezlerindeki çalışmalarının önemine de değinilmektedir (Will & Bukvic, 2006).

Düzce Teknoloji geliştirme bölgesinin özellikle yerel paydaşlar ile yaptığı işbirlikleri sayesinde bölgedeki KOBİ'lerin uluslararası pazarlara erişimi ve devlet teşviklerine olan bilgi kapasitesinin artırılması adına çalışmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Özellikle Avrupa İşletmeler Ağı programının faaliyetleri kapsamında uluslararası proje teklifleri, alternatif finansman kaynaklarına erişim, pazarlara erişim ve network geliştirilmesi gibi faaliyetlerin ortaya koyulduğu görülmektedir. Üniversite-sanayi işbirliği faaliyetleri kapsamında KOBİ'lere firma-akademisyen eşleşmeleri sağlanarak üniversitedeki bilgi birikiminin sanayiye aktarılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu durum KOBİ'lerin inovasyon kapasitesinin artırılması, ekonomik zorluklara karşı direnç oluşturulması ve sürdürülebilir bir model oluşturulmasına katkı sağlamaktadır.

Türkiye'de aktif olarak faaliyetlerini sürdüren 93 teknopark bulunmaktadır. Düzce Teknopark A.Ş 2021 yılında açıklanan teknoloji geliştirme bölgeleri indeksinde 70 Teknoparkın kendine yer bulduğu listede 37. Sırada yerini almıştır. Bu bağlamda gelişmekte olan teknoloji geliştirme bölgeleri arasında Türkiye'de önemli bir yere sahiptir. COSME programı, Tübitak 1512 Tekno girişim sermaye desteği, Tübitak 1601 yenilik ve girişimcilik alanında kapasite artırılmasına yönelik destek, Single Market programı ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansından alınan İnovasyon ve Prototipleme merkezi oluşturulmasına yönelik destek gibi birçok programı yürüten ve kapasite geliştirme faaliyetleri gerçekleştiren Düzce teknoloji geliştirme bölgesi, bu destekler ile birlikte bünyesindeki KOBİ'lerin sürdürülebilirlik süreçlerine katkı sağlamaktadır. Düzce teknoloji geliştirme bölgesi bu süreçleri devam ettiren Kapsül kuluçka merkezi, Girişimcilik Maratonu, Start-up Weekend, Hackaton, Çocuk Teknopark ve diğer iş fikri yarışmaları ile birlikte farkındalığı artırarak bölgedeki faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

Düzce Teknopark, Teknoloji Transfer ofisi ile bölge sanayisinde faaliyet gösteren kuruluşlara uygun ortamlar hazırlamakta ve yenilikçi düşüncelerin, üniversitelerdeki teknolojinin transferine, ürünlerin ticarileştirilmesine ve endüstriyel hale getirilmesine destek olmaktadır.

Sonuç olarak, Düzce Teknopark A.Ş ve Düzce Teknoloji Transfer ofisinin oluşturduğu teknoloji geliştirme bölgesi yapılanmasının bölgedeki paydaşlarının desteği ile birlikte kurumsal bir kimlik oluşturduğu ve gelişmekte olan bir teknoloji geliştirme bölgesi olarak mevcut kaynakları ile bölgedeki KOBİ'ler için sürdürülebilir bir ekosistem oluşturulmasına yönelik önemli bir role sahip olduğu kanısına varılmıştır.

Katılımcıların cevaplarından ortaya çıkan bulgular ve uzman görüşlerinden yola çıkılacak olursa KOBİ'lerin teknopark ve teknoloji transfer ofisi ekosisteminden faydalanacağı birçok avantaj olduğu görülmektedir. Ancak bu konudaki bilgi ve farkındalık bazı KOBİ'lerde mevcut olsa da bazılarında daha az olduğu ortaya çıkmaktadır. Ekosistemin verimliliği noktasında geliştirilebilecek noktalar bulunmaktadır. Mevcut yapının üzerine farkındalığın artması ve desteklerin KOBİ'lere daha hızlı ulaştırılması verimliliği arttıracaktır. Bu doğrultuda ekosistem paydaşlarının her KOBİ'ye yapısına uygun bir şekilde destek mekanizması kurgulanması verimi arttıracaktır.

ÖNERİLER

Düzce Teknoloji geliştirme bölgesindeki KOBİ'lerin personel sürdürülebilirliğine yönelik Teknopark A.Ş, Teknoloji Transfer Ofisi ve KOBİ'lerden temsilciler ortak çalışmalar yürütmelidir. Firmaların sektörel yoğunluklarına göre personel bulunması ve AR-GE personeli olarak yetiştirilmesi noktasında Düzce Teknopark A.Ş tarafından eğitim ve personel ağı kurulması KOBİ'lerin personel sürdürülebilirliğinin geliştirilmesi adına önemli katkı sağlayacaktır. Yapılan görüşmelerde en önemli sorun olarak istihdam edilen personellerin tecrübe kazandıktan sonra büyük firmalara geçmeleri öne çıkmaktadır. Bu sorunun önüne geçmek ve kurumsal aidiyet oluşturmak, KOBİ'lerin sürdürülebilirliğini sağlama noktasında büyük katkı sağlayacaktır. Bu süreçte KOBİ'lerin yöneticileri önemli bir misyona sahiptir. Kurumsal aidiyetin oluşturulması sürecinde KOBİ'lerin öncelikle kendi kurumsal kimliklerini oluşturmak için personel ve yönetici eğitimleri gerçekleştirmesi ve uygun ortamı oluşturması gerekmektedir. Bu sayede ekosistem paydaşları örnek başarı hikayeleri ve iyi uygulamaların değişimlerinden faydalanarak pozitif bir ivme yakalayacaktır.

Ayrıca teknoloji geliştirme bölgesi faaliyetleri kapsamında tanınırlık faaliyetlerinin artırılması ve daha geniş kitlelere ulaşarak yapılan faaliyetlerin Teknopark A.Ş ve Teknoloji Transfer Ofisi tarafından duyurulması gerekmektedir. Teknopark A.Ş ve teknoloji transfer ofisi tarafından farklı kanallar ve yöntemler kullanılarak ulusal ve uluslararası düzeyde duyuruların artırılması KOBİ'lerin sürdürülebilirliği için yapılacak etkinlikler

kapsamında görünürlük düzeyini arttıracak, faaliyetlere katkı sunacaktır. Bu ekosistemin verimli çalışması için üçlü sarmal modelinin üniversite, sanayi ve kamu tarafından doğru uygulanması ve ekosistem paydaşlarına yönelik doğru, kolaylaştırıcı bir bürokrasi ile yönetilmesi gerekmektedir.

Yeni Araştırmalar İçin Öneriler

Araştırmanın sınırlılıklarını unutmamak gelecek zamanlarda yapılacak çalışmalara önerilerde bulunmak için önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Bu bağlamda yapılmış olan bu araştırmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurulduğunda gelecekte yapılacak çalışmaların konularına ilişkin şu önerilerde bulunmak mümkün olabilir;

Bu araştırma kapsamında Teknopark-TTO ekosisteminin KOBİ'lerin sürdürülebilirlik süreçlerine etkisi Düzce Teknopark A.Ş bünyesindeki KOBİ'ler ve teknoloji transferi uzmanları kapsamında incelenmiştir. Araştırma Türkiye'de veya dünyadaki farklı teknoloji geliştirme bölgelerinde yapılabilir ilgili veriler karşılaştırılarak daha geniş bir araştırma evrenine ulaşılabilir. Bu doğrultuda daha kapsamlı çalışmalar ortaya çıkabilir. Bu durumun hem teknoloji geliştirme bölgesi ekosistemlerine hem de bünyelerinde bulunan KOBİ ve uzmanların bakış açılarına büyük katkı sağlayacağı ön görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Altuğ, F. (2021). Bölgesel İnovasyon Kümeleri Teknoparklarda coğrafi ve ilişkisel yakınlıkların bilgi ve inovasyon süreçlerine etkileri: Erciyes Teknopark örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(2), 265-288. <https://doi.org/10.51800/ecd.954087>
- Arkalı Olcay, G., & Bulu, M. (2016). Technoparks and technology transfer offices as drivers of an innovation economy: Lessons from Istanbul's innovation spaces. *Journal of Urban Technology*, 23(1), 71-93. <https://doi.org/10.1080/10630732.2015.1090195>
- Biçer, N., Çoban, İ., & Bakır, S. (2014). Türkçe öğrenen yabancı öğrencilerin karşılaştığı sorunlar Atatürk Üniversitesi örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 126-135.
- Briefs, U., Schimweg, R., & Kubisa, E. (1999). Environmental Issues in Industry: Concepts and Case Study. *IFAC Proceedings Volumes*, 32(2), 6496-6500. [https://doi.org/10.1016/S1474-6670\(17\)57109-8](https://doi.org/10.1016/S1474-6670(17)57109-8)
- Demirhan, D., Temel, S., & Durst, S. (2019). The Role of Public Entrepreneurship Programs in Fostering Technology-based Entrepreneurship: A Turkish Case Study. Emerald Publishing Limited, 5-28. <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-471-720191003>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. Thousands Oaks, CA: SAGE Publications, 1-32.
- Eloise , G., Klofsten, M., Löfsten, H., & Mian, S. (2022). Science parks as key players in entrepreneurial ecosystems. *R&D Management*, 53(4), 603-619. <https://doi.org/10.1111/radm.12536>
- Etzkowitz, H. (2002). Incubation of incubators: innovation as a triple helix of university–industry–government networks. *Science and Public Policy*, 29(2), 115-128. <https://doi.org/10.3152/147154302781781056>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Res. Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2006). Triple Helix twins: Innovation and sustainability. *Sci. Public Policy*, 33(1), 77-83. <https://doi.org/10.3152/147154306781779154>
- Fadoli, Raharja, J., Purnomo, M., & Auliana, L. (2019). Supply Chain Management Issue : Development Science Techno Park (STP) Through Small, Medium Enterprises (SMEs), Case Study of Puspipetek Serpong Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt*, 958-964.

