



journal of

e-ISSN 2757-7031

# Erciyes Akademi

dergisi

Cilt/Issue 38

Sayı/Number 4

Aralık/December 2024



<https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesakademi>  
erciyesakademi@erciyes.edu.tr



# ERCIYES AKADEMİ

*e-ISSN: 2757-7031*

*yıl / year: 2024*

*cilt / volume: 38*

*sayı / issue: 4*

Uluslararası hakemli bilimsel dergi  
An international peer-reviewed scientific journal

## İletişim Adresi / Communication Address

Erciyes Üniversitesi

Nuri-Zekiye Has Enstitüler Binası

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Melikgazi / KAYSERİ

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesakademi>

[erciyesakademi@erciyes.edu.tr](mailto:erciyesakademi@erciyes.edu.tr)

## Dergi Sahibi / Owner

Prof. Dr. Fatih ALTUN (Erciyes Üniversitesi Rektörü)

## Editör / Editor

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Halit AKIN (Erciyes Üniversitesi)

## Editör Yardımcısı / Co-Editor

Arş. Gör. Mustafa YILMAZ (Erciyes Üniversitesi)

## Editör Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Xavier RICHET (Sorbonne Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mahir NAKİP (Çankaya Üniversitesi)  
Prof. Dr. Asım YAPICI (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet KAVAS (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hüseyin ÖZCAN (Anadolu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Josef PABLONSKY (Prag Ekonomi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ali Şükrü ÇORUK (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Maktagül ORAZBEK (Avrasya Milli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zorona NIKITOVIC (İşletme ve Girişimcilik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU (Pamukkale Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ergenekon SAVRUN (Ufuk Üniversitesi)

## Alan Editörleri / Field Editors

Doç. Dr. İfakat Banu AKÇEŞME (Erciyes Üniversitesi)  
Doç. Dr. Remzi AYDIN (Erciyes Üniversitesi)  
Doç. Dr. Galip ÖNER (Erciyes Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Nilay AKGÜN AKAN (Erciyes Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül AKŞEHİRLİOĞLU (Erciyes Üniversitesi)  
Arş. Gör. Onur TOK (Erciyes Üniversitesi)  
Arş. Gör. Cavidan YEMEZ (Ardahan Üniversitesi)  
Arş. Gör. Deniz AY (Erciyes Üniversitesi)

## Mizanpaj Editörleri / Layout Editors

Arş. Gör. Dr. Pembe ÜLKER (Erciyes Üniversitesi)  
Arş. Gör. Erdal Kaan TOPRAKKALE (Erciyes Üniversitesi)

## Yabancı Dil Editörleri / Language Editors

*Fransızca* - Prof. Dr. İlhan GÜLLÜ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

*Almanca* - Dr. Öğr. Üyesi Heiko SCHUSS (Abdullah Gül Üniversitesi)

*Rusça* - Öğr. Gör. Dr. Tamara TANASHEVA (Erciyes Üniversitesi)

*İngilizce* - Öğr. Gör. Göktuğ YÜCEL (Erciyes Üniversitesi)

## **Danışma Kurulu /Advisory Board**

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Meltem Seba ÖZTURAN  
Boğaziçi Üniversitesi  
Prof. Dr. M. Xavier RICHEL  
Sorbonne Üniversitesi -Fransa  
Prof. Dr. Alper ASLAN  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Josef JABLONSKY  
Prag Ekonomi Üniversitesi -Çekya  
Prof. Dr. Feyzan GÖHER VURAL  
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi  
Doç. Dr. Recep ÖZKAN  
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi  
Doç. Dr. Arzu MEMMODOVA  
Bakü Devlet Üniversitesi -Azerbaycan  
Dr. Öğr. Üyesi Heiko SCHUSS  
Abdullah Gül Üniversitesi  
Dr. Elvira BOLAT  
Bournemouth Üniversitesi -İngiltere

Prof. Dr. Şükrü AKDOĞAN  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Arslan TOPAKKAYA  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Eyyup YARAŞ  
Akdeniz Üniversitesi  
Prof. Dr. Hava SELÇUK  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ  
Marmara Üniversitesi  
Prof. Dr. Efzeleddin ESGER  
Milli İlimler Akademisi -Azerbaycan  
Doç. Dr. Leman SÜLEYMANOVA  
Milli İlimler Akademisi -Azerbaycan  
Doç. Dr. Burak GÖKBULUT  
Yakındoğu Üniversitesi -KKTC  
Doç. Dr. Filiz SÖNMEZ  
Erciyes Üniversitesi  
Dr. Muhammed Ali NASIR  
Leeds Business School- İngiltere

Prof. Dr. Celaleddin ÇELİK  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Hakan AYDIN  
Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Nurekenova GULNARA  
Milli Kızlar Pedagoji Üniversitesi -Kazakistan  
Prof. Dr. Timur VURAL  
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi  
Prof. Dr. Maktagül ORAZBEK  
Avrasya Milli Üniversitesi -Kazakistan  
Doç. Dr. Zorona NIKITOVİĆ  
İşletme ve Girişimcilik Fakültesi -Sırbistan  
Doç. Dr. Vladimir RİSTANOVİĆ  
İşletme ve Girişimcilik Fakültesi -Sırbistan  
Doç. Dr. Cihat KÖKSAL  
İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Dr. Ganna KHARLAMOVA  
Kiev Üniversitesi -Ukrayna  
Dr. Eduard Alexandru STOICA  
Lucian Blaga Üniversitesi-Romanya  
Dr. Öğr. Üyesi Tarık DOĞRU  
Florida State Üniversitesi -ABD

## EDİTÖR'DEN

Saygıdeğer okuyucularımız,

Erciyes Akademi Dergisi'nin 2024 yılı son sayısı ile sizlerle. Bu sayımızda, farklı kurumlardan farklı araştırmacılar tarafından hazırlanan ve hakem değerlendirme sürecinden geçen mimarlıktan iletişim çalışmalarına, pazarlamadan kültürel mirasa farklı alanlardan birbirinden değerli makaleler yer almaktadır. Erciyes Akademi Dergisi, hakemlik süreçlerini titizlikle yürüten ve değerlendirme süreçlerini mümkün olduğunca hızlı yürütmeye çalışan uluslararası hakemli bir dergi niteliğindedir. Bu yönüyle Dergimizin bu sayısında yer alan makalelerin ilgili alanlara yönelik yaygın etki oluşturmasını ve katkı sağlamasını bekliyoruz.

Yayına ve yayıncıya değer veren anlayışımız ve yayıncılık ilkelerine bağlı kalarak gönüllü olarak yürüttüğümüz çalışmalarımızda, yeni sayımızda yer alan makalelere yönelik değerlendirmeleri ile bizlere katkıda bulunan değerli hakemlerimiz başta olmak üzere bütün editör kuruluna ve siz kıymetli okuyucularımıza teşekkür ediyorum. Yeni yılınızı kutluyorum.

Destek ve katkılarınız ile 2025 yılında yeni sayılarımızda buluşmak ümidiyle...

**Doç. Dr. Mehmet Halit AKIN**

**Editör**

### ***Amaç ve Kapsam***

Erciyes Akademi, sosyal bilimler alanında çalışma yapan bilim insanlarının bilgi, deneyim, değerlendirme, görüş ve önerilerini paylaştıkları bilimsel bir platform oluşturmayı ve bilimsel etik çerçevesinde sosyal bilimlerin her alanında literatüre özgün katkılar yapan makale, kitap kritiği, çeviri, derleme gibi bilimsel çalışmalarını yayımlayarak sosyal bilimlerde bilgi birikimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Erciyes Akademi sosyal bilimlerin her alanında (eğitim bilimleri, ilahiyat, iletişim bilimleri, coğrafya, tarih, dilbilim, psikoloji, antropoloji, felsefe, filoloji, müzikoloji, güzel sanatlar, sosyoloji, arkeoloji, ekonomi, uluslararası ilişkiler, sosyal hizmet, siyaset bilimi, uluslararası çalışmalar, iş yönetimi, uygulamalı ekonometri, uygulamalı istatistik, hukuk, kamu yönetimi, işletme, maliye, Türk dili ve edebiyatı, Türkçe öğretimi) bilimsel çalışmalara Türkçe, İngilizce, Almanca, Rusça ve Fransızca dillerinde yer veren uluslararası hakemli bir dergidir.

Erciyes Akademi 1987 yılından beri düzenli olarak yayımlanan, uluslararası alan indekslerinde taranan, hakemli, açık erişimli, elektronik bir dergidir. Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere üç ayda bir yayınlanır. Dergide yayımlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

### ***Aim and Scope***

Erciyes Akademi aims to comprise a scientific platform for academics who desire to share their knowledge, notions, findings and research with colleagues while contributing to the accumulation of knowledge in Social Sciences by publishing scientific studies such as articles, book critics, translations and reviews that make original contributions to the literature within the framework of scientific ethics.

The journal welcomes articles from all the fields of social sciences (Economics, Sociology, Political Science, Business, History, Turkish Language and Literature, Turkish Language Teaching, Philosophy, Geography, Educational Sciences, Law, Art History, Archeology, Communication Sciences, Linguistics, Music, Fine Arts, Tourism, International Relations, Finance, International Trade and Finance, Public Administration, Labor Economics, Theology, and other related fields) in Turkish, English, German, Russian and French.

Erciyes Akademi, first published in 1987, is an open-access, quarterly (March, June, September and December) published and peer-reviewed scientific journal. The scientific and legal responsibility of the articles published in the journal belongs to the authors.

### ***TARANDIĞIMIZ İNDEKSLER / INDEXED BY***

### ***Başlangıç tarihi / Since***

1. <i>DOAJ (Directory of Open Access Journals)</i>	14.05.2020
2. <i>Ebsco (Humanities International Index)</i>	30.01.2018
3. <i>Sobiad</i>	01.01.2017
4. <i>DRJI (Directory of Research Journals Indexing)</i>	04.08.2016
5. <i>Index Copernicus</i>	30.05.2016
6. <i>Index Islamicus</i>	16.05.2015

### ***DERGİNİN TARİHÇESİ***

<b>Derginin Önceki Adı</b>	<b>ISSN</b>	<b>eISSN</b>	<b>Yıl</b>
Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1300-1582	2148-8657	1987 - 2020

## Yazım Kuralları

1.Dergimizde Türkçe, İngilizce, Almanca, Fransızca ve Rusça dillerinden herhangi birinde yazılmış makaleler yayımlanır. Makalelerde hem Türkçe hem İngilizce başlık bulunmalıdır. Başlıklar sonrasında en az 150, en çok 250 kelimedenden oluşan Türkçe ve İngilizce özet; en az 3 en fazla 5 adet "anahtar kavramlar" (keywords) bulunmalıdır. **Makale başlıkları 20 kelimeyi ve makalelerin tamamı ise tablo, şekil ve kaynakça dâhil olmak üzere toplam 30 sayfayı aşmamalıdır.**

2.Dergi'ye gönderilen **makalelerin içerisinde hiçbir yerde yazar(lar)ın kimlik bilgileri doğrudan veya dolaylı olarak geçmemelidir.** Çalışmanın tezden üretilmesi, proje destekli olması, kongrede sunulması gibi bilgiler -makale kabul edildiği takdirde- hakem süreci tamamlandıktan sonra editörlük tarafından eklenecektir. Makale başvurusu esnasında "Teşekkür" kısmında veya "Editöre Not" kısmında bu bilgilere yer verilebilir.

3.Değerlendirmek üzere gönderilen makaleler ön kontrol sürecinde yazım kurallarına uygunluk ve benzerlik kontrolünün ardından değerlendirilmek üzere 3 hakeme gönderilecektir. Makalelerin yayına kabul edilebilmeleri için en az 2 hakemin olumlu görüşü gereklidir.

4.İmla ve noktalama açısından, makalenin ya da konunun zorunlu olduğu durumlar dışında Türk Dil Kurumu imla kılavuzu esas alınmalıdır.

5. Kaynaklara yapılan atıflar, metnin içinde parantez içerisinde APA 7 referans sistemine göre yapılmalıdır. Metin içerisinde açıklanmak istenen kimi hususlarla ilgili açıklamalar sayfa altı dipnotu şeklinde belirtilebilir ve bu türden dipnotların sayısal olarak birbirini izlemesi gerekmektedir. Yazılarda sayfa numarası, üst bilgi ve alt bilgi gibi ayrıntılara yer verilmemelidir.

6. Makalelerdeki tablo, şekil ve denklemlere sıra numarası verilmeli, tablo ve şekillere ait kaynaklar tablonun hemen altına yazılmalıdır.

7.Yararlanılan kaynaklar sonucun devamında sola hizalanmış "**Kaynakça**" başlığı altında verilmelidir. Kaynakça biçim kurallarına ve metin içi atıf yöntemlerine dair örnekler en altta sıralanmıştır.

8.Gönderilen makaleler Microsoft WORD 2010 veya daha üst bir versiyonda yazılmalı ve aşağıdaki kurallara göre düzenlenmelidir:

<b>Kenar Boşlukları</b>	Üst ve Alt: 3 cm   Sol ve Sağ: 2 cm
<b>Yazıtipi</b>	Palatino Linotype
<b>Yazıtipi Boyutu</b>	Özet: 10   Metin: 10,5
<b>Satır Aralığı</b>	1,08 cm
<b>Paragraf Aralığı</b>	Önce 0 sonra 8 nk
<b>İlk satır girintisi</b>	1 cm
<b>Metin hizalaması</b>	İki yana yaslı
<b>Kaynakça</b>	Asılı 1 cm girintili, tek satır aralığında, önce 3 sonra 3 nk

9. 2020 yılı itibariyle Dergimizde **APA (American Psychological Association) 7. Sürüm** referans sistemine geçilmiştir. Gönderilecek olan makalelerin APA 7. Sürüm temel kaynak gösterme kuralları dikkate alınarak düzenlenmiş olması gerekmektedir. APA haricinde referans sistemi kullanılan veya tam olarak APA sistemine göre düzenlenmemiş makaleler değerlendirme sürecine alınmadan yazara iade edilecektir.

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

- Derleme / Compilation*  
750-765 ZEMAHŞERÎ, FAHREDDİN RÂZÎ VE ELMALILI HAMDÎ YAZIR'IN "ŞEFAAT" KONUSUYLA İLGİLİ ÂYETLERE MÜŞKİLÜ'L-KUR'ÂN İLMÎ AÇISINDAN YAKLAŞIMLARI  
ZAMAKHSHARÎ, FAKHRUDDIN AL-RAZI AND ELMALILI HAMDÎ YAZIR'S APPROACHES TO THE VERSES RELATED TO THE SUBJECT OF "INTERCESSION" IN TERMS OF MUSHKİL AL-QUR'AN SCIENCE  
**Abdurrahman NURSAÇAN & Lütfullah CEBECİ**
- Araştırma Makalesi / Research Article*  
766-789 KADINA YÖNELİK ŞİDDET BAĞLAMINDA TELEVİZYON İÇERİKLERİNİN ŞİDDET MAĞDURU KADINLAR TARAFINDAN ALGILANMASI: FENOMENOLOJİK BİR ARAŞTIRMA  
ANALYSIS OF FAMILY STRUCTURES IN CARTOONS BROADCASTED ON TRT CHILDREN CHANNEL  
**Gül DÖKER & Mustafa KOÇER**
- Araştırma Makalesi / Research Article*  
790-811 TRT ÇOCUK KANALINDA YAYINLANAN ÇİZGİ FİLMLERDE AİLE YAPILARININ İNCELENMESİ  
ANALYSIS OF FAMILY STRUCTURES IN CARTOONS BROADCASTED ON TRT CHILDREN CHANNEL  
**Mehmet APAK & Fikret YAZICI**
- Araştırma Makalesi / Research Article*  
812-839 DESIGN AND DEVELOPMENT OF A NOVEL INSTRUCTIONAL MATERIAL FOR VIRTUAL REALITY BASED TEACHING FOR ART HISTORY COURSE  
SANAT TARİHİ DERSİ İÇİN SANAL GERÇEKLIK TEMELLİ ÖZGÜN BİR ÖĞRETİM MATERYALİ TASARIMI VE GELİŞTİRİLMESİ  
**Levent ÇORUH & Adnan TEPECİK**
- Araştırma Makalesi / Research Article*  
840-862 YAPAY ZEKA ÇAĞINDA MİLLİ TARİH ANLATILARI: POTANSİYEL TEHLİKELER VE "MİLLİ YAPAY ZEKA" GEREKLİLİĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME  
NATIONAL HISTORICAL NARRATIVES IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: AN EXAMINATION OF POTENTIAL THREATS AND THE NECESSITY OF "NATIONAL AI"  
**Mahmut CESUR**



- 863-886 *Araştırma Makalesi / Research Article*  
SİKKELER İŞİĞİNDA KAPPADOKİA'DAKİ KAİSAREİA KENTİNİN  
SEVERUSLAR DÖNEMİ İMPARATORLUK KÜLTÜ  
THE IMPERIAL CULT OF CAESAREA IN CAPPADOCIA DURING THE  
SEVERAN PERIOD IN THE LIGHT OF COINS  
**Begümay AKBAŞ**
- 887-912 *Araştırma Makalesi / Research Article*  
AKILLI DESTİNASYONLARIN ŞEHİR MARKALAŞMASINDA ROLÜ;  
ANTALYA ÖRNEĞİ  
THE ROLE OF SMART DESTINATIONS IN CITY BRANDING; ANTALYA  
EXAMPLE  
**Zeliha AKKUŞ & Emel TANYERİ MAZICI**
- 913-928 *Araştırma Makalesi / Research Article*  
KARAÖZÜ ALEVİ TÜRKMENLERİNDE GEÇİŞ RİTÜELLERİ: EVLENME VE  
GÜREŞ  
RITUALS OF TRANSITION IN KARAÖZÜ ALEVI TURKMEN: MARRIAGE  
AND WRESTLING  
**Kader TÜRKAN & Nabi AZEROĞLU**
- 929-951 *Araştırma Makalesi / Research Article*  
DÜNYA COĞRAFYA LİTERATÜRÜNE GİREN TÜRKÇE TERİMLER  
KONUSUNDA ETİMOLOJİK BİR ARAŞTIRMA  
AN ETYMOLOGICAL RESEARCH ON TURKISH TERMS ENTERED IN  
WORLD GEOGRAPHY LITERATURE  
**Mehmet Akif CEYLAN**
- 952-974 *Araştırma Makalesi / Research Article*  
TURİST DENEYİMİNİN HİKÂYE ANLATICILIĞINA ETKİSİNDE HEDONİK  
VE FAYDACI GÜDÜLERİN ARACILIK ROLÜ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ  
THE MEDIATING ROLE OF HEDONIC AND UTILITARIAN MOTIVES IN  
THE EFFECT OF TOURIST EXPERIENCE ON STORYTELLING: THE CASE  
OF CAPPADOCIA  
**Murat KEMERCİ & Şükran KARACA**
- 975-1004 *Araştırma Makalesi / Research Article*  
ADAY DİN GÖREVLİLERİNE GÖRE AKADEMİ MERKEZLERİNDE  
VERİLEN MESLEKİ EĞİTİMLERİN ETKİ VE VERİMLİLİĞİ  
ACCORDING TO CANDIDATE RELIGIOUS OFFICIALS, THE IMPACT  
AND EFFICIENCY OF PROFESSIONAL TRAINING PROVIDED AT  
ACADEMIC CENTERS  
**Ayhan ÖZ & Umut KAYA**

- 1005-1022 | *Araştırma Makalesi / Research Article*  
KARŞILAŞTIRMALI ESER ANALİZİ: LAS MENINAS  
COMPARATIVE ARTWORK ANALYSIS: LAS MENINAS  
**Ayşe SEZER**
- 1023-1041 | *İnceleme Makalesi / Review Article*  
135 NUMARALI 1745 TARİHLİ KAYSERİ ŞER'İYYE SİCİLİNE GÖRE  
OSMANLI TOPLUMUNDA KADINLAR  
WOMAN IN THE OTTOMAN SOCIETY ACCORDING TO THE KAYSERİ  
COURT RECORD NUMBER 135 DATED 1745  
**Bilge ÖZSİPAHİOĞLU & Mehmet İNBAŞI**
- 1042-1057 | *Araştırma Makalesi / Research Article*  
HÂLİDE NUSRET ZORLUTUNA'NİN EŞİ AZİZ BEY'E YAZDIĞI 03/10/1926  
TARİHLİ MEKTUBUN TRANSKRİPSİYONU VE İNCELEMESİ  
TRANSCRIPTION AND ANALYSIS OF THE LETTER DATED 03/10/1926  
WRITTEN BY HALİDE NUSRET ZORLUTUNA TO HER HUSBAND MR.  
AZİZ  
**Atabey KILIÇ & Nilüfer YILMAZ**
- 1058-1084 | *Araştırma Makalesi / Research Article*  
KAYSERİ İLİNİN MEDİKAL TURİZMİNDE MARKA OLMA YOLCULUĞU:  
İNSAN VE YAPAY ZEKÂ PERSPEKTİFLERİ  
KAYSERİ'S JOURNEY TO BECOMING A MEDICAL TOURISM BRAND:  
PERSPECTIVES FROM HUMANS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE  
**Nurperihan TOSUN & Yılmaz ARIK**
- 1085-1099 | *Araştırma Makalesi / Research Article*  
LOJİSTİK FİRMA WEB SİTELERİNİN ChatGPT İLE ANALİZ EDİLMESİ  
EVALUATION OF LOGISTICS FIRMS' WEBSITES BY ChatGPT  
**Mehri Banu ERDEM**

## HAKEM LİSTESİ / LIST OF REVIEWERS

Yıl/Year: 2024 Cilt/Volume: 38 Sayı/Issue: 4

Erciyes Akademi Dergisi Editörlüğü, Dergimizin bu sayısına katkıda bulunan ve aşağıda isimleri yer alan hakemlere teşekkürü bir borç bilir.

*We gratefully acknowledge the contribution of the following reviewers who reviewed papers for this issue of our Journal.*

<b>Ahmet DEMİR</b>	Kırıkkale Üniversitesi
<b>Ali MEYDAN</b>	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
<b>Altuğ ÇAĞATAY</b>	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
<b>Armağan GÜLEÇ KORUMAZ</b>	Konya Teknik Üniversitesi
<b>Aydın ZOR</b>	Akdeniz Üniversitesi
<b>Ayşenur Fidan KARATEKE</b>	Kilis Üniversitesi
<b>Bahadır UÇAN</b>	Yıldız Teknik Üniversitesi
<b>Betül SABAHCİ</b>	Yozgat Bozok Üniversitesi
<b>Burak ATASOY</b>	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
<b>Canan HANOĞLU</b>	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
<b>Çağrı GÜMÜŞ</b>	KTO Karatay Üniversitesi
<b>Deniz ÖZKUT</b>	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
<b>Derya ÜLKER</b>	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
<b>Elif KÜTÜKOĞLU</b>	Gümüşhane Üniversitesi
<b>Emine EKİNCİ DAĞTEKİN</b>	Dicle Üniversitesi
<b>Emre SATICI</b>	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
<b>Ersin ÇELİKBAŞ</b>	Karabük Üniversitesi
<b>Fatma ÇAPCIOĞLU</b>	Ankara Üniversitesi
<b>Ferda ZAMBAK</b>	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
<b>Fuat YALMAN</b>	Düzce Üniversitesi
<b>Gülçin OKTAY</b>	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
<b>Hikmet ELDEK GÜNER</b>	Erciyes Üniversitesi
<b>Harika ÖZKAN</b>	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
<b>Harun AKÇAM</b>	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
<b>Hüseyin YAKAR</b>	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
<b>İbrahim AKBEN</b>	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
<b>Kağan GÜNÇE</b>	Doğu Akdeniz Üniversitesi
<b>Korkmaz ŞEN</b>	Fırat Üniversitesi
<b>Mehmet Akif KAPLAN</b>	Kahramanmaraş Sütçüimam Üniversitesi
<b>Mehmet GÖKERİK</b>	Karabük Üniversitesi
<b>Merve ÖZDEMİR</b>	Yozgat Bozok Üniversitesi
<b>Mesut CEYLAN</b>	Atatürk Üniversitesi
<b>Muhammet İNCEAĞAÇ</b>	Kastamonu Üniversitesi

<b>Musa BİLGİZ</b>	Atatürk Üniversitesi
<b>Neşe ACAR</b>	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
<b>Nuri Özgür DOĞAN</b>	Medeniyet Üniversitesi
<b>Oğuzhan ŞAHİN</b>	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
<b>Perihan DÖNERTAŞ</b>	Bağımsız Araştırmacı
<b>Ramazan KOCA</b>	Ankara Üniversitesi
<b>Sefer KALAMAN</b>	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
<b>Serdar DARTAR</b>	Yıldız Teknik Üniversitesi
<b>Serdar GÜRÇAY</b>	İstanbul Kültür Üniversitesi
<b>Serhat Sabri YILMAZ</b>	Çankırı Karatekin Üniversitesi
<b>Tülay KAYABEKİR</b>	Atatürk Üniversitesi
<b>Serhat FOÇA</b>	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
<b>Sermin ÇAKICI ALP</b>	Hacettepe Üniversitesi
<b>Ümit KATIRANCI</b>	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
<b>Veysel ÇAKMAK</b>	Aksaray Üniversitesi
<b>Veysel Karani ŞÜKÜROĞLU</b>	Kastamonu Üniversitesi
<b>Volkan NURÇİN</b>	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
<b>Züleyhan BARAN</b>	Düzce Üniversitesi

# ZEMAŞERİ, FAHREDDİN RÂZİ VE ELMALILI HAMDİ YAZIR'IN "ŞEFAAT" KONUSUYLA İLGİLİ ÂYETLERE MÜŞKİLÜ'L-KUR'ÂN İLMİ AÇISINDAN YAKLAŞIMLARI\*

Abdurrahman NURSAÇAN<sup>a</sup>

Lütfullah CEBECİ<sup>b</sup>

## Öz

Âhirette şefaât meselesi, İslâm âlimleri arasında geçmiş zamanlardan günümüze değin çokça tartışılan bir konu olmuştur. İslâm âlimleri, Hz. Peygamber'in mahşerin o dehşetli bekleyişinin içinde, insanların hesaba çekilmesini başlatmak ve ümmetinden günahkâr mü'minlerin affedilmesi ve cennetteki derecelerini yükseltmek maksadıyla Allah katında şefaât edeceği, kâfirler için ise şefaatin olmayacağı konusunda fikir birliği içindedirler. Fakat bazı âlimler konuyla ilgili âyet ve hadislerden hareketle ve mensubu oldukları mezheplerinin de tesiri altında kalarak şefaati kısmen kabul etmiş, kimileri ise reddetmiştir. Konuyla ilgili olarak Zemahşerî (ö. 538/1144) gibi Mu'tezile mezhebine mensup müfessirler, Kur'an'ı Kerim'de şefaati haber veren âyetlerde şefaatin mü'min olarak ölenler için geçerli olacağı, büyük günah işleyip de tövbe etmeden ölenlerin şefaatten uzak kalacakları görüşündedirler. Ancak Ehl-i Sünnet anlayışına sahip Fahreddin Râzî (ö. 606/1210) ve Elmalılı Hamdi Yazır (ö. 1361/1942) gibi müfessirlere göre ise azabı hak etmiş büyük günah sahibi mü'minler için şefaât olacaktır. İşte bu makalede, Kur'an'ı Kerim'de şefaate ilgili olan âyetlere Zemahşerî, Fahreddin Râzî ve Elmalılı'nın Müşkilü'l-Kur'an ilmi açısından bakışlarını ele alıp âyetler hakkında ortaya koydukları düşüncelerini birbirleriyle mukayese etme gayretinde olacaktır. Şefaate ilgili âyetleri bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirip âyetler arasında bir müşkilliğin söz konusu olup olmadığını incelemek ve seçtiğimiz üç müfessirin bu âyetlerle ilgili olarak yaptıkları yorumları karşılaştırmak, bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kur'an, Tefsir, Tenâkuz, Müşkil, Müşkilü'l-Kur'an.



\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "Zemahşerî'nin Keşşâf, Fahrüddin Er-Râzî'nin Tefsiri Kebîr ve Elmalılı Hamdi Yazır'ın Hak Dini Kur'an Dili Tefsirlerinin Müşkilü'l-Kur'an Açısından Değerlendirilmesi" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tefsir Ana Bilim Dalı, [abdurrahmannursacan@gmail.com](mailto:abdurrahmannursacan@gmail.com)

<sup>b</sup> Prof. Dr., Kayseri Üniversitesi, Develi İslami İlimler Fakültesi, Temel İslam Bilimleri, Tefsir Anabilim Dalı, [lcebeci@erciyes.edu.tr](mailto:lcebeci@erciyes.edu.tr)

Makale Geliş Tarihi: 06.05.2024, Makale Kabul Tarihi: 14.06.2024

## ZAMAKHSHARÎ, FAKHRUDDIN AL-RAZI AND ELMALILI HAMDÎ YAZIR'S APPROACHES TO THE VERSES RELATED TO THE SUBJECT OF "INTERCESSION" IN TERMS OF MUSHKİL AL-QUR'AN SCIENCE

### Abstract

The issue of intercession in the afterlife has been a widely discussed topic among Islamic scholars from past times to the present. Most of the Islamic scholars, They are in agreement that the Prophet will intercede in the presence of Allah during that terrifying wait for the apocalypse in order to initiate the reckoning of people and to forgive the sinful believers from his ummah and raise their degrees in heaven, but there will be no intercession for the unbelievers. However, some scholars partially accepted intercession, based on the verses and hadiths on the subject and under the influence of the sects they belonged to, while others did not accept intercession at all. Regarding the subject, commentators belonging to the Mu'tazila sect, such as Zamakhshari (d. 538/1144), are of the opinion that in the verses informing about intercession in the Holy Qur'an, intercession will be valid for those who die as believers, and those who commit major sins and die without repenting will be away from intercession. However, according to commentators such as Fahreddin Râzî (d. 606/1210) and Elmalılı Hamdî Yazır (d. 1361/1942), who have the understanding of Ahl as-Sunnah, there will be intercession for believers who commit major sins and deserve to be punished. In this article, we will try to discuss the views of Zamakhshari, Fahreddin Râzî and Elmalılı on the verses related to intercession in the Holy Qur'an in terms of Müşkilü'l-Qur'an science and compare their thoughts about the verses with each other. Evaluating the verses about intercession from a holistic perspective, examining whether there is a difficulty between the verses, and comparing the comments made by the three commentators we chose regarding these verses constitute the basis of our research topic.

**Keywords:** Qur'an, Tafsir, Contradiction, The Mushkil, The Mushkil al-Qur'an.



### Giriş

Kur'ân-ı Kerîm'de zikredilen şefaate ilgili âyetleri incelemeden önce şefaatin sözlük ve terim anlamlarına kısaca temas edilecektir: Şefaât, "bir günahkârın affını talep etmesi, başka bir kimseden yardım istemesi gibi anlamlara gelmektedir" (Ebü'l-Fazl Cemâlüddîn, 1993, ss. 143-144). Sözlükte "tek olan bir şeyi benzeriyle veya dengiyle çift hale getirmek; birinin önüne düşüp işini görmeye çalışmak, işinin görülmesi için birinin aracılığını istemek" manasındaki "şef'" kökünden türeyen şefaât, "Suçsuz bir kişinin, bir suçlunun suçunun bağışlanması veya dileğinin yerine getirilmesi için aracılık etmesi" anlamına gelir (Alıcı, 2010, s. 411; er-Râgıb el-İsfahânî, 1982, s. 266). Şefaât genel anlamda birinden, başkası hakkında kesinleşmiş bir zararın kaldırılması veya bir hayrın gerçekleşmesi için talepte bulunma olarak tanımlanabilmektedir (Düzenli, 2008, s. 44). Şefaât kelimesi daha çok mertebeye üstün olanın kendisinden aşağıda olan bir kişiyle bir araya gelmesi anlamında da kullanılmaktadır (Bayram, 2021, s. 190; er-Râgıb el-İsfahânî, 1982, ss. 456-457).

