



BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

BURSA ULUDAĞ JOURNAL OF ECONOMY & SOCIETY

ARALIK 2023 | CİLT: 42 SAYI: 2
DECEMBER 2023 | VOLUME: 42 ISSUE:2

B
U
J
E
S



E-ISSN: 2757-9190

Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Özetlenme, Harmanlanma ve İndekslenme Bilgileri:
*Bursa Uludağ Journal of Economy and Society is
Abstracted, Harvested and Indexed in:*



Makalelerdeki düşünce, görüş, varsayım, sav veya tezler eser sahiplerine aittir.
Bursa Uludağ Üniversitesi sorumlu tutulamaz.

*The opinions, thoughts, postulations or proposals within the articles are but reflections of the authors and do not,
in any way, represent those of the Bursa Uludağ University.*

İletişim / Correspondence

Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Görükle Kampüsü 16059
Nilüfer / Bursa / TÜRKİYE
Tel: +90 224 2941135 Fax: 0224 2941003
Web: <http://www.uludag.edu.tr/iibfdergi>
E-posta: iibfeditor@uludag.edu.tr

Dizgi-Baskı/ Printed by

Bursa Uludağ Üniversitesi Basımevi Müdürlüğü
Bursa-2024
Telefon: (224) 294 05 32
Fax: (224) 294 05 31
E-posta: basimevi@uludag.edu.tr

© Bursa Uludağ Üniversitesi Yayınları © Bursa Uludag University Press

Her hakkı saklıdır.

All rights reserved.

**Uluslararası Hakemli Dergi
International Peer Reviewed Journal**

Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Bursa Uludağ Journal of Economy and Society
Cilt / Volume: 42 • Sayı / Issue: 2 • Aralık / December 2023
e-ISSN: 2757-9190

Bursa Uludağ Üniversitesi Adına Sahibi
Owner on behalf of Bursa Uludağ University
Prof. Dr. Ferudun YILMAZ

İmtiyaz Sahibi/ Owner
Prof. Dr. Kadir Yasin ERYİĞİT

Baş Editör / Editor in Chief
Prof. Dr. Kadir Yasin ERYİĞİT

Editör / Editor
Dr. Burak Faik EMİRGİL

Türkçe Dil Editörü/Turkish Language Editor
Öğr. Gör. Gülnaz ÇETİNOĞLU

İngilizce Dil Editörü/English Language Editor
Dr. Öğr. Üyesi Esmâ BİRİŞÇİ

Editör Yardımcıları / Editorial Assistants
Nagihan MEMİŞ, Neşe ARAL

Yayın Kurulu / Editorial Board
Prof. Dr. Derda KÜÇÜKALP
Prof. Dr. Ali Yaşar SARIBAY
Prof. Dr. Serpil AYTAÇ
Prof. Dr. Murat Hakan ALTINTAŞ
Prof. Dr. Bünyamin BEZCİ
Prof. Dr. Özhan ÇETİNKAYA
Prof. Dr. Necmi GÜRSAKAL
Prof. Dr. Ferhat PİRİNÇÇİ
Prof. Dr. Metin ÖZDEMİR

Danışma Kurulu / Advisory Board*

Prof. Dr. Hadi Sacit AKDEDE: Bakırçay Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Meliha ALTUNIŞIK: Orta Doğu Teknik Üniversitesi/TR

Dr. Melih ASTARLIOĞLU: Tilburg University/NL

Prof. Dr. Mustafa AYDIN: Kadir Has Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Bünyamin BEZCİ: Sakarya Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Veysel BOZKURT: İstanbul Üniversitesi/TR

Dr. Luis Pinedo CARO: International Labour Organization/CH

Prof. Dr. Emrah FERHATOĞLU: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Mehmet GENÇ: Işık Üniversitesi/TR

Dr. Murat GENÇ: University of Otago/NZ

Prof. Dr. Mehran KAMRAVA: Georgetown University/QA

Prof. Dr. Fuat KEYMAN: Sabancı Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Erdoğan KOÇ: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Hasan KÖNİ: İstanbul Kültür Üniversitesi/TR

Dr. Barbara SAMALUK: University of Greenwich/UK

Dr. Mousa SHTEIWI: University of Jordan/JO

Prof. Dr. H. Tarık ŞENGÜL: Ortadoğu Teknik Üniversitesi/TR

Dr. Şafak TARTANOĞLU BENNETT: University of Greenwich/UK

Prof. Dr. Metin TOPRAK: İstanbul S. Zaim Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Ali UTKU: Atatürk Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Haldun YALÇINKAYA: TOBB ETU Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Ferda YERDELEN TATOĞLU: İstanbul Üniversitesi/TR

Prof. Dr. Nuri YURDUSEV: Ortadoğu Teknik Üniversitesi/TR

*Soyisme göre alfabetik sırada / In alphabetical order by family name

Dergimiz Hakkında

Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, “İktisadi ve Sosyal Bilimler: Bursa Üniversitesi İktisadi ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi” ismiyle 1979 yılında yayın hayatına başlamıştır. Dergi, 2019 yılı itibariyle “Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi/Bursa Uludağ Journal of Economy and Society” ismiyle elektronik olarak yayınlanmaktadır.

Dergimiz, iktisadi ve sosyal bilimler alanında farklı disiplinlerde üretilen Türkçe ve İngilizce makaleleri yayımlayarak Türkiye’de ve dünyada bu alanda yapılmış çalışmalara katkı sağlama amacı taşımaktadır. Haziran ve Aralık olmak üzere yılda iki sayı olarak basılan dergimiz, **uluslararası hakemli** akademik bir dergidir. Dergimizde iktisadi ve sosyal bilimler kapsamına giren konulardaki özgün ve nitelikli makaleler, kitap tanıtımı ve eleştirileri ile örnek olay çalışmaları yayımlanabilir.

About Our Journal

Bursa Uludağ Journal of Economy and Society started to be published under the name of “İktisadi ve Sosyal Bilimler: Bursa Üniversitesi İktisadi ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi” in 1979. Bursa Uludağ Journal of Economy and Society continues to be published electronically as of 2019.

By publishing Turkish and English articles produced in different disciplines in the field of Economics and Administrative Sciences, the journal aims to contribute to the literature in this field in Turkey and in the world. Bursa Uludağ Journal of Economy and Society is an international **peer-reviewed** academic journal published twice a year, in June and December. Original and qualified articles, book introductions and reviews, and case studies on subjects within the scope of economics and social sciences can be published in the journal.

Dergi Tarihiçesi / Journal History

Derginin önceki adı / Formerly name:	ISSN	Yıl/Year	Cilt/Sayı Volume/Issue
İktisadi ve Sosyal Bilimler: Bursa Üniversitesi İktisadi ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi	-	1979	1/1
İktisat ve Sosyal Bilimler: Bursa Üniversitesi İktisadi ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi	-	1980-1982	1/2-3/1
İktisat ve İdari Bilimler: Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	-	1982	3/2
Uludağ İktisat ve İdari Bilimler Dergisi: Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	-	1983-1987	4/1-8/2
Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	-	1988-1993	9/1-14/2
Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1301-3386	1994-2010	15/1-29/2
Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Uludağ Journal of Economy and Society	1301-3386	2011-2018	30/1-37/2

Derginin adı / Name:	ISSN	Yıl/Year	Cilt/Sayı Volume/Issue
Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Bursa Uludağ Journal of Economy and Society	1301-3386	2019-2020	38/1-39/2
e- ISSN			
Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Bursa Uludağ Journal of Economy and Society	2757-9190	2021-	40/1-

İçindekiler/Contents

Araştırma Makaleleri/ Research Articles

- İş Yaşamında Kuşaklar ve Motivasyon Farklılıkları
Generations in Work Life and Differences of Motivation
Büşra Alay Demirel ve Selver Yıldız Bağdoğan.....129
- Representing Migration in Museums 'From Below': The Case of DOMiD as a Migration Museum in Germany
Müzelerde Göçün 'Aşağıdan' Temsili: Almanya'da Bir Göç Müzesi Olarak DOMiD Örneği
Esra Can Mollaer142
- Suriyeli Mülteciler ve Zenofobik Algı Yönetimi Bağlamında Sosyal Medyanın Etkileri;
İstanbul'da Dom Çingeneleri
Syrian Refugees and the Influences of the Social Media in the Context of Xenophobic Perception Management; Dom Gypsies in Istanbul
Fatih Uğur Biber.....157
- İleri Yaştaki Tüketicilerin Paket Tur Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi
Investigating The Package Tour Purchase Intentions Of The Elderly Consumers
Sedef Türkmen ve Çağatan Taşkın.....183

Çeviri Makaleleri/ Translation Articles

- Dedüktif Bir Sistem Olarak Aristoteles'in Kıyası
Aristotle's Syllogistic as a Deductive System
İbrahim Oğulcan Erayman208

İş Yaşamında Kuşaklar ve Motivasyon Farklılıkları¹

Büşra Alay Demirel² ve Selver Yıldız Bağdoğan³

Öz

Çalışmanın temel amacı, günümüz iş yaşamında yoğunluğu oluşturan X, Y ve Z kuşağı çalışanlarının motivasyon araçları arasındaki farklılıkları ortaya koymaktır. Böylece örgütlere, insan kaynakları çalışanlarına katkı sunmak ve geleceğin kuşaklarına iş yaşamını hazırlamaktır. Araştırmanın örneklemini X, Y ve Z kuşağı beyaz yaka çalışanlarından oluşmaktadır. Alan yazında konu ile ilgili nitel çalışmaların sınırlılığı sebebiyle yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. İşgücünü kuşaklara göre incelediğimizde Z kuşağına dahil çalışanların daha az, X ve Y kuşağındaki bireylerin ise önemli bir ağırlığı olduğu görülmektedir. Yakın gelecekte üç kuşağın da hep birlikte iş yaşamında yer almasıyla yeni konu başlıkları ve sorunlar gündeme gelecektir. Kuşaklar arası farklılıklar temelinde motivasyon araçlarının nasıl değiştiği, çalışanların bu konudaki beklentilerinin ne ölçüde benzediği ve farklılaştığı çalışmada araştırılmaya çalışılmıştır. Yapılan bu çalışma ile 21. yüzyılın sağladığı olanaklar iş yaşamını bir önceki nesillere göre şekillendirdiği motivasyon araçlarının değiştiğini ortaya koymuştur. Ücret, disiplin gibi motivasyon araçlarının yerini esnek çalışma, boş zaman etkinlikleri, teknolojik olanaklar aldığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler: X kuşağı, Y kuşağı, Z kuşağı, motivasyon.

Generations in Work Life and Differences of Motivation

Abstract

The main purpose of this study is to reveal the differences between the motivation tools of employees of Generation X, Y, and Z, which constitute the intensity of today's daily life. Thus, the aim is to contribute to organizations by providing insights for human resources employees and preparing business life for future generations. The study sample comprises of White-collar employers from the X, the Y and, the Z generations. Given the availability qualitative studies on the subject, a semi-structured interview method was used in the field study. When examining the labor force by generation, it becomes apparent that while individuals from the X generation and the Y generation hold significant influence. In summary, new challenges and issues are likely to raise with the participation of all three generations in the the workplace. The study explored the variation of

¹ Bu çalışma, Büşra Alay Demirel'in "X, Y, Z Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Araçları Arasındaki Farklılıklar" adlı yüksek lisans tezinden esinlenerek hazırlanmıştır.

² Yüksek Lisans Mezunlu, Bursa Uludağ Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, Bursa/Türkiye. E-posta: busralay93@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7017-5602

³ **Sorumlu yazar/Corresponding author:** Doç. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Görükle Kampüsü, E-posta: syildiz@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0616-8691

motivation tools based on generational differences and assessed the extent to which employees share similar or different expectations in regard. With this study, it has been revealed that the possibilities offered by 21. the century have revealed have resulted in a shift in the motivational tools shaping working life compared to previous generations. It is evident that flexible working hours, leisure activities, and technological advancements are replacing traditional motivators such as wages and discipline.

Keywords: Generation X, generation Y, generation Z, motivation.

1. Giriş

Sosyal bilimler yazın alanı incelendiğinde, kuşak kavramı sosyolojiden antropolojiye, psikolojiden, siyaset bilimine birçok alanda karşımıza çıkmaktadır. Özellikle çalışma psikolojisinde kavram oldukça önemli hale gelmiştir. Günümüzde kuşak kavramı bilgi ve deneyimlerini paylaşarak, bir sonraki nesile aktararak varlığını sürdürmektedir. Her kuşak, içinde yetiştiği dönemin sıkıntılarını, mutluluklarını, yaşam tarzını, sosyal alışkanlıklarını bünyesinde taşır. Dönemin her bir yapı taşı birleşerek bir bütün olmakta, bu da kuşaklar arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır. Bu farklılık, iş yaşamında da hissedilmekte iş yaşam tutumlarını, bakış açılarını ve motivasyonlarını şekillendirmektedir.

Günümüzde X, Y ve Z kuşağı iş yaşamındaki yoğunluğu oluşturan kuşaklar olarak tanımlanmaktadır. Kuşaklar değişmektedir. Kuşaklar değişirken iş yaşamından beklentileri de değişmektedir. Günümüzdeki iş yaşamının kurallarını önceki kuşaklar var ederken, yeni kuşaklar bu kuralların ve gelişmelerin üzerine koyarak daha da ilerleyecektir. Her kuşağın farklı özelliklerinin olması farklı motivasyon araçlarının dikkate alınmasını da zorunlu kılmıştır. İş hayatındaki motivasyon kavramı kuşaklar bazında da farklılaşmaktadır. Bu çalışma ile iş yaşamının önemli bölümünü oluşturan X ve Y kuşağı ile iş yaşamına yeni yeni dahil olan Z kuşağının motivasyon araçları arasındaki farklılıklar ortaya koyulmaya çalışılmış ve literatüre ve profesyonellere katkı sağlanması amaçlanmıştır. Doğru araçlar ile motive edilen kuşak çalışanları işyerine daha fazla verim sağlayacak ve işyerine olan bağlılıkları artacaktır. Doğru araçların seçimi çalışanları doğru şekilde motive edecek ve günümüz çalışanlarını gelecek kuşaklara hazırlayacaktır.

1.1. Kavramsal çerçeve

1.1.1. Kuşak kavramı

Kuşak kavramı anlamını, Yunanca 'da "en iyi var oluş alanına çıkmak" anlamına gelen "genos" tan almaktadır. Kelime kökünde yer alan biyolojik doğumdan çok, zaman içindeki sürekli değişimini, toplumda veya evrende yeni unsurların meydana gelişini anlatmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlüğü 'ne göre, yaklaşık 25-30 yıllık yaş kümelerinden oluşan aynı çağın şartlarını yaşayan ve paylaşan benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğudur. Diğer tanımları ile kuşak; jenerasyon, batın, nesildir (TDK). Kuşak tanımını anlamak demek, kuşakların içinde bulunduğu toplumu, teknolojiyi, kültürü anlamak demektir. Çünkü "Farklı kuşaklar aynı zamanı ve iş ortamını paylaşmaya başlamıştır." (Yelkiran, 2010). Bu durum kuşak kavramının iş yaşamını şekillendiren bir faktör olmasına ve incelenmesi gereken bir konu haline dönüşmesine yol açmıştır.

Literatürde bilinen beş kuşak bulunmaktadır ve kronolojik olarak geçmişten günümüze sıralanmıştır. İş hayatı göz önünde bulundurularak bu beş kuşak aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

Sessiz Kuşak (1923-1945 yılları arasında doğanlar): Bilinen ilk kuşak olan, savaşın içinde doğan, büyüyen, yokluk bunalımı ile yoğrulmuş bu kuşağın diğer bir adı savaş kuşağıdır. Literatürde, Gaziler,

Uyumlu Nesil, Radyo Bebekleri, Olgun Nesil olarak da anılmaktadır. (Srinivasan, 2012). Bu tanımlamaların oluşmasının nedeni, yaşadıkları önemli kırılmalar olan Büyük Buhranın(1929 – 1939) ve II. Dünya Savaşı'nın (1939 -1945) yaşanmasıdır.

Sessiz kuşağın yaşadığı zorluklar iş yaşamındaki bakış açılarını da etkilemiştir. Hiyerarşiyi harfiyen uygulayan, savaş ve buhran acısını tatmalarından dolayı sabır eşiği yüksek, geleneklere göre hareket eden kuralcı ve muhafazakâr bir kuşaktır (Srinivasan, 2012:51). Sessiz kuşak için çalışmak, yaşamı devam ettirmenin bir şartıdır. Çalıştıkları işyerine karşı minnet duygusu hakimdir. Hayatlarında aksiyon aramayan, otoriteye ve disipline önem veren bu kuşak temsilcilerinin hayal gücü gelişmemiştir.

Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1964 yılları arasında doğanlar): II. Dünya Savaşı'nın hemen ardından askerlerin evlerine dönmesi, refah seviyesinin yükselmesi, savaşın etkilerinin geçmesi sonucu yaşanan nüfus patlaması ile bebek patlaması (baby boomer) kuşağı ortaya çıkmıştır (Aciloğlu, 2015). Dönemin kırılma noktası, kırdan kente göçün artışıyla yaşanan kentleşme ve sanayileşmedir.

Bebek patlaması kuşağının iş yaşamındaki yansımalarına baktığımızda, “şimdi çok çalış ileride karşılığını alırsın” felsefesini benimseyerek, geleceğin buldukları andan daha kıymetli olduğu düşüncesinin hâkim olmasıdır (Aciloğlu, 2015). İşkolik, mücadeleyi seven, otoriteyi zaman zaman sorgulayan, yaşamak için çalışan, boş zaman etkinliklerine çok fazla zaman ve değer vermeyen bireylerdir (Çetinkaya, 2014).

X Kuşağı (1965-1979 yılları arasında doğanlar): X kuşağı, döneminde yaşanan ekonomik krizlerden, buhranlardan etkilendiği için kayıp kuşak olarak da anılmaktadır. Bu kuşağın bireyleri, sosyal olaylara karşı duyarlı ve çekingendir. X kuşağı aynı zamanda teknolojiye geçiş kuşağıdır (Çataklaya, 2014).

İş hayatına baktığımızda dosya ve klasörlerden bilgisayarlara geçiş yapan kuşaktır. Sürekli çalkalanan dünyanın belirsizlikleri ile mücadele veren bu kuşak, gelecek kaygısı ile daha çok çalışmayı, para kazanmayı motivasyon kaynağı haline getirmiştir (Altıntuğ, 2012). X kuşağı temsilcileri büyük firmalarda çalışmaktansa huzurlu bir iş ortamında emekli olana kadar çalışmayı hedef edinen bireylerdir. Girişimcilik ve risk alma duyguları gelişmemiştir. Yaşadığı sorunları ve problemleri tek başına çözmeye alışkındır. Yaşadığı dönem, X kuşağına iş yaşamında kanaatkâr olmayı da öğretmiştir (İnce, 2018).

Üretim ekonomisinden hizmet sektörüne geçiş yapan kuşak, teknolojiye uyum sağlamakta zorluk yaşamıştır. İş hayatında zaman kavramı X kuşağı çalışanları için son derece önemli olup, sosyal hayatı geri planda bıraktırmıştır. Bebek patlaması yöneticileri ile yetişen bu kuşak temsilcileri, iş yaşamındaki disiplini, yetinmeyi bilmeyi, sadakat duygusunu öğrenmiştir.

Y Kuşağı (1980-1999 yılları arasında doğanlar): Teknolojinin içinde büyüyen bu kuşağa “Ağ Kuşağı”, “İnternet Nesli” de denilmektedir. Dönemin kırılma noktaları neoliberal politikalar ile gelen küreselleşme, teknoloji ile gelen internet kullanımının yaygınlaşmasıdır (Yılmaz, 2019).

Yetiştirdiği dönem, kendinden önceki kuşaklara göre ekonomik anlamda nispeten daha iyidir. Bu kuşak temsilcileri, yokluk, savaş ve buhrana şahit olmamıştır. Bilgiye tek bir tık ile ulaşan Y kuşağı cep telefonu, sosyal medya gibi araçları yoğun olarak kullanan bir nesildir. Geçmiş kuşakların yıllar boyunca uğraştığı zahmetlere çok daha kısa yoldan ulaşmak Y kuşağına özgüven ve güç vermiştir (Aciloğlu, 2015).

İş hayatında Y kuşağı, kütüphanelerden internete geçilmesi beraberinde daha araştırmacı, sorgulayıcı ve girişimcidir. Yeni ve değişen şartlara kolaylıkla uyum sağlayabilen bireylerdir. Eğitim ve gelişimi

motivasyon aracı olarak görmektedir. Sabretme eğilimi zayıftır. En ufak olumsuz durumlarda motivasyonu çok hızlı düşebilen bir kuşaktır. Bir işyerinde emekli olana kadar çalışma fikrine uzaktırlar. İş hayatında, e-mail gibi elektronik iletişim araçlarını tercih etmekte ve hem katılımcı hem de paylaşımcıdır (Puybaraud, 2010).

Z Kuşağı (2000- 2013 yılları arasında doğanlar): Bilişimin, son teknolojinin içinde doğan bu kuşak Anında Çevrimiçi, Kristal Nesil, Dijital Yerliler olarak da anılmaktadır. Teknolojinin yarattığı etki ile sessizleşen bu kuşağa Yeni Sessiz Nesil ismi de verilmektedir (Sarıoğlu, 2018). Z kuşağı günümüzde 20'li yaşlarda olup iş yaşamına yavaş yavaş dahil olmaktadır.

Z kuşağını en çok etkileyen olaylar arasında 2008 Krizi, Domuz Gribi, Covid-19 gibi bulaşıcı hastalıkların ortaya çıkışını söylemek mümkündür. Kitap okuma oranları hızla düşerken, internet oyunlarına olan ilgi hızla artmıştır (Yılmaz, 2019). Diğer kuşaklarla karşılaştırıldığında en ileri eğitim alan, en ileri teknoloji ile değişimin içinde büyüyen kuşaktır.

İş hayatındaki Z kuşağını incelediğimizde, rekabetin olduğu bir ortamda büyüyen bu kuşak, mücadelecidir. Sosyal medya ve dijitalleşme, Z kuşağına dinamizm katmıştır. Bu dinamizm iş yaşamına da yansımış, alışkanlıkları ve kullandıkları iletişim yöntemleri de çok daha dijital ve internet tabanlıdır (Levickaite, 2010:173). Teknolojinin verdiği hızlı etki ile sabırsız bir kuşak oluşmuştur. Bireysel çalışmayı seven, mentorluk ve koçluk liderlik stilini benimseyen, geri bildirim ve ödüllere önem veren bir kuşaktır. Esnek çalışma, evden çalışmayı destekleyen sosyal hayatın iş yaşamından önde olması gerektiğine inanan bireylerdir. Ayrıca Z Kuşağı için geleceklerini de garanti altına almak için çalışmak son derece önemlidir (Özkan ve Solmaz, 2015)

Alfa Kuşağı (2013-2030 yılları arasında doğanlar): Çağımızın en genç kuşağıdır. Adını Yunan alfabesinin ilk harfinden almaktadır. Günümüzde Alfa kuşağı ile ilgili çok fazla araştırma bulunmamakla birlikte, genel çerçevesine baktığımızda, Z kuşağına göre daha sabırsız, ellerinde tabletle doğan, sanal ve robot arkadaşlarla daha iyi anlaşılan, online alışverişini tercih eden, evden çalışma gibi uygulamaları destekleyen iş yerlerinde var olacak olan, her türlü otoriteyi reddeden bir kuşak olacağı yönündedir (Ay, 2020).

1.1.2. İş motivasyonu kavramı

Motivasyon kelimesinin kökeni, Latince bir terim olan, "hareketlendirme" anlamını taşıyan "movere" kelimesinden gelmektedir (Yıldız, 2019). Motivasyon, bir hedef için harekete geçirecek iç benlikte oluşan güçlü bir arzunun var olmasıdır, gerekli olan hazzın uyandırılmasıdır (Göksu, 2017). İş motivasyonu kavramı ise hem içerisinde sonucunda takdir, başarı gibi işin kendisinden elde edilen ödüllerden oluşan içsel faktörleri barındırırken hem de çalışanı dışarıdan etkileyen kazanç, işyeri özellikleri gibi dışsal faktörleri barındırmaktadır (Ertaş, 2015).

Bireyi olumlu yönde güdümlendiren bu motivasyonel istek, kişilik yapısı nedeniyle bireylerin ihtiyaç ve moral durumuna göre farklılık arz edebilmektedir. Günümüz örgütlerinde popüler bir kavram olarak karşımıza çıkan motivasyon, kişinin ihtiyacına, yaşantısına ve beklentilerine göre şekillenmekte ve şekillenen farklılıklar motivasyon araçlarını oluşturmaktadır. İhtiyaçlar farklılaştıkça motivasyon araçları da farklılaşmaktadır.

İş yaşamında yer alan yöneticilerin veya insan kaynakları uzmanlarının çalışanları motive edebilecek birçok araç kullanılmaktadır. Çalışanları motive etmeye yönelik birçok özendirici araç kullanılmakla birlikte bu özendirici araçlar herkeste aynı etkiyi göstermemektedir. Bu motivasyon araçlarının etkisi

kişinin ihtiyaçlarına, değer yargılarına, yaşadığı çevrenin etkisine bağlı olarak şekillenmektedir (Onay, 2011). Literatüre bakıldığında genel olarak motivasyon araçları üç kategoriye ayrılmaktadır.

Ekonomik Araçlar: Sanayi toplumunda önemli hale gelen ücret, dönemin en önemli motivasyon aracı olmuştur. Çünkü ücret bireyin temel ihtiyaçlarını giderebilmesi için önemli bir güçtür. Ücret, ücret artışları, ikramiyeler, ödül, kara katılma, sosyal yardımlar ekonomik araçlar olarak sıralanabilir (Zencirkıran, 2012). Ücretin yanında, aynı yardımlar da diğer ekonomik özendirici araçlar gibi çalışana örgüt tarafından değer verildiği düşüncesinin oluşmasına yardımcı olur. Bu nedenle ekonomik araçlar sanayi devriminden bu yana önemli bir motivasyon aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Örgütsel Araçlar: Örgütsel davranışa etki eden araçlardır. Bu araçlar, eğitim, amaç birliği, liderlik, mentorluk, iş zenginleştirme, sağlıklı iletişim kanallarının olması şeklinde sıralanabilir (Örücü, 2008). Örgütsel Araçlar, örgütü harekete geçiren, iş yaşamını dinamik tutan böylece motivasyonu arttıran araçlardır.

Amaç birliği ile örgütün ortak çıkarları ile hareket edilmesi böylece takım çalışmasının artması, güçlü bir iletişim ile hedefini içselleştiren çalışanın işe olan motivasyonunun artması, görev tanımını iyi bilen çalışanın işine veya projesine karşı son derece istekli olması örgütsel araçların iş yaşamındaki yansımalarına örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca öneri sistemleri, açık kapı uygulamaları, kişisel gelişim olanakları, proje yönetimi, takım çalışması örgütlerin motivasyonunu arttıran araçlardır (Keser, 2020). Buna karşılık, belirsizlik, zayıf iletişim, rutin iş tanımı, işe uygun kişinin seçilememesi, eşit olmayan terfi sistemi, eğitim eksikliği motivasyon araçlarından örgütsel araçların zayıf halkalarıdır.

Sosyo-Psikolojik Araçlar: Çalışanı sosyal bir varlık olarak gören, psikolojik olarak tatmin eden, iyi hissettiren araçlardır. Bu araçlar, takdir edilme, bağımsız çalışma, organizasyonlar, eğlence aktiviteleri olarak sıralanabilir (Gümüş, 2017). Çalışanın benlik duygusunu tatmin ederek, takım içerisinde değerli bir çalışan olduğunu göstererek motivasyonunu arttırmak mümkün olabilmektedir.

İş dışında çalışanlarla birlikte gerçekleşen yemekler, tatiller, ev ziyaretleri sosyo-psikolojik araçlara örnek olarak gösterilebilir (Kaya, 2007). Bunların dışında ferah ve ergonomik bakımdan ideal bir ortamda çalışmak, çalışanların o işi yapma isteklerini de arttıracaktır. Sosyal çevrenin aktif olması, sosyal sorumluluk uygulamalarının varlığı sosyo-psikolojik araçların önemli ayağıdır.

Günümüzde iş yaşamında yoğunluğu oluşturan kuşaklar X, Y ve Z kuşağıdır. Bu kuşakların iş yaşamındaki yansımalarına baktığımızda yetiştikleri ortam, dönemin kırılmaları nedeniyle karakterlerindeki ve iş yaşamına bakış açılarındaki kırılmalar kuşakları birbirinden farklılaştırmıştır. Farklı kuşakların aynı iş ortamında yönetilebilmesi için kuşaklar arasındaki farklılıkların iyi kavranması gerekmektedir. Kuşaklar ve motivasyon kavramı birleşince iş yaşamında birçok farklılığı ortaya çıkarmaktadır. Kuşakların kendi içerisinde farklı özellikleri olduğu gibi motivasyon araçları da farklılık göstermektedir. Bu farklılıkları bilerek iş yaşamını verimli hale getirmek, farklılığı yönetmek, farklılıklar ile adım atabilmek önemlidir.

2. Yöntem

Bu çalışmada X, Y ve Z kuşağı çalışanlarının iş yaşamındaki motivasyon araçları arasındaki farklılıkları somut hale getirebilmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile her kuşaktan 7 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplamda 21 kişi üzerinden veri elde edilmiştir. Verileri ölçmek için 21 adet sorudan elde edilen yanıtlar sonucunda içerik analizi yoluyla konu bağlamı (kod) ve alt temalar (alt kodlar) analiz edilmiştir.

3. Bulgular

Kuşakların vermiş olduğu yanıtlara bağlı kalınarak ana temalar oluşturulmuş olup, alt temalar ile kodlar desteklenmiştir.

Tablo 1. Ana temalar ve alt temalar

Ana Temalar	Alt Temalar
Çalışma Modelleri	Esnek Çalışma
	Fiziki Ortamda Çalışma
	Desteklenen Evden Çalışma
Yönetim Şekilleri	Geleneksel Yönetim
	Destekleyen Yönetim
	Yenilikçi Yönetim
İşe Bağlılık	İşe Bağlılık
	Teknolojiye Bağlılık
	Gelişime Bağlılık
Gelecek Beklentisi	Yüksek Ücret
	Gelişmek
	İz Bırakmak
Mutluluk Anlayışı	Ekonomik Mutluluk
	Gelişimsel Mutluluk
	Sosyal Mutluluk

Kuşakların iş yaşamındaki yansımalarını değerlendirirken 5 temel ana tema oluşmuştur. Bu temalar kuşaklar arasındaki motivasyonel farklılıkları 5 ana başlığa ayırmakla birlikte günümüzde ve görüşmede katılımcılar tarafından en çok tekrar eden 3 alt tema temel alınmıştır. Belirtilen başlıklar günümüz iş yaşamı kuşakları olan X,Y ve Z kuşağı çalışanlarının iş yaşamındaki motivasyon yansımalarını en çok dile getirdikleri durumlarla birlikte ele alınmıştır. Kuşakların iş yaşamındaki motivasyonel yaklaşımları temel alınarak genel bir çerçeveye oturtulan ana tema ve alt temalar açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların özellikleri

KATILIMCI	KUŞAK	DOĞUM TARİHİ	CİNSİYET	MESLEK	DENEYİM SÜRESİ
K1	X	1978	Erkek	Lojistik Sorumlusu	15 Yıl
K2	X	1969	Kadın	Şirket Avukatı	35 Yıl
K3	X	1976	Erkek	İnsan Kaynakları Yöneticisi	28 Yıl
K4	X	1971	Erkek	İdari İşler Uzmanı	22 Yıl
K5	X	1976	Erkek	Satış Sorumlusu	10 Yıl
K6	X	1979	Erkek	Kalite Personeli	25 Yıl
K7	X	1976	Erkek	Üretim Yöneticisi	25 Yıl
K8	Y	1994	Kadın	Kalite Sorumlusu	1,5 Yıl
K9	Y	1995	Kadın	Endüstri Mühendisi	2 Yıl
K10	Y	1990	Erkek	Kalite Mühendisi	2 Yıl
K11	Y	1995	Kadın	Resim Öğretmeni	3 Yıl
K12	Y	1996	Kadın	Tasarım Mühendisi	2 Yıl
K13	Y	1980	Kadın	Asistan	15 Yıl
K14	Y	1980	Kadın	Kalite Takım Lideri	25 Yıl
K15	Z	2001	Kadın	Endüstri Mühendisi	1 Ay
K16	Z	2001	Erkek	Fizik Stajyer	Deneyim Yok
K17	Z	2001	Kadın	Hemşire	Deneyim Yok
K18	Z	2001	Erkek	Elektrik Mühendisi	Deneyim Yok
K19	Z	2002	Erkek	Bilgisayar Programcılığı Stajyer	11 Ay
K20	Z	2002	Kadın	Büro Yönetimi Stajyer	10 Ay
K21	Z	2003	Erkek	Muhasebe	10 Ay

Yarı yapılandırılmış görüşme yönteminde 21 katılımcıya ait doğum tarihi, iş yaşamındaki deneyim süresi ve meslekler Tablo 2’de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Çalışma modelleri

Günümüzde iş yaşamında yönetici konumunda olan X kuşağı, işini titizlikle yerine getiren, iş-yaşam dengesinde, dengenin ağırlığını iş yaşamına veren bir nesil olarak karşımıza çıkmaktadır. İşlerini yaşamlarının merkezine koymakla birlikte geleneksel çalışma şekillerini benimsemektedir. Görüşmede X kuşağının esnek çalışma modelleri ile ilgili bir soruya verdiği yanıt da; “Evden çalışma mı? O çalışma mı? Bence evden çalışma olmaz. Üretimdeki çalışanlarımız geliyorsa bizde gelmeliyiz...” şeklinde ifade etmiş olup esnek çalışmaya olan bakış açısını aktarmıştır. Fiilen işyerinde bulunmak, yöneticiyle yakın çalışmak veya sorunlara çözüm bulabilmek için fiziki ortamda bulunmanın önemine inanmak X kuşağı çalışanlarını iyi hissettirmesine rağmen uzaktan çalışma modeline son derece katı yaklaşmaktadır.

Y ve Z kuşağı çalışanları X kuşağının aksine evden çalışma modellerini benimsemiştir. Y kuşağı iş-yaşam dengesini korumakla birlikte geleneksel iş kurallarına ayak uydurmakta zorlanmaktadır. Fiziki çalışma ortamını seven yöneticileri olan X’lerin etkisinde kalan Y kuşağı fiziki ortamı tercih etmekte ve esnek çalışmaya çekimser kalmaktadır. Y kuşağı “X kuşağına göre kesinlikle evden çalışılmaz ve fabrika ortamında bulunmalı herkes. Üretimden tozunu attırmalı...X kuşağı olan yöneticim her zaman şirkete geliyor. Dinamikleri o şekilde çünkü” , “...Bizler bilgisayar üzerinden çalışmaya alışkınız ama X’ ler değil” şeklinde görüşler belirterek esnek çalışma modelini desteklemiştir. Z kuşağı ise iş-yaşam dengesinde yaşamın getirdiği sosyal olanakların daha fazla olması gerektiğine, iş yaşamının sosyal hayatın önüne geçmemesi gerektiğine inanmaktadır. X Kuşağının aksine evden çalışma Y ve Z

kuşağının motivasyonunu arttırmaktadır. Y ve Z kuşağının X kuşağından beklentisi esnek çalışma modelinin desteklenmesi yönündedir.

Yönetim şekilleri

X kuşağı yaşadığı toplumun kırılma noktaları nedeniyle otoriter bir toplumun parçasıdır. Bu özelliğini iş yaşamına da yansıtarak son derece otonom, bağımsız, kendine güvenen, fikirlerini her zaman dile getirmeyen bir profil karşımıza çıkarmıştır. Gerginlikten ve tartışmalardan son derece uzak durmakta, iş yaşamında kontrolcü ve temkinli davranmaktadırlar. X kuşağı katılımcısının görüşü“...bir işi eksiksiz yapmanın mümkün olduğu bir ortam olmalı.” şeklindedir. Bu özelliklerini iş yaşamına da yansıtmaktadır. Dönemin zorluklarını yaşayan ebeveynlerinden gördükleri ile önem kazanan ücret, güvenli bir iş ortamı X kuşağını motive eden faktörlerdir. İş yaşamında kullanılmış genellikle günümüzde egemen olan X'ler, çalışanlarından ve ekiplerinden düzenli olarak raporlama, sürekli iletişimde olma, detaylara önem verilmesini beklemektedir.

Y kuşağına baktığımızda destekleyici yönetim tarzı benimsemiştir. Fikirlerini rahatça dile getirebilen, yaratıcı çalışma ortamını seven, rutin işlerden sıkılan, geribildirimi seven bir kuşaktır. Y Kuşağı: “Çalışanlarını anlayan onları gerektiğinde savunan, çalışanlar için en iyisinin ne olacağını araştıran ve çözümler bulan... destekleyen...” şeklinde ifade ederek istediği yönetim anlayışını vurgulamıştır. Y kuşağını motive eden en önemli faktör takdir edilmektir. Kendisinden önceki kuşaklara göre daha eğitilmiş olmaları Y kuşağına özgüven ve girişimci bir bakış açısı katmaktadır. Y kuşağı bu anlamda yöneticileri ve ekip arkadaşları tarafından desteklenmeyi ve akabinde takdir edilmeyi beklemektedir.

Z kuşağı teknolojinin içinde doğan bir kuşak olduğundan, telefon ve internet ile gözlerini dünyaya açtığından yeniliği ve girişimciliği seven bir kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Z kuşağı yenilikçi bakış açısına sahip bir yönetim anlayışı istemektedir. Teknolojinin minimumda kullanıldığı, yeniliğe ve gelişime kapalı, geleneksel çalışma ortamlarda kalmayı öngören bir yönetim anlayışı Z kuşağının motivasyonunu düşürmektedir. Z Kuşağı: “...Neden geç kaldın? değil, bir aksilik mi oldu?...” şeklinde ifade eden yönetici bakış açısına sahip bireyler ile çalışmak istemektedir. “Üst yetkililer tarafından aşırı derecede kontrol edilmek istemezdim”, “... teknoloji ile iç içe olduğumuz bir ortam...” şeklinde yanıtlar ile yönetsel bağımsızlığını ve teknolojiye olan bağımlılığını ifade etmiştir. Z kuşağı teknolojisiz bir dünyayı tanımadığından iş yaşamında bunun eksikliğini görmek, bilgiye ve veriye kolay ulaşamamak onun dünyasını kuşkusuz kısıtlayacaktır.

İşe bağlılık

X kuşağı çalışanları, iş yaşamları boyunca değiştirdikleri iş sayısı oldukça azdır. Çalıştıkları kurum ve iş ile güçlü bir bağ kuran X kuşağı temsilcilerinin aidiyet duyguları oldukça yüksektir. Ayrıca işyerinde bir problem yaşadığında bir sorun çözücü olarak davranmakta, sabırlı olmakta ve otoriteye saygı duymaktadır. X Kuşağı'nın : “Bize işimize sadık kalmayı, sıkı sıkı tutunmayı öğrettiler. Bu nedenle her türlü çözüm yolunu ararım.” şeklindeki düşüncesi sadakat duygusunun yüksek olduğunu göstermektedir.

Y kuşağı çalışanları ise mutsuz olduğu bir iş ortamında kalmak istemediği için kolayca iş değişikliği düşünebilmektedir. Özellikle çalıştıkları iş ortamında kendilerine katabilecek bir gelişim faktörü bulamadıklarında iş değiştirmeleri kaçınılmaz olmaktadır. “Eğitimler fazla olursa kalite yükselir.”, “...Sıkıntı yaşadığım durumlar olduğunda yeni iş arayışına giriyorum...” şeklinde yanıt verilerek

gelişim alanının önemine değinmiştir. Bu nedenle iş yaşamında çoğunluğu oluşturan Y kuşağı çalışanlarının bağlılığını güçlendirmek gelişim olanaklarının fazla olmasıyla doğru orantılıdır. Aksi halde iş yaşamında istediğini bulamayan Y kuşağı çalışanları iş değiştirmekten kaçınmayacaktır.

Z kuşağı çalışanlarının ise sadakat duygusu X ve Y'ye göre daha düşüktür. Teknolojinin ve yeniliğin hızıyla büyüyen Z kuşağı iş yaşamında da bu hızlarını ve yenilikçi bakış açılarını yansıtmaktadır. Z kuşağı için iş değiştirmek her zaman için olası bir durumdur. Ayrıca iş değiştirmek Z kuşağı için gelişime fırsat vermek demektir. Z Kuşağı katılımcısının "Kalite düşerse kaliteli başka yerler aramak doğal bir davranış" şeklindeki ifadesi sadakat duygusunun düşük olduğunu, iş değiştirmekten çekinmediğini açıklamaktadır. Özellikle teknolojiyle iç içe yetişen bu kuşak, işe bağlı olmanın anlamını teknolojide ve yenilikçi bakış açısında aramaktadır.

Gelecek beklentisi

Yaşadığı dönemin sıkıntılarını hayatları boyunca taşıyan X kuşağı çalışanları için gelecek beklentisi, her geçen yılda daha yüksek ücret almak ve ailesinin, yakınlarının konforunu ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde sağlamaktır. Y kuşağı ise iş yaşamında gelişime ve yararlı olmaya inanan bir kuşaktır. İş yaşamında gelişmek, eğitimlerle desteklenmek, geribildirimler aldığı bir iş yaşamı istemektedir. Bu düşüncesini "Teorik bilgilerimi geliştirmek uygulamaya dökmek ve sonrasında bunun karşılığını alabilmek için çalışıyorum." şeklinde açıklamıştır. Ayrıca çalışmanın anlamını Y Kuşağı "...kendimi geliştirmek için de önemli bir faktör..." diyerek ifade etmiştir.

Z kuşağı çalışanları ise dünyada sürekliliği sağlamak, her geçen gün gelişmek, dünyada kalıcı olabilmek, geleceğe umutla bakabilmek istemektedir. Z Kuşağı "Yaşamak ve yaşatmak istiyorsak tüketmekten daha fazlasını yapmalıyız" diyerek bu düşüncelyi desteklemiştir.

Mutluluk

X kuşağı çalışanları işi bir geçinme kaynağı olarak görmektedir. Bu nedenle ölçülü davranarak tasarrufunu yapmaktadır. Ücret, prim, kara katılma gibi maddi ödülleri kapsayan ekonomik araçlar X kuşağını motive etmekte ve mutluluğunun kaynağını oluşturmaktadır. "İyi bir gelirin var ise güçlüsündür ve her imkana sahiptir" , "...Çünkü ekonomik şartların iyi olmasıyla birlikte refah düzeyi de artıyor, motivasyonunuzda artıyor..." yanıtlarından da anladığımız gibi X kuşağının mutluluğu ekonomik araçlardır.

Y kuşağının iş yaşamındaki mutluluğunu ise etkili iletişim, çalışma ortamı, eğitim olanakları, takdir edilmek gibi yönetsel – örgütsel araçlar oluşturmaktadır. Y Kuşağı: "Ücretten çok, bir şeyler öğrenmektir. Takdir edilmektir." Şeklinde yanıt vererek motivasyonun kaynağının takdir edilmek olduğunu bildirmiştir. Zevkli ve eğlenceli, renkli bir iş yaşamının var olması Z Kuşağını en çok motive eden faktördür. Z Kuşağı katılımcısı "Şirket içerisinde gerçekleşen etkinlikler bence çok motive edici. İş hayatına bir mola veriyorsunuz ve motive oluyorsunuz." şeklinde ifadesi ile iş yaşamındaki mutluluğunun kaynağına ışık tutmuştur.

4. Sonuç

İş yaşamı ve çalışan düşünüldüğünde motivasyon konusu her zaman önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır. Hem çalışanın kendisi hem de yöneticiler için özendirici araçlar olarak motivasyon dikkate alınması gereken bir konu ve sorundur. Çalışma tarihinin ilk dönemlerinde

motivasyon araçları sadece ekonomik düzeyde ele alınırken çok fazla sorunla karşılaşılmamıştır. Ancak zaman ilerlediğinde çalışana bakış açısı değiştiğinde ücret gibi temel ekonomik araçların yanında başkaca araçlara ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Çalışmada da ayrıntılarıyla açıklanmaya çalışılan psiko sosyal araçlar gündeme gelmeye başlamıştır. Günümüzde çalışanlar kendilerine özel, kendilerine özgü neredeyse bireysel veya niş düzeyinde motivasyon araçlarını dile getirmeye başlamıştır.

Günümüz iş yaşamı, demografik açıdan değerlendirildiğinde X, Y, Z olarak adlandırılan 3 kuşağın da bir arada yer aldığı bir yapıya dönüşmüştür. Bu yapı birbirinden çok farklı özellikleri ve istekleri olan çalışan ve çalışan gruplarını bir arada tutma zorunluluğunu gündeme getirmiştir. İş yaşamında diğer kuşaklara göre en fazla çalışma süresine ve deneyimine sahip **X kuşağı çalışanları** için öncelikli motivasyon aracı ekonomik unsurlar iken **Z kuşağı çalışanlarının** öncelikli motivasyon aracı sosyo – psikolojik, kendi benlik duygusuna hitap eden özendirici araçlar olduğu söylenebilir. Y kuşağı ise örgütsel araçlar olarak ifade edilen takım çalışması, kişisel gelişim olanakları gibi araçlarla motivasyonlarını daha kolay sağlayabilmektedir.

Bu çalışmada, kuşaklar arasındaki farklılıkları tanımak, X, Y, Z kuşağı çalışanlarının hangi motivasyon araçlarına daha fazla önem ve öncelik verdiğini anlamak amacıyla toplamda 21 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonunda oldukça ayrıntılı bir veri elde edilmiş ve içerik analizi yoluyla öne çıkan benzerlikler, farklılıklar ve öncelikler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Görüşmeler sonunda elde edilen veri analiz edildiğinde katılımcıların çalışma ortamına, yönetim şekillerine, işe bağlılık anlayışlarına, gelecek beklentilerine ve mutluluk anlayışına vurgu yaptıkları tespit edilerek 5 ana tema oluşturulmuştur. Bu temaların içinde esnek çalışma modelinden yenilikçi yönetim anlayışına, gelecek iş yaşamından gelişmeyi istemeye, iz bırakan biri olmaya, ücretin verdiği mutluluktan, çalışma arkadaşlarından edindiği ilişkilerden gelen mutluluğa kadar birbirinden farklı alt temalar elde edilmiştir.

Yapılan görüşmeler sonucunda farklı kuşaklardaki çalışanların gerçekten bazı noktalarda birbirlerinden ayrıldıkları hatta neredeyse birbirlerine tamamen uç noktalarda oldukları görülmüştür. **X kuşağı**, geçim zorluğunu, mücadeleyi görmesi nedeniyle en önemli ve tek motivasyon aracının ücret olduğunu dile getirirken, Z kuşağından bir katılımcı, tek kelimeyle motivasyonun mutluluk olduğunu ifade etmiş ve bireysel psikolojik hazzla öncelik verdiğini dile getirmiştir.

Katılımcıların cevapları dikkate alındığında, iş yaşamındaki motivasyon aracı olarak **X kuşağındaki katılımcılar** direkt ücrettir diyerek ekonomik araçları ifade etmiştir. **Y kuşağındakiler** ise ücrete ek olarak takdir görmeyi, terfi almayı da ifade ederek örgütsel araçlara vurgu yapmışlardır. **Y kuşağındaki katılımcıların** X ve Z arası dönemlerde doğmuş kişiler oldukları ve ebeveynlerinin de daha çok X kuşağındaki bireyler oldukları dikkate alındığında cevaplarının ve değerlendirmelerinin çoğunlukla X kuşağına daha yakın olması anlaşılır bir durumdur. Verilen cevapların benzerliği pek çok yanıtta karşımıza çıkmaktadır. **Z kuşağı** ise ücretin önemli olduğunu ancak iş yaşamını asıl önemli kılan şeyin örgüt içinde gerçekleştirilen uygulamaların ve etkinliklerin olduğunu belirtmektedir. X kuşağındaki hiçbir katılımcının etkinliklerin önemine değinen bir yanıt olmadığını burada eklemek de gerekir. Katılımcıların neden çalıştıkları ve kendilerinde çalışma isteği uyandıran şeyin ne olduğu sorulduğunda, **X kuşağındaki** bireylerin işi ve çalışmayı kendileri için varlık sebebi olduklarını söyleyip, yaşamlarının merkezinde olduklarını belirttikleri, **Z kuşağındakilerin** ise sosyalleşmek, hayallerini gerçekleştirmek, hoşlanmak gibi benmerkezci cevaplar verdikleri

görülmüştür. Ara kuşak olan Y kuşağı çalışanları ise çalışmanın kendilerini özgürleştirdiğini ifade ederek hem ekonomik hem de psiko-sosyal motivasyon araçlarına vurgu yaptıkları görülmektedir.

İdeal işin tarifini yapmaları istendiğinde **X kuşağındaki çalışanların** ücret ve iş güvencesine öncelik verdikleri, **Z kuşağının** ise hayallerine ve mutluluğuna hizmet eden bir iş üzerinden cevap verdikleri görülmektedir. TÜİK'in İstatistiklerle Gençlik verisine bakıldığında da, parayı %12, işi %4,8, başarı, sevgi ve sağlığı yaklaşık %83 oranında mutluluk kaynağı olarak değerlendikleri görülmektedir (TÜİK, 2022). Öte yandan motive edici firmanın özelliklerinin sıralanması istendiğinde, **X kuşağı çalışanları** yine ücret ve iş güvencesi üzerinden; **Y kuşağı** ise planlamanın önceliğine dikkat çekip iş tanımlarının belli olmasına, kurumsal bir yapıya önem verdiğini dile getirmiştir. **Z kuşağının** ise Toffler (1981) ve Bozkurt (2000)'un da belirttiği gibi daha hazzı ve bireysel isteklerini sıraladıkları görülmüştür: Kendine zaman ayırabileceği, eğlenebileceği, hoşlanabileceği, gelişimine katkı sağlayabileceği olanaklar olarak ifade edilebilir. Boş zaman tercihleri analiz edildiğinde, keskin bir biçimde **X ve Z kuşağı çalışanlarının** boş zaman tercihlerinin ve algılarının farklılaştığı görülmüştür. Benzer şekilde iş zaman dengesini X kuşağı, işin eve taşınabileceğini ("önce işim sonra eşim" ifadesi gibi) dolayısıyla işin her zaman öncelikli olduğunu; **Z kuşağı** ise aile, hobiler ve arkadaşların daha öncelikli hale geldiğinden bahsetmiştir. **Y kuşağı** ise iş ve aile arasında sınırlar olması ve böylece dengenin sağlanabileceğini savunmuştur. Dengeyi sağlayan unsurlar, kuşaklara göre farklılaşmaktadır (Gaidhani, Arora & Sharma, 2019).

Kendilerini motive eden çalışma koşulları sorulduğunda **X kuşağı** neredeyse sadece fiziksel ortamın özellikleri ile beklentilerini sıralarken "gri ve ciddi bir işyeri" ortamını gözümüzde canlandırmaktadır. Oysa **Z kuşağı**, küresel bir bakış açısıyla (Bolser ve Gosiej, 2015), son teknoloji işyeri ekipmanlarını, çalışma arkadaşlarıyla bolca iletişime geçebileceği, "pofuduk minderi" üzerinde çalışıyormuşçasına ev ortamı konforunda bir işyerini tarif etmektedir. Esnek çalışma modellerine özellikle de evden çalışmaya çok istekli olduklarını belirtmektedirler. Racolta-Paina ve Irini'nin yaptıkları çalışmada da benzer bir şekilde esnek çalışma, uzaktan çalışma istenen ve tercih edilen bir çalışma modelidir (Racolta-Paina ve Irini, 2021). Kuşkusuz gelecekte iş yaşamından en büyük beklenti esnek çalışma modellerinin benimsenmesi olacaktır.

Alan yazında iş yaşamında kuşakları inceleyen çalışmalar, iletişim kanallarının aktif kullanılmasının önemine ve yapılan her işte tüm kuşakların dahil edilmesinin farklı bakış açıları sunabileceğini aktararak (Ayhün, 2013), yeni çalışma yöntemlerinin kuşakların istek ve beklentilerine göre ortak paydada buluşturacak şekilde tasarlanması gerektiğini ilereyerek (Yıldız, 2021) farklı kuşakların bir arada çalışmasının nasıl mümkün olduğu ile ilgili bize ipuçları sunar. Her bir bireyin ve çalışanın "biricik" olduğu göz önüne alınırsa, farklı istek ve beklentileri doğal karşılamak gerekir. İnsan kaynakları çalışanları kuşak farklılıklarını tanımalı ve buna yönelik ödül sistemlerini, organizasyonlarını, çalışma modellerini ortak faydada buluşturabilmelidir. X, Y ve Z kuşağı olarak adlandırılan çalışanları iş yaşamına dahil etmek, farklı bakış açılarına açık olmak ve birlikte çalışmalarını sağlayacak özelliklerini bilmek iş yaşamında kuşakların motivasyonunu sağlayabilmek için önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Aciloğlu, İ.(2017). *İş'te y kuşağı*. Ankara: Elma Yayınevi.
- Altıntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili". *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4, 205-206.