- Gök, M. (2022). Pandemi ve ekonomik durgunluk sürecinde KOBİ'ler ve sosyoekonomik önemi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), 3371-3393.
- Guba, E. G. (1981). ERIC/ECTJ Annual Review Paper: Criteria for Assessing the Trustworthiness of Naturalistic Inquiries. *Educational Communication and Technology*, 29(2), 75-91.
- Han, J. (2017). Technology Commercialization through Sustainable Knowledge Sharing from University-Industry Collaborations, with a Focus on Patent Propensity. *Sustainability*(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su9101808>
- Kalenov, O., & Shavina, E. (2018). The Role of “Triple Helix” Innovative Model in Regional Sustainable Development. 3rd International Innovative Mining Symposium. E3S Web Conf. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20184104054>
- Klewitz, J., & Hansen, E. (2014). Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 65, 57-75. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.017>
- Koç, K., & Mente, A. (2007). İnovasyon Kavramı ve Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliğinde Üçlü Sarmal Modeli. *Hacettepe Üniversitesi, Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi*, 7-13.
- Lee, S., & Shvetsova, O. (2019). Optimization of the Technology Transfer Process Using Gantt Charts and Critical Path Analysis Flow Diagrams: Case Study of the Korean Automobile Industry. *Processes*, 12(7), 917. <https://doi.org/10.3390/pr7120917>
- Li, F., Zhang, S., & Jin, Y. (2018). Sustainability of University Technology Transfer: Mediating Effect of Inventor's Technology Service. *Sustainability*, 6(10), 2-17. <https://doi.org/10.3390/su10062085>
- Lyken-Segosebe, D., Montshiwa, B., Kenewang, S., & Mogotsi, T. (2020). Stimulating Academic Entrepreneurship through Technology Business Incubation: Lessons for the Incoming Sponsoring University. *International Journal of Higher Education*(9), 1-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.5430/ijhe.v9n5p1>
- Paniccia, P., & Baiocco, S. (2018). Co-Evolution of the University Technology Transfer: Towards a Sustainability-Oriented Industry: Evidence from Italy. *Sustainability*, 12(10), 4675. <https://doi.org/10.3390/su10124675>
- Perkmann, M., Tartari, V., McKelvey, M., Autio, E., Broström, A., D'Este, P., . . . Hughes, A. (2013). Academic engagement and commercialisation: A review of the literature on university-industry relations. *Res. Policy*, 42(2), 423-442. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.09.007>
- Phan, P., & Siegel, D. (2006). The effectiveness of university technology transfer. *Found. Trends Entrep.*, 2(2), 77-144. <https://doi.org/10.1561/03000000006>
- Salman Yıkılmış, M. (2020). Nitel araştırmalarda e-görüşme tekniği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 183-197. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.556296>
- Sevsay, H., Mıynat, M., & Aktaş, H. (2017). Teknoloji geliştirme bölgesi yatırımları finansman modellerinin incelenmesi. *Journal of Management and Economics*, 24(2), 447-467. <https://doi.org/10.18657/yonveek.318308>
- Siegel, D., Wright, M., & Veugelers, R. (2007). Technology transfer offices and commercialization of university intellectual property: performance and policy implications. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(4), 640-660. <https://doi.org/10.1093/oxrep/grm036>

- Smirnova, V., Latfullin, G., Baziyan, J., Sundukova, G., & Shramchenko, T. (2019). Proceedings of the International Conference on Man-Power-Law-Governance: Interdisciplinary Approaches. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 220-225. <https://doi.org/mplg-ia-19.2019.43>
- Smith, H., & Leydesdorff, L. (2014). The Triple Helix in the context of global change: dynamics and challenges. *Prometheus Critical Studies in Innovation*, 32(4), 321-336. <https://doi.org/10.1080/08109028.2014.972135>
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2000). Vocational Schools in Turkey: An Administrative and Organizational Analysis. *Internaitonal review of Education*, 46, 327-342. <https://doi.org/10.1023/A:1004026400023>
- Tekindal, M., & Arsu, Ş. U. (2020). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı ve Sürecine Yönelik Bir Derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-172.
- Van Looy, B., Landoni, P., Callaert, J., van Pottelsberghe, B., Sapsalis, E., & Debackere, K. (2011). Entrepreneurialeffectiveness of European universities: An empirical assessment of antecedents and trade-offs. *Res. Policy*, 40(4), 553-564. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.02.001>
- WCED. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: "Our Common Future". General Assembly document A/42/427, A/42/427.
- Weckowska, D. (2015). Learning in university technology transfer offices: Transactions-focused and relations-focused approaches to commercialization of academic research. *Technovation*, 41-42, 62-74. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.11.003>
- Will, B., & Bukvic, V. (2006). KNOWLEDGE TRANSFER IN SLOVENIA: SUPPORTING INNOVATIVE SMES THROUGH SPIN-OFFS, TECHNOLOGY PARKS, CLUSTERS AND NETWORKS+. *Economic and Business Review*, 8(4), 337-358.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.
- Yuldinawati, L., Tricahyono, D., Anggadwita, G., & Alamanda, D. (2016). Towards a Framework for ICT-Based Entrepreneurship Development through Business Incubation Processes: Case Study of a Techno Park. *Int. J. Business and Globalisation*, 21(1), 32-45. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2018.094094>

Yazar Katkı Oranı

Araştırma ortak bir çalışmanın ürünüdür ve süreçte yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

SOSYAL ETKİLİ SUKUK VE TÜRKİYE'DE UYGULANABİLİRLİĞİ

Haşim AKÇA¹, Mehmet ELA²

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1311556

Makale Geçmişi:

Geliş 08.06.2023

Kabul 05.10.2023

Anahtar Kelimeler:

Etki Yatırımı,

Sosyal Etki Yatırımı,

Sosyal Etki,

Sukuk.

ÖZ

Son yıllarda nüfus artışı, yaşanan krizler ve salgın hastalıklar gibi etkenler toplumun sosyal gereksinimlerinde ve ülkelerin sosyal harcamalarında artışa neden olmuştur. Sosyal harcamalarda yaşanan artış sonucu ülkelerde ortaya çıkan bütçe açıkları ve mali alanda görülen daralma ile etki yatırımcısı gibi potansiyel bir yatırımcı tabanının oluşması sosyal harcamaların finansmanında inovatif yöntemlerin gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu gerekliliğin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal etkili tahviller son yıllarda global olarak yükseliş kaydetmiştir. Yeni finansal yöntemler ile sosyal sorunların giderilmesi, İslami finans ilkeleri ile uyumlu olsa da İslami finans kuruluşlarının sosyal etkili tahvil ve sosyal etkili sukuk gibi inovatif yöntemlere ilgisi zayıf kalmıştır. Nadiren görülen sosyal etkili sukuk ihraçları bu durumun kanıtı niteliğindedir. Henüz yeni bir enstrüman olan sosyal etkili sukuk birtakım dezavantajlara sahip olmakla birlikte ülkeler için birtakım faydalara da sahiptir. Bu açıdan çalışmada, sosyal etkili sukukun faydalarından yararlanabilmek adına Türkiye'deki potansiyeli araştırılmıştır. Sonuca göre sosyal etkili sukuk Türkiye için önemli bir potansiyel taşımaktadır. Bu potansiyelin harekete geçirilmesi için gerekli yasal düzenleme ve çerçevelerin oluşturulması Türkiye için önemli politika alanlarından birisidir.

SOCIAL IMPACT SUKUK AND ITS APPLICABILITY IN TÜRKİYE

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1311556

Article History:

Received 08.06.2023

Accepted 05.10.2023

Keywords:

Impact Investment,

Social Impact Investment,

Social Impact,

Sukuk.

ABSTRACT

In recent years, factors such as population growth, crises, and epidemics have led to an increase in the social needs of the society and the social expenditures of the countries. The rise in social expenditures has led to budget deficits within various countries, thereby reducing fiscal flexibility. This development has underscored the need for innovative approaches to finance social expenditures, along with the emergence of potential investor bases, including impact investors. Social impact bonds, which emerged as a result of this necessity, have increased globally in recent years. Although resolving social problems with new financial methods is compatible with Islamic finance principles, Islamic financial institutions' interest in innovative methods such as social impact bond and social impact sukuk has remained weak. The limited issuance of social sukuk are proof of this situation. Social impact sukuk, still a new financial instrument, has both advantages and disadvantages for countries. In this study, its potential in Türkiye has been investigated to benefit from the advantages of social impact sukuk. In conclusion, social impact sukuk has a significant potential for Türkiye. Creating the necessary legal regulations and frameworks to activate this potential is one of the important policy areas for Turkey.

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, hakca@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5603-8636

² Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mehmetela@osmaniye.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7341-6312

Alıntılanmak için/Cite as: Akça, H. ve Ela, M. (2023). Sosyal etkili Sukuk ve Türkiye'de uygulanabilirliği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32 (2), 889-902.

GİRİŞ

Son dönemde arzulan sosyal hedeflere ulaşmak için kamu kesimi tarafından sunulan sosyal hizmetlerin finansmanında inovatif yöntemlerin kullanımı ön plana çıkmıştır. İnovatif yöntemlere geçişin temelinde ise talep yönlü ve arz yönlü etkenler bulunmaktadır. Talep yönlü etkenlerin başında hızlı nüfus artışı ve yaşanan ekonomik ve mali krizler gelmektedir (Aydın, 2017, s. 917; Yakar ve Kandır, 2016, s. 16). Talep yönlü etkenlerden ilki olan hızlı nüfus artışı, sosyal konuları ön plana çıkarmakta, kamu kesimi tarafından yapılması gereken sosyal hizmet harcamalarının boyutunu arttırmakta ve sosyal hizmetlerin sunumunu güçleştirmektedir. Nitekim UN (2021, s. 1)'e göre, özellikle düşük ve orta gelirli ülkelerde hızlı nüfus artışı yoksulluk, açlık, hastalık gibi problemlerle mücadele için daha fazla bütçe ayrılmasını gerektirmekte ve bu durum söz konusu problemlerle mücadelenin finansmanını güçleştirmektedir. Diğer yandan talep yönlü etkenlerden ikincisi olan krizler, bir yandan sosyal harcama gerekliliğini artırırken diğer yandan kemer sıkma politikalarını gerektirmektedir (Davies, 2014, s. 2). Arz yönlü etkenlere bakıldığında ise finansal piyasalar, finansal getiri yanında sosyal etki arayan yeni bir yatırımcı tipinin (etki yatırımcısının) yükselişine tanık olmuştur. (Rijpens ve diğerleri, 2020, s. 9). GIIN raporlarına göre, tüm bu gelişmeler sonucunda 2013 yılında 25,4 milyar dolar olan toplam etki yatırımı piyasa hacmi, 2022 yılında 1.164 trilyon dolara ulaşmıştır (Hand ve diğerleri, 2022; Mudaliar ve diğerleri, 2013).

Talep ve arz yönlü etkiler sonucu devletlerin artan sosyal harcamaları finanse etmek için başvurabileceği olası yöntemler arasında borçlanma ve inovatif finansman yöntemleri bulunmaktadır (UN, 2021, s. 75). Bu seçeneklerden inovatif finansman yöntemleri kapsamında yer alan “sosyal etki yatırımı” veya “sosyal yatırım” başlığı altında toplanan yeni finansal araçlar, sosyal etki yatırımcılarının beklentilerini karşılamak üzere tasarlanmıştır. Bu bağlamda, daha geniş sosyal etki yatırımı araçlarının küçük bir bileşeni olan sosyal etkili tahviller, finansal getiri arayışını sosyal getiri ile uyumlu hale getirmenin mümkün olduğu görüşüne dayanarak, sosyal hizmetleri finanse etmenin inovatif bir yolu olarak ortaya çıkmıştır (Rijpens ve diğerleri, 2020, s. 9). Sosyal etkili tahvil, ilk olarak 2010 yılında İngiltere’de uygulanmaya başlanmış olup (Ergen ve Durak, 2016, s. 43) Refinitiv’e göre 2020 yılında 10 milyar doların üzerinde ihraç hacmine ulaşmıştır (Calvert, 2020). Ayrıca Government Outcomes Lab’a göre etki tahvillerinin çok büyük bir kısmı sosyal etkili tahvillerden oluşmaktadır (Government Outcomes Lab, 2022).