Şefaât kelimesi terim olarak "kıyamet gününde peygamberlerin ve kendilerine izin verilen sâlih kulların günahkâr Mü'minlerin bağışlanması için Allah katında niyazda bulunması" manasında kullanılır. "Şâfi' " ve "şefî' ", "aracılık eden, şefaatte bulunan" demektir (Alıcı, 2010, s. 411; el-Cevherî, 1998, c. II, 558) . Şefaât kavramının tek anlamındaki "vetr" kelimesinin mukabili olup "çift" manasında kullanılan şef' kelimesinden türediğini söyleyen Kâdî Abdülcebbar burada ihtiyaç sahibinin, şefaât eden

kişi ile birlikte adeta bir çift oluşturmasının göz önüne alındığını belirtir. İstilahî bağlamda ise onun; kişinin başka birine fayda sağlaması ya da ondan zararı gidermesi manasına geldiğini söyler. Bunun için şâfi' (şefaate eden), meşfû' leh (kendisi için şefaate istenen), meşfû' fih (şefaate konu günah) ve meşfû' ileyh (kendisinden şefaate talep edilen) gibi unsurlara ihtiyaç olduğunu belirtir (Abdülcebbar, 1965, s. 688; Bayram, 2021, s. 190; Düzenli, 2008, ss. 53-54).

Bu hususta İslam âlimleri iki farklı görüş ortaya koymuşlardır: Ehl-i Sünnet inancına mensup olanların önderliğini yaptığı bir gurup, ahirette şefaatin var olduğu, Hz. Peygamber'e bu yetkinin verildiği, dolayısıyla Hz. Peygamber'in günahkâr müslümanlara şefaateçi olacağı görüşündedir. Mu'tezile mezhebine mensup olanların çoğunluğunu oluşturduğu bir grup ise, bu manada şefaatin olmadığını söylemektedir.

İslam mezhepleri arasında şefaate konusundaki bu iki farklı görüşün ortaya çıkmasının nedeni Kur'an-ı Kerim'de hem şefaatin olduğuna işaret eden hem de şefaatin olmadığına işaret eden ayet-i kerimelerin ve ayrıca şefaatin olacağına dair birçok hadis-i şerifin bulunmasıdır. Dolayısıyla bu konudaki âyetler arasında ilk bakışta bir müşkil göze çarpmaktadır. Dolayısıyla ilgili ayetler açısından, tefsir usulünün teknik terimi ile bir Müşkilü'l-Kur'an bulunmaktadır. Buradaki müşkillik aynı konuda ilk bakışta birbirine zıt gibi görünen âyetlerin var olmasıdır. Ancak, Kur'an-ı Kerim Allah kelâmı olduğu için, gerçek anlamda birbirleriyle çelişen ayetlerin bulunması kesinlikle söz konusu olamaz. Nitekim "Onlar hâlâ Kur'an'ı gereği gibi düşünüp anlamaya çalışmazlar mı? Eğer o Allah'tan başkası tarafından indirilmiş olsaydı mutlaka onda birçok çelişkiler bulurlardı" (en-Nisa 4/82) ayeti bu gerçeği açık bir şekilde dile getirmiştir. Allah Teâlâ her şeyi bilen ve hikmet sahibi olduğu için onun sözü olan Kur'an-ı Kerim'de çelişki olamaz. Çünkü çelişki, bilgisi ve hikmeti olmayanların sözünde olabilir. Cerrahoğlu, âyetlere yüzeysel bakanların, bilgisizliklerinden dolayı bazı ayetler arasında teâruz ve tenâkuzlar bulunduğu vehmine düştüklerini, onların bu vehimlerinin bu âyetler üzerinde derinlemesine bakış açısıyla birçok âlim tarafından yapılan açıklamalarla giderildiğini belirtmiştir (Cerrahoğlu, 1993, s. 179). Fakat müfessirlerden her biri kendi görüşüne göre yorumlar yaparak müşkilliği giderir. Dolayısıyla kimi müfessirler birbirine zıt gibi görünen ayetlerin bir tarafını temel alıp karşı taraftaki ayetleri te'vil ederek problemi çözmeye çalışır kimi müfessirler de karşı taraftaki ayetleri temel alıp bu taraftaki ayetleri te'vil ederek problemi çözmeye çalışır.

Bu çalışmanın amacı, Mu'tezile mezhebine mensup bir müfessir olan Zemahşerî'nin *Keşşâf* adlı tefsirinde, Ehl-i Sünnet mezhebine mensup olan Fahreddin Râzî'nin *Tefsîr-i Kebîr'inde* ve Elmalılı Hamdi Yazır'ın *Hak Dini Kur'an Dili* adlı tefsirinde Kur'an-ı Kerim'de şefaate ilgili olarak zikredilen bu iki tür âyetlere Müşkilü'l-Kur'an ilmi açısından bakışlarını ele alıp bu husustaki yorumlarını değerlendirmektir. Ayrıca bu müşkilliğe bakışlarının nasıl olduğunu inceleyip birbirine benzeyen ve birbirinden farklı olan yönlerini ortaya koymaya çalışacağız.

Âhiretteki şefaatin sadece peygamberlere ait olacağını iddia eden görüşler olmakla birlikte, Hadis-i şeriflerde şefaate konusunda Hz. Peygamber olmak üzere bütün peygamberlerin, salihlerin ve meleklerin büyük günah işleyen Mü'minlere şefaate edecekleri bildirildiği için Ehl-i Sünnet âlimleri, Allah katında yüksek dereceler elde eden sahâbîlerin, siddîkların, âlimlerin, şehitlerin, velîlerin, sâlihlerin ve müttakî Mü'minlerin şefaate etme konusunda yetkili olacakları görüşündedir. Bu kimselerin şefaate etme

yetkileri Allah katındaki derecelerine göre farklı olacaktır. Hz. Peygamber, derecesi en yüksek olan kişi olduğu için en büyük şefaât yetkisine sahip olacak kimsedir (el-Buhârî, 2001, s. 24; Müslim, 1954, s. 302; Yavuz, 2010, s. 412). Şefaât konusunda Hz. Peygamber'den gelen pek çok hadis-i şerif İslâm âlimlerince delil kabul edilmiştir. Bu hadislerin tamamına yer vermeyip sadece büyük günah sahibine Hz. Peygamber'in şefaât edeceğine dair hadislere değineceğiz. Hz. Peygamber'in "Şefaâtım, (kıyâmet gününde) ümmetimden büyük günah sahipleri içindir" hadisi bu konuda en çok bilinen hadislerdendir (İbn Mâce, 1992, blm. Zühd, 37; Süleyman bin el-Eşâ's, 1992, s. Sünne, 21; Tirmizî, 1992, blm. Kıyâme, 11). Ehl-i Sünnet, şefaatin varlığı ve büyük günah işleyenlere Hz. Peygamber'in şefaât edeceğine dair bu hadisi delil getirmiştir. Mu'tezile ise bu hadise itiraz ederek hadisin haberi vâhid olduğunu ve i'tikâdî konularda da kesin bilgi ifade etmeyen, zan ifade eden bir hadise tutunmanın doğru olmadığını söylemiştir. Doğru olsa bile büyük günahattan tevbe etmeleri şartıyla bu şefaât geçerli olabilir görüşünü ileri sürmüştür (Abdülcebbâr, 1965, ss. 690-691; s. 51; Narol, 2015, s. 180).

Ehl-i Sünnet, "Her peygamberin kabul edilen bir duası vardır. Bütün peygamberler, bu dünyada isteyeceklerini istediler. Ama ben, ümmetime şefaât olmak üzere, isteğimi kıyâmet gününe sakladım. Ümmetimden Allah'a hiçbir şeyi şirk koşmadan ölen herkes, İnşallah benim şefaâtime nail olacaktır" (el-Buhârî, 2001, blm. Tevhid, 31; Müslim, 1954, blm. İman, 86) hadisini de delil olarak kullanmaktadır.

Çoğunluğu Ehl-i Sünnet inancına mensup olmak üzere İslâm âlimleri, Hz. Peygamber'in mahşerdeki çok uzun sürecek bekleme sıkıntısı çekecek insanların hesaba çekilmelerinin başlamasını sağlamak, ayrıca Mü'minlerin cennetteki derecelerini yükseltmek ve küçük veya büyük günah işlemiş Müslümanlar için Allah katında şefaât edileceği, ancak kâfirlere şefaât edilmeyeceği konusunda görüş birliği sağlamışlardır (Abdülcebbâr, 1965, s. 688). Mu'tezile'ye bağlı âlimler ise, Kur'ân-ı Kerîm'de bildirilen şefaatin Mü'min olarak ölenleri içine alacağı, büyük günah işleyip te tövbe etmeden ölen Mü'minlerin fâsık olup şefaate nail olamayacakları ve Allah'ın razı olduğu ve şefaât edilmeye layık Mü'minlere, sevap ve derecelerinin artırılması açısından şefaât edileceği görüşündedirler (Abdülcebbâr, 1965, ss. 687-690; Sa'deddîn Mes'ûd b. Ömer, 1991, s. 239; Yavuz, 2010, ss. 412-414). Bazı âlimler ise ahirette şefaatin olacağını hiçbir şekilde kabul etmemektedir. İslâm âlimleri arasında küçük veya büyük günah işleyip tövbe etmeden ölen Müslümanlar için şefaatin mümkün olup olmayacağı ile ilgili süregelen bir tartışma vardır.

Kur'ân-ı Kerîm'de şefaâtle ilgili âyetlere bakıldığında, bazı âyet-i kerîmelere şefaatin sadece Allah'ın izniyle gerçekleşeceği ve Allah izin vermedikçe ahirette hiçbir kimsenin şefaât etmesinin söz konusu olamayacağı haber verilmektedir. Bazı ayetlerde de genel olarak şefaatin olmayacağından söz edilmektedir. Dolayısıyla bu konudaki âyetler arasında ilk bakışta bir müşkil göze çarpmakta olup Kur'ân âyetleri arasında bir tezatlığın olması da mümkün değildir. Kur'ân-ı Kerîm'deki bazı âyet-i kerîmelere bakıldığında Allah Teâlâ'nın izin verdiği kişi ya da kişilerin ahirette şefaât etmesinden bahsedilirken, bazı âyet-i kerîmelere göre ise ahirette hiç kimsenin şefaât etmesinin mümkün olmayacağı vurgulanmaktadır. Şefaatin reddedildiği âyetlere bakıldığı zaman, o âyetlerin Mekkeli müşriklerin putların şefaât edici oluşlarına inanışlarını ve kâfirler için söz konusu olan şefaât anlayışlarını reddetmek için geldiği görülür.



Zemahşerî ve tefsiri “*el-Keşşâf*”, Fahreddin Râzî ve tefsiri “*Tefsîr-i Kebîr*”, Elmalılı Hamdi Yazır ve tefsiri “*Hak Dini Kur’ân Dili*” üzerine pek çok araştırma yapılmış, bir çok kitap, makale ve tez yazılmıştır. Ancak bu üç müfessirimizin şefaathat konusundaki görüşlerini konu edinen pek az çalışmanın olması ve onların şefaathatle ilgili görüşlerini mukayese eden bir çalışmanın olmayışı bu alanda bir araştırma yapmaya yöneltmiştir.

Zemahşerî’nin, Fahreddin Râzî’nin şefaathat ile ilgili görüşlerini konu edinen pek çok çalışma mevcut olmakla birlikte Elmalılı Hamdi Yazır’ın şefaathatle ilgili görüşlerini inceleyen bir araştırmaya rastlamadık. Ortaya konulmaya gayret edilen bu çalışma, bu üç müfessirin şefaathatle ilgili âyetlere Müşkilü’l-Kur’ân ilmi açısından yaklaşımlarını ele alıp mukayese etmeyi amaçladığı için diğer çalışmalardan farklılık arz etmektedir.

### A. ÂHİRETTE ŞEFAATHATIN VARLIĞINA DELİL OLARAK GÖRÜLEN ÂYETLER

“يَعْلَمُ مَا بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَمَا خَلْفَهُمْ وَلَا يُشْفَعُونَ إِلَّا لِمَنْ أَرَادَ وَهُمْ مِنْ حَشِيَّتِهِ مُشْفِقُونَ” *Allah, o (peygamberleri) geleceğini de, geçmişini de bilir. Onlar ancak Allah’ın razı olduğu kimselere şefaathat edebilirler. Hepsini de O’na duydukları derin korku ve saygı sebebiyle tir tir titrerler*” (el-Enbiya 21/28) âyetinde Allah’ın razı olduğu kimselere şefaathat edilebileceğinden bahsedilmektedir. Mu’tezilî bir âlim olan Zemahşerî, şefaathatle ilgili olan âyetleri mezhebinin va’d ve va’id prensibine göre yorumlayarak Kur’ân’ı Kerim’de bildirilen şefaathatın, mü’min olarak ölenleri kapsadığı ve büyük günah işleyenlerin tövbe etmeden öldükleri takdirde şefaathat mahrum kalacakları görüşünde olup şefaathatı tamamen kabul etmese de kısmen kabul etmektedir. Zemahşerî bu âyeti yorumlarken, iradelerine hâkim olan, hal ve durumlarına dikkat edip vakitlerini güzel işlerle değerlendiren kimselere değinir. Bu bahsedilen kimselerin durum ve hallerine çekidüzen verip güzel işler yapmaları sonucunda, sadece Allah’ın razı olduğu ve şefaathat edilmeye layık olan kimselere, sevabının artırılması yönünden şefaathat edeceklerini söyleyerek şefaathatı tamamen reddetmeyip kısmen kabul etmektedir (Zemahşerî, 1935, c. III, 9).

Ehl-i Sünnet görüşüne mensup bir müfessir olan Râzî, şefaathat konusunda “Ümmet-i Muhammed’in, âhirette Hz. Muhammed’in şefaathat etme hakkı olduğu konusunda görüş birliğine vardığını”, Allah Teâlâ’nın: “*Rabbinin seni bir makam-ı Mahmud’a göndereceğini ümit et*” (el-İsrâ 17/79) âyeti ile, “*Rabb’in sana öyle verecek ki sen de (O’nun verdiği) razı (memnun) olacaksın*” (Duhâ 93/5) âyetinin şefaathata hamledildiğini belirtir. Râzî bu âyeti tefsir ederken öncelikle Mu’tezile’nin âyetteki: “*Bunlar, O’nun rızasına ermiş olandan başkası hakkında şefaathat etmezler*” ifadesini delil sayarak, ahiretteki şefaathatın büyük günah sahipleri için olmayacağını, çünkü büyük günah sahipleri hakkında, “*Allah’ın rızasına ermiş kimseler*” denilemeyeceğini söylediklerini nakleder. Râzî daha sonra onların bu sözlerine cevaben İbn Abbâs (ö. 68/687-688) (r.a.) ve Dahhâk (ö. 105/723)’ın, âyetteki bu ifadeye “*lâ ilâhe illâ Allah diyen kimselerden başkasına şefaathat etmezler*” anlamını verdiklerini bildirdikten sonra bu âyetin, şefaathatın büyük günah sahibi için olacağı hususunda Ehl-i Sünnetin en kuvvetli delillerinden olduğunu ifade eder (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. VIII, 149).

Ehl-i Sünnet mezhebine mensup diğer bir müfessir olan Elmalılı ise bu âyetin tefsirinde “*Allah’ın, onların önlerindeki de, arkalarındaki de yani yaptıklarını ve yapacaklarını bildiğini ve Allah’ın razı*

olduğu kimseden başkasına şefaât edilemeyeceğini ifade etmiş ve bu âyet kapsamında şefaât konusunda detaylı bir açıklama yapmamıştır" (Yazır, 2012, c. IV, s. 111).

Allah'ın izni ile şefaatin gerçekleşeceğini haber veren bir diğer âyet ise Sebe' sûresi 23. âyetidir: لَا تَنْفَعُ الشَّفَاعَةُ عِنْدَهُ إِلَّا لِمَنْ أَذِنَ لَهُ "Allah'ın huzurunda, O'nun izin verdiği kişi hakkında ve yine O'nun izin verdiği kişi tarafından yapılmadıkça şefaât de hiçbir fayda vermez" (es-Sebe' 34/23).

Zemahşerî bu âyetteki şefaatin, şefaât etmesine izin verilenler hakkında olabileceği veya şefaatin şefaât edilmesine izin verilenlere yarar sağlayacağını ve Allah tarafından izin verilen kişilerin ancak şefaât edebileceğini söyler. Ona göre bu âyetle birlikte, müşriklerin putlarının Allah katında onlara şefaâtçi olacağı (Yunus 10/18) iddiaları yalanlanmış olmaktadır. Zemahşerî, müşriklerin ilahlaştırdıkları şeylerin zerre kadar bir güce sahip olmadığı, şefaât yetkisinin ancak Allah Teâlâ'dan ahit almış (Meryem 19/87), konuşmasından Allah'ın razı olacağı (Tâhâ 20/109), doğruyu söyleyecek (en-Nebe' 78/38) ve kesin bilgiyle gerçeğe şahitlik edecek olanlara verileceği (ez-Zuhruf 43/86) görüşündedir. O, ancak Allah korkusuyla en üst düzeyde dikkatli yaşayan (el-Enbiyâ 21/28) ve Allah'ın razı olduğu kişilere şefaât edilebileceği görüşündedir (Zemahşerî, 1935, c. III, 258).

Fahreddin Râzî, "Allah'ın huzurunda, O'nun izin verdiği kişi hakkında ve yine O'nun izin verdiği kişi tarafından yapılmadıkça şefaatte hiçbir fayda vermez"(es-Sebe' 34/23) âyetini yorumlarken müşriklerin, "Bu (putlar), bizim Allah katındaki şefaâtçilerimizdir" (Yunus 10/18) dediklerini, ancak Yüce Allah'ın, müşriklerin düşüncelerinin yanlış olduğunu ortaya koymak için, bu âyet ile katında kendisine izin verdiği kimselerden başkasının şefaatinin fayda vermeyeceğini bildirdiğini söylemiştir (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. IX, 225).

Elmalılı Hamdi Yazır ise, "Allah'ın huzurunda, O'nun izin verdiği kişiler lehinde ve yine O'nun izin verdiği kişi tarafından yapılmadıkça şefaât hiçbir fayda vermez" (es-Sebe' 34/23) âyetiyle ilgili olarak mahşer de, dehşet, korku ve heyecan içinde uzun bir süre beklendikten sonra, sonunda kalplerinden korku ve dehşet giderildiği, şefaât izni çıktığı zaman, önce Makam-ı Mahmud'da Hz. Muhammed, sonra sahip oldukları derecelere göre diğer peygamberler, salihler ve meleklerle, şefaât bekleyenlerin Allah Teâlâ şefaatinizi kabul etti mi diye soracaklarını, şefaâtçıların da bu soruya cevap olmak üzere hakkı söyleyeceklerini ve sadece Allah'ın razı olduğu mü'minlere şefaât edeceklerini ve kâfirlere şefaât edilmeyeceğini söyler (Yazır, 2012, c. IV, 618).

Yapılan değerlendirmeler sonucunda bu âyetle ilgili olarak yapmış oldukları yorumlarla, Mu'tezile mezhebine mensup olsa da Zemahşerî'nin, Ehl-i Sünnet anlayışına sahip olan Râzî ve Elmalılı ile aynı görüşte olduğunu tesbit ettik.

Allah'ın izni ile şefaatin gerçekleşeceğini haber veren bir diğer âyet ise Necm sûresi 26. âyet-i kerîmesidir: وَكَمْ مِنْ مَلَكٍ فِي السَّمَوَاتِ لَا تُغْنِي شَفَاعَتُهُمْ شَيْئًا إِلَّا مِنْ بَعْدِ أَنْ يَأْذَنَ اللَّهُ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَرْضَى "Göklerde nice melekler vardır ki; onların şefaâtleri, Allah'ın şefaât edilmesini dilediği ve razı olduğu kullarının haricinde kimseye fayda sağlamaz" (en-Necm 53/26). Zemahşerî, bu âyetle ilgili olarak göklerde nice meleklerin var olduğunu, ancak şefaâtlerinin kâr etmeyeceğini ifade eder. Zemahşerî, "ancak Allah Teâlâ, dilediği yani razı olduğu kimseler için izin verdikten sonra şefaât gerçekleşir" diyerek şefaât yetkisinin son derece kısıtlı olduğunu

söyler (Zemahşerî, 1935, c. IV, 40). Zemahşerî, “son derece iyi olmalarına, çokluklarına, Allah’a manen yakın olmalarına, semâvâtın kendileriyle dolup taşmasına rağmen melekler bile, hep birlikte bir kimseye şefaata etseler bile bu şefaatin o kişiyi hiçbir tehlikeden koruyamayacağı ve ona bir yararının olmayacağını ifade eder. Ona göre Yüce Allah izin verdikten sonra, şefaata edilmesini istediği, razı olduğu ve buna ehil gördüğü kimseye bu şefaata ancak yarar sağlayabilir. Zemahşerî, “Nasıl olur da putlar, Allah huzurunda kendilerine tapanlara şefaata edebilir?” şeklindeki bir soru ile sözlerini tamamlar” (Zemahşerî, 1935, c. I, 67).

Râzî, “Göklerde nice melekler vardır ki; onların şefaathleri, Allah’ın şefaata edilmesini dilediği ve razı olduğu kullarının haricinde kimseye fayda sağlamaz” (en-Necm 53/26) âyetinde yer alan “Onların şefaathleri” ifadesiyle onların putlarının kendilerine şefaathçi olacağı şeklindeki düşüncelerinin yanlışlığının ve bozukluğunun ortaya konulduğunu belirtir. Râzî’ye göre bu putlar, cansız varlıklar olup, cinslerinin en aşağı mertebelerinde buldukları için zayıf, önemsiz, adi ve seviyeleri de düşüktür. Melekler ise, cinslerinin en kıymetlileridirler ve üstelik bunlar, göklerin en üstünlerindedirler. Râzî, bu özelliklere sahip olan meleklerin bile şefaathleri kabul olunamayacağına göre, cansız varlıklar olan putların şefaathleri nasıl kabul edilebilir?” (Fahredden er-Râzî, 2005, c. X, 288) şeklinde bir yorum yapmıştır.

Râzî, Cenâb-ı Hak, “Allah katında, O’nun izni olması müstesna, kim şefaathçi olabilir” (el-Bakara 2/252) buyurmuş ve böylece O’nun izni olmadan şefaathin imkânsız olduğunu; “Onlar için, Allah’tan başka ne bir dost, ne bir şefaathçi vardır” (el-En’âm 6/51) buyurarak, hiçbir şefaathçinin olmadığını haber vermiş; ancak bu âyette ise onların şefaathinin yarar sağlamayacağını bildirmiştir. Dolayısıyla Yüce Allah onların, “Bizi Allah’a yaklaştırsınlar diye onlara ibadet ediyoruz” (ez-Zümer 39/3) dediklerini de aktarmıştır. Râzî, âyette müşriklerin, putların kendilerine Allah’ın yakın kulları olarak şefaata edecekleri ve kendilerine faydalı olacakları iddialarının reddedilmesinin büyük bir manayı ifade ettiğini belirtir. Ona göre işte bundan dolayı Cenâb-ı Hak, “Onların şefaathleri bile hiçbir şeye yaramaz” (en-Necm 53/26) buyurmuştur. Râzî, bu âyetteki şefaathin yarar sağlamasının, Allah Teâlâ’nın, “Bu işin, O’nun izin vermesinden sonra olması müstesna” ifadesi ile ortaya konulmuş olduğunu belirtir. Râzî, dolayısıyla Yüce Allah önce, “Onların şefaathleri bile hiçbir şeye yaramaz” deyip te daha sonra, “Bu işin, O’nun izin vermesinden sonra olması müstesnâ...” buyurunca, bunun mânâsının, “Bu şefaata, bu şartla fayda verir...” şeklinde olacağını ve böylece şefaata müjdesinin gerçekleşmiş olduğunu ifade eder (Fahredden er-Râzî, 2005, c. X, 289).

Râzî, bu âyetin tefsiri sadedinde, “Allah’ın izni olmaksızın, O’nun yanında kim şefaata edebilir?” (el-Bakara 2/256) ifadesi ile şefaathin hiç olmayacağı ve kabul edilmeyeceği manasının kastedilmemiş olduğunu, çünkü bu ifadelerin, müşriklerin bu konudaki düşüncelerine bir reddiye olduğunu ve bununla ancak, “Onlar, ancak Allah’ın dilediği kimselere izin vermesinden sonra kıyamette konuşabilirler...” (en-Nebe 78/38) ifadesinde olduğu gibi, “Allah’ın yüceliği ve hiç kimsenin Allah’ın nezdinde konuşamayacağını anlatılmak istendiğini ifade ettiği gibi, burada da Allah’ın izni olmaksızın hiç kimsenin şefaata edemeyeceğini söyler” (Fahredden er-Râzî, 2005, c. X, 290).

Râzî, Ehl-i Sünnet âlimlerinin bu hususta müşriklerin putlar için, kendilerinin Allah katındaki şefaathçileri olduğunu, yine putların Allah katında kendilerine Allah’ın iznine gerek kalmaksızın şefaata edeceklerini iddia ettiklerini belirttiklerini, işte bundan dolayı Allah Teâlâ’nın onların bu iddiasını, “O’nun izni olmadıkça O’nun katında şefaata edecek kim imiş?” (el-Bakara 2/256) ifadesiyle reddetmiş

olduğunu düşündüklerini nakleder. Râzî, Ehl-i Sünnet âlimlerinin bunun üzerine Yüce Allah'ın, zâlimlerin samimi bir yakınlarının ve sözü dinlenen bir şefaâtçilerinin olmadığını bildirerek böyle bir itaati imkânsız hale getirdiğini düşündüklerini söyler (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. X, 290).

Elmalılı, "Göklerde nice melekler vardır ki; onların şefaâtleri, Allah'ın şefaât edilmesini dilediği ve razı olduğu kullarının haricinde kimseye fayda sağlamaz" (en-Necm 53/26) âyetini izah ederken, "göklerde nice meleklerin olduğunu, müşriklerin putları melek, melekleri de Allah'ın kızları olarak kabul ederek onların resimlerini yapıp takmakla meleklerin kuvvetlerine yaklaşmanın mümkün olacağı ve bu vesile ile şefaâtlerine ulaşılabilceği kanaatinde bulduklarını belirtir" (Yazır, 2012, c. V, s. 273). Elmalılı'ya göre bundan dolayı özellikle bir önceki âyette onların zanlarının yanlışlığı ortaya konulmak için dünya ve ahiretin Allah'ın olduğu ifade ediliyor. Elmalılı, göklerde çokça melek olsa da şefaâtlerinin hiç bir işe yaramayacağını, Allah'ın izni olmadan şefaât etme hadlerinin imkânsız olduğunu, ancak bu şekilde şefaât edecekleri düşünülse bile bu şefaâtin yine de o müşriklere bir yarar sağlamayacağını ifade eder. Elmalılı, ancak Allah Teâlâ kim için diler ve kimden razı olursa bu şefaâtin O izin verdikten sonra yararı olacağı ayrıca bu mananın, şefaât edecek kimseler ve şefaât edilecek kimseler hakkında geçerli olacağı görüşündedir. Elmalılı'ya göre nihayetinde rızası aranacak yegâne mabud Allah'tır, melekler değildir, meleklerin bile şefaati böyle iken putların şefaati hiç beklenmez (Yazır, 2012, c. V, s. 273).

## B. ÂHİRETTE ŞEFAATİN VAR OLMADIĞINA DELİL OLARAK GÖRÜLEN ÂYETLER

وَأَنْتُمْ لَا تَجْزِي نَفْسٌ عَنْ نَفْسٍ شَيْئًا وَلَا يُقْبَلُ مِنْهَا شَفَاعَةٌ وَلَا يُؤْخَذُ مِنْهَا عَدْلٌ وَلَا هُمْ يُنصَرُونَ

"Öyle bir günden korkun ki, o günde hiç kimse başkası için herhangi bir ödemede bulunamaz; hiç kimseden şefaât kabul olunmaz, fidye alınmaz; onlara asla yardım da yapılmaz" (el-Bakara 2/48) Bakara sûresi 48. âyetinde âhirette şefaâtin olmayacağı haber verilmektedir. Mu'tezile mezhebine mensup bir âlim olan Zemahşerî, "Ve öyle bir günden sakının ki, o gün kimsenin kimseye faydası olmaz; kimsenin şefaati kabul edilmez, kimseden bedel alınmaz; hasılı, hiç kimseye yardım edilmez" (el-Bakara 2/48) âyet-i kerîmesinin tefsirinde şefaât konusuna değinmiş نَفْسٌ ve شَيْئًا kelimelerinin nekre olmasının, âyete "hiçbir kimse hiçbir şeye sahip olamaz" manası kattığını; böylece şefaât konusunda bütün istek ve beklentilerinin boşa çıkarılmakta, ümitlerinin tamamen kesilmekte olduğunu söylemiştir. O, "Kimseden fidye kabul edilmez, hiç kimseye şefaât fayda vermez" (el-Bakara 2/123) âyetinde de durumun aynı olduğunu belirtir. Zemahşerî, bu âyetin sebebi nüzûlü hakkında yahudilerin, peygamberlerinin kendilerine şefaât edeceğini iddia ettiklerini, ancak bu âyetle bu umutlarının kırılmak istendiğini ifade eder (Zemahşerî, 1935, c. I, 67).

Zemahşerî, fengale yöntemini tefsirinde sıkça kullanmıştır. Fengale yöntemi ile daha önce akla gelen veya gelmesi muhtemel olan sorular sorularak okuyucuda merak uyandırılmakta ve sorulan sorunun cevabını öğrenme isteği oluşturulmaktadır (Abdülcebâr, 2023, s. 279). Zemahşerî, fengale yöntemini kullanarak; "Şayet burada günahkârlar için şefaâtin kabul edilmeyeceğine delil var mıdır?" diye bir soru sormuş ve bu soruya da âyette umumî bir olumsuzlama olduğunu, burada başkasının bir başkası adına iş yapamayacağını ve hiç kimsenin şefaâtinin mümkün olmayacağı şeklinde bir cevap vermiştir" (Gengil, 2021, ss. 11-12). Ona göre bu âyetten günahkârlara şefaâtin olmayacağı çıkarılmaktadır. Müfessirimiz, şayet مِنْهَا شَيْئًا, kelimesindeki zamirin hangi kişiye işaret ediyor?" diye bir

soru sorulacak olursa bu soruya, “kendisi için şefaatin kabul edilmeyeceği ikinci kişiye, yani günahkâra, kendisinden fidye kabul edilmeyecek olan kişiye işaret eder” cevabını vermiştir. Ona göre, “ondan şefaah kabul edilmez” ifadesi, “eğer kendisine şefaah edecek bir şefaahçı getirecek olursa, bu ondan kabul edilmez” manasına gelir. Zemahşerî, fakat zamirin ilk kişiye delâlet etmesinin de mümkün olduğunu; o zaman anlamın, “eğer o kişi diğereine şefaah edecek olsa, şefaati kabul edilmez, hatta hiçbir şey kabul edilmez, onun için fidye verecek olsa o da kabul edilmez” olacağını belirtir (Zemahşerî, 1935, c. I, 67).