- Ay, B. (2020) 21. yüzyılın kullanıcı profili y-z ve alfa kuşağı, 25 Mayıs 2023 tarihinde [Http://Bby2018kongre.ankara.edu.tr/Wp-Content/Uploads/Sites/444/2018/05/02-03-B%C3%Bclent-Ay.Pdf](http://bby2018kongre.ankara.edu.tr/Wp-Content/Uploads/Sites/444/2018/05/02-03-B%C3%Bclent-Ay.Pdf) adresinden erişildi.
- Ayhün, S. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 93-112.
- Bolser, K. & Gosiej, R. (2015). Millenials: multi-generational leaders staying connected. *Journal of Practical Consulting*, 5(2), 1-9.
- Bozkurt, V. (2000). *Püritanizmden hedonizme yeni çalışma etiği*, Bursa: Alesta Basım Yayın.
- Çatalkaya, C. (2014). *Kariyer 2.0*, İstanbul:Optimist Yayınları.
- Ertaş, N. (2015). Turn over intentions and work motivations of millennial employees in federal service. *Public*, 406.
- Gaidhani, S., Arora, L & Sharma, B. K. (2019). Understanding the attitude of generation z towards workplace, *International Journal of Management, Technology And Engineering*, 9 (1), 2804-2812.
- Göksu, S.(2017). *Başarı ve motivasyon*. İstanbul: Hiperyayın.
- Gümüş, S. (2017). *Hizmet pazarlaması*, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- İnce, F.(2018). *Kuşaklar arası etkin iletişim ve davranış*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Levickaite, R. (2010). Generations X,Y,Z: How social networks form the concept of the world without borders. *Limes*, 3(2), 170-183.
- Kaya, A.(2007). *Yönetimde insan ilişkilerinin sırları*. Konya: Eğitim Kitabı Yayınları.
- Keser, A.(2019). *Çalışma yaşamında motivasyon*. İzmit: Umuttepe Yayınları.
- Onay, M.& Sevinç, E. (2008). Örgütsel-yönetimsel motivasyon faktörlerinin çalışanların performans ve verimliliğine etkilerini incelemeye yönelik ampirik bir çalışma: Manisa - sosyal güvenlik kurumu. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 222-241.
- Örücü, E. & Kanbur A. (2008). Örgütsel-yönetimsel motivasyon faktörlerinin çalışanların performans ve verimliliğine etkilerini incelemeye yönelik ampirik bir çalışma: Hizmet ve endüstri işletmesi örneği. *Yönetim Ve Ekonomi*, 15(1), 86-97.
- Özkan, M. & Solmaz, B.(2016). The changing face of the employees- generation z and their perceptions of work (a study applied to university students), *Procedia Economics and Finance*, 26, 476-483.
- Puybaraud, M. (2010). Generation Y and the workplace: annual report. *Johnson Controls*, 30-38
- Racolta, P. N. D. & Irini, R. D. (2021). Generation Z in the workplace through the lenses of human resource professionals – a qualitative study, *General Management*, 22 (183), 78-85.
- Sarıoğlu, B.(2018). *Y'leri anla değiştirme- kurumsal hayata milenyum kuşağı ve değişim*. İstanbul: Humanist Kitap Yayıncılık.
- Srınavasan, V. (2012). Multi generations in the workforce: building collaboration. *IIMB Management Review*, 24(1), 67-68.
- Toffler, A. (1981). *Üçüncü dalga*, Çev. Ali Seden, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- TÜİK (2022). İstatistiklerle gençlik 2022. 3.12.2023 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2022-49670> adresinden erişildi.
- Yıldız, E. & Uzunbacak, H. (2019). *Kişilik ve örgüt kültürü bağlamında prososyal isteklendirim*. Ankara: Hiperyayın.
- Yıldız, E.(2021). Çalışma yaşamında X ve Y kuşağının motivasyonunu etkileyen faktörler üzerine nitel bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 216-234.
- Yılmaz, B.(2019). *Türkiye'de kuşaklar ve çalışma değerleri*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Yelkiran, N. Altın E.(2010). Farklı kuşakların yönetimi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8(2),1-17.
- Zencirkıran, M.(2012), *Örgüt sosyolojisi*, Bursa: Dora Yayınları.

Summary

This study examined the differences between the motivational decency of X, Y, and Z-generation employees. Currently, the lives of Generation X, Y, and Z, which comprise a busy segment of working life, are different from each other in the characteristics of the period. It also affects their motivation in business life. We can classify motivation tools in business life in 3 ways. They can be explained as economic tools (wages, rewards, etc.), organizational tools (education, unity of purpose, etc.), and socio-psychological tools (organizations, independent work, etc.).

In this study, interviews were held with seven people from each generation using the semi-structured interview method to concretize the differences between the motivation tools in the business life of Generation X, Y, and Z employees. Data was obtained from 21 people in total. In the data obtained, topic connection (code) and sub-themes (sub-codes) were analyzed through content analysis.

In today's business life, when evaluated from a demographic perspective, we see that three generations, X, Y, and Z, work together. Participants in Generation X emphasized economic tools by using direct wages as a motivational tool. In contrast, those in Generation Y emphasized organizational tools by expressing appreciation and promotion in addition to wages. Generation Z participants expressed psychological and social mechanisms. When we look at the working conditions that motivate generations, it is important that the physical environment that Generation X wants to be in while working is complete. For Generation Z, a convenient and comfortable work environment with technology and digitalization is more important. When we look at their feelings of loyalty in business life, Generation X is closely tied to their work. This generation does not change jobs easily, even when struggling with difficulties. On the other hand, Generation Y will consider changing jobs when the quality of the working environment decreases. Generation Z's sense of loyalty is lower than Generation Y and Generation Z. Because Generation Z has grown up with the speed of innovation and technology. This speed is also reflected in his business life and motivation.

As a working model for Generation X, work happens in the workplace. Generation Y, on the other hand, wants to use flexible working models if their managers support them. Generation Z thinks work can be done in any environment, regardless of time and place. When we question their management styles, Generation X, part of an authoritarian community, is autonomous, detail-oriented, and loves face-to-face communication. Generation Y employees are a generation that loves the feedback they receive from their managers. He wants to be supported, appreciated, and motivated by his manager and teammates. Generation Z wants a management approach with an innovative perspective. A management approach that needs more innovation and is stuck in traditional working environments reduces the motivation of Generation Z.

As a result, the motivational mechanisms of Generation X, Y, and Z employees differ. It should be remembered that each individual is unique. One should be open to different demands and expectations in business life. The diversity of generations should be handled positively in business life, and the advantages of diverse perspectives should come to the fore.

Representing Migration in Museums 'From Below': The Case of DOMiD as a Migration Museum in Germany

Esra Can-Mollaer¹

Abstract

The role and significance of museums in shaping modern society, producing knowledge, and establishing cultural hierarchies have long occupied the research agendas of social theory. With respect to the relations of power and domination they generate, the politics of representation in museums have been extensively discussed in the literature. In this regard, the role of museums in the construction of national narratives and national identities is particularly emphasized. Given the rising significance of migration movements in shaping social transformation and political agendas, it is widely argued that migration has not only triggered challenges to museum narratives that promote singular and cohesive national identities, but has also led to the very representation of migration through migration museums. Critically addressing the shifting roles of museums along the axis of debates around 'new museology', this study explores how DOMiD, 'Documentation Center and Museum of Migration in Germany', founded by a group of migrants from Turkey in 1992 and considered one of the pioneering examples in its field, contests the history of migration through its museum practices. Drawing on this framework, this article examines the extent to which DOMiD's museum practices and its museum representations of migration are conceived through a 'from below' approach (Clifford, 1997; Sandell, 2007) and the extent to which they bear the potentials of the notion of 'contact zone' (Clifford, 1997).

Keywords: Museum, nation-state, migration museums, new museology, contact zone.

Müzelerde Göçün 'Aşağıdan' Temsili: Almanya'da Bir Göç Müzesi Olarak DOMiD Örneği

Öz

Müzelerin modern toplumun inşasında, bilginin ve kültürel hiyerarşilerin üretiminde oynadığı rol sosyal teorinin araştırma gündemlerini uzun süredir meşgul etmektedir. Tarihsel olarak siyasi ve ekonomik unsurların etkisiyle biçimlenen toplumsal kurumlar olarak müzelerin anlatı ve temsil politikaları, sömürgecilik mirasıyla irtibatı gibi ürettiği türlü iktidar ve tahakküm ilişkileri açısından literatürde etraflıca ele alınmaktadır. Bu bağlamda, müzelerin ulusal tarih anlatıları ile ulusal kimliklerin inşasındaki rolüne özel bir vurgu yapılmaktadır. Toplumsal dönüşümü ve siyasal gündemleri belirlemede artan önemiyle göç hareketlilikleri, tekil ulusal kimlikler tasavvur eden müze anlatı ve temsillerine yönelik itirazları tetiklenmekle kalmamış aynı zamanda göç konusunun bizzat

¹ Sorumlu yazar/Corresponding author: Esra Can Mollaer, Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-mail: esracanmollaer@gmail.com. ORCID: 0000-0001-6986-3777

Atıf/Citation: Can Mollaer, E. (2023). Müzelerde göçün 'Aşağıdan' temsili: Almanya'da bir göç müzesi olarak DOMiD örneği. *Bursa Uludağ Journal of Economy and Society*, 42(2), 142-156.

göç müzeleri aracılığıyla temsil edilmesinin de yolunu açmış gözükmektedir. Müzelerin dönüşen rolünü eleştirel bir bakış açısıyla ele alan bu çalışma, alanının öncü örneklerinden biri olarak 1992 yılında Türkiye'den Almanya'ya göç etmiş bir grup göçmen tarafından kurulan DOMiD- 'Almanya'da Göç Dokümantasyon Merkezi ve Müzesi''nin müze pratikleri aracılığıyla göç tarihini nasıl temsil ettiğini 'yeni müzecilik' tartışmaları ekseninde ele almaktadır. Bu çerçeveden yararlanarak, DOMiD örneğinden hareketle müze mekanında göç temsil ve anlatılarının 'aşağıdan' (from below) bir yaklaşımla (Clifford, 1997; Sandell, 2007) 'temas bölgesi' (contact zone) (Clifford, 1997) yaratma potansiyeli mercek altına almaktadır.

Anahtar kelimeler: Müze, ulus-devlet, göç müzeleri, yeni müzecilik, temas bölgesi.

1. Introduction

Museums are not neutral repositories but rather socially constructed institutions shaped by cultural, political, and economic forces reflecting the values, ideologies, and power structures of the societies in which they are situated (Vergo, 1989; Bennett, 1995; Duncan, 1995). The role and significance of museums in the formation of modern society, production of knowledge, and advancement of social and economic transformations have long engaged the research agendas of social theory. Historically serving as sites of power and authority, the ways in which museums have been instrumentalized in the construction of national historical narratives and collective identities, notably national identities, have been closely scrutinized (Karp & Kratz, 2014). Informed by the Foucauldian perspective, there is a large body of critical studies that take museums as mechanisms of power and instruments of governmentality, examining their role in the production of knowledge as the objects and narratives they exhibit are categorized, classified, and curated (Bennett, 1995). On the other hand, drawing on the overlapping historical processes and contexts of capitalist expansion, nation-state building, and colonialism, there are debates on the multifaceted and contested relationship between the practices of representation and power dynamics in museums (Boast, 2011). Within this framework, the studies highlight how museums can be complicit in upholding, legitimizing and perpetuating unequal power relations (MacDonald & Fyfe, 1996).

One of the main axes of debate on museums relate to their involvement in nationalist projects by contributing to the construction of national identities and collective memories (MacDonald, 2012). In this respect, there are a number of studies that inquire into how museums reinforce the dominant narratives of nation-states, sideline specific historical events, social institutions, and perspectives, and even serve to legitimize overlapping sets of socio-economic and political inequalities. As a matter of fact, ever since their inception as public institutions in nineteenth-century Europe, museums have played a crucial role in helping nations construct a shared sense of identity, forming a collective "us" (Clifford, 1997; Boast, 2011). In the process of cultivating collective identities, museums inevitably confront to acknowledge the "others". Unfolding within the complex historical contexts of colonization and decolonization, nation-building and political recognition of minorities, this dynamic of 'othering', as Clifford (1997: 218) contends, still lies at the heart of contemporary cultural politics, bearing both creative and contentious repercussions.

Along with the shifting dynamics of decades-long globalization, characterized by increased interconnectedness and mobility, migration has brought about significant socio-demographic shifts which challenge the conventional understanding of the nation within the meta-narrative of museums (Bal, 2006: 15). In the context of perceived divisions between "us" and "them", migrant communities are cast as the "other" and left out of dominant narratives, with mostly limited and unsettled representations in museums (Poehls, 2011). That being said, the growing significance of migration as a key factor in shaping political agendas, coupled with the socio-political and socio-economic repercussions of mass migration movements, has prompted not only contestations of museum

narratives that represent singular and cohesive national identities but has also resulted in the emergence of migration museums as a means of representing the subject of migration.

Approaching the role of museums from a critical standpoint, this study explores how DOMiD- 'Documentation Center and Museum of Migration in Germany', founded in 1992 by a group of migrants from Turkey as one of the pioneering example of migration museum, contests the history of migration through its museum practices. With a history spanning 60 years, shaped by factors such as the emergence of transnational identities, generational changes, and shifting political and economic landscapes, the migration movements and mobilities between Turkey and Germany continue to evolve, taking on new forms along their historical trajectory. In this regard, an examination of how migration from Turkey to Germany is represented and narrated through museum representations would provide a different insight into the historical trajectory of migration.

In this study, I examine the extent to which DOMiD's museum practices and its museum representations of migration, which I assert exemplify the principles of 'new museology', are conceived through a 'from below' approach (Clifford, 1997; Chakrabarty, 2002; Sandell, 2007) and the extent to which they bear potentials of the notion of 'contact zone' (Clifford, 1997). To that end, I first dissect the major theoretical discussions on the historically shifting roles of the museum, followed by a discussion on paradigm shifts in the approaches to museums. I then elaborate on scholarly debates on the emergence, formation, and significance of migration museums. Finally, viewing through the lens of the 'new museology' approach, which focuses on the evolving roles and practices of museums, I examine the extent to which DOMiD, as an example of a migration museum, adopts a 'from below' approach.

2. Museum: Exhibiting nations, cultures and identities

The practice of representing the past within physical spaces has an extensive history that spans over centuries. Historically, museums play instrumental roles in the formation of homogeneous national imaginaries, the projection of shared values and the framing of citizenship in relation to a set of rights and duties, particularly through the display of supporting material evidence (Bennett, 1995; Macdonald, 2006). In her book titled "Civilizing Rituals: Inside Public Art Museums", Duncan (1995) argues that starting from the eighteenth century, there was an intentional insertion of material culture artifacts into newly defined spaces, primarily driven by the needs of modern ideological and political institutions. Intended to serve as public spheres, museums were configured as spaces where objects of material culture were displayed to convey certain narratives, values, and ideologies (ibid., 1995; 45).

Coupled with its role in both the making of citizenship and the 'public' employed by the state to educate its citizens, the museum has also historically functioned as an educational tool for different social classes as part of the projection defined as 'civilizing culture' (Bennett, 1995). In this regard, Duncan (1995) elaborates on how the transformation of the Louvre from a place to a museum was tied to the creation of a secular, national 'public' in post-revolutionary France. Bourdieu et al. (2004: 431-435), on the other hand, highlight the role of museums in the reproduction of cultural capital and social distinction. In that respect, museums, which developed through the accumulation of symbolic capital associated with the bourgeoisie, served as spaces where the distinction between "high culture" and "low culture" practices and tendencies was institutionalized and solidified (Lavine & Karp, 1991).

As Macdonald (2006: 14) puts it, every museum is both "a statement of position" and also "a theory in itself". The very selection, exhibition, and interpretation of objects in museums reflect the underlying comprehensions, perceptions, and ultimately ideologies, as the deliberate choices made by museums, such as the inclusion or exclusion of artifacts in their collections, the manner in which objects are

displayed, and the narratives they strive to convey, are all carefully curated (ibid., 9). Knowledge production operated here therefore determines not only how a museum positions itself, but also the messages it seeks to communicate to its audience. Building upon this framework, MacDonald (2006) suggests that museums must be conceived as theoretical and ideological constructs that embody particular perspectives on culture, history, and society.

The expansion of public museums in the 19th-century was part of a broader effort to disseminate and configure "culture" in a hierarchical manner, led by those in positions of political and economic authority in the Western world (Bennett, 1995). In this regard, museums are commonly perceived as reflecting established power dynamics and helping to perpetuate social and political disparities by excluding, omitting, or marginalizing certain societal groups and perspectives in the narratives they present (Bennett, 1995; Duncan, 1995; MacDonald, 2006). On that account, acknowledging contested histories, particularly those related to colonialism, slavery, and cultural heritage, discussions surrounding (re)interpretations of history and the matter of representation within museum contexts have been highly contentious. From a similar vein, Anderson (2006: 182) claims that functioning as institutions of political power like the education system and mass communication, museums enable the dissemination of nationalist ideology in the construction of the nation-state, which ultimately serve the construction process of national identity. In museums, historical narrative, interpreted through remembering and forgetting in ways that convey nostalgic sentiments and nationalist ideals, serves the formation of the public perception of history and the establishment of a collective narrative of the past (Evans, 1999).

Coined by Nora (1989), the concept of "*lieux de mémoire*" (sites of memory) describes sites, both physical and symbolic, where collective memory is crystallized and preserved. By maintaining and exhibiting objects and narratives that evoke a sense of shared history and cultural heritage, museums, as *lieux de mémoire* functioning as repositories of a nation's memory, play a crucial role in the construction, representation, and consolidation of a national identity (ibid.). Pointing out the fragmentation of memory in modern societies, caused by rapid social, cultural, and technological transformations, Nora (1989) also contends that museums perform a significant role as institutions that collect, gather, and organize these fragmented memories, providing a sense of continuity and coherence. In a similar vein, Harvey (2000: 214) also asserts that upheavals caused by the World Wars resulted in rupture in societies, leading to shattering of the social fabric and an irreversible break from the past. This rupture has engendered a societal need for spaces of memory, and museums have gained prominence as mediums for reconnecting with images of a lost past (ibid.; 210).

Following the 1980s, museums have undergone substantial changes in their organizational structure and operational dynamics (Urry, 1990). These changes were primarily driven by the forces of globalization, cultural politics of multiculturalism, neoliberal market dynamics, and the increasing integration of everyday lives into museums (Urry, 1990; Frey & Meier, 2006). Additionally, during this era, there was a notable shift that posed challenges to the economic and cultural dominance held by nation-states (Frey & Meier, 2006). In response to these shifts, museums initiated a process of redefining their core functions and operations by prioritizing public service, adopting measures to evaluate their performance, and catering to the preferences of their visitors (Pearce, 1991). The shift towards a market-driven economy has fueled the broader commodification of museums, leading to significant acceleration in these changes (Urry, 1990). Under the growing influence of market forces, museums have increasingly prioritized commercial considerations in their operations. Consequently, the intersection of this consumer-oriented trend with the profit-driven demands of investors has further heightened the prominence of commodification culture(s) within museums (Urry, 1990; Pearce, 1991).

3. Paradigmatic shifts in understanding museums

Within the last three decades, there has been a notable change in the perception and function of museums in modern society, encompassing both theoretical and practical aspects. The prevalent scholarly approach treats museums as instruments of the state, serving as disciplinary tools for representing the national identity. Adhering to this approach, scholars such as Anderson (2006), Bennett (1995), and Duncan (1995) argue that by presenting a linear, secular storyline of the nation, museums play a crucial role in reinforcing dominant ideologies and narratives associated with the nation-state. This perspective places emphasis on the power relationships that are inherent in operations of museums (Hooper-Greenhill, 2020). For instance, Henning (2006: 302) argues that museums establish "hierarchies of knowledge" by engaging in complex processes of power-knowledge production, such as exhibiting objects as objective evidence to substantiate truth claims. In this regard, the definition put forth by Walsh (1992: 2) characterizing the museum as an "institutionalized rationalization of the past" succinctly captures the major conceptual understanding embraced by this approach.

Underlining the performative qualities of museums, on the other hand, there are perspectives that take museums as inclusive spaces open to democratic negotiations (Gouriévidis, 2014). Hooper-Greenhill (2020) listed scholars such as Clifford (1997), Chakrabarty (2002), and Sandell (2007) to underscore the significance of considering diverse voices, perspectives, and contexts in museum practices. Whilst acknowledging that museums are not neutral repositories of artifacts, this perspective claims that museums are dynamic settings where constructed meanings are open to negotiations. This line of approach adopts a 'from below' perspective that seeks to go beyond viewing museums solely as didactic instruments of the state (Hooper-Greenhill, 2020). Instead, this perspective highlights the agency, participation, and involvement of diverse actors, including the state, the market, civil society, and the media (MacDonald, 2006: 2). These actors bring their own interests, perspectives, and values to the museum space, shaping both the museum itself and the encounters and interaction between visitors and the museum. Drawing on Mary Louise Pratt's concept of the "contact zone", James Clifford explores the idea that museums could be taken as a contact zone where "an ongoing historical, political, moral relationship—a power-charged set of exchanges" (1997: 194) unfolds. Pratt (1992) uses the concept of contact zone in colonial contexts, referring to encounters that serve as a facilitator for connections and interactions between people divided by conditions of power asymmetry. Applying the concept of 'contact zones' to museums, Clifford defines them as "places of hybrid possibility and political negotiation, sites of exclusion and struggle" (1997: 214) and discusses the potential of museums as sites of cultural encounter and exchange.

Theoretical approaches to museums from different perspectives have shown that museums have been sites of contestation due to their role in the construction of collective identities, in the legitimization and perpetuation of a set of inequalities through museal representations, in the reproduction of cultural capital and social distinction, and in the economic and urban development, particularly under neoliberalism (Hooper-Greenhill, 2020). Nevertheless, these aforementioned approaches have faced criticism due to their theoretical constraints. Accordingly, the first approach has been criticized for oversimplifying museums by portraying them merely as tools employed by the state to construct and consolidate unified national histories (MacDonald, 2006). On the other hand, the second approach, which acknowledges museums as institutions open to external negotiations with diverse actors and subject to internal negotiations, runs the risk of underestimating the influence of neoliberal constraints (Frey & Meier, 2006). Actually, museums are increasingly shaped by the rationalities imposed by the evolving dynamics of the neoliberal political and economic landscape.

4. Migration museums: An old theme at its new place

Closely linked to the formation of nation-states, museums have historically played a role in constructing coherent collective identities (Hooper-Greenhill, 2020; Bennett, 1995). Unfolding at an unprecedented scale and speed, the migration in the recent decades has led profound changes, one of the most pressing of which relates to identity politics. The growing phenomenon of migration has presented museums with urgent challenges concerning the inclusion of migration into representations, which require thoughtful consideration of narrative construction (Macdonald, 2006; Karp et al., 2006). Despite the challenges of representation, there has been a notable increase in the number of migration museums, giving rise to a distinct category of museums (Baur, 2017).

The establishment of migration museums is informed by each country's specific migration history, trajectory and experiences; similarly, the content, exhibitions and narratives of migration museums are molded by these specific national contexts. In this respect, the colonial past, migration policies, labor migration, and the mobility of refugees and asylum seekers are significant determinants of the content of migration narratives. Migration museums in countries with a colonial past, such as Australia, Portugal, and France, are constructed around themes of colonization, forced migrations, and imperial legacies (Gouriévidis, 2014). On the other hand, in immigration countries like the United States and Canada, migration museums tend to focus on the experiences of migrants and their contributions to the nation's development. European countries that receive migrants through labor migration or as refugees and asylum seekers, such as Germany, Switzerland and others, address integration, multiculturalism and the challenges faced by migrant communities (ibid.).

The 1972 UNESCO meeting held in Chile, focusing on "The Role of Museums in Development in the Contemporary World," acknowledged the potential of museums as powerful instruments for fostering social integration and promoting cohesion. In the face of the rapidly changing transnational landscape, museums are seen as playing a crucial role in addressing, documenting, and representing the complex facets of socio-demographic transformations arising from migration. Macdonald (2012) asserts that there is a pressing need for museums to adjust their exhibition practices and approaches to better engage with the evolving realities of transnational movements and the increased global mobility of individuals. Indeed, migration is a complex and multifaceted phenomenon that requires nuanced approaches when it comes to representation and narratives within museums. The crucial issue at the core of the relationship between museums and migration is the concept of inclusivity (Gouriévidis, 2014). Museums sought to create inclusive spaces that embrace and represent the diverse experiences, stories, and perspectives of migrants. It involves recognizing the importance of giving voice to marginalized narratives, challenging stereotypes, and promoting dialogue and understanding among different communities (Hooper-Greenhill, 2020). The discourses surrounding inclusivity in museums highlight a number of key aspects, including the significance of historically representing migrant minorities, redefining concepts of identity and citizenship, fostering dialogue between migrants and society, and promoting equal access and participation of migrants in cultural life (ibid.).

Poehls (2011: 3-4) outlines how the theme of migration poses challenges to the conventional operations of museums. According to what she argues, migration (i) blurs the notion of the nation-state, which used to be a constituent point of reference for the museums. This occurs in the context when the nation-state remains a significant category despite extensive transnational social spheres and international connections, where the impacts of the nation-state are less dominant in everyday life. She asserts that the exhibition of migration disrupts the narratives of museums by highlighting the complexities and fluidity of identities and affiliations beyond national boundaries (ibid.). The other challenge relates to (ii) how to narrate migration, which migration stories and experiences to select, and how to exhibit practices of mobility through objects, that is, the representation of migration in

museums. In relation to the first two aspects, Poehls posits the third aspect as follows: "... not only the nation as *the* historical paradigm of the museum is challenged but also the *place* and *space* that a certain museum and its displays relate to, be it the city, the region, the nation or Europe" (ibid.: 4).

Departing from MacDonald's (2006) conceptualization of museums which "every museum is a statement of position", it can be argued that the emergent representations of migrations in museums reflect both shifting social and institutional understanding of migration and the growing interest in migration. In elaborating the place of migration in the museal field, Poehls (2011: 6) employs Bhabha's notion of "margins". Bhabha's notion of 'margins' refers to the spaces, individuals, and groups that exist at the periphery or edges of dominant social, cultural, and political systems (2000: 7). Contending that the margins are not simply passive or static spaces, but rather dynamic sites of contestation, negotiation, and resistance, Bhabha defines "margins" as spaces of cultural hybridity, where different cultures and identities intersect and generate new forms of meaning and representation (ibid.). In this respect, by marking the place of migration on museum agendas as "margins", Poehls (2011: 6) argues that museum representations of migration require experimental and negotiation-based approaches in terms of both aesthetics and narratives, and that migration appears to dominate future museum practices.

The narratives constructed in the exhibition and interpretation of material culture in museum spaces have historically been constructed around boundaries that exclude 'others' (Gouriévidis, 2014). Undoubtedly, museum representations based on 'othering' is inextricable from the emergence, formation, and reshaping of the nation-states, even if it varies according to different national trajectories. Resulting in hierarchical categorizations, this knowledge production grounded on 'othering' also relates to the processes of de/colonialism and their subsequent re-evaluation (ibid., 4). Museums, serving as mobilizing tools for emerging or rising nationalisms, initially incorporated regional differences within nation-states into national narratives. Within the last three decades, migration-related cultural diversity has begun to be recognized and articulated into national narratives. However, as scholarly studies point out, positioned as the 'other' within a demarcation between 'us' and 'them', migrants have still been represented as an undifferentiated collective (Hooper-Greenhill, 2020). One of the predicaments of these representations lies in the fact that the prevailing social imaginary of migrants associates them with precarity in terms of both economic and social status (Poehls, 2011).

The role of museums as 'engines of social transformation' (Bennett 2006b: 57) in fostering a more equitable and inclusive society has been recognized by governments, supranational institutions and civil society organizations alike. Instilled with the notion of social responsibility (Sandell, 2002), this role has been considered to be in line with the scope of activities of museums, which have historically and traditionally been used as pedagogical tools and sites of meaning-making. On the other hand, in the representation of migration history and migrant groups, museums are inescapably involved in "issues of power, inequality and access to resources" (Small, 2011: 119).

The socio-political repercussions of the accumulated and ongoing mass migration context, as well as the urban transformation processes imposed by capitalist growth and reproduction, are effective drivers in the emergence of migration museums. Museums, which once existed and functioned as elite institutions of the nation-state, have evolved to operate within a framework of shared sponsorship involving central and local governments, institutional funds from supranational funds and private donations (Pelsmaekers & Van Hout, 2020: 3). Moreover, museums are integrated into and dependent on the dynamics of cultural tourism and urban regeneration agendas (Gouriévidis, 2014), requiring them to adopt a more inclusive approach and become appealing to a broader audience. In this respect, the representation of migration in museums has become the subject of the exhibitions of museums established at both city and district scales as urban tourist attractions.

In the context of migration museums, critically examining and eliminating the hierarchies and power inequalities that often persist in discourses and representations of migration and migrants requires negotiations with the participation and inputs of migrant communities themselves and different stakeholders such as rights-based NGOs (Hooper-Greenhill, 2020). In this respect, one of the important questions in relation to the potential challenges and limitations of migration museums relates to the implementation of multiculturalism as a state policy. Multiculturalism as a state policy has been criticized for its tendency to homogenize group boundaries, depoliticize culture, and reproduce the centrality of the dominant or majority culture by embracing different cultures via the notion of tolerance (Lavine & Karp, 1991). In this respect, the operationalization of the multiculturalism as a framework for migration museums is criticized as it risks contributing to the reproduction of common narratives about migrants and essentialist, homogenizing representations of migrant communities, perpetuating power imbalances and reinforcing hierarchies between cultures (ibid.).

Migration museums, established to contribute to migrant communities' struggles for recognition, run the risk of unintentionally reinforcing narratives and representations based on historically accumulated asymmetrical power relations (Hooper-Greenhill, 2020). One of these risks is to fall into the trap of reproducing representations and narratives that flatten the stories and experiences of migrants by neglecting the intersecting aspects of identity, including gender, class, ethnicity, and other social categories. On the other hand, the prevalent nostalgic representation of migration through objects and artifacts curated by museum professionals carries the risk of masking the underlying power imbalances in the diverse socio-economic and socio-political relationships during and after the migration process. It also perpetuates the idea of a dominant culture that only tolerates certain cultures within certain boundaries.

5. DOMiD: A migration museums 'from below'

Migration from Turkey to Germany, which spans over six decades, began with the signing of the "Turkish Labor Agreement" between the two countries on October 31, 1961. Following the first wave of labor migration, there was a subsequent phase of family reunifications. Upon arrival in German cities, migrants were referred to as "guest workers", denoting their temporary status. Initially structured around the rotational principle with the expectation of permanent return, labor migration from Turkey to Germany has undergone transformations shaped by changes in the economic, social, and political dynamics of both countries over time. As the number of guest workers in Germany has gradually increased, the discourse has shifted from temporary to permanent. Over time, the migration movements and mobilities between Turkey and Germany have undergone persistent changes, primarily driven by factors such as generational changes, the emergence of transnational identities, and shifts in political and economic contexts. These influential forces have played a significant role in shaping the historical trajectory of migration, leading to the emergence of new patterns and forms of movement.

The Documentation Center and Museum of Migration in Germany- DOMiD was founded as a non-profit organization in 1990 by a group of migrants from Turkey who, in their own words; "were motivated by a glaring deficiency: neither historians nor museums nor archives were paying attention to the history of immigrants"². Initially named "Documentation Center and Museum of Migration from Turkey"- DOMiT, the museum merged with the association of 'Museum of Migration in Germany' in 2007. Extending its scope with the migration collections from Italy, Greece, ex-

² Retrieved from <https://domid.org/en/about-us/history/>

Yugoslavia, Tunisia and several other sending countries, the name of the museum was then updated as "Documentation Center and Museum of Migration in Germany" - DOMiD.

DOMiD's goal of establishing a 'migration museum', a pioneering idea in the field of museology in Europe in the 1990s, was announced to be realized with funding from the federal government of North Rhine-Westphalia and the municipality of Cologne³. By acknowledging Germany as a society shaped by migration, DOMiD sets out its goal as a migration museum to represent how migration has manifested itself in the history of Germany and has influenced the shaping of society today. According to the museum's official website's introduction page, DOMiD asserts itself to have a politically independent and ideologically neutral stance. DOMiD is recognized as a private association of public utility, and the donations made to the organization are eligible for tax deductions. The organization's work is financially supported through project-based funding, charitable donations, membership fees, and, until recently, a significant amount of voluntary, unpaid labor.

Examining through theoretical approaches on the shifting roles of museums, I scrutinize the case of DOMiD as a migration museum from three overlapping aspects; (i) contours of its agency and positionality (ii) its approach towards the representation and contesting of migration history, and (iii) its museum practices in terms of museum display and visitor engagement. In doing so, I draw upon the self-presentation of DOMiD in its official website and the scope, content, and organization of its museum practices.

5.1. Contours of its agency and positionality

The emergence and proliferation of migration museums is an example of the changing roles that museums have historically played in response to societal changes. In a nutshell, the roles historically attributed to museums have shifted from supporting the consolidation of national identities to facilitating the "negotiation of cultural change and values", as well as from operating as "havens of elitist distinction" to "places of empowerment and recognition" (Karp & Kratz, 2014: 301). One of the founders of DOMiD, a former board member of DOMiD and a migrant, Aytac Eryilmaz (2007: 130) states that after decades of disavowing its status as a country of immigration, Germany has recently come to acknowledge that immigrants and their descendants have been forging new "transnational" social identities.

In explaining how a migration museum contribute to a change in the "perception of the relationships between migration and national history", Eryilmaz (ibid.: 132) identifies a migration museum as a setting with "the reservation of space for the hybridity of cultural life concepts" rather than "a place of ritual remembrance, reconstructing historical self-assurance predominantly based on national concepts". As one of the founders of DOMiD, Eryilmaz's (2007: 132) critique of museums serving as ritualistic spaces of remembrance tied to nationalist ideas aligns with ongoing discussions that contest the museums as tools of the state in imposing a singular and cohesive understanding of national history, as argued by scholar such as Bennett (1995) and Duncan (1995). On the other hand, claiming that identities in a migration society are heterogeneous and fluid and based on intercultural exchange, Eryilmaz's (2007: 132-133) definition of the possibilities that a migration museum would bring to society as the allocation of space for the hybridity of cultural life concepts is compatible with Clifford's (1997) claim that museums serve as 'contact zones'. By facilitating contact between diverse actors, according to Clifford, museums provide opportunities for "hybrid possibilities and political negotiations" (2002: 212).

³ Retrieved from <https://domid.org/en/house-of-immigration-society/schedule/>

DOMiD promotes itself as "a focal point of democratic society" that provides "a center for open dialogue and productive discussions about migration and the migration community", a space for active participation in discourses and enables its members to "make their stories visible and listen to others", as stated on their online platform. This self-representation proves that DOMiD embraces a democratic 'from below' approach that conceives museums as democratically mediated spaces. Taken museums as democratically negotiated spaces, Chakrabarty (2002: 6) posits that museums assume a twofold role, serving as both "pedagogic" and "performative" sites; functioning not only as educational tools but also as public spaces where citizens can actively and critically interact with the performances and representations offered by the museums.

Drawing on a Foucauldian perspective, Bennett (2006b), on the other hand, asserts that despite the apparent shift towards inclusiveness, museums still serve as a means for the elite sectors to extend their influence and act as instruments of governmentality. The perspective of regarding museums as inclusive spaces open to contextual and democratic negotiations faces criticism for downplaying the involvement of various stakeholders, including state institutions. These institutions play a significant role in museums through either controlling and regulating them or selectively and conditionally providing subsidies, driven by their own interests.

In line with the debate on the social and cultural impact of museums on societal issues, DOMiD states that it pursues the following question in its modular and interactive exhibitions: "How can a museum react flexibly to current, even conflictual debates?" In addition to its exhibitions focusing on migration-related themes, DOMiD has developed the educational initiative "DOMiD macht Schule" (DOMiD Goes to School) to promote awareness among teachers and students regarding migration. This initiative aims to provide education on migration history and foster intercultural competences among participants. Setting education of the public as one of its remits, DOMiD adopts and inadvertently reproduces what Henning (2006: 302) refers to as "hierarchies of knowledge" between itself and the public at large. This example demonstrates that while the approach treating museums as a "contact zone" acknowledges the presence of hierarchies, it oversimplifies the power dynamics involved in negotiations. In this respect, highlighting the importance of acknowledging and addressing the structural inequalities that are inherent within the contact zone, Boast (2011) provides a critical perspective on the enthusiastic adoption of the concept of the "contact zone," cautioning against an overly optimistic belief in its transformative potential.

The establishment of DOMiD by a group of migrants and their continued executive positions for over two decades grant the migration museum a "from below" approach as it implies that the diverse experiences and perspectives of migrants who have historically been conceived as the 'other' are inclusively participating in the museum's practices. Upon examining DOMiD's website, it becomes evident that out of the fourteen staff members, including the executive director, only two museum staff members potentially have a personal migration background or come from families with migration experiences. This observation suggests that there may be limited representation of individuals with migration background within the museum's team. It prompts reflection on how DOMiD, an institution that proclaims to embrace pluralism in the representation and participation of migrant communities, puts its perspective into practice. In fact, the 'from below' approach underlines that the institutional functioning of museums itself needs to be problematized, as museum operations and management are also imbued with intra power struggles. In this respect, it emphasizes the importance of recognizing social differences not only in discourse but also in practice, by including different social groups in decision-making mechanisms such as museum management processes.

5.2. *Contesting the migration history through the politics of representation*

DOMiD houses the most extensive collection in Germany dedicated to documenting the diverse migration history of the country. It encompasses a wide range of objects and evidence, including items on loan from private individuals and archival records from recent times. At present, the collection comprises over 150,000 exhibits that, as DOMiD claims, shed light on various aspects of social, cultural, and everyday life throughout history. DOMiD claims that this collection generates "a multi-perspective culture of remembrance ... from different perspectives" and that their museum representation of migration offers its visitors "the opportunity to discover and understand this narrative and to situate themselves within it".

Museums now strive to create exhibits that reflect the multifaceted dynamics of society, incorporating everyday life as a vital component of their displays (Poehls, 2011). One way museums have embraced this shift is by actively collecting and showcasing objects and artifacts related to everyday life. These can include items such as household utensils, clothing, photographs, personal diaries, and even mundane objects that hold cultural or historical significance. By including these artifacts in exhibits, museums invite visitors to engage with the ordinary aspects of daily life and gain a deeper understanding of the lived experiences of different communities (ibid.).

W. I. Thomas, together with Florian Znaniecki, pioneered a methodological novelty with their book 'Polish Peasants in America' published in 1918, using personal documents, letters, diaries, autobiographies and life stories in the construction of sociological knowledge (Faris, 1967). Museums have moved away from a "methodological nationalism" approach, which solely focuses on the nation-state as the primary lens for analyzing and constructing representations and narratives. This shift acknowledges that society is shaped not only by grand historical events and political structures but also by the everyday experiences, practices, and interactions of individuals (Baur, 2017).

Likewise, DOMiD has been gathering a wide range of materials, including books, grey literature (such as recruitment materials, identification cards, work contracts, and visas), newspapers, magazines, photographs, films, audio recordings, posters, leaflets, and various objects that represent the lives of migrants in both Turkey and Germany. These objects, which often include everyday items like suitcases, furniture, and clothing, play a significant role in the exhibitions organized by DOMiD.

On the other hand, conventionally, museums were structured based on a linear understanding of time and space, presenting monolithic narratives (Duncan, 1995). Following the perspective of 'from below', there has been a growing recognition of the importance of representing and acknowledging the plurality of experiences and memory practices within museums. DOMiD, in its webpage and its promotion of exhibitions and projects, uses the notion of history with the plural suffix -s, expressing plurality and demonstrates its commitment to representing and promoting the diversity of experiences among migrants through its exhibitions and projects. Clifford (1997) argues that museums can be seen as 'contact zones' because they bring together diverse cultures, artefacts, and perspectives and they provide opportunities for different groups to engage with each other, negotiate meanings, and challenge dominant narratives. In this view, museums are not fixed, static institutions but rather dynamic and contested spaces where multiple voices and interpretations can be heard.

By contrast to nineteenth-century museums, which sought to promote modernist ideals by creating rigid, hierarchical classifications and promoting grand national narratives, museums today are becoming more actively recognized as sites of contestation where dominant narratives can be questioned (MacDonald, 2005). Recognition is closely linked to the perceived role of museums as sites of authority that legitimize and validate selected versions of the past. In the case of DOMiD, the recognition of the history of migration and migrant experiences in Germany in particular, as well as the incorporation of migrant memories into the master narrative and their inclusion in a shared

imaginary, form the basis of the museum's purpose. The transformations and changes in DOMiD's own institutional trajectory are closely linked to the state's role as an ultimate recognition authority.

5.3. Museum practices with regard to museum display and visitor engagement

MacDonald (2006: 2) identifies three key aspects that "new museology" encompasses for studying museums: (i) "to understand the meanings of museum objects as situated and contextual rather than inherent", (ii) "commercialism and entertainment", and in relation with the former two (iii) "how the museum and its exhibitions may be variously perceived, especially by those who visit". Accordingly, the "new museology" recognizes that museum objects are not static entities, but rather they hold multiple layers of meaning that are contingent upon the context in which they are encountered (Hooper-Greenhill, 2020). Moreover, particularly since the 1980s, under the influence of market forces, museums operate within a competitive sector where visitor experiences are shaped by factors such as entertainment value, marketing strategies, and visitor expectations. The "new museology" points out how museums have begun to engage visitors through dynamic and interactive displays, incorporating elements of entertainment while maintaining the integrity and educational value of the exhibits (ibid.). Lastly, the "new museology", recognizing that visitors bring their own knowledge, experiences, and cultural backgrounds when engaging with museum displays, highlights the significance of visitor participation, dialogue, and co-creation of meaning within the museum space (ibid.).

In the "new museology," museums are seen as interactive and participatory spaces that encourage visitors to actively engage with the exhibits. Rather than being passive observers, visitors are encouraged to ask questions, share their thoughts and opinions, and contribute to the interpretation of the displayed objects. In line with what 'new museology' outlines, DOMiD, in its promotion of exhibitions, underlines the value it grants to the visitor participation. In doing so, in line with their goal of providing a space for social engagement and negotiation, they state that the museum space allows visitors to become more sensitized to exhibitions that address social issues and developments (Eryılmaz, 2007).

On its website where exhibition spaces are promoted, DOMiD addresses the current scope of the visitor's museum experiences by stating that "visitors are not only consumers, but can actively participate in current debates and meet each other.". With the concept of the "visitor as a consumer", DOMiD indirectly implies the commodification of museums and the growing influence of entertainment elements, which aligns with the concerns raised by the "new museology" perspective. However, it is important to note that DOMiD does not completely negate the transformation of museums into consumption-driven spaces, as indicated by its emphasis on the term "only."

As mentioned above aligned with the current shift in museums to recognize the importance of everyday life as a subject worthy of representation, DOMiD's exhibitions often intertwine with the concept of everyday life. In its efforts to implement a 'participatory process', the museum emphasizes that the themes such as identity, borders, language, nation, mobility, change, memory or foreignness that its exhibitions center on are reference points that resonate in everyone's daily lives. Embracing a rather inclusive and participatory approach, DOMiD organizes its museum practices through oral history projects, community collaborations, or interactive exhibits that encourage visitor engagement.

Overall, the "new museology" underlines a shift from a traditional 'from above' approach to a more participatory and inclusive model of museum practice (MacDonald, 2006). Incorporating new technologies and interactive exhibition styles into its approach and its effort to operate a participatory process with its modular and interactively designed exhibition spaces, it would be no mistake to state that DOMiD embraces the "new museology".

6. Conclusion

Viewing through the lens of critical approaches on the roles of museums, in this study, I examined how DOMiD, which I argued constitutes an example of 'new museology', operates the concept of 'contact zone' and adopts a 'from below' approach in its museum representation of migration. I delve into scholarly research that critically examines the historical role of museums as spaces of power and influence, where societal hierarchies are reinforced and specific narratives are promoted. As studies indicate museums historically have been instrumentalized to legitimize prevailing social, political, and cultural ideologies, and actively contribute to the construction of a national historical narrative through selective processes of remembering and forgetting. Over the past three decades, there has been a noticeable shift in how museums are perceived and the roles they fulfill in modern society. This change encompasses both theoretical and practical dimensions, indicating a departure from conventional practices.

Transformations of museum space are commonly approached from two different perspectives: 'from above' and 'from below' (Hooper-Greenhill, 2020). The 'from below' approach, influenced by a culturalist framework, argues that museums are contextually diverse, democratically negotiated spaces with the potential for inclusive spaces (Clifford 1997; Chakrabarty 2002; Sandell 2007). The "from above" approach, on the other hand, treats museums as a pedagogically oriented instrument of the state that envisions and enacts a coherent understanding of national history.

Given the role of museum space in the formation and consolidation of nation-states, migration museums constitute an intriguing instance as they engage in processes of contestation, negotiation, and reinterpretation, addressing the historical and ideological legacy and heritage of museums. Migration movements between Turkey and Germany, which have a history of more than 60 years, constitute a remarkable example of the emergence of transnational identities that have evolved and transformed over time, influenced by generational shifts as well as changing political and economic circumstances. I examined how DOMiD, founded in the 1990s by a group of migrants from Turkey, approaches the museum representation of migration history. I argued that DOMiD, adopting a 'from below' approach, modeled its museum approach and practices on Clifford's concept of the 'contact zone'.

References

- Anderson, B. (2006) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Baur J. (2017) "Staging Migration – Staging the Nation. Imagining Community at Immigration Museums", in Reinhard B., Hofmann K. P. & Sommer U. (eds.), *Between Memory Sites and Memory Networks. New Archaeological and Historical Perspectives*. Berlin: Edition Topoi.
- Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. London: Routledge.
- Bennett, T. (2006a). 'Civic Seeing: Museums and the Organization of Vision', in Macdonald, S. (ed.) *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Bennett, T. (2006b). 'Exhibition, difference and the logic of culture', in I. Karp, C.A. Kratz, L. Szwaja and T. Ybarra-Frausto (eds.) *Museum Frictions*, Durham, NC, and London: Duke University Press.
- Bennett, T. (1999). 'Exhibitionary Complex'. in Boswell, D. and Evans, J. (eds.) *Representing the Nation: A reader: Histories, Heritage and Museums*. London: Routledge.
- Bhabha, H. (1990). 'Narrating the Nation', in Bhabha, H. (eds.) *Nation and Narration*. London: Routledge.
- Boast, R. (2011). Neocolonial collaboration: Museum as contact zone revisited. *Museum anthropology*, 34(1), 56-70.
- Bourdieu, P., Darbel, A., & Schnaper, D. (2012). 'Conclusion to the Love of Art'. *Museum studies: An anthology of contexts*, 453-456.

- Clifford, J. (1997). *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chakrabarty, D. (2002). Museums in Late Democracies, *Humanities Research*, 9(1), pp. 5–12.
- Duncan, C. (1995). *Civilizing Rituals: Inside Public Art Museums*. New York: Routledge.
- Duncan, C. (2005). 'The Art Museum as Ritual', in Corsane, G. (eds.) *Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader*. New York: Routledge.
- Eryilmaz, A. (2007). The political and social significance of a museum of migration in Germany. *Museum International*, 59(1-2), 127-136.
- Evans, J. (1999). 'Introduction: Nation and Representation', in Boswell, D. and Evans, J. (eds.) *Representing the Nation: A reader: Histories, Heritage and Museums*. London: Routledge.
- Frey, B. and Meier, S. (2006). 'Cultural Economics', in Macdonald, S. (eds.) *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Frey, B. S. and Meier, S. (2014). 'The Economics of Museums', in Ginsburgh, V. A. and Throsby, D. (eds.) *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Oxford: Elsevier.
- Gourievidis, L. (2014). *Museums and Migration: History, Memory and Politics*. Routledge.
- Harvey, D. (2000). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Blackwell.
- Hooper-Greenhill, E. (2020). *Museums and the interpretation of visual culture*. Routledge.
- Karp, I., & Kratz, C. A. (2014). The interrogative museum. in *Museum as Process*. Routledge.
- Lavine, S. D., & Karp, I. (1991). Introduction: Museums and multiculturalism. *Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display*. Smithsonian Institution.
- Lavine, S. D., & Karp, I. (1991). Introduction: Museums and multiculturalism. in Karp, I. (eds.) *Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display*, 1-9.
- Macdonald, S. (2006). 'Expanding Museum Studies: An Introduction', in Macdonald, S. (eds.) *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Macdonald, S. (2012). Museums, national, postnational and transcultural identities. *Museum studies: An anthology of contexts*, 273-286.
- Nora, P. (1989). Between memory and history: Les lieux de mémoire. *Representations*, 26, 7-24.
- Pearce, S. (1991). *Museum Economics and the Community*. Susan Pearce. Cambridge: The Athlone Press.
- Poehls, K. (2011). Europe, blurred: Migration, margins and the museum. *Culture Unbound*, 3(3), 337-353.
- Pelsmaekers, K., & Van Hout, T. (2020). People on the move: how museums de-marginalize migration. *Social Semiotics*, 30(4), 607-624.
- Sandell, R. (2007). *Museums, Prejudice and the Reframing of Difference*. Oxon: Routledge.
- Small, S. (2011). Slavery, colonialism and museums representations in Great Britain: old and new circuits of migration, *Human Architecture*, 9(4): 117–27.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- Vergo, P. (1989). *The New Museology*. Peter Vergo. London: Reaktion Books.
- Walsh, K. (2002). *The representation of the past: museums and heritage in the post-modern world*. Routledge.

Özet

Müzenin rollerine ilişkin eleştirel yaklaşımların merceğinden baktığım bu çalışmada, 'yeni müzecilik' örneği oluşturduğunu savunduğum DOMID'in göçün müzedeki temsilinde 'temas bölgesi' kavramını nasıl işlettiğini ve 'aşağıdan' bir yaklaşımı nasıl benimsediğini inceledim. Araştırmaların da gösterdiği gibi, müzeler tarihsel olarak hakim sosyal, siyasi ve kültürel ideolojileri meşrulaştırmak için araçsallaştırılmış ve seçici hatırlama ve unutma süreçleri yoluyla ulusal bir tarih anlatısının inşasına aktif olarak katkıda bulunmuştur. Son otuz yılda, müzelerin algılanış biçimlerinde ve modern toplumda üstlendikleri rollerde gözle görülür bir değişim yaşanmıştır. Müze

mekanının dönüşümüne genellikle iki farklı perspektiften yaklaşılmaktadır (Hooper-Greenhill, 2020). 'Yukarıdan' ve 'aşağıdan'. Kültüralist bir çerçeveden etkilenen 'aşağıdan' yaklaşım, müzelerin bağlamsal olarak çeşitlilik gösteren, demokratik olarak müzakere edilen ve kapsayıcı alanlar yaratma potansiyeli olan mekânlar olduğunu savunur (Clifford 1997; Chakrabarty 2002; Sandell 2007). Öte yandan "yukarıdan" yaklaşım, müzeleri, tutarlı bir ulusal tarih anlayışı öngören ve dayatan, devletin pedagojik yönelimli bir aracı olarak ele alır.

Müze mekânının ulus-devletlerin oluşumu ve pekişmesindeki rolü göz önünde bulundurulduğunda, göç müzeleri, müzelerin tarihsel ve ideolojik mirasını ve mirasını ele alan tartışma, müzakere ve yeniden yorumlama süreçlerine katıldıkları için ilgi çekici bir örnek teşkil etmektedir. Türkiye ve Almanya arasında 60 yılı aşkın bir geçmişe sahip olan göç hareketleri, kuşak değişimlerinin yanı sıra değişen siyasi ve ekonomik koşullardan etkilenerek zaman içinde gelişen ve dönüşen ulusötesi kimliklerin ortaya çıkışına önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bu çalışma, 1990'larda bir grup Türkiyeli göçmen tarafından kurulan DOMiD'in göç tarihinin müzelerde temsiline nasıl yaklaştığını incelemektedir. Bu çalışma, DOMiD'in müze yaklaşımı ve uygulamalarında 'aşağıdan' bir yaklaşımı benimsediğini ileri sürmektedir.