İslami finans, önemli sosyal sorunların ele alınması ve bunlarla ilgili maliyetlerin azaltılmasında genellikle vakıflar, hayır kurumları ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlardan yararlanmıştır. Ancak söz konusu kuruluşların arzu edilen ölçekte iyileştirilmiş bir sosyal çevre sağlamak için kaynakları oldukça yeterlidir (Ng ve diğerleri, 2015, s. 139). Diğer yandan sosyal sorumlu yatırım (SRI) ile İslami finansın birçok ortak noktası bulunmasına rağmen (Delle Foglie ve Keshminder, 2022), sosyal konuların ele alınması konusunda uygulamada ve İslami kurumların ilgisinde eksiklik bulunmaktadır (ADB, 2022; Raghbi ve Oubdi, 2021, s.502). Bu durum, kendisini global olarak ihraç edilen sosyal etkili sukuk sayısının ve bu sukuk türüne yönelik düzenlemelerin oldukça yetersiz olmasında göstermektedir. Bu açıdan sosyal etkili sukuk gibi yenilikçi yöntemlerin geliştirilmesi, önemin ortaya konulması ve çeşitli inovatif sukuk yapılarına ilişkin yasal çerçevelerin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal etkili sukukun tanımı ve genel özellikleri ile birlikte avantaj ve dezavantajlarının belirlenmesi, uygulama örnekleri ile literatürde yer alan potansiyel sosyal etkili sukuk yapılarının özetlenmesi ve Türkiye için potansiyelinin belirlenmesidir. Çalışmada literatür incelemesi yapılarak sosyal etkili sukukun genel özellikleri yanında Türkiye’deki uygulanabilirliği için betimsel analiz yönetimi kullanılmıştır. Çalışma üç bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde “sosyal etki yatırımı” kavramı irdelenmiş ve sosyal etkili sukukun bu kavram içerisindeki yeri İslami finans bağlamında tartışılmıştır. İkinci bölümde sosyal etkili tahvil tanıtılmıştır. Üçüncü bölümde sosyal etkili sukukun tanımı, uygulama örnekleri, literatürde önerilen sosyal etkili sukuk modelleri ve sosyal etkili sukukun sosyal etkili tahvilden farklarına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde sosyal etkili sukukun Türkiye açısından potansiyeli tartışılmış ve ardından sonuca gidilmiştir.

Sosyal Etki Yatırımı ve İslami Finans Bağlamında Sosyal Etkili Sukuk

Genel olarak sosyal finans ve özelde ise etki yatırımları kapsamı içerisinde bulunan (Konak ve Demir, 2023, s. 14-15) sosyal etki yatırımı, sosyal ihtiyaçları karşılayan kuruluşlara finansman sağlanması anlamına gelmektedir. Sosyal etki yatırımı ile hem sosyal bir etki hem de finansal getiri elde etmek amaçlanmaktadır. Diğer yandan sosyal etki yatırımı ile daha önce çeşitli kuruluşlarca yapılan yardımlarla ele alınan sosyal problemler, artık sosyal etki yatırımcılarınca sağlanan finansman yoluyla ele alınmaktadır (Mackeviciute ve diğerleri, 2020, s. 11). Sosyal etki yatırımı bu anlamda, artan kamu açıkları ve sosyal ihtiyaçlar karşısında sosyal problemlerin çözümünde önemli bir alan sağlamaktadır (Wilson ve diğerleri, 2015, s. 10). Sosyal etki yatırımı içerisinde yer alan önemli bir enstrüman, “sonuca göre ödeme” yapısı ile sosyal etkili tahvildir. Sosyal etkili tahviller, global

anlamda geniş kabul görmüş olup artan ihrac hacmi ile birlikte ABD, Birleşik Krallık ve Japonya gibi birçok ülke tarafından ihrac edilmiştir (Government Outcomes Lab, 2022).

İslami finans, sosyal sorunların ele alınması konusunda daha çok vakıflar, hayır kurumları ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi genellikle yetersiz bütçeye sahip kuruluşlardan yararlanmış olup söz konusu kuruluşlar sosyal problemlerin azaltılmasında beklenen etkiyi verememiştir. Bu anlamda artan sosyal ihtiyaçlar ve yetersiz hizmet sunumu veri iken, İslami finans açısından sosyal konularda yenilikçi yöntemlere olan ihtiyaç oldukça yüksektir (Ng ve diğerleri, 2015, s. 139). Söz konusu yüksek ihtiyaca rağmen İslami finans paydaşları sosyal konuların çözümüne yönelik yenilikçi yöntemlere ilgisiz kalmışlardır (Raghibi ve Oubdi, 2021, s. 502).

İslami finansın sosyal problemlerin çözümünde çeşitli yöntemler sunması için birçok gerekçe ortaya koyulabilmektedir. İlk olarak, sosyal yatırım ile İslami finansın birçok ortak noktası bulunmaktadır. Örneğin İslami finans insanlığın refahı, topluma zarar veren faaliyetlerin yasaklanması ve refahın adil dağılımı gibi konularda sosyal yatırım ile aynı değerleri paylaşmaktadır (Delle Foglie ve Keshminder, 2022). Diğer yandan sosyal etkili tahvil gibi geleneksel finansa yer alan enstrümanlar, Şer'i hükümlerin gayeleri (makasid) ve bir gaye olarak toplum yararı (maslahat) ile uyumludur (Marwan, 2015). Tüm bu gerekçeler nedeniyle, hükümetler, uluslararası kuruluşlar ve yardım kuruluşları gibi İslami finans paydaşlarının toplumdaki sosyal sorunlar için finansal çözümler üretmesi ve yoksulluğun azaltılması, eğitimsizlik, uyuşturucu bağımlılıkları, genç yaşta hamilelik, suç ve hırsızlık gibi etki yatırıma uygun sosyal sorunları belirlemesi beklenmektedir (Mohamad ve diğerleri, 2016, s. 72). Ancak yine de sosyal konuların ele alınması konusunda uygulamada ve İslami finans paydaşlarının ilgisinde eksiklik bulunmaktadır (ADB, 2022; Raghibi ve Oubdi, 2021, s.502). Bu anlamda 2021 yılında yeşil sukuk ve sürdürülebilirlik (sustainability) sukuku gibi iki temel sukuk türünün toplam ihrac hacmi, sürdürülebilirliğe ilişkin tahvillerin ihrac hacminin yalnızca %1'i kadardır (Refinitiv, 2022, s. 6). Bu durum İslami finansın yeniliğe açık yönünün ortaya çıkarılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

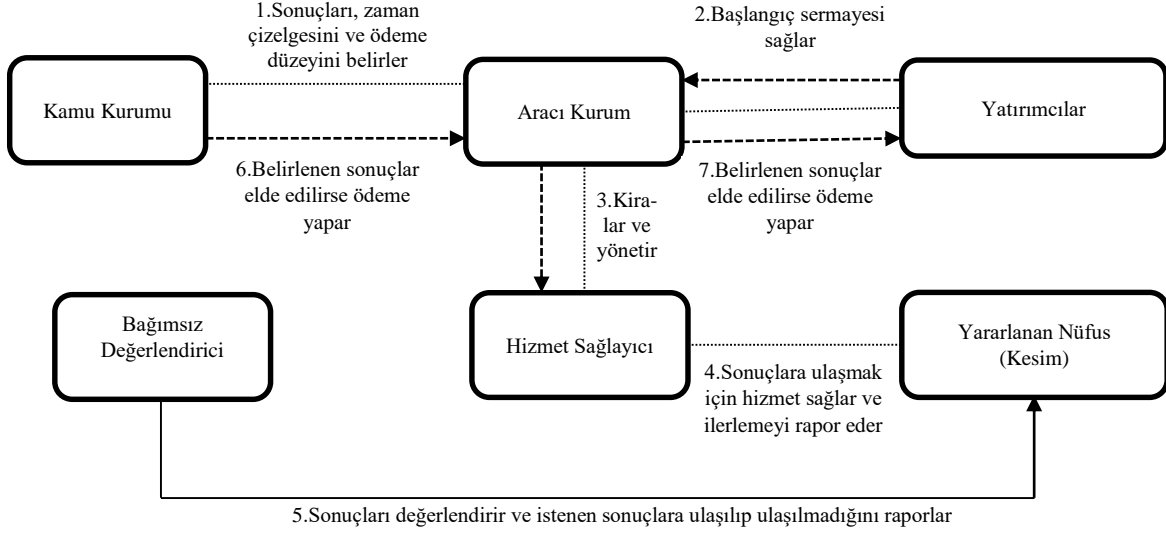
Etki yatırımı bağlamında sosyal sorunlara çözüm üretebilecek önemli bir enstrüman da sosyal etkili sukuktur. Sosyal etkili sukuk, İslami ilkelere dayalı bir “performansa göre ödeme sözleşmesi” olarak tanımlanmakta ve toplumun sosyal faydalarını ve sürdürülebilir çevreyi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Kamu kesimi, özel sektör ve sosyal sektörleri içeren çok paydaşlı bir ortaklığa dayanan sosyal etkili sukuk, işsizlik, yetersiz eğitim, evsizlik ve yoksulluk gibi maliyetli ve riskli sosyal krizlerin hafifletilmesine yardımcı olmaktadır. Uygulanacak sosyal projeler için gerekli fonlar, sosyal amaçları olan yatırımcılardan elde edilirken, getiriler (sermaye ve önceden belirlenmiş getiriler) projenin başarı oranına bağlıdır (Delle Foglie ve Keshminder, 2022). Sosyal etkili sukukun örnekleri kısıtlıdır. Uluslararası Aşılama Finansal Kolaylığı (International Finance Facility for Immunisation) için Aralık 2014'te ihracına başlanan 500 milyon dolar tutarındaki “Aşı Sukuku”, yoksul ülkelerdeki çocukların önlenbilir hastalıklara karşı aşılmasını desteklemek için fon sağlayan ilk uluslararası ve sosyal sorumlu sukuktur. Diğer yandan, Malezya Menkul Kıymetler Komisyonu tarafından 2014 yılında geliştirilen Sosyal Sorumlu Yatırım (SRI) Sukuk çerçevesi, sosyal açıdan sorumlu finansman ve yatırımı teşvik etmeyi amaçlamıştır. 2015 yılında ise Malezya'da ilk SRI sukuk ihrac edilmiştir (Ng ve diğerleri, 2015, s. 150).