Zemahşerî, şefaahçinin olmayacağı âyette ifade buyrulunca maksadın ifade edilmiş olduğunu, ancak âyette geçen bu itâat sıfatının ve onun bulunmadığını belirtmenin anlamının ne olduğuna gelince, itâat kavramının âyette geçmesinin çok önemli bir manası olduğuna dikkat çeker. Çünkü sıfat, vasfedilene olmadan mevcut olmaz. Zemahşerî, buna göre âyetin anlamının; “Herhangi bir şefaahçı yokken şefaah nasıl olacak ki!? şeklinde değerlendirilmesinin gerekli olduğunu ve Allah için bu durumun aksinin düşünülmemeyeceğini belirtir.” Zemahşerî, bu âyeti ve “*Ey iman edenler! Kendisinde artık alış-veriş, dostluk ve şefaah bulunmayan gün gelmeden önce, size verdiğimiz rızıktan hayır yolunda harcayın. Gerçekleri inkâr edenler elbette zâlimlerdir*” (el-Bakara 2/254) âyetini tefsir ederken Mu'tezile'nin ve kendisinin şefaah konusundaki genel bakışını yansıtan şefaatin sadece ve daha fazla fazilet ve üstünlük için olduğu ve başka bir şey için olmadığı, dolayısıyla Mu'tezile'nin bu âyetin zahirinin, hiç bir şefaatin olmadığını gösterdiği fikrinde olduğunu belirtir (Zemahşerî, 1935, c. I, 152).

Fahreddin Râzî, “*Öyle bir günden korkun ki, o günde hiç kimse başkası için herhangi bir ödemede bulunamaz; hiç kimseden Allah izin vermedikçe şefaah kabul olunmaz, fidye alınmaz; onlara asla yardım da yapılmaz*” (el-Bakara 2/48) âyet-i kerîmesini tefsir ederken, Ehl-i Sünnetin ve Mu'tezile mezhebinin şefaah hakkındaki görüşlerine yer vererek Ehl-i Sünnetin büyük günah işleyenlerin de şefaate ulaşacakları şeklindeki düşüncesini delilleriyle birlikte zikreder. Ardından Mu'tezile mezhebinin büyük günah işleyip te tövbe etmeden ölen Müslümanlara şefaah edilmeyeceği yönündeki görüşlerini maddeler halinde delilleriyle birlikte detaylıca açıkladıktan sonra bu hususta Ehl-i Sünnetin görüşünün isabetli olduğunu yaptığı izahlarla ispat etmeye çalışır (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. I, 54).

Râzî, İslâm âlimlerinin Hz. Peygamber'in kimlere şefaah edeceği mevzusunda görüş ayrılığı içinde olduklarını söyler. İhtilaf edilen noktanın, bu şefaatin sevap kazanmış müslümanlar için mi, yoksa azaba müstahak olmuş büyük günah işlemiş müslümanlar için mi olduğu konusudur. Mu'tezile, şefaatin sevap kazanmış müslümanlar için olduğunu, şefaatin etkisinin ise, müslümanların kazandıkları sevaba fazlalık kazandırmak şeklinde olacağını belirtmişlerdir. Râzî, Ehl-i Sünnet âlimlerinin şefaatin etkisinin, azaba layık olmuş kimselerden, azabı düşürme şeklinde olacağını düşündüklerini bildirir. Onlara göre şefaah, mahşer meydanında yapıp onların cehenneme hiç girmeyecekleri ya da cehenneme girdiklerinde onlara şefaah olunup cehennemden çıkarılıp, cennete girdirilmeleri şeklinde olacaktır. Râzî, ayrıca İslam âlimlerinin kâfirlere şefaatin imkânsız olduğu konusunda görüş birliği içinde olduklarını da ifade eder (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. I, 54).

Râzî, Mu'tezile'nin büyük günah sahibi kişilere şefaatin olmayacağını birkaç yönden delillendirdiklerini belirterek onların getirdikleri delilleri maddeler halinde sıralar. Biz burada imkân ölçüsünde delillerin bir kısmını sıralayacağız. Onların delillerinden biri, tefsirini yapmakta olduğumuz; “*Öyle bir günden korkun ki, o günde hiç kimse başkası için herhangi bir ödemede bulunamaz; hiç kimseden (Allah*

izin vermedikçe) şefaât kabul olunmaz, fidye alınmaz; onlara asla yardım da yapılmaz" (el-Bakara 2/48) âyet-i kerimesidir. Mu'tezile, bu âyetin üç yönden şefaatin olmadığının delili olduğunu söyler. Mu'tezile'nin bu âyetle ilgili delilleri şunlardır:

a) Cenâb-ı Hak, "O günde hiç kimse, hiçbir kimseye hiçbir fayda sağlayamaz" (el-Bakara 2/48) buyurmuştur. Eğer şefaât, azabı kaldırma konusunda etkili olsaydı, bu durumda bir kişi, başka bir kimseye yarar sağlamış olurdu.

b) Allah bu âyette "Ondan hiç bir şefaâtçi de kabul edilmez" (el-Bakara 2/48) buyurmuştur. Bu âyette yer alan 'şefaât' kelimesi, olumsuz lafzın ardından gelen nekre bir lafızdır. Bu sebeple o, her türlü şefaât türünü kapsar.

c) Cenâb-ı Hak, "Onlara yardım da edilmez" (el-Bakara 2/48) buyurmuştur. Şayet Hz. Peygamber, günah sahibi birisine şefaât edecek olsa ona yardım etmiş olurdu. Bu ise âyetin tersine bir durumdur (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. I, 55-56).

Râzî, Mu'tezile'nin delillerine karşılık olmak üzere Ehl-i Sünnet mensupları olarak şefaati, büyük günah sahibi Müslüman için tahsis ettiklerini belirtir. Râzî, Ehl-i Sünnetin Mu'tezile'nin birinci deliline itibarın, sebebin hususi oluşuna değil, lafzın umumî oluşuna yönelik olduğu şeklinde cevap verdiğini zikreder. Râzî, Ehl-i Sünnetin, Mu'tezile'nin ikinci deliline ise âyetten maksadın, sevapları artırma konusundaki şefaatin nefyinin caiz olmadığı, çünkü Yüce Allah'ın, "kıyamet gününde hiçbir şefaatin fayda vermeyeceğini" haber vererek o günün dehşetine karşı insanları uyarmıştır. Dolayısıyla Râzî, Ehl-i Sünnete göre âyette anlatılmak istenen, şefaatin etkisinin sevabı çoğaltma konusunda değil, cezayı düşürme konusundadır (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. I, 56).

Elmalılı Hamdi Yazır ise, Râzî gibi büyük günah sahibi kimselere şefaât edileceğini söylemiştir. Elmalılı, "Öyle bir günden korkun ki, o günde hiç kimse başkası için herhangi bir ödemedede bulunamaz; hiç kimseden Allah izin vermedikçe şefaât kabul olunmaz, fidye alınmaz; onlara asla yardım da yapılmaz" (el-Bakara 2/48) âyet-i kerimesini tefsir ederken, Mu'tezile mezhebine mensup olanların bu âyeti delil sayarak, ahirette büyük günah sahibi olanlara şefaât edilmesini kabul etmediklerini bildirir. Ancak o, âyetteki şefaatin kabul edilmemesinin kâfirler için olduğunu vurgular. Ona göre âyetteki hitap inkârcılar içindir. Çünkü İsrâîloğulları, babaları ve dedeleri kabul ettikleri peygamberlerinin her hâlükârda kendilerine şefaât edeceklerini düşünüyorlardı. Ancak bu âyet bu düşünceyi reddetmektedir. Elmalılı, âyette yasaklanan şefaatin herkesin kendiliğinden ve Allah'ın izni olmadan yapılacak olan şefaât olduğuna, bu nedenle şefaât edebilecekleri ümidiyle peygamberlere ve velilere tapılmaması gerektiğine ve yalnızca Allah'a ibadet edilmesi gerektiğine, Allah'ın dilediğine dilediğinde şefaât ettireceğine dikkat çeker. Elmalılı, Allah'ın izniyle şefaatin gerçekleşmesinin hak olduğunu, ancak samimi bir şekilde Allah'a kulluk edilip, peygamberlere ve veli zatlara şefaât edebilirler diye tapmamak gerektiğini belirtir (Yazır, 2022, c. II, 456).

Âhirette şefaatin olmayacağını haber veren bir diğer âyet ise Mü'min sûresinde yer alan, مَا لِلظَّالِمِينَ مِنْ حَمِيمٍ وَلَا شَفِيعٍ يُطَاعُ "Zâlimlerin ne dostu ne de sözü dinlenir şefaâtçisi vardır" (el-Mü'min 40/18) âyetidir. Zemahşerî, "Zâlimlerin ne dostu ne de sözü dinlenir, şefaâtçisi vardır" (el-Mü'min 40/18) âyetini tefsir ederken şefaatle ilgili görüşlerini açıklamaya devam eder, fengale yöntemini kullanarak şu soruyu sorar: "Şayet, "Ne de itaat edilecek bir şefaâtçi!" sözünün anlamı nedir?" dersin şöyle derim diyerek buradaki olumsuz halin, şefaatle beraber itâati kapsıyor olmasının da, sadece itâati içine almasının da ihtimal dahilinde

olduğunu söyler. Zemahşerî'ye göre "her şeyden önce şefaata edecek kişiler Allah'ın razı olduğu kişilerdir. Allah'ın velî kulları ise sadece Allah'ın hoşnud olduklarından memnun olurlar. Ancak Allah zulmedenleri sevmez; velîler de onları sevmez. Sevmedikleri zaman da, onlara yardımcı olmaz ve şefaata etmezler." Nitekim "Hiçbir yardımcısı yoktur zâlimlerin!" (el-Bakara 2/270) ve "Allah'ın razı olduklarından başkasına şefaata etmezler" (el-Enbiyâ 21/28) âyetleri buna delâlet eder. "Ayrıca, şefaata ancak fazladan lütfetme konusunda olur. Hem lütfâ hem de onun artırılmasına mazhar olanlar da zaten sevap kazanmış kimselerdir." Bunun delili, "Onlara lütfuyla daha da artıracaktır" âyetidir. Zemahşerî, Hasan-ı Basrî'nin de "Vallahi, onların asla bir şefaataçisi olmayacak!" dediğinin rivâyet edildiğini haber verir (Zemahşerî, 1935, c. III, 365-366).

Râzî, "Zâlimlerin ne dostu ne de sözü dinlenir şefaataçisi vardır" (el-Mü'min 40/18) âyetini tefsir ederken bu âyetin kâfirler hakkında vârid olduğunu, dolayısıyla kâfirler için ahirette şefaatin söz konusu olamayacağını, bu sebeple tahsisten dolayı mü'minler hakkında bu hükmün tersinin geçerli olduğuna işaret ettiğini söyler. Râzî, Mu'tezile'nin bu âyet hakkında yaptığı şu açıklamayı nakleder: "Zâlim, zulmeden demektir. Bu kelime kâfir ve başkası hakkında kullanılır. "Bu âyette Cenâb-ı Allah, zâlimlerin sözü dinlenen şefaataçisi olmadığını beyan etti, icabet edilen bir şefaataçisi olmadığını beyan etmedi" denilemez. Biz, bu âyetin ifadesinin gereği olarak, Allah'ın, icabet edilen bir şefaataçinin varlığını da nehyetmiş olduğunu söylüyoruz. Çünkü ahirette sözü dinlenen hiçbir şefaataçi yoktur. Çünkü sözü dinlenen kimse, sözünü dinleyen (ona itaat edenden) üstündür. Allah Teâlâ'nın üstünde ise, Allah'ın ona itaat edeceği hiçbir kimse yoktur. Râzî, Mu'tezile'nin, "Zâlimlerin hiçbir yardımcısı yoktur" (Âl-i İmrân 3/192) âyetinden yola çıkarak şayet, Hz. Peygamber, ümmetin fâsıklarına şefaata edecek olsaydı, onları "yardım edilmiş kimseler" diye vafederdi, çünkü fâsık, Hz. Peygamber'in şefaati sebebiyle azaptan kurtulursa, Hz. Peygamber ona nihaî derece yardım etmiş olur, bu da mümkün değildir dediklerini nakleder (Fahredden er-Râzî, 2005, c. IX, 47).

Râzî, "Rasûlüm! Onları yaklaşan o kıyâmet günüyle korkut! O vakit insanlar kederlerini dehşet içinde yutkunurlarken yürekler gırtlaklara dayanır. Artık zâlimler için ne sıcak bir dost bulunur, ne de sözü dinlenir bir şefaataçi" (el-Mü'min 40/18) âyetinin tefsiri sadedinde Mu'tezile'nin ekserisinin, günahkârlara şefaata edilmeyeceği hususunda, Cenâb-ı Hak'ın; "Zâlimlerin, ne müşfik bir yakını, ne sözü dinlenir bir şefaataçisi vardır" ifadesiyle istidlâlde bulduklarını belirtir. Râzî, ayrıca ayette onların, sözü dinlenir bir şefaataçilerinin olmayacağını belirtildiğini ve günahkârlar ve zâlimler için böyle bir şefaataçinin bulunmamasını vacip olacağını Mu'tezile mezhebine mensup olanların dediklerini nakleder. Râzî, bu açıklamaları yaptıktan sonra Ehl-i Sünnet âlimlerinin Mu'tezile'nin iddialarına verdikleri cevapları şöyle sıralar:

1) Cenâb-ı Hak, onların sözü dinlenir bir şefaataçisinin bulunmasını nefyetmiştir. Bu ise, şefaataçinin bulunmamasına delâlet etmez. Baksana, sen, "Yanımda satılık kitap yoktur" dediğinde, bu, satılık bir kitabın bulunmasını nefyeder; kitap cinsinin bulunmamasını iktizâ etmez. Nitekim Araplar şöyle demişlerdir: "Orada, deliğine giren keler göremezsiniz." Bu âyetteki بَطَّافٌ lafzı, sözü dinlenir bir şefaataçinin bulunmamasını iktiza eder. Böylece bu da, eğer onlar için Kıyâmet gününde, Allah'ın dinleyeceği bir şefaataçilerinin olmadığına delâlet eder. Çünkü varlık âleminde, hali Allah'tan daha yüce

olan bir kimse yoktur ki, "Allah ona itaat eder, boyun eğer" denilebilsin (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. IX, 47-48).

2) "Zâlimler" ifadesinden burada murad, kâfirlerdir. Bunun delili şudur: Bu âyet, Allah'ın âyetlerine karşı cidâl eden kâfirleri men edip, yıldırmak için gelmiştir. O halde bu vasfın, onlara tahsis edilmesi gerekir. Bize göre, kâfirler hakkında şefaât bulunmamaktadır. Râzî, kendisinin de benimsediği bu açıklamalardan sonra şefaatin inkârının bir tutarsızlık olduğunu söyleyerek bu bahsi tamamlar (Fahreddin er-Râzî, 2005, c. IX, 47-48).

Elmalılı, "Zâlimler için ne ısınacak bir dost vardır, ne de sözü dinlenecek bir şefaâtçi" (el-Mü'min 40/18) âyetini tefsir ederken, zâlimler için ne sıcak bir dostun, ne şefkatli bir yakınun, ne de itâat edilen, sözü dinlenen bir şefaâtçinin olmadığını belirtir. Elmalılı, âyette yer alan zamirlerin kâfirlere râci olup, onların zulümlerinden dolayı burada kâfirlere tahsis yapıldığını söyler (Yazır, 2022, c. IV, 776).

Âhirette şefaatin olmayacağını haber veren bir diğer âyet-i kerîme de Müddessir sûresinde yer alan, *فَمَا تَنْفَعُهُمْ شَفَاعَةُ الشَّافِعِينَ* "Artık şefaât edenlerin şefaati onlara bir fayda vermeyecektir" (el-Müddessir 74/48) âyetidir.

Zemahşerî, bu âyeti tefsir ederken, 'şefaâtçi'lerin şefaatinin de onlara kâr etmeyeceğini, yani melekler, nebiler ve diğer bütün 'şefaâtçi'lerin hepsi şefaât etse bile şefaâtlarının bunlara yararı olmayacağını belirtir. Çünkü şefaât Allah'ın razı olduğu kimseye edilir. Bunlara ise gazap edilmiştir. Zemahşerî, bu sözün, o gün şefaatin fayda vereceğine delil olduğu ve şefaatin Allah'ın razı olduğu kimselerin derecesini artıracığı görüşündedir" (Zemahşerî, 1987, c. IV, 655).

Râzî, "Artık şefaât edicilerin hiçbir şefaati onlara fayda vermeyecek" (el-Müddessir 74/48) âyetini yorumlarken, Ehl-i Sünnet âlimleri bu âyetin, "mefhum-u muhâlifine" bakarak, günah sahipleri için şefaatin olacağını söylemiş ve şöyle demişlerdir: "Şefaatin fayda vermeyişinin bu kâfirler için söz konusu olduğunun söylenmesi, şefaâtçilerin şefaatinin bunlardan başkasına fayda verebileceğine delalet eder" (Fahreddin er-Râzî, 1999, c. IV, 655).

Elmalılı ise, "Artık şefaât edicilerin hiçbir şefaati onlara fayda vermeyecek" (el-Müddessir 74/48) âyetini tefsir ederken, artık onlara şefaâtçilerin şefaatinin fayda vermeyeceğini, çünkü onların imansız gittiklerini söyler. Elmalılı o gün mü'minlere şefaât edileceğini, kâfirlerin yalanlamasalar, Allah'ı inkâr etmeselerdi belki de amel defteri sağından verilenlerin onlara şefaatinin mümkün olabileceğini ifade eder. Ancak kâfirler, inkâr ile birlikte işlemiş oldukları suçlardan dolayı şefaâtçilerin tümü de şefaât etse onlara bir yararı olmayacağını, dolayısıyla onların işledikleri suçların cezası olarak o cehenneme gireceklerini söyleyerek sözlerini tamamlar" (Yazır, 2022, c. VI, 104).

## Sonuç

Allah'ın iznine bağlı olmak üzere bazı özelliklere sahip olan kişilere şefaât edileceği konusunda müfessirler görüş birliğine sahiptir. Ancak İslâm âlimleri arasında küçük veya büyük günah işleyip tövbe etmeden ölen müslümanlar için şefaatin mümkün olup olmayacağı ile ilgili olarak Hz. Peygamber'in vefatından itibaren devam eden bir tartışma vardır. Yüce Allah'ın dilemesine bağlı olarak, mü'minlerin cennetteki derecelerinin yükseltileceği ve büyük günah sahibi müslümanlara Allah katında şefaât edileceği, fakat kâfirlere şefaât edilmeyeceği hususunda İslâm âlimleri fikir birliği içindedir. Ehl-i Sünnet



i'tikâdına mensup âlimlere göre azaba müstahak olmuş ve tövbe etmeden ölen büyük günah işleyen mü'minler için şefaatin söz konusu olacaktır. Mu'tezile mezhebine mensup âlimler ise, Kur'ân-ı Kerîm'de haber verilen şefaatin mü'min olarak ölenleri kapsayacağı ancak büyük günah işleyip de tövbe etmeden ölen mü'minlerin fâsık oldukları için onların şefaate nail olamayacakları görüşündedir. Yine Mu'tezile'ye göre sadece Allah'ın hoşnud olduğu ve şefaate layık müslümanlara sevap ve derecelerinin artırılması yönüyle şefaate edilecektir.

Çalışmada konu edilen Mu'tezile mezhebine mensup bir müfessir olan Zemahşerî ile Ehl-i Sünnet mezhebine mensup birer müfessir olan Fahreddin Râzî ve Elmalılı Hamdi Yazır, yapmış oldukları tefsirlerde mezheplerinin etkisinde kalarak görüş beyan etmişlerdir. Bu durumu Kur'ân-ı Kerîm'de şefaate ilgili olan âyetlere ilişkin yapmış oldukları yorumlarda müşahede etmiş bulunuyoruz. Zemahşerî mezhebinin sahip olduğu beş temel esastan biri olan el-menzile beyne'l-menzileteyn ilkesinden hareketle büyük günah sahibi müslümanı fâsık olarak nitelendirerek imanla küfür arasında bir yere koymuş ve tövbe etmeden ölmesi halinde şefaatten mahrum kalacağını ifade etmiştir. O, ilgili âyetlerde geçen zâlim ifadesini de bu büyük günah sahibi Müslüman için kullanmıştır.

Kur'ân-ı Kerîm'de şefaate ilgili âyetlere bakıldığında, *"Allah, o (peygamberleri) geleceğini de, geçmişini de bilir. Onlar ancak Allah'ın razı olduğu kimselere şefaate edebilirler. Hepsi de O'na duydukları derin korku ve saygı sebebiyle tir tir titrerler"* (el-Enbiya 21/28) âyetinde olduğu gibi Allah'ın razı olduğu kimselere şefaate edilebileceğinden bahsedilmektedir. Yine *"Allah'ın huzurunda, O'nun izin verdiği kişi hakkında ve yine O'nun izin verdiği kişi tarafından yapılmadıkça şefaate de hiçbir fayda vermez"* (es-Sebe' 34/23) âyetinde de şefaatin sadece Allah'ın izniyle gerçekleşeceği ve Allah izin vermedikçe ahirette hiçbir kimsenin şefaate etmesinin söz konusu olamayacağı haber verilmektedir.

Ancak *"Öyle bir günden korkun ki, o günde hiç kimse başkası için herhangi bir ödemede bulunamaz; hiç kimseden şefaate kabul olunmaz, fidye alınmaz; onlara asla yardım da yapılmaz"* (el-Bakara 2/48), *"Zâlimlerin ne dostu ne de sözü dinlenir şefaateçisi vardır"* (el-Mü'min 40/18) âyetlerinde de genel olarak şefaatin olmayacağından söz edilmektedir. Dolayısıyla bu konudaki âyetler arasında ilk bakışta bir müşkil göze çarpmakta olup Kur'ân âyetleri arasında bir tezatlığın olması da mümkün değildir. Kur'ân-ı Kerîm'deki bazı âyet-i kerîmelere bakıldığında Allah Teâlâ'nın izin verdiği kişi ya da kişilerin âhirette şefaate etmesinden bahsedilirken, bazı âyet-i kerîmelere göre ise âhirette hiç kimsenin şefaate etmesinin mümkün olmayacağı vurgulanmaktadır. Kur'ân-ı Kerîm'de bazı âyet-i kerîmelerde âhirette şefaatin Allah'ın izniyle gerçekleşeceği haber verilirken, bazı âyet-i kerîmelerde ise âhirette şefaatin söz konusu olmayacağı beyan edilmesinden kaynaklanan müşkilliğin çözümü noktasında Mu'tezile ve Ehl-i Sünnet müfessirleri arasında bakış açısı farkını ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmamızın sonucunda, Mu'tezile mezhebine mensup bir müfessir olan Zemahşerî'nin, şefaatin olduğunu beyan eden âyetlerle şefaatin olmadığını beyan eden âyetler arasındaki müşkili; kâfirler için ve büyük günah işleyip de tövbe etmeden ölen Müslümanlara kesinlikle şefaate edilmeyeceği, şefaatin ancak Allah'ın razı olduğu Mü'minlere fazladan lütfetme şeklinde olacağı yönüyle tahsis ederek çözdüğünü gördük. Ayrıca onun, şefaatin sadece daha ziyade fazilet ve üstünlük için olduğunu ve başka bir şey için olmadığını düşündüğünü tesbit ettik. Zemahşerî'nin Mu'tezile mezhebine mensup olmasına rağmen, şefaatin kapsamını daraltarak sınırlı da olsa kabul ettiğini kaydettik. Ehl-i Sünnet anlayışına sahip birer müfessir

olan Fahreddin Râzî'nin ve Elmalılı Hamdi Yazır'ın ise, âyetler arasında görülen müşkili; şefaatin olmadığını anlatan âyetlerin kâfirler ile ilgili olduğunu söyleyerek ve hadis-i şeriflerden getirdikleri delillerle ortaya koyarak çözmeye çalıştıklarını gördük.

Bu üç müfessirimizin kâfirlere âhirette şefaât edilmeyeceği hususunda hem fikir olduklarını gözlemledik. Ayrıca hadisleri kabul konusunda Ehl-i Sünnet'ten farklı bir tavır takınan Mu'tezile, prensiplerine uygun bulmadıkları hadis-i şerifleri dikkate almadıkları için ahirette şefaatin olmadığı sonucuna varmıştır. Örneğin "Benim şefaâtim ümmetimden büyük günah sahipleri içindir" hadis-i şerifini Ehl-i Sünnet ekolüne mensup Fahreddin Râzî ve Elmalılı Hamdi Yazır büyük günah işleyenlere şefaât edileceği konusunda delil olarak kullanmışlar ve büyük günah sahibi kimselere Hz. Peygamber'in şefaât edeceğini söylemişlerdir. Zemahşerî ise, mezhebinin ilkeleri doğrultusunda hareket ederek bu hadisin haberi vâhid olduğunu ve i'tikâdî konularda haberi vâhidin zan ifade ettiği için delil olarak kullanılmayacağını ifade ederek bu hadise itirazda bulunmuştur.

### **Etik Kurul İzni**

Bu makale etik kurul izni gerektiren bir çalışma gurubunda yer almamaktadır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar, makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları, aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça


- Abdülcebbâr, K. E.-H. K. b. A. b. A. el-Hemedânî. (1965). *Şerhu'l-usûli'l-hamse* (Çev. A. Osman). Mektebetü Vehbe.
- Abdülcebbâr, K. E.-H. K. b. A. b. A. el-Hemedânî. (2023). *Bir Kur'ân Savunusu Örneği: Kâdî Abdülcebbâr'ın Tenzihü'l-Kur'ân anî'l-Metâin*. B. Çetiner (Ed.), (Çev. A. Karataş & S. Aksoy). 1. bs. Çınar Matbaa ve Yayıncılık San. Tic. Ltd.Şti.
- Alıcı, M. (2010). Şefaât. İçinde *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (C. 38). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Bayram, İ. (2021). Ömer Neseî' de Şefaât Düşüncesi. *Balıkesir İlahiyat Dergisi*, 13, 181-220.
- Cerrahoğlu, İ. (1993). *Tefsir Usulü*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Düzenli, Y. (2008). *Üslub ve Semantik Açısından Kur'ân ve Şefaât*. Pınar Yayınları.
- Ebü'l-Fazl Cemâlüddîn, İ. M. (1993). *Lisânü'l-arab*. Dâr-ü Sâdır.
- el-Buhârî, E. A. M. b. İ. b. İ. el-Cu'fî. (2001). *El-Câmiu's-sahih*. M. Z. b. Nâsır (Ed.) 1-9. Dâru Tavku'n-Necât.
- el-Cevherî, E. N. G. b. H. (1998). *Es-Sihâh Tâcü'l-Lüğa*. Ş. Ebû Amr (Ed.). Dâru'l- Fikr.
- er-Râzî, E. A. (Ebü'l-F. F. M. b. 'Ömer b. H. (1988). *Eş-Şefâ'ati'l-Uzmâ fi yevmi'l-Kıyâme*. A. H. es-Sakâ (Ed.). el-Mektebetü'l-Ezheriyye.
- er-Râgıb el-İsfahânî, E.-K. H. b. M. b. el-Mufaddal. (1982). *El-Müfredât fi Garîbi'l- Kur'ân* (Çev. S. A. ed-Dâvûdî). Dâru'l-Kâlem- ed-Dâru'ş-Şâmiyye.
- Fahreddin er-Râzî, M. b. Ö. b. el-H. b. A. el-Kureşî et-Teymî. (1999). *Mefâtihu'l-Ğayb/et-Tefsîru'l-Kebîr*. Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabiyy.
- Fahreddin er-Râzî, M. b. Ö. b. el-H. b. A. el-Kureşî et-Teymî. (2005). *Mefâtihu'l-Ğayb*. Dâru'l-Fikr.
- Gengil, V. (2021). *Tefsir Geleneğinde Soru-Cevap Metodu*. Fecr Yayınları.
- İbn Mâce, E. A. M. bin Y. (1992). *Sünen-ü İbni Mâce*. Çağrı Yayınları.
- Müslim, E.-H. M. b. H. en-Neysâbü'rî. (1954). *El-Câmiu's-sahih*. M. F. Abdülbâkî (Ed.), 1-5. Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî.
- Narol, S. (2015). Fahreddin Razi ve Kadi Abdülcebbâr'ın Şefaât Konusundaki Ayetlere Yaklaşımı ve Değerlendirilmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 26, Article 26.
- Sa' deddîn Mes'ûd b. Ömer, T. (1991). *Şerh'ul-makâsîd* (Çev. S. Uludağ). Dergâh Yayınları.
- Süleyman bin el-Eşa's, E. D. (1992). *Sünen-ü Ebî Dâvud*. Çağrı Yayınları.
- Tirmizî, E. İ. M. b. İ. (1992). *Sünenu't-Tirmizî*. Çağrı Yayınları.
- Yavuz, Y. Ş. (2010). Şefaât. İçinde *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (C. 38, ss. 412-415). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Yazır, E. H. (2012). *Hak Dini Kur'ân Dili*. Zehraveyn Yayınları.
- Yazır, E. H. (2022). *Hak Dini Kur'ân Dili* (Çev. A. C. Köksal & M. Kaya). 1. bs, 1-6. İmak Yayınları.
- Zemahşerî, E.-K. C. M. b. Ö. b. M. el-Hârizmî. (1935). *El-keşşâf'an hakâ'iki ğavâmidî't-tenzîl ve 'uyûni'l-ekâvîl fi vucûhi't-te'vîl*. et-Ticâriyyetü'l-Kübra.

Zemahşerî, E.-K. C. M. b. Ö. b. M. el-Hârizmî. (1987). *El-keşşâf 'an hakâ'iki ğavâmidî't-tenzîl ve 'uyûni'l-ekâvîl fî vucûhi't-te'vîl*. Dârü'l-Kitâbi'l-Arabî.



# KADINA YÖNELİK ŞİDDET BAĞLAMINDA TELEVİZYON İÇERİKLERİNİN ŞİDDET MAĞDURU KADINLAR TARAFINDAN ALGILANMASI: FENOMENOLOJİK BİR ARAŞTIRMA\*

 Gül DÖKER<sup>a</sup>

 Mustafa KOÇER<sup>b</sup>

## Öz

Bu çalışma televizyonda yayınlanan şiddet içerikli yayınların, kadınların deneyimledikleri şiddete etkisini tespit etmek, şiddet deneyiminin ne anlama geldiğini keşfetmek, söz konusu deneyimin özünü anlamaya çalışmak amacıyla fenomenolojik bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Bu amaç doğrultusunda fenomenolojik araştırma yöntemi kullanılmış olup, şiddete maruz kalan yedi kadınla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Elde edilen bulgular istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcılar televizyonda gösterilen kadına yönelik şiddet içerikli yayınların yaşadıkları şiddeti tetiklemesine, normalleştirmesine ve direkt sebep olmasına yönelik deneyimlerini aktarırken; bu yayınların erkek üzerinde asabılık, kıskançlık, aşağılama gibi olumsuz davranışlar oluşturduğunu bildirmişlerdir. Aynı zamanda katılımcılar bu tür yayınların kadın psikolojisi üzerinde; kendini yalnız ve yetersiz hissetme, çevreden soyutlama, suçu kendinde arama, aileye yönelme ya da aileden kaçma, geçmişi hatırlama, korku, sosyalleşememe gibi etkiler yarattığı görüşündedir. Ayrıca kadınların tümü kadına yönelik şiddet içeren yayınların kadın erkek düşmanlığı yarattığını ve erkeğe cesaret verdiğini de dile getirmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın, Şiddet, Şiddet deneyimi, Televizyon, Şiddet içeren yayınlar.