Suriyeli Mülteciler ve Zenofobik Algı Yönetimi Bağlamında Sosyal Medyanın Etkileri; İstanbul Tarlabası'nda Dom Çingeneleri

Fatih Uğur Biber¹

Öz

2010 yılında başlayan, 2011'de şiddetlenen olaylarla Ortadoğu bir kere daha kan gölüne dönerken Suriye'de başlayan iç savaştan kaçan milyonlarca masum insan da komşu ülkelere doğru kaçmaya başlar. Bu insanların büyük kısmı Türkiye'ye gelirken bazıları da Ürdün'e sığınır. Türkiye'de "misafir" olarak isimlendirilen bu insanların sayısı arttıkça ve geri dönüşlerinin artık mümkün olmadığı ortaya çıktıkça medya ve özellikle de sosyal medya mecraları üzerinden kara propaganda ve bilgi kirliliği yaratılırken nefret söylemleri ve yabancı düşmanlığıyla körüklenen eylemler de ortaya çıkmaya başlar. Bu süreçte Türkiye'nin neredeyse her tarafına yayılmış Suriyelilerle farklı çatışma ortamları yaşanırken İstanbul'da Tarlabası bölgesine sığınan Dom çingeneleri ise hem çingene ve hem de mülteci olmanın sıkıntılarını katlanarak yaşamaya başlarlar. Bakış açıları, yaşam biçimleri, geleneksel tutum ve davranışlarıyla diğer mültecilerden ayrılan Dom çingeneleri kendi dünyalarında yaşamaya çabalarken aslında sosyal hayattan uzaklaşmakta ve bu davranışlarıyla da sosyal yalnızlık ve izolasyona itilmektedirler. Böylece komün hayatı yaşamaya başladıkları izbe ve harabe evlerde Dom çingeneleri hayatta kalmaya çalışırken bir yandan da mümkün olduğunca sosyal hayattan uzak durmaya çalışırlar. Dom çingeneleri genellikle çadırlarda, izbe ve terk edilmiş yerlerde yaşayan insanlar olduğundan Tarlabası'ndaki yeni komün hayatları onlar açısından farklı değildir; ancak çingene olmanın ötesinde mülteci ya da Suriyeli olarak nitelendirilme hayatlarını zora sokmaktadır. Şehrin karmaşasında komün hayatı yaşamak, sosyal toplum tarafından görünmez olmak, devlet ve yerel yönetimlerce rahatsız edilmemek, geri gönderilmek korkusundan uzak yaşamak ve kendi klasik izole hayatlarını gelenekleriyle devam ettirmek isteyen Dom çingeneleri bu maksatla İstanbul'un en heterojen bölgesi olan Tarlabası'na gelmişlerdir. Bu çalışma kapsamında Suriye'den kaçıp gelen sığınmacıların yaşadıkları kronolojik bir tarihi sistem içerisinde verilmeye çalışılırken genelde geçici koruma altındaki Suriyeliler ve özelde de Tarlabası'nda yaşayan Dom çingenelerinin hayatları ve özellikle sosyal medya üzerinden kendilerine yönelik saldırılar, nefret söylemi ve yabancı düşmanlığı kavramları üzerinde durulacaktır.

Anahtar kelimeler: Geçici koruma altındaki suriyeliler, dom çingeneleri, tarlabası, nefret söylemi, yabancı düşmanlığı.

¹ **Sorumlu yazar/Corresponding author:** Doktora Öğrencisi Fatih Uğur Biber, Girne Amerikan Üniversitesi İletişim Fakültesi Communication and Media Management, fatihugurbiber@gmail.com, ORCID: 000-0002-4122-222X

Atıf/Citation: Biber, F. U. (2023). Suriyeli mülteciler ve zenofobik algı yönetimi bağlamında sosyal medyanın etkileri; İstanbul Tarlabası'nda Dom çingeneleri. *Bursa Uludağ Journal of Economy and Society*, 42(2), 157-182.

Syrian Refugees and the Influences of the Social Media in the Context of Xenophobic Perception Management; Dom Gypsies in Istanbul Tarlabaşı

Abstract

As soon as the armed conflicts break out in the Middle East in 2010 intensifying in 2011 that geography once more turns out to be a bloody spot and the millions of innocent people escaping from the civil war in Syria head for the neighboring countries. Most of these people run towards Turkey, and some take refuge in Jordan. Those people taken refuge in Turkey are firstly named as “misafir” in Turkey. On the other hand the more the number of the refugees increase the more problems start coming to the surface since the possibility of the refugees turning back to their own country is hardly possible. Then the black propaganda and the disinformation appear as well as the hate speech/discourse and the xenophobic approaches. Thus the Syrian refugees spread all over Turkey start experiencing different conflicts, and the problems. On the other hand the Dom gypsies of Syria being the refugees as well as being the gypsies experience the problems doubly. While Dom gypsies, who differ from other refugees with their perspectives, lifestyles, traditional attitudes and behaviors, try to live in their own world, they actually move away from social life and are pushed into social loneliness and isolation with these behaviors. While trying to survive in their ruined and deserted flats with the communal life, they also try to keep themselves away from the social life if possible. Since Dom gypsies are people who generally live in tents, isolated and abandoned places, their new communal life in Tarlabaşı is no different for them; however, being described as refugees or Syrians beyond being gypsies makes their lives difficult. Dom gypsies, who wanted to live a communal life in the chaos of the city, be invisible to the social community, not be disturbed by the state and local governments, live away from the fear of being sent back, and continue their classical isolated life with their traditions, have come to Tarlabaşı being the most heterogeneous region of Istanbul, for this purpose. This research will focus on the chronological events of the refugees after the Syrian civil war up to day, but mainly deal with the Dom gypsies' lives, the hate speech and xenophobic approaches against them, living at Tarlabaşı province.

Keywords: Syrian refugees, dom gypsies, tarlabaşı, hate speech, xenophobia.

1. Giriş

Muhammed Bouazzi isimli sokak satıcısının işporta tezgahının elinden alınmasıyla başlayan ve Arap Baharı olarak Mısır, Libya, Fas, Bahreyn, Ürdün, Cezayir, Lübnan, Suriye başta olmak üzere bütün Ortadoğu'yu etkileyen olaylar 17 Aralık 2010 tarihinde başladı. Ardından Tunuslular sokaklara dökülüp protestolara başlayınca hükümet istifa etti, ardından yeni bir yönetim işbaşına geldi. Bu ülkelerde orta ve daha alt sınıftan insanlar sokaklara çıkmaya başladılar ve bu hareket Tunus, Mısır, Libya ve Yemen'de hükümetlerin devrilmesine yol açtı. Suriye'de ilk şaşırtıcı hareketse duvarlara “Halk rejimin devrilmesini istiyor” yazan iki öğrenciyle 15 Mart 2011'de başladı (Coştan and Yaylı, 2020; 2086). İlk başlarda bu hareketin totaliter rejimlerin hüküm sürdüğü baskıcı ülkelerde eşitsizlik ve sosyal adaletsizliğe ve gittikçe ağırlaşan ekonomik şartlara karşı yapıldığı düşünüldü. Öte yandan zengin petrol ve doğalgaz yataklarının bulunduğu Ortadoğu coğrafyasının bazı Batılı güçler tarafından da karıştırıldığı ve provoke edildiği de ortaya çıktı. 2011 yılında Suriye'de kaos ve karmaşa ortamının ortaya çıkmasının hemen ardından binlerce Suriyeli de ülkelerini terk ederek Türkiye sınırına doğru yola çıktılar. Esad rejimi ülkedeki rejim karşıtı gösterileri ağır askeri tedbirlerle bastırmaya kalkınca da kaçınılmaz olarak ülkede iç savaş ortaya çıktı. O dönemde merkezi yönetimin güç kaybetmeye başlamasıyla birlikte Suriye'de mahalli pek çok örgütlenmeler ve dini ve etnik tabana yayılan terörist organizasyonlar da hâkimiyet kurdukları bölgelerde kendini göstermeye başladı (Coştan and Yaylı, 2020; 2081). 2012 yılından itibaren evrensel insan haklarına yönelik suçlardaki korkutucu artış ülkede insani yardımlara yönelik ihtiyaç ve talebi de ortaya çıkarttı. Türkiye bir yandan bu kanlı sorunu diplomasi ve görüşmeler vasıtasıyla çözmeye çalışırken bir yandan da coğrafi ve kültürel yakınlık, inanç eksenini ve ülkelerini terk ederek Türk sınır kapılarına yönelen Suriyelilere

yönelik insani duygular nedeniyle ve uyguladığı “açık kapı stratejisine” bağlı olarak sınır kapılarını ve kontrol noktalarını savaşın sona ermesiyle birlikte bu insanların ülkelerine geri dönecekleri düşüncesiyle bu insanlara sonuna kadar açtı.

Türkiye böylece bu insanlara “geçici ikamet izni/temporary residence permit” sağlarken ulusal ya da uluslararası hukukta yeri ve benzeri olmayacak bir şekilde onları da “misafir/guest” (Carcél, 2022; 15) olarak isimlendirdi. Esasında “Suriyeli mülteciler” ve “misafir/guest” olgusu ile bu insanlara sağlanan gerçek resmi statü tamamen birbirinden farklı ve resmi anlamlar taşımaktadır. “Soğuk Savaş sonrasında yaşanan en kötü insanlık dramı” (Berti, 2015;41) olarak adlandırılan Suriye iç savaşı 2011 yılından başlayarak ve şartların iyiden iyiye ağırlaşması ve katlanılmaz hale gelmesiyle 2016’da yoğunlaşarak yaklaşık 4.800.000 Suriyeli insanı mülteci konumuna sokmuştur (US Department of State Case No F-2015-09834 DOC C06138428, dated 02.28.207; Sensitive but Unclassified). Bu durumun en kötü yanı ise ekonomik çöküş riskini göze alamayacak pek çok Ortadoğu ülkesinin bulunduğu bu coğrafyada askeri güçle ekonomik gücün yoksullukla başa baş gitmesidir (Kartveit ve Jumbert, 2014;10) Şartların bu kadar zorlu olduğu bu coğrafyada istikrar ve güven hariç, kaos, karmaşa, ihtilaf, çatışma ve savaş gibi olumsuz pek çok şey vardır (Vertovec, 2023;4). Böyle olunca da bu bölgede yaşayan insanlar çoğunlukla bölge dışında yaratılan belirsizlik, kargaşa, gerginlik ve çatışma ortamında yaşamak zorundadırlar (AFAD, 2014; 11). Sözkonusu karmaşa,kargaşa ve çatışma ortamında yaşamaya çalışanlardan birisi de genel anlamda “çingene” olarak adlandırılan ve Suriye’den kaçtıktan sonra İstanbul’un Tarlabası bölgesine yerleşen Dom çingeneleridir. Hindistan’da yaşayan Domba denilen grupla ilgili oldukları düşünülen Dom çingeneleri 7-10. Yüzyılda İran üzerinden Ortadoğu’ya gelmişler ve ağırlıklı olarak Suriye’ye yerleşmişlerdir. Hint-Avrupa dil ailesine bağlı Domari denilen bir dil konuşan ve nüfusları yaklaşık 5 milyon kadar olan Dom çingeneleri sosyal hayattan uzak olmaları, hayatlarını genellikle çalgıcılık, sepetçilik, demircilik, kalaycılık, falcılık, dilencilik, hurdacılık, at arabacılığı yaparak kazanmakta, yerleşim merkezlerinden uzak yerlerde yaşamayı tercih etmekte, meskûn mahallere girme konusunda imtina etmekte, çocuklarını genellikle okula göndermemektedir. Suriye krizi sonrasında İstanbul Tarlabası’nda terk edilmiş sahipsiz izbe evlere yerleşen Dom çingeneleri de aynı özellikleri taşımakta, aynı geleneksel işleri yapmakta, çocuklarını genellikle okula göndermezken konar göçer hayatları yerine altyapıdan yoksun yerlerde yaşamakta ve genellikle İstanbul’daki küçük ölçekli sanayi tesisleri, merdiven altı atölyeler ve işyerleri için ucuz işgücü olarak algılanmaktadırlar.

2. Türkiye ve Ortadoğu

Türkiye’nin Ortadoğu’ya yönelik dış siyaseti ve yaklaşımı çok eski ve tarihsel geleneklere dayalıdır. Cumhuriyet öncesi dönemde aynı topraklarda yerleşmiş bulunan Osmanlı İmparatorluğu tarih boyunca bölgenin en büyük devletlerinden birisi olduğundan (Dora, 2014; 123) esasında Ortadoğu coğrafyasıyla ilgili çok büyük bir strateji de planlamış durumdaydı. Bu stratejinin temelinde ilk olarak Osmanlı’nın güç ve refahının Anadolu’nun birliğine ve ardından da Anadolu’nun refah ve güvenliğinin Ortadoğu siyaseti ve coğrafyasının bütünlüğüne bağlı olması yatmaktaydı. Soğuk Savaş sürecinde Türk dış politikasının özellikleri ise esas olarak Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)’nin çevreleme ilkesine ve Arap milliyetçiliğine ve her ne kadar Batılı müttefikleri bunu reddetse de Ortadoğu’nun petrol yataklarına girişi koruma esasına dayanmaktaydı (Altınışık, 2009;173). Öte yandan Osmanlı’nın ardından genç Türkiye Cumhuriyeti devleti özellikle Soğuk Savaş döneminde bazı siyasi sebeplerle tarihi, fiziki ve kültürel bağlarının bulunduğu Doğu ve Ortadoğu coğrafyasını uzun süre görmezden geldi, ihmal etti. Durum böyle olunca da sürecin dinamikleri Arap dünyasıyla Türkiye’yi farklı kutuplara itmiş oldu (Seker; 2010; 24). Bu da Türkiye’nin değişen yeni

dünya düzeninde iki kutup arasında kalmasına, bocalamasına da sebep oldu. Ortadoğu coğrafyasındaki ülkelerin yaşadığı travmatik olaylar ve değişen küresel şartlar böylece ülkenin kimlik tartışmalarını ve dış politikasını da etkiledi (Yüksel, 2019; 9).

Türkiye geleneksel olarak Batı merkezli bir dış siyaset benimsemiş durumdadır. Ortadoğu'yla ilgili sorunlar da Türkiye'nin ekonomiden güvenliğe menfaatlerini doğrudan etkilemiş durumdadır. Bu anlamda 2000'li yılların başında "transit göç ülkesi" durumunda olan Türkiye (İçduygu ve Aksel, 2013; 170) sorunlara kayıtsız bir dış siyaset yürütemeyeceğini görmüş durumdadır. Her şeyden önce bilinmesi gereken ilk nokta Türkiye'nin bölgeye yönelik dış siyasetinin stratejik olmasıdır ve bu da karşılıklı güven ve karşılıklı saygıya dayanmaktadır (Al-Ghazzi ve Kraidy, 2013; 2350 ve Volk, 2013;12, Cirlig, 2013;1). 2000'li yıllardan itibaren Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) tarafından benimsenen yeni bakış açısıyla birlikte Türk dış politikasındaki geleneksel roller terk edilmiş ve cumhuriyetin ilk yıllarında uygulanan "önleyici" dış politikaya tamamen zıt bir anlayış geliştirilmiş (Taş, 2022;724) ve yeni roller benimsenmeye başlanmıştır (Mengüaslan, 2016; 88). Böylece Ortadoğu'ya yönelik yeni bir bakış açısıyla birlikte Batılı müttefiklerin bakış açısına da uygun yeni bir yol bulunmaya çalışılmış, Ortadoğu coğrafyasına daha çok önem akdedilmiş ve işbirliği yolları aranmıştır (Danforth, 2018, 84-85). Tamamıyla yeni kendi dış politikasını ortaya koyma çabasında olan AKP hükümeti (Altunışık ve Martin, 2011; 570) proaktif ve yeni bir düzen inşa edici dış politika benimsemiştir (Telatar, 2015;493) ve bu da pek çok bakımdan liberal ve reform paketleri uygulamayı seven Turgut Özal'ın dış siyasetine benzemektedir (Raptopoulos, 2004;5 ve Köse, 2013;171).

Dönemin Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu'na ve onun siyaset vizyonuna göre "stratejik derinlik" ve "komşularla sıfır sorun" yaklaşımı (Aras, 2009;128) yeni Türk dış politikasının da bu süreçte temelleri (İnaç ve Hadji, 2022; 311) olarak adlandırılır (Murinson, 2012;4 ve Islam, 2021; 180). Türkiye'nin Batılı ve İslam kimliklerini "dengelemek/uyumlamak" (Danforth, 2018; 90) olarak da adlandırılan bu bakış açısı Türkiye'ye o dönemde etrafındaki bütün sorunlarda "komşularla sıfır sorun" ilkesine bağlı olarak aktif rol ve misyon üstlenme gibi sorumluluklar da verecektir (Dufner ve Berthold, 2010; 2 ve Davutoğlu; 2004; 551-560). Bu durum teoriye göre ayrıca komşularla en üst düzeyde işbirliği ve entegrasyon da sağlayacaktır (Günay ve Renda, 2014; 55) Bazılarınca bu durum "Yurtta sulh, cihanda sulh" ilkesine bağlı olarak barış temalı bir yaklaşım olarak da değerlendirilir (Perthes, 2010; 2). Uluslararası dünyada aktif bir rol oynamak isteyen AKP hükümetiyle birlikte (Raptopoulos, 2004; 2) Türkiye'nin bölgede düzen kurucu aktör olarak imajını sağlamlaştırmak için "hükümetin muhafazakar demokrat kimliğiyle merkezi bir güç olduğunu ileri süren" çok büyük çabalar gösterdiği de ortaya çıkmıştır (Grigoriadis, 2010; 4 ve Kardaş, 2021; 3) ve bu sadece bölgesel bir güç olmanın ötesindedir (Efegil, 2016;51, Grigoriadis, 2010; 5 ve Schmid, 2018;2). Öte yandan Arap Baharı'na bağlı karışıklıklar daha ortaya çıkmadan önce de Suriye siyasi karmaşa, ekonomik istikrarsızlık, devam eden iç çatışmalar, yaptırımlar ve yatırımlara yönelik devlet baskılarıyla anılan ve istikrarsızlıklarıyla ön plana çıkan bir ülkedir (Cordesman, 2012; 30, Balcer, 2014; 25 ve Larrabee ve Nader, 2013; 2) ve Türkiye bu ülkeden gelecek mültecilere kapılarını açacaktır.

3. Türkiye'nin bölgeye yönelik sosyal ve ekonomik tedbirleri

911 km'lik Suriye sınırıyla geçici koruma altındaki Suriyelilerin mali yükünün büyük bir kısmını omuzlayan Türkiye, Mart 2011'den itibaren derhal farklı şehirler geçici barınma merkezleri kurmaya başlamış, 10 ilde 20 geçici koruma merkezi tesis etmiştir. Bu geçici korunma merkezleri ve barındırdıkları mülteci sayısı ise Şanlı Urfa Akçakale (27.527) (AFAD, 2016; 12), Şanlı Urfa (Ceylanpınar (24.696), Kilis Elbeyli Beşiriye (16.194), Kahraman Maraş (14.956), Kilis Öncüpınar

(13.989), Şanlı Urfa Harran (13.861), Gazi Antep Nizip-I (11.534), Adıyaman (10.251), Adana Sarıçam (10.147), Gazi Antep İslahiye (9.668), Osmaniye Cevdetiye (8.739), Gazi Antep Karkamış (7.437), Malatya Beydağı (7.047), Gazi Antep Nizip-II (5.104), Hatay Apaydın (4.650), Hatay Yayladağı-II (3.476), Hatay Yayladağı-I (3.258), Mardin Midyat (3.035), Hatay Altınöz-II (2.791), Hatay Altınöz-I (1.519) (AFAD, 2016) ; 11) şeklindedir. Suriye krizinin başlamasıyla birlikte Türkiye geçici koruma statüsü altında bu insanları kabul etmeye hazır olduğunu ve ilk etapta ortaya çıkacak ekonomik maliyeti karşılama konusunda gönüllü olduğunu ortaya koydu. Öte yandan Türkiye gittikçe artan mülteci sayısıyla birlikte özellikle soruna çözüm bulma iddiasında olan ülkelerden sürdürülebilir sorumluluk paylaşımı ve sınırlı imkanlarla çözülemeyecek sorunlara yönelik yardım talebinde de bulundu. Bilindiği üzere global ekonomik güçlükler büyük göçmen/mülteci kütleleriyle birlikte dünyanın her yerinde kendini göstermektedir. Özellikle bu mülteciler/göçmenlerle onlara ev sahipliği yapanlar finansal anlamda en büyük zorluğu çekenler olmakta, gittikçe artan mülteci akınıyla birlikte özellikle son dönemde yaşanan Covid-19 pandemisi de uluslararası camiayı insanlık dramı bu durum karşısında bile mali anlamda daha temkinli davranmaya itmiştir. Mültecilerin ve ev sahibi ülke olarak Türkiye'nin taleplerinin karşılanması halinde sürecin sonunda mülteciler ülke ekonomisine ve gelişimine de katkı olarak değerlendirildiğinden "Geride hiç kimseyi bırakmamak" prensibi ve "Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri" doğrultusunda mültecilerin olumlu katkılarını en üst düzeye çıkarabilmek amacıyla Türkiye gibi ev sahibi ülkeleri devamlı surette desteklenmesi gerekmektedir; ancak bu desteğin Batılı ülkelerce karşılandığı da pek söylenemez. Böylece Türkiye askeri tehditler ve güvenlik kaygıları dışında bu noktada ilk etapta üç önemli unsuru hedeflemiş görünmektedir; geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin, uluslararası koruma başvuru sahiplerinin ve statü sahiplerinin korunmasına katkıda bulunmak; her ev için sağlık, eğitim, sosyal hizmetlerin yanı sıra belediye hizmetleri ve yerel çözümler, kapsayıcılık ve hizmetlere erişimin desteklenmesi; tarımsal faaliyetler ve işletme için QR kodları kullanarak uyum, el sanatlarını geliştirmek, kendine yeterlilik ve çözümleri teşvik etmek (Göç İdaresi Başkanlığı, 2023; 18-19 ve <https://www.kizilay.org.tr/Haber/HaberArsiviDetay/5912>).

Mülteci krizi ve ev sahibi² ülkenin insani ve ulusal güvenliği ele alınacak olursa hep söylendiği üzere iyi sınırlar iyi komşuluklar/dostluklar geliştirir. Bir ülkenin devlet olabilmesi için önce toprağa, sonra da nüfus, egemenlik ve hukuki kişiliğe sahip olması gerekir. Böyle olunca da güvenlik kavramı (Buzan, Waever ve Wilde, 1998; 3) nüfus olgusundan ortaya çıkar. Bu da "insan güvenliği" olarak bilinen ev sahibi ülke insanların her türlü güvenliğiyle ilgili bir sorundur (Alhelou, 2021. Böylece sınır güvenliği kavramı da ön plana çıkar ve bu sadece belli bir toprak parçasını korumak değil, aynı zamanda o ülke insanlarını da korumak anlamındadır. Bu noktada ortaya çıkabilecek suçların tamamına ise organize suç, ulus ötesi suçlar ve ulus ötesi terörizm de denmektedir ve göç veren devletlerde³ ülkeyi, içinde yaşayanları ve mülteci olarak gelenleri bu tehditlerden korumak son derece önemlidir. Suriyeli mültecilerin Avrupa ülkelerindeki durumlarıyla mukayese edildiğinde, aralarındaki kültürel, dinsel, sosyal benzerlikler ve değer manevi bağlar nedeniyle çoğunluğu alt sınıflardan oluşan Suriyeli mültecilerin Türkiye'ye uyumu bir ölçüde daha kolay görünmektedir. Böyle bir benzerliği özellikle Türkiye'nin sınır hattında geçici koruma merkezleri açılan Hatay, Şanlı Urfa, Kahraman Maraş, Adıyaman gibi illerde rahatlıkla ve açıkça görmek mümkündür.

Geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin Türkiye'ye geldikleri şehirler ağırlıklı olarak Halep (%35.7), Idlib (%20.9), Rakka (%10.9), Lazkiye (%9.2), Hama (%7.5), Hasiçi (5.4), Deir ez-Zor (%3.9), Şam (%3.8), Homs (%1.7), Suveyde (%0.4), Daraa (0.3), Kuneytire (%0.1) ve Tartus (%0.1) olmuştur. Öte yandan

² Bu ifade mültecileri kabul eden ülke (host) anlamında kullanılmıştır.

³ Bu ifade göç veren ülke (failed state) anlamında kullanılmaktadır.

mültecilerin sınır kapılarından geçmeye başlamasıyla birlikte ağırlıklı olarak ekonomik, güvenlik, sosyal hayat ve dış politikayla ilgili çatışmalar, sorunlar, beklenmedik problemler de gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. O güne kadar güvenlik odaklı bir yaklaşıma sahip olan Türkiye, özellikle bölgedeki Suriye karışıklığından sonra moral odaklı bir yaklaşıma yönelmiştir. Bir bakıma “Yurtta sulh, cihanda sulh” prensibinden ayrılan Türkiye, bölgede güçlü bir ülke olarak, bölgesel arabulucu rolü üstlenerek Ortadoğu’ya açılan kapı olarak başlangıçta Ortadoğu’da farklı bir politika izliyormuş gibi görünmektedir. Mülteci krizi gibi insani sorunların çözümüne mekik diplomasisi ve etkin kriz yönetimiyle katkı sağlayan, Suriyeli mültecilerin koruyucusu olan (Alterman ve Barnett, 2013;5), ayrıca muhtemel bir rol model haline gelen (Sever, 2020;7) ve stratejik ve politik bir oyuncu olan (Donelli, 2018;6). Türkiye’de sokaktaki sıradan insanın görmezden geldiği bir eksik nokta bulunmaktadır. Mültecinin neden geldiğini anlamak, uluslararası korumaya ihtiyacı olup olmadığını görmek burada temel sorundur. Cevap “Evet” ise sorumluluk devletin ve kamuoyundur. Değilse, her ülkenin kendi göç politikaları vardır ve mülteciyi geri gönderir; ancak uluslararası korumanın ayrımcılığı çok incelikli ve önemli bir husustur. Öte yandan şehir hayatı, geçici koruma merkezlerinde yaşamaktan çok daha zor olmasına rağmen mültecilerin büyük bir kısmı aşağıdaki nedenlerden dolayı şehirlere taşınmayı seçmiştir (Türkay, 2019; 10);

- a) Mülteci sayısının koruma kamplarının kapasitesinden fazla artması
- b) Akrabaların sağladığı iş, ulaşım, kiralık ev gibi olanaklar, aile ilişkileri ile maddi güç
- c) Türkiye’de yasa dışı yollardan bulunan Suriyelilere yönelik kısıtlama ve ödenek verilmemesi

Halen ağırlıklı olarak İstanbul Tarla başı’nda yaşamakta olan Dom çingeneleri ise bu kategoriden biraz ayrılmaktadır. Suriyelilerin çoğunlukla ekonomik güçlerine bağlı olarak şehrin banliyölerinde ve gettolarında yaşamaya başlamasıyla “kentsel yerleşim bölgeleri” kavramı ortaya çıkmıştır (Savran ve Sat, 2019; 286). İstanbul şehrinin neredeyse merkezi sayılan Beyoğlu Tarla başı’nda da söz konusu Dom çingeneleri kendi kentsel yerleşim bölgesini yaratmış, şehrin kalbinde; ancak sosyal hayattan uzak bir komün hayatına başlamıştır. Türkiye’deki büyük şehirlerde yaşayan ve o şehrin kamusal alanlarını Türk halkıyla paylaşan Suriyelilerin insani güvenlik, temel ihtiyaçlardan uzaklık ve fiziksel özgürlük alanlarında doğrudan veya algısal birçok güvenlik tehdidiyle karşı karşıya kaldıkları anlaşılmaktadır. Aynı güvenlik tehditlerini yaşayanlar arasında Dom çingeneleri de vardır. Tüm bunlara ek olarak onurlu bir yaşam sürme hakkı da hem bu insanlar hem de şehrin yerel vatandaşları tarafından zaman zaman dile getirilen insani güvenlik konuları arasında yer almaktadır (Bachelard, 1964; 67). Böylece misafir ile ev sahibi arasında karşılıklı bir güvensizlik ve hoşnutsuzluk ortamı ortaya çıkmaktadır. Bugün özellikle İstanbul’da ortaya çıkan durum budur. AFAD’ın 2016 yılı kayıt bazlı verilerine göre geçici koruma merkezleri dışında İstanbul’da yaşayan geçici koruma altındaki Suriyelilerin nüfusu ise 393.135’tir (AFAD, 2016; 16). Bu sayı 14 Eylül 2023 itibarıyla 523.235 olmuştur.

Geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin büyük çoğunluğu çadır ve konteynerlerden oluşan geçici koruma merkezlerinde yaşamayı ve kalmayı tercih etmemektedir (Erdoğan, 2014;19). Bu şehirlerin birçoğunun hâlihazırda çeşitli yapısal sorunlarla karşı karşıya olduğu göz önüne alındığında çok sayıda geçici koruma altındaki Suriyelinin gelişi yoksulluğun artmasına ve kamu hizmetlerine erişimde eğitim, sağlık hizmetleri, ulaşım, barınma, istihdam gibi pek çok soruna yol açmıştır. Türkiye’deki geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin en önemli özelliklerinden biri de özellikle 2013 yılından itibaren “kent mültecilerine” dönüşmüş olmalarıdır (Topalakçı, 2019; 14). Bunlar arasındaki Tarla başı’nda yaşayan Dom çingeneleri herhangi bir statüye sahip olmadan düzensiz göçmen olarak bölgede bulduklarından devletin başta eğitim ve sağlık olmak üzere hiçbir altyapı hizmetinden faydalanmamaktadırlar. Bu durumda bütün risklerine ve öldürücü sonuçlarına rağmen merdiven altı sağlık merkezlerinde çözüm aranmaktadır. Öte yandan Türkler ve Suriyeliler arasında en önemli

benzerlikler dinsel, entelektüel ve kültürel, dilsel benzerlikler, gelenek ve göreneklerdeki benzerlikler, sanatsal, müzikal ve tiyatral benzerlikler ile etnik ilişkilerdir. Aslında güvenlik kaygıları nedeniyle gittikleri ülke ve o ülkenin vatandaşlarıyla etnik ve dini köken benzerlikleri gibi kültürel bağların ve benzerliklerin yüksek olması, o ülkenin vatandaşları ile mülteciler arasındaki uyumu kolaylaştırmakta ve iki toplum arasında daha az sorun yaşanmasına neden olmaktadır.

Kültürel yakınlık, kültür ve sosyal yaşam benzerlikleri başlangıçta toplumsal kabul için ilk günlerde Türkiye’de olduğu üzere önemli bir etken gibi görünse de ülkede mültecilerin kalış sürelerinin uzun sürmesi, mülteci sayısının artması, Türkiye’de toplumsal ve siyasal koşulların değişmesi karşılıklı algıların ve karşılıklı anlayışların değişimini ve dönüşümünü de olumsuz yönde tetiklemektedir. Günümüzün dijital teknolojisinde modern iletişim ve enformasyon medyası olarak adlandırılan Twitter, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya mecralarının ortalama takipçileri için “yabancı” ya da “öteki” olarak nitelendirilen örneğin Tarlabası’nda Bülbül, Kocatepe, Kalyoncukulluk, Bostan, Çukur, Şehit Muhtar Mahallesi’nde yaşayan Dom çingeneleri konusunda ortaya koyduğu yabancı düşmanlığı (zenofobi) ve karşılıklı saygı ve acıma duygusuyla birlikte hoşgörü kültürünü de tahrip eden ve başta hukuk, insan hakları, kültür, eğitim ve siyaset olmak üzere pek çok farklı alanı da ilgilendiren ayrımcı ve dışlayıcı diliyle nefret söylemi (Garcia, Paz Rebello ve Deogracias, 2021; 118) bu insanlarla ev sahibi toplumun sağlıklı ortamlarda karşılaşmalarını engellemekte ve bu insanlar “Bize gelecekte pek çok sıkıntı yaratacak insanlardır. Suriyeliler hepimize yük. Suriyeliler kendi memleketlerini koruyamayan insanlardır. Ucuz iş gücü olarak görülen zavallılardır. Tamamen yardımlarla yaşayan dilencilerdir.” şeklinde empatiden antipatiye ve nefrete giden bir süreçte girilmektedir. 2023 Eylül itibarıyla 2.064 milyar aktif Facebook kullanıcısı olduğu, Facebook’un aylık 3.88 milyar aktif kullanıcısı bulunduğu, Instagram ve TikTok’la birlikte bunun 2 milyar 960 milyon aktif aylık kullanıcı olduğu, Temmuz 2023’de Instagram kullanıcı sayısının aktif olarak günlük 55 milyon 700 bin olduğu düşünülecek olursa bilginin ya da bilgi kirliliğinin (dezenformasyonun) ve kara propagandanın ne kadar hızlı, kolay, etkili ve sarsıcı yayıldığı da anlaşılabilir.

Öte yandan toplumsal kabulün sürdürülebilirliği için (Özütürk 2019; 59) dinamik ve çok incelikli bir göç yönetiminin kurulması ve toplumsal desteğin alınması hayati önem taşımaktadır. Mültecilerin Türkiye’de kalış sürelerinin artması muhtemelen Türk toplumunun ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik, siyasi ve güvenlik tutumlarını doğaldır ki doğrudan etkilemektedir. Geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin ilk gelmeye başladıkları dönemde Türkiye’nin geçicilik ve misafirperverlik üzerine inşa ettiği mülteci politikasını kalıcılığın kabulüne ve uyum politikalarına entegre edilmesinin, değişmesinin ve yeniden düzenlenmesinin önemi ortadadır. Böylece her iki toplum da karşı taraftan rahatsız olmaya başlamış, Türkiye’ye ilk mülteci akınının başlangıcındaki atmosferin aksine her iki taraf ve özellikle de Suriyelileri kapalı bir toplum olmaya yöneltmiştir. Bu süreçte Suriyelilerin ve özellikle Dom çingenelerinin yaşadıkları olumsuzluklar şu şekilde özetlenebilir (Shaherhawasli ve Güvençer, 2021; 8);

1- İyi dileklerle karşılama ve sempati; Mülteci akınının başladığı ilk dönemde Türkiye’ye gelen Suriyeliler, Suriye’de yaşadıkları mağduriyet nedeniyle özellikle TV haberleri ve yaratılan imaj sonrasında kendilerine sempati duyan ve empati yapan Türk halkından ve Türk yardım kuruluşlarından çok olumlu destek gördüler.

2- Doğrudan ve sözlü huzursuzluk/rahatsızlık: Türkiye’de Suriyelilerin sayısının beklenmedik şekilde artmasının ardından huzursuzluk ve rahatsızlık hissi direkt görülmeye ve hissedilmeye başlandı. İş ve emek rekabeti, kiralık mülklerdeki suni fiyat artışları, ucuz işgücü, sokaklardaki Suriyeli dilenciler, farklı dil, farklı yaşam biçimi, farklı kültürel bakış açıları, çok eşlilik, kadın ve çocuk istismarı, etnik köken bazı şehirlerdeki mezhepsel kutuplaşmalar, bazı Suriyelilerin karıştığı taciz olayları, yüksek

sesle konuşmak, rahatsız edici şekilde müzik çalmak gibi sosyal hayata yabancılaşma ya da parklarda ve sokaklarda yaşanan hijyen sorunları Türk halkını mültecilerden uzaklaştırmıştır (AFAD, 2014: 79)

3- Ayrımcılık ve ötekileştirme: Ayrımcılık önyargıyla bağlantılıdır. Ayrımcılığın kadın, engelli, çocuk, erkek, farklı kültür, farklı din, etnik köken, inanç, yaşam biçimi, giyim tarzı, renk, ırk gibi farklı biçimlerinden bahsetmek mümkündür. Kendi gettolarını, parklarıyla kendi mahallelerini, süpermarketleriyle kendi mahallelerini yaratan mültecilerin kapalı devre yaşam tarzı ülkedeki her iki toplumu da sosyal ve iş ihtiyaçları dışında birbirinden uzaklaştırmış ve birbirlerine karşı “öteki” haline getirmiştir. Bu da toplumsal temas hipotezine göre ev sahibi insanlarla göç eden Suriyeliler arasında çatışma ortamını kuvvetlendirmiş, çatışma ihtimalini yükseltmiştir (Hewstone ve Greenland; 2000; s. 140).

4- Doğrudan hedef gösterme: Fiziksel saldırıların ve özellikle Covid-19 korona virüs döneminin 2020 ve sonrasında ciddi bir artış göstermesiyle birlikte, çoğunluğu 18-30 yaş arası erkekler tarafından gerçekleştirilen fiziksel saldırıların sayısı da büyük ölçüde artmıştır. Benzer şekilde Suriyeli mültecilerin bir kısmı, giderek daha fazla parasal zorluklarla karşı karşıya kaldıklarından küçük, yerleşim merkezlerinden uzak, harabe, izbe ve mobilyasız, çoğunluğunda altyapı (elektrik, su, doğalgaz) ve temel ihtiyaçlar (TV, buzdolabı, çamaşır makinesi, vb.) yoksun evlerde yaşamaktadırlar.

Türk toplumunun en azından ilk etapta Suriyeli mültecilere yönelik son derece yüksek bir “kabul” ve “dayanışma” gösterdiği açıktır. Bunlarla ilgili ciddi kaygıların olduğu da bu süreçte aynı derecede açık bir gerçektir. Burada altı çizildiği gibi “yüksek düzeyde ancak kırılgan destek”, bu endişe ve kaygılar nedeniyle ilk etapta “hoşgörüyü” dönüşmüş, sonar da yerini kaygı, endişe, tepkiye bırakmıştır. 2011 yılında çözüldüğü düşünülen krizin mülteci sayısının artması, savaşın sonlanmaması gibi nedenlerle uzaması ve mülteci sayısının kısa sürede milyonları aşması nedeniyle ülkede Türk toplumunun kaygıları artarken dayanışma duygularının da zayıfladığı gözlemlenmiştir. Türkiye göçmenlerden oluşan kitlesel grupların uyum sürecini düzenlemeye çalışırken, ev sahibi halkın, yani Türk halkının rahatsızlığını kontrol altına almak da o derece zorlaşmıştır. Öte yandan Türkiye’de yaz aylarının gelmesiyle birlikte Suriyeliler deniz kenarlarında, otoparklarda, ormanlarda, rekreasyon alanlarında, sokaklarda vb. kamusal alanlarda daha fazla görünür olmuşlar ve bu durum sosyal medya üzerinden kışkırtılan bireyler üzerinden uyumu azaltan, hoşgörüyü ortadan kaldıran, çatışma ve kargaşa ortamını şiddetlendiren yapıyla (Yazar, 2022;75) sıradan vatandaşlar için yeni bir rahatsızlık sebebi yaratmıştır (Türkay, 2019; 57). Türk insanı tarafından özellikle dile getirilen başlıca huzursuzluklar bu şekilde kitlesel insani hareketlenmelerde ortaya çıkan temel kaygılar; zorbalık ve taciz, şiddet, hırsızlık (Sert ve Turhan, 2019; 547), huzursuzluk ve gürültü, mülk işgali, evlilik ve aile düzeninin bozulması, maddi ve ekonomik zarar, işini kaybetme, suç oranlarının artması, kamu hizmetlerinin bozulması ve milli kimliğin yozlaşması (İrdem, Zengin, Gören ve Uzun, 2020;83) olarak adlandırılabilir.

Türk kamuoyunun Suriyelileri ilk kabulü ve sempatisi zamanla bazı tereddütler ve bazı hassasiyetlerle birlikte yavaş yavaş değişmeye başlamıştır. Eğitim, sağlık, belediye gibi kamu hizmetlerindeki yetersizlikler, iş kaybı gibi ekonomik kaygılar (geçici koruma kapsamındaki Suriyelilere düşük ücret ödenmesi veya kendi pazarlarını açıp işletmeleri vb.), Suriyelilerin doldurması, özellikle İstanbul ve Kocaeli bölgesi gibi sanayinin gelişmiş olduğu kentlerde işgücüne olan talep, kira maliyeti, uygun/ucuz fiyatlı kiralık mülk bulmanın zorluğu (Zengin, 2012; 30), kişisel güvenlik, kamu düzeni, çeşitli ortamlarda yaşanan gerginlikler, toplumlararası gerilim gibi güvenlik kaygıları Türk toplumunu geçici korumakapsamındaki Suriyelilerden uzak tutan sebeplerdir (Tunca ve Karadağ, 2018; 56); ancak ucuz işgücünün maliyetleri düşürdüğü, vasıfsız işgücü ihtiyacını karşılayarak tam kapasitede üretimi artırdığı, yeni istihdam yaratarak yatırımcı/nitelikli personel

sayısına katkı sağladığı da iddia edilmektedir (Ekinci, 2022; 1102). Mültecilerin yerleştikleri kentlerde karşı karşıya kaldıkları insani güvenlik durumlarının yanı sıra, kentte mültecilerin varlığı kent sakinleri tarafından sıklıkla mülteciye kültürel mesafe, demografik kaygıların ortaya çıkması, iş kaybı olarak dile getirilmektedir. Ayrıca gelir kaybı, ekonomik kaygılar, mültecilerin içinde bulunduğu toplumda meydana gelen bazı hastalıkların sebebi de hep mülteciler olarak gösterilmektedir. Mülteciler çeşitli suçların artmasının ve mültecilere yönelik genel bir güvensizliğin nedeni olarak bir risk faktörü ve/veya güvenlik tehdidi olarak da algılanmaktadır (Coşkun ve Kılınç, 2019;17).

Türk insanında Suriyeli mültecilere yönelik değişmeye başlayan olumlu hava, sempati yerine ortaya çıkan gergin ve tepkisel davranışların temelinde özellikle 2018 sonrasında ortaya çıkan ekonomik kriz ve bunun yarattığı işsizlik,, “Ne iş olsa yaparım. Ne ücret verirseniz kabulümdür.” diyen çaresiz bir anlayış, bu mültecilerin her türlü vergiden muaf oldukları, kendilerine Türk vatandaşlığı verildiği, sınavlardan muaf olarak üniversitelere ya da devlet memurluklarına kabul edildikleri, ayrıca elektrik, su ve doğal gaz için devlete ödeme yapmadıkları yönündeki yaygın anlayış, böylece savaştan etkilenmiş insanların ekonomik olarak etkiledikleri Türk insanına yönelik olumsuz etkileri (Özütürk, 2019; 76) bulunmaktadır. İlk Suriyeli göç hareketinden bu yana 12 yıl geçmesine rağmen önyargıların yarattığı tepkisel ortam ise iki toplumun sosyal ve kamusal hayatta tam anlamıyla gerçekleşmemesi nedeniyle geçerliliğini sürdürmektedir (Akalin, 2018;2 ve Demirdağ, 2018; 22 ve Ersaydı, 2012;137). Avrupa Birliği’nden çıkmış Büyük Britanya yanında pek çok ülke de ağır enflasyon, işsizlik, resesyon ve bazı sektörlerde durma noktasına gelen sanayi faaliyetleriyle mücadele etmektedir ve bu durum gelişmekte olan ülkelerde sosyal adaletsizlikler, gelir dağılımındaki dengesizlikler gibi sebeplerle daha da büyürken (Vertovec, 2023; 22-23) ucuz iş gücü, sigortasız ve güvencesiz vasıfsız mülteci çalıştırma meselesi gündemdeki yerini korumaktadır. Geçici koruma kapsamındaki Suriyelilere yönelik ilk etapta uzun vadeli stratejiler geliştirilmemesi, haklarının ne olduğu konusunda yaşanan sıkıntılar, statülerinin uluslararası mülteci hukukunda benzeri olmayan bir şekilde “misafir/guest” veya “neighbor/komşu” olarak belirlenmesi, “immigrant/göçmen” ya da “refugee/mülteci” olarak isimlendirilmemesi, “geçici korunma altındaki misafirler/guests under temporary protection” olarak belirtilmesi de sıkıntı yaratmıştır (Akbulut, 2021; 27). Bazı Suriyelilere Türk vatandaşlığının verilmesi, ayrıca geçici koruma merkezlerinde barındırılan bazı Suriyelilere verilen seyahat özgürlüğü de “tehlikeli Suriyeli” imajının yaratılmasına neden olmuştur. 2019 yerel seçimleri sonrasında el değiştiren bazı belediye başkanlıklarıyla ilgili olarak Suriyelilere verilen sözlerin tutulması ya da ortaya çıkan sonucun kabahatinin Suriyelilerin omuzlarına yüklenmesi de başka bir sıkıntı yaratmıştır. Okullarda ve özellikle de hastanelerde ortaya çıkan kalabalık ve izdihamın sebebinin de Suriyeliler olduğu düşüncesi başka bir sıkıntı kaynağı olmuştur (Balçılar, 2016; 51).

4. Nefret söylemi, prekarizasyon, suriyeli mülteciler ve dom çingeneleri

Suriyelilerin Türkiye’ye gelişinin ardından özellikle İstanbul gibi sanayi ve istihdam fırsatlarının çok daha yüksek olduğu merkezlerde yeni bir kavram daha sık duyulur hale gelmiştir. “Güvencesiz” anlamına gelen “peracious” kelimesi kısaca güvenden yoksun, istikrarsız, güvencesiz, belirsiz ve riskli anlamına gelir. Prekarya olmak, herhangi bir mesleki gelişim duygusundan yoksun, performans odaklı yaşam tarzlarına bağlı olmak demektir. Böylece ilk kez 1980’li yıllarda Fransız sosyologlar tarafından geçici ve mevsimlik işçileri tanımlamak için kullanılan prekarya kavramı, daha sonra ekonomik, sosyal ve felsefi bir tartışma zemini haline gelmiştir (Standing, 2022;13). Öte yandan işini kaybeden bütün Türk vatandaşları işlerini kaybetmelerinin tek nedeni olarak neredeyse geçici koruma kapsamındaki Suriyelileri görmektedir (Orsam, Ocak 2015; 26). Çünkü prekarya orta sınıf bile değildir ve orta sınıfın sahip olduğu öngörülebilir kalıcı maaş, statü ve çeşitli haklara da sahip değildir

(Standing, 2022; 20). Klasik anlamda güvenceli çalışan kişi uzun vadeli, istikrarlı, güvenceli, sendikalı, toplu sözleşmeli ve sabit zamanlı çalışırken prekarya bunların hiçbirine sahip değildir (Demir ve Güner, 2021; 1912) ve bugün özellikle merdiven altı atölyelerde, tarımsal alanlarda ve hayatın pek çok alanında bu Suriyeli insanlar prekarya kimliğiyle hayata tutunmaya çalışmaktadırlar. Bu insanlar çoğunlukla 8 saatten fazla çalışmakta ve düşük ücret almaktadır. Stabil bir durumları, maddi, güvenceleri ya da maaşları da yoktur. İstanbul'a ve Tarlabası'na gelme sebepleri de genellikle metruk binalara yönelik ucuz kiralar ve nispeten iş bulma şanslarının yüksek olmasıdır. Öte yandan geleneksel işçi sınıfı ve orta sınıfın kazanılmış haklarına rağmen prekaryanın emeklerinin karşılığında maddi hakkı yoktur. Güvencesiz, geçici, parçalanmış ve toplumsal olarak dışlanmış prekarya bugün ağırlıklı olarak çocuk işçiler, düzensiz ve kaçak işçiler, yaşlılar için kullanılsa da bugün tam karşılığı neredeyse geçici koruma altındaki Suriyeliler olmuştur. Özellikle Dolapdere-Tarlabası hattında ve genellikle merdiven altı olarak ifade edilen atölyelerde sigortasız ucuz işçi olarak istihdam edilen, güvenceleri olmayan ve çok düşük ücretlerle çalıştırılan Dom çingeneleri bu gruptadır.

Dom çingenelerini Türkiye'ye sığınmış diğer Suriyelilerden ayıran en önemli özellik geçici koruma merkezlerinde kalmayı tercih etmemeleri, Gazi Antep, Şanlı Urfa ve Hatay gibi bazı sınır şehirlerinde toplumsal hayattan uzak kendi yerleşim merkezlerini kurmaya çalışmaları, İstanbul'a gelen Dom çingenelerinin ise homojenlikten uzak özellikleriyle İstanbul Tarlabası'na yerleşmeleri ve resmihakamlarla mümkün olan en alt seviyede iletişime geçmiş olmalarıdır. Bu görüntüleri klasik anlamda bütün çingeneler için de geçerli olan bir tür "sanal gerçeklik" hali gibidir. Okula gönderilmeyen çocuklar, doğum sonrası kaydı tutulmayan bebekler, sigortasız ve güvencesiz çalıştıkları için resmi devlet kayıtlarında olmayan isimler, yerel yönetimlerin genellikle su, elektrik ve doğalgaz gibi ihtiyaçları karşılamadığı harabe evlerde yaşanan hayatlar nedeniyle yerel yönetimlerden de uzak hayatlar bu insanların tipik özellikleridir.

Bu süreçte Tarlabası'ndaki Dom çingeneleri sadece barınmak için ev ya da araba almakla ilgili borçlar değil, hayatlarını idame ettirebilmek ve evlerinin temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için de sürekli artan ve devamlı katlanan borçlarla yaşamak zorunda kalmaktadır. Bu bağlamda büyük şehirlere göç eden ve gettolarla kapalı bir hayat sürdüren bu insanlar kendi çevreleriyle bu anlamda sıkı bir iletişim halindeyken dışarıya da bir o kadar kendilerini kapatmaktadırlar. Bugün İstanbul Tarlabası'nda yaşayan Domların hiçbirisi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı değildir. Çok daha düşük ücretlerle vasıfsız iş gücü olarak ekonomik hayatın rekabet şartlarını aşağıya çeken ve vasıflı Türk işçilerinin de doğaldır ki tepkisini çeken bu durum sınırların gerilmesine de neden olmaktadır. Vasıfsız olmaları nedeniyle Dom çingenelerinin İstanbul Tarlabası'nda ya da civardaki sanayi bölgelerinde resmi bir iş bulmaları da söz konusu değildir. Konargöçer bir hayattan Tarlabası'na gelmelerinin ardından yerleşik bir hayata zorunlu olarak geçen Domlar bunun yarattığı sosyal sorumluluk ve zorunluluklar da başa çıkmaya çalışmaktadır; ancak toplumun genel anlamda çingenelere bakış açısı, geçici koruma kapsamındaki Suriyelilere yönelik genellikle olumsuz hava ve sosyal medyanın körüklediği nefret söylemi ve yabancı düşmanlığı (zenofobi) ise bir kişi ya da gruba yönelik olması, bireyin ya da bağlı olduğu grubun özelliklerinin olumsuz olarak nitelendirilmesi ve söz konusu grubun kamuoyunda pek de olumlu görülmemesi nedeniyle (Demirbaş, 2017; 2697) Dom çingenelerini fazlasıyla etkilemektedir. Tarlabası'nda yaşayan çingeneler de bundan fazlasıyla etkilenmektedir. Her ne kadar yerel yönetimlerin bölgeye yönelik "kayıtsızlığı" ve şehrin keşmekeşliği içerisinde yaratılan atmosfer Dom çingenelerinin görünmezliğinin artmasına neden olsa da devlet güvencesi olmadan, bazılarınca "öteki" olarak değerlendirildikleri, potansiyel suçlu olarak görüldükleri, toplumsal hayatın dışına itilmiş kişiler olarak nitelendirilmeleri onların hayatını fazlasıyla etkilemektedir.

Genellikle geleneksel medya araçları tarafından gündem yapılan bazı konular ya da haber başlıkları üzerinden üretilen ve bilgi kirliliğine neden olan sosyal medyadaki pek çok program, haber, klip vb.

yanında takipçi, okuyucu, dinleyici yorumları da son derece etkilidir ve takipçilerin bu sayfalar vasıtasıyla yürüttükleri etkileşim ve iletişim de haber kaynağı kadar etkili ve zararlı olmaktadır. Her ne kadar sosyal medya kuruluşları bunlarla ilgili olarak bazı önleyici tedbirler almış olsalar da bunların çok etkili olduğu söylenemez. Bireysel hakların güvence altına alındığı, toplumsal barış ve huzurun gerçekleşmesinde önemli bir eğitim enstrümanı olarak değerlendirilmesi gereken internet yayınlarında sosyal medya üzerinden yürütülen aşağılayıcı, değersizleştirici, düşmanlaştırıcı, şiddet ve baskıya maruz bırakan, ayrıca dışlayıcı ve ötekileştirici yayınlar ev sahibi vatandaşların da bu insanlardan kaçınılmaz olarak uzak durmasına neden olmaktadır. Türkiye'deki geçicikorumu kapsamındaki Suriyeli nüfusunun büyük çoğunluğu genç ve eğitimsiz kişilerden oluşmaktadır. Bu mülteciler iş bulabilirlerse güvencesiz olarak düşük ücretlerle çalışmakta ve yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır. Bugün Türkiye'de kesin sayı bilinmemekle birlikte pek çok 15 yaş altı Suriyeli çocuğun farklı alanlarda işgücü piyasasına dâhil edildiği bilinmektedir. Bu çocuk işçileri özellikle merdiven altı olarak adlandırılan küçük sanayi işletmelerinde, çeşitli tekstil atölyelerinde ve küçük/büyük ölçekli sanayi sitelerinde görmek mümkündür. Suriyeli ailelerin Türkiye'nin farklı kentlerine dağılmış olması ve çok sayıda çocuk sahibi olmaları, kentlerde çocuk işçiliği sorununu artırmakta ve çocuk işçiliğinin yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Ebrem, 2020:85).