Sosyal Etkili Tahvil

Genel olarak etki yatırımı kapsamında yer alan, özeldir ise sosyal etki yatırımı şemsiyesi altında kendisine yer bulan sosyal etkili tahviller (SIB), sosyal sorunların ele alınması için gösterilen yenilikçi çabaların bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu anlamda sosyal etkili tahvil, geleneksel kamu finansmanı yapılarından farklı yapıda olan ve sosyal programları destekleyen bir finansman aracıdır (Kohli ve diğerleri, 2012, s. 1). “Sonuca göre ödeme (payment by results)” mantığı etrafında kurgulanan sosyal etkili tahviller, aynı zamanda kamu tasarrufu ve sosyal hizmet sunumunda etkinlik ve verimliliğin özel aktörler aracılığıyla sağlanabileceği fikrinden hareketle ortaya çıkan finansal ve sosyal politika araçlarıdır (Care, 2021, s. 2). Bu anlamda geleneksel finansman yöntemlerinden farklı olarak sosyal etkili tahvillerde bir yandan özel kesim fonları sosyal projelere aktarılırken diğer yandan sonuca göre ödeme (veya performansa göre ödeme)³ yöntemi ile risk özel kesime aktarılmaktadır. Şöyle ki, sosyal etkili tahvil ihracı ile öncelikle özel sektör yatırımcılarından, hayır kurumlarından veya vakıflardan fon elde edilmekte ve bu fonlar, işletme maliyetlerini karşılamak için hizmet sağlayıcılara (sosyal programı uygulayanlara) verilmektedir. Önceden kararlaştırılan ölçülebilir sonuçlara ulaşırsa, hükümet tahvil ihrac eden kuruluşa (aracıya) veya yatırımcılara ödemeleri yapmaktadır (Galitopoulou ve Noya, 2016, s. 4). Söz konusu sonuçlara ulaşamaması

³ “Sonuca göre ödeme” terimi, farklı ülkelerde veya çalışmalarda farklı şekilde adlandırılmakta olup “pay for success”, “pay for results”, “pay for benefits” ve “pay for performance” olarak çeşitli şekilde yazılabilmektedir.

halinde ise yatırımcılara geri ödeme yapılmamaktadır. Sosyal etkili tahvilin işleyişinin daha açık ifade edilebilmesi için aşağıda Şekil 1 oluşturulmuştur.



Şekil 1. Sosyal Etkili Tahvilin İşleyişi (Kaynak: Marwan, 2015, s. 33; Rijpens ve diğerleri, 2020, s. 11)

Şekil 1’de yer alan referans modele göre, devlet veya bir kamu kurumu, sosyal hizmetlerin sunumunu finanse etmek için özel sermaye toplamak üzere bir aracı kurum görevlendirir. Aracı kurum, özel yatırımcılardan (banka veya hayır kurumu gibi) sermaye toplar ve bu sermayeyi sosyal hizmet sağlayıcı(lar)ı, yani kâr amacı gütmeyen bir kuruluş veya sosyal girişimi finanse etmek için kullanır. Sosyal programlar genellikle, uzun süreli işsizlerin işgücü piyasasına entegrasyonundan, mahkumların tekrar suç işlemesinin azaltılmasına ve evsizliğin ele alınmasına kadar çeşitli alanlardaki spesifik müdahalelerden oluşur. İşlem, referans dönemi ve dönem içinde ulaşılabilecek sonuçları ve performans göstergelerini belirten bir sözleşme ile resmileştirilir. Sonuçların elde edilmesi üçüncü bir tarafça (bağımsız değerlendirici) tarafından değerlendirilir ve önceden belirlenen sonuçlara tanımlanan süre içinde etkili bir şekilde ulaşırsa, devlet veya kamu otoritesi sermayeyi ve faizleri aracıya geri öder ve aracı daha sonra aldığı bu ödeme ile özel yatırımcılara geri ödeme yapar. Sonuçlara ulaşılamazsa, devlet veya kamu otoritesi geri ödeme yapmak zorunda değildir ve yatırımcılar yatırımlarını geri alamazlar. Böylece sonuçların elde edilememesinden kaynaklanan finansal riskler özel yatırımcıya/yatırımcılara aktarılır. Burada belirtmekte yarar var ki sosyal etkili tahvilin işleyişi farklı şekiller alabilmektedir. Bu çeşitlilik, standartlaştırma girişimlerine rağmen sosyal etkili tahvillere yönelik düzenlemelerin ve sosyal etkili tahvil programlarına dahil olan tarafların çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır (Rijpens ve diğerleri, 2020, s. 10-11). Bu anlamda sosyal etkili tahvilin işleyişinde sürece dahil olan taraflar (paydaşlar) genellikle (i) fon sağlayan yatırımcılar, (ii) yatırımcılara ödeme yapan kamu kuruluşu, (iii) paydaşları bir araya getiren, sözleşme sürecinde rol alan ve yatırımcılardan toplanan fonları hizmet sağlayıcıya aktaran aracı kurum, (iv) hizmet alanlarında çalışan ve sosyal etkili tahvil sözleşmesinde belirtilen sonuçları sağlamaya çalışan hizmet sağlayıcı taraf(lar), (v) ve elde edilen sonuçları değerlendiren bağımsız değerlendiriciden oluşmaktadır (De La Pena, 2015, s. 9-10). Ancak ana paydaşların dışında, sosyal etkili tahvilin yapısına bağlı olarak ikincil yatırımcılar, garantörler, hibe verenler, teknik yardım sağlayanlar gibi aktörler mekanizmaya katılabilmektedir (Galitopoulou ve Noya, 2016, s. 5).

Uygulamada sosyal etkili tahvil örnekleri arasında New York City’de mahkumların tekrar suç işlemelerini azaltmak için ihraç edilen sosyal etkili tahvil, California’da astım rahatsızlığı olan düşük gelirli çocukların sağlık ve bakım hizmetleri için ihraç edilen sosyal etkili tahvil ve Salt Lake City’de eğitimin kalitesinin artırılması için ihraç edilen sosyal etkili tahvil sayılabilmektedir. Olgunlaşmaya devam eden ve gelişimini sürdüren sosyal etkili tahviller avantajları yanında birtakım dezavantajları da bünyelerinde barındırmaktadırlar. Kamu kesiminin tasarruf etmesi, kamu-özel sektör iş birliğinin güçlenmesi ve sosyal programların etkinliğinin artması gibi avantajlara sahip olan sosyal etkili tahviller, kamusal tasarrufun tüm sosyal programlar için ölçülebilmesi, karmaşık yapısı sonucu ortaya çıkan yüksek idari maliyetler ve bazı kurumsal politikaların (suç işlemede azalma vb.) göz ardı edilebilmesi gibi dezavantajlara sahiptir (Barajas ve diğerleri, 2014, s. 10-18).

Sosyal Etkili Sukuk

Sosyal etkili sukuk, İslami esaslara göre yapılandırılan, sosyal sorunlara çözüm sağlamak adına geliştirilmiş olan, ödemelerin önceden belirlenen temel performans göstergelerine göre yapıldığı ve yatırımcılarına finansal getiri yanında sosyal getiri de sunan bir finansman aracıdır. Sosyal etkili sukuk henüz gelişim aşamasında olup örnekleri oldukça azdır. Bu anlamda bu başlıkta, sosyal etkili sukukun tanımı, özellikleri ve işleyişi gibi hususlar halihazırdaki sukuk ihraçları ve literatürde önerilen sosyal etkili sukuk modelleri temel alınarak incelenmektedir. Ek olarak bu başlık altında, sosyal etkili sukukun avantajları ve dezavantajları ele alınmakta ve sosyal etkili sukukun sosyal etkili tahvil ile aralarındaki farklılık ve benzerliklerine yer verilmektedir.

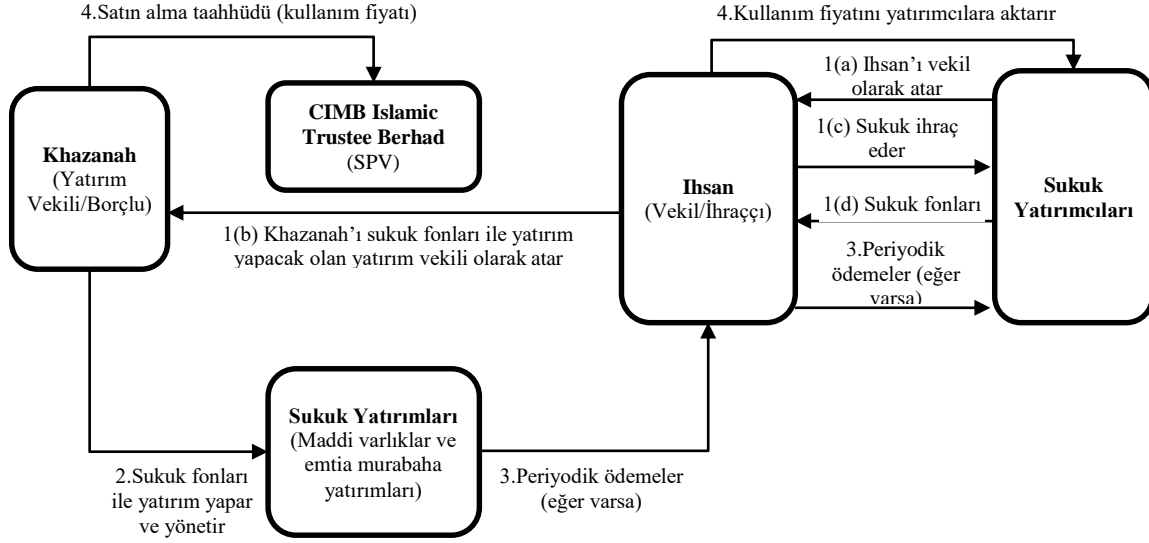
Sosyal Etkili Sukuk Örnekleri

Sosyal etkili sukuk henüz gelişim aşamasında olup uygulamada kendisine nadiren yer bulmuştur. Bunun yanında halihazırda ihraç edilen sosyal etkili sukuk yapılarına alternatif olarak literatürde çeşitli sosyal etkili sukuk yapıları (modelleri) de önerilmiştir. Bu bağlamda bu başlık altında uygulamada görülen ve literatürde önerilen sosyal etkili sukuk yapılarına yer verilmektedir.

1. İhsan SRI Sukuk

SRI sukuk çerçevesi, Malezya'da sosyal sorumlu finansman ve yatırımı teşvik etmek için 2014 yılında başlatılmıştır. Çerçeve, SRI (sosyal sorumlu yatırım) sukuk ihracı ile elde ettiği fonlar aracılığıyla çevreyi ve doğal kaynakları korumak, sera gazı emisyonunu azaltmak ve toplum için yaşam kalitesini iyileştirmek gibi amaçlara ulaşmayı hedeflemektedir (Marwan ve Haneef, 2019, s. 29). Bu çerçevenin oluşturulmasıyla birlikte, Malezya'daki ilk SRI sukuk olan İhsan SRI Sukuk, 2015 yılında Khazanah Malaysia Berhad tarafından ihraç edilmiştir. Genel olarak İhsan SRI Sukuk 25 yıllık bir vadeye ve 1 milyar Ringgit nominal değere sahiptir. İlk ihraç, yedi yıllık bir vade için yıllık %4,3 getiri sağlamakta olup 100 milyon Ringgit değerindedir ve yatırımcılardan büyük talep görmüştür. SRI Sukuk, İhsan Sukuk Bhd (İhsan) adlı Malezya merkezli bağımsız özel amaçlı bir kuruluş (SPV) aracılığıyla ihraç edilmiştir. Toplanan fonlar, seçilen Malezya devlet okullarında kaliteli eğitime erişilebilirliği artırmaya odaklanan Khazanah'ın Trust School Programı için kullanılmıştır. Program, okul liderleri, öğretmenler, öğrenciler, veliler ve toplum dahil olmak üzere ölçülebilir temel performans göstergelerine (KPI) dönüştürülen⁴ paydaşları aracılığıyla okulları çeşitli yönlerden dönüştürmeye odaklanmıştır. İhsan SRI Sukuk, yatırımcılara getiri oranını belirlemek için programın sosyal etkisini KPI'lar aracılığıyla ölçen bir "başarı için ödeme" yapısını izlemiştir. İhsan SRI Sukuk, wakala bi al-istithmar (yatırım amaçlı vekâlet) temellidir (Syed Azman ve diğerleri, 2022, s. 258). İhsan SRI Sukukun paydaşları arasında sukukun hedefini belirlemekten sorumlu hükümet, sukuk enstrümanlarını satmak ve gelirleri hizmet sağlayıcılara kanallere etmek için rol oynayan SPV/aracı kuruluş yer almaktadır. Programları, seçilen okullara uygulayan hizmet sağlayıcılar, ayrıca, fon sağlayan bireyler ve diğer özel kuruluşlardan oluşan yatırımcılar ve programlardan faydalanan yararlanıcı kesim yer almaktadır (Ahmad ve diğerleri, 2022, s. 206).