## PERCEPTION OF TELEVISION CONTENT IN THE CONTEXT OF VIOLENCE AGAINST WOMEN BY WOMEN VICTIMS: A PHENOMENOLOGICAL RESEARCH

### Abstract

This study was designed with a phenomenological approach to determine the effects of violent television broadcasts on the violence experienced by women, to discover the meaning of the experience of violence, and to try to understand the essence of the experience in question. For this purpose, the phenomenological research

\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "Şiddete Maruz Kalan Kadınlar: Televizyon İçeriklerinin Etkisine Yönelik Fenomenolojik Bir Araştırma" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı, dokergul@gmail.com

<sup>b</sup> Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, mkacur@erciyes.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 07.09.2024, Makale Kabul Tarihi: 14.10.2024

method was used and in-depth interviews were conducted with seven women who were subjected to violence. The findings obtained were analyzed using a statistical program. While the participants shared their experiences of how violent television broadcasts against women triggered, normalized, and directly caused the violence they experienced, they reported that these broadcasts caused negative behaviors such as irritability, jealousy, and humiliation in men. At the same time, the participants believed that such broadcasts had effects on women's psychology such as feeling lonely and inadequate, isolating themselves from their surroundings, seeking blame, turning to or escaping from their families, remembering the past, fear, and not being able to socialize. In addition, all of the women stated that violent broadcasts against women created hostility towards women and encouraged men. the tables, figures and the references.

**Keywords:** Women, Violence, Experience of violence, Television, Violent broadcasts.



## Giriş

Tarih boyunca hemen hemen bütün toplumlarda şiddete maruz kalan kadınların, günümüz modern toplumlarında da şiddete maruz kaldığı görülmektedir. Herhangi bir kadına ne sebeple olursa olsun fiziksel, psikolojik ya da cinsel yönden zarar veren eylemlerin bütünü oluşturarak kadına yönelik şiddet, insan hakları ihlali ve suç sayılmakta (Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun, 2012), toplumsal bir sorun oluşturmaktadır. Bu nedenle kadına yönelik şiddeti engellemek ve bu şiddetle mücadele etmek toplumsal açıdan zorunluluk arz etmektedir.

Kadına yönelik şiddet faili ve mağduru açısından yaş, sosyal statü ya da eğitim durumu gibi özelliklere bakılmaksızın, toplumun her kesiminde gerçekleşebilmektedir. Bu şiddet türü ev, iş yeri vs. gerçekleşebildiği gibi topluma açık alanlarda da meydana gelmekte, kadının darp edilmesi, cinsel saldırıya uğraması veya tecavüz edilmesi gibi eylemlerin yanında, psikolojik saldırılar olarak nitelendirilen hakaret, tehdit, aşağılama gibi unsurları da içinde barındırabilmekte, kadınlarda anksiyete, travma sonrası stres bozukluğu, depresyon gibi psikolojik sorunlar oluşturabilmektedir. Ayrıca kadına yönelik şiddet kadınlarda fiziksel yaralanmalara, sakatlıklara yol açabildiği gibi kadınların büyük bir kısmının ölümüne de sebep olabilmektedir.

Kadının can güvenliğini tehdit eden eylemlere kadar uzanan kadına yönelik şiddetle mücadelede bu şiddet eylemlerinin altında yatan sebeplerin iyi analiz edilmesi, şiddet eylemi ile mücadele edilmesi ve çözüm üretilmesi büyük önem taşımaktadır. Temelde toplumsal bir yapı problemi olan kadına yönelik şiddetle mücadelede; toplumsal kurumların iş birliği içinde olmasının (Akkaş & Uyanık, 2016, s. 41) yanı sıra televizyonu da içinde barındıran sosyal faktörlerin değerlendirilmesi ve analiz edilmesi gerekmektedir.

Geçmişten günümüze kadar uzanan kadına yönelik şiddetle mücadelede, şiddetin meydana gelmesinde ya da artmasında oldukça önemli bir yer tutan medya ve televizyon içeriklerinin sayılarının her geçen gün arttığı gözlemlenmektedir. İnsanların dünya görüşlerini, davranışlarını değiştiren aynı zamanda insanlara yeni rol modeller sunan kitle iletişim araçları, şiddetin toplum tarafından içselleştirilmesine ve gündelik yaşamda hiç yadırganmayacak bir olgu olarak karşımıza çıkmasına neden olmaktadır. İnsan davranışlarını değiştiren ve olumsuz yönde etkileyen bu olgu kitle, iletişim araçları

sayesinde sadece şiddeti değil aynı zamanda da şiddetin kurbanı olmayı meşru kılmıştır (Gerbner vd., 1980, s. 11). Bu nedenle kadına yönelik şiddetle mücadelede televizyon içeriklerinin toplum üzerinde yarattığı etki, göz ardı edilmemesi gereken önemli bir faktördür.

Modern toplumlarda özellikle teknolojinin ilerlemesi ile birlikte kendini revize ederek, halen kullanım olarak ilk sıralarda yer alan, kitle iletişiminde önemli bir yer tutan televizyon, günlük yaşamı büyük oranda etkilemekle kalmayıp (Erdal, 2012, s. 61), kadına yönelik şiddet mağdurlarının anlattıklarını konu alan programlarla, kadınlarda çeşitli korkular uyandırarak, kadınları yaşadıklarına razı olmalarına ve yaşanan şiddetin gizlenmesine de sebebiyet verebilmektedir. Bu durum kadına yönelik şiddetle mücadelede, şiddet içeren televizyon programlarının incelenmesi gerektiği düşüncesini ortaya koymaktadır.

Tüm bu sebeplerle beraber gerçekleştirilen çalışma; kadına yönelik şiddet konusunda şiddete maruz kalmış kadınların bizzat kendilerinden elde edinilen bilgiler ışığında, şiddet içerikli televizyon yayınlarının, deneyimlemiş oldukları şiddette etkili olup/olmadığı araştırılarak; kadına yönelik şiddette, şiddet içerikli yayınların nasıl etkili olduğu üzerinde çalışılmıştır. Söz konusu kapsamda kadına yönelik şiddeti anlamak, anlamlandırmak ve şiddet içerikli televizyon yayınlarının kadına yönelik şiddette nasıl etkili olduğunu gözler önüne sermek adına, bizzat şiddeti deneyimleyen kadınlardan alınan görüşlerle gerçekleştirilen bu çalışma; fenomenolojik yöntem kullanılarak oluşturulmuş olup, literatüre katkı sağlayacak aynı zamanda da kadına yönelik şiddetle mücadelede iyi bir kaynak oluşturacaktır. Gerçekleştirilen çalışma, bahsi geçen olguyu deneyimleyen kişiler ile gerçekleştirilmesi ve şiddet içerikli televizyon yayınlarını kapsaması bakımından değer arz etmektedir.

Çalışma kapsamında şiddete maruz kalan yedi kadınla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Kadınların deneyimlerinden yola çıkarak şiddet olgusu anlaşılmalı çalışılmış, kadına yönelik şiddetin altında yatan sebepler derinlemesine analiz edilmiş ve televizyonda yayınlanan şiddet içerikli yayınların kadına yönelik şiddet eylemini arttırdığı anlaşılmıştır. Söz konusu yayınların şiddeti deneyimleyen kadınlar üzerinde psikolojik izler bıraktığı da ortaya çıkmıştır.

## A. KADINA YÖNELİK ŞİDDET

İnsanlığın toplumsal bir yapı oluşturma çabasından günümüze kadar geçen süreçte, azalmaktan ziyade artarak süregelen şiddet sorunsalı, toplumsal yaşamda mücadele edilmesi gereken en önemli konulardan birini teşkil etmektedir. Toplumsal uzamda oluşturulan şiddet eylemi, bireylerin tutum ve davranışlarını ya da psikolojik durumlarını etkilemekle kalmamış, şiddet üzerinden de konumlandırılan eril tahakkümle beraber toplumda var olan düzeni pekiştirmiştir. Erkeklerin kadın üzerinde hegemonya oluşturma çabası, kadının benlik algısının değişmesine ve öz saygısının kaybolmasına sebebiyet verecek, kadını toplumdan izole edecek seviyeye kadar ulaşmıştır. Bunların yanı sıra zaman zaman kadınların hayatlarına da mal olan olaylar yaşanmıştır. Bu noktada söz konusu eylem türü; kadının fiziksel, psikolojik sağlığını, can güvenliğini tehdit etmesinden dolayı; tüm dünyada çözüm üretilmesi zorunlu hale gelen sorunlar arasında yer almaktadır.

En genel manada şiddet kavramı, zaman ve mekan fark etmeksizin bireye fiziksel, cinsel ve psikolojik açıdan zarar verecek, bilinçli şekilde bir kişi tarafından ya da toplu halde gerçekleştirilen

davranışların tamamını içermektedir (Avcı, 2020, s. 17). Bu nedenle kişiye zarar vermek adına gerçekleştirilen saldırganlık eylemleri, baskı, eziyet, tehdit, isyan, öldürme eylemi, cezalandırma, hakaret, cinsel içerikli konuşmalar ve cinsel içerikli eylemler, topluluk önünde ya da kişi yalnızken uygulanabilen küçük düşürücü davranışlar şiddete örnek gösterilebildiği gibi toplum açısından önemli olan bu kavramın daha birçok örnekleri de bulunmaktadır.

Sosyal bilimciler ve davranış bilimcileri tarafından şiddetin doğuştan gelen, içgüdüsel bir davranış biçimi olduğu ve toplumsal bir varlık olan insanın yaşamındaki çevresel etkilere dayalı olarak, içinde yaşadığı toplumun davranışlarının şiddeti artırdığı ve etkilediği görüşüne varılmıştır (Halıcı, 2007, s. 21). Bu nedenle gerçekleştirilen bu çalışma kaynağını; şiddetin ortaya çıkmasında doğuştan ya da içgüdüsel etkenlerin dışında, çevresel işaretlere de önem atfeden ve saldırgan davranışları işaret, tepki ve ödülleri açısından değerlendiren sosyal öğrenme kuramından almaktadır (Eron, 1994, ss. 4-5). Çalışmada kökeni sosyal öğrenme kuramına dayandırılan kadına yönelik şiddet, genel anlamda şiddet olgusundan ayrı tutulmuştur. Kadına yönelik şiddetin diğer şiddet türlerinden ayrıldığı en önemli nokta; ataerkil toplumlarda yaşayan kadınların, içinde bulunduğu sistem sebebiyle otomatik olarak bastırılması ve aynı toplumsal yapı nedeniyle şiddete maruz kalmasıdır (Ertürk, 2015, s. 40). Söz konusu şiddet türü geleneksel toplum yapısının içinde barındırdığı, eril tahakkümün en çarpıcı sonuçları arasındadır. Fakat bu toplumlarda yaşanan şiddet eylemi, her ne kadar geçici veya anlık bir durum olsa da nesilden nesile aktararak devamlılığının sağlandığı ve eylemin içselleştirilerek normalleştirildiği göz ardı edilen bir gerçektir. Bunun yanı sıra özünde kadına yönelik şiddetin sadece geleneksel toplumlarda var olan bir sorun değil; modern toplum yapısının da kanayan yarasını oluşturmakla birlikte, küresel düzeyde de sorun teşkil ettiği öngörülmektedir.

Kadına çeşitli şekillerde uygulanan her türlü fiziksel, sözel, cinsel, ekonomik, psikolojik şiddet; dünya üzerinde hiçbir şekilde müsamaha gösterilemeyecek ve normalleştirilmemesi gereken en önemli konuların başında gelmektedir. Başta kendi ülkemiz olmak üzere; tüm dünyada kadına yönelik şiddet, engellenmesi ve tamamen ortadan kaldırılması gereken ciddi bir sorundur. Kadına yönelik şiddet konusunda pek çok tanım yapılmakla birlikte yapılan bütün tanımlar, kadın şiddetinin insan haklarının ihlali olduğu konusunda birleşmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün 2014 yılında raporladığı istatistiksel verilere göre; dünya genelinde kadınların %30'unun yaşamlarının herhangi bir noktasında fiziksel ya da cinsel şiddete maruz kaldığını belirtmiştir. Bu doğrultuda partner şiddetinin en yoğun yaşandığı bölge %37,7 ile Güney Doğu Asya, sonrasında sırası ile %37 ile Doğu Akdeniz, %36,6 ile Afrika, %29,8 ile Amerika, %25,4 ile Avrupa, %24,6 ile Batı Pasifik ve yüksek gelire sahip ülkelerde ise; bu oran %23,2 olarak yer almaktadır (World Health Organization [WHO], 2014). Vatandaş (2003, ss. 173-176) tarafından Türkiye'de yapılan bir çalışmada ise; Türkiye genelinde 5385 evli erkek ve kadınla yapılan çalışmada, "gerektiğinde bir erkek karısını dövebilir" diyerek şiddeti onaylayan erkeklerin oranı %38.3 iken bu oranın kadınlarda %16.2 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'de Sivas, Adıyaman, Denizli ve Kırklareli illerinde yapılan yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilen bir alan araştırmasında; aile içi şiddete uğrayan kadınların oranının %27,5 olduğu belirlenmiştir. 2007 yılında yapılan bu çalışmada kadınların büyük çoğunluğunun birden fazla şiddet türüne maruz kaldığı saptanmıştır (Kocacık vd., 2007, ss. 698-720). Çalışma sonucunda ortaya çıkan 'birden fazla şiddet türü', aile içi şiddete uğrayan kadınların oranının yüksek olması ile beraber dikkatleri çeken ikinci önemli noktadır. Aile ve Sosyal



Araştırmalar Genel Müdürlüğü ve Türkiye İstatistik Kurumu tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırmada ise; eşi ile anlaşmazlık yaşanması durumunda herhangi bir fiziksel şiddet kullanmadığını dile getiren evli kadınların oranı %96 olduğu saptanmıştır (ASPB, 2014, s. 152).

Bu oranlar göz önüne alındığında; dünya genelinde kadının maruz kaldığı şiddetin ülkelerin gelişmişlik, ekonomik ve refah düzeyinden bağımsız olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Değişen toplum yapılarıyla birlikte özellikle kadına yönelik şiddetin de fiziksel, cinsel, sözlü, ekonomik, psikolojik, sosyal ve yapısal şiddet olarak değiştiği görülmüştür. 6284 sayılı Kanun'da yer alan şiddet tanımına göre fiziksel, cinsel, psikolojik, sözlü veya ekonomik her türlü tutum ve davranış şiddet eylemi olarak kabul edilmiştir (Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun, 2012, md. 2). Yaşanan teknolojik gelişmelerle beraber iletişim araçlarının gelişmesi aynı zamanda çeşitlenmesiyle kurgusal olarak yaratılan kadına yönelik söz konusu şiddet türleri, başta sinema daha sonra televizyon teknolojisiyle evlerimizin başköşesine yerleşmiştir. Televizyonun görsel ve işitsel karakteri, aile bireylerinin birlikte izlediği bir etkinlik ortamı yaratma özelliği, etki gücünün bireysel olabildiği gibi toplumsal, kültürel, psikolojik ve sosyolojik olması açısından televizyonu en önemli kitle iletişim araçları arasında konumlandırmaktadır. Günümüzde toplumların enformasyon kaynağı olarak kullandığı araçlar arasında icat edildiği günden bu yana önemini koruyan televizyon, insanların dünyaya ilişkin deneyimlerini ve pratiklerini de yansıtmaktadır. Ancak televizyon ekranlarında kurgulanan şiddet ve şiddet içerikli metinlerin gün geçtikçe artıyor olması, şiddet olgusu ve televizyon ilişkisinin sorgulanması konusunda dikkatleri üzerine çekmektedir.

## B. KADINA YÖNELİK ŞİDDETİN TELEVİZYONA TAŞINMASI

İçinde bulunduğumuz yüzyılda iletişim araçlarının gelişmesi aynı zamanda çeşitlenmesiyle beraber kurgusal olarak yaratılan şiddet, başta sinema daha sonra televizyon teknolojisiyle evlerimizin başköşesine yerleşmiştir. Televizyonun görsel ve işitsel karakteri, aile bireylerinin birlikte izlediği bir etkinlik ortamı yaratma özelliği, etki gücünün bireysel olabildiği gibi toplumsal, kültürel, psikolojik ve sosyolojik olması açısından televizyonu en önemli kitle iletişim araçları arasında konumlandırmaktadır. Günümüzde toplumların enformasyon kaynağı olarak kullandığı araçlar arasında icat edildiği günden bu yana önemini koruyan televizyon, insanların dünyaya ilişkin deneyimlerini ve pratiklerini de yansıtmaktadır. Ancak televizyon ekranlarında kurgulanan şiddet ve şiddet içerikli metinlerin gün geçtikçe artıyor olması, şiddet olgusunun sorgulanması konusunda dikkatleri üzerine çekmektedir. Ayrıca televizyon kadına yönelik şiddet mağdurlarının anlattıklarını konu alan programlarla, kadınlarda çeşitli korkular uyandırarak, kadınları yaşadıklarına razı olmalarına ve yaşanan şiddetin gizlenmesine de sebebiyet verebilmektedir.

Medyanın en önemli güçlerinden birisi olan televizyon; bünyesinde görüntü, ses, efekt, müzik, hareketlilik gibi birçok özellik barındırıyor olmasından dolayı diğer kitle iletişim araçlarından ayrı tutulmalıdır. Televizyondaki program biçimleri, insanlar tarafından dikkat çekilmesi için tüm psikolojik kozlarını kullanmaktadır. Gerilim, aksiyon, güldürü, cinsellik, enformasyon, değer, önem, merak, kişisellik, gerçekçilik, yenilik gibi yapımlarının kullanılması ve bu unsurların birinin veya birkaçının aynı anda bir programda yer alması hedef kitleye ulaşmayı ve hedef kitleyi harekete geçirmeyi

kolaylaştırmaktadır (Kars, 2003, s. 13). Bu sayede izler kitlenin sadakatini de elde eden kısıtlı kodlarla hazırlanan televizyon programları, uzun soluklu bir şekilde ekranlarda gösterilmektedir.

Günümüz toplumlarında şiddet olgusunun izler kitleyi ekran başında tutmak için bir araç haline geldiği görülmektedir. Medyada şiddet konusu ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalarda şiddet olgusuna en çok televizyonda yer verildiği ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan kitle iletişim araçlarının dünyayı izler kitle için televizyon ekranlarında yeniden inşa ederken şiddeti kullandığı görülmektedir (Erdoğan & Alemdar, 1990, ss. 146-147). Söz konusu duruma Türkiye’de 1990’lı yıllarda özel televizyonların yayın hayatına başlaması ile beraber, şiddet olgusu ile beslenen yayınlara her kanalda yer verilmesi ile neden olunmuştur. Televizyonun gözettiği reyting kaygıları *Reality Show*’larda kanlı sahnelere, meydana gelen faciaların her ayrıntısının haber programlarında gösterilmesine, insanların birbirine ekranda hakaret etmesine, özel hayata sözlü saldırıların gösterilmesine vs. sebebiyet vermiştir. Bunların yanı sıra ana unsurlarını şiddetin oluşturduğu yerli ve yabancı filmlerin, dizilerin ‘*prime time*’ da yayınlanması, toplumun şiddet olgusuna bolca maruz kalmasının nedenleri arasında yer almaktadır.

Televizyon metinlerinde genellikle erkeklerin bilhassa anne rolündeki kadınlara yönelik psikolojik, fiziksel şiddet uyguladığı sahneler görülmekte, şiddet uygulayıcısı ise; erkek bir karakter olarak konumlandırılmaktadır. Söz konusu durumda toplumda kadına yönelik şiddet eylemi meşru bir olgu olarak yansıtılmakta ve kadına yönelik şiddete kılıf hazırlanmakla birlikte patriyarşinin de devamlılığı sağlanmaktadır. Televizyon içerikleri dahilinde erkeğin öne çıkarılması, erkeğin kadından bir adım önde olduğunun gösterilmesi yine kadın üzerinden konumlandırılırken, toplumun en küçük ve kutsal olarak tabir edilen aile birliğinin zedelenmesini de beraberinde getirmektedir. Söz konusu durumun televizyonda gösterilen filmlerden dizilere, reklamlara kadar uzandığı görülmektedir. Televizyonda gösterilen şiddet olgusu ve pratiklerinin kurmaca olduğu ve gerçek hayatta karşılık bulmadığı dile getirildiği gibi, bireyleri ve kitleleri etkilemediği iddia edilirken (Maigret, 2013, s. 75), özellikle Türk yapımı dizilerin dış piyasaya ihraç edilmesinin ekonomik, kültürel ve siyasi gücünün büyük olduğu savı, etki gücünün aslında ne derece önemli olduğunu göstermektedir (Deloitte, 2014, s. 35).

Tüm dünyada televizyon yayınları kendi bünyelerinde zıtlıkları barındıran ve bunlardan beslenerek devamlılığını sağlayan, maddi kar elde etmeyi hedefleyen ticari yayınlardır. Bu açıdan televizyon yayınları kişiye sadece bilgi vererek toplumu bilinçlendiren, kişiye olumlu yönde değer katan yayınlar değil, bir takım olumsuz eylemleri de bünyesinde barındıran, içerisinde zıt fikirlerin de yer aldığı, toplum tarafından bu fikirlerin kabul görmeye kalmayıp aynı zamanda da içselleştirildiği gerçeği ile var olan yayınlardır. Televizyonda yayınlanan programların tecimsel boyutu düşünüldüğünde ise; televizyon dizileri başta olmak üzere, filmler, haber bültenleri, yarışma programları, tartışma ve açık oturumlar, belgeseller, magazin programları vb. gibi televizyon yayınlarının neredeyse tümü şiddeti bir alan olarak kullanmaktadır. İlgi ve tecimsel gerekçelerle televizyon yayınlarında kanuna uymamak, bireye zarar vermek ve hakaret etmek, bireyin onurunu kırmak, toplumda sükunet ve huzura son vermek; kişinin hakkını çiğnemek ve bir kişiyi hırpalamak, bilerek ve isteyerek bireyi incitmek, bireyin canını acıtmak için zor kullanmak ve toplumda yıkıcı, aşırı davranışlarda bulunmak vs. şeklinde gösterilen şiddet eylemi toplumda farklı sonuçlar doğurabilmektedir (Erten & Ardalı, 1996, s. 143).

Televizyonda gösterilen şiddet içerikli programların artması ve bireylerin bu programlara uzun süreli maruz kalması sonucunda, toplumun şiddete karşı duyarsızlaştığı gerçeğini beraberinde getirmiştir. Uzmanların büyük bir kısmı medyada gösterilen şiddeti saldırgan davranışlarla ilişkilendiren binden fazla yayın olduğunu ileri sürerek, söz konusu durum hakkında iki önemli noktaya dikkat çekmektedirler. Bunlardan ilki izleyicilerin kendilerini kurban yerine suçlu ile özdeşleştirilmesi; diğeri ise medyada uzun süreli şiddete maruz kalmanın, izleyenleri hayal bile edilemeyeceği davranışlara itmesidir (Özusta, 1995, s. 36). Boyutu ne olursa olsun uzun süre şiddet olgusuna maruz kalmak; şiddet eyleminin normal karşılanmasına ve şiddete karşı duyarsızlaşmaya neden olmaktadır.

Dünya üzerinde şiddete maruz kalan kadınlar; genellikle şiddet uygulayan erkek tarafından cezalandırma ve sonrasında daha fazla şiddete maruz kalma korkusu, hayatlarını devam ettirmek için daha uygun bir yerin olmayışına dair inanç, boşanma ya da ayrılık sonrası gelecek olan ekonomik sorunlar, bir anne olarak en büyük zaafı olan çocuklarını veya evini kaybetme korkusu, insanlara karşı duydukları güvensizlik hissiyatı, öz saygılarını yitirme ya da öz güven eksikliği yaşamaları, mağduriyetini ifade etme noktasında ailesini ve ilişkide olduğu insanları ikna edememe endişesi, toplum tarafından suçlanma korkusu, aile ve evliliğin kutsallığı gibi inançlara sahip olması, şiddetin bir noktadan sonra biteceğine dair kendilerini inandırmaları ve bundan dolayı şiddeti göz ardı etme ya da inkar etme veya maruz kaldığı şiddetin etkilerini benliğinde küçültme, birlikte olduğu erkeğe bağımlılık düzeyinde saplanıp kalma gibi nedenlerden dolayı deneyimledikleri şiddeti örtbas ederler (Sheafor & Horejsi, 2015, s. 154). Kadınların kendilerince geçerli olduğunu düşündükleri sebepler yaşamlarını ve yaşantılarını etkilerken, aile yaşamlarını da derinden sarsmaktadır.

Modern çağda gün geçtikçe azalmak yerine artan şiddet eylemlerinden en fazla kadınlar ve çocuklar etkilenmekte, amacı ekonomik kar sağlamak olan kapitalist sisteme de televizyon bu anlamda aracılık etmektedir. Televizyonda kadına yönelik şiddet içeren metinler ise; yerli ve yabancı diziler, yerli ve yabancı filmler, haber bültenleri, yarışma programları, belgeseller, gerilim ve şiddet içeren programlar, kadın programları, tartışma ve açık oturum programları, magazin programları ve yerel gündemle ilgili programlar olarak sayılabilmektedir.

## C. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

### 1. Araştırmanın Amacı

Şiddete maruz kalan kadınlar ile yapılan görüşmeler sonucunda hazırlanan bu fenomenolojik çalışmanın amacı; televizyonda yayınlanan şiddet içerikli yayınların, kadınların deneyimledikleri şiddete etkisini tespit etmek, şiddet deneyiminin ne anlama geldiğini keşfetmek, söz konusu deneyimin özünü anlamaya çalışmaktır. Gerçekleştirilen çalışma, bahsi geçen olguyu deneyimleyen kadınlar ile gerçekleştirilmesi ve şiddet içerikli televizyon yayınlarını kapsamı bakımından değer arz etmektedir.

### 2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın yöntemini nitel yöntemler çatısı altında bulunan ve filozof Edmund Husserl'in yirminci yüzyılda gerçekleştirdiği amacı; insan deneyimi olan bir olguyu anlamak ve anlamlandırmak (Van Manen, 1997, s. 12) olan çalışmalara dayanan fenomenoloji oluşturmaktadır.

Fenomenoloji yirminci yüzyılın başından itibaren bireylerin deneyimlerini anlamlandırmaya çalışan felsefi hareketten doğmuş (Wilson, 2015, s. 38); insanların belirli bir fenomen ya da kavramla alakalı bakış açılarını ve algılarını, anlayış ve duygularını ifade etmelerini, tanımlamalarını sağlayan aynı zamanda bu fenomeni nasıl deneyimlediklerini tanımlamak için gerçekleştirilen nitel bir çalışmadır (Rose vd., 1995, s. 1124). Söz konusu araştırma yöntemi; nitel araştırmanın kuramsal temellerini meydana getiren felsefe disiplinine dayanarak mantık, anlam, gerçek, gerçekle ilgili değerlerle beraber algılar ve kişilerin bu algılara ilişkin deneyimlerine odaklanmakta, olguların açıklanmasını ve betimlenmesini sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 41).

Tüm bu nedenlerden dolayı özünde tek bir bireye ait olan; fakat deneyimlenen olayların bütününe atıfta bulunan fenomenoloji (Giorgi, 1997, s. 236) bu çalışmanın amacını ve ruhunu en iyi şekilde temsil eden yöntemdir.

### **3. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın ana kütesini Yozgat ili ve ilçelerinde yaşayan, hayatlarının herhangi bir noktasında şiddete maruz kalan on sekiz yaş üstü kadınlar oluşturmaktadır. Kartopu örnekleme yoluyla sözü geçen il ve ilçelerinde şiddete maruz kalan en az 7 kadına ulaşılması hedeflenmiştir. Şiddet mağduru kadınların televizyonda izledikleri şiddetin, kendi yaşadıkları şiddette etkisine yönelik görüşlerinin alınması hedeflenmiştir.

### **4. Araştırmanın Sınırı ve Sınırlılıkları**

Araştırmaya katılan gönüllü katılımcıların hepsinin ataerkil toplum yapısı özelliklerine sahip olan Yozgat il ve ilçeleri sınırları içerisinde yaşamaları, aile birliği içinde şiddet içerikli televizyon programları izlemesi, şiddet ortamında yaşamalarının etkilerinin büyük oranda geçmişe dönük olarak alınması çalışmanın sınırlılıklarıdır. Araştırmanın en temel sınırlılıklarından bir diğeri ise; gönüllü katılımcılarının tamamının 18 yaş üstü kadınların oluşturmasıdır.

### **5. Veri Toplama Süreci**

Çalışmanın amacı doğrultusunda ilk etapta sözü geçen il ve ilçe emniyet müdürlüklerinin birinden şiddete maruz kalarak kaydı alınan şiddet mağduru gönüllü bir katılımcıya ulaşılarak görüşmelere başlanmıştır. Çalışmanın devamında ise; diğer gönüllü katılımcılara kartopu örnekleme yönteminin olarak tanıdığı, ilk temas kurulan katılımcının verileri ışığında, bir sonraki birimle temas kurularak ilerlenmiştir. Araştırmacı tarafından gerekli görülen katılımcılar ile ikinci bir görüşme yapılmıştır. Temas kurulan tüm katılımcılar şiddete maruz kalmış ve aile birlikleri içerisinde şiddet içerikli televizyon programları izlemelerinden dolayı önemlidir. İlk temasa geçilen gönüllü katılımcı ve son temasa geçilen gönüllü katılımcıya ulaşmak dört ay süren bir süreci kapsamıştır. Süreç katılımcıların müsaitlik durumları ve istekleri doğrultusunda, araştırılan konunun hassasiyeti göz önünde tutularak şekillenmiş, etik konularda azami hassasiyet ve duyarlılığa dikkat edilmiştir. Gerçekleştirilmiş olan tüm görüşmeler katılımcıların isteği dahilinde kendi evlerinde, etik kurallar çerçevesinde ses kaydı alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu durum katılımcıların kendilerini daha rahat hissetmesine ve kendilerini daha iyi ifade etmelerine olanak sağlamıştır.

Araştırma boyunca derinlemesine görüşmeler yapılmış, derinlemesine görüşmeler araştırmacının üzerinde çalıştığı konunun tüm boyutlarını ayrıntılı şekilde anlamasına imkan sağlamıştır. Nitel araştırma desenlerinden birisi olan derinlemesine görüşme, incelenen konu ile alakalı olarak araştırmacı ve katılımcı arasındaki sözlü iletişime dayalı bir veri toplama tekniğidir. Derinlemesine görüşmeler araştırmacının özellikle fenomenolojik bir çalışma yürütürken fenomenin tüm detayları ile anlaşılması noktasında oldukça etkin bir yöntemdir. Ancak derinlemesine görüşmeler yapmak, bu görüşmeleri organize etmek ve sonraki süreçler birlikte değerlendirildiği zaman akademik bir çalışma yapan araştırmacı için ekonomik bir yöntem değildir. Fakat fenomenolojik yöntemle çalışan bir araştırmacı için; direkt olarak fenomeni deneyimleyen kişi ile derinlemesine görüşmeler yapmak, araştırmanın sağlıklı ilerlemesi ve araştırma için sağlıklı veriler elde edilmesi noktasında iyi bir yöntem olduğu dile getirilebilir (Boyce & Neale, 2006, s. 3).