Çocuk işçiliğinin kullanılması ve sömürülmesi Türkiye'de yeni bir olgu olmasa da bu sömürü ve ucuz işgücü özellikle Suriyelilerin Türkiye'ye gelmesinden sonra katlanarak artmıştır. Türkiye'de çocuk işçiliği ağırlıklı olarak pamuk, fındık, narenciye, yer fıstığı ve bakliyat alanlarında, mevsimlik tarım işçisi olarak tarımda, mobilya, tuğla, ayakkabı, deri giyim, tekstil, madencilik ve otomotiv sanayi başta olmak üzere sanayide görülmektedir. Bu çocuklar sokaklarda mendil ve çiçek satmak, araba yıkamak, geri dönüşüm malzemeleri toplamak, dilenmek, zorla dilendirilmek, özellikle küçük esnaf lokantalarında çalışmak ve belki de en kötüsü terör örgütleri ve silahlı mafya örgütleri tarafından kaçırılarak zorla çalıştırılmak suretiyle ve maalesef seks işçisi (Ördek, 2017;57) olarak kullanılmaktadır (Dedeoğlu, Bayraktar ve Çetinkaya, 2019; 2590). Kozmopolit yapısı ve nüfus yoğunluğuyla İstanbul bu konuda merdiven altı ve güvencesiz çalıştırma, eğitim ve sosyal hizmetlerden istifade edememe, dışlanma korkusu, sosyal izolasyon, çaresizlik, tükenmişlik ve değersizleştirme gibi pek çok olumsuz ögeyi barındırmaktadır. Böylece prekarizasyonun yarattığı yoksulluk, yoksunluğun, güvensiz yaşamın, sömürünün, dışlanmanın ve derin mağduriyetin ete kemiğe bürünmüş hali olarak ortaya çıkmaktadır. Dayanışma ağları zayıflayan ve izole edilen bireyler olarak Suriyeliler (Ezgin, 2022;214), güvencesizleşmede kaçınılmaz olan ucuz emeğin ve güvencesiz çalışmanın omurgası olarak görülmektedir (Adar, 2018; 20-25).

5. Türkiye'deki dom çingeneleri

Ülkelerini bırakmak zorunda kalan 4.000.000'dan fazla Suriyeli mülteci doğal olarak bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de medyanın ilgisini çekmiştir. "Kaçakçılar, yoksul kadınlar ve çocuklar" (Akalin; 2018; 62) gibi birçok potansiyel haberin yer aldığı medyanın böylesine sıcak bir konuyla ilgilenmemesi ise söz konusu değildir (Akalin; 2018; 62). Örneğin "Yetim, dilenciler, evsizler" gibi başlıklar altında Hürriyet gazetesi bir sayısında "Suriyelilerin %10'u kamplarda, % 90'ı sokakta" başlığını atmıştır (Hürriyet, 20 Haziran 2016). Böylece medyanın dışlayıcı açıklamaları ve söylemleri de olumsuz yaklaşımların bir diğer kaynağını teşkil etmiştir. Dolayısıyla haberlerin çoğunluğu mağdur odaklı olumsuz haberler ya da neredeyse her gün olumsuz rahatsızlıkların kaynağı olarak kamuoyunun karşısına çıkmıştır (Göker ve Keskin; 2015; 231). Mülteciler ise milliyetleri bağlamında değerlendirildiğinde geldikleri ülkede çeşitli nedenlerle huzur bulamayan, can, mal ve namus derdine düşen, hayatları risk altında olan mağdur kişilerdir. Bu bakımdan mültecilik hem çıkış noktası (failed

state) hem de varış ülkesi (host state) açısından ikili bir mesele ve gerilimle yoğrulmuş toplumsal bir sorundur (Göker ve Keskin; 2015; 231). Aynı minvalde olmak üzere Suriyeli mültecilere yönelik kamu hizmetlerinin başında gelen sağlık politikalarının yapılandırılması, etkin uygulanması ve mevcut durumun tespiti/işletilmesine ilişkin bilgilerin doğru ve zamanında kamuoyuyla paylaşılması büyük önem taşımaktadır. Bu durum öncelikle geçici koruma altındaki Suriyelilerin yaşadığı, onların fiziksel ve ruhsal sağlıklarını tehdit eden, zorlu yaşam koşullarıyla karşı karşıya kalan bir durum; ancak yetkili kurumların ülke halklarının günlük yaşamlarında belirsizlik, aksama, tedirginlik veya bilgi kirliliği yaratmaması/yaymaması için bir zorunluluktur. Sağlıklı bir bilgi akışı sağlanamadığında Suriyeli mültecilerin kendi iletişim ağları üzerinden medyada “sağlıksız” haberlerini yaymaları kaçınılmazdır (Tılıç ve Bal; 2020; 37).

Özellikle 2017 yılından sonra bazı medya organları, sosyal medyada sınır dışı etme hashtag'inin yanı sıra Suriyeliler konusunu da kışkırtıcı yayınlara başlamış, parklarda, deniz kenarlarında yaşanan olumsuz davranışlar gibi abartılı sahneler, rahatsız edici fotoğraflarla kamuoyuna sunulmuştur (Akalin, 2018; 19). Geçici koruma kapsamındaki Suriyelilere yönelik olumsuz algının ortadan kaldırılması için medyada Suriyeli ailelerin hikâyelerini anlatan haber ve belgesellerin yayımlanması, çeşitli kamu spotları aracılığıyla Suriyeli ailelere yönelik olumsuz yaklaşımın ortadan kaldırılması toplumsal uyum açısından uygun olacaktır. Kavram kargaşalarını engellemek, bilgi kirliliğini önlemek ve sağlıklı bilgi akışını temin etmek amacıyla medya ortamlarında göç olgusuna insani bir çerçevede yaklaşılmalı, göçün insani boyutuna yer verilmeli ve ülkelerinden başka yerlere göç etmek zorunda kalan insanların karşılaştığı zorluklara değinilmelidir. Bu anlamda Türkiye'nin bölgede kendi güvenliğini sağlamaya yönelik girişimlerine odaklanmak, sınır güvenliği ve insan güvenliği de medyanın üstlenmesi gereken sorumluluklar arasında olmalıdır (İrdem, Zengin, Gören ve Uzun, 2020; 83). Bu bağlamda medyanın uzaktan haber yapması engellenmeli, sahadan daha güvenilir bilgi ve veri paylaşımına izin verilmelidir. Söz konusu prosedürler azaltılmalı, medyanın faaliyet alanı genişletilmeli ve yerel medya mensuplarının çatışma bölgelerinde çalışmalarının önündeki engeller kaldırılmalıdır (İrdem, Zengin, Gören ve Uzun, 2020; 84). Suriye'den kaçarak Türkiye'ye sığınan mülteciler arasında ilginç bir grup ise Suriye ve Ürdün'de de azınlık olarak değerlendirilen Dom çingeneleridir. Çok küçük bir uzman, akademisyen ya da araştırmacı grup tarafından ilgi gösterilip haklarında çalışmalar yapılan bu mültecilerin can, mal ve namus derdine düştüklerinde geldikleri Ürdün haricinde ikinci ülke ise Türkiye olmuştur. Bu fakir ve ekonomik olarak devamlı maddi sıkıntı yaşayan mülteciler diğer bütün çingene grupları gibi şehirlerde yaşamak yerine genellikle şehirlerin varoşlarında ya da terk edilmiş, yıkılıp harabeye dönmüş binalarda, altyapısı bulunmayan izbe ve metruk yerlerde yaşamayı tercih ederken şehirlere gelenlerse genellikle terk edilmiş metruk yerlerde kalabalık aileler olarak yaşamayı tercih ederler. Klasik anlamda sokaklarda mülteci olarak pek fark edilmeyen bu fakir insanlar özellikle Ortadoğu coğrafyasında “Bari Murra” ve Hindistan'da Sanskritçe "Dom" olarak adlandırılırken ayrıca "Roman", "gypsy", "gypsy", “çingene”, cingane” (Keser, 2018;340) gibi adlarla da anılırlar.

Örneğin Kıbrıs'ta da bugün bu insanlar genellikle “cingane”, “gacı”, “gurbet”, “cigani”, “ole”, “gori”, “fella”, “fello”, gullufi, “çilinciri” gibi isimlerle bilinmektedirler (Keser, 2018;340) ve bütün bu ifadeler genellikle bir aşağılamayı ifade eder. Ortadoğu coğrafyasında ve Türkiye'de tanınan ve bilinen bazı müzisyenler dışında sosyal hayata pek karışmayan, genellikle sosyal hayatın dışına itilen ve önyargularla yaklaşılın Dom çingeneleri ev sahibi toplumla iletişimi azaltan kültürel farklılıkları, yaşam tarzları, hayata bakış açıları ve kendilerine has özellikleri nedeniyle genel kurallara uyma konusunda da sorun yaşayan insanlardır ve genellikle başına buyruk yaşamaktan hoşlanırlar. Genellikle şehirlerin etrafında ve şehir merkezinden uzakta yaşamayı tercih eden Domlar zaman zaman konargöçer bir hayat yaşamaları nedeniyle “Yörük” olarak da değerlendirilirler (Suliman ve

Açıkgöz, 2022;277). Çadırları ve at arabaları hem çalışma mekânları, hem seyahat araçları durumundadır ve genellikle hayatlarını da kâğıt toplayıcılığı, “ihtiyaç temelli bir geçinme stratejisi” (Fırat, 2022; 1469) olarak gıda, giyim ve ev eşyası toplayıcılığı, hurdacılık, dilencilik ya da kamuoyundaki genel kaniya paralel olarak (Sert ve Turhan, 2019; 557) Tarlabası’ndakiler gibi müzisyenlik yaparak kazanırlar. Yabancı düşmanlığı (zenofobi) ve sosyal medyanın ötekileştirici (Aldamen, 2023; 4-5) nefret söylemi bağlamında pasifleştirilen, sinikleştirilen ve sessizleştirilen Dom çingeneleri sosyal hayatın katılımcı ruhuna aykırı ve toplumsal bütünlüğe zarar veren bu durum karşısında iyice içlerine kapanmaktadır.

İstanbul Tarlabası’nda yaşayan Domların dışında bugün Suriye’den kaçan büyük bir Dom mülteci grubu da Ürdün’de yerleşmiş durumdadır. Bu bölgede “Barri Murra” olarak adlandırılan bu mülteciler de diğerleri gibi hayatın zorluklarına karşı bir yaşam mücadelesi vermektedir. Bu mültecilerin karşılaştıkları en büyük zorluk da Ortadoğu’daki çatışma ortamının yarattığı kaos yanında devamlı yaşadıkları kendilerine yönelik önyargılı yaklaşımlardır. Bunda şüphesiz medyanın ve özellikle son dönemde sosyal medyanın ortaya attığı ve tahammülsüzlüğün ve hoşgörüsüzlüğün dışı vurumu olarak da adlandırılabilir olan ve nefret suçunun tetikleyicisi olan nefret söylemi (Demirbaş, 2017;2695) ve yabancı düşmanlığı (zenofobi) ön plandadır. Konargöçer hayatları dışında genellikle bakla ve kahve falıyla ilgili falcılık, kâhinlik, sepetçilik, çalgıcılık ve kriminal suçlarla anılan ve bölgede başboş ve zararlı insanlar olarak değerlendirilen, etnik kimlik yanında “öteki” olarak adlandırılan bu ayrımcılıktan beslenen nefret söylemi karşısında Dom çingeneleri bu nedenle istihdam ve iş bulma konusunda çok büyük engellerle karşılaşmaktadırlar. Bu durum Türkiye ve Ürdün için de aynıdır. Durum böyle olunca da Domların herhangi bir düzenli işte çalışmaları ve düzenli bir gelir elde edebilmeleri neredeyse imkânsız gibidir. 7-10. Yüzyılda Güney Asya’dan geldikleri düşünülen (Tarlan ve Foggo, 2019;15) Domlar kamuoyu tarafından olumsuz bir azınlık grup olarak değerlendirildikleri için okula gitmiş ve eğitimini devam ettirmiş bir Dom üyesi parmakla gösterilecek kadar azdır ve bu işsizlikle de doğru orantılıdır. Suriye’de iç savaşla birlikte karmaşa ve kaos ortamının iyice şiddetlenmesiyle Domlar da yaşadıkları ülkeyi terk ederek Ürdün ve Türkiye’ye yönelirler. Şehir merkezlerine gelmeyen, yerel halkla karşılaşmak istemeyen Dom çingeneleri aynı hareket tarzını İstanbul Tarlabası’nda da sergilemektedir.

Bu insanların özellikle medyada ve son dönemde sosyal medyada korku ve endişe yaratan nefret söylemine ve olumsuz bakış açısına yönelik olarak “çingene”, “Dom”, “dilenci” gibi farklı ve olumsuz isimlerle nitelendirilmesi hayatlarını daha da kötüleştirirken toplumsal hayatın dışına itmekte ve onları daha da marjinal bir grup haline getirmektedir. İlginç olan nokta ise Ürdün’de diğer mültecilere verilen ülkede kalma hakkı, vatandaşlık hakkı, serbestçe sınırlardan geçme hakkı, eğitim ve iş bulma hakkı gibi bazı hakların Domlara verilmemesi, görmezden gelinmesi ya da bürokratik engellemelerle bunların durdurulmasıdır. Sosyal medyada Domların bazen “Suriyeli mülteciler”, bazen de “çingeneler” olarak adlandırılması istihdam kaybı, işsizlik, su sıkıntısı, enflasyon, kira artışı, eğitim ve sağlık hizmetlerinden yararlanma ve kişisel güvenlik bağlamında tepkili Ürdünlülerin bu insanlara daha da çok olumsuz yaklaşmasına neden olur. Domların hem mülteci ve hem de çingene olması ise başlı başına bir sorun yaratır. Suriye krizi sonrasında Türkiye’ye gelen Domlardan bir kısmı halen Hatay, Kilis, Osmaniye, Adana, Mersin, Kahraman Maraş, Şanlı Urfa, Adıyaman, Mardin, Batman, Diyarbakır, İzmir, Kayseri ve Gazi Antep’te yaşamaktadır. Kesin sayı bilinmemekle birlikte Türkiye’de yaklaşık 50.000 Suriyeli Dom bulunmaktadır ve bunların bir kısmı da İstanbul Tarlabası’ndadır (Ergün, Tosun ve Powers, 2018;6-7).

Edebiyatçı Gönül Kıvılcım’ın bir mahalleden çok bir sürgün kasabasına benzettiği Tarlabası, İstanbul’da Levantenlerin ve gayrimüslimlerin yaşadıkları bir mahalleyken cumhuriyetin ilanıyla birlikte elçiliklerin başkent Ankara’ya taşınması, İkinci Dünya Savaşı sürecinde Varlık Vergisi

uygulaması, ardından 6/7 Eylül 1955 olayları (Keser, 2012; 185) ve son olarak da Kıbrıs'ta 21 Aralık tarihinde başlayan ve Kıbrıs tarihine Kanlı Noel (Keser, 2019; 179) olarak geçen dönemin ardından bölgede yaşayanların buradan ayrılmaya başlamasıyla kaderine terk edilen bir mahalle olur. Bölgenin mimarisi hemen yakınlardaki Cadde-i Kebir (İstiklal) Caddesi'ndeki konutlarla neredeyse bire bir aynıdır. İstanbul'un Beyoğlu ilçesine bağlı olan Tarlabası bölgesi uzun bir zamandır her anlamda büyük bir değişim geçiren bir yerleşim merkezi olarak bilinmektedir. Tarlabası 1960 sürecinin ardından bütün ülkeyi saran gecekondulaşmayla birlikte bölgeye gelenlerin işgal ettikleri metruk binalarla da anılır. Özellikle fırsatçı işgalciler ya da evlerini tahliye eden ev sahiplerince satış için kendilerine vekâlet verilen bazı hukukçuların daha önce geniş ailelerin ikamet ettiği apartman dairelerini bölerek tek odalı bekâr evleri haline getirmesiyle birlikte Anadolu'dan çalışmaya gelen ve şehrin yeni ucuz iş gücünü oluşturan bekâr erkeklerle başlayan süreç bölgenin nüfusuyla birlikte demografik yapısı ve kültürel altyapısını tamamen değiştirir.

1980 yılında dönemin İstanbul Belediyesi tarafından Tarlabası Caddesi'nde bulunan yaklaşık 368 yapının yıkılarak bugünkü Tarlabası Bulvarı'nın inşa edilmesiyle birlikte tahrip edilen kent dokusu ve bölgenin mimari özelliklerini taşıyan tescilli binaların yıkılmasıyla mahalle tamamen şehirden koparak içine kapanmış bir getto haline dönüşür. Bu süreçte açılan 36 metre genişliğindeki yolla birlikte 168'i kültürel varlık olarak tescilli bina da dâhil toplam 368 yapı da yıkılır (Kepenek, 2021;162). Şehir merkezine yakınlığı yanında işgal edilebilecek muhtemel binaların bulunması ve genellikle alt gelir gruplarına hitap etmesi nedeniyle tercih edilen bu çok kültürlü bölge son yıllarda çeşitli ülkelerden mülteci, göçmen ya da mültecinin barınma merkezi ya da Avrupa'ya geçiş için bekleme noktası haline gelmiştir. Bu bölge 5366 Sayılı "Yıpranan Tarihi ve Kültürel Taşınmaz Varlıkların Yenilenerek Korunması ve Yaşatılarak Kullanılması Hakkında Kanun" çerçevesinde kapsamında 2006 yılında Bakanlar Kurulu kararı ile Yenileme Alanı olarak ilan edilmiş ve proje Beyoğlu Belediyesi ile Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliğinde yürürlüğe girmiştir. Bölge bugün itibarıyla çingenelerin, Afrikalı ve ağırlıklı olarak Nijeryalı göçmenlerin/mültecilerin, Özbeklerin, Afganların ve özellikle fuhuş piyasasının içinde olan çeşitli grupların mekân olarak kullandıkları şehrin merkezinde her türlü altyapıdan yoksun izbe ve metruk binalarıyla şehrin keşmekeşinden istifade etmek isteyenlerin yaşadığı bir yerleşim biridir. Bu araştırmanın temelini oluşturan Dom mültecileri de İstanbul'da ağırlıklı olarak 6/7 Eylül 1955 ve 1963 Kıbrıs olaylarının ardından Rumların ve Yunanların terk ettikleri ve gittikçe daha da harabe halini alan ve metruklaşan İstanbul'un Beyoğlu semtinde Tarlabası olarak bilinen mahalledeki apartmanlarda yaşamayı tercih etmişlerdir.

6. Tarlabası'nda dom çingeneleri

Suriye'den kaçtıktan sonra İstanbul'a gelen ve Tarlabası'na yerleşen Dom çingenelerinin bölgeye gelme ve burada yerleşme sebepleri de bölgenin terk edilmiş ya da başkalarınca sahiplenilmiş yapılarla dolu olmasıdır. Ucuz iş gücü kaynağı olmaları sebebiyle ekonomik sıkıntı da yaşayan çingeneler çok düşük kiralarla buldukları bu terk edilmiş evlerde yaşamayı tercih ederken daha önceden bölgeye gelip yerleşmiş olan farklı etnik köken ve uluslardan insanların arasında kaynayıp kaybolmayı da göz önünde tutmaktadırlar. Türkiye'yi geçiş noktası olarak düşünen ve İstanbul üzerinden çeşitli Avrupa ülkelerine gitmeyi hedefleyen oturma izni/vize almış çeşitli üçüncü dünya ülkesi vatandaşları yanında çeşitli şekillerde ve kaçak olarak bölgeye gelmiş olanlar da bu bölgede kalmaktadır. Tarlabası cami, sinagog, kilise ve havraları yanında çeşitli etnik kökenden insanlarıyla ve homojenlikten uzak bu yapısıyla sosyal, ekonomik ve kültürel çeşitliliği bir arada yaşamakta, belediye altyapı hizmetlerinin ikinci planda kalması sebebiyle her türlü sorunla başbaşa kalmaktadır. Esasında bu karmakarışık etnik yapısıyla Tarlabası kalabalığının içinde yalnızlığın yaşandığı bir tezatlar bölgesi

olarak da adlandırılabilir. Dom çingeneleri şu anda bölgedeki en kalabalık sığınmacı/mülteci grubu olarak da bilinmektedir. Bu noktadan değerlendirildiğinde Türkiye'nin en büyük şehrinde ve inanılmaz bir hızla akıp giden hayatın içinde bazen mülteci/çingene karmaşasıyla farkına bile varılmıyormuş hissi veren bu insanlar Türkiye'deki Suriyeliler arasında en farklı grubu da oluştururlar. Bölgedeki yerel yönetimlerin ve bazı devlet yetkililerinin bu bölgeye yönelik mekânsal kayıtsızlığı (doğalgaz, su, elektrik vb.) yanında bölgedeki yeme-içme ve konaklama tesislerinin yoğunluğu ve özellikle merdiven altı atölyelerin varlığı da Domların görünmezliğini arttırmaktadır. İlginç bir nokta ise kriminal konularla ilgilidir ve mültecilerin büyük bir çoğunluğunda Suriyelilerin mağdur olduğu herhangi bir durumda polis ya da hukuk çevreleri bu konuda ağırdan almayı, geçiştirmeyi ya da göz ardı etmeyi tercih ederken merkezinde Suriyelilerin olduğu tersi bir durumda ise görevlerini en mükemmel şekilde yapmak suretiyle kişiye en ağır cezanın verilmesini sağlamak gibi bir yol izlemektedirler. Örneğin kısaca "Suriyeli" olarak tanımlanan bu insanlar "kavgacı, kirli ve ahlaksız" (Akbulut, 2021; 28), "tembel, sırtımızda yük ve dilenci" (Turgut, Ekitli ve Çam, 2020; 50), "vatanını savunmayan nankörler, toprağına ihanet edenler, vatanını ihanet ve kalleşlikle satan insanlar" (Güleryüz, 2021; 78 ve 86) olarak nitelendirilmektedir. Bugün bireyin düşüncelerini fazlasıyla etkileme gücüne sahip sosyal medyada özellikle Domlara karşı yürütülen ve önyargıyla beslenen yaklaşım bu gruba maddi ve manevi zarar verirken esasında birey üzerinden bütün grup üyelerine gözdağı vermek amaçlanmaktadır ve genellikle ön plana çıkartılansa yaşam biçimleri ya da kültürel altyapıları/geçmişleri değil bu insanların rahatsız edici davranışları olmaktadır. Genellikle hurda ve kâğıt toplayıcılığı yapan, Beyoğlu İstiklal Caddesi'nde müzik yapmaya çalışan "İstanbul'un ötekileri" ya da "Tarlabası'nda en alttakiler" olarak da adlandırılan Domlar bu bağlamda çok sık farklı tacizler ve nefret söylemine bağlı tehditler almaktadır.

Nefret, öfke ve dışlayıcı söylemlerin hiçbir denetime tabi olmadan ortaya atıldığı sosyal medya mecralarında genellikle "suç", "tehdit ve gerginlik", "hırsız", "yankesici", "şiddet", "çalmak", "olay", tehlike ve kavgacı", "provokasyon" gibi kelimeler yanında "Suriyeli avı" (Doğan, 2015; 169), "Suriyeli gerginliği", "Suriyelilere öfke", "Suriyeli krizi" (Doğan, 2015; 151) gibi ifadelerle "öfkeli kalabalık" ya da "kızgın gruplar" gibi nitelemelerle olumsuz subliminal mesajlar veren görüntülerle, zaman zaman imalarla ya da farklı dil ve kurgularla, imajlarla ve alt kodlarla (Sarı, 2019; 26) yansıtılan ve durum normalleştirilen bu insanlar aynı şekilde "Suriyeliler" ile başlayan her cümlede bu grubun tamamı için genellemeler yapılmakta ve "Suriyeliler çok gürültücü ve kavgacı. Suriyeliler sabaha kadar asla yatmazlar. Suriyeliler kokuyor. Suriyeliler suçla yatmaktadır. Suriyeli kadınlar fuhuş yapıyor. Suriyeliler çocuklarını disipline edemiyor" (Akbulut, 2021; 28) ve "Suç oranları arttı, pisler, çalıyorlar. Geçen tatilde yeni ayakkabılar aldım; ayakkabılarım camide çalındı." (Taş ve Tekkanat, 2018; 87) denilerek suçlanırken ve ironik bir şekilde mülteciler arasında suç oranları çok daha düşük olmasına rağmen hepsi fuhuş, kriminal suç, soygun, hırsızlık, mala zarar verme ve el koyma (Erdoğan, 2014;20) ile özdeşleştirilmektedir ve toplumda böyle bir önyargı ve algı söz konusudur (Özdemir, 2017; 117).

İletişim etiği açısından haber değeri taşımayan; ancak haber değerini göreceli olarak artıran olumsuzluklar üzerine oturan olumsuz sosyal medya haberleri de doğaldır ki takipçinin ilgisini çekmekte, öte yandan kişideki olumsuz yaklaşımları da pekiştirmektedir. İlginç bir nokta ise kriminal bir suça karışan herhangi bir Suriyeli kişiyle ilgili olarak ana akım TV kanalları yanında kullanıcılarına muazzam bir kullanım alanı sağlayan sosyal medyada da suç işleyen kişinin isminin verilmemesi ve genel olarak "Suriyeli hırsız, Suriyeli suçlu, Suriyeli katil zanlısı" gibi bütün mültecileri kapsayan ve zan altında bırakan bir yaklaşımın sergilenmesidir. Bu durum tam da Amsterdam Üniversitesi öğretim üyesi Teun A. van Dijk'in "...Bizimle ilgili olumlu şeyler söyle. Onlarla ilgili olumsuz şeyler söyle... Bizimle ilgili olumsuz şeyler söyleme. Onlarla ilgili olumlu şeyler söyleme... Bizimle ilgili olumlu şeyleri vurgula. Onlarla ilgili olumsuz şeyleri vurgula. Bizimle ilgili

olumsuz şeyleri es geç. Onlarla ilgili olumlu şeyleri es geç...” (Dijk, 2000; 44) şeklindeki vurgusuna ve tespitine aynen uymaktadır.

Tarlabaşı’nda hem mülteci ve hem de çingene etiketiyle yaşayan Domlar da bu açıdan en çok etkilenenlerdendir. Enformatik ve medyatikleştirilmiş sosyal yapıda enformasyonun yerine geçen ve kültürler arası iletişimi engelleyerek ya da zorlaştırarak yapılan sosyal medya iletimleriyle tek yanlı olarak körüklenen, zaman ve mekândan bağımsız olarak kullanıcıya tartışma imkânı veren ve bu durumu kitleselleştirerek meşrulaştıran (Alp, 2016; 147) bu nefret söylemi ve yabancı düşmanlığına paralel olarak Tarlabaşı’nda yaşayan Domlar önyargıdan kaynaklı olumsuz davranışlar ve aşağılayıcı sözlerle karşılaşmaktadırlar. Bu süreçte yerel halkın uzun süredir devam eden sessizliği kırılarak misafir söyleminin devam etmesi üzerine olumsuz yorumlar yapılmış, Türkiye’deki ekonomik kriz, işsizlik, geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin Türkiye’ye gelmesiyle birlikte olumsuz tutum ve davranışlar da kendini göstermeye başlamıştır. Mültecilerin kamu hizmetlerinden yararlanmaya başlaması, siyasetçilerin ötekileştirici söylemleri, konunun siyasallaştırılması, bir hegemonya aracı ya da ideolojik bir aygıt olarak da bilinen medyanın ötekileştirici ve dışlayıcı dili, ayrıca dijital platformların özel blogları, çevrimiçi programları, dijital ve çevrimiçi farklı program ve oyunları yanında Facebook, Instagram ve Twitter gibi tek yanlı iletişim egemenliği kuran ve bugün artık geleneksel medyanın gündem oluşturma ve gündem belirleme gücünü de üstlenen sosyal medya mecralarında ortaya çıkan yabancı düşmanlığı (zenofobi) ve dijital teknolojiyle büyük kitlelere ulaşan nefret söylemi ve genel anlamda temel hak ve özgürlüklere (Demirbaş, 2017;2695) yönelik bir olumsuzluk olarak aşağılama, nefret, önyargı, hakaret ve suiistimale yöğrulan (Alp, 2016; 150) nefret söyleminin toplumsal katmanlarda ciddi yer bulmaya başlaması toplumsal kutuplaşmayı arttırmıştır. Buna ilaveten Dom çingeneleriyle ilgili bilinen yanlış algıların bilgi üretme ve bunlar üzerinden iletişim sağlama ve sonuçta bir yargıya varma noktasında son derece etkili olan sosyal medya aracılığıyla yayılması (Akbulut, 2021; 31), fiziki ve psikolojik zarar gören bireylerin ötesinde o kişinin ait olduğu gruba yönelik aşağılayıcı davranışlar (Demirbaş, 2017;2701) ve bunların sonucunda kaçınılmaz olarak toplumsal katmanlar arasında yaşanan gerginliklerin gittikçe artması durumu daha da zorlaştırmıştır.

Örneğin halen Facebook’ta bulunan ve “Bunlar tehlikeli insanlar. Buralara girmek ölüm demektir. Buraya girilemez.” türünden Tarlabaşı’nı ve “Tehlikeli değil, eğlenceliyiz.” diyen Tarlabaşı’nda yaşayan Dom çingenelerini hedef göstermek kışkırtıcılığın ötesinde toplumsal barışı da tehdit eden bir unsurdur. Bu durum Tarlabaşı’nda yaşayan insanların daha kapalı bir hayat sürmesine, daha da gettolaşmasına ve kendi işporta tezgâhları, sokak satıcıları, kahvehaneleri, kendi içlerinde işbirliği ve yardımlaşma, evler arasında çekilen iplerde çamaşır kurutma, sokakların çocuklara tahsis edildiği, mahallede kendine has uygulanan kurallar gibi kendi mahalle kültürünü yaratmasına neden olmaktadır (Tsavdaroglou, 2020; 235). Örneğin Tarlabaşı Dayanışma Grubu tarafından sınır kapılarında ya da kontrol noktalarında bekleyen veya Türkiye’ye gelip de kalacak yer bulamayan bu Suriyelilere yönelik bir çağrı yapılır. Ardından bütün İstanbul sathında yürütülen bir kampanyayla sahip olduğu mülkünü kira almadan ya da çok küçük bir fiyatla kiralamak isteyenler tespit edilir, yardımsever vatandaşlardan karyoladan battaniyeye kadar toplanır ve imkânlar ölçüsünde bölgeye Suriyelilerden bir kısmı yerleştirilir (Arıcan, 2020; 221). Bölgede kendi ayakları üzerinde durmaya çalışan ve mümkün olduğunca bölge dışına çıkmamaya özen gösteren çingeneler Tarlabaşı’nın tarihten gelen kötü imajı ve olumsuz geçmişi nedeniyle de son derece dezavantajlı durumdadır. Zaman zaman bölgeye farklı basın-yayın kuruluşlarından programcılar gelip bölgenin güvenli ve tehlikeden uzak olduğunu belirtse de bu imaj bugüne kadar değiştirilememiştir.

Öte yandan iletişim teknolojisinin bütün dünyayı sarıp sarmaladığı ve dünyanın artık sınırları olmayan “evrensel köy” durumuna geldiği bir süreçte “yabancı”, “öteki” ya da “mülteci” kavramları

sosyal hayatın her alanında karşılaşılan bir durum olurken Türkiye'ye yönelik Suriyeli akını da farklı kültürlerle sahip insanları sosyal hayatın içine kaynaştırmaya başlar. Bu süreçte ülkeye gelen en farklı grup olarak kimlik eksenli kutuplaştırma ve ayrıştırmaların merkezinde olan ve asırlardır komün hayatı yaşayan Dom çingeneleri/mültecileri ise geleneksel özellikleri bağlamında toplumsal hayattan uzak kalırken "kentsel yoksulluk alanı" olarak nitelendirilebilecek Tarlabası'nın kendine has olumsuz özellikleri içerisinde yeni bir olumsuzluk ve tereddüt sayfası açar. 2022 itibarıyla 16 milyonu aşkın nüfusa sahip İstanbul'da son derece kozmopolit Tarlabası bölgesine gelen Domlar burada hayatın içine karışmakla birlikte "öteki" olarak güven vermediğinden ya da korku, gizem ve şüphe yaratan "yabancı" olarak algılandığından ve genel anlamda çingenelere yüklenen pek çok olumsuz etkilemeler nedeniyle hedef gösterilmektedir. Aynı şekilde Domlara yönelik olumsuz genellemeler, çarpıtmalar, abartmalar yanında "hırsız, torbacı, kötü, saldırgan, çıkarıcı, tembel, saygısız, terbiyesiz, gaspçı, fitne fesat, güvenilmez, kötü" (Alp, 2016; 160) gibi etiketlemeler, çeşitli küfürler, hakaretler ve aşağılamalarla yok sayılan bu insanlar ayrıca düşmanca yaklaşımlar ve doğal kimliklerine yönelik nefret ve aşağılama öğeleriyle de sosyal medyada yabancı düşmanlığına maruz kalırlar. Suriye'deki çatışma ortamının ardından kaçınılmaz olarak parçalanan bazı gruplar ise 5-15 aileden oluşan koruyucu komün hayatının dışında (Tarlan, 2016; 18) kaldıklarından tehdit ve tehlikelere daha fazla maruz kalmaktadır. Bu insanlara yönelik nefret söylemi ve yabancı düşmanlığı genel olarak aşağıdaki başlıklar çerçevesinde ortaya çıkar;

- a. Değersizleştirmeye yönelik nefret söylemi
- b. Pasifleştirmeye yönelik nefret söylemi
- c. Dışlamaya yönelik nefret söylemi
- d. İtibarsızlaştırmaya yönelik nefret söylemi
- e. Aşağılamaya yönelik nefret söylemi
- f. Sinikleştirmeye yönelik nefret söylemi

İş bulma, istihdam, kendi mesleklerini icra edebilme, çocukların eğitim hayatı, sosyal aktivitelere katılım sağlama gibi farklı alanlarda bu kendisini bariz bir şekilde gösterir (Alp, 2016; 160). Bölgenin mimari dokusunu ve çoklu kültür ortamını tamamen ortadan kaldıran kentsel dönüşüm yanında eğitimsizlikten mustarip olan bölgede Dom çingeneleri ekonomik güçlükler yaşarken hızlı, ucuz ve basit özellikleriyle sosyal medya mecralarında ayrıştırıcı ve ötekileştirici suçlamalara maruz kaldıklarından bu süreçte güvensizlik ve yalnızlık sarmalına da evrilmektedirler. Bu bağlamda İstanbul Tarlabası'nda yaşayan Domların kesin sayısı bilinmemekle birlikte bölgedeki mülk sahiplerinin, aracılardan ya da daha önceki işgalcilerin bu insanlara ev kiralama konusunda gönülsüz davranmaları ya da Domların kira ödeyecek güce sahip olmamaları (Kaya, Kurtuluş ve Yüksek, 2022; 145) nedeniyle yaşlı, genç, ihtiyar, erkek, kadın, engelli, evli ya da bekâr pek çok Dom çingenesi elektrik, doğalgaz ve su gibi altyapı hizmetlerinden yoksun, rutubet ve nem kaplanmış, tek odalı evlerde (Arıcan, 2020; 221) hijyen şartlarından uzak ve potansiyel bulaşıcı ve salgın hastalık tehlikelerine açık bir hayat sürdürmektedirler. Öte yandan bazılarıncı "yerleşimin olmadığı yerleşim merkezi" ya da "şehrin keşmekeşinde bir konteynır" (https://tarlabasi.wordpress.com/2009/10/29/the-developers-dream-the-neighbors%E2%80%99-nightmare_tarlabasi-istanbul/) olan Tarlabası'nda yaşayan farklı etnik kökenlerden, ülkelerden ya da gruplardan sığınmacılar, mülteciler ya da yerleşikler arasında kendiliğinden ortaya çıkan işbirliği ve dayanışma söz konusudur. Maddi gücü el vermeyen insanlara yardımcı olmak, hastalarına sahip çıkmak, ortak yemek hazırlamak, çamaşır yıkamak ya da sıradan ev işlerini birlikte yapmak gibi hayatın içinde pek çok konu gerekli hallerde birlikte çözülmektedir. Her ne kadar bölgede Suriye'den gelen Dom çingenelerinin sayısı fazla olsa da sosyal yapıda herhangi bir etnik topluluğun ya da grubun egemen olduğu bir durum söz konusu

değildir (Tsavdaroglou, 2020; 240). Bu durumdan en az rahatsızlık duyanlar arasında ise inanç eksenini ya da etnik kökenle ilgili ayrımcılığın hissedilmemesi nedeniyle Domlar gelmektedir.

Öte yandan toplumsal ayrımcılığa bağlı olarak dışlanan ve hedef gösterilen bu insanlara yönelik bu antipati zaman-mekân ve yabancı üçlemesinde güven olgusunun zedelenmesiyle, sosyal medyanın yabancı düşmanlığı (zenofobi) söylemleriyle ve hedef göstermelerle iyice şiddetlenmektedir. Bugün Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformlarına yüklenen ve defalarca tekrarlanan fiziksel şiddet yanında psikolojik şiddet de içeren her türlü olumsuz, rahatsız edici ve aşağılayıcı görüntüler, haber ve klipler neredeyse aynı anda Daily Motion, Google Video, Vimeo, Metacafe, Vine, Scorp ve YouTube gibi çevrimiçi internet ağlarında, içerik paylaşım sitelerinde ya da buna bağlı özel kanallarda da kamuoyuyla paylaşılmaktadır. Söz konusu bu ağlarda nefret söylemi ve Suriyelilere yönelik yüzlerce yayın bulmak mümkündür.⁴ Öte yandan “Halkı kin ve düşmanlığa alenen tahrik etme”, “Halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma” suçlamalarıyla “ambargoTV”, “Ajans Muhbir”, “Aykırı” ve “Haber Report” gibi sosyal medya hesaplarının yöneticileriyle birlikte gözaltına alınan Ambargo TV'nin İran kökenli çalışanı Ramin Saeidi (<https://www.odatv4.com/guncel/umit-ozdag-odatvye-acikladi-ambargo-tv-itirafi-kim-bu-ramin-saeidi-120003141>) dışında “Aykırı” sosyal medya sayfasının Genel Yayın Yönetmeni Batuhan Çolak ile Ajans Muhbir'in yöneticisi Süha Çardaklı da tutuklananlar arasındadır. Aynı dönemde gözaltına alınanlardan “Karargâh Haberler” ve “Mülteci Haberler” twitter hesabının sahipleri ise serbest bırakılır.

Bu konuyla ilgili ulusal ya da uluslararası hukukun tam manasıyla verimli ve randımanlı çalışmaması ve platformların oto-kontrol ya da sansür/engelleme uygulamaları yeterli olmadığından kişiler rahatça istedikleri görüntü, haber, klip ya da görüntüyü paylaşabilmektedir. Mekân-zaman bağımsızlığı içinde herkesin söz hakkının olduğu ve uzman olmasına gerek olmadığı ve yerleşik kuralların uygulanmadığı sosyal medyanın kıskırttığı nefret söylemi ve buna bağlı yabancı düşmanlığı tarafından tetiklenen tutumlar çerçevesinde şiddete maruz kalan, taciz edilen Dom çingeneleri ise genellikle kayıt dışı ve düzensiz göçmen statüsünde olduğundan bunları görmezden gelmekte, yaşadıklarına karşı sessiz kalmakta, adli mercilere müracaat etmeyi düşünmemekte, çok az sayıda çingene ise buna tepki göstermektedir. Örneğin Ekim 2014'de dilencilik yaptıkları gerekçesiyle bu insanların toplanması ve sınır boylarındaki geçici koruma merkezlerine gönderilmesi (<https://t24.com.tr/haber/81-ilin-valiliklerine-suriyeli-dilencileri-kamplara-toplayin-talimati,266309>), 2023 Eylül itibarıyla YouTube'da bu insanlarla ilgili olumsuz öge içeren görüntü sayısı belirlenemezken “Suriyeli hırsız Show Haber muhbirine saldırdı.” haberi 30 Nisan 2022 sonrasında 219.214 defa seyredilirken 10 Mayıs 2016'da yayımlanan “Suriyeli çocuktan ibretlik hareket” başlıklı görüntü 22 Ekim 2017'ye kadar 3.393.698 defa izlenmiştir (Kurt, 2019;9). “Suriyeli Hırsız” ifadesi Google arama motorunda 120.000, “Tarlabaşı'nda Suriyeliler” kavramı 65.000 ve “Suriyeli Mülteciler” kavramı 630.000 sonuç vermektedir ve bunların büyük kısmı aşağılayıcı ve olumsuz ifadelerle doludur. Facebook'ta yayınlanan ve Suriyeli yaşlı bir kadını çocuk kaçıran kişi olarak aktaran görüntü de bu minvalde değerlendirilmelidir.

Ayrıca çaldığı çuvalarda onlarca çeyizlik eşya çıkan “Suriyeli hırsız yakaladım.”, “Avrupa'nın rahatı için Türkiye'nin huzurunu bozan katil, hırsız, uğursuz parazitler”, “Hırsız, arsız, uğursuzlar ülkesi Suriye”, “Hepsi hırsız bunların; Suriyeli pislikler” diyen Facebook paylaşımları, “Kuyumcuya giren Suriyeliler 16 yüzük çaldı.”, Karavanımıza giren pislik hırsız”, “Trabzon'da Suriyeli lokantacıyla

⁴ Örneğin Birgül Taşdelen tarafından 26 Haziran 2019-26 Ocak 2020 arasında Twitter'da yapılan bir araştırmada “Barbarlar, istilacılar, bayraksızlar, vatansızlar, pis Araplar, vatan kaçkını hainler, Esad'ın çöpleri, kafa kesenler, atom bombasını ahk edenler” denilerek toplam 778 tweet atılmış, bunlar 109 defa da retweet edilmiştir. Aynı şekilde Haziran 2019-Ocak 2020 arasında Suriyelilere yönelik nefret söylemi içeren toplam 1.555 tweet tespit edilmiştir (Taşdelen, 2020; 566).

Kuveytli müşteri kavga etti. Ayırmaya çalışan Türk Suriyeliyi öldürdü.", "Suriyeli dükkân açtı; ne ruhsat var ne izin.", "Birçoğu elini kolunu sallayıp geliyor. Bir kısmının ne amaçla geldiği belli değil, terörist olabilir, bir kısmı ajan olabilir, hırsız olabilir, uçkuru zayıf olabilir, katil olabilir. Bunların kim ve nasıl insanlar olduklarına alanlarında yazılı değil. Şimdi ben bunları söyledim diye ırkçı diye suçlanabilirim. Ben bunu söyledim diye 'Müslüman değil misin?' diyen de olur.", "Suriyeli muhacir hırsız kardeşlerimiz marketi donlarına doldurmuş", "Türkiye'nin başına bela olan Suriyeliler çetesi", "Ne idüğü belirsiz, hırsız, ajan, beleşçi, kaçkını içimize sindirdik.", "Afgan katiller Suriyeli hırsız gaspçılar. Acil boşaltın İstanbul'u yetti canımıza.", "Sınırdaki mülteciler daha kolay geçiyor sınırı... Yani bir Suriyeli kadar değer yok.", "Akşama kadar çalıştığım mağazaya onlarca Suriyeli gelip dileniyor.", "Devlet buraları bize verdi deyip Türklere saldırıyorlar." Şeklinde devam eden binlerce Facebook, Twitter ve Instagram paylaşımları (https://www.facebook.com/enbuyuklideratatrkr/photos/a.480062108747227/2122217841198304/?locale=tr_TR) bilerek ya da bilmeyerek, kasıtlı ya da masumane yabancı düşmanlığını körüklemekte ve nefret söylemiyle körüklenen sokaktaki şiddeti de kaçınılmaz olarak artırmaktadır. Şüphesiz bu noktada yerel yönetimlere ve devletin yetkili birimlerine de çok büyük bir görev ve sorumluluk düşmektedir. Örneğin Göç İdaresi Başkanlığı, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), doğrudan İçişleri Bakanlığı, özellikle İstanbul Valiliği bu konuda vatandaşın kafasındaki soruları ve şüpheleri ortadan kaldıracak cevapları net ve anlaşılır bir şekilde ortaya koymalı, tereddütlere neden olacak ve toplumsal huzuru bozacak yaklaşımlara müsaade etmemelidir. Örneğin bu Suriyelilerin elektrik, su, telefon ücreti ödemedikleri ya da herhangi bir işletme açtıklarında ruhsat ücreti ve vergi ödemedikleri, devletin bütün imkânlarından rahatça ve ücretsiz faydalandıkları yönündeki kafa karıştırıcı durum net olarak ortaya konmalıdır. Ayrıca güvenlik, asayiş ve emniyet anlamında huzursuzluk yaratan Suriyelilere yönelik verilecek adil, hızlı ve emsal teşkil edecek cezalar yanında bunların derhal sınır dışı edilmesi de vatandaşa direkt ya da subliminal mesajlar olarak kamu spotlarıyla verilmelidir.

Aynı çerçevede sosyal medyada doğrudan bu çingenelerle ilgili olarak "Taksim'de dilenci istilası", "Taksim'de turist avcısı dilenciler", "Taksim'de dilendikten sonra içki âlemi yapan Suriyeli", "Suriyeliden Taksim'de provokatif afiş", "Taksim'de laf atma kavgası", "Taksim'de dilencilik yapan Suriyeli aile", "Metrobüste Suriyeli dilenci avı", "Terör saldırısıyla dalga geçen göçmenler", "Ankara'da Suriyeli mülteci gerginliği", "İstanbul'un bu mahallesinde herkes Suriyeli", "İstanbul'da lüks Suriye gettosu", "İstanbul'da küçük Suriye", "Genç Ganallılar Suriyelilerden rahatsız", "Suriyeli gençlerle Türk gençler tartıştı, ortalık karıştı.", "Taksim'de Suriyelilerin şok eğlencesi", "Suriyelilerin taciz dayağı", "Suriyeli racon kesti. 'Bize laf atanı keseriz.' dedi.", Suriyeli-mahalleli çatışması korkuttu.", "Suriyeliler ellerinde döner bıçakları savaşa gider gibi yürüdü.", "Silahlı ve döner bıçaklı saldırganlar" başlıklı görüntüler binlerce defa seyredilir ve paylaşılırken İstanbul Esenler'de yapılan bir sokak röportajında bir vatandaşın Suriyelileri neden ülkede istemediğini anlattığı "Ben muz yiyemiyorum, Suriyeliler yiyor ve kilolarca muz alıyor." sözlerinin ardından Facebook, Twitter ve Instagram hesaplarından muz yerken çekilen görüntülerini yayınlayan İstanbul'daki Suriyeliler ise büyük tepki çeker ve bu olayın hemen ardından harekete geçen İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Başkanlığı bu şekilde video çektiklerini tespit ettikleri adli işlemlerin ardından geri gönderme merkezlerine sevk edilen 45 Suriyeliyi derhal sınır dışı etme kararı alır. Görüldüğü üzere provokasyonlara son derece açık bir konu olan Suriyeliler konusu özellikle toplumsal barış ve huzur konusunda eylem yapmayı planlayan art niyetli kişiler ve örgütler tarafından da kaşınmaktadır. Bu durum ülkede çaresizce yaşamaya çalışan kendi halinde mültecileri de çok zor durumda bırakmaktadır. Bu baskı ve zorlayıcı davranışlar karşısında göç etmeyi düşünen Tarlabası'ndaki Dom çingeneleri ise gidecek yerlerinin olmaması, Suriye'ye dönüşün ise neredeyse imkânsızlığı nedeniyle bölgeden ayrılamamanın çaresizliğini de yaşamaktadır.

7. Sonuç

Suriye'deki iç savaşın ardından Türkiye'ye sığınan ve önceleri sınır hattındaki geçici koruma merkezlerinde tutulan geçicikoruma kapsamındaki Suriyelilerden büyük bir kısmı daha sonraki süreçte çeşitli sebeplerle farklı şehirlere gitmeyi tercih etmişlerdir. Bunlar arasında Dom çingeneleleri de bulunmaktadır ve sayıları tespit edilemeyen bir grup Dom çingenesi de İstanbul'un kentsel dönüşüm planında yer alan ve tarihi evleriyle bilinen Tarlabası'nı kendilerine mesken tutmuşlardır; ancak ülkenin farklı yerlerinde yaşayan Suriyelilere olduğu gibi bu mültecilere de TV ve basın-yayın organları haricinde özellikle sosyal medya platformları üzerinden nefret söylemi ve yabancı düşmanlığı pompalanmaktadır. Kimlik üzerinde şekillenen ve önyargıyla harmanlanarak "öteki" olarak değerlendirilen bu mültecilere aydınlanma aracı ya da toplumsal bir kuvvet olarak değerlendirilen medya üzerinden yürütülen zaman zaman sistematik bu aşağılayıcı ve dışlayıcı yaklaşımlar özellikle son dönemde Facebook, Instagram ve Twitter üzerinden de çok yaygın olarak devam ettirilmektedir. Yasalardaki boşluklar yanında adı geçen medya kuruluşlarının da etkin ve hızlı tedbirler almaması nedeniyle de bilgi çöplüğüne dönen sosyal medya böylece yabancı düşmanlığının da ana kaynaklarından birisini teşkil eder.

Siyasal, ekonomik, sosyoekonomik ve şüphesiz sosyopolitik olarak tam manasıyla karmaşık bir sorunlar yumağı olan mülteci sorunu içerisinde mültecilere ve özellikle hem mülteci hem çingene etiketleri yapıştırılmış Domlara yönelik değersizleştirme yaklaşımları ise kısa vadede çözülecek türden değildir. Her ne kadar bazı sivil toplum örgütleri psikolojik ve ekonomik yaraları sarmaya çalışsa da bu çok da yeterli değildir. Bugün halen İstanbul Tarlabası ve bu çingenelelere yönelik olarak İstanbul Bilgi Üniversitesi Göç Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından kurulan ve ağırlıklı olarak "göç ve yoksullukla mücadele merkezli" çalışması hedeflenen Tarlabası Toplum Merkezi ve Tarlabası Toplumunu Destekleme Derneği gibi sivil toplum örgütlenmeleri söz konusu olsa da bütün iyi niyetleri ve gayretlerine rağmen toplumsal duyarlılık, yerel yönetimlerin desteği ve devletin yardımı olmadan sorunlara tam anlamıyla çözüm bulmaları mümkün olamamaktadır.

Devlet mültecilere her türlü sosyal hizmeti (sağlık, eğitim gibi) vermeye çalışmakla birlikte İstanbul'da yaşayan Dom çingenelelerinin devletle ilişki konusunda isteksiz davranmaları, geri gönderilirim korkusu ve yarattıkları gettolardan çıkmama konusundaki tercihleri de durumu daha da kötüleştirmektedir. Kentsel dönüşüm planına giren bölgeyle ilgili olarak yerel yönetimlerin de ne zaman yıkılacağı belli olmamakla birlikte bu bölgeye hizmet götürmediği, örneğin çöplerin toplanmadığı ya da yol, kaldırım çalışmalarının bulunmadığı da bilinmektedir. Ulusal bazda nefret söylemiyle ilgili etkin tedbirler alınabilmesi için etkili bir veri toplama sisteminin tesis edilmesi, bu verilerin toplanması ve değerlendirilmesi aşamasında sadece kolluk kuvvetleri değil, aynı zamanda ilgili sivil ve resmi kurum ve kuruluşlardan da destek alınması, konuyla ilgili farkındalık yaratıcı programlar ve kamu spotları hazırlanması, gelir geçer popülist yaklaşımlar ve sansasyonel/asparagas haberler/programlar konusunda kamuoyunun dikkatini çekmek maksadıyla çalışmalar başlatılması, "öteki" olarak adlandırılan insanlarla ilgili kucaklayıcı yaklaşımlar sergilenmesi, her ne kadar saniyeler içinde milyonlarca kişiye ulaşan sosyal medya mesajlarının ve bunları ortaya atan sahte kimlikler ve profillerin tespit edilmesi, takip edilmesi ve kısıtlanması kolay olmasa da medya ve özellikle sosyal medyaya yönelik yapıcı kuralların ve yaptırımların uygulamaya geçirilmesi, özellikle kolluk kuvvetleri ve mültecilere yönelik çalışmalar yapan kurumlarda konuyla ilgili eğitimler düzenlenmesi, nefret söylemi ve yabancı düşmanlığı konusunda hukuki düzenlemelerin yapılması uygun olacaktır. Öte yandan sosyal statüleri tam olarak belirlenememiş, sığınmacı/mülteci sarmalındaki bu insanlara siyasal aktörlerin "kardeşlerimiz" ya da "misafirlerimiz" gibi yaklaşımları her ne kadar insani açıdan kulağa hoş gelse de bunun yerel ve uluslararası hukukta bir karşılığı yoktur ve ortada kavramlarla ilgili bir belirsizlik vardır. Ana akım medya unsurları ve basın-yayın

kuruluşlarına yönelik şüphesiz hukuki düzenlemeler, yaptırımlar getirmek söz konusudur; ancak bunu sosyal medya platformlarına uygulamak şimdilik mümkün görünmemektedir. Bu durum dışlayıcı, ötekileştirici, yanlı ve bu insanları değersizleştirici “biz ve ötekiler” kısır döngüsünün bir süre daha devam edeceğinin de açık bir göstergesidir.