⁴ Öğrencilerin veya velilerin eğitim kalitesine ilişkin başarıları, performans göstergesi olarak alınmakta ve bu performans göstergesine ulaşıp ulaşılamadığına bağlı olarak ödeme yapılmaktadır.



Şekil 2. Ihsan Sukukun İşleyişi (Kaynak: IIFM, 2016, s. 55)

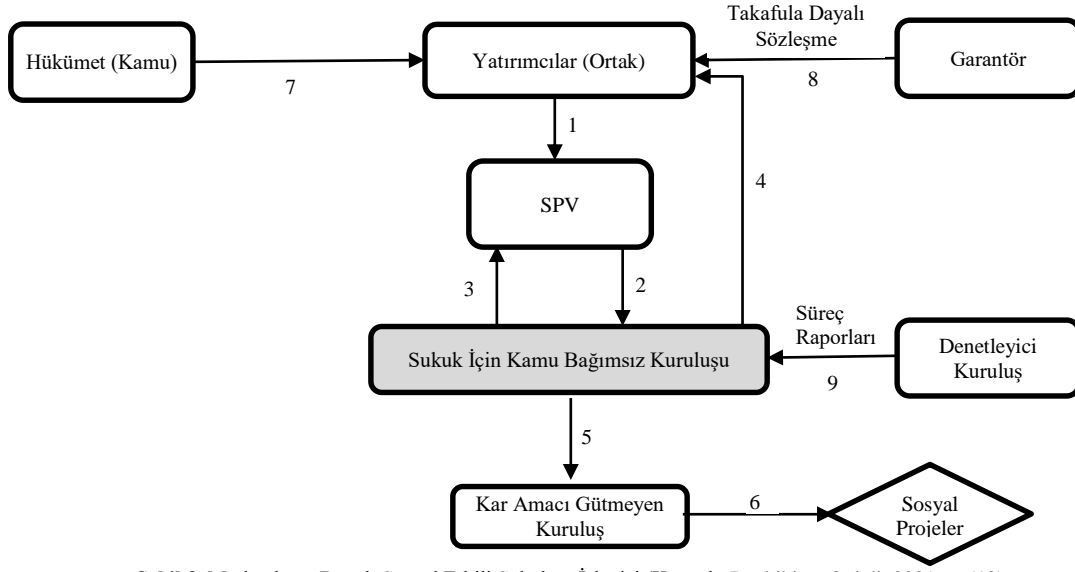
Ihsan SRI Sukukun işleyişine Şekil 2'de yer verilmiştir. Buna göre (Syed Azman ve diğerleri, 2022, s. 258; Marwan ve Haneef, 2019, s. 30): İlk olarak sukuk sahipleri, sukuk ihracından elde edilen fonları yönetmek üzere Ihsan'ı vekil tayin eder. Daha sonra Ihsan, elde edilen fonları yatırıma dönüştürmesi için Khazanah'ı yatırım acentesi olarak görevlendirir. Aynı zamanda, Ihsan (ihraççı), SRI sukuku ihraç eder ve yatırımcılardan fon elde eder. İkinci olarak, yatırım acentesi olarak Khazanah, fonları sukuk yatırımlarında (maddi varlıklar ve emtia murabaha yatırımlarından oluşan) değerlendirir. Bu yatırımların tamamı Khazanah tarafından yönetilmektedir. Sukuk yatırımlarından elde edilen gelirler daha sonra Malezya'da kaliteli eğitime erişilebilirliği (okul yöneticileri, öğretmenler, öğrenciler, ebeveynler ve toplum dahil olmak üzere) çeşitli yönlerden geliştirmeye odaklanan Trust Schools Programı'nı finanse etmek için kullanılır. Sukuk yapısına, getirilerin dört ana performans göstergesine dayalı olduğu bir sonuca göre ödeme (PbR) mekanizması entegre edilmiştir. Bu göstergeler, seçilen minimum okul sayısı, öğretmenlerin yeterliliği, yöneticilerin yeterliliği ve öğrencilerin yeterliliğidir. Önceden kararlaştırılan bu göstergelere dayanarak dönemsel ödemeler (varsa), sukuk sahiplerine Ihsan aracılığıyla aktarılır. Bu anlamda ödemeler performans göstergelerine bağlıdır. Son olarak Khazanah, CIMB Trustee Berhad (vekil)'a sukukun kullanım fiyatı⁵ üzerinden bir satın alma taahhüdü üstlenme yetkisi verir. Khazanah (borçlu), sukuk sahiplerinin maddi varlıklardaki bölünmemiş (ortak) ve orantılı intifa (kullanım) haklarını satın almayı taahhüt eder. Sukuk, satın alma taahhüdünün kullanılmasıyla sona erer.

Burada hemen belirtmekte yarar var ki sosyal etkili tahvillerin aksine Ihsan SRI Sukuk başarıyı ödüllendirmemektedir. Şöyle ki, Ihsan SRI Sukukta, sukuk ihracı sonucu elde edilen fonlarla finanse edilen programın KPI'lara ulaşamaması durumunda sukuk sahiplerine daha yüksek getiriler verilmekte (KPI'lara ulaşıldığında %4,2, ulaşılmadığında %4,6) ve bu anlamda adım aşağı (step down) yaklaşımı uygulanmaktadır. Böylece programın KPI'lara ulaşamaması durumunda yatırımcılar daha fazla ödüllendirilmektedir (Marwan ve Haneef, 2019, s. 31).

2. Mudaraba Temelli Sosyal Etkili Sukuk

Raghibi ve Oubdi (2021) çalışmalarında Ihsan SRI sukukun birtakım eksiklikleri olduğu tezinden hareket ederek Ihsan Sukuk'taki merkezleşmenin yerine yerel paydaşların dahil olabileceği, vakala (vekalet) yapısındaki vekil konumunun aksine bağımsız bir devlet kurumunun görevlendirildiği, yatırımlarda dışsallıkların söz konusu olabileceğinden dolayı kamu sektörü tarafından uzun vadeli bir yatırımın yapıldığı ve yatırım sürecinde ahlaki rizikonun azaltıldığı bir model olan "mudaraba temelli" sosyal etkili sukuku önermişlerdir. Önerilen modelin işleyişi Şekil 3'te gösterilmektedir.

⁵ Sukukun itibari değeri, ödenmemiş periyodik kar payları ve diğer yapılabilecek ödemelerden oluşur.



Şekil 3. Mudarabaya Dayalı Sosyal Etkili Sukukun İşleyişi (Kaynak: Raghbi ve Oubdi, 2021, s. 512)

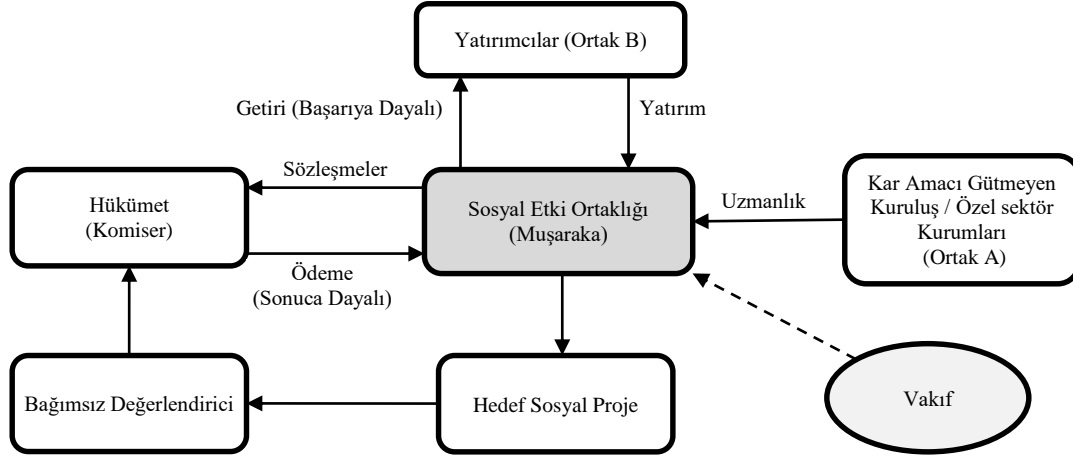
Şekil 3'te yer verilen işleyiş sürecine ilişkin adımlar aşağıdaki gibidir (Raghbi ve Oubdi, 2021, s. 513):

1. İlk adım olarak bir tröst⁶ (vekillik) oluşturulur. Tröst oluşturulması ülkenin yargı sisteminin bu tür kuruluşların kurulmasına izin verip vermemesine bağlıdır. Örneğin, Fransız yargı sistemi, tröstün yerini sukuk sahipleri adına hareket eden tröst kuruluşları yerine özel amaçlı kuruluşlarla değiştirmektedir. Tröst oluşumu her ülkenin yasal çerçevesine bağlı olarak değişebilmektedir.
2. Özel amaçlı kuruluş (SPV, trustee) daha sonra hükümet kurumuyla bir tröst anlaşması yapacaktır. SPV, kamu kurumunun yürütme gücünden ve bu iş için oluşturulmuş herhangi bir diğer oluşumdan bağımsızdır.
3. Devlet kurumu, sosyal projeyi uygulamak için seçilen yerel STK'larla bir mudaraba sözleşmesi yapacaktır.
4. Sosyal etkili sukuk ihraçları için devlet kurumu, projeyi ve gerekli sermayeyi belirledikten sonra sukuk ihraç edecektir.
5. Vekil olan SPV tarafından toplanan gelir, mudarib (hizmet sağlayıcı) olan STK'ya, ihtiyaçlarına göre belirli bir zaman çizelgesinde devlet kurumu aracılığıyla ödenecektir.
6. STK, projede herhangi bir yanlışı veya gecikmeyi önlemek için programı iyi tanımlanmış teknik şartnameler kapsamında üstlenecektir.
7. Projenin uygulanmasının ardından, projenin tasarlanan hedeflere ulaşip ulaşmadığını (ekonomik verimlilik) belirlemek için bağımsız uzmanlar tarafından bir sonuç çalışması yapılacaktır. Getiriler daha sonra devlet tarafından sukuk sahiplerine verilecektir.
8. Garantör(ler) tarafından yapıyı daha da geliştirmek için bir garanti modeli önerilmektedir. Bu garantörler, devlet kurumunun finansal yükümlülüğüne garanti vermek için sukuk sahipleri adına ve SPV lehine, koşulsuz ve geri alınmaz bir garanti verirler.
9. Sonuç olarak, sosyal etkili sukukun finansal ve operasyonel şeffaflığını sağlamak için SPV veya ülkenin yasama organı tarafından bir denetim birimi görevlendirilebilir. Nihayetinde, kamu kesimi üzerindeki yük, kamu kesimi ile özel kuruluşlar arasındaki ikili ortaklık yoluyla azaltılacak ve optimal seviyeye ulaşacaktır. Süreç sonunda, sosyal hizmetlerin kalitesi önemli ölçüde artacak ve bu durum Müslüman topluluklarda insani gelişmeyi artıracaktır.