Araştırma çerçevesinde gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler için yarı yapılandırılmış görüşme yönergesi oluşturulmuştur. Kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme yönergesi her ne kadar araştırılacak fenomen için ana hatlar çizse de katılımcının vermiş olduğu bilgiler dahilinde bazı sorular çıkarılmış, görüşmenin boyutuna göre farklı sorular eklenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerin araştırmacıya sunduğu esneklik, görüşmeler dahilinde toplanacak verilerin daha sağlıklı olmasına imkan tanımıştır.

Çalışmanın doygunluğa ulaştığı, yeni verilerin alınamadığı 7. kişi ile yapılan görüşme sonunda görüşmeler sonlandırılmıştır. Araştırma çerçevesinde gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler için yarı yapılandırılmış görüşme yönergesi kullanılmıştır. Veriler Mayıs 2023 ile Eylül 2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

## **6. Araştırmada Kullanılan Analizler**

Araştırma kapsamında yapılan görüşmeler fenomenolojik yöntem çerçevesinde gerçekleştirilmiş olup, istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir.

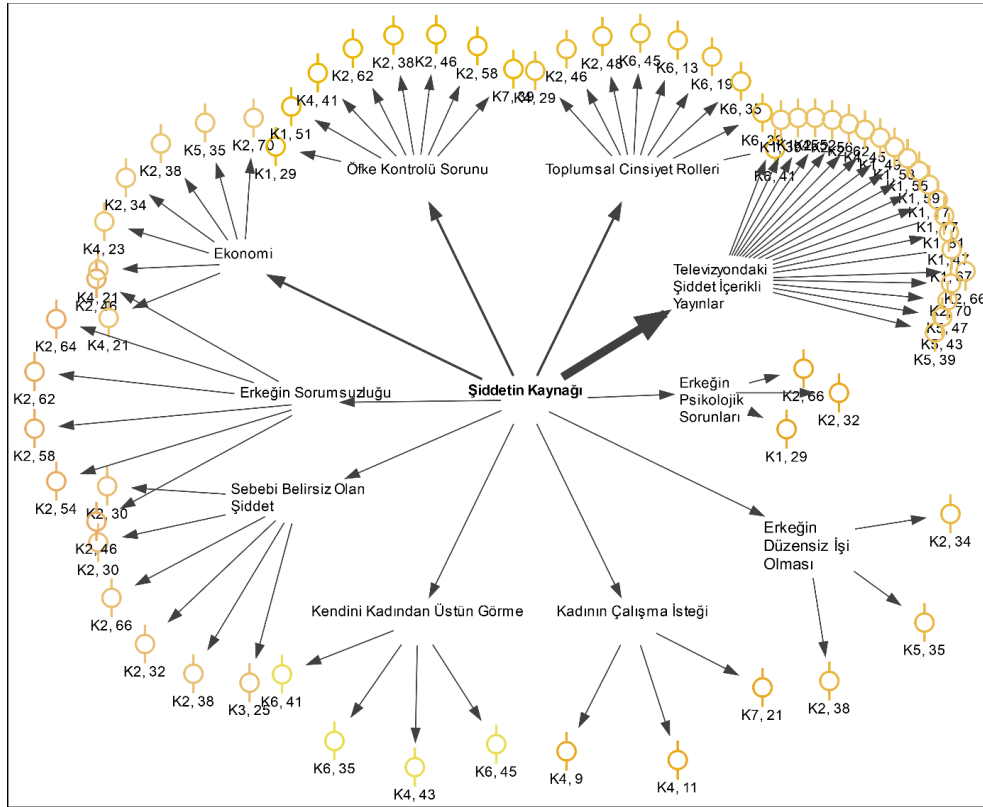
### **D. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

#### **1. Kadınların Şiddet Deneyimleri Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Elde Edilen Bulgular**

##### **1.1. Kadınlara Göre Gördükleri Şiddetin Kaynağı**

Kadınlar yaşadıkları şiddetin sebeplerini anlatırken erkeğin ailesini, erkeğin düzensiz işi olmasını, kadının çalışma isteğini, erkeğin çeşitli psikolojik sorunlara sahip olmasını, erkeğin sorumsuzluğunu, erkeğin diğer kadınlarla ilişkisi olmasını ve başka kadınlara karşı tutumunu, ekonomik sebepleri, toplumsal cinsiyet rollerini, erkeğin televizyon izlemesini ve belirsiz olan nedenleri sıralamışlardır. Kadınlara göre her şey yaşadıkları şiddetin nedeni olabilmektedir. Bu durumu ise; erkeğin psikolojisinin bozukluğu ile ilişkilendirmişlerdir.

Araştırmaya katılan tüm kadınların televizyondaki şiddet içerikli yayınların, yaşadıkları şiddette etkili olduğunu açıkça dile getirmesi önem arz etmektedir.



Şekil 1. Şiddetin Kaynağı

"...gördüğüm şiddet gerçekten yani eşimin kendisi ile alakalı bir durumdu, kişinin kendi yani davranış bozuklukları vardı. O şekilde kaynağı oydu yani." (K1)

"Yani diyorum ya onun için sebep çoktu. İlk sinirden bana vurduğunda kapıya gelen biri yüzünden vurdu, çok kötü dövdü beni. Bir ev mi ne almış bu adamlar beraber, yani taşınan birinin eşyalarını almışlar toptan, sonra satmışlar ama yüklü bir miktar, konuşuyorlardı, buna da az para getirmişler, yoktun sen diye, o günü hiç unutmam. Kapıyı kapattı, surat kıpkırmızı içeri geldi ne oldu dedim. Elinin körü oldu deyip artık gerisini siz düşünün, senin yüzünden onca para gitti daha ne olsun dedi. Başladı vurmaya. Artık devamını düşünmek dahi istemiyorum. Yani ilk dayağımı ikinci gün kapıya gelen biri yüzünden yemiş oldum." (K2)

"Şöyle severek evlendiğim için aslında her şey çok güzeldi ki maddi anlamda sıkıntılar başlayana kadar. Evliliğin birinci yılından sonra başladı diyebilirim. Maddi anlamda daraldığı için her daraldığımda, her sıkıntı yaşadığımda acısını yavaş yavaş benden çıkarmaya başladı." (K4)

"Şöyle yani hani ay yıl diye bir şey söyleyemem ama dediğim gibi sıkıntı maddi anlamda ona ne zaman yansıtırsa o da aynı şekilde (şiddet olarak demek istedi) bana yansıtıyordu." (K4)

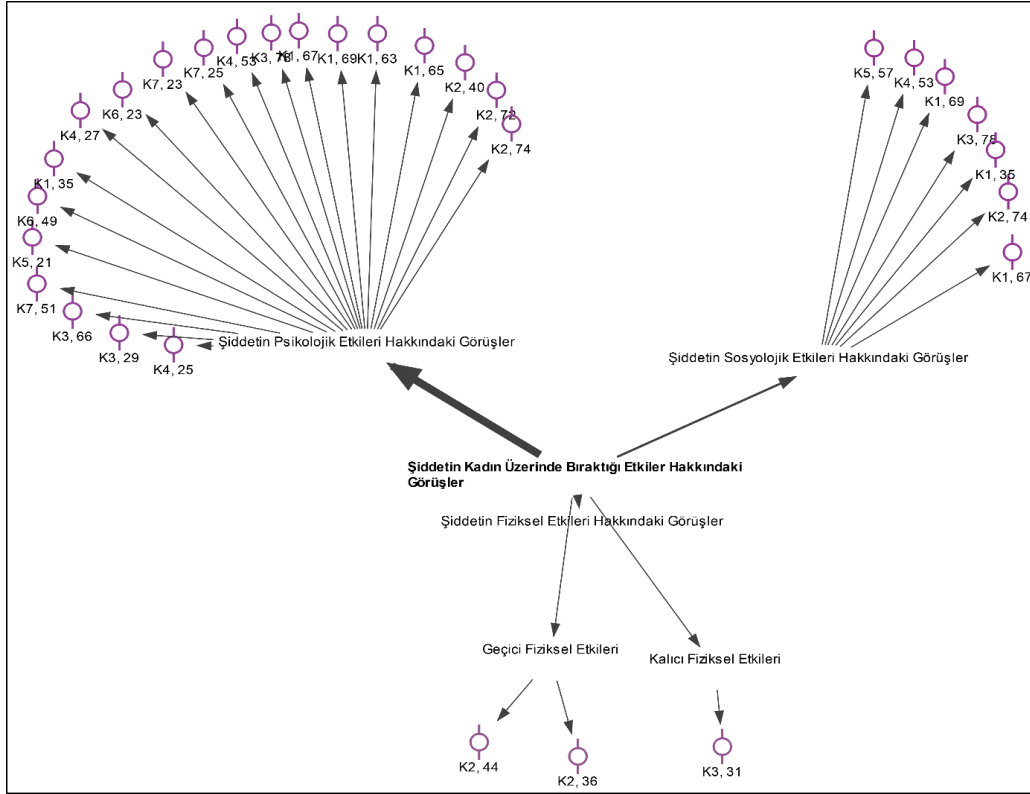
## 1.2. Kadınların Şiddetin Kadın Üzerinde Bıraktığı Etkiler Hakkındaki Görüşleri

Şiddete maruz kalan kadınlarda şiddetin kadınlar üzerinde çeşitli fiziksel ve psikolojik etkiler bırakması kadın ve buna bağlı olarak toplum sağlığı açısından oldukça önemlidir. Araştırmaya katılan katılımcıların yaşadıkları şiddetin, kadınlar üzerinde ciddi etkiler bıraktığı görülmüştür. Duygusal

sorunlar ve ruhsal bunalımlarla baş etmeye çalıştıkları görünen kadınların, hayata bakış açıları önemli ölçüde değişmiş, kendileri ve çocukları açısından gelecekle alakalı ciddi kaygıları bulunmaktadır. Özellikle travma sonrası stres bozukluğu yaşayan kadınlar bu durumu çocuklarına yansıtılmak adına sıkıntılar yaşamaktadır.

Yapılan görüşmeler sonrası analiz evreninde kadınların maruz kaldıkları şiddet sonrasında gösterdikleri tutum ve davranışları, psikolojik durumları göz önüne alındığında; kadınların birçoğunda travma sonrası stres bozukluğu belirtileri gösterdiği gözlemlenmiştir. Dutton vd. (2006, s. 956) yapmış olduğu çalışmada şiddetin travma sonrası stres bozukluğu belirtileri göstermede önemli bir etken olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınlarda gözlemlenen kendini içe kapatma, korku, gelecek kaygısı travma sonrası stres bozukluğunun belirtileridir.

Kadınlar yaşadıkları şiddetin etkileri hakkında görüşlerini bildirirken şiddetin neden olduğu fiziksel, psikolojik ve sosyolojik etkileri üzerine görüşlerini aktarmışlardır.



**Şekil 2.** Şiddetin Kadın Üzerinde Bıraktığı Etkiler Hakkındaki Görüşler

"...kulaklarımdan kan geldi, iki kulağımdan da ameliyat oldum." (K3)

"...her yerim mosmordu, kafam, gözümde inanılmaz bir ağrı, sanki biri beni top gibi duvardan duvara fırlatmıştı." (K2)

"Yani hala elimin ayağımın tutmasına şükrediyorum biliyor musunuz, gerçi bir kez kolumu kırdı ama..." (K2)

“Yani fiziksel olarak acısı tabii bir yerde geçiyor ama...” (K4)

“Psikolojimi bozdu.” (K3)

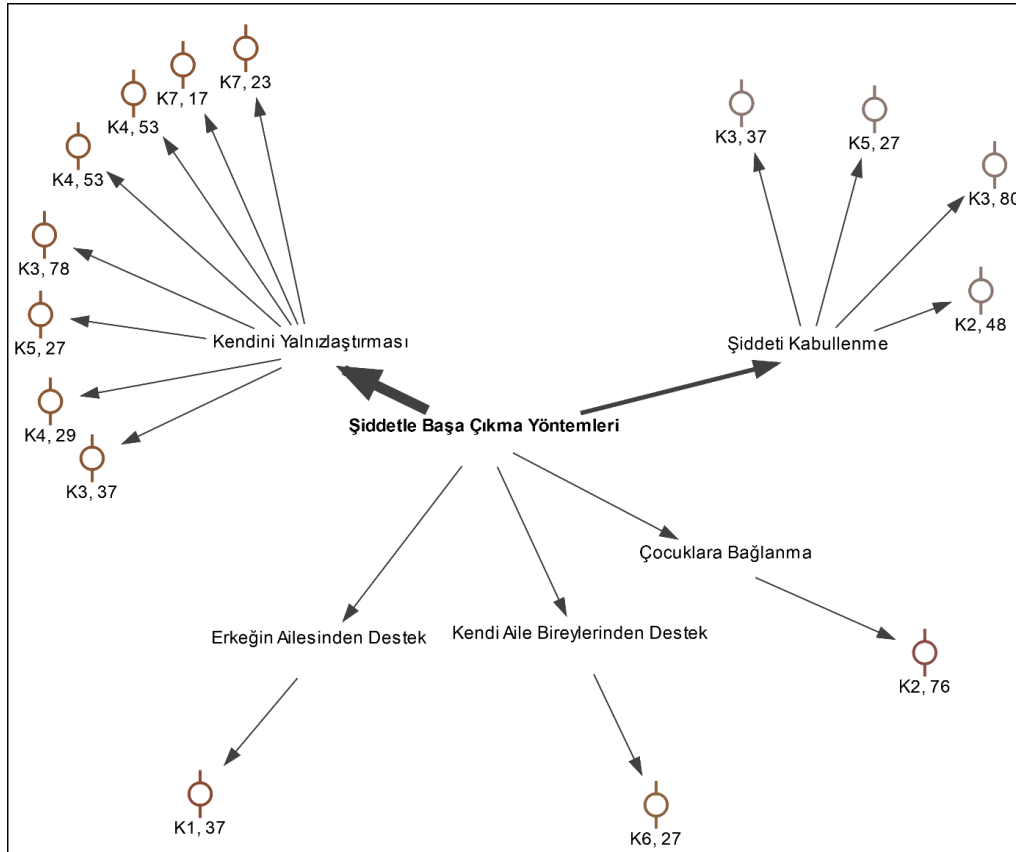
“Psikolojik şiddet diliyle de dövüyordu, eliyle de dövüyordu.” (K3)

“Tamamen psikolojik olarak etkilendim.” (K5)

“...en ufak bir şeyde yine tartışma çıkacak mı? Bana bağırarak mı? Beni dövecek mi diye? Düşünüyorum.” (K7)

### 1.3. Kadınların Maruz Kaldıkları Şiddetle Başa Çıkma Yöntemleri

Kadınların yaşadıkları şiddete rağmen nasıl evliliklerini sonlandırmadıkları başka bir deyişle nasıl evliliklerine devam ettikleri ya da yaşadıkları şiddetle nasıl baş ettikleri konusu da kadına yönelik şiddette, sorgulanması gereken en önemli noktalardan bir tanesini oluşturmaktadır. Bu nedenle yapılan çalışmada kadınlara bu doğrultuda sorular yöneltilerek, kadınların maruz kaldıkları şiddetle nasıl başa çıktıkları anlaşılmasına çalışılmıştır.



Şekil 3. Şiddetle Başa Çıkma Yöntemleri

“Üstesinden tek başıma gelemiyordum. Eşimin ailesi vardı, onlar alt katta oturuyorlardı, onlar müdahale ediyorlardı, onlar yani oğullarına yapma, etme diyorlardı. Onların etkisi ile biraz azaltabiliyorduk, ama genelde yine aynı devam ediyordu. Yani bu şiddeti hiçbir zaman bitiremediler, engelleyemediler.” (K1)



*“Yani şimdi geçmişi düşünürken o yaşarken bir gün bunların biteceği hiç aklıma gelmezdi. Ben ölünceye kadar hep böyle şiddet içinde yaşayacağım zannediyordum. Hayat ... (sustu, gözleri doldu). Ama iyi ki çocuklarım vardı. Onlar benim en büyük destekçimdi, yani ben onlar için yaşadım. Onlar için çalıştım. Beni bu hayatta tutan tek şey çocuklarımdı. Aklıma gelince yaşadıklarım kendime hep bunu söylüyorum, sen neler yaşadın, geçti diyorum. Ama bir tarafımda hep geçti ama deldi de geçti diyor, öyle televizyon falan izlerken bir kadının dayak yediğini görünce tabi ki benim yaşadıklarım da hep gözümün önüne geliyor. Ama kızımın oğlum gözümün önüne gelince de kendimi bir nebze olsun toparlıyorum. Toparlamak zorunda olduğumu da hissediyorum zaten.” (K2)*

*“Genelde kız kardeşlerimi arayıp anlatıyordum, bu sayede içimi boşaltmış oluyordum yani.” (K6)*

## **2. Televizyondaki Şiddet İçerikli Yayınların Kadınların Yaşadıkları Şiddete Etkisine İlişkin Elde Edilen Bulgular**

Çalışmanın bu kısmında şiddete maruz kalan kadınların televizyonda yayınlanan kadına yönelik şiddet içeren yayınların, yaşadıkları şiddet deneyimine etkisi hakkındaki görüşleri alınmıştır. Kadınların maruz kaldıkları şiddet hakkındaki görüşleri derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilmiş olup, sözü geçen yayınlar hakkındaki düşünceleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Kadınlar bu yayınları kendi deneyimleri ile değerlendirmiş olup, televizyonda gösterilen kadına yönelik şiddet ile gerçek hayatta gösterilen kadına yönelik şiddet eylemi hakkındaki fikirlerini açıkça dile getirip, yaşadıklarından yola çıkarak şiddet olgusunu değerlendirmişlerdir.

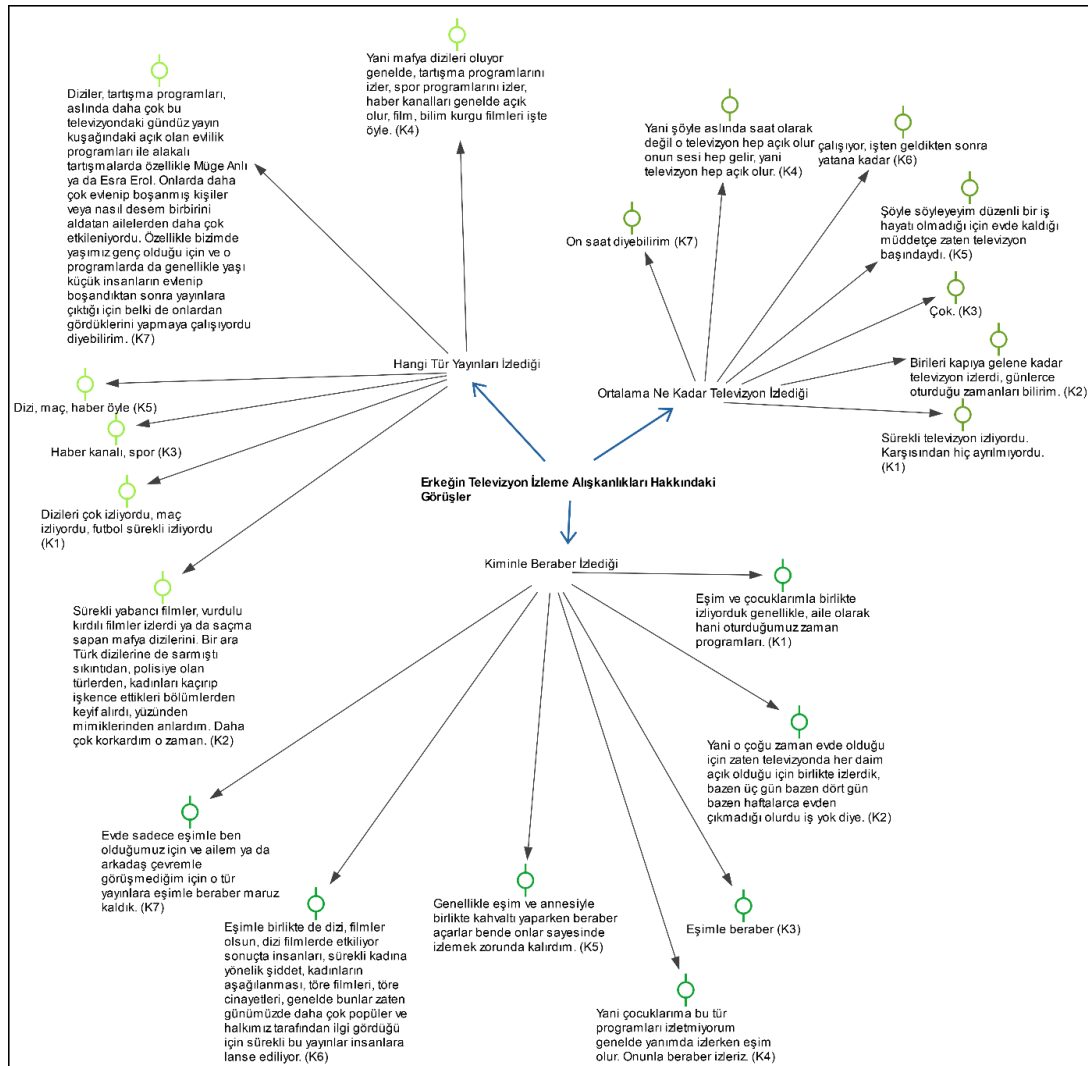
### **2.1. Şiddet Eylemi Yaşanılan Ailelerde Erkeklerin Televizyon İzleme Pratikleri**

Medya ekonomik kar marjı üzerinden değerlendirildiğinde; medya sahiplerinin yanında reklamcıları, sektör çalışanlarını ve izleyiciyi bir bütün olarak bünyesinde barındıran, bu nedenle de toplumun büyük bir kesimini etkileyen önemli bir sektördür (Picard, 1989, ss. 9-10). Konu televizyon özelinde değerlendirildiğinde ise; toplumun istek ve ihtiyaçları doğrultusunda televizyon içeriklerinin nasıl olması ya da olmaması gerektiğini, televizyonun kişi ve toplumsal yapıyı nasıl etkilediğini, çıkar gruplarının televizyon sektörü ile ilişkileri bir bütün halinde değerlendirildiğinde karşımıza karmaşık bir yapı çıkmaktadır. Bu karmaşık yapının odaklandığı en önemli noktayı ise; halk yani televizyonun izleyici kitlesi oluşturmaktadır (Koçak, 2001). Bu nedenle televizyon sahipleri kar marjını artırmak için mümkün olduğunca fazla izleyiciye ulaşmak istemektedirler (Koçer, 2013, s. 208). Mümkün olduğunca fazla izleyiciye ulaşma isteği; yani insanları en düşük paydada buluşturma isteği, televizyonun popülerleşmesine neden olmuş (Yaylagül, 2006, s. 129); kitleleri en düşük ortak payda da buluşturma isteği izleyicilerinin izlediklerini şekillendirmiştir. Ancak her zaman yüksek kar oranı hedefleyen televizyon sahipleri işin sadece ekonomik kısmı ile ilgilendiklerinden dolayı insanların izledikleri ile ne yaptıklarını göz ardı etmektedir.

#### **2.1.1. Kadınların Erkeğin Televizyon İzleme Alışkanlıkları Hakkındaki Görüşleri**

Araştırma kapsamında şiddete maruz kalan kadınlarla, eşlerinin televizyon izleme pratikleri hakkında görüşlerine başvurulmuştur. Bu doğrultuda şiddet faili erkeğin televizyonu kiminle beraber izlediği, hangi tür yayınları izlediği, günlük ortalama ne kadar televizyon izlediği, erkeğin televizyon

izleme eylemi sırasında ve sonrasında ruh halinin nasıl olduğu araştırılmış olup, katılımcılara bu yönde sorular iletilmiştir.



Şekil 4. Kadınların Erkeğin Televizyon İzleme Pratiklerine Yönelik Görüşleri

“Yani o çoğu zaman evde olduğu için zaten televizyonda her daim açık olduğu için birlikte izlerdik.” (K2)

“Eşimle beraber.” (K3)

“Onunla beraber izleriz.” (K4)

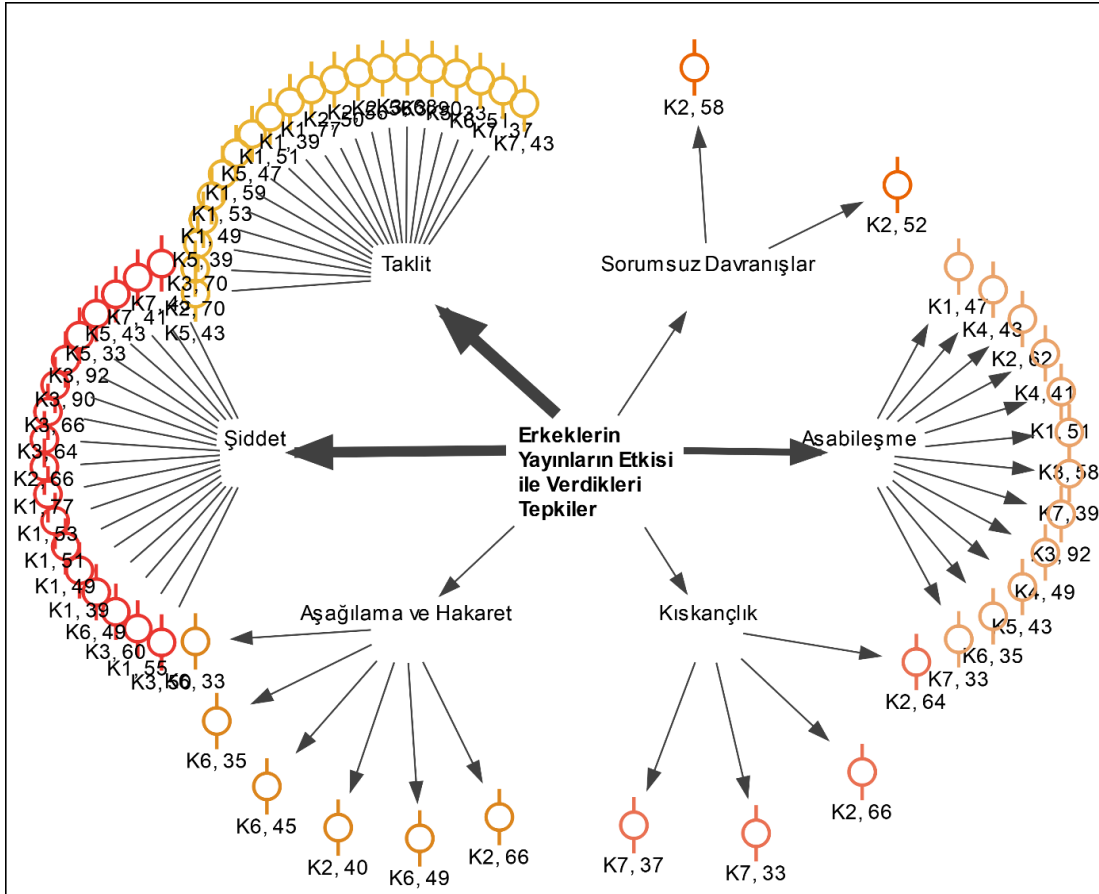
“Genellikle eşim ve annesiyle birlikte kahvaltı yaparken beraber açarlar bende onlar sayesinde izlemek zorunda kalırdım.” (K5)

“Genelde bu tür yayınların internet yayınlarını izlediğimiz için eşimle de beraber izliyoruz. Eşimle birlikte de dizi, filmler olsun, dizi filmlerde etkiliyor sonuçta insanları, sürekli kadına yönelik şiddet, kadınların aşığılanması, töre filmleri, töre cinayetleri, genelde bunlar zaten günümüzde daha çok popüler ve halkımız tarafından ilgi gördüğü için sürekli bu yayımlar insanlara lanse ediliyor.” (K6)

“Evde sadece eşimle ben olduğumuz için ve ailem ya da arkadaş çevremle görüşmediğim için o tür yayınlara eşimle beraber maruz kaldık.” (K7)

### 2.1.2. Kadınların Erkeklerin İzledikleri Yayınların Etkisine Yönelik Algıları

Araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmeler sonrasında elde edilen bulgular erkeklerin asabileşmesi, erkeğin kadını kıskanması, kadını aşağılama ve kadına hakaret, kadına yönelik şiddet, erkeğin izlediklerini taklit etmesi ve erkeğin sorumsuz davranışlar sergilediği bulguları elde edilmiştir.