Kaynakça

- Adar, Aslın Şahinkaya, “Türkiye’de Yeni Prekarya Suriyeli İşgücü mü?” *Çalışma ve Toplum*, 2018, No 1, s.13-36
- AFAD, 2013 Yılı Suriyelilerin Konakladığı Geçici Barınma Merkezlerindeki Harcama ve Maliyet Analizi Raporu, *TC Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı*, Ankara, 2014
- AFAD, Syrian Women in Turkey, *TC Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı* Ankara, 2014
- AFAD, Suriyeli Misafirlerimiz Kardeş Topraklarında 2016; Güvenli Liman Türkiye, *TC Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı*, 2016, Ankara
- Akalın, Kadir, *Gazetelerdeki Suriyeli Sığınmacı Temsili; Öne Çıkarma ve Çerçeveleme Yaklaşımları ile İçerik Analizi*, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2018
- Akbulut, Ezgi, *Misafirlikten Ötekiliğe Suriyeli Mülteciler ve İnsan Hakları; Sultanbeyli Örneği*, Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, Ocak 2021
- Aldamen, Yasmin, “Xenophobia and Hate Speech towards Refugees on Social Media: Reinforcing Causes, Negative Effects, Defense and Response Mechanisms against That Speech”, *Societies*, Yıl 2023, Sayı 83, Cilt 13, s. 1-26
- Alhelou, Hind, *Racist Securitization of Refugees, Syrian Refugees in Lebanon: A Case Study*, Cairo American University, 2021
- Alp, Hakan, “Çingenelere Yönelik Nefret Söyleminin Ekşi Sözlük’te Yeniden Üretilmesi”, *İlef Dergisi*, Yıl 2016, Cilt 3, Sayı 2, s. 143-172
- Alterman, Jon B., and Barnett, Carolyn, “Turkey, Russia, and Iran in the Middle East”, *The Turkey, Russia, Iran Nexus*, Editör Samuel J. Brannen, Center for Strategic and International Studies, Kasım 2013, s. 4-11
- Altınışık, Meliha B., “Worldviews and Turkish Foreign Policy in the Middle East”, *New Perspectives on Turkey*, 2009, No 40, s. 171-194
- Aras, Bülent, “The Davutoğlu Era” *Insight Turkey*, Yaz 2009, Cilt 11, No 3, s. 127-142.
- Arıcan, Alize, “Care in Tarlaşahı amidst Heightened Inequalities, Urban Transformation and Coronavirus”, *Radical Housing Journal*, Aralık 2020, Cilt 2, Sayı 2, s.219-228
- Bachelard, Gaston, *the Poetics of Space*, Beacon Press Books, 1964
- Balcer, Adam, “Arap Baharı İçin Bir İlham Kaynağı Olarak Türkiye; Fırsatlar ve Sorunlar”, *Arap Baharı ve Türkiye Modeli Tartışmaları*, Editör M. Akif Kireççi, Asem Publication, Ankara, 2014
- Balcılar, Mehmet, Türkiye’deki Suriyeli Mültecilerin Sağlık Durumu Araştırması, *AFAD, WHO and Turkish Ministry of Health*, Ankara, 2016,
- Berti, Benedetta, “The Syrian Refugee Crisis: Regional and Human Security Implications”, *Strategic Assessment*, Cilt 17, No. 4, Ocak 2015, s. 41-53
- Buzan, Barry, Waever, Ole and Wilde De, Jaap, *Security; a New Framework for Analysis*, Boulder; Lynne Rienner Publishers, 1998.
- Carcél, Juan A. Roche, “Images of Syrian Refugees in Transit through Minefields in Turkey, 2011–2015”, *Visual Anthropology*, Yıl 2022, Sayı 1, Cilt 35, s. 5-36
- Cirlig, Carmen Christina, “Turkey’s Regional Power Aspirations”, *Library of the European Parliament*, 6 Mayıs 2013

- Cordesman, Anthony H., *Energy Risks in North Africa and the Middle East*, Center for Strategic and International Studies, Washington DC, Mart 2012
- Coşkun, Bezen and Kılıç, Tuğçe, "Sınır Kentlerindeki Suriyelilerin ve Yerleşik Halkın Güvenlik Algıları; Gazi Antep, İzmir ve Szeged Örneği", *Göç Dergisi*, Cilt 6, No 1, s. 11-36
- Coştan, Ufuk and Yaylı, Hasan, "Suriyeli Mülteciler özelinde Türkiye'nin Güvenlik Politikaları", *Journal of Social Mentality and Researcher Thinkers*, 2020, Cilt 6, No 37, s. 2081-2096
- Danforth, Nicholas, "Ideology and Pragmatism in Turkish Foreign Policy from Atatürk to the AKP", *Turkish Policy Quarterly*, 2008, Cilt 7, No 3, s. 83-96
- Davutoğlu, Ahmet, *Stratejik Derinlik; Türkiye'nin Uluslararası Konumu*, Küre Yayınları, İstanbul, 2004
- Dedeoğlu, Saniye, Bayraktar, Sinem Sefa and Çetinkaya, Özgür, "Yoksulun Umudu Çocuk; Türkiye'de Tarım İşçisi Suriyeli Çocuklar, *Çalışma ve Toplum*, 2019, No 4, s. 2585-2610
- Demirbaş, Timur, "Nefret Söylemi ve Nefret Suçları", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt 19, Özel Sayı 2017, s. 2693-2701
- Demirdağ, Zeynep Sümeyye, *Suriyeli Mülteci Krizini Yönetmede Türkiye'deki Ulusal Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü*, Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2018
- Dijk, Teun A. van, *Ideology and Discourse; A Multidisciplinary Introduction*, Pompeu Fabra University, 2000, s. 44-45.
- Doğan, Evin, *Televizyon Haberlerinde Nefret Söylemi; Suriyeli Sığınmacılar Örnek Olayı*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2015
- Dora, Zühal Karakoç, "International Migrants as a Matter of Security; Open Door Policy and Syrians in Turkey", *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, November 2020, Cilt 9, No 2, s. 501-524
- Dufner, Ulrike and Berthold, Marc, "Foreign Policy of Turkey in the Middle East; Values, Interests, Goals", *Heinrich Böll Stiftung Report*, 2010, s.4
- Donelli, Federico, "Syrian Refugees in Turkey; A Security Perspective", *New England Journal of Public Policy*, 2018, Cilt 30, No 2, s. 1-9
- Ebrem, İlker Salih, "Toplumsal Güvenlik ve Türkiye'deki Suriyeli Sığınmacılar", *Euroasia Journal of Social Sciences and Humanities*, 2020, Cilt 7, Sayı 7, s. 78-91
- Efegil, Ertan, "AKP Hükümetinin Ortaadoğu Politikası ve ABD Yönetimiyle Batılı Uzmanların Eleştirileri", *Akademik Bakış*, Cilt 9, No 18, Yaz 2016, s. 45-58
- Ekinci, Gül, "Doğrudan Yabancı Yatırım; Suriyeli Mülteciler ve Pazarı Motive Eden Faktörler", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2022, Cilt 14, No 1, s. 1096-1116
- Erdoğan, Murat, "Türkiye'deki Suriyeli Mültecilerle Birlikte Yaşamın Çerçevesi", Editör Esen, Adem ve Duman, Mehmet, *Türkiye'de Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler; Tespitler ve Öneriler*, Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Vakfı, İstanbul, Kasım 2019, s. 131-150
- Erdoğan, M.Murat, *Syrians in Turkey; Social Acceptance and Integration Research*, Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi, Kasım 2014
- Erdoğan, Kaya, Yüksek, D., "İstanbul'da Göçmenlerin Mekana Yerleşme ve Tutunma Dinamikleri; Beyoğlu Örneği", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Türkiye'nin Göç Siyaseti Özel Sayısı 2*, Yıl 2022, s. 135-156
- Ergün, Ebru, Tosun, Salih, and Powers, Chloe, *Tarlabaşı İstanbul'da Tarlabaşı Toplum Merkezi'nden Destek Alan Suriyeli Kentsel Mültecilerin İhtiyaç Tespiti Raporu*, Tarlabaşı Toplum Merkezi, İstanbul, 2018, s. 1-32
- Ersaydı, Bahar Senem Çevik, "Restoring Regional Humiliation; Mending the Psychological Wounds of the Middle East", *Akademik Ortadoğu*, 2012, Cilt 6, No 2, s. 135-155
- Ezgin, Emre, "Akışkan Modern Dünyada Prekaryalaşma: Baumancı Bir Bakış", *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2022, Cilt 10, No 1, s. 213-230
- Fırat, Muhammed, "Dom Kadınlarda Enformel Bir Geçinme Stratejisi; Toplayıcılık", *Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 3, Eylül 2022, s. 1469-1480

- Garcia, Salvadore Gomez, Maria Antonia Paz Rebello ve José Cabeza San Deogracias, "Newsgames against Hate Speech in the Refugee Crisis", *Comunicae*, 2021, Cilt 29, Sayı 67, s. 117-127
- Ghazzi, Omar Al and Kraidy, Marwan M., "Neo-Ottoman Cool 2-Turkish Nation Branding and Arabic Language Transnational Broadcasting", 2013, Cilt 7, No 10, s. 2341-2360
- Göç İdaresi Başkanlığı, *Türkiye Ülke Bölümü 2023-2025; Bölgesel Mülteci ve Dayanıklılık Planı*, Ankara, 2023
- Göker, Göksel, Keskin, Savaş, " Haber Medyası ve Mülteciler; Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı basınındaki Temsili", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sonbahar 2015, No 41, s. 229-256
- Güleryüz, Zeynep, *Yerli Halk ve Suriyeli Sığınmacıların Birbirlerine Karşı Tutumları Üzerine Bir Alan Araştırması; Hatay Antakya Örneği*, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karaman, 2021
- Günay, Defne and Renda, Kaan, "Usages of Europe in Turkish Foreign Policy towards the Middle East" *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 2014, Cilt 16, No 1, s. 47-67
- Grigoriades, Ioannis N., "The Davutoğlu Doctrine and Turkish Foreign Policy", Hellenic Foundation for European and Foreign Policy, *Middle Eastern Studies Programme*, Atina, Nisan 2010, s. 1-11
- Hewstone, Miles ve Greenland, Kathy., "Inter-group conflict", *International Journal of Psychology*, Nisan 2000, s. 136-144.
- IOM and the Global Shelter Cluster, *Shelter Projects – Shelter in the Middle East: 16 Case Studies*, 2018
- İçduygu, Ahmet and Aksel, Damla B., "Turkish Migration Policies; A Critical Historical Perspective", "Perceptions, Sonbahar 2013, Cilt XVIII, No 3, s. 167-190
- İçduygu, Ahmet ve Souad Osseiran, *Syrian Refugees in Istanbul and Gazi Antep; Comparative Findings on Settlement, Livelihood and Support*, CMI Insight, Bergen/Norveç, Mayıs 2022.
- İnaç, Hüsamettin and Hadji, Aymene, "Turkish Foreign Policy in the Middle East during the Rule of JDP; Interaction of Interests and Future Challenges", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2022, Cilt 5, No 2, s. 307-319
- İrdem, İbrahim, Zengin, Ülkü Nur, Gören, Betül Biçen, Uzun, Murat, *Türkiye'deki Suriyeliler ve Sınır Ötesi Güvenli Bölge*, *Polis Akademisi Başkanlığı*, 2020
- İslam, Nazmul, "Turkish Charm and Public Diplomacy; A Literature Review and Critical Assessment on Turkish Soft Power in the Middle Eastern Countries", *Pamukkale Üniversitesi Journal of Social Sciences Institute*, 2021, No 47, s.175-187
- Kardaş, Şaban, "From Zero Problems to Leading the Change; Making Sense of Transformation in Turkey's Regional Policy", *Tepav International Policy and Leadership Institute, Turkey Policy Series*, 5. Baskı, Ankara, 2012, s. 1-8
- Kartveit, Bard and Jumbert, Maria Gabrielsen, "Civil-Military Relations in the Middle East; A Literature Review", *CMI Working Paper*, Haziran 2014, s. 1-20
- Kepek, Gizem, "Tipomorfolojik Analiz; Tarlabası'nda Sosyal İlişkilerin Mekansal Sorunu", *Kent Morfolojileri*, Tübitak ve ODTÜ Yay.,Ankara, 2021, s.157-177
- Keser, Ulvi, "Kıbrıs'ta Azınlıklar; Ermeniler, Marunitler ve Gurbetler", *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Yıl 2017, Cilt 17, Sayı 35, s. 317-344
- Keser, Ulvi, "Kıbrıs Sorunu Bağlamında Türkiye'de 6/7 Eylül 1955 Olaylarına Kesitsel Bir Bakış", *ÇTAD*, Cilt XII/25, Yıl 2012 Güz, Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, İzmir, s.181-226.
- Keser, Ulvi, *Kıbrıs'ta Kanlı Noel; 24 Aralık 1963, Türk Şehitlikleri İmar Vakfı Yay.*, İstanbul, 2019
- Köse, Talha, "Transformative Conflict Resolution in an Unstable Neighbourhood; Turkey's Conflict Resolution Efforts in the Middle East", *Perceptions*, Kış 2013, Cilt XVIII, No 4, s. 171-194

- Kurt, Gözde, "Yeni Medyada Nefret Söylemi; YouTube'da Suriyeli Mültecilere Karşı Üretilen Nefret Söylemi Üzerine Bir Araştırma", *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences*, Yıl 2019, Cilt 5, Sayı 1, s. 1-20
- Larrabee, F. Stephen and Nader, Alireza, *Turkish-Iranian Relations in a Changing Middle East*, Washington DC, 2013, s.1-46
- Murinson, Alexander, "Turkish Foreign Policy in the 21st Century", *Mideast Security and Policy Studies*, No 97, Eylül 2012, s. 1-26
- ORSAM, *Suriyeli Mültecilerin Türkiye'ye Ekonomik Etkileri; Sentetik Bir Modelleme*, Report No 196, Ocak 2015
- Ördek, Kemal, *Türkiye'de Geçici Koruma Altında Suriyeliler ve Seks İşçiliği*, Kırmızı Şemsiye Cinsel Sağlık ve İnsan Hakları Derneği, Ankara, 2017
- Özdemir, Erol, "Suriyeli Mültecilerin Türkiye'deki Algıları", *Savunma Bilimleri Dergisi*, Mayıs 2017, Cilt 16, No 1, s.115-136
- Özütürk, Şahin, *Suriyeli Sığınmacıların Toplumsal Kabul ve Uyum Sürecinde STK'ların Göç Yönetimindeki Rolü; Denizli İli Örneği*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 2019
- Raptopoulos, Nikolaos, "Rediscovering its Arab Neighbours. The AKP Imprint on Turkish Foreign Policy in the Middle East", *Les Cahiers du RMES*, Temmuz 2004, s. 1-13
- Sarı, Cengiz, *Zenofobi ve Mülteci Entegrasyonu Hakkında Yapılan Akademik Çalışmaların Sistemik İncelenmesi*, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2019
- Savran, Sezen and Sat, Aydan, "Ankara'da Suriyeli Göçmenlerin Yer Seçimi Tercihlerinin İncelenmesi ve Bir Etnik Kentsel Adacık Örneği Olarak Önder, Ulubey, Alemdağ Mahalleleri", *Ankara Araştırmaları Dergisi*, Aralık 2019, Cilt 7, No 2, s. 283-302
- Schmid, Dorothee, "Turkey, the EU and the Middle East Puzzle; Cooperation or Mutual Testing Ahead", *Atlantic Council Transatlantic Relations Program*, Washington DC, 2018, s. 1-8.
- Seker, Ali Osman, *Militarization of Energy Security; Turkey as a Case Study*, Naval Postgraduate School, Monterey California, Haziran 2010
- Sert, Nuray Yılmaz ve Turhan, Şuheda Burcu, "Türkiye'de Romanlara Yöneltilen Nefret Söyleminin Romanlar Tarafından Algılanma Biçimi; Roman Üniversite Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Çalışma", *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 17, Sayı 3, Eylül 2019, s. 535-558
- Shaherhawasli, Kenda ve Güvençer, Elif Nur, *Suriyeli Mülteciler ve Türk Toplumunu Arasındaki Uyum; Fırsatlar ve Tehditler*, Uluslararası İnsan Hakları Derneği, İstanbul, Mart 2021, Standing, Guy, *Precaria; Dangerous Class*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2022
- Suriyelilere QR kodları verilmeye başlandı. <https://www.kizilay.org.tr/Haber/HaberArsiviDetay/5912> Erişim tarihi 18 Ağustos 2023
- Suliman Muhammad ve Açıkgöz, Reşat, "A Comparative Analysis of Gypsies' Access to Employment Opportunities and Health Services in Pakistan and Turkey", *Sefad*, Selçuk Üniversitesi, Yıl 2022, Sayı 48, s. 277-294
- Tarlan, Kemal Vural, "Suriye'nin Domları; Öteki Mülteciler", *Alternatif Türkiye*, Sayı 2, Ocak 2016, s. 16-19
- Tarlan, Kemal Vural ve Foggo, Hacer, *The Dom; The Other Asylum Seekers from Syria*, Kırkayak Kültür Yayınları, Gazi Antep Taş, Duygu and Tekkanat, Semiha Sultan, "Yerel Halk ve Suriyeli Sığınmacılar Arasında Bir Kent: Elazığ Örneği", *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2018, Cilt 10, No 4, s. 77-90
- Taş, Hakkı, "Erdoğan and Muslim Broaderhood; an Outside in Approach to Turkish Foreign Policy in the Middle East", *Turkish Studies*, 2022, Cilt 23, No 5, s. 722-742
- Taşdelen, Birgül, "Tweet'ırda Suriyeli Mültecilere Karşı Çevrimiçi Nefret Söylemi; Suriyelileri İstemiyoruz", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl 2020, Cilt 2, Sayı 11, s.562-575

- Telatar, Gökhan, "Ak Parti'nin Düzen Kurucu Dış Politika Söylemi ve Ortadoğu", *Alternatif Politika*, Cilt 7, No 3, Ekim 2015, s. 1-28
- The USA Department of State Case F-2015-09834 Doc No C06138428 Archive The Struggles of Barri Murra <https://minorityrights.org/programmes/library/trends/trends2018/jordan/> Erişim tarihi 18 Eylül 2023
- Topalakçı, Meliha Sümeyra, *Suriye'den Sığınmacılara Yönelik Kent Güvenliğine Ait Risk Algılarının Yönetilmesi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 2019
- Tılıç, Doğan and Bal, Sevil, "Suriyeli Mültecilerin Sağlık haberlerindeki Temsili ve Sağlık Haberciliği I Bağlamında Eleştirel Bir Değerlendirme", *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, Cilt 18, No 72, Sonbahar 2020, s. 30-59
- Tsavidaroglou, Charalampos, "The Refugees' Right to the Center of the City and Spatial Justice; Gentrification vs Commoning Practices in Tarlabası-İstanbul", *Urban Planning*, 2020, Cilt 5, Sayı 3, s.235
- Tunca, Hakan Ömer and Karadağ, Ahmet, "Suriye'den Türkiye'ye Göç; Tehditler ve Fırsatlar", *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, Aralık 2018, Cilt 28, No 2, s. 47-68
- Turgut, Emel Öztürk, and Ekitli, Gizem Beycan, Çam, M. Olcay, "Bütüncül Bir Bakışla Türkiye'deki Suriyeli Göçmen Kadınlar", *Sağlık ve Toplum*, 2021, Cilt 31, No 1, s. 47-53
- Türkay, Bilgen, *Suriyeli Mülteciler, Sosyal Medya ve Sivil Toplum; Entegrasyon Süreci ve Çözüm Arayışları*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi , Ankara, 2019
- Volk, Thomas, "Turkey's Historical Involvement in Middle Eastern Alliances; Saadabad Pact, Baghdad Pact and Phantom Pact", *L'Europe en Formation*, 2013, Cilt 1, No 367, s.11-30
- Vertovec, Steven, *Superdiversity; Migration and Social Integrity*, Taylor and Francis Group, Routledge, New York, 2023
- Yazar, Ayşegül, "Sığınmacılara Toplumsal Açından Bakmak; Türkiye'deki Suriyeli Sığınmacılar Üzerinden Bir Değerlendirme", *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, Mart 2022, Cilt 2, Sayı 1, s. 70-77
- Yüksel, Salim Bülent, *Davutğlu Dönemi AKP Ortadoğu Politikasında İslam Faktörü*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2019.
- Zengin, Tamer, *Suriyeli Sığınmacılar Türkiye Örneği; Kriz Yönetimi ve Uyum Politikaları*, MEF Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, September 2021
- The people of Tarlabası https://tarlabasi.wordpress.com/2009/10/29/the-developers-dream-the-neighbors%E2%80%99-nightmare_tarlabasi-istanbul/ Erişim tarihi 17 Eylül 2023
- 81 ilin valiliklerine 'Suriyeli dilencileri kamplara toplayın' talimatı <https://t24.com.tr/haber/81-ilin-valiliklerine-suriyeli-dilencileri-kamplara-toplayin-talimati,266309>. Erişim tarihi 17 Eylül 2023
- Ümit Özdağ Odatv'ye açıkladı: Ambargo TV itirafı... Kim bu Ramin Saeidi <https://www.odatv4.com/guncel/umit-ozdag-odatvye-acikladi-ambargo-tv-itirafi-kim-bu-ramin-saeidi-120003141>. Erişim tarihi 17 Eylül 2023
- Devlet buraları bize verdi deyip Türklere saldırıyorlar. https://www.facebook.com/enbuyuklideratrkr/photos/a.480062108747227/2122217841198304/?locale=tr_TR Erişim tarihi 14 Ağustos 2023
- Ben Suriyeliyim, bana dokunamazsınız. https://www.yenicaggazetesi.com.tr/suriyeli-hirsizdan-iliginc-cikis-ben-suriyeliyim-bana-dokunamazsiniz-268599h.htm?fbclid=IwAR1jB8qlMis7i1_iqICqqqIampQ7JzZ5EUUjSyThDqFJHJb4nDRF5PHsvZw. Erişim tarihi 14 Ağustos 2023

Summary

Throughout the history, the Middle East geography is regarded to be the land of the immigrations, conflicts, problems, and the wars depending upon the security, cultural, military, religious, and geostrategic interests of the local, continental and the global powers trying to dominate the area mentioned above. As soon as the armed conflicts break out in the Middle East in 2010 intensifying in 2011 that geography once more turns out to be a bloody spot and the millions of innocent people escaping from the civil war in Syria head for the neighboring

countries. The events observed around a simple streetsalesman has directly and promptly affected not only the Middle East territory but also the global system as well. The people torn between the armed assaults and the bombings in Syria have had no alternative to do but to escape towards the neighboring countries like Turkey and Jordan. Most of these people run towards Turkey, and some take refuge in Jordan. Those people taken refuge in Turkey are firstly named as "misafir" in Turkey. Because of the cultural, religious, and traditional similarities as well as the humanistic feelings of the Turkish people, Turkish people have accepted those unfortunate people home with no hesitation. The Syrian refugees have firstly accepted to live in the temporary protection centers located mainly in the border cities of Turkey such as Hatay, Şanlı Urfa, Gazi Antep etc. Then most of the refugees have left the camps and headed towards the crowded cities hoping that they would get a better life with no restriction. The lack of infrastructure such as the water, electricity, heating systems as well as the educational and health services has made their lives more and more unbearable. The Syrian refugees living in the generally ruined and deserted buildings in the outer skirts of the cities have preferred to keep them in a limited communal life opening the gaps between Turkish and Syrian people.

On the other hand the more the number of the refugees increase the more problems start coming to the surface since the possibility of the refugees turning back to their own country is hardly possible. Then the black propaganda and the disinformation appear as well as the hate speech/discourse and the xenophobic approaches. Thus the Syrian refugees spread all over Turkey start experiencing different conflicts, and the problems. The recession, the loss of the work, unemployment anxieties, local and personal security problems have started coming to the surface. On the other hand the Dom gypsies of Syria being the refugees as well as being the gypsies experience the problems doubly. While trying to survive in their ruined and deserted flats with the communal life, they also try to keep themselves away from the social life if possible. Preferring to live as a group of 5-15 families together within a communal system of their own, the Dom gypsies/refugees have faced with a good many difficulties in Istanbul since they are living in the ruined and deserted apartments belonging mostly to the Greek people who have once upon a time left Turkey for good. Unemployment, lack of sympathy, shortage of municipality services like drainage, electricity, garbage collecting, hate speech and xenophobia decorated with the prejudice are the common and mostly experienced problems for them. This research will focus on the chronological events of the refugees after the Syrian civil war up to day, but mainly deal with the Dom gypsies' lives, the hate speech and xenophobic approaches against them, living at Tarlabası province of Beyoğlu/Istanbul, being the most multicultural and multi voiced part of the city with the foreigners, refugees, asylum-seekers.

Keywords: Syrian refugees, dom gypsies, tarlabası, hate speech, xenophobia.

İleri Yaştaki Tüketicilerin Paket Tur Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi¹

Sedef Türkmen², Çağatan Taşkın³

Öz

Günümüzde turistik amaçlı seyahatlerin birçoğu paket turlar ile yapılmaktadır. Türk turizminde önemli bir paya sahip olan paket turlara katılımı arttıracak faktörlerin tespit edilerek bunların kullanılması önem taşımaktadır. Son yıllarda sayılarının artması ile önemli bir pazar haline gelen ileri yaştaki tüketiciler özellikle turizm sektöründe üzerinde durulması gereken konulardan biri haline gelmiştir. İleri yaştaki tüketicilerin içinde yer aldığı pazar bölümü hem mevcut büyüklüğü hem de satın alma gücü nedeniyle paket tur düzenleyen işletmeler için ideal bir hedef pazardır. Bu tüketicilerin kişisel değerlerinin belirlenmesi, seyahat motivasyonlarını etkileyen faktörlerin ve satın alma niyetlerinin anlaşılması gerekmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı ileri yaştaki tüketicilerin kişisel değerlerinin seyahat motivasyonları üzerindeki etkisini ve seyahat motivasyonlarının da paket tur satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelemektir. Çalışmanın amaçları doğrultusunda oluşturulan modeli test etmek için 310 kişi ile yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Toplanan veriler PLS-SEM yapısal eşitlik modelleme ile test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre özellikle içsel değerlerin seyahat motivasyonları üzerinde oldukça güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir. İleri yaştaki tüketicilerin seyahat motivasyonları sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı olmak üzere dört boyutta incelenmiştir. Bu tüketicilerin motivasyonlarının yüksek olduğu ve sosyalleşme, iç motivasyon ve yenilik arayışı motivasyonlarının paket tur satın alma niyetlerini olumlu yönde etkiledikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Kişisel değerler, seyahat motivasyonu, paket tur, satın alma niyeti.

Investigating The Package Tour Purchase Intentions Of The Elderly Consumers

Abstract

At the present time, many of the tourist trips are made with package tours. In package tours, which have an important share in Turkish tourism, it is important to identify and use the factors that will increase participation in tours. Older consumers who have become an important market with the increase in their numbers in recent years, have become one of the issues that should be emphasized especially in the tourism sector. The market segment, which includes older consumers, is an ideal target market for companies that organize package tours due to its current size and purchasing power. It is necessary to determine the personal values of these consumers, to understand the factors affecting their travel motivation and purchase intentions. For this reason, the aim of this

¹ İleri Yaştaki Tüketicilerin Paket Tur Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi: Antalya İli Örneği adlı doktora tezinden türetilmiştir.

² **Sorumlu Yazar/ Corresponding Author:** Dr. Sedef Türkmen, sedefturkmen18@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4281-3299.

³ Prof.Dr.Çağatan Taşkın, Bursa Uludağ Üniversitesi, ctaskin@uludag.edu.tr. ORCID: 0000-0002-0655-5061

study is to investigate the effect of personal values of elderly consumers on their travel motivations and the effects of travel motivations on their intention to purchase package tours. In order to test the model created for the purposes of the study, a face-to-face survey was conducted with 310 people. The collected data were tested with Partial Least Squares (PLS)-(SEM) Structural Equation Modeling. According to the results of the analysis, it is seen that especially intrinsic values have a very strong effect on travel motivations. Travel motivations of elderly consumers were examined in four dimensions: socialization, health, intrinsic motivation and novelty seeking. It has been revealed that the motivation of these consumers is high and that their socialization, internal motivation and novelty seeking motivations positively affect their package tour purchase intentions.

Keywords: Personal values, travel motivation, package tour, purchasing intention.

1. Giriş

Dünyanın demografik yapısı her geçen gün değişmektedir. Bu demografik yapının önemli olgularından birisi nüfusun yaşlanmasıdır. Nüfusun yaşlanması, genel olarak gençlerin ve çocukların sayısının azalması, belli bir yaşın üzerindeki insanların sayısının artması olarak ifade edilmektedir (Drolet vd., 2018: 4). İnsanlar, teknoloji ve sağlık alanındaki gelişmeler ile birlikte geçmişte olduğundan daha uzun süre yaşayabilmektedir. Aynı zamanda doğum oranlarında meydana gelen ciddi azalmalar da yaşı ilerlemiş bireylerin sayısında artışa neden olmaktadır. Tüm bu değişme ve gelişmelerle de ileri yaştaki nüfusun sürekli artacağı öngörülmektedir (Yüceşahin, 2011: 11-12).

Turizm sektörü içerisinde belli bir yaşın üzerindeki tüketicilere yönelik turizm faaliyetleri “yaşlı turizmi, üçüncü yaş turizmi, ileri yaş turizmi, geriatri turizmi, gümüş turizm veya yaşlı bakım turizmi gibi farklı terimlerle adlandırılmaktadır (Sniadek, 2006: 103-105). Dünya nüfusunun yaşlanmasıyla birlikte günümüzün yaşlıları, geçmişe göre farklı özellikler taşımaktadır ve yaşlı tanımları farklılık göstermektedir (Möller vd., 2007: 15-16). Bu nedenle hedef kitleyi yaşlı olarak tanımlamak yerine bu çalışmada tanımları da kapsayacak şekilde “ileri yaştaki tüketiciler” şeklinde ifade edilmektedir. İleri yaştaki tüketicilerin içinde yer aldığı pazar bölümü hem mevcut büyüklüğü hem de satın alma gücü nedeniyle turizm pazarlamacıları için ideal bir hedef pazardır. Bu tüketici pazarı ile ilgili olarak işletmelerin her türlü pazarlama fırsatını değerlendirmeleri gerekmektedir (Yoon vd., 2009: 7).

Genel olarak işletmelerin ileri yaştaki tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama konusunda hazırlıksız olduğu söylenebilir. Dünyadaki birçok pazarda bu tüketicilerin gerçekte ihtiyaç duyduğu ve satın almak istediği ürün ve hizmetler konusunda sorunlar yaşadığı tahmin edilmektedir. Bunun nedeni, pazarlama çalışmalarının odak noktasında daha çok gençlerin ve çocukların yer almasıdır (Meiners ve Seeberger, 2010: 293). Bu durum, Türkiye’de de ilgili literatür incelendiğinde konu ile ilgili az sayıda çalışma yapılması ile kendini göstermektedir. Dolayısıyla bu tür çalışmaların yapılması ileri yaştaki tüketicilerin davranışlarının öğrenilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde sayılarının artması ile önemli bir pazar haline gelen ileri yaştaki tüketiciler, özellikle turizm sektöründe üzerinde durulması gereken konulardan biri haline gelmiştir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ileri yaştaki tüketicileri hedef pazar olarak belirlemesi ve bu tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine yönelik ürün ve hizmet üretmeye odaklanması gerekmektedir. Çünkü ileri yaştaki tüketiciler pek çok özellik bakımından genç tüketicilerden farklıdır. Yaşı ilerleyen bu tüketicilerin değerleri, yaşam tarzları, hayatı algılama ve değerlendirme biçimleri, ürün ve hizmetlere yükledikleri anlamlar, karar verme biçimleri ve kriterleri farklılık göstermektedir (Guido vd., 2015: 6). İleri yaştaki tüketicilerin oluşturduğu sürekli büyüyen pazardan turizm sektöründe pay almak isteyen işletmelerin, öncelikle bu tüketicilerin sahip oldukları özellikler nedeniyle farklı bir pazar bölümünü oluşturduğunu ve kendilerine has tüketim alışkanlıkları olduğunu bilmeleri ve bu doğrultuda pazarlama çalışmalarını planlamaları gerekmektedir. İleri yaştaki tüketicilere yönelik bir pazarlama planı geliştirilmediği takdirde bu tüketicilerin asıl ihtiyaç duyduğu ve onlara sunulan ürün ve hizmetler arasında önemli farklılıklar ortaya çıkacaktır.

Bireyler sürekli olarak seyahat etmektedir. Seyahatlerinde ulaşım araçlarından, konaklama tesislerinden faydalanmaktadır. Teknolojik gelişmeler neticesinde ulaşımında çeşitli yenilikler meydana gelmektedir. Daha önceki dönemlerde bireylerin seyahate çıkabilmeleri için seyahat biletini bulması, alması ve konaklama tesisini kendisinin araştırması gerekirken, günümüzde biletlerini belirli yerlerden almaya, dahası paket halinde sunulan programlar talep etmeye başlamışlardır (Bowie ve Chang vd., 2005: 304). Paket turlar turizm sektöründe yer alan tur operatörleri ve seyahat acenteleri aracılığıyla turizm hizmeti üreten üreticiler ve tüketiciler tarafından tercih edilen bir üründür (Lo ve Lam, 2004: 163). Paket halinde sunulan programlara talebin artması ile bazı ülkelerin seyahat tercihlerinde paket turlar ilk sırada yer almaktadır (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006: 71). Özellikle ileri yaştaki tüketicilerin seyahate çıkarken arkadaş bulamamaları, yeni yerler ve yeni kültürler tanımak istemeleri, fazla boş zamanlarının bulunması ve tek başına seyahat ederken karşılaştıkları zorluklar (araştırma yapmak, valiz taşımak gibi) bu tüketicilerin paket turlara uygun bir hedef kitle olduğunu göstermektedir (Üçöz, 2012: 9).

Bu çalışma, ileri yaştaki tüketicilerin paket tur satın alma niyeti ile satın alma niyetini etkileyen faktörler arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi ve turizm sektöründe yer alan işletmelere ileri yaştaki tüketicilerin paket turlara katılımını sağlamaya yönelik strateji önerilerinde bulunmayı amaçlamaktadır. Bunun için ilk olarak ilgili yabancı ve yerli literatürden yararlanarak turizm bağlamında ileri yaştaki tüketiciler ile ilgili konular araştırılarak bir alt yapı oluşturulmuştur.

2. Paket tur kavramı

Tur operatörlerinin oluşturdukları paket turlara katılan bireylerin sayıları sürekli olarak artmaktadır. Gelişmiş ülkelerde özellikle geniş kitlelerin turizme katılımını sağlayan tur operatörlerinin oluşumunda etkili olan paket turlar ile ilgili detaylı bilgi vermek gerekmektedir (Alegre ve Sard, 2015: 377). Paket turlar İkinci Dünya Savaşı'nın bitiminden sonra önem kazanmış, geniş kitlelerin turizm faaliyetlerine katılımına ve turizm sektörünün gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Çeşitli amaçlarla seyahat eden turistler daha önceleri seyahatten dönene kadar seyahatin güçlükleriyle uğraşmak zorunda kalmaktaydı fakat şimdilerde paket turlar ile bu sorun ortadan kalkmaktadır (Güven, 2018: 658). 4077 Sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un 51. maddesine göre en az iki turizm hizmetini içeren, hizmetlerin 24 saatten fazla bir sürede gerçekleştiği, her şey dahil bir şekilde fiyatlandırılıp satılan ve gecelik konaklamayı kapsayan sözleşmelerdir. Paket turlar, temel paket tur ve grup paket tur olmak üzere ikiye ayrılır. Temel paket turlar kapsamında sadece ulaşım ve konaklama yer almaktadır. Grup paket turlar ise bir tur rehberi eşliğinde ulaşım, konaklama, yeme-içme ve gezme içeren tek bir fiyatla sunulan seyahattir (Sheldon, 1986: 350). Paket turlar temel hizmetlerinin haricinde turistlere gece turları ve eğlence faaliyeti hizmetleri de sunmaktadır. Gelir seviyesi yüksek, çocuk sayısı fazla olan ailelerin yanı sıra daha çok orta seviye gelire sahip ileri yaştaki bireyler tarafından tercih edilmektedir (Üçöz, 2012: 5-10).

3. Kişisel değerler

Pazarlama dünyasında ileri yaştaki bireylerin tüketici olarak görülmesi ile ilgili iki farklı görüş bulunmaktadır. İlk görüşteki pazarlama uzmanları bu tüketicilerin para harcamaktan hoşlanmadıklarını, yenilikçi ürünleri reddettiklerini, karmaşık ürün ve hizmetlerle ilgili problemleri olduğunu düşünmektedir. Diğer görüşteki pazarlama uzmanları ise sahip oldukları gelirleri ile satın alma gücü yüksek olan ve son derece yetkin olan ileri yaştaki tüketicilerin tüketmeyi sevdiğine inanmaktadır (Groepel-Klein vd., 2017: 212). Günümüz koşullarında ikinci görüş daha fazla kabul

görmektedir. Yapılan çalışmalar neticesinde bugünün 60 yaş üzeri tüketicileri aktif, kendine güvenen, deneyim odaklı, tüketime hevesli, kalan ömrünü zevk alabileceği şeyler için harcamaya istekli ve tasarruf etmeye pek sıcak bakmayan bireylerdir. Ayrıca pazarlamacılar tarafından motive edilmeleri durumunda daha sık seyahat etme eğilimindedir (Meiners ve Seeberger, 2010: 294).

Kişisel değerler, bireyler için önemli olan her şeye dair yapılan genel bir tanımdır. Kişisel değerler bireylerin çocukluk dönemlerinde şekillenmeye başlar. İleriki dönemlerde bilinçli olarak değiştirilebilir. Başka bir deyişle bazı davranış ve amaçları diğerlerinin önüne geçiren ve tercih edilebilir hale getiren inanışlardır. Bireyin değerlerini güvenlik, saygınlık, aitlik hissi, hayattan keyif alma gibi unsurlar oluşturmaktadır. Kişisel değerler bir ürün veya hizmet satın alırken tercihlerde etkili olmaktadır (Erciş ve Türk, 2014: 76). Kişisel değerler, tüketiciyi güdüleyen, devamlı ve kalıcı yapıdır ve dolayısıyla kişisel değerler satın alma niyetinin hem nedeni hem de sonucudur (Kahle, 1985: 231-234). Kişisel değerler tüketici davranışlarını önemli derecede etkilemektedir (Gutman, 1982: 60-62). Kişisel değerlerin tüketici davranışları üzerindeki etkisi birçok akademik çalışmanın konusunu haline gelmiştir (Beatty vd., 1985:183). Literatürde yer alan bazı çalışmalarda kişisel değerlerin doğrudan tüketicilerin yaşam biçimiyle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Kişisel değerlerin bireylerin yaşam tarzını dolayısıyla da tüketim davranışlarını belirlediği ifade edilmiştir (Vinson vd., 1977: 44). Fall vd. (2001) tarafından yapılan çalışmada ileri yaştaki turistlerin paket tur tercihlerinde önemli olan kişisel değerler incelenmiştir. Sonuçlar bu turistlerin tur tercihlerinde en fazla öneme sahip değerlerin kendine saygı, başkalarıyla sıcak ilişkiler ve güvenlik olduğunu göstermektedir (Fall vd., 2001: 98). Muller ve O'cass (2001) tarafından yapılan çalışmada da bu turistlerin turlardan zevk ve eğlence aradığı, başarı duygusu için seyahat ettiği, tatilden daha yüksek beklentileri olduğu ve tatmin olmadıkları durumlarda hayal kırıklığı yaşadıkları ifade edilmiştir (Muller ve O'cass, 2001: 285-286).

4. Seyahat motivasyonu

İleri yaştaki tüketicilerin turistik faaliyetlerini gerçekleştirme niyetlerini anlamada bilinmesi gereken konulardan birisi seyahat motivasyonudur. Turistlerin seyahat satın alma niyeti açısından seyahat motivasyonu, bireylerin bir tatil paketi satın alma mekanizmasını harekete geçiren güçtür. Başka bir deyişle seyahat motivasyonu, tüketicileri turistik faaliyetlere katılmayı yönlendiren, hazırlayan istek ve ihtiyaçlar kümesidir. Diğer bir ifadeyle seyahat motivasyonu, turizm sektöründeki ürün ve hizmetlerin seçimini etkileyen bir istektir (Wang vd., 2009: 302). Y ve Z kuşağına öncelik veren işletmeler, ileri yaştaki tüketicilerdeki değişimi fark edememişlerdir. Günümüzdeki ileri yaştaki tüketiciler ile önceki nesil arasında farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin ileri yaştaki tüketiciler, yeni markaları denemeye isteklidir. Genç kuşak bu yönden ileri yaştaki tüketicileri etkilemektedir. Turizm sektöründe de bu değişim kendini göstermektedir. Bu nedenle seyahat motivasyonu ileri yaştaki tüketiciler için büyük önem taşımaktadır. İleri yaştaki tüketiciler homojen olarak değerlendirilemedikleri için seyahat motivasyonları da çeşitlilik göstermektedir. Gerek yapılan çalışmalar gerekse deneyimler bu yaş grubu için önemli olan seyahat motivasyonlarını dinlenme, rahatlama, hijyen, yeni yerlere gitme, yeni şeyler deneyimleme, sosyal etkileşimde bulunma, kültürel ve tarihi çekicilikleri keşfetme, yenilik ve akraba ziyareti vb. olduğunu ortaya koymuştur (Kim ve Kim, 2018: 141-142). Nella ve Christou (2016) tarafından ileri yaştaki bireylerin seyahat motivasyonları araştırılmıştır. Çalışma sonucunda Çinli tüketicilerin toplumsal ilerleme, refah seviyesini artırma, rutinlerden kaçma, sosyalleşme, Tayvanlı tüketiciler için bilgi arama, temizlik ve güvenlik, Japon turistler için ise yenilik, bilgi arama, dinlenme, rahatlama, ilgi çekicilik, seyahat düzenlemeleri, tesislerin kalitesi, alışveriş imkanları, eğlence etkinlikleri, güvenlik ve temizlik öne çıkan seyahat motivasyonları olduğu belirlenmiştir (Nella ve Christou, 2016: 36-38). Norman vd. (2001) tarafından yapılan çalışmada kaçış, eğitim, rahatlama ve doğal çevre, lüks tesisler ileri yaştaki tüketiciler için

önemli seyahat motivasyonları olarak ifade edilmiştir (Norman vd., 2001: 114). Kim vd. (2003) ileri yaştaki tüketicileri seyahate iten motivasyonların sağlıklı olma durumu, yeni arkadaşlar edinme, aktivitelerde bulunma durumu olarak belirlemiştir (Kim vd., 2003: 170). Patuelli ve Nijkamp (2016) ise seyahat motivasyonu boyutlarını sosyalleşme, doğa/kültür, benlik, macera/deneyim, esenlik/rahatlama ve ego geliştirme olarak tespit etmiştir (Patuelli ve Nijkamp, 2016: 847). Vigolo vd. (2017) tarafından kültür, rahatlama ve fiziksel aktiviteler ileri yaştaki turistlerin seyahat motivasyonunu belirleyen faktörler olarak belirlenmiştir (Vigolo vd., 2017: 817). Sert (2019) tarafından yapılan çalışmada ileri yaştaki turistlerin sosyalleşme ve yenilik arayışı en güçlü seyahat motivasyonları olarak ifade edilmiştir (Sert, 2019: 200-202).

5. Satın alma niyeti

Literatürde satın alma niyeti kavramı birçok teorisyen ve uygulamacı tarafından tanımlanmaktadır. Satın alma niyeti, belli bir ürün veya hizmeti satın almak için tüketicinin bilinçli bir şekilde gerçekleştirdiği plandır (Spears vd., 2004: 53-54). Başka bir ifadeyle tüketicilerin ürün veya hizmeti almayı planlamasıdır (Dodds vd., 1991: 307). Satın alma niyeti, belli bir ürün veya hizmeti beğenmeye yönelik eğilimdir (Bagozzi ve Burnkrant, 1979: 913). Satın alma niyeti, tüketicilerin ürün veya hizmetten elde etmeyi bekledikleri fayda tarafından belirlenmektedir (Xu vd., 2004: 1189). Satın alma niyeti, tüketicilerin bir ürün veya hizmeti satın almaya istekli olması ile alakalıdır. Bir tüketicinin ürünü satın alma davranışının tahmin edilebilmesi önemlidir (Dodds vd., 1991: 307). Satın alma işlemi öncesinde tüketicilerin niyetleri farklılıklar gösterebilmektedir. Genel olarak tüketiciler tarafından bir ihtiyacın hissedilmesi satın alma niyetinin oluşmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda ürün veya hizmet konusunda kararın verilmiş olması da satın alma niyetinin oluşmasına neden olmaktadır.

İleri yaştaki bireyler kendi aralarında homojen bir yapı sergilememektedir (Yaşa ve Mucan, 2010: 4). 50-64 yaş arası veya 65 yaş ve üstü bütün bireyler benzer yaşlarda da olsa aynı satın alma niyetinde bulunduğunu kabul etmek pazarlama açısından bir hata olabilir (Phillips ve Sternthal, 1977: 446; Rentz ve Reynolds, 1991: 355). İlban vd. (2011) tarafından yapılan çalışma sonucunda 55-64 yaş arası tüketicilerin termal tesislerde en çok konaklamak isteyen, 65 yaş üstü kişilerin ise en az konaklamak isteyen tüketici grubu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan bütün ileri yaştaki bireylerin benzer satın alma niyetleri sergilediğini varsaymak doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Örneğin, bazı ileri yaştaki tüketiciler banka kredisi kullanma konusunda daha istekli iken, bazıları kredi kullanımına olumsuz yaklaşabilmektedir. Bazıları kışın butik bir otelde kış turizmine yönelik faaliyetlerle ilgilenmek isterken, bazıları deniz tatilini tercih edebilmektedir. Bazıları ise tatili yakınların/akrabaların yanına gitmek olarak veya çocuklarının/torunlarının yanlarına gelmesi olarak değerlendirebilir. Bu sebeple tatil yeri seçimlerinden, hizmet algılamalarına, ürün tercihlerinden, bekledikleri faydaya kadar birçok konuda farklılık gösteren bu bireylerin satın alma niyetlerini etkileyen faktörler dikkatle incelenmeli ve uygun stratejiler geliştirilebilmelidir. Arabalardan, dayanıklı tüketim mallarına, sık tüketilen gıda ürünlerinden (Trinh, 2009), konfeksiyona (Özgen ve Ufuk, 1999), tatil ve eğlence hizmetlerinden (Glover ve Prideaux, 2009) medikal ve sağlık hizmetlerine kadar birçok ürün ve hizmet bu bireylerin ilgisini çekmekte ve bu ürünlerin/hizmetlerin kendilerine uygun hale getirilmesini beklemektedirler. Uygun hale getirilen ürün ve hizmetlere karşı satın alma niyetinin oluşması kaçınılmazdır.

6. Araştırma metodoloji

6.1. Metod

Bu araştırmanın temel amacı, ileri yaştaki tüketicilerin paket tur satın alma niyeti ile öncülleri arasındaki ilişkilerin "yapısal eşitlik modelleme" yöntemi ile açıklanmasıdır. Bu çalışmada ileri

yaştaki tüketicilerin kişisel değerler boyutlarının seyahat motivasyonu, seyahat motivasyonu boyutlarının da paket tur satın alma niyeti üzerindeki etkileri incelenmektedir.

Anket çalışmaları sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaktadır (Coşkun vd., 2015: 68). Bu araştırmada da verilerin ekonomik olarak elde edilmesini sağlaması, standart verilerin olması ve veriler istatistik paket programlar ile analiz edilebildiği için veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmeler ile veriler toplanmıştır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda ileri yaştaki tüketicilerin kişisel değerleri ve motivasyon unsurları paket turlar ile ilgili alan literatür incelenerek çalışmada kullanılacak ölçekler belirlenmiş ve anket formu oluşturulmuştur. Elde edilen veriler ışığında çalışmada yer alan araştırma modelinde tanımlanan ilişkiler PLS-SEM tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. PLS-SEM varyans temellidir, hata varyansını minimize ve açıklanan varyansı maksimize etmeyi hedeflemektedir. Yeni geliştirilen keşifsel çalışmalarda daha çok tercih edilmektedir. Parametrik olmayan analiz tekniği kullanılmaktadır ve normal dağılım varsayımı bulunmamaktadır. Kategorik ve sürekli değişkenlerle analiz yapılabilmektedir. PLS-SEM (SmartPLS), AMOS ve Lisrel programlarıyla kıyaslandığında kullanımı oldukça kolay ve kullanıcı dostu bir programdır (Yıldız, 2020: 23).

6.2. Araştırmanın evreni ve örneklem büyüklüğü

Araştırmanın evrenini Antalya’da yaşayan “60-70 yaş arası” bireyler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Türkiye’de toplam nüfus 2023 yılı itibarıyla 85.279.553 kişidir. Bunların yaklaşık 13 milyonu 60 yaş üzeri bireylerden oluşmaktadır. Genel nüfus arttığı halde doğum oranlarında ve nüfus artış hızında olan azalma ile ileri yaş nüfus sürekli artmaktadır. Bu da Türkiye nüfusunun yaşlanma sürecinin başlayacağını ve Türkiye’nin yaşlanmakta olan ülkeler arasına girebilecek nüfus profiline sahip olduğunu göstermektedir (<http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi: 07.02.2023).

Antalya il nüfusu 2.688.004 kişidir ve nüfusun 378.430’u 60 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır (<http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi: 07.02.2023). Antalya genel nüfusu içerisinde sayılarının fazla olması, Antalya’nın iklimi, sosyal faaliyet alanlarının geniş olması gibi nedenler ile emeklilik sonrası ileri yaştaki bireylerin Antalya’ya yerleşmeyi tercih etmesi, Antalya’da yaşayan pek çok ileri yaştaki bireyin aktif yaşam tarzını benimsemesi (Örneğin, 2016 yılında Akdeniz Üniversitesi bünyesinde Türkiye’de yeni bir yaşlı algısı oluşturulmasını sağlamak amacıyla kurulan Tazelenme Üniversitesi’ne yoğun ilginin olması) çalışmanın bu ilde yapılmasında etkili olmuştur (Balkır ve Uludağ, 2014: 80-82; <https://tazelenme.com/>, Erişim Tarihi: 07.02.2023).

Araştırma için tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden “kolayda örnekleme” kullanılmıştır. Bilindiği üzere, kolayda örnekleme yöntemi araştırmacının örneklem birimlerini tamamen keyfi olarak belirlediği yöntemdir. Bu yöntem düşük maliyetle ve kısa sürede veri toplamak için en uygun yöntemdir. Dolayısıyla, kısa zamanda gerçekleştirilmesi gereken uygulamalarda tercih edildiği için bu araştırmada da tercih edilmiştir. Örneklem büyüklüğü 310 kişiden oluşmaktadır.

6.3. Ölçeğin oluşturulması

Çalışmaya uygun görülen kişisel değerler (içsel değerler, dışsal değerler), seyahat motivasyonu (sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon, yenilik arayışı) ve satın alma niyeti ölçekleri belirlenmiştir.