3. Muşaraka Temelli Sosyal Etkili Sukuk

Marwan ve Haneef (2019), Ihsan SRI Sukuk'un risk paylaşımı, "sonuca göre ödeme" ve ölçülebilir sosyal etki gibi yönlerinin yeni bir sosyal etkili sukuk modeli ile iyileştirilebileceğini vurgulamışlar ve üçüncü bir taraf olarak vakıf kurumunun modele dahil edildiği "muşaraka temelli" sosyal etkili sukuk modeli önermişlerdir. Önerilen modele ilişkin işleyiş Şekil 4'te gösterilmiştir.

⁶ Hak sahipliğinin paylaşılması ve ikili mülkiyete izin veren İngiliz Kanunu temelli yapıdır.



Şekil 4. Muşarakaya Dayalı Sosyal Etkili Sukukun İşleyişi (Kaynak: Marwan ve Haneef, 2019, s. 32)

Önerilen muşaraka temelli sosyal etkili sukuk yapısı, temel sözleşme ve vakfın entegrasyonu haricinde genel bir sosyal etkili tahvil modeline benzerdir. Bu modelde, kâr amacı gütmeyen kuruluş veya özel kuruluşlar, sosyal programların yerine getirilmesinde (hizmet sağlamada) uzmanlıklarını (işgücünü) sunan bir ortakken, sermayeyi sağlayan yatırımcılar, hükümet ve bir dizi özel yatırımcıdan oluşabilmektedir. Kâr ve zarar, sosyal programın başarısına bağlı olarak, önceden kararlaştırılan orana göre yatırımcılar arasında paylaştırılmaktadır. “Vakıf” unsuru farklı şekillerde olabilmektedir. Örneğin vakıf kurumu ortaklığın bir parçası olabilmekte veya vakıf yararlanıcısı hedeflenen sosyal projenin bir parçası olabilmektedir. Hatta bir vakıf kurumu, sosyal etkili sukukun komiseri (yatırımcıya geri ödeme yapan taraf) veya aracısı (aracı kurumu) rolünü bile oynayabilmektedir (Marwan ve Haneef, 2019, s. 32).

Sosyal Etkili Sukukun Avantajları ve Dezavantajları

Sosyal etkili sukukun temel avantajları arasında inovasyon kültürünü teşvik etmesi, İslami finasta yer alan risk paylaşımına tam olarak uyum sağlaması, vakıflar ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi üçüncü sektörün dahil edilmesi ile İslami finans ileri taşıyabileceği ve özel sektörden sermaye aktarımında etkin rol oynaması yer almaktadır (Marwan ve Haneef, 2019, s. 32-33).

Dezavantajları arasında ise sonuçları ölçmek için gerekli sistem ve veri tabanlarının maliyeti ve bunların henüz standardize edilmemiş olması, performans göstergelerinin uygun biçimde tanımlanmasında yaşanabilecek zorluklar ve uygulamada yer alan sosyal etkili sukukların etkisini değerlendiren çalışmaların henüz bulunmaması sayılabilmektedir (Delle Foglie ve Keshminder, 2022; Marwan ve Haneef, 2019, s. 33).

Sosyal Etkili Sukukun Sosyal Etkili Tahvil ile Karşılaştırılması

Sosyal etkili sukuk, finansal açıdan sosyal etkili tahvilden farklı görülmektedir. Nitekim Syed Azman ve diğerleri (2022) tarafından gerçekleştirilen ankete dayalı çalışmada Malezya’da bulunan Ihsan SRI Sukuk, sosyal etkili tahvil ve geleneksel tahvil yatırımcıları ve geliştiricilerinden oluşan anket katılımcılarının sosyal etkili sukuk, sosyal etkili tahvil ve geleneksel tahvil hakkındaki görüşlerine yer verilmiştir. Çalışmada, bu üç tür enstrüman çeşidinin temel özelliklerinin birbirinden oldukça farklı olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu anlamda, katılımcılar bu üç tür enstrümanı birbirinden farklı görmektedirler. Ayrıca sosyal etkili sukuk (SRI sukuk) aynı sosyal amaca hizmet etse de sosyal etkili tahvilden farklı görülmüştür.

Piyasa tarafından farklı algılanan bu iki enstrüman yine de benzer özellikler gösterebilmektedir. Sosyal etkili sukuk ve sosyal etkili tahvilin benzerlik ve farklılıkları aşağıdaki gibidir:

Sermaye Garantisi: Sosyal etkili tahvillerde genellikle yatırımcılara sermaye garantisi verilmemektedir. Öyle ki garanti verilen örnekler bulunmakla birlikte genellikle önceden belirlenen performansa ulaşılamaması halinde yatırımcılar anaparalarını kaybetmektedirler. Sosyal etkili sukuk konusunda temel örnek olan Ihsan SRI sukukta ise sermaye ve getiriler, bir yükümlü olarak Khazanah Nasional Berhad tarafından tam olarak garanti edilmektedir (Marwan ve Haneef, 2019, s.31).

Finansal Risk: Sosyal etkili sukukta genellikle sermaye garantisi bulunmadığından anaparanın kaybı ile sonuçlanan finansal riski yatırımcılar üstlenmektedir. Sosyal etkili tahvilde ise garanti mekanizması işlediğinden İslami finasta geçerli olan “risk paylaşımı” fiilen geçersiz sayılmaktadır (Marwan ve Haneef, 2019, s.31).

Sonuca Göre Ödeme: Hem sosyal etkili sukuk ve hem de sosyal etkili tahvil, uygulanan programların sonucunda ortaya çıkan performansa göre ödemenin yapıldığı bir “sonuca göre ödeme” yapısına sahiptir (Raghibi ve Oubdi, 202, s. 509).

İslami Kurallara Uygunluk: Sosyal etkili sukuk, bir İslami tahvil olarak İslami ilkelere uymakla yükümlüdür. Ancak sosyal etkili tahvilde bu tür bir zorunluluk yoktur (Syed Azman ve diğerleri, 2022, s. 261).

Devredilebilirlik ve Ticaret: Sosyal etkili sukukun temel örneği olan İhsan SRI sukukun transferi ve ticaretine izin verilmiştir. Ancak sosyal etkili tahvilde devredilebilme özelliği söz konusu değildir (Syed Azman ve diğerleri, 2022, s. 261).

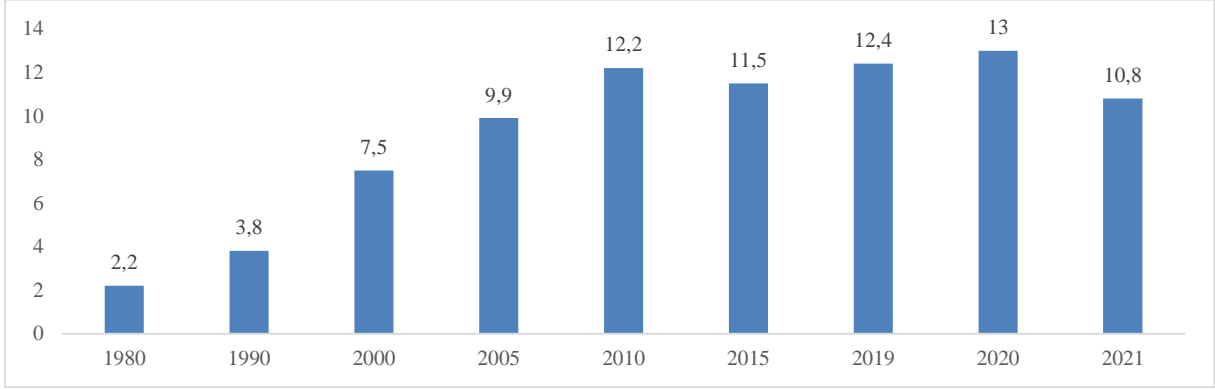
Sosyal Etkili Sukukun Türkiye’de Uygulanabilirliği

Sosyal etkili sukuk, İslami ilkelere bağlı kalmak kaydıyla sosyal problemlerin çözümünde özel sektörün de dahil edildiği yeni bir finansman mekanizması olarak öne çıkmaktadır. Bu açıdan sosyal etkili sukuktan yararlanabilmek ve sosyal etkili sukukun Türkiye’de uygulanabilirliğini analiz etmek için Türkiye’nin sukuk alanındaki ve sosyal konulardaki durumu incelenmelidir. Bu bağlamda aşağıda sosyal etkili sukukun uygulanabilirliğine ilişkin Türkiye’deki koşulların uygunluğu “güçlü yönler” başlığı altında incelenecektir. Diğer yandan sosyal etkili sukukun ihracı için birtakım yasal ve düzenleyici çerçevelerin gerekliliği ve sosyal etkili sukuka özgü Türkiye’de halihazırda bulunmayan ve gerekli olan koşullar da sosyal etkili sukuk konusunda önem arz etmektedir. Bu bağlamda aşağıda “zayıf yönler” başlığı altında söz konusu gereklilikler ön plana çıkarılacaktır.

Güçlü Yönler

Sosyal etkili sukukun uygulanabilirliğine ilişkin araştırmanın ilk aşamasında Türkiye’de sosyal problemlerin şiddeti değerlendirilmelidir. Bu açıdan Türkiye’de yoksulluk, işsizlik, suç ve kadına yönelik şiddet gibi göstergelerden yararlanılabilmektedir. Türkiye yoksulluk oranı ve işsizlik oranı açısından OECD ülkeleri içinde sırasıyla en yüksek 11’inci ve 3’üncü ülke konumundadır (OECD, 2023a). Diğer yandan, Türkiye suç oranları açısından OECD ortalamasının üzerindedir (OECD, 2023b). Kadına yönelik şiddette ise Türkiye OECD ülkeleri içerisinde ilk sıraları paylaşmaktadır (OECD, 2023c). Bu durum sosyal problemlerin Türkiye açısından ciddiyetini ortaya koymakta ve sosyal etkili sukuk için potansiyel olarak ele alınabilecek birkaç sosyal alanı işaret etmektedir.