Şekil 5. Erkeklerin Yayınların Etkisi ile Verdikleri Tepkiler

“İzlerken sinirleniyordum çok agresifleşiyordum, yani ben anlam veremiyordum neden bu şekilde davrandığına.” (K1)

“Yani genelde izlememeye çalışıyorum hani eğer denk gelirse de ne oluyor daha tavırları sert oluyor, işte şunu getir, şunu götür, şunu yap böyle bir emir kipi, kendini bir yüksekte görmesi oluyor.” (K4)

“...benimde dışarıya çıkıp öyle konu komşuyla görüşmeme izin vermediği için. Yanından da ayırmazdı, kıskanıyordu aynı zamanda da çok değişti. Yanında oturturdu bazen, çocuklarla ilgilenmem bile onu rahatsız ederdi. Bırak şunları benim yanımda otur derdi.” (K2)

“Ya aslında sanki böyle kendi içinde böyle bir sinir oluyor o tartışma programlarında, o mafya dizilerinde kendini bir nasıl deyim, bir sinir boğduğunu anlayabiliyorum. Hani bana karşı da sanki bir şey isterken, bir şey yaparken de o siniri hissettiriyor bana. Yani genelde izlememeye çalışıyorum hani eğer denk gelirse de (beraber) ne oluyor daha tavırları sert oluyor.” (K4)

“Yani tepkileri işte oradaki izlediği programlarda yaşanan olaylara sinirleniyordu, öfkeleniyordu ama bana da aynıını yaşatıyordu.” (K1)

“Asabileşiyordu. Çok acayip oluyordu.” (K3)

“Daha çok sinirli oluyordu.” (K7)

“Adamın psikolojisi bozuk olunca, çok dayak yedim o izledikleri yüzünden, yani başka şeylere sinirlenir, izlediklerinden gaza gelir döverdi beni. Bir de söylene söylene döverdi. El alemde ne kadınlar var derdi bazen şunlar gibi olamadım bir derdi. Bak şu kadınlara derdi.” (K2)

“Psikolojik olarak evet yani. Hani küfür etmesi ya da izlediği programa küfür etmesi, o kadını aşağılaması sanki beni aşağılıyormuş gibi böyle hissettiriyordu.” (K6)

“Döverdi, bağırdı, ağzına gelen her türlü küfrü hakareti sayardı. En çokta bela oldun başıma derdi, aşağılardı, sanki zorla evlenmişim onunla gibi. Çok zoruma giderdi.” (K2)

“E Tabi bende kadın olduğum için beni de aynı kategoride değerlendirdiği için kendisinin üstün olması gerekiyor.” (K6)

“Hem nasıl, bir gün bir vurdu dizi izlerken yumrukla dişim kırıldı, ağzımdan burnumdan kan boşaldı. Neymiş sinirlenmiş izlediğine.” (K3)

“Kesinlikle. ...sonrasında bana şiddet uyguluyordu.” (K1)

“...tepkisini de yansıtıyordu, yani şiddet görüyordum.” (K3)

“Psikolojik olarak evet yani. Hani küfür etmesi ya da izlediği programa küfür etmesi, o kadını aşağılaması sanki beni aşağılıyormuş gibi böyle hissettiriyordu.” (K6)

“Bir keresinde adam kadını sopayla dövüyordu şu beyzbol sopaları var ya hani onlarla. O gün tartışmıştık hiç unutmuyorum, kapı çaldı. Bir kamyon malı başkası almış bunlardan önce, hani alıp sattıkları eşyalar var ya. Kapının önünde arkadaşıyla tartıştı. İçeri girdi, ekranda o sahne vardı, koşarak mutfağa gitti benim oklavayı aldı geldi... Çocuklarda sokakta oynuyorlardı Allahtan, bahçedelerdi yani, görmediler ama sesimi duydular, çıkıp gittiğinde zaten kuzum, kızım koşarak yanıma geldi. Ooooooff (derin bir iç çekti), anne iyi misin, anne iyi misin diye saatlerce yanımda oturduklarını bilirim. Taklit etmekten kastınız buysa evet. İzlediklerini taklit de ediyordu.” (K2)

“Aynıını yapıyordu, fena yapıyordu.” (K3)

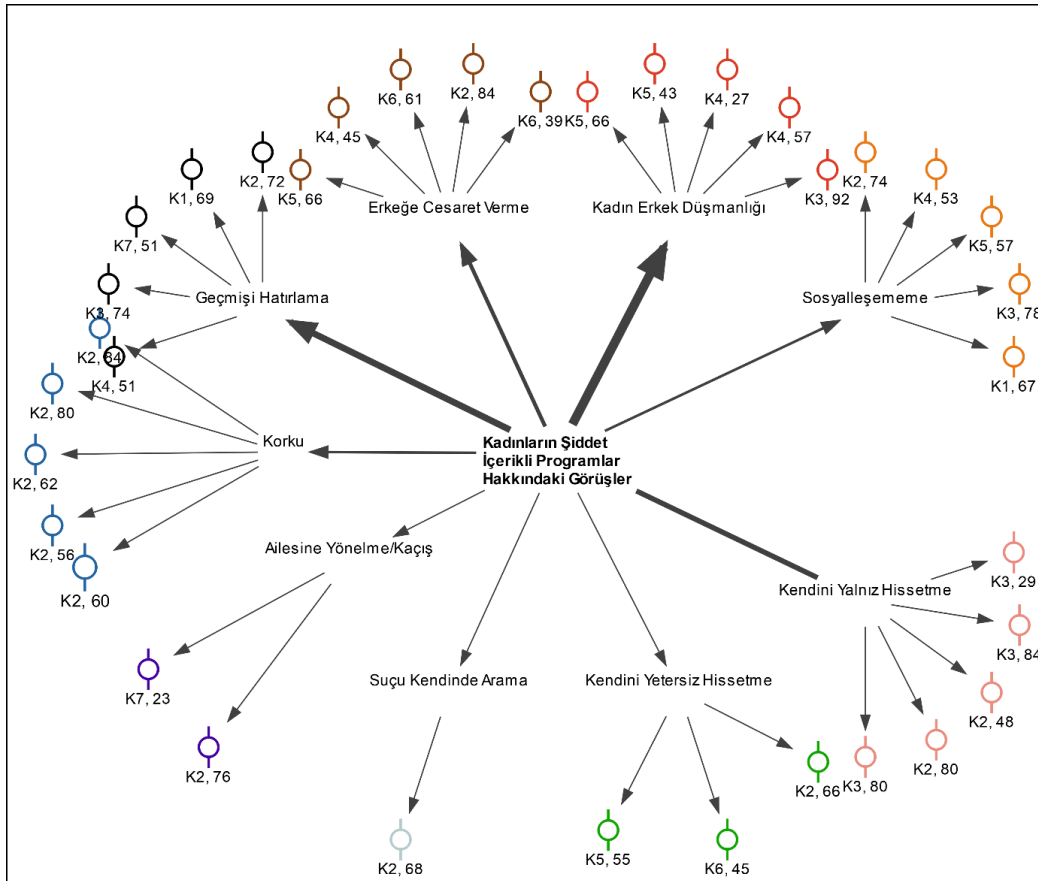
“Genelde izlediği insanların ruh haline büründüğünü biliyorum.” (K5)

“Yani etkisi evet ben çoğunluğunu bu programlara bağlıyorum. Yani böyle sanki o programları izleyip o kişilerin karakterlerine bürünmüşste bu şekilde bana davranıyormuş yani diyordum ki izlediği programların aynı karakterleri, kızılıyorsun öfkeleniyorsun, sinirleniyorsun aynı şeyi bana neden yaşıtıyorsun.” (K1)

## 2.2. Kadınların, Kadına Yönelik Şiddet İçerikli Programlar Hakkındaki Görüşleri

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde araştırmaya katılan kadınların hepsi söz konusu televizyon programlarının hayatlarını olumsuz yönde etkilediğinden, şiddeti tetiklediğinden ve üzerlerinde birçok etki bıraktığından bahsetmiştir. Televizyon sahiplerinin ve yapımcıların çoğunun söz konusu programları her ne kadar ilk amaçlarının kadına yönelik şiddeti azaltmak adına yaptıklarını ya da yapmaya devam ettiklerini, ikinci amaçlarının kazanç olduğunu dile getirirse de kadınların çoğu bu amacın ikinci planda olduğunu ve ilk amaçlarının maddi kar edinmek olduğunu dile getirmektelerdir.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde maddi kar amaçlı yapılan şiddet içerikli programların kadın şiddetini arttırdığı bulgularının yanında, toplumsal farkındalık yaratmak ya da kadına yönelik şiddeti azaltmak için yapılan programların kadına yönelik şiddet eyleminin azalmasını sağlamamakta, aksine arttırmakta olduğu saptanmıştır. Kadınlar bu tür programlar hakkındaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir;



Şekil 6. Kadınların Şiddet İçerikli Programlar Hakkındaki Görüşleri 1

“Yani bu konuda aslında ikiye ayrılıyorum diyebilirim düşünce anlamında hani bir yerde çok güzel insanları teşvik ediyor hani mücadele etsin, şikayet etsin, ayrılсын kendi ayakları üzerinde dursun diye. Ama bir yerde de sanki o şiddet içerikli programlarda o şiddet uygulayan erkeklerde bir nebze olsun sende tek değİlsin, senin gibiler var yapabilirsin gibi bir hak tanıyor gibi geliyor bana.” (K4)

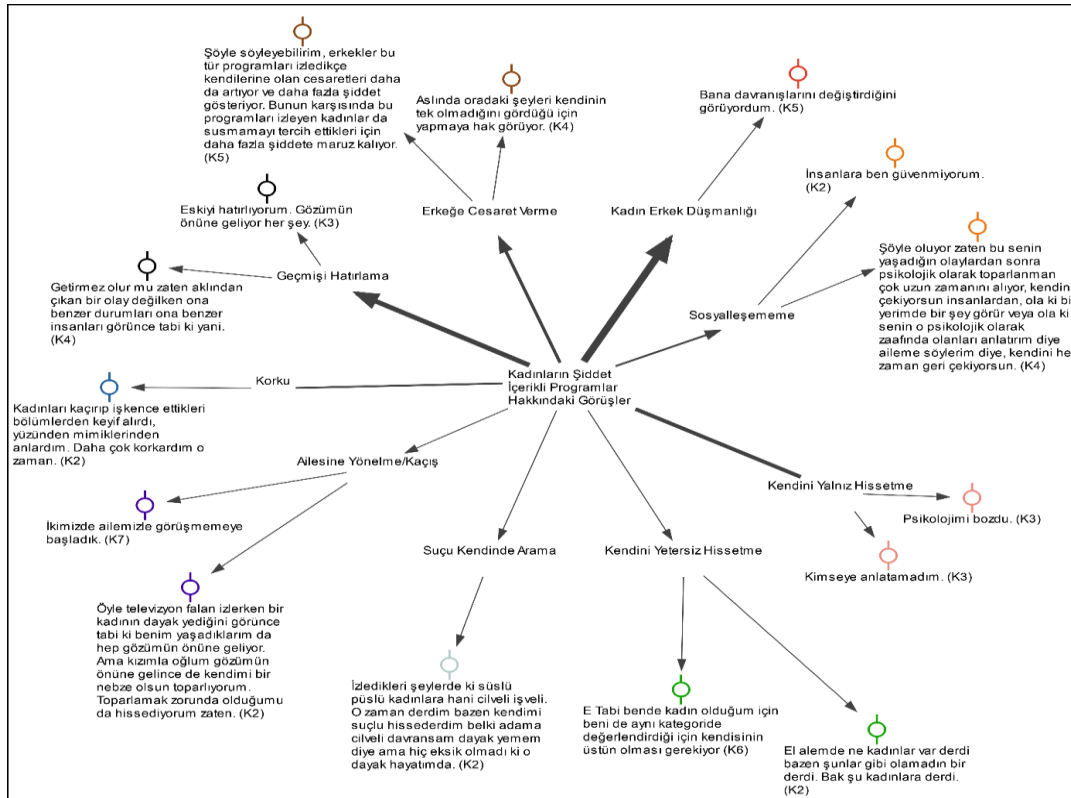
“Bence tamamen insanları daha da gaza getiren bir etken olduğunu düşünüyorum.” (K5)

“Bence bunlar insanları tamamen psikolojik olarak negatif etkiliyor. Çünkü insanları galeyana getiriyor. Daha çok negatif etkiliyor yani.” (K6)

“Ben açıkçası tamamen negatif etkilediğini düşünüyorum.” (K7)

### 2.3. Kadınların Şiddet Eyleminin Kadın Psikolojisi Üzerinde Yarattığı Etkiler Hakkındaki Görüşleri

Televizyonda şiddet içerikli program yapılmasının şiddeti önleme, maddi kar gibi farklı nedenleri olsa da bu tür yayınların kadınları negatif etkilediği gözlemlenmiştir. Özellikle şiddet görmüş kadınlarda kendini yalnız hissetme, kendini çevresindekilerden soyutlama, kendini yetersiz hissetme, suçu kendisinde arama, ailesinden kaçış, korku, geçmişi hatırlama, erkeğe cesaret verme, erkek-kadın düşmanlığı yaratma, sosyalleşememe gibi etkiler yaratsa da bazı kadınlarda içinde bulunduğu durumdan çıkış yolu arama gibi olumlu bir etki yaptığı da görülmüştür.



Şekil 7. Kadınların Şiddet İçerikli Programlar Hakkındaki Görüşleri 2

“Kimseye anlatamadım.” (K3)

“Psikolojimi bozdu.” (K3)

“E tabi bende kadın olduğum için beni de aynı kategoride değerlendirdiği için kendisinin üstün olması gerekiyor.” (K6)

“İzledikleri şeylerde ki süslü püslü kadımlara hani cilveli işveli. O zaman derdim bazen kendimi suçlu hissedirdim belki adama cilveli davransam dayak yemem diye ama hiç eksik olmadı ki o dayak hayatımda.” (K2)

“...öyle televizyon falan izlerken bir kadının dayak yediğini görünce tabi ki benim yaşadıklarım da hep gözümün önüne geliyor. Ama kızım la oğlum gözümün önüne gelince de kendimi bir nebze olsun toparlıyorum. Toparlamak zorunda olduğumu da hissediyorum zaten.” (K2)

“İkimizde ailemizle görüşmemeye başladık.” (K7)

“Kadımları kaçırıp işkence ettikleri bölümlerden keyif alırdı, yüzünden mimiklerinden anlardım. Daha çok korkardım o zaman.” (K2)

“Çocuklara çok bağırdı. Bana bağırdı susun diye. Yani hatırlamak bile istemiyorum şu an. Düşünsenize bazen izleyip izleyip ben sana bu kadarını da yapmıyorum demi deyip benden onay beklerdi. Yüreğiniz varsa onaylamayın. Kötü günlerdi.” (K2)

“Yani dediğim gibi mimiklerinden anlıyordum, böyle işte mesela eşine şiddet uygulayan sahnelerde falan mutlu olurdu ya yüzünden anlaşılıyordu. Bazen de işte sinirlenirdi, hoşuna gitmediği sahnelerden mi etkilenirdi artık, orda bir hırs mı gelirdi su yok mu, yemek yok mu, şunları sustur falan diye bize çıkışmaya başladılar. Eğer o an ağzımdan istemediği bir şey çıkarsa tamam, orda her şey biterdi, direkt saldırmaya başladılar.” (K2)

“Getirmez olur mu zaten aklımdan çıkan bir olay değilken ona benzer durumları ona benzer insanları görünce tabi ki yani.” (K4)

“Bende şey ediyorum yani eskiyi hatırlıyorum. Gözümün önüne geliyor her şey.” (K3)

“Aslında etkisinden kurtuluyorum demem yanlış olur. Etkisinden kurtulamıyorum sürekli aklıma eşimle aramda olan tartışmalar geliyor.” (K7)

“Aslında soyutlayamıyorum sürekli karşıma çıkan dizi programları, bu şekilde olan sahneler benim unutmama engel oluyor yani sebep oluyor, unutamıyorum çünkü sürekli karşımda yaşamış olduğum şeyler var yani sürekli aklıma geliyor. Unutamıyorum, unutturmuyorlar yani.” (K1)

“Getirmez mi, insan hiçbir zaman yaşadıklarını unutmuyor. Kendi öldü gitti ama bana yaşattıkları benimle birlikte kaldı, Bazen izlerken diyorum hayatım böyle olmak zorunda mıydı? Acaba farklı olabilir miydi? Ama işte bir şey yapamıyorsun zamanı geri alamıyorsunuz. İnsan bence doğuştan şanslı olmalı.” (K2)

“Öyle televizyon falan izlerken bir kadının dayak yediğini görünce tabi ki benim yaşadıklarım da hep gözümün önüne geliyor. Ama kızım la oğlum gözümün önüne gelince de kendimi bir nebze olsun toparlıyorum. Toparlamak zorunda olduğumu da hissediyorum zaten.” (K2)

“Camdaki kız dizisini izlerken karşıma bir sahne geldi işte kadın iki çocuğu, eşi başka kadına aşık oluyor ve o kadın ve çocuklarını terk ediyor, iki küçük çocuk ve kadın oturup beraber ağlıyorlardı babam bizi neden bıraktı ya da işte kadın ağlıyordu, eşim beni neden bıraktı yani ben orda izlerken film şeridi gibi yaşadığım bütün olayları, bütün yaşadığım psikolojik, fiziksel şiddetleri ya da eşimin diğer kadınla olan alakaları yani böyle gözümde film şeridi gibi geçti.” (K1)

“Şöyle söyleyebilirim, erkekler bu tür programları izledikçe kendilerine olan cesaretleri daha da artıyor ve daha fazla şiddet gösteriyor. Bunun karşısında bu programları izleyen kadınlar da susmamayı tercih ettikleri için daha fazla şiddete maruz kalıyor.” (K5)

“İnsanlar tamamen negatif etkileniyor, özellikle erkekleri daha çok etkiliyor. Erkekleri kadınlara düşman ediyor yani.” (K6)

“Vallahi bacım hiçbirinin işe yaradığını düşünmüyorum açıkçası. Yani onları gördükçe daha beterini yapıyor sanki. O dövmüş ben de mi döverim, o şundan öldürmüş benim karımda aynı bende mi öldüreyim. Bak işte eşim tehdit ederdi mesela, bak iyi yapmış bende sana aynısını yapayım mı falan diye. O gündüz programlarında var ya hep birbirlerini yiyip duruyorlar kavga dövüş, işte onları izleyen herkes bence kendinde her şeyi hak görüyor kendinde. Araştırıp katil buluyorlarmış, bırakın polis yapсын işini kardeşim, siz neden erkeklerin gözlerine bunu sokuyorsunuz ki. Zaten buna meyilli insanların da böyle şeylere ihtiyacı var tetikleniyorlar. Ben hiç doğru bulmuyorum açıkçası bu tarz programları. İzlemeye de dayanamıyorum.” (K2)

“Sosyal hayatımda da tamamen yalnızlaşmaya başladım çünkü vücudumun çeşitli yerlerinde aldığım darbelerin insanlar tarafından görülmesini istemediğim için en yakın arkadaşlarımdan bile zamanla kaçırıldım.” (K5)

“Şöyle söyleyeyim kendi içimde fikirlerim, kendi içimde düşüncelerim değişiyor hani devletimizin kadınlara daha fazla imkan vermesi gerekiyor. Hani diyelim ki bir kadınla erkek aynı mevkide çalışsa bile bir denge yok yani, maaşta bile denge yok, nasıl anlatsam hiçbir şeyde denge yok yani. Devletimizin daha çok kadına sahip çıkması gerekiyor. Caydırıcı cezalar verilmesi gerekiyor. Aslında böyle bir şeyler izlediğim zaman bu programlar beni bilgilendiriyor da. Şöyle söyleyeyim aslında ne yapabilirim yani fiziksel, psikolojik şiddet karşısında nerelere başvurabilirim yani bu konuda bilgilendiğimi hissediyorum.” (K6)

## Sonuç

Araştırma kapsamında şiddet mağduru yedi kadınla görüşülmüştür. Yarı yapılandırılmış görüşme yönteminin sunduğu olanaklarla televizyondaki kadına yönelik şiddet içerikli yayınların, yaşadıkları şiddet deneyimine etkisi yönündeki görüşleri alınmıştır. Toplanan verilerin analizi sonucu kadınların şiddet yaşantılarında ve gözlemlerinde, şiddete yönelik algılarında ve televizyonda gösterilen kadına yönelik şiddete bakış açılarında birçok ortak nokta olduğu ortaya çıkmıştır.

Görüşmeye katılan kadınlar yaşadıkları şiddetle başa çıkma yöntemi olarak kendi aile üyelerine, eşin ailesine sığındıklarını ya da yaşadıklarını hiç kimseye anlatmamayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Hiç kimseye anlatmamayı tercih edenler gerekçe olarak, insanlara güvenmediklerini bildirmişlerdir. Şiddete uğramış özgüven yetersizliği, öz saygı eksikliği yaşayan kadınların erkeğin değişeceğine dair umutları, çocuklarının varlığı ya da yetersiz sosyal destek, toplum tarafından damgalanma korkusu, var olan



düzenini koruma gibi çeşitli sebeplerden ötürü, maruz kaldığı şiddeti saklamayı tercih etmektedir (Erdoğan, 2019, s. 5). Araştırmaya katılan şiddet mağduru gönüllü kadınlar televizyonda gösterilen kadına yönelik şiddet içerikli programların, kadın psikolojisi üzerinde derin etkiler bıraktığını dile getirmişlerdir. Bu tür programları izleme eylemi ile yaşadıkları şiddet deneyiminin birleşmesi sonucu kadınlar, kendilerini çevrelerinden soyutlayarak daha çok yalnızlaştırdığını ve yaşadıklarını gizlemeyi seçtiklerini dile getirmişlerdir. Aralarında yayınların tesiri ile kendilerini erkek-kadın ilişkisi konusunda yetersiz hisseden, yaşadıkları şiddetin suçunu kendilerinde arayan, kurtuluş olarak kendi ailelerine ya da çocuklarına gereğinden daha fazla bağlandıklarını veya onları reddettiklerini, söyleyen kadınlar da mevcuttur. Tüm bunların yanı sıra; izledikleri yayınların etkisi ile zaten şiddetten ötürü var olan korkularının daha da arttığını, geçmişte yaşadıkları ve unutmaya çalıştıkları şiddet deneyimlerini unutamadıklarını, bu sayede sosyalleşemediklerini ve içinde buldukları durumdan bir çıkış yolu bulamadıklarını söyleyen kadınlar, psikolojik olarak daha fazla çöküş yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca televizyonda yayınlanan kadına yönelik şiddet içerikli yayınların erkekler tarafından izlenmesinin, erkeğe şiddet konusunda cesaret verdiğini, yol gösterdiğini üstüne basarak vurgulayan kadınlar; bu tür yayınların toplumda kadın- erkek düşmanlığı yarattığını bildirmişlerdir. Öte yandan kadınlardan bazıları ise; gerçek hayattaki şiddetin çok daha fazlası olduğu görüşündedir.

Araştırmaya katılan kadınların hepsinin yaşadıkları şiddet deneyiminde, televizyonda gösterilen kadına yönelik şiddet içerikli programların etkili olduğunu açıkça vurguladığı görülmüştür. Eşlerinin psikolojik sorunları olduğunu söyleyen kadınlar, bu tür programların eşlerini etkilediğini dile getirmiş ve bu sebeple şiddet gördüklerini belirtmişlerdir. Televizyonda yayınlanan şiddet içerikli yayınların aile huzurunu bozdukları ve yaşadıkları şiddete sebebiyet verdiklerini dile getiren kadınlar, kadın ve şiddet konulu yayınlarda daha duyarlı olunması gerektiğini, bu yayınların psikolojik sorunlara sahip olan erkekleri derinden etkilediğini ve şiddet eylemine sebebiyet verdiklerini belirtmişlerdir. Medyada yer alan şiddetin, insanları şiddet dolu dünyada yaşadıklarına ve dünyayı daha güvenli, insanlık için daha iyi bir hale getirmek sebebiyle gerekli olduğuna inandırmaya çalışan Trend'in (2008, ss. 22-23) aksine; şiddeti deneyimleyen kadınlar bahsi geçen yayınların şiddeti önlemek yerine, toplumda kadına yönelik şiddeti normalleştirdiğini; bu tür yayınların hiç yapılmamasını, hali hazırda yayında olanların ise; kaldırılması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu noktada farklı düşünce ve davranış modelleri sunan bazı televizyon programları kadına yönelik şiddeti tetiklemede, yaşanan şiddeti normalleştirmekte ve izleyicilerde kadına yönelik şiddetin doğal olduğu algısı oluşturabilmektedir (Michaud, 1991, s. 57).

Sonuç olarak kadına yönelik şiddette; televizyonda gösterilen kadına yönelik şiddet içerikli yayınların kadınların yaşadıkları şiddet deneyiminde oldukça etkili olduğu, şiddete maruz kalan kadınlar üzerinde derin izler oluşturduğu araştırma bulguları ile doğrulanmıştır.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurulu'nun 28/03/2023 tarih ve 90 numaralı kararı ile alınmıştır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

## **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (ASPB, 2014). *Türkiye aile yapısı araştırması: tespitler, öneriler*. Çizge Tanıtım ve Kırtasiye Ltd. Şti. <https://www.aile.gov.tr/media/50219/taya2013trk.pdf>
- Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun, 6284 (2012). <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6284&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- Akkaş, İ., & Uyanık, Z. (2016). Kadına yönelik şiddet. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 6(1), 32-42. <http://hdl.handle.net/20.500.11787/6205>
- Avcı, S. (2020). *Kadına yönelik aile içi şiddete genel bakış*. Hiperlink Yayınevi.
- Boyce, C., & Neale, P. (2006) *Conducting in-depth interview: a guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input*. Pathfinder International Tool Series: Monitoring and Evaluation.
- Deloitte. (2014). *Dünyanın en renkli ekranı: Türkiye’de dizi sektörü*. <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/turkish-tv-series-industry.html>
- Dutton, M. A., Green, B. L., Kaltman, S. I., Roesch, D. M., Zeffiro, T. A., & Krause, E. D. (2006). Intimate Partner Violence, PTSD, and Adverse Health Outcomes. *Journal of Interpersonal Violence*, 21(7), 955-968. <https://doi.org/10.1177/0886260506289178>
- Erdal, C. (2012). *Medyanın efendisi şiddet*. Doruk Yayınları.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (1990). *İletişim ve toplum*. Bilgi Yayınevi.
- Erdoğan, M. (2019). *Şiddet örneğinde kadın sorununun Türkiye’deki yasal ve toplumsal durumu* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Eron, L. D. (1994). Theories of aggression: From drives to cognitions. İçinde L. R. Huesmann (Ed.), *Agressive behavior: Current perspectives* (ss. 3-11). Plenum Press.
- Erten, Y., & Ardali, C. (1996). Saldırganlık, şiddet ve terörün psikososyal yapıları. *Cogito, Yapı Kredi Yayınları*, 6, 143-164.
- Ertürk, Y. (2015). *Sınır tanımayan şiddet: Paradigma, politika ve pratikteki yönleriyle kadına şiddet olgusu*. Metis Yayınları.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “Mainstreaming” of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10-29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>
- Giorgi, A. (1997). The theory, practice, and evaluation of the phenomenological method as a qualitative research procedure. *Journal of Phenomenological Psychology*, 28(2), 235-260. <https://doi.org/10.1163/156916297X00103>
- Halıcı, C. (2007). *Gazete haberlerinde kadına yönelik şiddet: Posta ve takvim gazetelerinde kadına yönelik şiddet haberleri üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Kars, N. (2003). *Televizyon programı yapalım herkes izlesin*. Derin Yayınları.
- Kocacık, F., Kutlar, A., & Erselcan, F. (2007, Aralık). Domestic violence against women: A field study in Turkey. *The Social Science Journal*, 44(4), 698-720. <http://dx.doi.org/10.1016/j.soscij.2007.10.016>

- Koçak, A. (2001). *Televizyon izleyici davranışları -Televizyon izleyicilerinin tercihleri ve doyumları üzerine teorik ve uygulamalı bir çalışma-*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Koçer, M. (2013). Televizyon izleme alışkanlıkları ve motivasyonları: Kayseri örneği. *NWSA Academic Journals*, 8(2), 207-225. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2013.8.2.4C0165>
- Maigret, E. (2013). *Medya ve iletişim sosyolojisi* (H. Yücel, Çev.). İletişim Yayınları.
- Michaud, Y. (1991). *Şiddet* (C. Muhtaroglu, Çev.). İletişim Yayınları.
- Özusta, H. Ş. (1995). Çocuklar için durumluk-sürekli kaygı envanteri uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 10(34), 32-44.
- Picard, R. G. (1989). *Media economics: Concepts and issues*. Sage Publications.
- Rose, P., Beeby, J., & Parker, D. (1995). Academic rigour in the lived experience of researchers using phenomenological methods in nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 21(6), 1123-1129. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1995.21061123.x>
- Sheafor, B. W., & Horejsi, C. R. (2015). *Techniques and guidelines for social work practice* (10. Baskı). Pearson Education.
- Trend, D. (2008). *Medyada şiddet efsanesi: Eleştirel bir giriş* (G. Bostancı, Çev.). Yapı Kredi Yayınları (1. Baskı).
- Van Manen, M. (1997). *Researching lived experience: Human Science for an action sensitive pedagogy* (2. Baskı). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315421056>
- Vatandaş, C. (2003). *Aile ve şiddet: Türkiye’de eşler arası şiddet*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Wilson, A. (2015). A guide to phenomenological research. *Nursing Standard*, 29(34), 38-43. <https://doi.org/10.7748/ns.29.34.38.e8821>
- World Health Organization. (2014). *Global status report on violence prevention 2014*. World Health Organization. <https://iris.who.int/handle/10665/145086>
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımları*. Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.



# TRT ÇOCUK KANALINDA YAYINLANAN ÇIZGI FİMLERDE AİLE YAPILARININ İNCELENMESİ\*

 Mehmet APAK<sup>a</sup>

 Fikret YAZICI<sup>b</sup>

## Öz

Çizgi filmler, çocukların severek izlediği programlar olup, aile temasının bu yapımlarda sıkça işlendiği görülmektedir. Çocukların kişilik gelişiminde ailenin önemli bir yeri vardır ve çizgi filmler, aile yapıları, ebeveyn-çocuk ilişkileri ve cinsiyet rolleri gibi konularda çocuklara örnek teşkil edebilmektedir. Ancak, çizgi filmlerdeki abartılı ve fantastik unsurların, çocukların gerçek yaşam ile çizgi film dünyasını ayırt etmesini zorlaştırabileceği ve gerçeklik algısını bozabileceği yadsınamaz bir gerçektir. Bu araştırma, TRT Çocuk kanalında yayınlanan aile temalı yerli çizgi filmlerde ailenin nasıl temsil edildiğini incelemektedir. Çalışmada örneklem olarak, YouTube üzerinden en çok izlenen beşer bölümü seçilen Canım Kardeşim, Biz İkimiz, Elif'in Düşleri, Niloya ve Pepee çizgi filmleri ele alınmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi yöntemiyle yapılan incelemelerde, çocuk-ebeveyn ilişkileri, aile yapısı ve cinsiyet rolleri gibi konular üzerinde durulmuştur. Sonuçlar, ebeveynlerin çocuklarına aşırı hoşgörülü davrandığını, geleneksel cinsiyet rollerinin pekiştirildiğini ve ütopik bir aile temsili yaratıldığını göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Aile Temsili, Çizgi Film Analizi, TRT Çocuk.



## ANALYSIS OF FAMILY STRUCTURES IN CARTOONS BROADCASTED ON TRT CHILDREN CHANNEL

### Abstract

Cartoons are programs that children love to watch, and it is seen that the theme of family is frequently covered in these productions. Family plays an important role in children's personality development and cartoons can set an example for children in terms of family structures, parent-child relationships and gender roles. However, it is an undeniable fact that exaggerated and fantastic elements in cartoons can make it difficult for children to distinguish between real life and the cartoon world and distort their perception of reality. This study examines how the family is represented in family-themed domestic cartoons broadcast on TRT Çocuk channel. Canım Kardeşim, Biz İkimiz, Elif'in Düşleri, Niloya and Pepee cartoons, each with five most watched episodes on YouTube, were selected as the sample of the study. The content analysis method emphasized

\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "TRT Çocuk Kanalında Yayınlanan Yerli Yapım Çizgi Filmlerde Ailenin Temsili: Biz İkimiz, Elif'in Düşleri, Niloya, Pepee ve Canım Kardeşim Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı, mmehmetapak@gmail.com

<sup>b</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, fyazici@erciyes.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 11.09.2024, Makale Kabul Tarihi: 25.10.2024

issues such as child-parent relationships, family structure and gender roles. The results show that parents are overly tolerant of their children, traditional gender roles are reinforced, and a utopian family representation is created.

**Keywords:** Family Representation, Cartoon Analysis, TRT Çocuk.



## Giriş

Kitle iletişim araçları, bireylere haber vermek, eğlendirmek, eğitmek ve gündem oluşturmak gibi birçok işlev sunmanın yanı sıra kimlik ve karakter oluşturma, davranış kalıplarını belirleme gibi bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendiren bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, özellikle çocuklar üzerinde etkili olan bir alan olarak sıklıkla tartışılmaktadır. Çocuklar, kitle iletişim araçlarının hedeflediği en önemli gruplardan biri haline gelmiştir. Özellikle okul öncesi dönemdeki çocuklar için tercih edilen çizgi filmler, çocuklara yönelik mesajlar, değerler ve kültürel ifadeler içermektedir.

Çizgi filmler, çocuklara hayatın temel kavramlarını ve ahlaki değerleri aktarmada önemli bir araç olarak görülmektedir. Çocuklar tarafından büyük bir ilgiyle izlenen bu programlar, hızla gelişmekte ve çocukların en çok tercih ettiği içeriklerden biri haline gelmektedir. Televizyon, modern ailenin dadısı olarak nitelendirilen bir araç olarak, sadece çocukların değil, tüm ailenin sosyalleşmesini sağlama noktasında önemli bir rol oynamaktadır (Şirin, 2015, s. 33). Televizyon ve diğer medya araçları, insanların kültürel değerlerinden gerçeklik algılarına kadar geniş bir yelpazede düşüncelerini şekillendirmekte ve dünyayı anlamlandırmalarına katkı sağlamaktadır.

Medya, bireylerin zihin dünyasını ve toplumsal normları pekiştirmekte, hatta yeni değerlerin ve inançların doğmasına zemin hazırlayacak şekilde etkili bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları, bireylerin dünyayı anlama, yorumlama ve deneyimleme biçimlerini derinden etkileyerek onların düşünsel ve duygusal dünyalarını yeniden şekillendirmekte etkili olmaktadır.