Ölçek oluşturulurken detaylı bir literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması neticesinde değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koyabilecek, modele uygun ölçekler belirlenmiştir. Aynı

zamanda ölçek ifadelerinin çift taraflı kontrolü (Türkçe-İngilizce/İngilizce-Türkçe) yapılmıştır. Araştırmada ölçek sorularının oluşturulmasında kullanılan kaynaklar ve kullanılan ölçekler ve aşağıda Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Araştırmada kullanılan ölçekler

Değişkenler/Yararlanılan Kaynaklar	İfadeler
İçsel Değerler Kahle ve Homer (1988) Kim vd. (2002) Kim (2015)	<ul style="list-style-type: none">• Kişisel Gelişim• Öz saygı• Başarı duygusu• Heyecan• Hayattan keyif, eğlence
Dışsal Değerler Kahle (1985) Kim (2015)	<ul style="list-style-type: none">• Güvenlik duygusu• Aitlik hissi• Sıcak ilişkiler
Sosyalleşme Huang ve Tsai (2003) Jang vd. (2009) Kim (2015)	<ul style="list-style-type: none">• Aile ve yakın akrabalar ile zaman geçirmek• Yeni insanlarla tanışmak ve seyahat ederken sosyalleşmek• Arkadaşlar ile vakit geçirmek• Diğer şehirlerde yaşayan arkadaş ve akrabaları ziyaret etmek
Sağlık Kim (2015) Sert (2019)	<ul style="list-style-type: none">• Fiziksel aktivitelere katılmak• Spor yapmak için fırsatlara sahip olmak• Sağlığı / fiziksel uygunluğu geliştirmek
İç Motivasyon Huang ve Tsai (2003) Kim (2015)	<ul style="list-style-type: none">• Entelektüel zenginleşme arayışı• Manevi zenginleşme arayışı• Kendini gerçekleştirme duygusu hissetmek• Nostaljik anılar yaşamak
Yenilik Arayışı Jang ve Wu (2006) Huang ve Tsai (2003) Jang vd. (2009)	<ul style="list-style-type: none">• Başka insanların nasıl yaşadığını görmek• Normalde görmediğim şeyleri görmek• Yeni yerler ve yeni şeyler görmek
Satın alma Niyeti Kwon vd. (2007)	<ul style="list-style-type: none">• Paket tur satın alma isteğim yüksektir.• Yakın gelecekte paket tur satın alma olasılığım yüksektir.• Yakın gelecekte daha fazla paket tur satın almak istiyorum.

6.4. Araştırma modeli ve hipotezleri

Gnoth (1997), değerlerin öznellik ve nesnellik açısından açıklanabileceğini ifade etmektedir. Bu değerler içsel ve dışsal olmak üzere iki değer boyutu oluşturur. İçsel değerler beklenti içeren niyetlerden kaynaklanmaktadır ve kontrol odağı benliğe aittir. Dışsal değerler ise nesneye yöneliktir ve hedeflerden ve durumlardan kaynaklanır (Gnoth, 1997: 285). Seyahat motivasyonu literatürden elde edilen bilgiler neticesinde dört boyutta incelenmektedir. Bunlar; sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışıdır. Kim vd. (2015), günlük hayatta edinilen değerlerin motivasyonlar üzerinde etkisi olduğunu savunmaktadır. Çalışma bulguları kişisel değerlerin seyahat motivasyonu üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. İleri yaştaki turistlerin güçlü kişisel değerlerinin olması, seyahat etmeye daha istekli oldukları anlamına gelmektedir. Aynı zamanda içsel değerlerin seyahat motivasyonlarını dışsal değerlerden daha fazla etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Huang ve Tsai (2003) tarafından yapılan çalışmada ileri yaştaki turistlerin hayattan keyif almak ve eğlenmek için sosyalleşmeye istekli oldukları ifade edilmiştir. İçsel değerlerini önemseyen turistler için aile ile zaman geçirmek ve yeni insanlarla tanışmak önemli motivasyon faktörleri olarak görülmektedir. Benzer şekilde, De Castro vd. (2016) tarafından 406 katılımcı üzerinden gerçekleştirilen analiz sonuçları sosyalleşme motivasyonunun içsel değerlerden etkilendiğini göstermiştir. Kişisel gelişimine önem veren ve hayattan keyif almayı bilen bireylerin sosyalleşmeye önem verdikleri ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: İçsel değerlerin sosyalleşme üzerinde olumlu etkisi vardır.

Madrigal (1995) tarafından yapılan çalışmada bireylerin kişisel değerlerinin sağlık üzerinde etkisi olduğu ifade edilmiştir. Kişisel gelişimine önem veren bireylerin fiziksel aktivitelere katılmak için boş zamanlarında seyahatlere katıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, Pritchard ve Morgan (1997) tarafından yapılan çalışmada başarı duygusu ve kişisel gelişimin sağlık üzerinde etkisi olduğu ve seyahat acentelerine ileri yaştaki turistlere yönelik tatil ürünleri sunmaları, form tutma ve fiziksel aktivitelere bulunabilecekleri programlar sunmaları gerektiği önerilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H2: İçsel değerlerin sağlık üzerinde olumlu etkisi vardır.

Kau ve Lim (2005) tarafından Çinli turistler ile gerçekleştirilen çalışma sonuçlarına göre kişisel gelişim ve başarı duygusu gibi içsel değerlerin iç motivasyonu etkilediği ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Patuelli ve Nijkamp (2016) tarafından yapılan çalışmada kişisel gelişimlerini önemseyen bireylerin kendini gerçekleştirme amacıyla seyahatlere katıldığı ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H3: İçsel değerlerin iç motivasyon üzerinde olumlu etkisi vardır.

Kahle (1985) tarafından yapılan çalışmada motivasyonu etkileyen değerler incelenmiştir. Katılımcılardan elde edilen sonuçlara göre yenilik arayışı motivasyonunun doğrudan içsel değerlerden etkilendiği tespit edilmiştir. Li ve Cai (2011) tarafından yapılan çalışmada kişisel değerlerin seyahat motivasyonlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yenilik arayışı motivasyonunun hayattan keyif alma ve eğlence, öz saygı ve kişisel gelişim gibi içsel değerlerden etkilendiği ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H4: İçsel değerlerin yenilik arayışı üzerinde olumlu etkisi vardır.

Kahle ve Homer (1988) tarafından yapılan çalışmada sosyalleşme motivasyonunun sıcak ilişkiler kurma, ait olma duygusu gibi nedenlerle dışsal değerlerden etkilendiği ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Fall ve Knutson (2001) tarafından yapılan çalışmada seyahat bağlamında kişisel değerlerin önemi ve medya kaynaklarının kullanımı araştırılmıştır. Sonuçlar ileri yaştaki bireylerin en baskın değerlerinin başka bireyler ile sıcak ilişkiler kurma, güvenlik ve ait hissetme olduğunu göstermektedir. Sosyalleşmeye istekli bireylerin başka bireylerle sıcak ilişkiler kurmaya önem verdiği ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H5: Dışsal değerlerin sosyalleşme üzerinde olumlu etkisi vardır.

Blazey (1992) çalışmasında emekli bireylerin aile veya arkadaşlarını ziyaret etmek için seyahat ettiği belirtilmiştir. Benzer şekilde, Chen ve Wu (2009) seyahat motivasyonlarının, boş zaman kısıtlarının ve sosyo demografik değişkenlerin her birinin bu bireylerin seyahat eğilimleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yaş, gelir, kaynağı, sosyalleşme isteği ve yenilik arayışının seyahat eğilimlerini, seyahat satın alma niyetlerini etkileyen başlıca faktörler olduğu ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H6: *Sosyalleşmenin satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır.*

Boksberger ve Laesser (2009) tarafından İsviçre'deki yaşlı turistlerin spor yapmak ve fiziksel aktiviteler yapmak için seyahat etmeye istekli olduğu ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Le Serre ve Chevalier (2012) tarafından yapılan çalışmada da bireylerin fiziksel aktivitelere katılmak için seyahatleri tercih etmeye istekli oldukları tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H7: *Sağlık boyutunun satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır.*

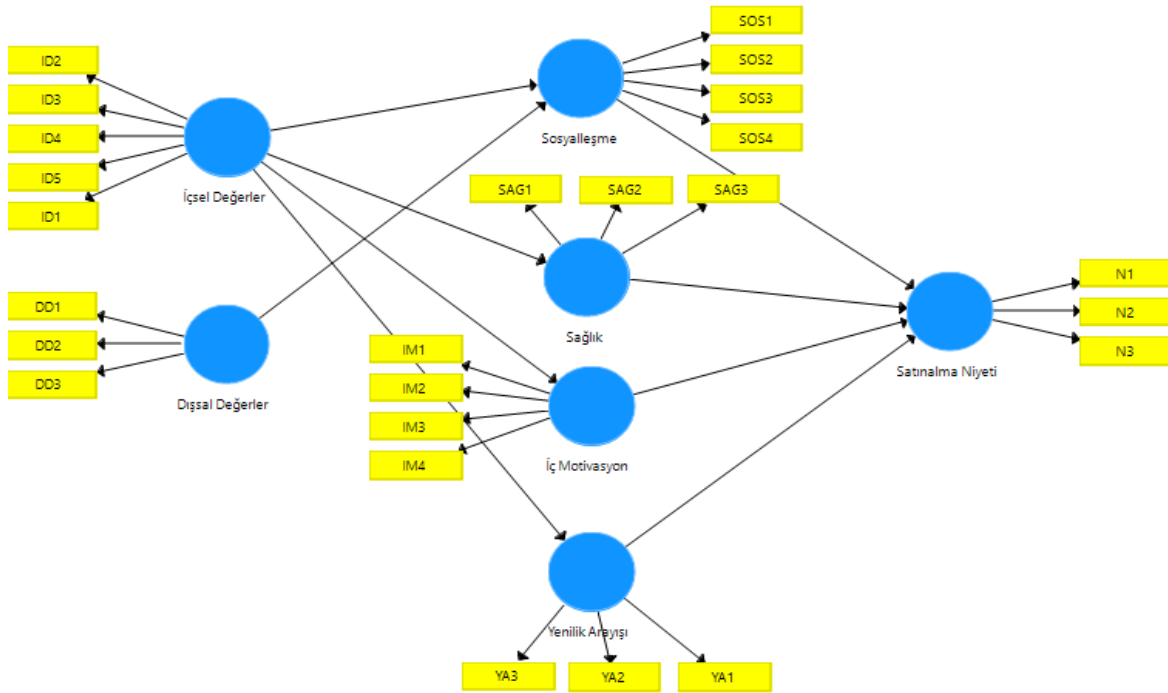
Fleischer ve Pizam (2002) tarafından yapılan çalışmada ileri yaştaki turistlerin satın alma niyetlerinin nostaljik anılar yaşamak istemeleri, manevi zenginleşme arayışı gibi iç motivasyonlardan etkilendiği ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Yoon ve Uysal (2005) tarafından yapılan çalışmaya göre de turistlerin iç motivasyon kaynaklarının niyeti etkilediğini göstermektedir. Bu nedenle yöneticilerin turistlerin duygusal ihtiyaçlarına daha fazla odaklanılması gerektiği ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H8: *İç motivasyonun satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır.*

Sangpikul (2008) tarafından eğitilmiş yaşlıların yeni ve çekici yerler ziyaret etmek, yeni şeyler görmek için seyahat etmeye istekli oldukları belirtilmiştir. Li ve Cai (2011) tarafından yapılan çalışmada da Çinli turistlerin seyahat motivasyonları ile satın alma niyeti arasındaki ilişki araştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre seyahat motivasyonlarından yenilik boyutu ile satın alma niyeti arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Yenilik arama arzusuyla motive olan turistlerin satın alma niyetinde olmasının muhtemel olduğu ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H9: *Yenilik arayışının satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır.*

Oluşturulan araştırmanın modeli aşağıdaki şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1: Araştırmanın modeli

7. Bulgular

Bu bölümde araştırmanın ölçüm modeli ve yapısal model incelenmektedir. Ölçüm modeli kapsamında güvenilirlik analizi, birleşme ve ayrışma geçerliliği sonuçlarına yer verilmiştir. Yapısal model kapsamında çoklu doğrusal bağlantının değerlendirilmesine, R^2 , f^2 ve Q^2 değerlerinin sonuçlarına yer verilmiştir.

7.1. Ölçüm modelinin değerlendirilmesi

PLS-SEM analizinde ilk aşamada ölçüm modelinin değerlendirilmesi yer almaktadır. Ölçüm modelinin değerlendirilmesinde güvenilirlik analizi, birleşme ve ayrışma geçerliliği incelenmektedir (Götz vd., 2010: 432).

7.1.1. Güvenilirlik analizi

Ölçüm modelinin değerlendirilmesinde güvenilirlik analizi yapılmaktadır. PLS-SEM’de “Cronbach Alpha”, “Composite Reliability (CR)” Birleşik Güvenilirlik ve “Rho_A” olmak üzere üç adet güvenilirlik katsayısı hesaplanmaktadır. Sarstedt vd. (2017)’ne göre Cronbach alpha değeri $\geq 0,70$ olmalıdır. Bileşik güvenilirlik değeri (CR) 0 ile 1 değerleri arasında değerler içermektedir. 0.60’ın altındaki değerlerin kullanılması genellikle kabul edilmemektedir. 0.60 - 0.70 arasındaki değerler kabul edilebilirdir. 0.70 ve üzeri değerler ise tatmin edici kabul edilmektedir. (Sarstedt vd., 2017:16; Taşkın ve Raçlı, 2019). Güvenilirlik için ayrıca rho_A katsayısı da hesaplanmaktadır. Aşağıda Tablo 2’de güvenilirlik analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2: Güvenilirlik analizi sonuçları

Değişkenler	Cronbach’s Alpha	rho_A	Bileşik Güvenilirlik (CR)	Çıkarılan Ortalama Varyans (AVE)
İçsel Değerler	0.883	0.883	0.915	0.684
Dışsal Değerler	0.827	0.843	0.897	0.745
Sosyalleşme	0.821	0.836	0.882	0.652
Sağlık	0.895	0.900	0.934	0.826
İç Motivasyon	0.872	0.878	0.912	0.723
Yenilik Arayışı	0.775	0.861	0.870	0.697
Satın Alma Niyeti	0.957	0.957	0.972	0.920

Tablo 2 incelendiğinde bileşik güvenilirlik değerleri sırasıyla “İçsel Değerler” için 0.915, “Dışsal Değerler” için 0.897, “Sosyalleşme” için 0.882, “Sağlık” için 0.934, “İç Motivasyon” için 0.912, “Yenilik Arayışı” için 0.870 ve “Satın alma niyeti” için 0.972 olarak elde edilmiştir. Her değişkenin birleşik güvenilirlik değerleri yüksek olduğu için güvenilirlik kriterinin sağlandığını söylenebilir (Hair vd., 2017: 115). Araştırma modeli için hesaplanan güvenilirlik katsayılarına bakıldığında değerlerin yüksek olduğu dolayısıyla güvenilirliğin sağlandığı anlaşılmıştır.

7.1.2. Birleşme geçerliliği

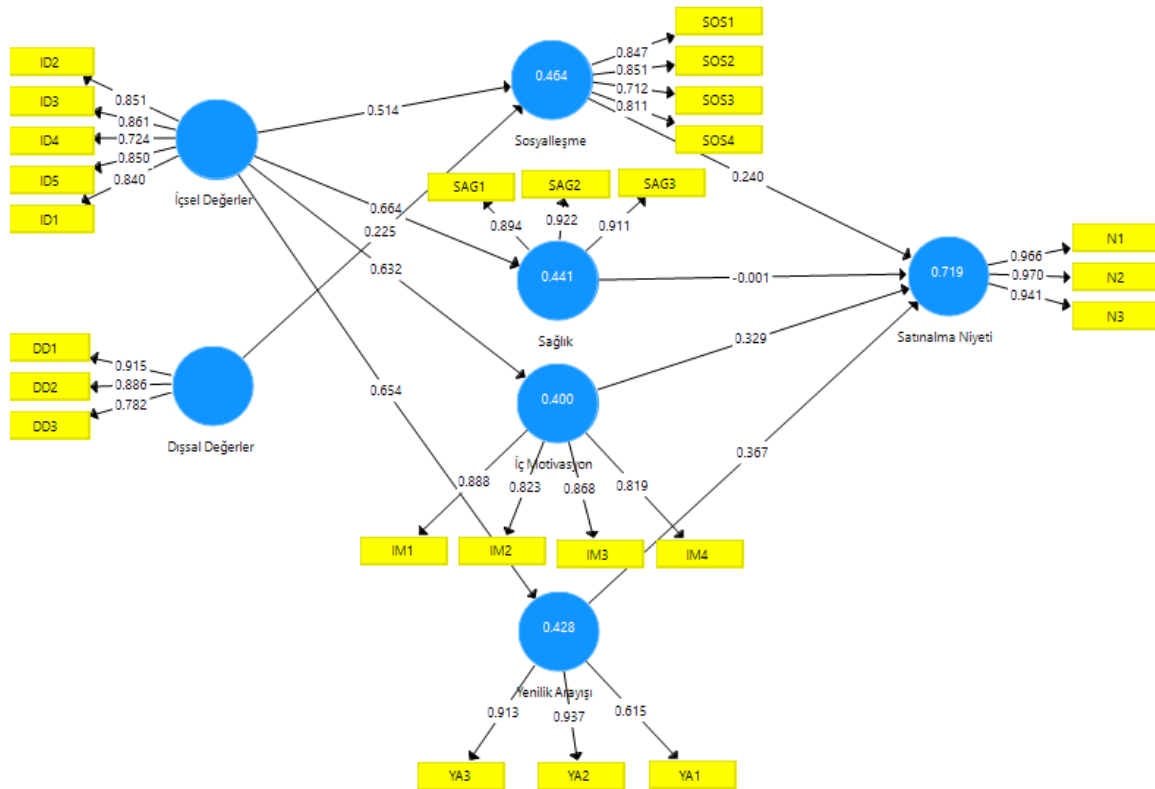
Her bir değişkeni oluşturan ifadelerin faktör yükleri ve çıkarılan ortalama varyans ölçüm modelinin birleşme geçerliliğini test etmek için gerekmektedir (Hair vd., 2012: 423). 0.70 ve üzeri faktör yükleri birleşme geçerliliği için kabul edilmektedir. 0.40 ve 0.70 aralığında yer alan değerler için değişkenlere bağlı ifadelerin AVE ve CR katsayıları kontrol edilir. 0.40'ın altında değer alan ifadelerin modelden çıkarılması önerilir (Sarstedt vd., 2017: 18). AVE değerlerinin de her bir değişken için 0.50'nin üzerinde değer alması birleşme geçerliliğinin sağlandığı göstermektedir (Chin, 1998: 321).

Tablo 3: Modelde yer alan ifadelerin faktör yükleri

İfadeler	İçsel Değerler	Dışsal Değerler	Sosyal leşme	Sağlık	İç Motivasyon	Yenilik Arayışı	Satın Alma Niyeti
ID1	0.840						
ID2	0.851						
ID3	0.861						
ID4	0.724						
ID5	0.850						
DD1		0.915					
DD2		0.886					
DD3		0.782					
SOS1			0.847				
SOS2			0.851				
SOS3			0.712				
SOS4			0.811				
SAG1				0.894			
SAG2				0.922			
SAG3				0.911			
IM1					0.888		
IM2					0.823		
IM3					0.868		
IM4					0.819		
YA1						0.615	
YA2						0.937	
YA3						0.913	
N1							0.966
N2							0.970
N3							0.941

Tablo 3'e bakıldığında içsel değerler değişkenini oluşturan ifadelerin faktör yükleri 0.840, 0.851, 0.861, 0.724 ve 0.850 elde edilmiştir ve AVE değeri içsel değerler için 0.684 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda içsel değerler değişkeni için birleşme geçerliliğinin sağlandığı ifade edilebilir. Dışsal değerler değişkenini oluşturan ifadelerin faktör yükleri 0.915, 0.886 ve 0.782 elde edilmiştir ve AVE değeri dışsal değerler için 0.745 olarak hesaplanması dışsal değerler değişkeni için birleşme geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Sosyalleşmenin birleşme geçerliliği için faktör yüklerinin 0.847, 0.851, 0.712 ve 0.811 olarak hesaplandığı ve AVE değerinin 0.652 olduğu görülmektedir.

Birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Sağlık değişkeninin faktör yükleri 0.894, 0.992 ve 0.911 elde edilmiştir. AVE değerleri incelendiğinde ise sağlık değişkeni için AVE değeri 0.826'dır. Elde edilen AVE değerinin birleşme geçerliliği için kabul edilebilir olduğu ve dolayısıyla sağlık değişkeni için birleşme geçerliliğinin sağlandığı söylenebilir. İç motivasyon birleşme geçerliliği için faktör yükleri incelendiğinde 0.888, 0.823, 0.868 ve 0.819 ve AVE değerinin 0.723 olduğu görülmektedir. İç motivasyonun da birleşme geçerlilik şartını yerine getirdiği yorumu yapılabilir. Yenilik arayışı için faktör yükleri incelendiğinde 0.615, 0.937 ve 0.913 hesaplanmıştır. İlk faktör yükünün 0.615 olmasına rağmen bu ifadenin ait olduğu değişkenin AVE (0.697) ve CR (0.870) katsayıları eşik değerlerin üzerinde olduğu için ifade ölçüm modelinden çıkarılmamıştır. Satın alma değişkeni için faktör yükleri incelendiğinde 0.966, 0.970 ve 0.941 ve AVE değeri incelendiğinde 0.920 olarak hesaplanmış satın alma niyeti için de birleşme geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir.



Şekil 2: Faktör yükleri değerleri

7.1.3. Ayrışma geçerliliği

Ayrışma geçerliliği, bir değişkenin diğerlerinden ne kadar farklı olduğunu göstermektedir. (Voorhees vd., 2016: 120). PLS-SEM ayrışma geçerliliği sonucunda Fornell-Larcker Criterion Fornell-Larcker sonuçları kontrol edilmektedir (Hair vd., 2012: 425). AVE katsayılarının karekökü araştırmada yer alan diğer yapılar arasındaki korelasyon katsayılarından daha yüksek olması beklenmektedir (Yıldız, 2020: 29). Aşağıdaki Tablo 4'te Fornell-Larcker Ölçütüne göre modelin analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Fornell-Larcker sonuçları

Değişkenler	İçsel Değerler	Dışsal Değerler	Sosyal leşme	Sağlık	İç Motivasyon	Yenilik Arayışı	Satın Alma Niyeti
İçsel Değerler	0.827						
Dışsal Değerler	0.640	0.863					
Sosyalleşme	0.659	0.555	0.807				
Sağlık	0.664	0.399	0.644	0.909			
İç Motivasyon	0.632	0.463	0.800	0.692	0.850		
Yenilik Arayışı	0.654	0.458	0.701	0.629	0.701	0.835	
Satın Alma Niyeti	0.608	0.407	0.760	0.612	0.778	0.765	0.959

Değişkenlerin keşim noktasındaki katsayılar, o değişkenlerin AVE'sinin karekök değerleri; diğer katsayılar ise değişkenler arasındaki korelasyon değerleridir. AVE karekök katsayıları kendi satır ve sütunundaki korelasyon katsayılarından büyük olmalıdır (Yıldız, 2020: 29-30). Tablo 4'teki değerlere bakıldığında her bir yapının AVE'sinin karekökünün, diğer yapılarla olan korelasyon katsayılarından büyük olduğu söylenebilir.

7.2. Yapısal modelin değerlendirilmesi

Ölçüm modelinin şartları sağlandıktan sonra yapısal modelin değerlendirilmesi yapılmalıdır. Yapısal modelin değerlendirilmesi için çoklu doğrusal bağlantının olup olmadığı, R² değerlerinin incelenmesi, f² etki büyüklüğünün ve Q² değerinin değerlendirilmesi gerekmektedir (Öztürk, 2020: 169).

7.2.1. Çoklu doğrusal bağlantının değerlendirilmesi

Güvenilirlik ve geçerlilik analizleri tamamlanan modelin yapısal model olarak değerlendirilmesi için ilk olarak çoklu doğrusal bağlantının değerlendirilmesi gerekmektedir. Göstergelerin gerekli olup olmadığı çoklu doğrusal bağlantı tekniği ile test edilir (Sarstedt vd., 2013: 335). Hipotez testlerinden önce değişkenler arasında doğrusallık problemi olmadığı kanıtlanmalıdır (Hair vd., 2017:111). Çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmaması için değerlerin 5'ten küçük olması gerekmektedir (Öztürk, 2020: 170).

Tablo 5: VIF değerleri

Değişkenler	İçsel Değerler	Dışsal Değerler	Sosyalleşme	Sağlık	İç Motivasyon	Yenilik Arayışı	Satın alma Niyeti
İçsel Değerler			1.695	1.000	1.000	1.000	
Dışsal Değerler			1.695				
Sosyalleşme							3.166
Sağlık							2.116
İç Motivasyon							3.443
Yenilik Arayışı							2.321
Satın alma Niyeti							

Tablo 5'te görüldüğü üzere "içsel değerler-sosyalleşme", "içsel değerler-sağlık", "içsel değerler-iç motivasyon", "içsel değerler-yenilik arayışı", "dışsal değerler-sosyalleşme", "sosyalleşme-satın alma

niyeti", "sağlık-satın alma niyeti", "iç motivasyon-satın alma niyeti" ve "yenilik arayışı-satın alma niyeti" arasındaki VIF değerleri 1.695, 1.000, 1.000, 1.000, 1.695, 3.166, 2.116, 3.443 ve 2.321 olarak hesaplanmıştır. Tüm değerler 5'ten küçük elde edilmiştir ve çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığı görülmektedir.

7.2.2. R² değerleri

Bir değişkenin kendisini etkileyen değişkenlerden ne kadar etkilendiği R² (açıklanma oranı) değeri ile ifade edilmektedir. R² değeri 0 ile 1 arasında değerler almaktadır. Değer 1'e yaklaştıkça değişkenin kendisini etkileyen diğer değişkenler tarafından daha güçlü açıklandığını göstermektedir (Henseler vd., 2015: 119). Tablo 6'da değişkenlerin R² değerleri yer almaktadır.

Tablo 6: Modelde yer alan değişkenlerin R² değerleri

Değişkenler	R ² Değerleri
Sosyalleşme	0.464
Sağlık	0.441
İç Motivasyon	0.400
Yenilik Arayışı	0.428
Satın alma Niyeti	0.719

Tablo 6'ya bakıldığında R² değerleri sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon, yenilik arayışı ve satın alma niyeti değişkenleri için 0.464, 0.441, 0.400, 0.428 ve 0.719 olarak elde edilmiştir. Sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı değişkenlerinin diğer değişkenler tarafından açıklanma gücünün nispeten orta düzeyde olduğu görülmektedir. Satın alma niyeti değişkeninin R² değeri ise açıklanma gücünün yüksek olduğunu göstermektedir.

7.2.3. Etki büyüklüğünün (f²) değerlendirilmesi

Etki büyüklüğü, endojen değişkenlerin açıklanmasında egzogen değişkenlerin etkisini göstermektedir. Etki büyüklüğü (f²) katsayısı, her egzogen değişken için hesaplanmaktadır. Sarstedt vd. (2017)'e göre katsayı 0,02'nin altında gerçekleştiğinde bir etkinin olmadığı, 0,02 ve üzerinde olması düşük bir etkiye, 0,15 ve üzerinde orta derece bir etkiye ve 0,35 ve üzeri olması ise yüksek bir etkiye sahip olduğu söylenebilir (Sarstedt vd., 2017: 16).

Tablo 7: f² değerleri

Değişkenler	İçsel Değerler	Dışsal Değerler	Sosyal leşme	Sağlık	İç Motivasyon	Yenilik Arayışı	Satın Alma Niyeti
İçsel Değerler			0.291	0.788	0.666	0.748	
Dışsal Değerler							
Sosyalleşme							0.065
Sağlık							0.000
İç Motivasyon							0.112
Yenilik Arayışı							0.206
Satın alma Niyeti							

Tablo 7 incelendiğinde; içsel değerler değişkeninin sosyalleşme değişkeni üzerindeki etki değeri 0.291'dir ve bu etki değeri orta düzeyde bir etkiyi göstermektedir. Diğer değerler incelendiğinde içsel değerlerin sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı üzerindeki etki değerleri 0.778, 0.666 ve 0.748 olarak hesaplanmıştır. İçsel değerlerin bu değişkenler üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Sosyalleşme değişkeninin satın alma niyeti değişkeni üzerindeki etki değerinin 0.065'tir. Bu değer nispeten orta düzeyde bir etkiyi göstermektedir. Sağlık değişkeninin satın alma niyeti değişkeni üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. İç motivasyon ve yenilik arayışı değişkenlerinin satın alma niyeti değişkeni üzerindeki etki değerleri sırasıyla 0.112 ve 0.206 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlerin iç motivasyonun ve yenilik arayışının satın alma niyeti üzerinde orta düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

7.2.4. Q^2 değerinin değerlendirilmesi

Q^2 değeri, modelin model tahmininde kullanılmayan verilerin tahmin gücüyle ilgilidir. Q^2 değerlerinin değişken için 0'dan büyük olması beklenmektedir. Bu da yapısal modelin tahmin gücünün iyi olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2017: 109). Q^2 değerleri aşağıda Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8: Q^2 değerleri

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
İçsel Değerler	500.000	500.000	
Dışsal Değerler	300.000	300.000	
Sosyalleşme	400.000	284.071	0.290
Sağlık	300.000	195.245	0.349
İç Motivasyon	400.000	287.102	0.282
Yenilik Arayışı	300.000	214.495	0.285
Satın Alma Niyeti	300.000	105.728	0.648

Tablo 8'de görüldüğü üzere, "Sosyalleşme", "Sağlık", "İç Motivasyon", "Yenilik Arayışı" ve "Satın alma Niyeti" endojen değişkenlerinin Q^2 değerleri sırasıyla 0.290, 0.349, 0.282, 0.285 ve 0.648 olarak elde edilmiştir. Tüm değerlerin 0'dan büyük olduğu ve yapısal model için gerekli şartların sağlandığı söylenebilir.

7.3. İleri yaştaki tüketicilere yönelik bulgular

Araştırmada öncelikle 60-70 yaş arası tüketicilerin paket turlara olan ilgi ve beklentileri doğrultusunda yöneltilen ifadelerle elde edilen sonuçlar incelendiğinde, araştırmaya katılan tüketicilerin büyük çoğunluğunun mevcut yaşlarından daha genç hissettikleri, sağlık durumlarını iyi olarak tanımladıkları ve %86'sının emekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların emeklilik sonrası seyahat faaliyetlerinin arttığı ve turlara arkadaş veya tur grupları ile katılmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. 10 yıl öncesinde daha çok deniz tatili tercih ettikleri ancak günümüzde daha çok tarihi yerleri görmek ve kültürleri tanımak istedikleri belirtilmiştir. Paket turları daha çok güvenli olması, kolaylık sağlaması ve dikkat çeken yerleri görmek için tercih ettikleri tespit edilmiştir. Ancak bazı turların çeşitli sebeplerden kendilerine uygun olmadığı için memnun olmadıkları belirtilmiştir. Boş zamanlarının fazla olması ve gelir durumları göz önüne alındığında özellikle sezon dışında ileri

yaştaki tüketicilere yönelik özel indirimlerin yapılması ve yemeklerin titizlikle (diyet menü, az tuzlu vs.) hazırlanması bu tüketicilere yönelik tur kapsamında etkinliklerin düzenlenmesi gibi stratejilerin geliştirilmesi ile ileri yaştaki tüketicilerin daha fazla turlara katılımı ve turizmin sezon dışında da canlı kalması sağlanabilir.

8. Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi

Yapısal model incelendiğinde, içsel değerlerin sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Uygulanan analiz sonucunda oluşturulan yapısal modele göre bu yollar anlamlıdır. İçsel değerler ve sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı arasındaki yol katsayıları sırasıyla 0.514, 0.664, 0.632 ve 0.654 olarak hesaplanmıştır. H1, H2, H3 ve H4 hipotezleri desteklenmiştir. Dışsal değerler boyutunun da sosyalleşme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. Yapısal modele göre yol anlamlı çıkmıştır (0.225). H5 hipotezi desteklenmiştir.

Sosyalleşme, iç motivasyon ve yenilik arayışı boyutlarının da satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. PLS-SEM analizi sonucunda yapısal modele göre bu yollar anlamlı çıkmıştır. Sosyalleşme, iç motivasyon, yenilik arayışı ve satın alma niyeti arasındaki yol katsayıları sırasıyla 0.240, 0.329, 0.367 olarak hesaplanmıştır. H6, H8 ve H9 hipotezleri desteklenmiştir.

Uygulanan PLS-SEM analizi sonucuna göre sağlık değişkeninin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etki tespit edilememiştir. Yapısal modele göre yol katsayısı -0.001 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla, H7 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 9: Hipotez sonuçları

Hipotezler	Yollar	Yol Katsayısı	p değeri	Hipotez Sonuçları
H1	İçsel Değerler-->Sosyalleşme	0.514	0.000	Desteklendi
H2	İçsel Değerler-->Sağlık	0.664	0.000	Desteklendi
H3	İçsel Değerler-->İç Motivasyon	0.632	0.000	Desteklendi
H4	İçsel Değerler-->Yenilik Arayışı	0.654	0.000	Desteklendi
H5	Dışsal Değerler-->Sosyalleşme	0.225	0.014	Desteklendi
H6	Sosyalleşme-->Satın alma Niyeti	0.240	0.006	Desteklendi
H7	Sağlık-->Satın alma Niyeti	-0.001	0.993	Desteklenmedi
H8	İç Motivasyon-->Satın alma Niyeti	0.329	0.000	Desteklendi
H9	Yenilik Arayışı-->Satın alma Niyeti	0.367	0.000	Desteklendi

Çalışmada ileri yaştaki tüketicilerin sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı motivasyonlarının doğrudan içsel değerden etkilendiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ilgili literatürdeki Madrigal (1995), Fall ve Knutson (2001), Muller ve O'cass (2001), Barrick, Stewart ve Piotrowski (2002), Roccas vd. (2002), Kau ve Lim (2005), Wong, Gardiner, Lang ve Coulon (2008), Parks ve Guay (2009), Mehmetoglu, Hines, Graumann ve Greibrokk (2010), Li ve Cai (2011), Kohlbacher ve Chéron (2011), Kim vd. (2015), Castro De vd. (2016), Vigolo vd. (2017) gibi çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Grewal (1998), Hartman (2007) ve Lai (2014) tarafından yapılan çalışmalarla ise farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Dışsal değerlerin de sosyalleşme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre dışsal değerlerin, sosyalleşme üzerinde istatistiksel olarak olumlu etkisi bulunmaktadır. Elde edilen sonuçlar ilgili literatürdeki Pitts ve Woodside (1986), Corfman, Lehmann ve Narayanan (1991), Cleaver, Muller, Ruys ve Wei, (1999), Hsu vd. (2000), Fall vd. (2001), Judge ve Illies (2002), Bloemer ve Dekker (2007), Batra (2009), Nella vd. (2016) gibi çalışmalar ile benzerlik göstermektedir.

Sosyalleşmenin satın alma niyeti üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalara bakıldığında Cha vd. (1995), Pearce (1999), Huang ve Tsai (2003), Jang ve Cai (2002), Kim vd. (2003), Hunter ve Blackburn (2007), Jang vd. (2009), Harman (2014), Battour vd. (2014), Wang vd. (2015), Ülker vd. (2016), Kim ve Kim (2018) gibi çalışmalar sosyalleşmenin satın alma niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın sonuçlarına da bakıldığında, yapısal modele göre sosyalleşmenin satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Çalışmanın bulguları bahsi geçen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Chen ve Wu (2009), Huber (2019), Lu vd. (2016) tarafından yapılan çalışmalarla ise farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada sağlık motivasyonunun satın alma niyeti üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamıştır. Elde edilen bulgulara göre sağlık motivasyonunun, satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak etkisi yoktur. Daha önce yapılan çalışmalardan bazılarında sağlık motivasyonunun satın alma niyeti üzerinde etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Alen ve Carlos, 2015: 1454; Vigolo vd., 2017: 818; Akdağ vd., 2015: 448; Hsu ve Wong, 2007: 1262).

İç motivasyonun satın alma niyeti üzerindeki etkisini inceleyen Guinn (1980), Sangpikul (2008), Jang vd. (2009), Patuelli (2016), Akgündüz (2016), Peter (2016), Ayaz ve Apak (2017) gibi çalışmalar incelendiğinde iç motivasyonun satın alma niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmektedir. Mevcut çalışmada yapısal modele göre iç motivasyonun satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar yukarıdaki çalışmalar ile paralellik göstermektedir. Jang ve Wu (2006) ve Huang vd. (2010) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile de farklılık göstermektedir.

Yenilik arayışının satın alma niyeti üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalara bakıldığında Yoon ve Uysal (2005), Jang ve Wu (2006), Correia vd. (2007), Sangpikul (2008), Batra (2009), Vuuren ve Slabbert (2011), Casado-Diaz vd. (2014), Alen vd. (2015) gibi çalışmalarda yenilik arayışının satın alma niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar incelendiğinde, yapısal modele göre yenilik arayışının satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgular bahsi geçen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Javalgi vd. (1992), Hsu ve Kang (2009) tarafından yapılan çalışmalar ile de farklı sonuçlar elde edilmiştir.

9. Sonuç

İleri yaştaki tüketicilerin oluşturduğu pazar sürekli büyüme göstermektedir. İleri yaştaki tüketicilerin satın alma gücünün bulunması, boş zamanlarının fazla olması, bakmakla sorumlu oldukları kişilerin azlığı ve hayatı aktif bir şekilde sürdürmek istemeleri dikkat çekmektedir. Turizm sektöründe özellikle sezon sonu talebini karşılayabilmek için en uygun hedef kitle olarak görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, paket turlara daha çok ileri yaştaki tüketicinin katılımını sağlamak için bu tüketiciler hakkında kapsamlı bir araştırma yapılması gerekmektedir.

Önemi her geçen gün artan ileri yaştaki tüketicileri turizme kazandırmak ve daha çok seyahat faaliyetlerinde bulunmalarını sağlamak için bu tüketicilerin kişisel değerlerinin ve seyahat

motivasyonlarının belirlenmesi gerekmektedir. Özellikle ileri yaştaki tüketicilerin turistik ürün olan paket tur satın alırken fayda sağlayan değerlerin önemli olduğu düşünülmektedir. İleri yaştaki tüketicilerin seyahat motivasyonlarını anlamının tur operatörlerinin paket turları pazarlaması konusunda yardımcı olacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle bu çalışma ileri yaştaki tüketicilerin kişisel değerler boyutlarının seyahat motivasyonu boyutları üzerindeki etkisini ve seyahat motivasyonunun da paket tur satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelemiştir.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda ileri yaştaki tüketicilerin kişisel değerleri ve motivasyon unsurları paket turlar ile ilgili alan literatür incelenerek çalışmada kullanılacak ölçekler belirlenmiş ve anket formu oluşturulmuştur. Elde edilen veriler ışığında çalışmada yer alan araştırma modelinde tanımlanan ilişkiler PLS-SEM tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

PLS-SEM ile gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre kişisel değerler boyutlarından içsel değerlerin sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışını, dışsal değerlerin de sosyalleşmeyi olumlu yönde etkiledikleri ortaya çıkmıştır. Özellikle içsel değerlerin seyahat motivasyonları üzerinde oldukça güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir. İçsel değerler tüketicilerin kişisel gelişim, başarı duygusu, özsaygı, heyecan ve hayattan keyif alma eğlence gibi duyguları ile alakalıdır. Bu değerler tüketicilerin seyahat motivasyonunu şekillendirmektedir. Kişisel değerlerine önem veren tüketicilerin bu duygularını yaşayabilecekleri ortamları tercih edecekleri düşünüldüğünde seyahatlerinde bunları göz önünde bulunduracaklardır.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre ileri yaştaki tüketicilerin seyahat motivasyonlarının sosyalleşme, sağlık, iç motivasyon ve yenilik arayışı olmak üzere dört boyutta incelenebileceği belirlenmiştir. Bu tüketicilerin motivasyonlarının yüksek olduğu ve sosyalleşme, iç motivasyon ve yenilik arayışı motivasyonlarının paket tur satın alma niyetlerini olumlu yönde etkiledikleri ortaya çıkmıştır. En güçlü motivasyonun yenilik arayışı olduğu tespit edilmiştir. Yenilik arayışının satın alma niyeti üzerinde oldukça güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir. Yenilik arayışı; tüketicilerin yeni yerler ve yeni şeyler görmek, normalde görmediği şeyler ve başka insanların nasıl yaşadığını görmek istemesi ile ilgilidir. Turizmin yenilik arayanlara fırsatlar sunmada çok önemli bir rol oynadığı kabul edilir (Koç vd., 2022:483). Satın aldıkları bir paket turdan memnun olan ileri yaştaki tüketicilerin daha sonra tekrar benzer turlara katılmak istemesi mümkün olabilir. Aynı zamanda iç motivasyon boyutu da satın alma niyeti üzerinde oldukça güçlü bir etkiye sahiptir. İç motivasyon; tüketicilerin entelektüel ve manevi zenginleşme arayışı, kendini gerçekleştirme duygusu ve nostaljik anılar yaşamak istemesi ile ilgilidir. Dahası sosyalleşmenin de satın alma niyeti üzerinde etkisi bulunmaktadır. Sosyalleşme; yeni insanlarla tanışmak, arkadaş, aile ve akrabalar ile zaman geçirmek ile alakalıdır.

10. Öneriler

Tur operatörleri yeni deneyimler arayan ileri yaştaki tüketiciler için paket turları tasarlarırken dikkat etmelidir. İleri yaştaki tüketicilerin katılabileceği ve sonunda benzersiz deneyimler yaşayabileceği paket turları tercih etmek isteyebilirler. Dolayısıyla yenilik arayışı yüksek olan ileri yaştaki tüketicilere yönelik paket turların farklı destinasyonlara, dikkat çekici ve özellikli bölgelere göre şekillendirilmesi gerekebilir. Kendi iç dünyasını tatmin etmek isteyen tüketicilerin özellikle satın almak istedikleri turlarda içeriğin kendisine hitap edip kendisini gerçekleştirebilecekleri şekilde düzenlenmiş olması memnuniyet duymalarını sağlayabilir. Sosyalleşme isteği yüksek olan tüketicilerin daha çok katılımın sağlayacağı, yeni insanlar tanımaya olanak sağlayan paket turlara daha çok ilgi gösterecekleri söylenebilir.

İleri yaştaki tüketicilerin içsel değerlerinin ve bu tüketicileri seyahat etmeye teşvik eden seyahat motivasyonlarının belirlenmesi kendi seyahat acentelerine yönelik talep oluşturmak isteyen

yöneticiler için büyük öneme sahiptir. Bu nedenle seyahat acentelerinin sahip olduğu imkanları geliştirmesi ileri yaştaki tüketicilerin kendini güvende hissedebileceği ve motivasyonlarını artıracak bir ortam oluşturması büyük önem kazanmaktadır. Satın alma niyetini artırmak için bu çalışmanın sonuçlarını kullanabilir. Türkiye’de ileri yaştaki tüketicilerin özellikle sezon dışında turizm faaliyetlerine katılımını sağlayabilmek için seyahat acenteleri tarafından büyüme potansiyeli yüksek olan bu pazarın doğrudan hedef alınması, paket turların diğer tüketiciler ile birlikte ileri yaştaki tüketicilere de hitap edecek şekilde düzenlenmesi ve sadece bu tüketicilerin durumlarına uygun olan özel paket turların planlanması gerekebilir.

Çalışmanın kapsamı ve elde edilen sonuçlar, gelecekteki çalışmalar için de yol gösterici niteliktedir. Bu çalışmanın örneklemini Antalya ilinde yaşayan yerli ileri yaştaki tüketiciler oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan model farklı kültürdeki ileri yaştaki tüketicilerle tekrar test edilerek kültürel farklılıkların önem arz edip etmediği test edilebilir. Aynı zamanda bu tüketicilerin seyahat tercihlerinde önem arz eden kişisel değerler ve motivasyon unsurları genç tüketiciler üzerinde de gerçekleştirilerek karşılaştırma yapılabilir. Dahası, yerli tüketicilerle yapılan çalışma Türkiye’de yaşayan veya Türkiye’ye seyahat eden ileri yaştaki yabancı turistlere de yapılabilir.

Teşekkür bilgi notu/ Acknowledgement

Yazar beyanları/ Author statements

Bu çalışma etik kurul ilkelerine bağlı kalınarak yürütülmüştür. Araştırma yayın etiğine uygun olarak hazırlanmıştır. Yazarlar, araştırmaya eşit oranda katkı sağlamıştır. Yazarlar arasında her hangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Akdağ G., Akgündüz Y., Güler O., Benli S. (2015). Bir seyahat motivasyon aracı olarak gastronomi: Hatay’ı ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motivasyonları, yiyecek-içecek deneyimleri ve seyahat memnuniyetleri üzerine bir araştırma. 1. *Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, Konya/Türkiye, 3, 448-464, ISBN:978- 605-9119-16-0 (2.C).
- Akgündüz Y., Kızılcıhaloğlu G. (2016). Likya yolunu yürüten turistlerin seyahat motivasyonları ve memnuniyet düzeyleri. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (3), 819–819, <https://doi:10.18657/yonveek.281972>.
- Alegre J., SardM. (2015). When demand drops andp rise. Tourist packages in the balearic islands during the economic crisis. *Tourism Management*, 46, 375–85, <https://doi:10.1016/j.tourman.2014.07.016>.
- Alen E., Losada., Carlos P. (2015). Profiling the segments of senior tourists throughout motivation and travel characteristics. *Current Issues in Tourism*, 20 (14), 1454–69, <https://doi:10.1080/13683500.2015.1007927>.
- Ayaz N., Apak C. (2017). Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları ve seyahat memnuniyetleri. *Erzincan Üniversitesi Sosyal BilimlerEnstitüsü Dergisi*, 79–94.
- Bai B., Shawn S., Cai L., O’Leary J. (2001). Determinants of travel mode choice of senior travelers to the United States. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 8(3–4), 147–68, <https://doi:10.1300/J150v08n03>.
- Balkır C., Uludağ Kırkulak B. (2014). Antalya’da yaşayan yerleşik yabancı emekli göçmenlerin yerel ekonomiyeye etkisi. *Türkiye ve Yeni Uluslararası Göçler*, ed. M.Tuna, Tarcan Matbaacılık, Ankara, 77-106.
- Barrick M.R., Stewart G.L., Piotrowski M. (2002). Personality and job performance: Test of the mediating effects of motivation among sales representatives. *Journal of Applied Psychology*, 87 (1), 43–51, <https://doi:10.1037/0021-9010.87.1.43>.
- Bagozzi R.P., Burnkrant R.E. (1979). Attitude organization and the attitude-behavior relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (6), 913-929.

- Batra A. (2009). Senior pleasure tourists: Examination of their demography, travel experience and travel behavior upon visiting the bangkok metropolis. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 10 (3), 197–212, <https://doi:10.1080/15256480903088105>.
- Battour M., Battor M.N., Awais M. (2017). Islamic tourism: An empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20 (1), 50–67, <https://doi:10.1080/13683500.2014.965665>.
- Beatty S., Kahle L., Homer P., Misra S. (1985). Alternative measurement approaches to consumer Vvalues: The list of values and the rokeach value survey. *Psychology and Marketing*, 2 (3), 181–200, <https://doi:10.1002/mar.4220020305>.
- Blazey M. A. (1987). The differences between participants and non-participants in a senior travel program. *Journal of Travel Research*, 26 (1), 7–12, <https://doi:10.1177/004728758702600102>.
- Bloemer J., Dekker D. (2007). Effects of personal values on customer satisfaction: An empirical test of the value percept disparity model and the value disconfirmation model. *International Journal of Bank Marketing*, 25 (5), 276–91, <https://doi:10.1108/02652320710772961>.
- Boksberger, P.E., Laesser, C. (2009). Segmentation of the senior travel market by the means of travel motivations. *Journal of Vacation Marketing*, 15, 311, <https://doi:10.1177/1356766709335829>.
- Bowie D., Chang J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11 (4), 303–22, <https://doi:10.1177/1356766705056628>.
- Castro De M.L., Astro De M.L., Gomes S. (2016). Values, motivation, commitment, performance and rewards: Analysis model. *Business Process Management Journal*, 22 (6), 9.
- Casado-Diaz M. A., Casado-Diaz A. B., Casado-Diaz J. M. (2014). Linking tourism, retirement migration and social capital. *Tourism Geographies*, 16 (1), 124–40, <https://doi:10.1080/14616688.2013.851266>.
- Cha S., K.W. Mcclary K., Uysal M. (1995). Travel motivations of Japanese overseas travelers: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Travel Research*, 34(1), 33–39, <https://doi:10.1177/004728759503400104>.
- Chen, C., Wub, C.C. (2009). How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors' Overseas Travel Propensity. *Asia Pacific Management Review*, 14(3), 301-312.
- Chin W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, S. January 1998, 295–336.
- Cleaver M. (1999). Tourism product development for the senior market, based on travel motive research. *Tourism Recreation Research*, 24 (1), 5–11, <https://doi:10.1080/02508281.1999.11014852>.
- Corfman K.P., Lehmann D.R., Narayan S. (1991). Values, utility and ownership: Modeling the relationship for consumers durables. *Journal of Retailing*, 67, S. Summer, 184–204.
- Correia A., Oom Do Valle P., Moco C. (2007). Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research*, 60 (1), 76–80, <https://doi:10.1016/j.jbusres.2005.10.013>.
- Coşkun R. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 8.Baskı., Sakarya Yayıncılık.
- Chan A., Hsu C., Baum T. (2015). The impact of tour service performance on tourist satisfaction and behavioral intentions: A study of Chinese tourists in Hong Kong. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32 (1–2), 18–33, <https://doi:10.1080/10548408.2014.986010>.
- Chen P.C., Wu C.C. (2009). How motivations, constraints, and demographic factors predict seniors' overseas travel propensity. *Asia Pacific Management Review*, 301-312.
- Erciş A., Türk B. (2014). Kişisel değerler ve içsel yenilikçilik boyutları ilişkisinin yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28 (2), 75-88.
- Grewal, D., Kent B. Monroe, Kent B., Krishna R. (1998). The Effects of Price-Comparison Advertising on Buyers' Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value, and Behavioral Intentions. *Journal of Marketing*, 62 (2), 46-59.
- Gnoth J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 283-304.

- Götz O., Liehr Gobbers K., Krafft M. (2010). Evaluation of structural equation models using the partial least squares (PLS) approach. *Handbook of Partial Least Squares Concepts Methods and Applications*, ed. Esposito Vinzi, W. Chin, V., Berlin: Springer, 206, 691-711.
- Guido G. vd. (2015). Explaining the deterioration of elderly consumers' behaviour through the broken windows theory. *Journal of Research for Consumers*, 28, 5-12.
- Guinn R. (1980). Elderly recreational vehicle tourists: Motivations for leisure. *Journal of Travel Research*, 19 (1), 9-12, <https://doi:10.1177/004728758001900102>.
- Gutman J. (1982). A meanse Chain model based on. *Journal of Marketing*, 46, 60-72.
- Güven Z.Ö. (2018). Paket tur kapsamında sunulan hizmetlerin kalitesinin davranışsal niyet üzerine etkileri: Yurt dışı paket tur satın alan yerli turistler üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 657-74.
- Dodds W.B., Monroe K.B., Source D.G. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product. *Journal of Marketing Research*, 28 (3), 307-319
- Drolet A. (2018). The influence of aging on consumer decision-making. *Consumer Psychology Review*, 2(3), 3-16. <https://doi:10.1002/arcp.1046>.
- Fall L. T., Knutson B. J. (2001). Personal values and media usefulness of mature travelers. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 8 (3-4), 97-112, https://doi:10.1300/J150v08n03_07.
- Fleischer A., Pizam A. (2002). Tourism constraints among israeli seniors. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 106-123.
- Hair, J. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (Pls-sem.)*, 2nd. ed., sage publications.
- Hair, J. (2012). An assessment of the use of partial least squares Structural equation modeling in marketing research; *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 40(3), 423. <https://doi:10.1007/s11747-011-0261-6>.
- Harmam S. (2014). Bağımsız seyahat eden yerli gezginlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *International Journal*, 10 (21), 107-28, <https://doi:10.11122/ijmeb.2014.10.21.527>.
- Hartman,J.D., Hailin Q. (2007). The Senior Travel Market. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 8(2), 67-81.
- Henseler J., Ringle C.M., Sarstedt M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43 (1), 118, <https://doi:10.1007/s11747-014-0403-8>.
- Hsu C.H.C., Kang, K. (2009). Chinese urban mature travelers' motivation and constraints by decision autonomy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26, 703-721.
- Hsu C. H., Cai L.A., Wong K.F. (2007). A model of senior tourism motivations anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism Management*, 28 (5), 1262- 73, <https://doi:10.1016/j.tourman.2006.09.015>.
- Hsu C.H.C. (2000). Determinants of mature travelers' motorcoach tour satisfaction and brand loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 24 (2), 223-38, <https://doi:10.1177/109634800002400206>.
- Huang L., Tsai H.T. (2002). The study of senior traveler behavior in Taiwan. *Tourism Management*, 24 (5), 561-74, [https://doi:10.1016/S0261-5177\(03\)00008-6](https://doi:10.1016/S0261-5177(03)00008-6).
- Huang, S. Cathy H. C. H., Andrew C. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: a study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34 (3), 3-33.
- Huber, D. (2019). A life course perspective to understanding senior tourism patterns and preferences. *Int J Tourism Res.*1-16.
- Hunter P., Blackburn A. (2007). Understanding the relationship between holiday taking and self-assessed health: An exploratory study of senior tourism. *International Journal of Consumer Studies*, 31 (5), 509-16, <https://doi:10.1111/j.1470-6431.2007.00607.x>.
- Jang S. C., Ham S. (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management*, 30 (3), 372-80, <https://doi:10.1016/j.tourman.2008.08.005>.