Sosyal etkili sukukun Türkiye’de uygulanabilirliğine ilişkin diğer bir gösterge sosyal harcamalardır. Nitekim sosyal harcamaların yüksekliği sosyal etkili sukuka olan ihtiyacı ve uygulanabilme potansiyelini göstermektedir. Sosyal harcamalar, düşük gelirli hanelere, işsizlere, gençlere, engellilere, hastalara ve yaşlılara yönelik yapılan harcamalar olarak ifade edilebilmektedir (Geyik ve Şeren, 2021, s. 20). Türkiye’de sosyal harcamaların GSYH içindeki payına ilişkin oranlar Şekil 5’ten görülebilmektedir. Şekil 5’e göre sosyal harcamaların GSYH içindeki payında sürekli bir artış söz konusudur. Nitekim 1980 yılında %2,2 olan söz konusu oran, 2000 yılında %7,5’e, 2019 yılında %12,4’e ve 2020 yılında %13’e yükselmiştir. 2021 yılında nispeten söz konusu oranda bir azalma görülse de geçmiş dönemlere göre Türkiye’de sosyal harcamaların GSYH içindeki payı hala yüksek sayılabilmektedir. Bu durumun sebepleri arasında hiç şüphesiz hızlı nüfus artışı, yaşanan krizler ve pandemi gibi olaylar yer almaktadır. Ancak asıl etken olarak son döneme kadar devam eden yeterli mali alan ve bütçe esnekliği gösterilmektedir (Rial ve diğerleri, 2014). IMF’e göre yeterli bütçe esnekliğine sahip olan Türkiye temel bir politika olarak yoksullukla mücadele, gelir dağılımının iyileştirilmesi ve sağlık harcamalarına önem vermiştir (IMF, 2019; IMF, 2021). Nitekim OECD (2018, s. 55)’e göre 2007-2016 döneminde Türkiye’de özellikle engelliler, önemli sağlık problemleri olan aileler, yaşlılar ve dezavantajlı gruplara yönelik sosyal harcamalar OECD ortalamasının oldukça üzerinde artmıştır. Ancak Türkiye’nin sosyal harcamalar/GSYH oranları açısından OECD ülkelerinin oldukça gerisinde kalması (OECD, 2023a), Türkiye’de ilerleyen dönemlerde sosyal harcamaların ve akabinde ise kaynak ihtiyacının artabileceğini göstermektedir.



Şekil 5. Türkiye’de Sosyal Harcamaların GSYH İçindeki Payı (%) (Kaynak: OECD, 2023a; TÜİK, 2021)

Türkiye’de sosyal harcamaların GSYH içindeki payında yaşanan sürekli artış, sosyal etkili sukuk ve benzeri inovatif araçlarla özel sektörün desteğinin alınabileceğini göstermektedir. Sosyal etkili sukukun uygulanabilirliğine ilişkin olarak potansiyel yatırımcı talebi incelendiğinde ise, global olarak giderek artan etki yatırımı piyasası ve bu piyasada gelişmiş finansal piyasası ile avantajlı olan Türkiye faktörü (UNDP, 2019, s. 14) ile kamu kesimi tarafından ihraç edilen sukuklara yoğun talebin olması (Ankara Ticaret Borsası, 2021) gerçeği, sosyal etkili sukukun yeterli talebi görebileceği ve Türkiye’de uygulanabilme potansiyelinin yüksek olduğu yönünde yorumlanabilmektedir.

Son olarak Türkiye’de halihazırda ihraç edilen birçok sukuk çeşidi vardır. Bunlar arasında kira sertifikaları (sukuk) ile altına ve enflasyona endeksli sukuk gösterilebilmektedir. Bu açıdan Türkiye sukuk konusunda deneyime ve yasal altyapıya sahiptir. Nitekim, Türkiye’de 2010 yılından itibaren yapılan düzenlemelerle sukuka ilişkin yasal altyapı oluşturulmuştur (Arzova ve Şahin, 2019, s. 4). Düzenlemelerin ardından Türkiye’de yukarıda değinilen inovatif sukuk türleri kamu kesimi tarafından ihraç edilmeye başlanmıştır. Bu açıdan Türkiye’nin inovatif sukuk yöntemlerine yakınlığı ve bu konudaki deneyimi sosyal etkili sukukun uygulanabilirliğinin Türkiye için yüksek olacağı şeklinde yorumlanabilmektedir.

Zayıf Yönler

Sosyal etkili sukukun Türkiye’de ihraç edilebilmesi için yeterli yasal altyapının varlığı gereklidir. Ancak diğer ülkelerce ihraç edilmeye başlanan etki sukuklarına ilişkin yasal ve düzenleyici altyapı Türkiye’de henüz mevcut değildir. Bu bağlamda Türkiye’de henüz sosyal ya da çevresel etkili bir sukuk türü ihraç edilmemiştir. Bu açıdan sukuk piyasasında önemli bir yeri olan Türkiye’nin etki yatırımına dayalı sosyal (ve çevresel) etkili sukuk yatırımlarına yönelik “etki sukuku” veya “etkili sukuk” çerçevesinin ve yasal düzenlemelerinin oluşturulması bir yandan etki sukukları ve özelde ise sosyal etkili sukuk potansiyelini arttırırken diğer yandan İstanbul Finans Merkezi’nin gelişimine katkı sağlayabilecektir. Nitekim İstanbul Finans Merkezi’nin faaliyet alanları içinde katılım finansın yer alması, İslami enstrümanlar ve sukuk konusunda uzun bir geçmişe sahip olan (Büyükkakın ve Önyılmaz, 2012, s.9-12; Arzova ve Şahin, 2019, s. 4-5), özel sektör sukuk ihracında ise oldukça önemli bir yeri olan (İstanbul Finans Merkezi, 2023) Türkiye’nin sosyal etkili sukuk ihracından önemli faydalar sağlayacağını göstermektedir. Nitekim sosyal etkili sukuk ile Türkiye’nin sukuk piyasasında konumu güçlenebilecek ve İstanbul Finans Merkezi açısından yatırımcı farkındalığı ve ilgisi artabilecektir. Bu açıdan hem İstanbul Finans Merkezi uluslararası bir katılım finans merkezi olabilecek ve hem de Türkiye’nin İslami ürünler konusundaki aktif konumu daha da güçlenebilecektir. Diğer yandan 2023-2025 Orta Vadeli Program’da “Finansal İstikrar” başlığı altında ele alınacak politika ve tedbirler kısmında “Sermaye piyasaları ve yatırımcı tabanı genişletilerek katılım finans sektöründeki gelişimi de destekleyen yeni ürün, hizmet ve piyasalar geliştirilecektir” ifadesinin bulunması (SBB, 2022) ve ayrıca 2024-2026 Orta Vadeli Program’da “Finansal İstikrar” başlığı altında “Sermaye piyasalarında finansal ürün ve hizmet çeşitliliği geliştirilecek ve küçük yatırımcı hakları gözetilerek yatırımcı tabanı genişletilecektir” ifadesinin bulunması (SBB, 2023), gerek enstrümanlarda ve gerekse de yatırımcı tabanında çeşitlendirmeyi sağlayabilecek olan sosyal etkili sukuk örneğinin ilgili finansal politikalara uygun olduğunu göstermektedir. Bu açıdan bir yandan sukukun geleneksel finans sisteminin ötesinde bir yatırımcı portföyüne hitap etmesi (Bafra, 2016, s. 68) ve diğer yandan sosyal etkili sukukun etki yatırımcısı tabanını ilgilendirmesi, sosyal etkili sukukun önemini göstermektedir. Öyle ki sosyal etkili sukukun potansiyel olarak geniş ve çeşitli yatırımcı

tabanı ve söz konusu Orta Vadeli Programlarda geçen ifadeler, Türkiye’de sosyal etkili sukuku da kapsayacak biçimde, etki yatırımcısına sunulabilecek faizsiz finansman ürünleri açısından geniş çaplı bir çerçeve ve yasal altyapının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Türkiye’deki güçlü sosyal belediyeçilik anlayışının var olması ve sosyal alanlarda kullanılacak kıt kaynaklar (Berkün, 2017), sosyal etkili sukuku sosyal problemlerin ele alınmasında yerel yönetimler için de önemli bir enstrüman haline getirebilecektir. Bu açıdan ilgili çerçeve ve yasal altyapıların yerel düzeydeki yönetimleri de dikkate alarak hazırlanması sosyal etkili sukukun uygulama alanını genişletebilecektir.

Son olarak Türkiye’de henüz “performansa (sonuca) göre ödeme” yapısına sahip herhangi bir sukuk türünün ihraç edilmemesi, bu konuda çeşitli adımların atılmasını gerektirmektedir. En basit haliyle sosyal etkili sukukun ihracı için sosyal etkiyi ölçebilecek yetkinliğe sahip bir bağımsız değerlendirici kuruluşun kurulması gerekmektedir. Öyle ki daha önce değinildiği üzere sonuçları (performansı) ölçmek için gerekli sistem ve veri tabanlarının maliyeti yüksek olup bu konuda standardizasyon elde edilememiştir. Ayrıca performans göstergelerinin uygun biçimde tanımlanmasında yaşanabilecek zorluklar söz konusudur. Bu hususlar ise performansın doğru şekilde ölçülüp değerlendirilmesini oldukça maliyetli hale getirmektedir. Söz konusu maliyet ise yeterli ölçekte projelerin varlığını gerektirmektedir. Bu açıdan etki sukuklarına ve özelden ise sosyal etkili sukuka yönelik yasal ve düzenleyici çerçevenin Türkiye’de oluşturulması, gerekli akademik araştırmaların yapılması ve etki sukuklarının ihracı ile Türkiye henüz yeni gelişen bu alanda başat bir aktör olabilecektir.

SONUÇ

Son yıllarda global olarak yaşanan nüfus artışı, sıklıkla meydana gelen finansal krizler ve salgın hastalıklar gibi etkenler devletlerin sosyal harcamalarında artışa ve bütçe açıklarına neden olmuştur. Bunun yanında son yıllarda sosyal refah anlayışının gelişmesi ve kamu özel sektör işbirliklerindeki artış, sosyal harcamaların finansmanında özel sektörün desteğine başvuran inovatif finansal araçları arttırmıştır. Genel olarak etki yatırımı olarak bilinen bu araçlar içerisinde ilk aklı gelen sosyal etkili tahvillerdir. Sosyal etki yatırımcılarının yatırım yaptığı ve genellikle merkezi yönetimlerce sosyal sorunların ele alınması için ihraç edilen sosyal etkili tahviller, yatırımcılarına önceden belirlenen performans göstergelerine ulaşıp ulaşılmadığına bağlı olarak geri ödeme yapmaktadır. Buna göre belirlenen performans aşılsa yatırımcılar daha fazla getiri almakta ve ek olarak sosyal getiri (doyum) elde edebilmektedirler.

Her ne kadar İslami finans ilkelerine uygun olsa da İslami finans paydaşlarının etki yatırıma dayanan finansal ürünlere olan ilgisi oldukça düşüktür. Nitekim ilk ve temel sosyal etkili sukuk olan İhsan SRI Sukuk ancak son yıllarda ihraç edilmiştir ve sosyal etkili sukuk konusunda temel çerçeve oluşturan tek ülke Malezya’dır. Bu durum hiç şüphesiz İslami finansal kurumların sosyal etkili sukuka olan ilgisinin artması ve ülkelerin bu yönde yapacağı yasal düzenlemeler ile aşılabilecektir.