Bu çalışma, TRT Çocuk kanalında yayınlanan yerli yapım çizgi filmlerde aile yapısının nasıl temsil edildiğini incelemektedir. Çizgi filmlerin çocuklara sunduğu değerler, inançlar ve toplumsal normlar analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında, içerik analizi yöntemi kullanılarak veri toplanmış ve çizgi filmlerde aile temsili üzerine yoğunlaşmıştır.

Çalışmada, TRT Çocuk kanalında yayınlanan ve aile teması işlenen *Canım Kardeşim*, *Biz İkimiz*, *Elif'in Düşleri*, *Niloya* ve *Pepee* adlı çizgi filmler, aile yapısı ve ilişkileri açısından incelenmiştir. Bu çizgi filmlerden her biri, YouTube üzerinden 1 milyondan fazla izlenen 5 bölümle temsil edilmiş, toplamda 25 bölüm (250 dakika) analiz edilmiştir.

Alanda çizgi film ve çocuk ilişkisini ele alan pek çok araştırma, yaşlı birey, engelli birey ve toplumsal cinsiyet rolleri gibi çeşitli temsiller üzerine odaklanmıştır. Bu çalışmanın özgün yanı, Türk yapımı çizgi filmlerde tüm aile bireylerinin nasıl temsil edildiğini analiz ederek, Türk aile yapısı ile karşılaştırma imkânı sunmasıdır. Araştırmada cevap aranan temel sorular ise şunlardır:

- Yerli yapım çizgi filmlerde aileler nasıl temsil edilmektedir?
- İncelenen çizgi filmlerde aile yapıları hangi modele göre sunulmaktadır?
- Çizgi filmlerdeki sosyal ilişkiler ve aile yapıları nasıl işlenmektedir?
- Toplumsal roller hangi aile yapısına göre gösterilmektedir?
- Çizgi filmlerde sunulan aile yapıları gerçek hayatla ne kadar örtüşmektedir?

Bu sorulara yanıt arayan çalışma, çizgi filmlerde aile temsillerinin nasıl işlendiğini ve sunulan aile yapılarını incelemeyi amaçlamaktadır.

### A. AİLE VE ÇOCUK İLİŞKİSİ

Çocuk ve aile ilişkisi, insanın sosyal gelişiminin temel taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. İnsan, hayata gözlerini açtığında ilk sosyal çevresini ailesi ile tanır ve çevresiyle kuracağı ilişkilerin temelleri burada atılmaktadır. Bu süreç, sosyalleşme olarak adlandırılmaktadır ve çocuğun ilk değer yargılarını, ahlaki normları, dini inançları ve davranış kalıplarını aile içinde öğrenmesiyle başlamaktadır (Gökçe, 1976, s. 46). Çocuğun, anne ve babasından aldığı bu ilk bilgiler, onun hayatı anlama ve yorumlama biçimini şekillendirmektedir. Çocukların karakter gelişimi de büyük ölçüde aile içindeki ebeveyn tutumlarına bağlı olmaktadır.

Çocukların kişiliklerinin gelişiminde en önemli rolü aile ilişkileri oynamaktadır. Ebeveynler, çocuklarına karşı sergiledikleri tutumlarla onların duygusal, sosyal ve zihinsel gelişimlerini doğrudan etkilemektedir. Bu ilişkilerin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi, çocuğun özgüven, sosyal beceri ve akademik başarısına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, sağlıklı bir aile ortamı ve bilinçli ebeveyn tutumları, mutlu bireyler yetiştirmek için temel koşullardan biri haline gelmiştir. Aile içindeki bu sorumluluğun doğru yerine getirilmesi, çocuğun başarılı ve sağlıklı bir şekilde büyümesini sağlamaktadır (Özel & Zelyurt, 2016, s. 11).

Ebeveynler, çocuklarıyla doğru iletişim kurmayı başardıklarında, onların ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebilmekte ve gelişim süreçlerine katkı sağlayabilmektedir. Çocukların sergiledikleri davranışlar, bazen ilgi görmek ya da sevgi istemek gibi ihtiyaçları yansıtabilmektedir. Ebeveynlerin bu sinyalleri doğru anlaması ve objektif bir yaklaşım sergilemesi, çocuğun duygusal dünyasının gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır.

Teknolojik gelişmelerin hız kazandığı günümüzde, çocuklarla doğru iletişim kurmak, aile bağlarını güçlendiren önemli bir etken haline gelmiştir. Çocukların teknolojiye maruz kaldığı bu çağda, ebeveynlerin çocuklarına ayak uydurabilmesi ve onları anlaması, aile ilişkilerini derinleştiren bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İyi bir iletişim, sadece aile içi bağları güçlendirmekle kalmaz, aynı zamanda çocukların sağlıklı bir şekilde büyümesine de katkı sağlamaktadır.

Günümüzde, ailelerin çocuklarına karşı sergiledikleri tutumlar farklı kategorilerde incelenmektedir. Bunlar; otoriter, demokratik, koruyucu, ilgisiz/ihmalkâr ve aşırı hoşgörülü tutumlar olarak sınıflandırılmaktadır. Her bir tutum, çocuğun gelişimi üzerinde farklı etkiler bırakmakta ve

çocukların kişilik özelliklerini şekillendirmektedir. Özellikle modern toplumlarda, ebeveynlerin çocuklarıyla doğru ve bilinçli bir ilişki kurmaları, sağlıklı bireyler yetiştirme yolunda önemli bir adım olarak görülmektedir.

Otoriter aile yapısı, ebeveynlerin çocuklarına sıkı kurallar koyduğu ve bu kurallara kesin bir şekilde uymalarını beklediği bir yaklaşımı ifade etmektedir. Otoriter ebeveynler, çocuklarının davranışlarını kontrol etmek ve belirlenen standartlara uymalarını sağlamak için cezalandırıcı yöntemler kullanmaktadır. Bu tür ailelerde çocuklar, kendi iradelerini kullanmaktan çekinirler ve genellikle ebeveynlerin taleplerine boyun eğmektedir (Baumrind, 1966, s. 890). Otoriter ailelerde büyüyen çocuklar, genellikle itaatkâr ve çekingen bireyler olarak yetişmektedir. Otoriteye karşı gelme eğiliminde olmadıkları için kendi düşüncelerini ifade etme ve bağımsız kararlar alma konusunda zorluk çekmektedir. Bu tutumda yetişen çocuklar, zamanla isyankâr ve saldırgan bireylere dönüşebilir, çünkü otoritenin baskısı altındayken kendi kimliklerini bulmakta zorlanmaktadırlar (Yıldız, 2004, s. 138).

Demokratik aile yapısı, çocuklara koşulsuz sevgi ve saygı gösterilen, onların karar alma süreçlerine katılmalarına izin verilen bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu tür bir ailede çocuklar, sınırlar dahilinde serbest bırakılmakta ve bu sayede sorumluluk duyguları ile özgüvenleri gelişmektedir (Sezer, 2010, s.3). Demokratik ebeveynler, çocuklarına rehberlik ederken, onlara hata yapma ve bu hatalardan ders çıkarma fırsatı sunmaktadır. Böylece çocuklar, problem çözme yeteneklerini geliştirmekte ve sorumluluk sahibi bireyler olarak yetişmektedir. Bu yaklaşım, çocukların hem bireysel gelişimlerine hem de sosyal sorumluluklarını yerine getirebilmelerine katkıda bulunmaktadır.

Koruyucu aile yapısı, çocukları her türlü tehlikeden uzak tutmaya çalışan bir yaklaşımı temsil etmektedir. Bu tür ailelerde çocukların özgürce keşfetmeleri engellenmekte ve aşırı koruma altında büyüyen çocuklar, bağımsız hareket etme yetilerini kaybetmektedir (Alisinanoğlu, 2003, s. 99). Koruyucu ailelerde yetişen çocuklar, hata yapma ve bu hatalardan ders çıkarma şansına sahip olamadıkları için, problem çözme becerilerini geliştirememektedir. Ek olarak aşırı koruma, çocukların hayata karşı güvensiz ve hazırlıksız olmalarına yol açabilmektedir. Ebeveynlerin çocuklarını aşırı korumak yerine, onların özgürce deneyim kazanmalarına olanak tanınmaları önem arz etmektedir.

İlgisiz aile yapısı, ebeveynlerin çocuklarına karşı hiçbir kural ve sınır koymadığı bir tutumu ifade etmektedir. Bu tür ailelerde ebeveynler, çocuklarının duygusal ve fiziksel ihtiyaçlarına kayıtsız kalmakta ve çocuklar kendilerini değersiz hissetmektedir (Kaya vd., 2012, s. 210). İlgisiz ebeveynlik, çocukların özgüvenlerini zedelemekte ve sağlıklı bir duygusal gelişim göstermelerini engellemektedir. Bu tür bir ortamda büyüyen çocuklar, sosyal beceriler geliştirmekte zorlanmakta ve kendilerini seilmeyen, önemsiz bireyler olarak görmektedir.

Bir diğer ebeveyn tutumu olarak nitelendirilen aşırı hoşgörölü aile yapısı ise, çocuklara karşı hiçbir kontrol mekanizmasının olmadığı bir tutumu ifade etmektedir. Bu tür ailelerde çocuklar, sınırların olmamasından dolayı kendilerini güvensiz hissetmekte ve benmerkezci bir tutum sergilemektedir (Demiriz ve Öğretir, 2007, s. 108). Bu ailelerde büyüyen çocuklar, başkalarının ihtiyaçlarını anlamakta ve empati kurmakta zorlanmaktadır. Ebeveynlerin "arkadaşça" bir tutum sergilemesi, çocukların güven verici ebeveyn figürlerinden yoksun kalmalarına neden olabilmektedir (Sayar & Benli, 2020, s. 166).



## B. MEDYA VE TEMSİL İLİŞKİSİ

Çizgi filmlerde aile temsili, genellikle çocukların sosyalleşme süreçlerini destekleyen bir rol oynamaktadır. Klasik çizgi filmlerden modern çizgi filmlere kadar, aile dinamikleri sıkça konu edilmektedir. Ancak aile yapısının çizgi filmlerde nasıl temsil edildiği, zamanla değişime uğramış ve çeşitlenmiştir.

Geleneksel çizgi filmler, genellikle geniş aile yapısını merkeze alarak, büyükanne, büyükbaba, anne, baba ve çocuklardan oluşan bir aile yapısını betimlemektedir. Bu tür aile temsilleri, çocuklara ebeveynlerin rollerini ve aile içi sorumlulukları tanıtmaktadır. Örneğin, baba genellikle ailenin koruyucusu ve geçimini sağlayan kişi olarak temsil edilirken, anne ise ev işleri ve çocuk bakımı ile ilgilenen bir figür olarak sunulmaktadır. Çocuklar, bu tür aile yapılarında genellikle macera peşinde koşan ya da büyüme süreçlerinde ebeveynlerinden öğütler alan karakterler şeklinde temsil edilmektedir.

Çizgi filmlerde ebeveyn tutumları, çocukların aile içi ilişkilere dair algılarını şekillendiren önemli faktörlerden biri olmuştur. Ebeveynler, çizgi filmlerde genellikle rehber, koruyucu ya da otorite figürleri olarak temsil edilmektedir. Bu ebeveyn temsilleri, çocukların ebeveyn-çocuk ilişkileri hakkında bilinçaltında çeşitli mesajlar almalarına neden olabilmektedir. Postman (1995, s. 70), gerçek yaşamda yetişkinlerin çocukların duymasını istemediği konuları genellikle fısıldayarak ya da çocukların anlamayacağı kelimelerle ifade ettiklerini belirtir. Ancak televizyon, içeriklerini kendinden açıklayıcı bir şekilde sunar; bu da demektir ki, sunulan her şey çocuklar tarafından olduğu gibi anlaşılmaktadır.

Healy (1999, s. 196), kaliteli bir televizyon programının çocuklar için bilgi açısından zengin bir kaynak sağladığını kabul etmesine rağmen, bunun çocukların eksikliklerini tamamlamaya ya da onları daha akıllı hale getirmeye yeterli olmayacağını vurgulamaktadır. Bu perspektife göre, her tür televizyon programı, hatta eğitim amaçlı olanlar bile, zararlı olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak, televizyonun çocuk gelişiminde tek başına olumsuz etkiler yarattığını söylemek doğru olmayacaktır. Bu bağlamda, çocuğun ekran başında geçirdiği süre ve içeriğin denetlenmemesi gibi çeşitli faktörler, farklı sonuçlara yol açabilir. Larson (2001, s. 151), ailelerin çocukların medya tercihlerini ve deneyimlerini yönlendirmede önemli bir rol oynadığını ve bu sürecin dikkatli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Hall (2017, s. 23), temsil etme sürecini, anlamın üretildiği ve kültürün üyeleri arasında paylaşıldığı bir mekanizma olarak, dil, işaretler ve görsellerin kullanılması yoluyla nesnelere simgelediği ya da tasvir ettiğini ifade etmektedir. Yani medyada yer alan karakterler ve olaylar, medyanın sunum biçimi aracılığıyla izleyiciler tarafından yorumlanmakta ve anlamlandırılmaktadır. Medyanın sunduğu temsil biçimleri, izleyicilerin algılayabileceği ve anlayabileceği kadar bilgi aktarabileceği, bu nedenle medyanın temsil ettiği gerçekliğin, tartışmalı bir noktada olduğunu göstermektedir.

Temsil, pek çok farklı alanda sıkça kullanılan bir terimdir ve çeşitli disiplinlerde farklı tanımlarla karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak, temsil, metinlerde gizli olan temel anlamların ortaya çıkarılmasına yönelik bir inceleme yöntemi olarak işlev görmektedir. Dil ve kavram ilişkisi çerçevesinde ele alındığında, temsil, zihnimizdeki kavramların dil aracılığıyla anlamlandırılmasını ifade etmektedir. Medya, uzun yıllardır çeşitli temsil biçimlerini farklı ideolojilerle yoğun bir şekilde izleyicilere sunan ve geniş bir kitleye hitap eden güçlü bir araç olarak hizmet vermektedir. Medyada sıkça karşılaşılan kalıplar

ve stereotipler, toplumlarda normal kabul edilen davranışları yüceltmekte ve sürekliliğini sağlamaktadır. Medya tarafından "normal" atfedilen kalıplarla karşıt bir arada sunularak normal dışı davranışları eleştiren bir klişeler sistemi de yansıtılmaktadır. Ancak, medyada sunulan bu "normal" kavramları tartışmaya açıktır.

Kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon, popülerlik ve reyting kaygısı doğrultusunda benzer içeriklere ağırlık vererek, popüler hafızanın önemli bir parçası haline gelmiştir (Cunningham & Miller, 1994, s. 60). Bu bağlamda, medya, insanların kültürel birikimlerinden gerçeklik algılarına kadar pek çok düşünce sistemini şekillendirerek dünyayı anlama biçimlerine katkıda bulunmaktadır. Medya tarafından sunulan temsil biçimleri büyük bir önem taşır çünkü hangi unsurların temsil edileceği veya geri planda bırakılacağı belirli bir süzgeçten geçmektedir. Bireyler, medyanın sunduğu içerikler aracılığıyla nelerin normal, popüler, toplumsal veya ideolojik olarak kabul edildiğini öğrenmekte ve bu doğrultuda hareket etmektedir (Jackson & Nesterova, 2017, s. 95).

Medya içerikleri bu süreçte kadınlara yüklediği roller ile, erkeklerin nasıl konumlandırıldığı ile çeşitli ırk ve etnisite temsilleri ile hastalıkların ve ruhsal bozuklukların temsil biçimi ile bazı normlar yaratmaktadır. Bu normlar dışında olanlar ise dışlanmakta ve öteki olarak konumlandırılmaktadır. Medya bağlamında özellikle televizyon önemli bir sosyal alan ve agoranın çağdaş versiyonu olarak günün büyük meselelerinin tartışılabileceği bir buluşma yeri olarak gösterilmektedir (Webb, 2009, s. 107). Kitle iletişim araçları ile pek çok temsil biçimi medya içeriklerinde sunulmaktadır. Medya, bu süreçte egemenlik ve başat sınıflar lehine işleyen, yeniden üreten ve toplumsal gerçekliğin tanımlayıcısı olarak yer almaktadır. Medya elinde bulunan güç ile her türlü ideolojik içeriğin üretilmesi ve aktarılmasında büyük rol oynamaktadır.

Çizgi filmler, çocukları renkli dünyaları ve eğlenceli karakterleriyle büyülemekte ve çocukların zamanlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri içerikler olarak faaliyet göstermektedir. Ancak bu yapımlar yalnızca eğlence sunmamakta; aynı zamanda toplumsal değerleri ve rolleri de iletmektedir. Çizgi filmlerde temsil edilen aile yapıları, arkadaşlık ilişkileri, sosyal roller ve yaşam tarzları, çocuklar için birer örnek, karakterler ise rol model oluşturmaktadır. Bu örnekler ve rol modeller, çocukların kendi ailelerini, sosyal ilişkilerini ve kişisel değerlerini sorgulamalarına ve anlamlandırmalarına yardımcı olmaktadır.

Çizgi filmler, içeriklerine göre abartılı ve fantastik unsurlara yer vermektedir. Çocuklar, bu kurgusal dünyalar ile gerçek dünya arasındaki farkı ayırt etmekte zorlanabilmekte bazen bu fark bulanıklaşabilmektedir. Süper kahramanların veya sihirli güçlere sahip karakterlerin yer aldığı çizgi filmler, çocukların gerçeklik algısını bozabilmektedir. Yine çizgi filmlerde temsil edilen her şeyin mükemmel olduğu bir yapı çocukların gerçek dünya ile ilişkisine zarar verebilmektedir.

Televizyon ekranları herkes için erişilebilir durumda olup, çocuk izleyiciler tarafından büyük bir ilgiyle izlenmektedir. Çocuklar, televizyondaki içeriklere karşı savunmasız bir pozisyonda olduklarından, her tür içeriğe açık bir şekilde konumlanmaktadır. Televizyonun çocuklar üzerindeki etkisi, çocuklara özel yayın yapan kanallar ve zengin içeriklerle gün boyunca devam eden bir ilişki kurmaktadır (Işık, 2007, s. 97). Özellikle çok küçük yaş grubundaki çocukların, televizyondaki içeriklerin

doğru mu yoksa yanlış mı olduğunu ayırt edemeyecekleri önemli bir nokta olarak dikkate alınmalıdır. Bu nedenle, çocuklara sunulan içeriklerin ebeveynler eşliğinde izlenmesi, daha olumlu sonuçlar doğurabilmektedir ve bu durumun dikkate alınması gerekmektedir.

Araştırmanın temel konusunu oluşturan, özellikle çizgi filmlerde yer alan aile olgusunun temsili de yine çocukların kendi yaşamları ile çizgi film evrenindeki yaşamları kıyaslamasına sebep olabilmektedir. Çizgi filmlerde sunulan pek çok şeyden biri olan toplumsal cinsiyet rolleri ve stereotipleri pekiştirilebileceği gibi (erkek karakterlerin güçlü ve cesur, kız karakterlerin ise narin ve pasif olarak temsil edilmesi) çocukların bu kalıpları benimsemelerine yol açabilmektedir. Bu durum, cinsiyet eşitliği ve bireysel farklılıkların kabul edilmesi konusundaki gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek davranışlar olarak devam edebilmektedir.

### C. YÖNTEM

Bu çalışma kapsamında, konu hakkında bilgi edinmek amacıyla alana dair literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, iletişim alanında sıklıkla kullanılan nicel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniği tercih edilmiştir. İçerik analizi, “verilerden anlamlı ve geçerli sonuçlar elde etmek amacıyla kullanılan” bir araştırma yöntemidir (Krippendorff, 2018, s. 25). Bu teknik, resmetme ve temsil gibi amaçlarla, gerçek dünya ile medya temsillerinin karşılaştırılması gibi imkanlar sunmaktadır.

Medya araçlarının olay ya da olguları nasıl yansıttığı, yaşadığımız toplum yapısının medyada nasıl yansıtıldığı ile ilgili olarak da karşılaştırma imkânı sunmasından dolayı araştırma için en uygun yöntem içerik analizi olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada, Türkiye’de kamusal çocuk yayıncılığı faaliyeti sürdüren TRT Çocuk ’da yayınlanan *Canım Kardeşim*, *Biz İkimiz*, *Elif’in Düşleri*, *Niloya* ve *Pepee* çizgi filmlerinin 5’er bölümü nicel araştırma tekniklerinden içerik analizi yönteminin sınıflandırma sistemi ile analiz edilmektedir.

#### 1. İçerik Analizi

İçerik analizi, iletişim araştırmalarında sıklıkla başvurulan bir yöntemdir ve medya içeriklerinin ayrıntılı analizini sağlama konusunda avantajlar sunmaktadır. Bu yöntem, medyadaki görüntü ve kelimeler gibi unsurların detaylı bir şekilde incelenmesine olanak tanımaktadır. Janis (1949, s. 425) içerik analizini, “işaretlerin sınıflanması ve bu işaretlerin içerdiği yargıları ortaya koymak amacıyla açıkça formüle edilmiş kurallar çerçevesinde yapılan bilimsel bir değerlendirme” olarak tanımlamaktadır. Stone vd. (1966, s. 213) içerik analizini, “metin içindeki belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniği” olarak ifade etmiştir.

Yıldırım (2015, s. 19), içerik analizinin üç temel yaklaşımını vurgulamaktadır: İlk yaklaşımda metnin özündeki içerik incelenir, ikinci yaklaşımda metnin kaynağının özellikleri değerlendirilir, üçüncü yaklaşımda ise belirli bir bağlamda metin analizi yapılır ve tanımlamalar ortaya konur. Berelson (1952, s. 17) ise içerik analizini, “iletişimin sunulan içeriğinin tarafsız, sistematik ve niceliksel tanımı” olarak açıklamaktadır. Weber (1989, s. 5), içerik analizini, “metinden elde edilen geçerli yorumların bir dizi işlem sonucu ortaya konduğu bir araştırma tekniği” olarak ifade etmektedir. İçerik analizine dair yapılan

çeşitli tanımlar değerlendirildiğinde, özellikle bu yöntemle ilgili genel görüş, tarafsız ve sistematik bir yaklaşım olduğu yönünde görüş birliği olduğu görülmektedir.

## 2. Sınıflandırma Sistemi

İçerik analizi araştırmasında, verilerin çözümlenmesini kolaylaştırmak için bir sınıflandırma ya da kategori sistemi oluşturulması gerekmektedir. Sınıflandırma iki biçimde yapılabilir: İlki, araştırma konusuyla ilgili olarak önceden hazırlanmış kalıp kategorilerin kullanılmasıdır. İkincisi ise, araştırmanın kuramsal çerçevesi, hipotezleri ve araştırma sorularına göre yeni kategorilerin oluşturulmasıdır (Yıldırım, 2015, s. 138).

Sınıflandırma sistemi, üç değişken üzerinden temellendirilmektedir bunlar; kontrol değişkenleri, biçimsel değişkenler ve içerik değişkenleridir. Kontrol değişkenleri, tüm araştırma birimleri için ortak olan değişkenler, biçimsel değişkenler; içeriğin aktarım biçimlerini, içerik değişkenleri ise, analiz edilen verilerin kaynağı, olaylar ve değerlendirmelerle ilgili ayrıştırmaları içermektedir (Gökçe, 2006, s. 102-103). Bu çalışmada, kontrol değişkenleri olarak çizgi filmler, biçimsel değişkenler olarak ise çizgi filmlerin süresi, yapımçı bilgileri gibi unsurlar ele alınmıştır. İçerik değişkenleri ise çizgi filmlerdeki olaylar, aile yapıları ve özellikleri, aile içi ilişkiler gibi unsurları kapsamaktadır.

### Kontrol Değişkenleri

1. **Değişken:** İncelenen çizgi filmler

### Biçimsel Değişkenler

2. **Değişken:** Çizgi filmlerin süresi
3. **Değişken:** Çizgi filmlerin yapımçı bilgileri

### İçerik Değişkenleri

4. **Değişken:** Çizgi filmlerin içeriği
5. **Değişken:** Çizgi filmlerde müzik ve ses tasarımı
6. **Değişken:** Çizgi filmlerdeki karakterler
7. **Değişken:** Çizgi filmlerdeki yaşam yeri
8. **Değişken:** Çizgi filmlerdeki aile yapısı
9. **Değişken:** Çizgi filmlerdeki ebeveynlerin davranış ve tutumları
10. **Değişken:** Çizgi filmlerdeki cinsiyet ve roller
11. **Değişken:** Çizgi filmlerdeki ebeveynlerin meslekleri
12. **Değişken:** Çizgi filmlerde verilen değerler

## D. BULGULAR

İncelenen çizgi filmlerin her birinde anne ve baba sağ, birlikte yaşayan, aile bütünlüğü bozulmamış bir aile yapısı şeklinde tasvir edilmektedir. Canım Kardeşim çizgi filminin incelenen bölümlerinde hem anne hem de baba çocuklarla ilgili ebeveynler olarak yer almaktadır. İncelenen bölümlerde bir aile büyüğü olarak büyükanne ya da büyükbabaya rastlanılmamaktadır.

Aşağıda yer alan tablolarda her bir çizgi filmin karşısında yer alan kutucuklarda ailede yer alan karakterler belirlenmiştir. Çizgi filmlerin genel değerlendirmesi yapıldığında incelenen bölümlere göre, aile büyüğü olarak dede, anneanne ya da babaanne gibi karaktere yer verilmeyen tek çizgi filmin Canım Kardeşim olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 1.** İncelenen Çizgi Filmlerdeki Aile Bireyleri

	Anne	Baba	Büyükanne	Büyükbaba	Kardeş	Evcil Hayvan	Diğer
Canım Kardeşim	X	X			X	X	X
Biz İkimiz	X	X	X		X		
Elif'in Düşleri	X	X		X			X
Niloya	X	X	X	X	X	X	X
Pepee	X	X	X	X	X	X	X

Biz İkimiz çizgi filminde hem anne hem de babanın yanı sıra incelenen bölümlerde yer alan anneannede çocuklarla ilgili ve çocuklarla vakit geçirmeyi seven bir karakter olarak temsil edilmektedir. Canı sıkılan çocuklar için onlara oyun sunan, onlara katılan ve onları gezmeye, keşfetmeye götüren bir anneanne modeli sunulmaktadır. Elif'in Düşleri isimli çizgi filmin incelenen bölümlerinde ailenin içinde temsil edilen bir dede karakteri mevcuttur. Salih dede Elif'in babasının babasıdır. Elif'in dedesi, yine Elif ile vakit geçirmekten hoşlanan, sevecen, hoşgörülü ve ilgili bir dede olarak temsil edilmektedir. Öyle ki halsiz düşen Elif'in manava gitmediği gün evi arayıp neden gitmediğini önemseyen, hasta olan torunu için meyve sepeti hazırlayıp torununu görmeye giden bir dede olarak karşımıza çıkmaktadır.

Niloya isimli çizgi filmlerin incelenen bölümlerinde hem dede hem de babaanne karakterleri yer almaktadır. Ancak anneanne ve diğer dedeye dair bulguya incelenen bölümler kapsamında rastlanılmamaktadır. Niloya'nın babaanne ve dedesi torunları Murat ve Niloya için ellerinden geleni yapan kişiler olarak temsil edilseler de torunlarıyla oyun oynayarak vakit geçiren karakterler değildir. Bayramlaşma hediyesi veren, harçlık veren, torunlardan biri hastalandığında ona ballı süt hazırlayan dolayısıyla görev ve sorumlulukları kapsamında torunlarıyla ilgilenen, geleneksel dede ve babaanne şeklinde bir temsilin söz konusu olduğunu söylemek mümkündür.

Pepee çizgi filminin incelenen bölümlerinde rastlanılan aile büyüğü yine babaanne ve dede olarak gözlemlenmiştir. Dede, Pepee ve Şıla ile oyunlara katılan, maceralar yaşayan bir şekilde temsil edilirken babaanne genellikle öğütler veren torunları için yemekler hazırlayan bir karakter olarak temsil edilmektedir. Tabloda yer alan karakterlerin dışında çizgi filmlerde kuzen ve komşulara rastlamak mümkündür. Canım Kardeşim'in bir bölümünde kuzen Onur, Elif'in düşlerinde kuzen Ahmet, Niloya'da kuzen Mete, Pepee'de kuzen Şıla yer almaktadır. Çizgi filmlerdeki ana karakterlere arkadaşlık eden karakterler genelde hem arkadaş hem de kuzen olarak temsil edilmektedir. Genellikle kuzenler ana karakterlerle yakın ya da aynı yaşta tasarlanmıştır. Bu karakterler sadece sıradan bir arkadaş olarak yer

almadığı için, bir akrabalık ilişkisinde rol atfedildiği için incelenen çizgi filmlerde aile bağlarına, köklere ve akrabalığa önem verildiği görülmektedir.

Canım Kardeşim çizgi filminin incelenen bölümlerinde Mine ve Müge kardeşlerin sahip oldukları Mıncır isimli bir kedileri olduğu gözlemlenmiştir. Mıncır evde aile ile yaşamakta ve kız kardeşlerin oyun arkadaşı olarak temsil edilmektedir. İncelenen Biz İkimiz ve Elif'in Düşleri çizgi filmlerinde çocuk karakterlerin sahibi olduğu bir evcil hayvan mevcut değildir. Ancak Biz İkimiz isimli çizgi filmin bir bölümü olan Hayvanat Bahçesi'nde çocuklar hayvanlara karşı duyarlı, ilgili ve sevgi dolu bir biçimde temsil edilmektedir. Elif'in Düşleri çizgi filminde ise Elif'in hayalperest bir çocuk olması dolayısıyla zamanının büyük bir kısmını dedesinin manavında bulunan sebze meyvelerle konuşarak ve onlarla oynayarak geçirdiği görülmektedir.

Niloya çizgi filminin incelenen bölümlerinde Niloya'nın evcil hayvanı ise bir kaplumbağadır. Kaplumbağaya ait bir yatak bulunmaktadır. İsmi Tosbik olan kaplumbağanın Niloya'nın hemen hemen her anında yanında, resimlerine konuk olan, bayramlaşma da bile yanından ayırmadığı bir evcil hayvan olarak temsil edildiği gözlemlenmiştir. Pepee isimli çizgi filmde ise ismi Köpüş olan bir köpek, ismi Zulu olan bir zürafa, ismi Maymuş olan bir maymun, ismi Kara Mócük olan bir inek gibi pek çok hayvana rastlamak ve hayvanlarla iç içe bir yaşam söz konusunu söylemek mümkündür. İncelenen çizgi filmlerde ilgili bölümlerinde kardeşe tek sahip olmayan karakterin Elif olduğu tespit edilmiş diğer tüm çizgi filmlerde karakterlerin kardeşleri olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum Canım Kardeşim çizgi filminde kız kardeşler Mine ve Müge'nin yanı sıra yenidoğan bir kardeş Mete, Biz İkimiz çizgi filminde Arda ve Ceren kardeşlerin birbirinin ikiz kardeşi olmaları, Niloya çizgi filminde abi Murat ve Pepee isimli çizgi filmde Pepee'nin küçük kız kardeşi Bebee olarak tasarlanmıştır.