- Jang S. C., Wu C. M.E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27 (2), 306– 16, <https://doi:10.1016/j.tourman.2004.11.006>.
- Jang S. (2009). Affect, travel motivation and travel intention: A senior market. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33 (1), 51–73, <https://doi:10.1177/1096348008329666>.
- Javalgi, R. Edward G. Thomas, And S. R. Rao. (1998). Consumer behavior in the u.s. pleasure travel marketplace: an analysis of senior and nonsenior travelers. *Journal Of Research*, 14-19.
- Judge T.A., Ilies R. (2002). Relationship of personality to performance motivation: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 797–807, <https://doi:10.1037/0021-9010.87.4.797>.
- Kahle L.R., Homer P.M. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (4), 638-646.
- Kahle L. R. (1985). Social values in the eighties: A special issue. *Psychology and Marketing*, 2 (4), 231–37, <https://doi:10.1002/mar.4220020403>.
- Karamustafa K, Çeşmeci N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 70–86, <https://doi:10.17123/atad.46874>.
- Kau A. K., Lim P. S. (2005). Clustering of chinese tourists to Singapore: An analysis of their motivations, values and satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 7 (4–5), 231–48, <https://doi:10.1002/jtr.537>.
- Kim S. S., Lee C. K., Klenosky D.B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean National Parks. *Tourism Management*, 24 (2), 169– 80, [https://doi:10.1016/S0261-5177\(02\)00059-6](https://doi:10.1016/S0261-5177(02)00059-6).
- Kim M., Kim C. (2018). Lifestyle and travel motivation of the elderly in South Korea: Baseline characteristics and the relationship between demographicf. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 21(2), 141–64, doi:10.1080/15256480.2018.1464417.
- Kim H. L. (2015). An examination of salient dimensions of senior tourist behavior : Relationships among personal values , travel constraints , travel motivation and Quality of Life (QoL).
- Koç E., Aydın B., Erdoğan Z. The impact of novelty seeking on intention to visit a country: The mediating role of overall cuisine image. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty*, 10 (3), 480-500.
- Kohlbacher F., Cheron E. (2011). Understanding 'silver' consumers through cognitive age, health condition, financial status, and personal values: Empirical evidence from the World's most mature market Japan. *Journal of Consumer Behaviour*, 50, S. October, 35–50.
- Kwon H. H., Trail G., James Je. D. (2007). The mediating role of perceived value: Team identification and purchase intention of team-licensed apparel. *Journal of Sport Management*, 21 (4), 540–54, <https://doi:10.1123/jsm.21.4.540>.
- Lai, I.K. (2014). The Role of Service Quality, Perceived Value, and Relationship Quality in Enhancing Customer Loyalty in the Travel Agency Sector. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(3), 417-442.
- Le Serre C. C. (2012). Marketing travel services to senior consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 29(4), 262 – 270, <http://dx.doi.org/10.1108/07363761211237335>.
- Li M., Cai L. A. (2012). The effects of personal values on travel motivation and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 51 (4), 473–87, <https://doi:10.1177/0047287511418366>.
- Lo A., Lam T. (2004;). Long-haul and short-haul outbound all-inclusive package tours. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9 (2), 161–76, <https://doi:10.1080/1094166042000233694>.
- Lu J., Kam H., Lili W., Michael A. Schuett, Liang H. (2016). Do perceptions of time affect outbound-travel motivations and intention? An investigation among Chinese seniors. *Tourism Management*, 53, 1-12.
- Madrigal R. (1995). Personal values, traveler personality type, and leisure travel style. *Journal of Leisure Research*, 27 (2), 125–42, doi:10.1080/00222216.1995.11949738.
- Mehmetoğlu, M. (2010). The relationship between personal values and tourism behaviour: A segmentation approach. *Journal of Vacation Marketing*, 16 (1), 17–27, <https://doi:10.1177/1356766709356210>.

- Meiners N. H., Seeberger B. (2010). Marketing to senior citizens: Challenges and opportunities. *The Journal of Social, Political and Economic Studies*, 35 (3), 293–328.
- Möller C., Weiermair K., Wintersberger E. (2007). The changing travel behaviour of Austria ' s ageing population and its impact on tourism. *Tourism Review*, 62 (3–4), 15–20.
- Muller T. E., O'cass A. (2001). Targeting the young at heart: Seeing senior vacationers the way they see themselves. *Journal of Vacation Marketing*, 7 (4), 285– 301, <https://doi:10.1177/135676670100700401>.
- Nella A., Christou E. (2016). Extending tourism marketing: Implications for targeting the senior tourists ' segment. *Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing*, 2 (1), S. 1 36–42.
- Norman W.C., Daniels M.J., McGuire F., Norman C.A. (2001). Whither the mature market: An empirical examination of the travel motivations of neo-mature and veteran-mature markets. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3/4).
- Özgen,Ö., Vural,T., Çivitçi, S. (2004). Yaşlı tüketiciler ve giyim: Yaşlılık disiplinler arası yaklaşım, sorunlar, çözümler. Ed. V. Kalınkara, Ocak Yayın ve Dağıtım, 187-217.
- Öztürk O. (2020). Restoran işletmelerinde tüketicilerin Hizmet hataları ve telafisi. *Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, (Doktora Tezi), 156- 190.
- Parks L., Guay P. (2009). Personality, values, and motivation. *Personality and Individual Differences*, 47(7), 675–84, <https://doi:10.1016/j.paid.2009.06.002>.
- Patuelli R., Nijkamp P. (2016). Travel motivations of seniors: A review and a Metal analytical assessment. *Tourism Economics*, 22 (4), 847–62, <https://doi:10.1177/1354816616654257>.
- Pearce P.L. (1999). Touring for pleasure: Studies of the senior self-drive travel market. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 35–42, <https://doi:10.1080/02508281.1999.11014855>.
- Peter S., Anandkumar V. (2016). Travel motivation-based typology of tourists who visit a shopping festival: An empirical study on the Dubai shopping festival. *Journal of Vacation Marketing*, 22(2), 142–53, <https://doi:10.1177/1356766715607587>.
- Pitts R.E., Woodside A.G. (1986). Personal values and travel decisions. *Journal of Travel Research*, 25(1), 20–25, <https://doi:10.1177/004728758602500104>.
- Phillips, L. W. ve Sternthal, B. (1977). Age differences in information processing: A perspective on the aged consumer. *Journal of Marketing Research*, XIV, 444-457.
- Pritchard A., Morgan N. J. (1997). Marketingp and opportunities in the tour operators' senior travel market: Beyond bowling and ballroom dancing. *Journal of Vacation Marketing*, 3 (2), 152–63, <https://doi:10.1177/135676679700300205>.
- Rentz, J. O. ve Reynolds, F. D. (1991). Forecasting the effects of an aging population on product consumption: An age-period-cohort framework. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 355-360.
- Roccas S. (2002). The big five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28 (6), 789–801, <https://doi:10.1177/0146167202289008>.
- Sangpikul A. (2008). Travel motivations of japanese senior. *International Journal of Tourism Research*, 10, 81–94.
- Sarstedt M., Ringle C.M., Hair J.F. (2017). Partial least squares structural equation Modeling. *Handbook of Market Research*, S. September, 16, <https://doi:10.1007/978-3-319-05542-8>.
- Sarstedt M., Wilczynski P. (2013). Measuring reputation in global markets-a comparison of reputation measures' convergent and criterion validities. *Journal of World Business*, 48 (3), 335, <https://doi:10.1016/j.jwb.2012.07.017>.
- Sert A. N. (2019). Üçüncü Yaş Yerli Turistlerin Seyahat Kısıtları ve Motivasyonları Üzerine 132 Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 200– 211, <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/1675>.
- Sheldon J.P. (1986). The tour operator industry an analysis", *Annals of Tourism Research*, 13 (3), 349–65, <https://doi:10.1111/j.1744-6198.1995.tb00477.x>.

- Śniadek J. (2006). Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry. *Studies in Physical Culture and Tourism*, 13, 103–5.
- 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, <https://doi.org/10.1080/10641734.2004.10505164>.
- Taşkın Ç., RAÇLI S. (2019). Kargo hizmetlerinde şikâyet etme niyeti ve öncülleri arasındaki ilişkilerin Pls-Sem ile araştırılması. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (3), 835–64, <https://doi:10.21550/sosbilder.548569>.
- Trinh, G., (2009). Do older consumers differ from younger consumers in their attitudes, information sources and store choice in the Australian clothing retail market. *Anzmac*, 1-8.
- Üçöz E. (2012). *Paket Turlarda Tüketici Hakları ve Turist Rehberlerine Yönelik Şikayetlerin İncelenmesi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir Üniversitesi, 2012.
- Ülker M., Kılıçarslan D., Derman E. (2016). Kano sporuna katılım motivasyonu: Manavgat destinasyonundab uygulama.
- Wang Y., Weaver D. B, Kwek A. (2009). Beyond the Mass Tourism Stereotype: Power and Empowerment in Chinese Tour Packages. *Journal of Travel Research*, 55(6), 724–37, <https://doi:10.1177/0047287515592971>.
- Wang X., Leou C.H. (2015). A study of tourism motivation, perceived value and destination loyalty for macao cultural and heritage tourists. *International Journal of Marketing Studies*, 7 (6), 83, <https://doi:10.5539/ijms.v7n6p83>.
- Wong M. (2008). Generational differences in personality and motivation: Do they exist and what are the implications for The workplace?. *Journal of Managerial Psychology*, 23 (8), 878–90, <https://doi:10.1108/02683940810904376>.
- Wong S., Lau E. (2001). Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages. *Journal of Travel Research*, 40 (1), 57–67, <https://doi:10.1177/004728750104000108>.
- Vigolo V. (2017). Older tourists' travel motivations and overall satisfaction at the 134 destination: The case of sirmione. *20th Excellence in Services International Conference*, 817–24.
- Vinson D.E., Scott J.E., Lamont L.M. (1977). The role of personal values in marketing and consumer behavior. *Journal of Marketing*, 41 (2), 44-50.
- Voorhees C.M. (2016). Discriminant validity testing in marketing: An analysis, causes for concern, and proposed remedies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44 (1), 120, <https://doi:10.1007/s11747-015-0455-4>.
- Vuuren C. V., Slabbert E. (2011). Travel motivation and behaviour of tourists to a South African resort. *International Conference on Tourism and Management Studies – Algarve*, I (4), 295–304.
- Yaşa E., Mucan B. (2010). Tüketim ve yaşlı tüketiciler: Literatür araştırması. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2).
- Yıldız E. (2020). SmartPLS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi, Birinci Baskı., Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon Y., Uysal M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56, <https://doi:10.1016/j.tourman.2003.08.016>.
- Yoon C., Cole C. A., Lee M. P. (2009). Consumer decision making and aging: Current knowledge and future directions. *Journal of Consumer Psychology*, 19(1), 2–16, <https://doi:10.1016/j.jcps.2008.12.002>.
- You P.S., Chen M. H., Su C. H. (2019). Travel agent's tour selection and sightseeing bus schedule for group package tour planning. *Tourism Economics*, 27 (1), 1–23, <https://doi:10.1177/1354816619887860>.
- Xu Y., Summers T. A., Belleau B. D. (2004). Who buys American alligator? Predicting purchase intention of a controversial product. *Journal of Business Research*, 57, 1189 – 1198.
- Yücesahin M. (2011). Küresel bir süreç olarak demografik dönüşüm: Mekânsal bir değerlendirme. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9(1), 11–27.

Summary

The market consisting of elderly consumers continues to show continuous growth. The presence of purchasing power among elderly consumers, their ample free time, fewer caregiving responsibilities, and a desire for active living are notable factors. Within the tourism sector, they are considered the most suitable target audience, particularly for meeting end-of-season demand. Therefore, it is essential to conduct comprehensive research on these consumers to encourage their participation in package tours.

To capitalize on the increasing importance of elderly consumers and encourage their participation in travel activities, it is crucial to determine their personal values and travel motivations. It is believed that the values that provide benefits to elderly consumers when purchasing package tours are particularly significant. Understanding the travel motivations of elderly consumers is expected to assist tour operators in marketing package tours. Therefore, this study examined the impact of the dimensions of personal values of elderly consumers on travel motivations and, in turn, the effect of travel motivation on the intention to purchase package tours.

In line with the objectives of the study, the personal values and motivation elements of elderly consumers regarding package tours were determined by reviewing the relevant literature, and a survey form was created. Based on the data obtained, the relationships described in the research model were analyzed using the PLS-SEM technique.

According to the analysis results obtained through PLS-SEM, it was revealed that the dimensions of personal values, particularly internal values, positively influence sociability, health, internal motivation, and the search for novelty, while external values positively affect sociability. Internal values, in particular, were found to have a significant impact on travel motivations. Internal values are related to consumers' emotions, such as personal development, a sense of accomplishment, self-esteem, excitement, and enjoyment of life, all of which shape their travel motivation. Considering that consumers who value their personal values are likely to prefer environments where they can experience these emotions, they will take these factors into account when traveling.

According to the findings of the study, the travel motivations of elderly consumers can be examined in four dimensions: sociability, health, internal motivation, and the novelty. It was determined that the motivation of these consumers is high, and sociability, internal motivation, and the novelty positively affect their intention to purchase package tours. The strongest motivation was found to be the novelty, which has a significant impact on the intention to purchase. The novelty is related to consumers' desire to see new places and things, to explore things they haven't seen before, and to see how other people live. Tourism is recognized to play a crucial role in offering opportunities to those seeking novelty. Therefore, when designing package tours for elderly consumers with a high motivation for novelty, tour operators may need to tailor them to different destinations, attractive and unique regions, and experiences.

Moreover, the internal motivation dimension also has a strong impact on the intention to purchase. Internal motivation is related to consumers' pursuit of intellectual and spiritual enrichment, a sense of self-fulfillment, and a desire for nostalgic memories. Consumers who want to satisfy their inner world may find satisfaction when the content of the tours they wish to buy appeals to them and allows them to self-fulfill.

Additionally, sociability also affects the intention to purchase. Sociability is related to the desire to meet new people, spend time with friends, family, and relatives. Consumers with a high desire for sociability may show more interest in package tours that allow them to interact more and meet new people.

In conclusion, understanding the personal values and travel motivations of elderly consumers is crucial for the tourism industry to attract and engage this growing market segment effectively. Tailoring package tours to cater to the values and motivations of elderly consumers can lead to increased satisfaction, repeat business, and ultimately, a thriving tourism market.

Dedüktif Bir Sistem Olarak Aristoteles'in Kıyası Aristotle's Syllogistic as a Deductive System

İbrahim Oğulcan Erayman¹

Öz

Aristoteles'in kıyası tarihteki ilk dedüktif sistemdir. Yüzyıllar sonra, Aristoteles'in fikirleri, çalışmalarını geliştirmeye devam eden, onun ulaştığı sonuçlardan ve hatta yöntemlerinden ilham alan mantıkçıların ilgisini hala çekmeye devam etmektedir. Makalede, Aristotelesçi kıyas sisteminin temel unsurlarını ve Łukasiewicz'in bunu modern formel mantığın araçlarına dayalı olarak yeniden inşasını tartışıyoruz. Her iki yazar tarafından da tartışıldığı gibi, dedüktif sisteminin eksiksizliği (completeness) kavramına özel önem atfediyoruz. Bir aksiyomatik çürütme sistemi kullanarak, eksiksizliğin nasıl tanımlanabileceğini ve ispatlanabileceğini ayrıntılı olarak tanımlıyoruz. Son olarak, bu metodolojiyi Łukasiewicz, Lemmon ve Shepherdson tarafından sunulan kıyasın farklı aksiyomlaştırmalarına uyguluyoruz.

Anahtar kelimeler: Aristoteles mantığı, kıyas, Jan Łukasiewicz, aksiyomatik sistem, aksiyomatik çürütme, eksiksizlik.

¹ **Sorumlu yazar/Corresponding author:** Dr. İbrahim Oğulcan Erayman, Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü. ibrahim.erayma@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6687-9973

Atıf/Citation: Erayman, İ. O. (2023). Dedüktif bir sistem olarak Aristoteles'in kıyası. *Bursa Uludağ Journal of Economy and Society*, 42(2), 208-225.

1.Giriş

Farklı dedüktif sistemler çağdaş mantığın kalbinde yer almaktadır. Hatta şöyle denebilir ki, günümüzde anlaşıldığı şekliyle mantığın kendisi, farklı akıl yürütme türlerine uygun dedüktif sistemlerin bir toplamıdır. İndüksiyon veya abdüksiyon gibi genellikle dedüksiyondan ayrılan akıl yürütme biçimleri ele alındığında bile, bunlar nihayetinde dedüksiyon benzeri katı bir sistem biçiminde sunulur. Dedüktif sistemlerin teorisi ve metodolojisi yerleşik ve gelişkindir, bu gelenek de mantıkçılar arasında yaygındır.

İlginçtir ki, çağdaş mantıktaki dedüktif sistemleri tartışırken hala Batı mantığının köklerine bir dönüş yapıyoruz ve bugün başardıklarımızı Aristoteles'in mirasıyla karşılaştırıyoruz. Şaşırtıcı olarak, bir şekilde, günümüzün gelişmiş dedüktif sistemlerinin birçok özelliğini onun kıyas sisteminde bulabiliriz. Robin Smith, Stanford Felsefe Ansiklopedisi'ne (1) yazdığı bir maddede, "modern formel teknikler konusunda eğitim almış akademisyenlerin, sonuçlarının doğruluğundan ziyade, çalışmalarının çoğu ile modern mantık arasındaki ruh bakımından dikkate değer bir benzerlik olması nedeniyle Aristoteles'e yeni bir açıdan baktığını vurgulamaktadır. Jonathan Lear'in ifade ettiği gibi, 'üstkuramda (metatheory) Aristoteles modern mantıkçılar ile temel bir ilgiyi paylaşır': onun birincil amacı, argümantasyon için pratik bir rehber sunmak değil, çıkarımsal (inferential) sistemlerin özelliklerini incelemektir." Bu nedenle Aristoteles'in kıyasını analiz etmek, onu kesin içeriğinden, bağlamından ve terminolojisinden soyutlayarak bir dedüktif sistemin temel özellikleri üzerine düşünmemize izin verir.

Son on yıllarda Aristoteles'in mantık eserlerine önemli bir ilgi gözlememizde şaşırılacak bir taraf yoktur. Klaus Glashoff (2) (2005, s.949) şöyle ifade eder: "birkaç on yıl öncesinden farklı olarak, Aristotelesçi mantık günümüzde artan bir ilgiyle karşılanıyor. Yalnızca filozoflar değil, bilgi ve iletişim kuramı uzmanları da izi açıkça Aristoteles'in kategoriler ve kıyaslar üzerine çalışmalarına kadar sürülebilecek fikirleri kullanırlar. (...) Bu oldukça yeni gelişmelerden bağımsız olarak, küçük bir grup mantıkçı tarafından, filozof ve filolog bakımından Aristoteles mantığının formelleştirilmesi meselelerine yenilenen bir ilgi duyuldu." O zamandan beri, sadece birkaçını zikretmek gerekirse, ya doğrudan Aristoteles'in yazıları üzerine (3-5) ya da onun kıyasının uzantıları veya teknik yönleri üzerine (6-19) pek çok yeni eser yayınlandı.

Aristoteles'ten sonra kıyas, asırlar boyunca, alimlerin birçok kuşağının ilgisini çeken baskın mantık biçimiydi. Yirminci yüzyılda, modern matematiksel mantığın yükselişinden önce, geleneksel kıyasın orta çağ sistemleştirilmesi; Gottfried Wilhelm Leibniz tarafından sunulan kıyasın birtakım matematiksel yorumları ve Leonard Euler ve John Venn tarafından tanıtılan şematik yaklaşım gibi teoriye en azından bazı önemli katkılar mevcuttu. Ancak bununla birlikte, biz bu çalışmada, Jan Łukasiewicz'in çalışmalarından ve bu bağlamda sunulan Aristoteles'ten ilham alan bazı fikirlerden yola çıkarak, çoğunlukla kıyasın modern yeniden inşalarını merkeze alıyoruz.

Temelde Aristoteles'in dedüktif sistemlerinin metodolojisinin izini sürebilmek kaygısı güderek, değerlendirmelerimize kıyasın (Aristoteles tarafından verilen) orijinal sunumu üzerine bazı yorumlarla başlayacağız. Akabinde Łukasiewicz tarafından sunulan sisteme bakacağız. Neredeyse bir asırlık perspektiften, kıyası formelleştirirken yaptığı seçimlerin izini sürüp, değerlendireceğiz. Kıyas sisteminin eksiksizliğine (completeness) ilişkin Aristotelesçi tartışmayı geliştirme biçiminin ise bilhassa üzerinde duracağız. Ayrıca, bu yaklaşımı çağdaş mantıktaki eksiksizlik araştırmalarının teori ve pratiği ile karşılaştıracacağız. Nihayetinde, Łukasiewicz'in metodolojisinin kıyas sisteminin muhtelif varyantlarında nasıl çalıştığını sunacağız.

Bu makalede sunulan teknik sonuçlar, (pek de) yeni değildir. Teknik açıdan bakıldığında belki de en ilginç nokta, Sheperdson'un kıyas aksiyomatikleştirmesindeki çürütme karşılığıdır. Bu çalışmanın alana asıl katkısı, bir dedüktif sistemin eksiksizliğine dair metodolojik tartışmada yatmaktadır.

Çalışma ayrıca, kıyasın formelleştirilmesi konusundaki çeşitli çabaları içeren kaynaklar ve alandaki seçilmiş güncel çalışmaları içermesi bakımından referanslar açısından zengindir.

2.Orjinal sunum

Kıyasın modern formelleştirmelerinin bazı ayrıntılarını tartışmak amacıyla doğru perspektifi elde etmek için, onun orijinal Aristotelesçi sunumu üzerine birkaç sözle başlayalım. M. Bochenski, asserterik kıyasın düşünce tarihindeki rolü hakkında çok güçlü ve temelde haklı bir görüş dile getirmiştir: “assertorik kıyas, yalnızca değişkenlerle ilgili ilk formel teori olması bakımından değil, aynı zamanda şimdiye kadar inşa edilmiş ilk aksiyomatik sistem olduğu için de muhtemelen tüm formel mantık tarihindeki en önemli keşiftir.” (20) (s.46). Bu iddia, Aristotelesçi sistemin sadece mantık alanına özgü olmayan (daha geniş anlamdaki) önemini de hesaba katmaktadır. Formel teori ve formel modellemeler, modern bilimde her yerde bulunur. Matematik ve matematiksel olarak temellendirilmiş fizik, bu araçları oldukça uzun süredir kullanmaktadır. Ancak diğer birçok doğa ve sosyal bilim disiplini, aynı kritik önemi haiz özellikleri paylaşan kendi formelleştirilmiş teorilerini oluşturmaktadır. Öklid geometrisi, modern dönemde dedüktif bir sistemin ikonu konumunu kazanmıştı (Ancak, Spinoza'nın ünlü *more geometricos*u bilimdeki formel teknikler için temel kavramsal çerçeveyi ve standardı önceden kuran bir kıyastı.).

Bochenski kıyasın önemine ilişkin savını gerekçelendirirken iki meseleye değinmektedir: Değişkenlerin kullanımı ve aksiyomatik bir sistemin biçimi. İlki basit olsa da ikincisini anlamak, aksiyomatik bir sistemin ne olduğu üzerine düşünmeyi gerekli kılmaktadır. Bir teoremin aksiyomatik bir sistem olarak kabul edilebilmesi için iki şey gereklidir. İlkin, sistemin öğelerinin aksiyomlar ve teoremler olarak iki gruba ayrılması elzemdir. Buna göre bazı önermeler (Şimdilik burada, kıyasın - geçerli kurallar, ya da belirli muhakeme kipleri gibi önerme dışındaki nesnelere için tasarlanabilir olmasından dolayı- kendisinin de esasında bir önerme olabileceği hususunu bir sonraki başlıkta geri dönmek üzere atlayalım.) özel bir tarzda ele alınır ve aksiyom olarak kabul edilir. Diğer önermeler de bunlardan türetilir. İkinci gereklilik, aksiyomlar ve teoremler arasındaki ilişki ile alakalıdır. Teoremler türetilir ve türetme de dedüktif olmalıdır. Dedüksiyon metodolojisinin olgunluğunun gözlemlenebileceği yer burasıdır. Gelişmiş sistemlerde dedüksiyon kuralları açık ve formeldir.

Aristotelesçi kıyasta, birinci şeklin kıyasları kusursuzdur (aksiyomdurlar) ve diğer iki şeklin kıyasları kusurludur (yani, aksiyomlardan türetilmiştir). Bochenski (20) (ss.46-47), Aristoteles'in aksiyomatik kıyas sisteminde kullandığı dedüksiyonun üç kuralına işaret eder: redüksiyon, *abese irca* (*the reductio ad impossibile*) ve ektez (ecthesis). Bu kurallar dedüktif olarak geçerlidir ve çağdaş mantıkta tanınmıştır. Modern terminolojide ise -transpozisyon ve ektez örneklerindeki gibi- bir öncülün kuvvetinin direkt redüksiyonuna *abese irca* denir. Biz sadece aksiyomatizasyon olgusu ve aksiyomatizasyon seviyesiyle ilgilendiğimiz için, tüm kuralların kesin formülasyonu ve çıkarımların detaylarının sunumunu burada yapmayacağız. (Tüm kıyas ispatlarının yeniden inşaları için, bkznz. (20) ss. 49-54)

Posterior Analytics'e dağılmış bir dizi gevşek notta, aksiyomatik bir teori oluşturmak için genel kurallar da bulabiliriz. Bochenski bunları şu şekilde yeniden yapılandırıyor (20) (s. 46):

1. Teoremler çıkarılırken bazı test edilmemiş aksiyomlar olması gereklidir ((21), 72b)
2. Aksiyomlar sezgisel olarak açık olmalıdır ((21), 99b),
3. Teoremlerin ispatlarında dedüksiyon adımlarının sayısı sonlu olmalıdır ((21), 81b).

Aristoteles'in aksiyomatikleştirmeye yaklaşımı, çağdaş olana benzemekle birlikte, bire bir aynı değildir. Temel fark, aksiyomlarla ilgili yukarıdaki 2. başlıkta yatmaktadır. Apaçıklık, kesinlik ve ontolojik öncelik gibi koşullar artık onlara empoze edilememektedir. Bir aksiyom, bir sistemin diğer

ifadelerinden yalnızca türetilmemiş olmasıyla ayrılır (bknz. (22) (ss.70-71). Aynı teorilerin farklı aksiyomlaştırmaları vardır ve aynı kabul edilen nesnel kümesini tanımlamaları kaydıyla eşit derecede doğrudurlar. Fakat yine de bazı aksiyomlar diğerlerinden daha yüksek olarak değerlendirilebilir. Bu noktada çağdaş mantıkçıların devreye soktuğu kriterler nelerdir? Bunun cevabı basit değildir. Elbette bu kriterlerin büyük bir kısmı katı ve formel değildir. Belli bir kısmı Aristoteles'in talep ettiği ölçütlere benzemektedir. Kimi zaman sezgisel olarak açık veya izahtan vareste olan daha yüksek aksiyomlara önem atfederiz. Bu ölçütlere benzer şekilde, aksiyomların basitliği bazen bir avantaj olarak vurgulanmaktadır. Öte yandan, bazen daha az sayıda aksiyom ihtiva eden aksiyomlaştırmalar daha yüksek olarak değerlendirilebilmektedir.

Aristoteles'in kıyas sisteminde, varlığına (ya da en azından izlerine) kimi yazarlar tarafından işaret edilen bazı daha metalojik (metalogic) kavramlar bulunmaktadır. İlerleyen bölümlerde eksiksizlik nosyonunu etrafıca tartışacağız. Şimdi burada, kompaktlık (compactness) kavramı üzerinde kısa da olsa duralım.

Aristoteles kıyasında kompaktlık meselesi Lear tarafından gündeme getirilmiştir (23). Lear, Aristoteles'in *Posterior Analytics* I.19-22'de, kompaktlığın *ispat-teorik* (proof-theoretic) bir benzerini tartıştığını iddia etmektedir. Kompaktlık, bir sistem için model teorik bir özelliktir ve şunu ifade eder: Eğer bir α önermesi, φ önermelerinin sonsuz kümesinin semantik bir sonucu ise, o zaman α 'nın φ 'in semantik bir sonucu olduğu $\varphi \vdash \alpha$ adında bir sonlu küme bulunur. O halde kompaktlığın *ispat-teorik* benzeri nedir? Kanıtlanabilir her sonucun sonlu sayıda öncülden ispatlanabileceğini belirten bir özelliktir. Başka bir deyişle, sonsuz sayıdaki öncülü etkili biçimde kullanabilecek geçerli bir dedüktif akıl yürütme yolu yoktur.

Burada şu soru ortaya çıkmaktadır: Gerçekten de Aristoteles'in tartıştığı şey çağdaş metalojikte kullanılan anlamda mı kompaktlıkla ilgilidir? Yoksa bu durum sadece Aristoteles'in yanlış bir yorumundan mı ibarettir? İkinci görüş Micheal Scanlan (24) tarafından ortaya konmuştur. Ona göre, Aristoteles model teorisini hiç kullanmadığından dolayı, kompaktlığı kıyas bağlamında ele almak anakroniktir. Konuyla ilgili ilginç ve ölçülü bir tartışma ise Adam Crager tarafından (4)'te sunulmuştur. Bu çalışması bağlamında Crager, bazı çağdaş mantıkçıların, çok net olmasalar bile Aristoteles'in çalışmalarında modern mantık fikirlerinin izlerini bulmak istemelerini ve bu mantıkçıların haklı olabileceğini saptamanın yeterli olduğunu ifade etmektedir.

3. Lukasiewicz'in kıyası yeniden inşası: Formalizasyon seçenekleri

Lukasiewicz'in modern formel mantığın araçlarını kullanarak kıyası formelleştirirken kullanabileceği farklı imkanlardan haberdar olup olmadığını söylemek zordur. Kitabında *Aristotle's Syllogistic from the Standpoint of Modern Formal Logic* başlığını kullanmasını, Lukasiewicz'in nazarında (Aristo'nun yaklaşımının) teoriye ilişkin yegâne bakış açısı olduğu biçiminde okuyabiliriz.

Şimdi, kıyas üzerine daha sonra yapılan çalışmaları dikkate alırsak, bunun o kadar basit olmadığını görebiliriz. Bir kıyas sistemi oluşturmak için uygulanabilecek birçok olası formel araç ve teorinin içeriğinin birçok çeşidi vardır. Bugünün perspektifinden bakıldığında en temel karar, kıyasın ne çeşit bir nesne olması gerektiği üzerinedir. Daha sonraki literatüre (bkz. (25,26)) bakıldığında bir (doğru) kıyasın en az üç yorumu tartışılmaktadır: 1) geçerli öncül-sonuç argümanı 2) doğru önerme 3) kuvvetli argümantasyon veya dedüksiyon. Formel yapı açısından bakıldığında iki açık olasılık vardır: (1) için çıkarım kuralları ve (2) için gerektirme önermeleri. Yorum (3), kıyasın daha az doğrudan formel bir açıklamasını gerektirir.

Lukasiewicz, kıyasların önermeler olarak temsil edildiği bir teori inşa etti. Bu yaklaşım temelde mantık olarak 30'ların ruhuyla uyumlu görünüyordu. Aksiyomlaştırma için heyecan ise, şimdilerde

Hilbert tarzı olarak adlandırdığımız şey üzerineydi. Doğal dedüksiyon, onun bir alternatifi olarak, Gentzen ve Jaskowski tarafından henüz inşa edilmiş ve yeni yeni filizleniyordu. Gödel'in 1939'daki Notre Dame derslerinde (27), matematiksel mantığı kullanmak suretiyle kıyasın bir formalizasyonunu da sunduğu ve onun sisteminin Łukasiewicz'in sistemine benzer bir şekilde inşa edildiği pek bilinmez. İki arasında temel fark, aksiyom seçimleri ve Łukasiewicz'in tam teşekküllü bir teori sunarken, Gödel'in sadece bir taslak sunmasından kaynaklanmaktaydı.

Bir diğer önemli mesele de kıyas yaklaşımlarının farklılık gösterebileceği yerlerden biri olarak, kıyasların bileşenleri olan kategorik cümlelerde kullanılabilecek isim türleri ile ilgilidir. Burada iki ayrım önemlidir: bireysel/ortak adlar ve boş/boş olmayan adlar. Bu mesele, Łukasiewicz'den sonra da kapsamlı bir şekilde tartışıldı ve şimdi bu hususta farklı öneriler mevcut. Takip eden başlıklarda Łukasiewicz'in yaklaşımı üzerinde ayrıntılı olarak duracağız.

3.2. Klasik önermeler mantığına dayalı aksiyomatik teori

Aristoteles mantığına dair daha önce adı geçen tüm yorumlarda ortak olarak paylaşılan nokta, kıyasın, kategorik önermelerin hem öncüller hem de sonuç olduğu akıl yürütmeyi inceleme amacıyla olmasıdır. Daha önce de belirttiğimiz gibi, böylesi bir akıl yürütme modern formel mantığın sağladığı araçlarla çeşitli şekillerde (örneğin, gerektirme yapısına sahip dil cümleleri ve çıkarım kuralları ya da şemaları olarak) formalize edilebilir.

İlk durumda, muhakemenin öncülleri, gerektirmenin önbileşenini oluşturan tümel-evetlenmenin (conjunction) faktörleri olarak ve gerektirmenin sonucu olarak ele alınabilir. Sonuçlar, doğal bir şekilde kurallara dönüştürülebilir formüllerdir. Kıyasları bu tür gerektirmeler olarak görmek, gerektirmenin ve tümel-evetlenmenin bir yorumunun yapılmasını da zaruri hale getirmektedir. Łukasiewicz, bu operatörlerin klasik önermesel kalkülüsünden alındığı kendisi için olabilecek en basit çözümü benimsemiştir. Bununla birlikte, operatörlerin klasik yorumu hiçbir şekilde net değildir. Kıyasın kendisinin *Prior Analytics*'den türetilen tanımı şu şekildedir: "kıyas öyle bir argümandır ki, bazı şeylerin ortaya konulmasıyla, bu şeylerden başka bir şey, sadece bu şeyler dolayısıyla gerekli olarak çıkar." (21) (24b, 20). Bu tanım kıyasın iki özelliğini akla getirir: klasik kalkülüsün reddi – totolojik olmama ve bağlantılılık (bağlantılılık meselesi ile ilgili bir tartışma için bkz. (3))

Łukasiewicz, kıyasın klasik önermesel kalkülüsün üzerine inşa edildiğini varsayarak ve bu yüzden kıyas biçimindekilerden başka yapılara da müsaade ederek daha da ileri gitmiş ve bu suretle de kurallarla doğrudan ilişki kesilmiştir. Aristoteles'in kıyasına yönelik Łukasiewicz'in yaklaşımının bu unsuru bilhassa tartışmalı görünmektedir.

Bu nedenle, Łukasiewicz'in kıyas yaklaşımının özünü daha iyi kavramayı sağlayacak 3 temel unsur ayrılabilir: (1) akıl yürütmenin bir gerektirme yapısı olan dil cümleleriyle formelleştirilmesi (2) önerme operatörlerinin klasik anlayışının kullanılması (3) Herhangi bir konfigürasyonda karmaşık formüller oluşturmak için önermeler hesabı operatörlerinin kullanımı.

Łukasiewicz'in yaklaşımı, John Corcoran (28, 29) tarafından şiddetle eleştirildi. Onun eleştirisi özellikle hemen yukarıda paylaşılan 1. Maddeyle ilgiliydi. 1.maddedeki yaklaşımın yerine Corcoran, kıyasları doğal bir dedüksiyon sistemi içindeki kurallar olarak formelleştirmeyi önerdi. Bununla birlikte, perspektifi biraz genişlettiğimizde, iki yaklaşım arasında çok ciddi bir fark bulunmamaktadır. Gerektirme biçimindeki önermeler ele alındığında önermelerin doğruluğu ile çıkarım kurallarının sağlamlığı arasında yakın bir ilişki vardır. Gerçek gerektirmeler, doğru kuralların temeli iken doğru kurallar da, karşılık gelen gerçek önermelere dönüştürülebilir. Gerektirmelerin böylesi bir önerme-kural ikiliği kendisini özellikle mantık programlama bağlamında gösterir. Mantık programları, Horn yan tunceleri kümeleridir. Bildirsel yorumda cümleler -sonuçların atomlar, önbileşenlerin de

atomların birleşimi olduğu- gerektirmelerdir. Prosedürel yorumda ise (cümleler), belirli durumlarda tetiklenen çoklu öncüllerdir. Kıyasların aynı yapıya sahip oldukları ve bundan dolayı ikili bir şekilde de yorumlanabilecekleri kolayca görülmektedir.

Łukasiewicz'in yaklaşımının diğer yönleri gerçekten de daha tartışmalı görünmektedir. Klasik önermeler kalkülüsü, Aristotelesçi düşünme tarzını yeterince açıklayabilen bir mantık değildir. Dahası, Aristoteles, standart kıyaslar ve çoklu kıyaslar -sorites- (ikiden fazla öncülü olan kıyas) haricinde herhangi bir yapı kullanmamıştır. Bununla birlikte, Aristoteles'in teorisiyle bu teorinin Łukasiewicz tarafından yeniden inşası arasındaki bahsi geçen uyumsuzluklar, Łukasiewicz'in pratiğini ciddi şekilde baltalamaz. Bunun temel sebebi ise, Łukasiewicz'in önerme mantığını, Aristoteles tarafından kabul edilenlerle uyumlu argümanları yeniden inşa etmek için gerekli olandan daha fazla kullanmamasıdır.

3.3. Kabul edilebilir isim türleri

Mantıksal semiyotikte, kıyasın formelleştirilmesi bakımından ilginç olan iki ad bölümü bulunmaktadır. Bunlardan ilki, referans türüne göre yapılar ve ortak -common- ve özel -proper- adlar arasında ayırım yapar. Birtakım kuralları karşıladıkları ve her zaman bu koşulları temsil eden uygun yüklemelerle ilişkilendirilebilmeleri sebebiyle ortak adlar nesnelere belirtir. Özel adlar ise, bir dil kuralı altında belirli nesnelere belirtir. Diğer bölünme ise belirtmelerin sayısına göre yapılar ve boş -empty- adlar (yani hiçbir belirtimi olmayan), belirli -particular- adlar (yani tam olarak bir belirtimi olan isimler) ile genel adlar (yani birden fazla belirtimi olanlar) arasında ayırım yapar. Boş ve belirli adların, ortak ve özel adlar olabileceğini de not etmek gerekir. Ortak boş isme örnek olarak "unicorn" veya "kare daire", belirli boş isme örnek olarak "Pegasus" veya "Noel Baba"yı gösterebiliriz.

Kıyas gibi bir adlar mantığı sistemi oluştururken, hemen yukarıdaki gibi bölünmelere dayalı olarak seçilen kategorilerde kullanılacak adların aralığı daraltılabilir. Böylesi postülarlar muhtelif motivasyonlara ve gerekçelendirmelere sahiptir. "On Sense and Reference" (30) adlı meşhur eserinde Gottlob Frege, boş adların bilim dilinden çıkarılmasını önermiştir. Frege boş adların bilim dilinden çıkarılmasını gerekçelendirirken, isimlerin kaplamsız kullanımının, anlamsız tartışma ve manipülasyona sebebiyet verdiği iddiasıyla özetlenebilecek bir akıl yürütme kullanmaktadır. Aristoteles, isimlerin kaplamsız kullanımına, bu tür adların geçtiği çekirdek önermelerin yanlış olduğunu varsayarak izin verir. Łukasiewicz'in kıyas formelleştirmesi ise tüm isimlerin boş olmadığını farz eder. Ancak, onun tarzıyla kurulmuş birçok sistem, (31-34)'deki gibi, boş adların kullanımını kabul eder.

Łukasiewicz bireysel adları da kıyas sisteminden çıkarır. Benzer bir daraltma, geleneksel kıyasta bireysel ve özel adları birleştirenleri, "mantığın yozlaşması"nın (35) önemli bir kaynağı olarak gören Peter Geach'te de gözlemlenebilir. Aristoteles'in kendisinin bu meseledeki konumu ise tam olarak net değildir. *Prior Analytics*'te (26a-46b) geçerli kıyaslar sunduğunda her zaman "hayvan", "insan" ve "beyaz" gibi genel isimler kullanır. Ancak bununla birlikte, *Prior Analytics* 47b'de bazı geçersiz formları tartışırken, "hiçbir kıyas ihtimali olmadığı" durumlarda bu formlara, Aristomenes ve Miccalus gibi özel isimler koyar. *Kıyasların mümkün olmamasının* sebebinin özel isimlerin kullanılmasını yoksa tesadüf mü olduğu net değildir ve Aristoteles bu hususu açıkça belirtmez.

Aynı argümanın iki kez ortaya çıktığı önermelerin kabul edilebilirliği, başka bir tür şüpheyi daha gündeme getirmektedir. Modern mantıkta, bu tür formüller doğaldır ve herhangi bir ifadede aynı değeri (sabit veya değişken) değiştirerek oluşturulabilirler. Öyle ki, Aristoteles'in kıyasını formelleştiren sisteminde Łukasiewicz, aksiyom olarak "her S, S'dir" ve "belirli S'ler S'dir"

formüllerini dahi kullanır. Bununla birlikte, böylesi cümleler, Aristoteles tarafından verilen tasım modları tanımından görülmez.

Bu durum, kıyasların yeni bilgiye öncülük etmesine istinaden yukarıda bahsedilen gereklilik ile ilişkilendirilebilir. Buna dayanarak, “varsayılandan başka” bir şey türetilir ve diğer bir yandan, türetilen şey, “varsayıldığından ötürü sonuçlanmalıdır”. Bu bağlamda, kıyasların normal kullanımıyla kendilerinden yeni bir şey çıkmayacağı ve belirli kabullerden kaynaklanan yeni bilgiler oluşturamayacakları için, “Her S, S’dir” ve “belirli S’ler, S’dir” cümleleri kullanışlı değildir. Łukasiewicz, değiştirim konusunda herhangi bir kısıtlama düzenlememektedir.

4. Eksiksizlik

Formel bir sistemin niteliğini değerlendirmenin başlıca kriteri, onun temelinde yatan sezgilerine göre yeterliliğidir. Eksiksizlik ve geçerlilik ise yeterliliği oluşturan iki özelliktir. Söz konusu aksiyomatik bir sistem olduğunda, geçerlilik sistemin tüm teoremlerinin temeldeki sezgileri takip etmesi anlamına gelirken, eksiksizlik ise sezgisel olarak kabul edilen tüm formüllerin ayrıca sistem içinde kabul edilmesi anlamına gelmektedir. Literatür içerisinde bu temel sezginin önemli ayrıntılarda farklılık gösteren pek çok cisimleşmesi bulunabilir. Aşağıda bunların bazılarına atıfta bulunacağız. Bunlar içerisinde ilk ikisinde, eksiksizlik doğrudan formül kümelerine atıfta bulunur ve bu formüllerin doğruluğu sezgisel kabul ölçütü olarak kabul edilir. Kazimierz Ajdukiewicz, eksiksizlik kavramını aşağıdaki gibi kullanır:

“Bu teoremin dilinde formüle edilebilecek her doğru cümle, sahip olduğu kanıtlar kullanılarak ispatlanabilir (bu teoremin bir aksiyomu değilse).” (36) (s.215)

Ludwik Borkowski eksiksizliğin tanımını hemen aşağıdaki gibi verir:

“S sistemi, ancak ve ancak S sisteminin her bir gerçek ifadesi S sisteminin bir tezi ise tamamlanır.” (37) (s.378)

Metalojik mülahalalarda, genellikle gerçeğin klasik tekabülîyeti kavramı kullanılır. Ajdukiewicz’in formülasyonu şu şekildedir:

“Herhangi bir bildirsel tümce (declarative sentence) tam olarak söylediği şeyi söylüyorsa doğrudur; beyan ettiği şey değil ise yanlıştır.” (36) (s.29)

Bununla birlikte, yukarıdaki çerçevelerin bir dezavantajı vardır. Mantığın uğraştığı tüm formel sistemler doğruluğa atıfta bulunmaz. Buna bir örnek olarak, hedefinin doğruluğu yakalamadan ziyade yapıcı olarak kanıtlanabilir olanı yakalamak olan sezgici mantık gösterilebilir. Bununla birlikte, aynı yöntemin, bu tür mantığa yönelik formel yaklaşımlarla ilgili eksiksizliği hesaba katmak için hala uygulanabilir olduğunu ifade etmek gerekir. Genel olarak, hemen yukarıdaki eksiksizlik kavramı korunabilir, sadece “doğru” terimi “makbul” veya “kabul edilebilir” terimiyle yer değiştirilmelidir.

Diğer tanımlar, eksiksizliği çıkarım veya akıl yürütme yöntemleri kümeleriyle ilişkilendirir ve cümlelerin doğruluğuna karşılık gelen geçerliliğine veya güvenilirliklerine atıfta bulunur. A. Grzegorzcyk eksiksizlik ile ilgili şunları belirtir:

“Mantığın doğal, tarihi gelişimi; herhangi bir konuda doğru çıkarımın tüm mantıksal yöntemlerini içerdiği kanıtlanabilen, böylesi bir mantık sisteminin yaratımına yol açmıştır. Biz bu özelliğe eksiksizlik diyoruz.” (38) (s.121)

W. A. Pogorzelski ise bu kavramla ilgili aşağıdaki cümleleri kullanır:

“Eksiksizlik meselesi, akıl yürütmenin tüm güvenilir yollarının aslında formel mantığın yasalarına dayanıp dayanmadığı sorusu olarak formüle edilebilir.” (39) (s.366).

Daha önce dikkati çektiğimiz gibi, önermelerin doğruluğu ve akıl yürütmenin geçerliliği (çıkarımın kuralları) arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Doğru cümleler, aslında doğru muhakemenin inşasına temel oluşturabilir ve doğru muhakeme, karşılık gelen doğru cümlelere dönüştürülebilir. Bu gerçek, yukarıdaki tüm tanımların, tartışmaya yol açmayan aynı sezgiyi kendi yollarıyla ifade ettiğini varsaymamızı sağlar. Tüm tanımlarda eksiksizlik, biçimsel bir sistemi dışsal bir şeye, gerçekliğe veya en azından gerçeklik hakkında düşünmenin bir biçimine atıfta bulunması anlamında semantiktir.

Hangi önermelerin doğru olduğunu teyit etme bakımından ve özellikle de bu tasdikin mantık araştırmalarında tam olarak yeterli bir biçimde kullanılabilmesi bakımından hala bir problem önümüzde durmaktadır. Çoğu zaman formel modeller bu amaçla kullanılır ve doğruluk, modeldeki nesnelere dayatılan formel koşullar tarafından tanımlanan bir modeldeki doğruluk olarak tanımlanır. Sonuç olarak, pratikte önermelerin doğruluğu genellikle, bir formel modelde veya model sınıfında kendilerinin doğruluğuyla eş tutulur. Nihayetinde, modeller, Witold Marciszewski tarafından düzenlenen "Small Encyclopedia of Logic"te verdiği tanımda olduğu gibi, doğrudan eksiksizliğin tanımı içinde görülürler:

"Dedüktif mantık sistemi, ancak ve ancak her modelde doğru önermeler olan tüm önermeler aksiyomlarından türetilbiliyorsa tamamlanır." (40) (s.236)

Ancak, bu pozisyonu benimseyerek, eksiksizliğin semantik karakterini bir kenara bırakıyoruz. Aksiyomatik sistem ve formel modeli tanımlayan sistem gibi iki formel sistem arasındaki karşılıklı ilişkileri göz önünde bulunduruyoruz. İki formel yaklaşım, şüphesiz formel teorinin daha tamamlanmış bir resmini sunar, ancak teoriyi gerçeklikle ilişkilendirmez. Temel sezgilere dayanan aksiyomatik sistemin eksiksizliği meselesi, bir modele göre eksiksizliğin gösterilmesiyle çözülmez, sadece bir kenara bırakılmasına sebebiyet verir. Formel modelin gerçekliğe göre yeterliği hususunda başka bir problem belirir. Bazen bir modelin teorik yapısı sezgiseldir, ancak bağıntı mantığı, lineer mantık ve hatta sezgisel mantık gibi bazı durumlarda, kanıt-teorik bir yaklaşım, sistemlere uyacak şekilde inşa edilmiş modellerden çok sezgilere daha yakındır.

Söz konusu kıyas olduğunda, anaokulundan beri küme temelli düşünmeye alışkın olan bilhassa çağdaş insan için, küme-teorik modeller oldukça sezgisel ve doğal görünmektedir. Ancak yine de küme teorik modellere bağlı olmayan bir kıyas teorisi üzerine düşünmek için nedenler var. Bunlardan birisi tarihseldir: Aristoteles'in kendisi küme teorisini bilmiyordu. Bu yüzden, sadece anakronizmlerden kaçınmak için bile kümeler olmadan kıyasla alakalı metalojik değerlendirmeleri yürütebilmek hiç fena olmaz. Diğer neden ise, bazı araştırmacıların modern mantıkta kullanılan küme-teorik yaklaşımın, dili doğal kullanma biçimimizle uyuşmadığını iddia etmeleri üzerine temellenmektedir (40).

Aristoteles'i takip eden ve ona atıfta bulunan Łukasiewicz, farklı bir çözüm önerdi. Aristoteles "Prior Analytics"de, kabul ettiği kıyaslar dışındaki tasım şemalarının kabul edilmemesi gerektiğini gösterir. Bu yolla, kendi kıyas sisteminin eksiksizliğini kanıtlar. Üç Şekilden her birine ait iki öncül ile olası tüm şemaları göz önünde bulundurur. Çoğu durumda, aşağıdaki pasajda görülebileceği gibi, bir karşı örnek vererek şemaların reddedilmesini gerekçelendirir:

"İster olumlu ister özel olsun, her iki aralık da tikel ise veya biri olumlu, diğeri özel olarak belirtilmişse veya biri belirsiz, diğeri belirli veya her ikisi de belirsiz ise asla bir kıyas olmayacaktır. Bütün bu hallerde müşterek terim misalleri: hayvan, ak, at; hayvan, ak, taş." (21) (26b)

Örneğin, herhangi bir sayıda öncül ile akıl yürütme ele alınırsa, tüm kabul edilemez formülleri yanıltıcı örnekler göstermek emek yoğunudur ve birçok durumda sınırsız sayısından sebep olanaklı değildir. Bununla birlikte, daha Aristoteles'te, Łukasiewicz'in çıkardığı ve genişlettiği bu tür

formülleri reddetmenin farklı bir yoluna ilişkin bir ipucu bulunabilir. Aşağıdaki metin Aristoteles'in *Prior Analytic*'inde geçer:

"Mademki, M'nin, hiçbir X'e ait olmadığına dahi bazı X'e ait olmadığı doğrudur ve mademki hiçbir X'e ait olmadığına kıyastan bahsedilemiyorsa, bu durumda da ortada kıyasın olmayacağı açıktır." (21) (27b)

Aristoteles'in bu kısa notundan Łukasiewicz, ilk olarak Śtupecki ve ekibi tarafından daha da ileri götürülen ve sonraları daha geniş bir mantık topluluğuna hitap eden bir aksiyomatik çürütme fikri türetmiştir. Reddedilen önermelerin mantığına ilişkin önemli bir teori ise (42) içinde sunulmuştur. Son zamanlarda bu alandaki başarılar (43) içerisinde özetlenmiş ve Łukasiewicz-Śtupecki yaklaşımı (44) içinde tartışılmıştır.

Łukasiewicz'in temel fikirleri aşağıdaki gibidir. Olağan aksiyom ve kurallara ilave olarak, reddedilen aksiyomlar ve çürütme kuralları da tanıtılır. Reddedilen aksiyomlar geçerli olmamalıdır ve çürütme kuralları da geçerli olmayan formüller üretir. Bir sistemin, dilinin her formülü ya bir teorem ya da reddedilen bir formül ise, çürütmesel olarak tamamlanmış olduğu söylenir. Łukasiewicz ve Śtupecki kendi çalışmalarında, belirli koşullar altında çürütmesel olarak tam sistemlerin karar verilebilir olduğunu vurguladılar.

Bu makalenin yazarının görüşüne göre, daha da ilginç olan argüman, çürütmesel olarak tamamlanmış sistemlerin yukarıda tartışılan en temel yeterlik anlamında yeterli (geçerli ve eksiksiz) olduğudur. Takip eden başlıkta, Łukasiewicz'in sisteminde ve tarzında inşa edilen diğer bazı kıyas aksiyomlaştırmalarında çürütmenin nasıl çalıştığını sunacağız.