Uygulamada sayısı oldukça az olan sosyal etkili sukuk henüz yeni bir enstrüman olarak öne çıkmaktadır. Malezya tarafından ihraç edilen İhsan SRI sukuk yanında literatürde İhsan SRI Sukukun eksikliklerini gidermeye yönelik olarak mudaraba ve müşaraka temelli sosyal etkili sukuklar önerilmiştir. Sosyal etkili sukuk, yeniliğinden kaynaklı birtakım dezavantajlara sahiptir. Bunun yanında özellikle kamu kesimine yönelik önemli faydaları da söz konusudur. Şüphesiz bu faydalar Türkiye için de geçerlidir. Bu açıdan sosyal etkili sukuk, yüksek sosyal harcamalara, şiddetli denilebilecek sosyal problemlere (yoksulluk, işsizlik, suçluluk vb.) gelişmiş finansal sisteme ve İstanbul Finans Merkezi’ne, geniş ve çeşitli sukuk yatırımcısına, genel anlamda sukuka ilişkin yasal düzenlemelere ve etki yatırımı konusunda güçlü potansiyele sahip bir ülke olarak Türkiye’de uygulanabilir bir enstrüman olarak görülebilmektedir. Öyle ki, sosyal etkili sukuk ihraçları bir yandan İstanbul Finans Merkezi’nin gelişimini destekleyebilecekken diğer yandan Orta Vadeli Programlardaki politikaların hayata geçirilmesine destek olabilecektir. Ancak özelden sosyal etkili sukukun ve genelde ise etki yatırımcısına hitap eden sukuk türlerinin Türkiye’de ihraç edilebilmesi ve ilgili faydaları sağlayabilmesi için Türkiye’nin sosyal etkili sukuk (genelde ise etki sukukları) konusunda bir çerçeve ve yasal altyapı oluşturması gereklidir. Bu konuda halihazırda bir yasal ve düzenleyici çerçeveye sahip olan Malezya örnek olarak alınabilecektir.

Çalışma, sosyal etkili sukuk konusunda gelecek çalışmalar için birtakım araştırma alanları ortaya çıkarmıştır. Bu açıdan sosyal etkili sukuka ilişkin taslak yasal düzenlemeler araştırılabileceği gibi sosyal etkili sukukun halihazırda var olan bazı problemleri (sermaye garantisi gibi) derinlemesine araştırılabilecektir. Diğer yandan sosyal etkili sukukun kullanılabileceği sosyal sorunlar çeşitlendirilebilecek ve ayrıntılı olarak araştırılabilecektir. Son olarak sosyal etkili sukukun global olarak potansiyeli temel bir araştırma alanıdır.

KAYNAKLAR

- ADB (2022). *Unlocking Islamic climate finance*. ADB Publishing.
- Ahmad, A. U. F., Muhamed, N. A. ve Hasan, R. (2022). Social impact sukuk: Implications from the notion of maslaha. T. Azid, M. Mukhlisin ve O. Altwijry (Eds.), *Wealth management and investment in Islamic settings: Opportunities and challenges* (s. 201-210). Springer Nature Singapore.
- Ankara Ticaret Borsası (2021). *Basın özetleri 17 Haziran 2021*. https://ankaratb.org.tr/lib_upload/17.06.21%20Bas%C4%B1n%20Ozeti.pdf (Erişim: 02.06.2023).
- Arzova, S. B. ve Şahin, B. Ş. (2019). Tarımda kira sertifikalarının (sukuk) kullanımı, muhasebeleştirilmesi ve hukuki boyutu. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (83), 1-24
- Aydın, O. (2017). Sosyal etki tahvilleri: Sosyal sorunların menkul kıymetleştirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 916-931. <https://doi.org/10.20491/isarder.2017.365>
- Bafra, E. (2016). *İslami bankacılıkta sukuk (kira sertifikaları) ve uygulaması*. Seçkin Yayıncılık.
- Barajas, A., Barajas, L., Burt, K., Harper Jr, T., Johnson, P., Larsen, E., ... Yeh, C. (2014). Social impact bonds: A new tool for social financing. PPIA Program, Princeton University.
- Berkün, S. (2017). Türkiye’de sosyal belediyecilik anlayışı. *Şarkiyat*, 9(2), 582-598.
- Büyükkakin, F. ve Önyılmaz, O. (2012). Faizsiz finansman bonusu sukuk ve Türkiye uygulamaları. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(7), 1-16.
- Calvert, R. S. (2020). *Prospects for green bonds and social impact bonds*. <https://www.refinitiv.com/perspectives/future-of-investing-trading/prospects-for-green-bonds-and-social-impact-bonds/> (Erişim: 01.06.2023).
- Care, R. (2021). *Developing social impact bonds to tackle emerging social needs and promote social welfare*. <https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/691951/ado2021bn-developing-social-impact-bonds.pdf> (Erişim: 01.05.2023).
- Davies, R. (2014). *Social impact bonds: Private finance that generates social returns*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/538223/EPRS_BRI\(2014\)538223_REV1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/538223/EPRS_BRI(2014)538223_REV1_EN.pdf) (Erişim: 01.05.2023).
- De La Pena, I. (2015). *A primer on social impact bonds*. United Nations.
- Delle Foglie, A. ve Keshminder, J. S. (2022). Challenges and opportunities of SRI sukuk toward financial system sustainability: a bibliometric and systematic literature review. *International Journal of Emerging Markets*, (ahead-of-print).
- Ergen, Z. ve Durak, B. (2016). Bazı sosyal problemlerin çözümünde alternatif bir finansman kaynağı: sosyal etkili tahvil programları. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 36-54.
- Galitopoulou, S. ve Noya, A. (2016). Understanding social impact bonds. *OECD Working Papers*.
- Geyik, O. ve Şeren, G. Y. (2021). Vergilerin sosyal harcamalar özelinde topluma geri dönüşü: Türkiye üzerine bir analiz. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 17-28. <https://doi.org/10.52791/aksarayıibd.971658>

- Government Outcomes Lab (2022). *December 2022 impact bond landscape*. <https://golab.bsg.ox.ac.uk/community/news/december-2022-impact-bond-landscape/> (Erişim: 02.05.2023).
- Hand, D., Ringel, B. ve Danel, A. (2022). *Sizing the impact investing market: 2022*. The Global Impact Investing Network (GIIN).
- IIFM (2016). *A comprehensive study of the global sukuk market*. <https://www.islamicfinance.com/wp-content/uploads/2016/04/IIFM-Sukuk-Report-5th-Edition-A-Comprehensive-study-of-the-Global-Sukuk-Market.pdf> (Erişim: 02.06.2023).
- IMF (2019). 2019 article iv consultation – press release; staff report; and statement by executive director for Turkey. *IMF Country Report*, No. 19/395.
- IMF (2021). 2021 article iv consultation – press release; staff report; and statement by executive director for Turkey. *IMF Country Report*, No. 21/110.
- İstanbul Finans Merkezi (2023). *Katılım finans*. <https://ifm.gov.tr/b/katilim-finans> (Erişim: 15.09.2023).
- Kohli, J., Besharov, D. J. ve Costa, K. (2012). *What are social impact bonds? An innovative new financing tool for social programs*. 2012. <https://www.americanprogress.org/article/what-are-social-impact-bonds/> (Erişim: 01.05.2023).
- Konak, F. ve Demir, Y. (2023). Sürdürülebilirlik ve Sosyal Finans: Sosyal Etki Tahvilleri Üzerine Bir Araştırma. *Denetim ve Güvence Hizmetleri Dergisi*, 3(1), 11-35.
- Mackeviciute, R., Martinaitis, Z., Lipparini, F., Scheck, B. C. ve Styczyńska, I. (2020). *Social Impact Investment- Best practices and recommendations for the next generation*. European Union.
- Marwan, S. (2015). Social impact bonds in light of maqasid al-Shari ‘ah and maslahah. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 11(4), 31-40.
- Marwan, S. ve Haneef, M. A. (2019). Does doing good pay off? Social impact bonds and lessons for Islamic finance to serve the real economy. *Islamic Economic Studies*, 27(1), 23-37. <https://doi.org/10.1108/IES-05-2019-0001>
- Mohamad, S., Lehner, O. M. ve Khorshid, A. (2016). A case for an Islamic social impact bond. *ACRN Oxford Journal of Finance and Risk Perspectives*, 5(2), 65-74.
- Mudaliar, A., Pineiro, A. Ve Bass, R. (2013). *Impact investing trends: Evidence of a growing industry*. The Global Impact Investing Network (GIIN).
- Ng, A., Mirakhor, A. ve Ibrahim, M. H. (2015). *Social capital and risk sharing: An Islamic finance paradigm*. Palgrave Macmillan.
- OECD (2018). *OECD economic surveys Turkey*. <https://www.oecd.org/economy/surveys/Turkey-2018-OECD-economic-survey-overview.pdf> (Erişim: 01.05.2023).
- OECD (2023a). *Social and welfare statistics*. https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/data/oecd-social-and-welfare-statistics_socwel-data-en (Erişim: 16.09.2023).
- OECD (2023b). *Crime and prisoners*. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/soc_glance-2016-29-en/index.html?itemId=/content/component/soc_glance-2016-29-en#ID786c2f80-be60-4606-a1e2-8a18fb62970d (Erişim: 16.09.2023).

- OECD (2023c). Violence against women. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/008fcef3-en/index.html?itemId=/content/component/008fcef3-en#fig8.7> (Erişim: 16.09.2023).
- Raghibi, A. ve Oubdi, L. (2021). A proposed model for social impact sukuk. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 8(2), 501-516. <https://doi.org/10.26414/A106>
- Refinitiv (2022). *Green and sustainability sukuk report 2022: Financing a sustainable future*. <https://www.refinitiv.com/en/resources/special-report/green-sustainability-sukuk-2022-financing-future> (Erişim: 01.05.2023).
- Rial, I., Tambunlertchai, S. ve Tieman, A. F. (2014). *Turkey: How to boost growth without increasing imbalances*. <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2014/01/14/turkey-how-to-boost-growth-without-increasing-imbalances> (Erişim: 01.05.2023).
- Rijpens, J., Bouchard, M. J., Gruet, É. ve Salathé-Beaulieu, G. (2020). Social impact bonds: Promises versus facts. What does the recent scientific literature tell us?. *CIRIEC Working Paper*, No. 2020/15.
- SBB (2022). *Orta vadeli program (2023-2025)*. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/09/Orta-Vadeli-Program-2023-2025.pdf> (Erişim: 15.09.2023).
- SBB (2023). *Orta vadeli program (2024-2026)*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/09/Orta-Vadeli-Program_2024-2026.pdf (Erişim: 15.09.2023).
- Syed Azman, S. M. M., Ismail, S., Haneef, M. A. ve Engku Ali, E. R. A. (2022). An empirical comparison of sustainable and responsible investment şukuk, social impact bonds and conventional bonds. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 14(3), 256-273. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2021-0074>
- TÜİK (2021). *Sosyal koruma istatistikleri, 2021*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Social-Protection-Statistics-2021-45744> (Erişim: 15.09.2023).
- UN (2021). *Global population growth and sustainable development*. United Nations.
- UNDP (2019). The impact investing ecosystem in Turkey. https://www.eydk.org/wp-content/uploads/2021/05/The-Impact-Investing-Ecosystem-in-Turkey_final.pdf (Erişim: 01.05.2023).
- Wilson, K. E., Silva, F. ve Ricardson, D. (2015). *Social impact investment: Building the evidence base*. OECD Publications.
- Yakar, S. ve Kandır, S. Y. (2016). Türkiye’de sosyal harcamaların finansmanında yeni bir finansal araç önerisi: sosyal etkili tahvil. *Bankacılar*, 27(97), 15-36.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmada yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.