5. Çürütme muadilleriyle kıyaslamanın aksiyomatik sistemleri

Bu bölümde tartışılan tüm sistemlerin dili aynıdır. Bu dil S,P,M,N..., gibi ad değişkenlerini içerir, önerme operatörleri ve kıyas mantığına özgü iki ilkel yönetici ise klasik şekilde okunur: Örneğin SaP: "Her S, P'dir" biçiminde, SiP ise "Bazı S'ler P'dir" ya da "Belirli bir S, P'dir" biçiminde. Biz SaP ya da SiP gibi formülleri "atomlar" olarak adlandırdık. Formel olarak, bir dil formülü (Backus-Naur gösterimiyle) şu şekilde ifade edilebilir:

$$\alpha = SaS \mid SiS \mid \neg\alpha \mid \alpha \wedge \alpha \mid \alpha \vee \alpha \mid \alpha \rightarrow \alpha \mid \alpha \equiv \alpha$$

Klasik negatif kıyas yöneticileri olan (mesela SeP'nin "Hiçbir S, P değildir ve SoP'nin "Bazı S'ler P değildir" ya da "Belirli bir S, P değildir" biçiminde okunan) 'e' ve 'o' ise; ilkel yöneticilerin değilleyicileri olarak okunur:

$$SeP \triangleq \neg SiP,$$

$$SoP \triangleq \neg SaP.$$

Tüm sistemlerde klasik totolojinin tüm değiştirimleri birer aksiyomdur. 'e'nin bir isim değişkeni yerine kullanıldığı aşağıdaki tabloda bulunan ortak çıkarsama kuralları ise Modus Ponens (MP) ve Deęiřtirimlilik (Sub) kurallarıdır:

$$\frac{\vdash \alpha \rightarrow \beta; \vdash \alpha}{\vdash \beta}$$

$$\frac{\vdash \alpha}{\vdash e(\alpha)}$$

5.1. Łukasiewicz

Lukasiewicz sistemiyle başlayalım. Bu dizgeye özgü aksiyomlar şu şekildedir:

$$SaS, \quad (1)$$

$$SiS, \quad (2)$$

$$MaP \wedge SaM \rightarrow SaP, \quad (3)$$

$$MaP \wedge MiS \rightarrow SiP. \quad (4)$$

Sistemin Negatif (reddedilmiş) bölümü ise aşağıdaki üç kural ile tanımlanır: (\vdash evetlenmiş bir formülü, \dashv ise değillenmiş bir formülü ifade eder.)

- Ayırma yoluyla değilleme MP^{-1} : $\frac{\vdash \alpha \rightarrow \beta; \dashv \beta}{\dashv \alpha}$,

- Değiştirim yoluyla değilleme Sub^{-1} : $\frac{\dashv e(\alpha)}{\dashv \alpha}$,

(Aşağıda 'e' isim değişkenleri için bir değiştirmedir)

- Ayırma kuralı $Comp^{-1}$:

α' 'nin atomların birleşimi ve $\beta_i (1 \leq i \leq n)$ 'nin birer atom olduğu aşağıdaki örnekte ise:

$$\frac{\dashv \alpha \rightarrow \beta_1; \dots; \dashv \alpha \rightarrow \beta_n}{\dashv \alpha \rightarrow \beta_1 \vee \dots \vee \beta_n}, n \geq 1,$$

Son kural ise; Slupecki, Lukasiewicz ve Sheperdson'un Horn teorilerinin daha genel bir sonucunu yansıtacak biçimde (46)da kullandığı, Slupecki kuralının bir çeşitlemesidir (45).

Aşağıdaki formül ise, tek değillenmiş aksiyomdur:

$$PaM \wedge SaM \rightarrow SiP. \quad (5)$$

Aksiyomatik sistemin nasıl çalıştığını görmek için, aşağıda bulunan Genel Olumsuz cümleler için döndürme kuralının bir ispatını gösterelim: (önermesel salt biçimsel dizge uygulamaları için "PC" kısaltmasını, e(M)=P gibi değiştirimler için M / P kısaltmasını kullandık)

$$SeP \rightarrow PeS$$

1. $MaP \wedge MiS \rightarrow SiP$ axiom (4)
 2. $PaP \wedge PiS \rightarrow SiP$ $Sub : 1 (M/P)$
 3. $PaP \rightarrow (PiS \rightarrow SiP)$ PC: 2
 4. MaM axiom (1)
 5. PaP $Sub : 4 (M/P)$
 6. $PiS \rightarrow SiP$ MP: 3, 5
 7. $\neg SiP \rightarrow \neg PiS$ PC: 6
- $SeP \rightarrow PeS$ definition of SeP : 7

*(SeP: 7'nin tanımı)

Olumsuz Çıkarılmaya bir örnek olarak, Genel Olumlu cümlelerin analogik döndürmesinin bir çürütmesini gösterelim:

$SaP \rightarrow PaS$

1. $\vdash MaP \wedge SaM \rightarrow SaP$	axiom (3)
2. $\vdash MaP \wedge MiS \rightarrow SiP$	axiom (4)
3. $\vdash SiS$	axiom (2)
4. $\vdash SaP \wedge SiS \rightarrow SiP$	Sub: 2 (M/S)
5. $\vdash SiS \rightarrow (SaP \rightarrow SiP)$	PC: 4
6. $\vdash SaP \rightarrow SiP$	MP: 5,3
7. $\vdash MaP \wedge SaM \rightarrow SiP$	PC 1,6
8. $\vdash (MaP \wedge SaM \rightarrow SiP) \rightarrow ((PaM \rightarrow MaP) \rightarrow (SaM \wedge PaM \rightarrow SiP))$	PC
9. $\vdash (PaM \rightarrow MaP) \rightarrow (SaM \wedge PaM \rightarrow SiP)$	MP: 8,7
10. $\neg PaM \wedge SaM \rightarrow SiP$	rejected axiom (5)
11. $\neg PaM \rightarrow MaP$	MP ⁻¹ : 9,10
$\neg SaP \rightarrow PaS$	Sub ⁻¹ : 12 (S/P, P/M)

*10'da aksiyom 5'in reddi var)

Lukasiewicz göstermiştir ki; tüm Aristotelesci assertorik kıyas ve Aristoteles'in bahsettiği tek öncüllü geçerli akıl yürütme şeması mukabili; Lukasiewicz'in dizgesinde ispatlanabilir çıkarımlar biçiminde mevcuttur. Hatta; bu dizge tüm klasik önermeler kalkülüsünü içerdiği için; Aristoteles'in tartıştığı akıl yürütme şemasıyla direkt bağlantılı olmayan, (ya da çıkarılmayan) aşağıdaki gibi çoğu denklem de ispatlanabilmektedir.

$$SaP \rightarrow SaP,$$

$$SiP \vee SoP,$$

$$\neg(SaP \vee SeP)$$

Lukasiewicz'in sistemi çürütmesel anlamda eksiksizdir; örneğin her dil formülü ya teoremdir ya da değillenebilir. Bunun delilleri pek biliniyor (bkz. 47-48) ve biz de burada tekrar etmeyeceğiz. Yalnızca ispatın temelde şu gözleme dayandığını belirtelim: α 'nın atomların birleşimi olduğu $\alpha \rightarrow SaP$ biçimindeki formül yalnızca ve yalnızca α , S'yi P'ye bağlayan bir zincir içerirse bir teoremdir; ve bu formül, bir teorem olmadığında değillenir. Bir zincir, aşağıdaki biçimde bir birleşimdir.

$$SaM_1 \wedge M_1aM_2 \wedge \dots \wedge M_naP \quad (n \geq 0).$$

Bu şekilde sonuçlar; evetlenmiş tarafta temel önermeler mantığı çıkarılmaları dili tarafından, değillenmiş tarafta ise MP^{-1} ve $Comp^{-1}$ kurallarından faydalanılarak tüm formüllere yayılır.

5.2. Lemmon

Şimdi boş-olmayan ad kısıtlamalarından azade sistemlere bakalım. Bu fikre uygun birçok aksiyomlaştırma mevcuttur. Bu aksiyomlaştırmalar, aksiyomların seçiminden öte olacak biçimde, temelde iki noktada ayrılırlar. İlki, bazılarının Lukasiewicz'deki a ve i gibi aynı operatörleri; bazılarının ise i yerine nominal reddetmeyi kullandığı bir dizi ilkel tasımdır. Diğer farklılık ise operatör a'nın (güçlü ya da zayıf olabilecek) yorumuna ilişkindir. Kuşkusuz ikisinde de SaP'nin doğru olabilmesi için S'nin P'yi içermesi gerekir; ancak güçlü yorumda S'nin mutlaka boş-olmayan olması gerekirken, zayıf yorumda bu geçerli değildir.

Güçlü yorum, -başka araştırmacılar yanında- Wedbergi Menne ve ve Lemmon (32, 33, 49) tarafından benimsenmiştir. Değilleme kısmı zayıf olan yorumdan çok daha basit olduğu için bu yorumdan başlayacağız. Burada Lemmon'un dizgesinin (45'teki) bir çeşitlemesini ve Denklem 3 ve 4'e ek olarak aşağıdakileri aksiyom olarak kullandık:

$$SaP \rightarrow SiP, \quad (6)$$

$$PiS \rightarrow SaS \quad (7)$$

Dizgenin değilleme karşılığı, Lukasiewicz dizgesindeki kuralların aynısından, Eşitlik 5 ve aşağıdaki aksiyomun değillenmiş önerme olarak tanımından oluşur.

$$PaP \rightarrow SiS \quad (8)$$

Lukasiewicz'nin sistemindekine benzer biçimde, dizgenin değilleme eksiksizliği (50)'de görülebilir.

5.3. Sheperdson

Şimdi – (51'de p.311) Brentano tarzı kıyas olarak da adlandırılan- Sheperdson dizgesine geçebiliriz. Bu dizgeye özgü önermeler, 1, 3 ve 4. Denklemlerde:

$$SiP \rightarrow SiS, \quad (9)$$

ve hemen aşağıda görülebilir:

$$SaP \vee SiS. \quad (10)$$

Lemmon'un sisteminin doğruluğunu varsayarsak, Sheperdson'un dizgesini Lemmon'unkine dahil ederek Sheperdson'da doğruluk sonucu elde edebiliriz. Sheperdson ve Lemmon dizgeleri arasındaki ilişkiyi tanımlamak için, a operatörünün iki dizgede gerçekleşen iki varyantını a_S ve a_L biçiminde ayıralım. Bu şekilde bir operatörü diğer operatörle tanımlayacak şekilde aşağıdaki denklemleri formüle edebiliriz:

$$Sa_S P \equiv Sa_L P \vee \neg(SiS),$$

$$Sa_L P \equiv Sa_S P \wedge SiS.$$

Şimdi de Sheperdson sistemindeki değilleme karşılıklarına bakalım. Bu dizge ilk defa (uzun ve oldukça zahmetli fakat oldukça öngörülebilir olan) tam ispatın verildiği (50)'de sunuldu. Biz burada sadece ispatın bir eskizini yapacağız ve eksiksizlik tartışmalarında değilleme yaklaşımındaki kullanılabilirliği üzerine yorumlarda bulunacağız.

Önce kolay kısmından başlayalım: Denklem 1, 3, 4 ve 9'un aksiyomlar olarak alındığı, Sheperdson sisteminin Horn fragmanının değilleme sistemine bakalım.

Burada değilleme kuralları Lukasiewicz'in sistemiyle aynıdır, değillenmiş aksiyomlar ise şunlardır:

$$SiS \wedge PiP \wedge SaM \wedge PaM \rightarrow SiP \quad (11)$$

$$PiP \wedge SaP \rightarrow SiS. \quad (12)$$

Buradaki değilleme eksiksizliği, Lukasiewicz'in sistemiyle kıyaslanabilir.

Şimdi Sheperdson'un tüm dizgesine ve değilleme karşılığına dönelim. Tanımlamak için - Lukasiewicz'in dizgesindeki gibi- MP^{-1} ve $Comp^{-1}$ kuralları ile; modifiye edilmiş $Comp^{-1}$ ve $Comp_2^{-1}$ biçimindeki versiyonları kullanacağız. Aşağıda α atomların birleşimi ve β_i ($1 \leq i \leq n$) birer atomdur:

$$\frac{\neg \alpha \rightarrow \beta_i \vee \beta_j, \text{ for each } i, j, \text{ such that: } 1 \leq i < j \leq n}{\neg \alpha \rightarrow \beta_1 \vee \dots \vee \beta_n}, n \geq 2, \quad 2$$

Burada tek değillenmiş aksiyom şu şekildedir:

$$MaS \wedge MaP \wedge MaQ \wedge SaR \wedge PaR \wedge RaN \wedge QaN \wedge SiS \wedge PiP \wedge QiQ \rightarrow SiP \vee RiQ. \quad (13)$$

Değillenmiş aksiyomun seçimi tamamen tekniktir; eksiksizliği ispat için yeterli olarak görülmüştür. Bir sonraki bölümde bunun geçerli olmadığını ve bu yüzden de reddedilmesi gerektiğini bir örnek yoluyla göstereceğiz. $Comp^{-1}$ kuralının rolü de -değillenebilirlik tamlığının ispatını açıklamak olarak- benzer biçimde tekniktir. İlerleyen bölümde bunun geçerliğini temellendirmeye çalıştık.

Öncelikle Denklem 11 ve 12'nin değillendiğini fark edelim: Bunu her iki formülden de ayrı ayrı Denklem 13'deki değillenmiş aksiyomu çıkarsayarak kanıtlayabiliriz. Denklem 11'den Denklem 13'ü çıkarsamak için R'yi M ile değiştirdikten sonra yalnızca önbileşeni zayıflatıp ardbileşeni güçlendirmemiz yeterlidir. Denklem 12 için öncelikle P yerine S, ve S yerine M değişikliğini yapalım. Ardından, $MiM \wedge MaS \wedge MaP \rightarrow SiP$ olgusunu dizgenin bir teoremi olarak alıp, klasik önermeler mantığı kalkülüsünü kullanarak Denklem 13'ü çıkarsamaya çalışalım. Böylece, sistemdeki her Horn formülü ya teorem, ya da değillenmiş bir formül olacaktır.

Şimdi aynı olguyu, (α 'nın atomların birleşimi, β_1 ve β_2 'nin birer atom olduğu) aşağıdaki biçim formülleri için ispatlamamız gerekiyor:

$$\alpha \rightarrow \beta_1 \vee \beta_2, \quad (14)$$

Bu amaç doğrultusunda belirtmek gerekir ki, değillenmiş aksiyom, aşağıdaki daha uzun formüle denktir:

$$\begin{aligned} & MaM \wedge MaS \wedge MaP \wedge MaR \wedge MaQ \wedge MaN \wedge SaS \wedge SaR \wedge SaN \wedge \\ & PaP \wedge PaR \wedge PaN \wedge RaR \wedge RaN \wedge QaQ \wedge QaN \wedge NaN \wedge \\ & SiS \wedge SiR \wedge RiS \wedge SiN \wedge NiS \wedge PiP \wedge PiR \wedge RiP \wedge PiN \wedge NiP \wedge \\ & RiR \wedge RiN \wedge NiR \wedge QiQ \wedge QiN \wedge NiQ \wedge NiN \rightarrow \\ & SaM \vee SaP \vee SaQ \vee PaM \vee PaS \vee PaQ \vee RaM \vee RaS \vee RaP \vee RaQ \vee \\ & QaM \vee QaS \vee QaP \vee QaR \vee NaM \vee NaS \vee NaP \vee NaR \vee NaQ \vee \\ & MiM \vee MiS \vee SiM \vee MiP \vee PiM \vee MiR \vee RiM \vee MiQ \vee QiM \vee \\ & MiN \vee NiM \vee SiP \vee PiS \vee SiQ \vee QiS \vee PiQ \vee QiP \vee RiQ \vee QiR. \end{aligned} \quad (15)$$

Bu formülün sezgisel anlamı tam olarak doğrudan değil. Teknik açıdan; eksiksizlik sonuca ulaşmak için ardbileşenin önbileşenden çıkarsanmasına izin vermeyen gerektirmelerin iki tarafına 6 değişkenden oluşan atomların eklendiği bir maksimal kombinasyondur bu.

² Pay kısmında, "her i ve j: $1 \leq i < j \leq n$ olacak biçimde" yazmaktadır.

Denklemlerin 13'ün önbileşeni ve ardbileşeni Denklem 15'in sırasıyla önbileşeni ve ardbileşeni olduğu için, Denklem 13'ten 15'e yapılan çıkarsama geçerlidir. Denklem 15'ten 13'e yapılan çıkarsama ise sistemin aşağıdaki teoremlerine dayanmaktadır:

- Denklem 15'in önbileşenlerinin elemanlarını barındıran gerektirmeler, Denklem 13'ün önbileşenlerinde mevcut değildir; benzer şekilde Denklem 13'ün ardbileşeninin, önbileşen (ya da bir fragmanın) olarak alındığı aşağıdaki örnekteki gibi de geçerlidir:

$$MaS \wedge SaR \rightarrow MaR,$$

- Denklem 15'in ardbileşenlerini barındıran gerektirmeler de Denklem 13'ün ardbileşenlerinde mevcut değildir; benzer şekilde Denklem 13'ün, önbileşeninin (ya da bir fragmanın) ardbileşen olarak alındığı aşağıdaki örnekteki gibi de geçerlidir:

$$SaM \wedge SiS \wedge MaS \wedge MaP \rightarrow SiP.$$

Böylece, Denklem 13'te bulunmayan tüm Denklem 15 elemanları elimine edilebilir.

Şimdi ispatın asıl noktasına geçebiliriz: Yani denklem 14'ün tüm muhtemel biçimlerinin analizine. Bu eşitliğin ardbileşeni, şu üç biçimden biri olacaktır:

$$(i) SiP \vee RiQ, (ii) SiP \vee RaQ, (iii) SaP \vee RaQ$$

(i) durumunda; $\alpha \rightarrow SiP$ veya $\alpha \rightarrow RaQ$ bir teorem olursa $\alpha \rightarrow SiP \vee RiQ$ biçimiyle ilgili formüller de birer teorem olacaktır.

(ii) durumunda, bir formülün teorem olması aşağıdaki üç koşuldan birinin sağlanması gerekmektedir:

- $\alpha \rightarrow SiP$ bir teoremdir,
- $\alpha \rightarrow RaQ$ bir teoremdir,
- Şu koşullar oluşursa: (I) alfa R'yi S'ye (ya da S ve R yerine geçecek eşit bir değişken) bağlayan bir zincir barındırıyorsa, ve (II) alfa R'yi P'ye (ya da P ve R yerine geçecek eşit bir değişken) bağlayan bir zincir barındırıyorsa.

(iii) durumunda, $\alpha \rightarrow SaP$ veya $\alpha \rightarrow RaQ$ bir teorem olursa $\alpha \rightarrow SaP \vee RaQ$ biçimiyle ilgili tüm formüller de birer teorem olacaktır.

Üç durumda da (i-iii); eğer bahsi geçen formül yukarıdakilerden biri değilse; (gerekirse değişkenler yeniden adlandırıldıktan sonra) önbileşeninde yalnızca Denklem 15'in önbileşen elemanlarını, ardbileşeninde de yalnızca Denklem 14'ün ardbileşen elemanlarını barındıracaktır. Bu koşulu yerine getiren tüm formüller değillenir. Dolayısıyla Denklem 14'teki formüldeki biçim ya bir teoremdir ya da değillenebilir.

Geriyeye teoremler kümesinin ve değillenen formüller kümesinin ayrık olduğunu kanıtlamak kalıyor. Bunun için, a) Teorem-olmayanlardan diğer teorem olmayanlara uzanacak bir değilleme kurallarını, ya da b) Değillenmiş aksiyomun teorem olmadığını göstermek durumundayız.

a) durumunda; MP^{-1} ve Sub^{-1} olguları için kurallar bariz olduğundan, ilginç kısım $Comp^{-1}$ 'in zayıf versiyonudur. Burada göstermeliyiz ki; α 'nın atom olduğu, β_1 , β_2 ve β_3 'ün de atomlar bileşeni olduğu durumda $\alpha \rightarrow \beta_1 \vee \beta_2 \vee \beta_3$ formülü sistemin bir teoremi ise, o zaman en azından $\alpha \rightarrow \beta_i \vee \beta_j$ ($i, j \in \{1, 2, 3\}$) formülü de bir teoremdir. Bu olgunun ispatı ise, Denklem 10'un her Horn-olmayan sistem aksiyomunun, sistem içinde bir türetimde efektif biçimde iki defa kullanılmayacağı varsayımından temellenir. Dolayısıyla $\alpha \rightarrow \beta_1 \vee \beta_2 \vee \beta_3$ formülünü elde etmenin tek yolu, klasik

önermeler kalkülüsünün münhasır kurallarından faydalanarak yeni bir ardbileşen elemanı eklemektir.

Değillenmiş aksiyomun bir teorem olmadığını göstermek için, aşağıdaki matrisi kullanabiliriz:

<i>a</i>	<i>n</i> ₁	<i>n</i> ₂	<i>n</i> ₃	<i>n</i> ₄	<i>n</i> ₅	<i>n</i> ₆
<i>n</i> ₁	1	1	1	1	1	1
<i>n</i> ₂	0	1	0	1	0	1
<i>n</i> ₃	0	0	1	1	0	1
<i>n</i> ₄	0	0	0	1	0	1
<i>n</i> ₅	0	0	0	0	1	1
<i>n</i> ₆	0	0	0	0	0	1

<i>i</i>	<i>n</i> ₁	<i>n</i> ₂	<i>n</i> ₃	<i>n</i> ₄	<i>n</i> ₅	<i>n</i> ₆
<i>n</i> ₁	0	0	0	0	0	0
<i>n</i> ₂	0	1	0	1	0	1
<i>n</i> ₃	0	0	1	1	0	1
<i>n</i> ₄	0	1	1	1	0	1
<i>n</i> ₅	0	0	0	0	1	1
<i>n</i> ₆	0	1	1	1	1	1

Bu matris; formüllerde n_i ($1 \leq i \leq 6$) değerlerinin nominal değişkenler yerine kullanıldığında atomların doğruluk değerlerini göstermektedir. Shepherdson'un aksiyomlarının normalde sadece 1 değeri aldığına dikkat edelim. Denklem 13'te değillenmiş aksiyom; (M yerine n1, S yerine n2, P yerine n3, R yerine n4, Q yerine n5 ve N yerine n6 koyduğumuzda) 0 değeri alacaktır.

5.4. Çürütme ve yeterlik

Belirtmeliyiz ki, bir önceki bölümde sistemlerin sunumunda kategorik cümlelerin küme-teorik modellerinden hiç bahsetmedik. Bu kıyasın; günümüzde onu anlamak için çoğunlukla kullanılan küme teorik (set-theoretical) sezgilerinden bağımsız, kendine münhasır bir teori olarak görmemizi sağlamaktadır.

Kıyas'ın tam aksiyomatik sunumu; belki de formelleştirmemizin doğruluğunu kontrol etmemizi sağlayabilir. Bu sistemin doğruluğunu kontrol için, aksiyomların sezgisel olarak doğru olduğunu (ve değillenmiş aksiyomların doğru olmadığını), ayrıca aksiyomlardan teorem dedükte ettiğimiz (ve değillenmiş aksiyomlardan ve teoremlerden çıkarsan değillenmiş formüllerin) kuralların düzgün çalıştığını göstermeliyiz. Burada doğruluk -küme modeli gibi- diğer formel sistemlerle uyumlu olmadığı için, buradaki argümantasyon da yalnızca biçimsel olamaz.

Üç sistemdeki aksiyomlar için; öncelikle Denklem 3 ve 4'teki ortak bölümü oluşturan aksiyomlara bakalım. Bunlar Aristoteles'den gelmektedir ve sezgisel olarak oldukça açık ve ikna edici görünmektedir. Sistemin geri kalan kısmında ise boş-adlarla ilgili sorunun çözülmesi gerekir. Lukasiewicz'in dizgesinde boş-adlara izin verilmez. Dolayısıyla; pozitif kategorik cümlelerde sadece (SaS ve SiS gibi) aynı adı iki kez kullanmayı kabul edersek, mantıklı olur ki, bu cümlelerin de doğru olduğunu kabul etmeliyiz. Lemmon'un sisteminde ise Denklem 6 ve 7'deki spesifik aksiyomlar, *i*'ye varoluşsal bağlılıkla birlikte SaP'nin güçlü yorumunu içeren bir çekirdek barındırmaktadır. Shepherdson'un sisteminde Denklem 1'de kabul edilen aksiyomda -a'nın zayıf yorumu içerecek biçimde- ve dolayısıyla boş-adlar için de doğru yapacak biçimde SaS'nin kabulünü görmekteyiz. Denklem 9, *i*'ye varoluşsal bağlılık anlamında Eşitlik 7 ile benzerdir. Ve son olarak, Denklem 10 göstermektedir ki N adı ya boştur (böylece SaP, a'nın zayıf yorumu altında doğru olur) ya da boş-değildir (böylece SiP doğrudur) Dolayısıyla, söylenebilir ki her sistem, sezgisel arka planlarını doğru biçimde yansıtmaktadır.

Değillenmiş bir aksiyomun değillenmesi gerektiğini göstermek için, sadece geçerli olmadığını göstermemiz gerektiğinden yalnızca bir karşı örnek bulmak yeterlidir. Aristoteles'in çalışma yöntemi bu şekildedir. Bunun için değillenmiş aksiyomlar olarak yukarıda kullanılmış aksiyomatik sistemlere bakalım.

Denklem 5'te; S yerine kedi, P yerine köpek ve M yerine hayvan diyelim. Kedi ve köpek birer hayvandır fakat hiçbir kedi, köpek değildir. Denklem 8 için; P yerine kedi, S yerine (tekboynuzlu atların gerçek olmadığını ve "bazı tekboynuzlu atlar birer tekboynuzlu attır" ifadesinin yanlış olduğunu varsayarak) tekboynuzlu at diyelim. Her kedi, kedi olsa bile; bu durum bazı tekboynuzlu atlar tekboynuzlu attır önermesi için geçerli değildir. Denklem 13 biraz daha karmaşık olduğu için, karşı örneği de takibi biraz daha zor biçimde karmaşık olacaktır. M'ye tekboynuzlu at, S'ye kedi, P'ye köpek, R'ye memeli, Q'ya papağan ve N'ye de hayvan diyelim. Bu şekilde Denklem 13'ün önbileşenlerinin tüm elemanları doğru olacaktır: (tekboynuzlu atlar gerçek olmadığından) her tekboynuzlu at bir kedidir, her tekboynuzlu at bir papağandır, her kedi memelidir, her köpek memelidir, her memeli bir hayvandır, her papağan bir hayvandır, bazı kediler kedidir, bazı köpekler köpektir ve bazı papağanlar papağandır; fakat hiçbir kedi köpek değildir ve hiçbir memeli papağan değildir.

MP ve Sub kuralları ile MP^{-1} ve Sub^{-1} yanlışlama karşılıkları mantıkta oldukça doğal ve yaygın olarak görülmektedir. Ayırışma kurallarının gerekçelendirilmesi ise bundan daha az nettir. Comp-, güçlü versiyonunda kıyasın açık netice veren tek-sonuçlu şemasının yalınlığını yansıtır. Modifiyeli versiyon olan $Comp_2^{-1}$ daha zayıftır; çünkü Sheperdson'un sistemi Denklem 10'u bir aksiyom olarak barındırdığı için $Comp^{-1}$ burada geçerli değildir. Dolayısıyla sistem kıyas bakımından iki sonuca izin verir, ancak daha fazlasına değil. Bu prensip, $Comp_2^{-1}$ tarafından sınırlanan Denklem 10 ve sonuçlarını bir istisna olarak kabul ederek anlaşılabilir.

Hülasa; yukarıda tartışılan dizgelerde gerekli olan koşullara yönelik biçimsel olarak oluşturulan tüm sezgisel temsiller doğru biçimde gerçekleştirilmiştir. Bu da bize, Aristotelesci mantıkta kaynağını bulan çürütme tekniklerinden temellenen modelsiz mantığın doğruluğunu (geçerlilik ve eksiksizlik) nasıl tartışacağımız yönünde bir örnek sunmaktadır.

6. Sonuç

Aristoteles ve modern mantıkçılar, doğru akıl yürütmenin hassas formülasyonu konusunda benzer sezgisel arzuyu paylaşırlar. Burada gösterdik ki Lukasiewicz'in Aristoteles'den etkilendiği aksiyomatik çürütme sistemi, böyle bir formülasyonun değerlendirme aracı olarak çalışmaktadır. Spesifik olarak, Lukasiewicz, Lemmon ve Shepherdson tarafından öne sürülen kıyasın üç aksiyomatik sisteminin doğruluğunu tartıştık.

Bu çalışmadaki temel sonuçlarımızı belirtelim. Öncelikle kabul etmeliyiz ki kıyas, Aristoteles'in ilginç metalojik çalışmalar yürüttüğü, tam-yetkin dedüktif bir sistemdir. İkincisi, kıyasın modern yeniden inşalarına baktığımızda, kanaatimize, teorilerin içeriğine bakmak belli formelleştirme araçlarına odaklanmaktan daha ilginçtir. Üçüncü olarak, -zikredilen yeniden inşaları dahil- bir teorinin kalitesini değerlendirmek için en önemli özellik, doğruluk ve eksiksizliğini içerecek şekilde o teorinin yeterliğidir. Aksiyomatik çürütme, yeterlik göstermek için ilginç bir yöntemdir. Günümüz mantığında sıkça kullanılan Model-Teorik yaklaşımına bir alternatif olarak kullanılabilir.

Son olarak; Lukasiewicz'in bu çalışmada kullanılan üç sistemi için diyebiliriz ki, bunların hepsi için de çürütme karşılıklarını oluşturabiliriz. Üç çürütme karşılığı formalizasyonu da sistemlerin takip ettikleri sezgisel temele göre yeterliği göstermeye yardımcı olabilir. Ne var ki, Shepherdson'un dizgesi atomik formüllerin tümel evetlemesi biçiminde bir aksiyom barındırdığı için, çürütme sistemi ve yeterlik ispatı çok daha karmaşıktır.

Kaynakça

- Smith, R. Aristotle's Logic. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*; Zalta, E.N., Ed.; Metaphysics Research Lab, Stanford University: Stanford, CA, USA, 2019.
- Glashoff, K. Aristotelian Syntax from a Computational-Combinatorial Point of View. *J. Log. Comput.* 2005, 15, 949–973.
- Steinkrüger, P. Aristotle's assertoric syllogistic and modern relevance logic. *Synthese* 2015, 192, 1413–1444.
- Crager, A. *Meta-Logic in Aristotle's Epistemology*. Ph.D. Thesis, Princeton University, Princeton, NJ, USA, 2015.
- Read, S. Aristotle's Theory of the Assertoric Syllogism. Available online: <https://philarchive.org/archive/REAATO-5> (accessed on 1 April 2020).
- Moss, L. Completeness theorems for syllogistic fragments. In *Logics for Linguistic Structures*; Hamm, S.K., Ed.; Mouton de Gruyter: Berlin, Germany; New York, NY, USA, 2008; pp. 143–174.
- Pratt-Hartmann, I.; Moss, L. Logics for the relational syllogistic. *Rev. Symb. Log.* 2009, 2, 1–37.
- Glashoff, K. An Intensional Leibniz Semantics for Aristotelian Logic. *Rev. Symb. Log.* 2010, 3, 262–272.
- Moss, L.S. Syllogistic Logics with Verbs. *J. Log. Comput.* 2010, 20, 947–967.
- Kulicki, P. On a Minimal System of Aristotle's Syllogistic. *Bull. Sect. Log.* 2011, 40, 129–145.
- Moss, L.S. Syllogistic Logic with Comparative Adjectives. *J. Log. Lang. Inf.* 2011, 20, 397–417.
- Rini, A. Aristotle's Modal Proofs. *Prior Analytics A8-22 in Predicate Logic*; Springer: Berlin, Germany, 2011.
- Kulicki, P. On minimal models for pure calculi of names. *Log. Log. Philos.* 2012, 1, 1–16.
- Bellucci, F.; Moktefi, A.; Pietarinen, A. Diagrammatic Autarchy: Linear diagrams in the 17th and 18th centuries. In *Proceedings of the First International Workshop on Diagrams, Logic and Cognition, Kolkata, India, 28–29 October 2012*; Burton, L.C., Ed.; CEUR Workshop Proceedings: Kolkata, India, 2013.
- Pratt-Hartmann, I. The Syllogistic with Unity. *J. Philos. Log.* 2013, 42, 391–407.
- Castro-Manzano, J. Re(dis)covering Leibniz's Diagrammatic Logic. *Tópicos Revista de Filosofía* 2017, 52, 89–116.
- Pietruszczak, A.; Jarmużek, T. Pure Modal Logic of Names and Tableau Systems. *Stud. Log.* 2018, 106, 1261–1289.
- Sautter, F.T.; Secco, G.D. A Simple Decision Method for Syllogistic. In *Proceedings of the Diagrammatic Representation and Inference—10th International Conference, Diagrams 2018, Edinburgh, UK, 18–22 June 2018*. *Lecture Notes in Computer Science*; Chapman, P., Stapleton, G., Moktefi, A., Pérez-Kriz, S., Bellucci, F., Eds.; Springer: Berlin, Germany, 2018; Volume 10871, pp. 708–711.
- Endrullis, J.; Moss, L.S. Syllogistic logic with "Most". *Math. Struct. Comput. Sci.* 2019, 29, 763–782.
- Bocheński, I.M. *Ancient Formal Logic*; North-Holland: Oxford, UK, 1951.
- Aristotle. *Prior Analytics*. Book I; Translated with an Introduction and Commentary by Gisela Striker; Clarendon Press: Oxford, UK, 2014.
- Bocheński, I.M. *The Methods of Contemporary Thought*; D. Reidel: Dordrecht, The Netherlands, 1965.
- Lear, J. Aristotle's compactness proof. *J. Philos.* 1979, 76, 198–215.
- Scanlan, M. On finding compactness in Aristotle. *Hist. Philos. Log.* 1983, 4, 1–8.
- Smiley, T. What is a syllogism? *J. Philos. Log.* 1973, 2, 136–154.
- Boger, G. Completion, reduction and analysis: Three proof-theoretic processes in Aristotle's *Prior Analytics*. *Hist. Philos. Log.* 1998, 19, 187–226.
- Adžić, M.; Došen, K. Gödel's Notre Dame Course. *Bull. Symb. Log.* 2016, 22, 469–481.
- Corcoran, J. Completeness of an ancient logic. *J. Symb. Log.* 1972, 37, 696–702.
- Corcoran, J. Aristotle's Natural Deduction System. In *Ancient Logic and Its Modern Interpretations*; Reidel Publishing Co.: Dordrecht, The Netherlands, 1974; pp. 1–100.
- Frege, G. Sense and Reference. *Philos. Rev.* 1948, 57, 209–230.

- Ślupecki, J. Uwagi o sylogistyce Arystotelesa. *Ann. UMCS* 1946, I, 187–191.
- Wedberg, A. The Aristotelian theory of classes. *Ajutas* 1948, 15, 299–314.
- Menne, A. *Logik und Existenz*; Westkulturverlag Anton Hain: Berlin, Germany, 1954.
- Shepherdson, J. On the Interpretation of Aristotelian Syllogistic. *J. Symb. Log.* 1956, 21, 137–147.
- Geach, P.T. History of the Corruption of Logic (1968). In *Logic Matters*; University of California Press: Berkeley, CA, USA, 1980; pp. 44–61.
- Ajdukiewicz, K. *Logika Pragmatyczna*; PWN: Warszawa, Poland, 1965.
- Borkowski, L. *Logika Formalna*; PWN: Warszawa, Poland, 1970.
- Grzegorzcyk, A. *Zarys Logiki Matematycznej*; PWN: Warszawa, Poland, 1969.
- Pogorzelski, W.A. *Elementarny Słownik Logiki Formalnej*; Dział Wydawnictw Filii Uniwersytetu Warszawskiego: Białystok, Poland, 1992.
- Marciszewski, W. (Ed.) *Mała Encyklopedia Logiki*; PWN: Warszawa, Poland, 1988.
- Waragai, T.; Oyamada, K. A System of Ontology Based on Identity and Partial Ordering as an Adequate Logical Apparatus for Describing Taxonomical Structures of Concepts. *Ann. Jpn. Assoc. Philos. Sci.* 2007, 15, 123–149.
- Ślupecki, J.; Bryll, G.; Wybraniec-Skardowska, U. Theory of rejected propositions. *I. Stud. Log.* 1971, 29, 75–115.
- Goranko, V.; Pulcini, G.; Skura, T. Refutation Systems: An Overview and Some Applications to Philosophical Logics. In *Knowledge, Proof and Dynamics*; Liu, F., Ono, H., Yu, J., Eds.; Springer: Singapore, 2020; pp. 173–197.
- Wybraniec-Skardowska, U. Rejection in Łukasiewicz's and Ślupecki's Sense. In *The Lvov-Warsaw School. Past and Present*; Garrido, Á., Wybraniec-Skardowska, U., Eds.; Springer International Publishing: Cham, Switzerland, 2018; pp. 575–597.
- Kulicki, P. The Use of Axiomatic Rejection. In *The Logica Yearbook 1999*; Childers, T., Ed.; Filosofia: Prague, Czech Republic, 2000; pp. 109–117.
- McKinsey, J. The Decision Problem for some Classes of Sentences without Quantifiers. *J. Symb. Log.* 1943, 8, 61–76.
- Ślupecki, J. *Z badań nad sylogistyką Arystotelesa*; Wrocławskie Towarzystwo Naukowe: Wrocław, Poland, 1948.
- Łukasiewicz, J. *Aristotle's Syllogistic from the Standpoint of Modern Formal Logic*; Clarendon Press: Oxford, UK, 1952.
- Lemmon, E.J. Quantifiers and Modal Operators. *Proc. Aristot. Soc.* 1958, 58, 245–268.
- Kulicki, P. *Aksjomatyczne Systemy Rachunku Nazw*; Wydawnictwo KUL: Warszawa, Poland, 2011.
- Prior, A.N. *Formal Logic*; Clarendon Press: Oxford, UK, 1962.

YAYIN İLKELERİ VE YAZIM KURALLARI

YAZAR REHBERİ

Uluslararası hakemli bir dergi olan **Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi/ Bursa Uludağ Journal of Economy and Society** yılda 2 kez (Aralık ve Haziran aylarında) yayımlanır.

Dergiye gönderilecek yazılar, makale, kitap tanıtımı, eleştiri ve örnek olay çalışmalarını içermektedir. Bu yazılar daha önce başka bir dergi vb. çalışmada yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır.

Yazılar Türkçe ve İngilizce dillerinde olabilir. Yazılar yayımlanmak üzere kabul edildiğinde Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi bütün yayın haklarına sahip olacaktır.

Dergiye gönderilen yazıların ilk değerlendirmesi yayın kurulu tarafından dergi yazım kurullarına uygunluğu bakımından yapılır. Uygun bulunan çalışmalar uluslararası kabul gören benzerlik tarama programlarınca (akademik kurallara uygun bir biçimde atıf yapılan bire bir alıntılar, kaynakça ve dipnot dışarıda tutularak) taranır. % 15'den fazla benzerlik tespit edilen çalışmalar hiçbir işlem yapılmadan, tarama sonuç raporu ile birlikte yazar/yazarlarına geri gönderilecektir.

Bu aşamadan sonra çalışma 2 hakeme gönderilecek; hakemlerden gelecek rapor doğrultusunda yazının basılmasına, rapor çerçevesinde düzeltilmesine, yazının geri çevrilmesine veya üçüncü bir hakeme gönderilmesine karar verilecek ve durum yazara/yazarlara en kısa sürede bildirilecektir.

Yazar/yazarlardan istenecek düzeltmelerin en geç 1 ay içinde yapılarak yayın kuruluna ulaştırılması gerekir.

Makale gönderimi

Yazılar doc. ve pdf. formatında iki dosya hâlinde **iibfeditor@uludag.edu.tr** adresine gönderilmelidir. Gerektiğinde editörün yazarla iletişimde kullanılmak üzere yazar/yazarların cep telefonu numaralarını bildirmeleri önemle rica olunur. Bu bilgiler makale yayınlanırken kesinlikle kullanılmayacaktır.

Telif hakkı düzenlemesi

Yayına kabul edilen tüm makale ve materyallerin telif hakkı Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne aittir.

Gizlilik beyanı

Bu dergide yer alan isim ve adresler sadece derginin belirtilen amacı için kullanılacaktır. Başka bir amaç ve başka bölümde kullanılmayacaktır.

YAZIM KURALLARI

Anlatım ve üslup

Makaleler Türkçe veya İngilizce dillerinde yazılabilir. Cümleler dil bilgisi ve imla kurallarına uyularak yazılmalıdır. Türkçe makalelerde imla ve noktalama kuralları için Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlük ve/veya Büyük Türkçe Sözlük'ü ile Türkçe Yazım ve İmla Kılavuzundan yararlanılmalıdır (<http://www.tdk.gov.tr/>). İngilizce makalelerde ise Longman Dictionary of Contemporary English (<http://www.ldoceonline.com/>), Oxford Advanced Learner's Dictionary (<https://www.oxforddictionaries.com/>), Cambridge Advanced Learner's Dictionary (<http://dictionary.cambridge.org/>) kaynaklarından yararlanılabilir.

Başlıklar

Çalışma konusuna uygun bir makale başlığı seçilmelidir. Makale içindeki bölüm başlıkları normal rakamlarla numaralandırılmalıdır (1, 2, 3 gibi). Bir bölümde alt başlıkların sayısı en fazla dört olmalıdır. Başlıkların numaralandırılması aşağıdaki gibi olmalıdır:

1. Birinci bölüm başlığı

1.1. Birinci derece alt bölüm başlığı

1.2. Birinci derece alt bölüm başlığı

1.2.1. İkinci derece alt bölüm başlığı

Yazar ve iletişim bilgileri

Makale başlığından hemen sonra yazar/yazarların adı soyadı belirtilmelidir. Yazar/yazarların adı ve soyadından sonra yıldız işaretli dipnot oluşturulmalı ve yazar/yazarların adı soyadı, yazar/yazarların bağlı bulunduğu kurum/üniversite bilgileri, e-posta adresi ve ORCID belirtilmelidir. Birden fazla yazarlı makalelerde, yazarlardan bir tanesi sorumlu yazar olarak belirtilmelidir.

Öz

Makalenin başında biri Türkçe biri İngilizce olmak üzere 200 kelimeyi aşmayan öz (abstract) yer almalıdır.

Anahtar kelimeler

Türkçe ve İngilizce öz (abstract) kısmından sonra yapılan çalışmanın ilgi alanını tespiti yönelik 3-5 kelimedenden oluşan *anahtar kelimeler* verilmelidir.

Özet (Summary)

Makalenin sonunda Türkçe yazılmış çalışmalar için İngilizce, İngilizce yazılmış çalışmalar için Türkçe, 750 kelimeyi aşmayan özet (summary) yer almalıdır.

Metin

Makale, web sitemizdeki "Yazar rehberi/ Author guide" bölümünde yer alan Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi kurallarına uygun olarak hazırlanmış olan "Şablon/Template" kullanılarak hazırlanabilir.

Makale 8000 kelimeyi geçmemelidir. Metin, "Palatino Linotype" karakterinde yazılmalıdır.

Metin içinde kısaltma kullanılacaksa bu kısaltmalar ilk kullanıldığında açılımından sonra parantez içerisinde gösterilmelidir. Örneğin: Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) . Metin içinde dipnotlar ek bilgi vermek için kullanılmalı ve normal rakamlar ile numaralandırılmalıdır.

Tablolar, şekil ve grafikler

Tüm tablo, şekil ve grafikler normal rakamlarla numaralandırılmalıdır (Şekil 1, Tablo 1, Grafik 1 gibi.)

Tablo başlıkları, tabloların üstünde; şekil ve grafiklerin başlıkları, şekil ve grafiklerin altında yer almalıdır. Makalede kullanılan tablo, şekil ve grafikler yazarın kendisine ait değilse mutlaka kaynağı tablo, şekil ve grafiklerin alt kısmında gösterilmelidir. Tablo ve şekiller için dipnotlar, * (yıldız) simgesi ile gösterilerek yazılmalıdır.

Formül ve denklemler

Formüller ve denklemler sola hizalı olarak ve numaralandırılarak yazılmalıdır. Denklemler (1), (2), (3)... şeklinde numaralandırılmalıdır.

Bilim alanı kodu (JEL kodu)

Çalışma yapılan alanla ilgili bilim kodu/jel kodu bilgisi girilebiliyor ise yazar/yazarlar 3 tane bilim alanı kodunu yazmalıdırlar (<http://www.aeaweb.org/jel/guide/>).

Teşekkür

Çalışmaya destek olan kurum ve kişiler varsa bunlara ilişkin teşekkür yazısı yazılabilir. Teşekkür yazısı, makalenin ilk sayfasında dipnot olarak verilebileceği gibi kaynaklar kısmından önce ayrı bir başlık altında da verilebilir.

Atıflar

Yazar, yararlandığı kaynakların atıf yazımında **APA** (Amerikan Psikoloji Birliği) yayın kılavuzu taslağına uymalıdır (www.apastyle.org).

Makale içindeki atıflarda (yazar, yıl) sistemi kullanılmalıdır.

- Tek yazarlı eserlerde: (Jackson, 2019)
- İki yazarlı eserlerde: (Hare & O'Neill, 2000)
- İki'den fazla yazarlı eserlerde: (Grady vd., 1996)

Kaynakça

Kaynakça, metin içinde atıf yapılan kaynakların tamamını içermelidir. Kaynakça, yazar soyadına göre alfabetik olarak sıralanmalıdır. Bir yazara ait birden fazla esere atıfta bulunulmuşsa yazarın eserleri, en yakın tarihli olandan en eski tarihli olana doğru kronolojik olarak sıralanmalıdır.

Kaynakça, APA 7'ye uygun olmalıdır. Referans yönetim aracı olarak farklı yazılım (Mendeley vb.) kullanan yazarlar atıf ve kaynakçalarını APA 7 stilini seçerek oluşturabilirler.

Sürelî Yayınlar:

Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., & Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(3), 207–217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>

Kitaplar:

Jackson, L. M. (2019). *The psychology of prejudice: From attitudes to social action* (2nd ed.). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000168-000>

Çalışma Raporları:

Givord, P. (2020, April). *How a student's month of birth is linked to performance at school: New evidence from PISA* (OECD Education Working Papers No. 221). <https://doi.org/10.1787/19939019>

Kitap Bölümü/Derleme Yayınlar:

Dillard, J. P. (2020). Currents in the study of persuasion. In M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (4th ed., pp. 115–129). Routledge.

Kurumsal Kaynaklar:

National Cancer Institute. (2019). Taking time: Support for people with cancer (NIH Publication No. 18-2059). U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health. <https://www.cancer.gov/publications/patient-education/takingtime.pdf>

Tezler

Miranda, C. (2019). Exploring the lived experiences of foster youth who obtained graduate level degrees: Self-efficacy, resilience, and the impact on identity development (Publication No. 27542827) [Doctoral dissertation, Pepperdine University]. PQDT Open. <https://pqdtopen.proquest.com/doc/2309521814.html?FMT=AI>

AUTHOR GUIDE AND WRITING STANDARTS

AUTHOR GUIDE

Bursa Uludağ Journal of Economy and Society is published twice a year (December and June). The journal includes research articles, book presentations, critics and case studies. These articles should not have been published elsewhere or sent for publication previously. Articles can be written in Turkish and English. When the articles are accepted Bursa Uludağ Journal of Economy and Society will have all publishing rights.

The initial evaluation of the manuscripts submitted to the journal is made by the editorial board in terms of its suitability for the journal writing standards. Eligible studies will be scanned with internationally accepted academic plagiarism detector (excluding individual citations, bibliographies and footnotes cited in accordance with academic rules). Studies with more than 15% similarity will be sent back to the author/authors together with the scan result report.

After this phase, the study will be sent to 2 referees. In the direction of the report from the referees, it will be decided whether the article will be published, corrected in the report frame, rejected or sent to third referee, and the author / authors will be notified about the situation as soon as possible.

Corrections requested from the author/authors should be made within 1 month at the latest and sent to the editorial board.

Article submission

Articles in doc. and pdf. format file should be sent to iibfeditor@uludag.edu.tr. Please be sure to notify the author/authors' mobile phone numbers so that the editor can communicate with the author in case of necessity. This information will never be used when the article is published.

Copyright

The copyright of all articles and materials accepted for publication belong to Bursa Uludağ University, Faculty of the Economics and Administrative Sciences.

Privacy

Names and addresses in this magazine will only be used for the purpose of the journal, which is stated above. It will not be used for another purpose or another part.

WRITING STANDARTS

Expression & Literary Style

Articles can be written in Turkish and English. Sentences should be written in accordance with the grammar and orthographic rules. For grammar and orthographic rules in Turkish articles, Turkish Language Association's Güncel Türkçe Sözlük and/or Büyük Türkçe Sözlük and Türkçe Yazım ve İmla Kılavuzu should be used (<http://www.tdk.gov.tr/>). For grammar and orthographic rules in English articles, Longman Dictionary of Contemporary English (<http://www.ldoceonline.com/>), Oxford Advanced Learner's Dictionary (<https://www.oxforddictionaries.com/>), Cambridge Advanced Learner's Dictionary (<http://dictionary.cambridge.org/>) can be used.

Titles

An appropriate article title should be chosen for the study topic.

Section titles in the article should be numbered with normal numbers. (1, 2, 3 ... etc.)

The number of subtitles in a section should be four at most.

The numbering of titles should be as follows:

1. Section title

1.1. First degree subheadline

1.2. First degree subheadline

Headings should be left-aligned.

Author and contact information

Name and surname of the author/authors should be indicated after the article title. Asterisked footnotes should be created after the author/authors' name and surname and the institution/university information and e-mail address, ORCID to which the author/authors are affiliated should be shown. In more than one authoritative article, one of the authors must be specified as the corresponding author.

Abstract

An abstract which does not exceed 200 words should be written both in Turkish and English.

Keywords

After the Turkish and English abstracts, the keywords consisting of 3-5 words should be given to correct the interest of the study.

Summary

Turkish summary for articles in English and English summary for articles in Turkish which does not exceed 750 words should be written.

Text

Authors can prepare their article by downloading the "Şablon/Template" which was prepared according to spelling rules and format of the Bursa Uludağ Journal of Economy and Society via our website.

The article should not exceed 8000 words. Text should be written in "Palatino Linotype".

The "introduction" should not be numbered. If an abbreviation is used in the text, these abbreviations should be shown in parentheses when used for the first time. For example: Devlet Planlama Teşkilatı (DPT). Footnotes in the text should be used to provide additional information and should be numbered with normal numbers.

Tables, figures and graphics

All tables, figures and graphics should be numbered with normal numbers. (Figure 1, Table 1)

The headings of tables should be placed on top of them; the headings of figures and graphics should be placed below. If the tables, figures and graphics used in the article do not belong to the author himself, the source should be given at the bottom of the tables, figures and graphics. Footnotes for tables and figures should be written with *(star) symbol.

Formulas and equations

Formulas should be written left aligned and numbered. The equations should be numbered as (1), (2), (3)...

Science field code (JEL code)

If the scientific code/jel code information related to the study field can be entered, the author / writers should write 3 scientific field codes (<http://www.aeaweb.org/jel/guide/>).

Acknowledgement

If there are institutions and persons supporting the work, a thank-you note can be written. Acknowledgements can be given as a footnote on the first page of the article or under a separate title before the "references".

Citations

The author must comply with the APA (American Psychological Association) publication guidelines in citation of the sources he uses (www.apastyle.org).

Bibliography

The bibliography should include all of the references cited in the text. The bibliography must be sorted alphabetically by author surname. If more than one studies belonging to one author are found, the studies of the author should be ordered chronologically from the most recent to the earliest one.

The bibliography should be in APA 7 format. Authors using citation plug-ins from reference management softwares (Mendeley etc.) only need to select APA 7 when preparing their article, after which citations and bibliographies will be automatically formatted in the APA7.

Periodicals:

Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., & Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(3), 207–217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>

Books:

Jackson, L. M. (2019). *The psychology of prejudice: From attitudes to social action* (2nd ed.). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000168-000>

Study-Work Reports:

Givord, P. (2020, April). *How a student's month of birth is linked to performance at school: New evidence from PISA* (OECD Education Working Papers No. 221). <https://doi.org/10.1787/19939019>

Book Chapters:

Dillard, J. P. (2020). Currents in the study of persuasion. In M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (4th ed., pp. 115–129). Routledge.

Corporate Resources:

National Cancer Institute. (2019). Taking time: Support for people with cancer (NIH Publication No. 18-2059). U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health. <https://www.cancer.gov/publications/patient-education/takingtime.pdf>

Theses:

Miranda, C. (2019). Exploring the lived experiences of foster youth who obtained graduate level degrees: Self-efficacy, resilience, and the impact on identity development (Publication No. 27542827) [Doctoral dissertation, Pepperdine University]. PQDT Open. <https://pqdtopen.proquest.com/doc/2309521814.html?FMT=AI>