İncelenen çizgi filmlerin ana karakterleri, aile bireyleri, evcil hayvanlarının yanı sıra diğer kategorisinde komşuların yer aldığı tespit edilmiştir. Komşularla ilişkilere yer verilen çizgi filmlerin ise Elif'in Düşleri ve Niloya olduğu gözlemlenmiştir. Elif'in Düşleri çizgi filminde komşu Doktor Ahmet ve komşu Münevver teyze bayram sabahı kahvaltıya çağırılır. Niloya çizgi filminde komşu olarak Mete'nin annesi eve misafirlige gelir ve bayram şekeri topladıkları sahnelerde komşuların evleri bayramlaşmak için gezilmektedir. Bu bilgiler ışığında çizgi filmlerde bayramlaşma dolayısıyla komşu temasına yer verildiği çıkarımı yapılabilir. Her iki çizgi filminde bayram bölümlerinde komşuluk ilişkilerine dikkat çekilmektedir.

**Tablo 2.** İncelenen Çizgi Filmlerdeki Yaşam Yeri

İncelenen Çizgi Filmler	Kent Yaşamı	Köy Yaşamı
Canım Kardeşim		X
Biz İkimiz	X	
Elif'in Düşleri	X	
Niloya		X
Pepee		X

Yukarıda yer alan tabloda incelenen çizgi filmlerin ilgili bölümlerinde geçen konular ve olaylardan hareketle yaşanan yerin coğrafi olarak kent ya da köy yaşamı olarak sınıflandırılması yapılmıştır. Bahsi geçen çizgi filmlerden üçünün köy, ikisinin ise kent yaşamı olarak sunulduğu gözlemlenmiştir.

Canım Kardeşim çizgi filmde ailenin yaşadığı evin bahçeli bir ev olarak tasarlandığı gözlemlenmiştir. Ailenin yaşadığı evin etrafında arazi genişliği bulunması, gittikleri parkta çiftlikten kaçan bir midillinin bulunması yine kent yaşamında çok sık rastlanan bir durum değildir. Ailenin evine yakın çok sık yapılanma olmadığı ve incelenen Kardan Adam isimli bölümde anne ve babanın işe giderken yolların kapalı olması nedeniyle eve geri dönmeleri bu savı doğrular niteliktedir. Biz İkimiz isimli çizgi filmde aile bireylerinin yaşadığı ev bahçeli bir ev olarak gözlemlenmiştir. Ancak evin cadde üzeri olması, araçların geçişi ve hayvanat bahçesine gerçekleştirilen ziyaret, gidilen parkın büyüklüğü ve kalabalıklığı neticesinde bu çizgi filmde bir kent yaşamının sürdürüldüğü gözlemlenmiştir.

Elif'in Düşleri çizgi filmde dede Salih'in işyeri manavının bulunduğu cadde, evlerin az katlı ancak sık bir şekilde yapılanması, billboardların varlığı ve cadde üzeri görüntüler yine bu çizgi filmde de bir kent yaşamı sürdürüldüğünü göstermektedir. Niloya isimli çizgi filmde ailenin yine bahçeli bir evde yaşadığı görülmektedir. Ailenin bahçeleri içinde ahır, kümes gibi bazı yapılanmaların söz konusu olması ve olabildiğine geniş yeşilliklerin sunulması bir köy yaşamı sürdürüldüğünü destekler niteliktedir. Pepee isimli çizgi filmde bomboş ağaçlarda dolu yeşil arazilerin varlığı, herhangi bir otoyol ya da cadde bulunmayışı yine ailenin bahçeli bir evde yaşayışı, inek, zürafa, maymun gibi çeşitli hayvanlarla iç içe bir yaşamın varlığı köy yaşamı sürdürüldüğünü kanıtlar niteliktedir.

İncelenen çizgi filmlerin ilgili bölümlerinde, Niloya ve Pepee'nin köy yaşamında karşılaşabilecekleri olaylara da yer verilmektedir. Niloya kümeslerindeki tavukları beslerken, inekten süt sağmayı öğrenirken, Pepee kaybolan ineklerini aramaya yardımcı olmakta, ağaçtan meyve toplamaktadır. Bu durum Elif'in Düşleri isimli çizgi filmde cadde üzerinde manav dükkanı olan dedesinin yanında çokça vakit geçiren Elif'in meyve ve sebzelerle hayali arkadaşlık ederken onların hangi bölgelerde yetiştiği ve faydaları konusundaki sohbetleri ile yer almaktadır.

Biz İkimiz isimli çizgi filmde çocukların hayvanları yakından tanıma fırsatları anneanneleri ile Hayvanat Bahçesi ziyareti gerçekleştirmeleri ile mümkün olmaktadır. Canım Kardeşim isimli çizgi filmde ise Mine ve Müge kardeşlerin anneleri ile parka gittikleri bölüm olan "Arkadaşım Minik" parkta başıboş gezen bir midillinin varlığı ve aileyi eve kadar takip etmesi, kar yağışı nedeniyle yolların kapalı olması gibi durumlar kent yaşamında rastlanılması pek mümkün olmayan olaylar olarak gözlemlenmiştir. İncelenen bölümler kapsamında ailenin diğer köy yaşamı süren Niloya ve Pepee isimli çizgi filmlerde olduğu gibi bir ahır ya da kümes sahibi oldukları, yetiştirdikleri hayvanlardan üretim elde ettikleri bulgusuna da rastlanılmadığını belirtmek gerekmektedir. İncelenen çizgi filmlerin ilgili bölümleri kent ve köy yaşamı özelliklerine göre sınıflandırıldığında incelemeye tabi olan tüm çizgi filmlerde hava kirliliği, çevre kirliliği gibi durumlara rastlanılmamıştır. Nüfus yoğunluğu olarak incelendiğinde yine köy yaşamı olarak sınıflandırılan Niloya, Pepee ve Canım Kardeşim isimli çizgi filmlerde nüfus yoğunluğu söz konusu değildir. Biz İkimiz isimli çizgi filmde bu durum tam tersi olarak nitelendirilebilir. Çocukların gittikleri parkta asla sıra bulamayışı çok fazla çocuğun o alanda oyun oynamak için bulunuyor olması yine nüfus yoğunluğu ölçütü için geçerli görülmektedir. Tarım ve hayvancılık işlerine köy yaşamı olarak sınıflandırılan Niloya ve Pepee isimli çizgi filmlerde yer verildiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** İncelenen Çizgi Filmlerdeki Aile Yapısı

İncelenen Çizgi Filmler	Geniş Aile	Çekirdek Aile
Canım Kardeşim		X
Biz İkimiz	X	
Elif'in Düşleri	X	
Niloya	X	
Pepee	X	

Canım Kardeşim çizgi filminin incelenen bölümlerinde herhangi bir büyükanne-büyükbaba ya da daha uzak amca, hala, teyze, dayı gibi aile bireylerine yer verilmediği gözlemlenmiştir. İncelenen beş bölümün beşi de anne baba ve çocuklardan oluşmakta ve çekirdek aile yapısı içinde yaşam sürdürülmektedir.

Biz İkimiz çizgi filminin incelenen beş bölümünün ikisinde anneanne figürü yer almaktadır. Anneannenin günün belirli zamanlarında aile ile vakit geçirdiği gözlemlenmiş ancak aile bireyleriyle beraber yaşadığına dair bir bulguya rastlanılmamıştır.

Elif'in Düşleri isimli çizgi filminin incelenen beş bölümünün beşinde de Elif'in dedesi ile vakit geçirdiği gözlemlenmiştir. Dede bayram sabahı masanın başında oturmakta ve eşi olarak babaanneye rastlanılmamaktadır. Beraber yaşadıklarına dair net bir bulguya rastlanılmamaktadır.

Niloya isimli çizgi filmin incelenen bölümlerinin ikisinde dede ve babaanneye yer verildiği gözlemlenmiştir. Bayram sabahı dede ve babaannenin evde bulunması, Niloya ve ailesinin ziyaret için onlara gitmemiş olmaları, baba ve dedenin araçla aynı bahçeye gelmeleri, babaannenin ineği sağması, torununa süt hazırlaması gibi aktiviteleri aynı ev içinde gerçekleştirmesi nedeniyle aynı evi paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Pepee isimli çizgi filmin incelenen beş bölümünün üçünde yine babaanne ve dede figürlerinin yer aldığı gözlemlenmiştir. Yine dedenin baba ile aynı eve gelmesi, babaannenin çocuklar için aynı evde yemek pişirmesi, dede ve babaanne sahnelerinin, Pepee'nin yaşadığı evde gerçekleşmesi nedeni ile aynı evi paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen çizgi filmlerin ilgili bölümlerinde baba karakterinin anne ve babaları olan babaanne ve dede figürlerine Elif'in Düşleri, Niloya ve Pepee isimli çizgi filmlerde yer verilirken anne karakterinin annesi olarak anneanne figürüne yalnızca Biz İkimiz isimli çizgi filmde yer verildiği tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** İncelenen Çizgi Filmlerdeki Ebeveyn Tutumları

İncelenen Çizgi Filmler	Otoriter Tutum	Demokratik Tutum	Koruyucu Tutum	İlgisiz Tutum	Aşırı Hoşgörülü Tutum
Canım Kardeşim					X
Biz İkimiz					X
Elif'in Düşleri		X			
Niloya					X
Pepee					X

Canım Kardeşim isimli çizgi filmin incelenen ilk bölümünde Mine ve Müge kardeşlerin çok fazla bilgisayar oyunu oynamaları ve anne babalarının kendilerine seslenmelerini duymamaları sonucu gelişen olaylar zincirinde aşırı hoşgörülü bir aile yapısı ve çocuklara karşı aşırı hoşgörülü tutum



benimsendiği tespit edilmiştir. Mine ve Müge kardeşlerin çok fazla bilgisayar oyunu oynamaları sonucu aile otoriter tutum ve davranışların bir ölçütü olan cezalandırma yönteminden faydalanılmadığı gözlemlenmiştir. Ebeveynler tarafından bilgisayar oyunu yasaklanmamakta ve bilgisayar Mine ve Müge kardeşlerin elinden alınmamaktadır. Bu haliyle ebeveynlerin ilgisiz bir tutum sergilediği düşünülebilir ancak ebeveynler çocukların çok fazla bilgisayar oyunu oynamalarına karşı tepkisiz de kalmamıştır. Çocukların oyuna dalmış olmaları ve yemek yemek için anne babalarını uzun süre bekletmiş olmaları dolayısıyla ebeveynlerin ortak kararıyla çocuklara bir oyun oynanarak ders verilmiştir.

Evdeki elektrik şalterini indiren anne ve baba elektriklerin kesildiği izlenimi vererek çocukları bilgisayardan uzaklaştırıp kendilerine katılmaları için bir fırsat yaratmıştır. Taktıkları peruk ve sakallarla çok uzun süre geçtiği için çocukların bilgisayar başında zamanı fark etmedikleri dolayısıyla kendilerinin çok yaşlandığını ifade etmişlerdir. Mine ve Müge kardeşler bu durum karşısında hatalarını fark ederek bir daha bilgisayar oyunu oynamayacaklarını dile getirmiş ancak baba bilgisayar oyunu da oynayabileceklerini sadece her şeyin zamanında yapılmasının güzel olduğu yönünde öğüt vermiştir.

Yine aynı çizgi filmin incelenen bir diğer bölümünde tamir ettiği her şeyi bozan kuzen Onur'a karşı ebeveynlerin tutumunun aşırı hoşgörülü tutum olduğunu ifade etmek mümkündür. Onur evdeki bazı eşyaları tamir etmek istediğini Lale ve Galip çifti karşı çıkmamış, Onur'un tamir etmek istediği eşyalar için izin verilmiştir. Kuzen Onur ilk olarak fırını daha iyi bir fırın haline getireceğini, televizyonda tüm kanalları getirebileceğini ve amcası Galip'in arabasını tamir edebileceğini iddia etmiş ve işbaşına geçmiştir. Kuzen Onur'un tamirlerinin hepsi başarısızlıkla sonuçlandığı tespit edilmiştir. Fırındaki yemek yanmış, televizyon ekranı gitmiş ve siyah dumanlar yükselmiş, araba ise çalışır gibi olup bozulmuştur. Bu durum karşısında Müge ve Mine'nin ebeveynleri Onur'a ilerde çok başarılı biri olacağı ifade edilerek elektronik aletler dışında bazı tadilat görevleri sunulmuştur. Yine bir cezalandırma bulgusuna ulaşılmamıştır.

Canım Kardeşim isimli çizgi filmin "Arkadaşım Kardan Adam" bölümünde anne ve babanın işe gitmek zorunda olmaları, çocuklarınsa okullarının kar yağışı nedeniyle iptal olması sonucunda anne küçük kız kardeş Mine'yi abla Müge'ye emanet etmiş ve kesinlikle gözünün önünden ayırmaması gerektiğini tembihlemiştir. Ancak ablasının uyuyup kalması ve kendisinin sıkılması nedeniyle Mine kedileri Mıncır ile bahçeye çıkıp kardan adama bir kardan anne bir de kardan çocuk yapmıştır. İşe yolların kapalı olması nedeniyle gidemeyen ve yarı yoldan dönen ebeveynler ise bahçede Mine'yi görünce kısa süreli bir şaşkınlık yaşamalarının ardından yaptığı durumu gülererek karşılamışlar sözlerinin tutulmamasına karşılık herhangi bir ceza ya da yaptırım uygulanmamıştır. Tüm bu verilerden hareketle Canım Kardeşim çizgi filminde çocukların kendi davranışlarını ve kararlarını alma eyleme dökme sürecine ebeveynlerin tutumunun aşırı hoşgörülü tutum yönünde olduğu tespit edilmiştir.

Biz İkimiz isimli çizgi filmin incelenen bölümlerinde ebeveynlerin çocuklara tutumlarının aşırı hoşgörülü tutum olduğu tespit edilmiştir. Ebeveynlerin çocukların yapacakları eylemlere yön veren, sınırlar çizen şekilde tasarlanmadığı gözlemlenmiştir. Arda ve Ceren kardeşler ne yapmak isterse özgürce gerçekleştirebilmektedir. İncelenen ilk bölüm olan Hayvanat Bahçesi'nde bahçede oyun oynayan çocukların yanına gelen anneanne onlara diğer hayvanları da öğrenmek isteyip istemeyeceklerini sormakta ve çocuklar istediklerini ifade ettiğinde onları bir yere götüreceğini

söylemektedir. O sırada bahçeye gelen babaya ya da anneye danışma ya da onlardan izin isteme gibi bir durumun söz konusu olmadığı gözlemlenmiştir. Çocukların fikri alınmış ve çocukların isteği üzerine Hayvanat Bahçesi'ne ziyaret gerçekleştirilmiştir.

Yine aynı çizgi filmin bir başka bölümü olan Yaz isimli bölümde çocuklar denizde istedikleri oyunları oynamış, yemeklerini bitirmeleri, öyle oyuna devam edebilecekleri yönünde bir yaptırımla karşılaşmamıştır. Anne tarafından yemek saati olduğu belirtilmiş ancak çocukların yemesi ya da yememesi konusunda bir ilgi ya da baskı gerçekleşmemiştir. Yemek yeme durumu yine çocukların kendi kararlarına bırakılmıştır. Denize girmek isteyip istemedikleri çocuklara sorulmuş, çocuklar istedikleri için denize girmiştir. Çocukların parka götürüldüğü bölümde oyun oynamak için kendilerine sıra gelmesini beklemeleri esnasında ve evde elektrikler kesildiğinde ne yapacaklarını düşündükleri durumlarda anne onlara önerilerde bulunmuştur. Çocuklarının oynamak isteyip istemeyecekleri danışıldıktan sonra ve çocukların fikirleri alındıktan sonra gerçekleşen etkinliklerde annenin de çocuklarla vakit geçirdiği gözlemlenmiştir. Annenin bu davranışı aşırı hoşgörülü tutumda bahsi geçen "arkadaşça" yaklaşımı destekler niteliktedir. Anne onlarla bir arkadaş gibi sek sek oyununu anlatarak sek sek oynamakta ya da çocuklarıyla bulutları izleyip bulutlarla ilgili bir hikâye oluşturmaktadır.

Elif'in Düşleri isimli çizgi filmde ebeveynlerin tutumları demokratik tutum olarak tespit edilmiştir. Elif karakterinin davranışları ve ailenin çocuklarından beklentisi yaşıyla orantılı bir şekilde sunulmaktadır. Elif'in resim yaptığı masanın toplanması anne tarafından talep edilmekte, anne manav dededen alınması gereken malzemeler için Elif'i görevlendirmektedir. Bu sorumluluklar Elif'in gerçekleştirebileceği görevlerdir.

Yine Elif karakteri kendisi için bir bisiklet almak istediğinde biriktirmiş olduğu harçlıkları kullanabileceği kararını verebilmektedir. Eksik kalan tutarın ebeveynler ya da dede tarafından tamamlanmasını istemek yerine satış yaparak eksik parayı kazanma yolu tercih edilmektedir. Kuzen Ahmet annesine limonata yaptırıp destek sağlarken Elif annesinden yardım alarak yapacakları kurabiyeleri manav dedenin gözetiminde satarak bisiklet için eksik kısmı tamamlamakta, kendi isteği için sorumluluklar alabilmektedir. Eksik para tamamlandıktan sonra bisiklet alma işi ise Elif tarafından değil dede tarafından gerçekleştirilmektedir. Ailede anne ve babanın mutfakta birlikte yemek hazırlarken Elif'in de kendine düşen sorumluluğu yerine getirip masaya tabak ve çatal kaşıkları yerleştirdiği gözlemlenmektedir. Yine çocuğun gerçekleştirebileceği, yaşına uygun bir davranış sergilediği görülmektedir. Dolayısıyla herkesin görev ve sorumluluklarının farkında olduğu gözlemlenmiştir. Ebeveynlerin gözetim dahilinde çocuğun davranışlarını ve kararlarını destekleyen, saygı gösteren güven verici bir şekilde temsil edildiği görülmektedir.

Niloya çizgi filminin incelenen bölümlerinde ebeveynlerin ve aile büyüklerinin çocuklara karşı tutumunun aşırı hoşgörülü tutum olduğu gözlemlenmiştir. İncelenen bölümlerden birinde Niloya abisi için babaannesi ile süt sağmak istemektedir. Babaanne her ne kadar o an Niloya ile aynı ortamda bulunsa da bu o yaşlarda bir kız çocuğunun yapabileceği bir görev değildir ancak aile büyüğü babaanne tarafından süt sağmasına izin verildiği gözlemlenmektedir. Yine ilgili çizgi filmin incelenen bölümlerinden "Misafir Mete" isimli bölümde, Niloya'nın evine misafir olarak gelecek arkadaşları için kek yaptığı sahnede yumurta kırma, malzemeleri ekleme, karıştırma, kaba boşaltma gibi tüm adımları

tek başına gerçekleştirdiği keki fırına dahi Niloya'nın bizzat kendisinin yerleştirdiği gözlemlenmiştir. Ebeveynlerin gözetiminde ya da yanında bulunmadığı sırada gerçekleşen bu davranış yine Niloya yaşlarında küçük bir kız çocuğunun yerine getirebileceği görev ya da sorumluluklar değildir. Hazırlanan kekin fırına yerleştirilmesi vb. durumların yine o yaşlarda bir çocuk için tehlikeli olabileceği dolayısıyla bir ebeveyn kontrolünde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ancak bu sahnelerde ebeveynlerden hiçbirine ait bulguya ulaşılmamıştır. Bu verilerden hareketle mutfakta tek başına bırakılan bir çocuk ve çocuğun yaşıyla orantılı olmayan davranışlar sergilemesi aşırı hoşgörülü tutum davranışının benimsendiğini göstermektedir.

Niloya'nın dışarıda hava kötü olduğu için evin içinde zaman geçirdiği bölümü konu alan "Sakarlığım Üstümde" bölümünde Niloya birtakım sakarlıklar yaşamış ve evdeki duvara fırçasından boya bulaşmış, yanlışlıkla vazoya değdiği için vazo kırılmış ve sevinç gösterisi olarak koltuğun üstünde zıplarken üzerine bastığı yastığı parçalamıştır. Tüm bu sakarlıkları ise annesine bildirmeme eğiliminde kendi fikirleri ile düzeltmeye çalışmaktadır. Suluboyası ile duvarı boyayan, yapıştırıcı yardımıyla vazoyu eski haline getirmeye çalışan ve yastığın içinden çıkan tüyleri içine doldurup yastığı ters çeviren çözümleri kısa süreli çözümler olmuştur.

Niloya'nın kendince ürettiği çözümlerden vazoyu yapıştırma davranışı, Niloya için tehlikeli bir davranış olarak görülmektedir. Niloya'nın yapıştırmaya çalışırken yaralanabilme ihtimali olduğu gözlemlenmiştir. Bölümde Niloya'nın yaralanması gibi bir duruma rastlanılmamış olsa da yine böyle bir davranışın Niloya yaşındaki bir kız çocuğu için tehlikeli olabileceği gerçeğini değiştirmemektedir. Annenin tüm bunların gerçekleşmesinden sonra Niloya'nın yanına gelmesi ve yaşanan bu olaylara karşı herhangi bir cezalandırma ya da sınırlama getirmemesi yine aşırı hoşgörülü bir tutumun sergilendiğini kanıtlar niteliktedir. Anne bu davranışlar için Niloya'ya sadece üzülmemesini, herkesin hatalar yapabileceğini ifade etmektedir. Sonrasında anne ve Niloya, Niloya'nın sakarlıklarını düzeltmeye çalışırken Niloya bu kez de takılıp düştüğünde annesi, Niloya'nın dışarda oynamasının en iyisi olacağını ifade etmekle yetinmiştir.

İncelenen çizgi filmlerden biri olan Pepee'nin kendi bildiğini yapan bir çocuk olması başına türlü işlerin açılmasına yol açmaktadır. Pepee'nin incelenen bölümlerinde bir başına kırlarda bisiklet sürdüğü gözlemlenmiştir. Yanında ebeveyn ya da aile büyüğü yer almamış zaman zaman kuzeni Şila ya da kardeşi Bebee kendisine katılmıştır. O yaşlardaki çocukların tek başına yokuşlu alanlarda ve kırlarda bisiklet sürmeleri tehlike içerebilmektedir ancak çizgi filmde bu aktiviteyi Pepee tek başına gerçekleştirebilmektedir. Ebeveynlerin bu tutumu sergilemeleri ve bu davranışa müsaade göstermeleri aşırı hoşgörülü bir tutum olarak değerlendirilebilmektedir. İncelenen bölümlerden birinde yanında ebeveynlerinden ya da aile büyüklerinden herhangi birinin bulunmadığı halde çok hızlı bisiklet süren Pepee'nin düşüp yaralandığı gözlemlenmiştir.

Yine Pepee'nin incelenen bölümlerinden biri olan "Yaşasın Yemek Yemek" bölümünde babaannenin hazırladığı yemek için Pepee ve Şila'yı çağırdığı ancak Pepee'nin neden yemek yenmesi gerektiğini anlamadığı gerekçesi ile yemek yemeyi reddettiği gözlemlenmiştir. Babaanne ve Şila'nın yemek yemezse oyun oynayacak güç ve enerjiye sahip olamayacağı yönündeki telkinlerine aldırış etmeyen Pepee'nin yemek yememesi babaanne tarafından hoşgörü ile karşılanmıştır. Hiçbir şekilde

yemek yemek için zorlanmayan Pepee'nin, aç karna Şila ile oynamak için izin istediğinde müsaade edilerek gönderildiği tespit edilmiştir. Kuzen Şila ile çeşitli oyunlar oynayarak dans eden Pepee sonunda halsiz kalmış ve düşmüştür. Herhangi bir ebeveynin o ana kadar Pepee'nin durumunu merak ettiği ya da onu aramaya çıktığı yönünde bir bulguya ulaşılmamıştır. Halsiz kalan Pepee'yi eve ulaştıran kuzeni Şila olmuştur.

Bisikletinin arkasındaki bölmede Pepee'yi evlerine götüren Şila'nın bu sorumluluğu yaşına uygun bir sorumluluk değildir. Ancak anne karakterinin üstlenmesi gereken sorumluluk kuzen Şila tarafından gerçekleştirilerek eve götürülen Pepee'ye babaanne tarafından yemek istemediği kuru fasulyenin tekrar servis edilmesiyle Pepee kendine gelmiştir. Yaşanan bu olaylar zinciri göz önünde bulundurulduğunda Pepee'nin kırlarda, hayali arkadaşı Şuşuu ile uzun süreler konuşarak geçirdiği aktivitelerde Pepee'nin hiçbir ebeveyni tarafından aranmaması, çağırılmaması, yemek yeme gibi temel ihtiyaçlarda dahi kendi kararına saygı duyulması bu çizgi filmdeki ebeveyn tutumunun da aşırı hoşgörülü tutum olduğunu doğrular niteliktedir.

Toplumsal cinsiyet rolleri açısından incelenen çizgi filmlerdeki bulguları ise şu şekilde ifade etmek mümkündür: Canım Kardeşim isimli çizgi filmde Mine ve Müge kardeşler, hayalperest, sakın, naif karakterler olarak temsil edilmektedir. Özellikle kuzen Onur'un evlerine misafir olarak geldiği bölümün analizi dikkate alındığında erkek çocuklarının elektronik, tamirat vb. işlere karşı ilgisi ile güçlü ve lider bir karakter olarak temsil edilmesi, geleneksel cinsiyet rollerinin pekiştirilmesine neden olmaktadır. Mine ve Müge kardeşler bilgisayar ile oyun oynamakta ancak oynadıkları oyun yine erkek çocuklarla ayrıştıran bir oyun şeklinde temsil edilmektedir. Mine ve Müge bilgisayarla oynadıkları oyunda bir manken kız giydirmekle, süslemekle uğraşmaktadır.

Canım Kardeşim çizgi filmde yine anne mutfakta yemek hazırlama, masa hazırlama, yemek pişirme, kahvaltı hazırlama gibi geleneksel "anne" rollerinin karakterde yer bulduğu görülmektedir. Baba karakteri ise mutfaktaki işlerle ilgilenmeyen dışardaki işlerle ilgilenen bir figür olarak temsil edilmektedir.

Biz İkimiz isimli çizgi filmde anne karakteri evde çocuklarla ilgilenen, ev işlerini yürüten, çocukları parka götüren, çocukların ihtiyaçlarıyla ilgilenen bir karakter olarak temsil edilirken baba akşamları eve işten gelen bir karakter olarak temsil edilmektedir. Çizgi filmin incelenen bölümleri kapsamında, bölümlerde yer alan anneanne figürünün ise torunlarıyla vakit geçirmeyi seven, onlarla oyunlar oynayan, sevecen, anaç bir karakter olarak temsil edildiği görülmektedir. Yine incelenen Yaz bölümünde denize giderken arabayı babanın kullanması, annenin yiyecekleri yemeği ve sofrayı kendi hazırlaması toplumsal olarak atfedilen cinsiyet rollerinin pekiştirildiğini göstermektedir.

Elif'in Düşleri isimli çizgi filmde anne kahvaltı hazırlayan, yemek yapan sarmalar saran ev hanımı figürü olarak temsil edilmektedir. Yine çocuğun ihtiyaçlarını karşılayan ilk karakter "anne" figürü olarak temsil edilmektedir. Elif hastalandığında annenin Elif için çabaladığı görülmektedir. Elif'in annesi bayram için sarma hazırlarken kızı Elif'e de bu işi öğretmeye çalışmaktadır. Elif annesiyle yaprak sarmayı öğrenmektedir. Ancak incelenen Kuru Üzüm bölümünde babanın da mutfakta anneye yardım ederken yer aldığı tespit edilmiştir. Evde iş bölümü olduğu ifade edilebilir, anne ve babanın mutfaktaki

hazırlığına Elif de ortak olmakta ve masayı hazırlamaktadır. Yine de çizgi filmin değerlendirilen diğer bölümleri dikkate alındığında evde hazırlıkları, temizliği, yemekleri, hizmeti ve çocuğun ihtiyaçlarını üstlenen figürün anne olduğu görülmektedir. Manav dede ise torunuyla vakit geçiren, onu dinleyen, öğütler veren bir dede figürü olarak yer almaktadır. Elif karakteri ise kendi başına kararlar verebilen, dedesinin manavına tek başına gidebilen, maceraperest bir çocuk olarak görülmekte kimi zaman annesinin öğrettiği sorumlulukları benimseyen bir çocuk olarak temsil edilmektedir.

Niloya çizgi filminde dede ve baba gündüz evde olmayan karakterler olarak temsil edilmiştir. Babanın araba tamiraty yaptığı, güç gerektiren işleri gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Anne figürü evde misafir ağırlayan, yemekler yapan, ev işleri ve temizlikle evde uğraşan bir karakter olarak temsil edilmektedir. Babaanne figürü ise inek sağmayı bilen, torunlarıyla yakından ilgilenen bir figür olarak temsil edilmektedir. Niloya, annesinin yanında ev ve mutfak işlerini öğrenen, babaannesi ile süt sağmayı öğrenen meraklı bir karakter olarak yer alırken toplumsal olarak atfedilen rollerin yine bu çizgi film aracılığıyla da pekiştirildiğini söylemek mümkün olacaktır. Niloya'nın ev ile ilgili tüm bu merakı ve çabasına rağmen abi Murat karakterinin hep dışarda oyun oynamakla meşgul olduğu ve aile bireylerine katkı sağlamadığı görülmektedir.

Pepee çizgi filminin incelenen bölümlerinde baba figürüne hiç rastlanılmamıştır. Anne figürü ise Pepee düştüğünde onun yaralarını saran, kucaklayan şefkat gösteren sürekli evde işlerle meşgul bir karakter olarak temsil edildiği görülmektedir. Çizgi filmin incelenen bölümlerinde yer alan dede karakteri çiftçilikle, hayvanlarla ilgilenen bir karakter olarak görülmektedir. Torunlarının isteklerini yerine getiren sevecen bir dede olduğu söylenebilir. Babaanne karakteri ise evde yemekler yapan gelini ile vakit geçiren bir şekilde temsil edilmektedir. Bebee'nin emziği bırakmasını kendilerine dert edinen karakterlerin yine ailenin kadınları olduğu görülmektedir.

Pepee karakterinin yaramaz bir çocuk olarak temsil edildiği gözlemlenmiştir. Annesini mutlu etmek için çaba sarf eden bir çocuk olarak gösterilen Pepee, erkek çocuklarının sevebileceği etkinliklerden hoşlanan, zıplamaca, koşturmaca, arabacılık, karatecilik vb. isimlendirmeler yaptığı oyunları oynamak isteyen bir karakteri temsil ederken, kuzeni Şila'nın ise daha sakin, ip atlama, doktorculuk gibi oyunlardan hoşlandığı görülmektedir. Yine yemek yeme-yememe konusunda babaanne sözünü dinleyen karakterin kuzen Şila olduğu, Pepee'nin yaramazlık edip kendi bildiğini yaptığı bir durum da söz konusudur. Genel değerlendirme yapıldığında Pepee çizgi filmlerinin incelenen bölümlerinde erkek çocuklarının yaramaz, daha hareketli, yerinde duramayan kız çocuklarının ise daha sakin, ağırbaşlı, söz dinleyen çocuklar gibi temsil edildiği ve diğer toplumsal rolleri pekiştirici bir özellik taşıdığı tespit edilmiştir.

**Tablo 5.** İncelenen Çizgi Filmlerdeki Ebeveynlerin Meslekleri

İncelenen Çizgi Filmler	Anne çalışıyor	Baba çalışıyor	Ebeveynlerin her ikisi de çalışıyor
Canım Kardeşim			X
Biz İkimiz		X	
Elif'in Düşleri		X	
Niloya		X	
Pepee		X	

İncelenen çizgi filmlerin ilgili bölümlerinde yer alan karakterlerden hareketle ebeveynlerin bir işte çalışma ya da çalışmama durumlarının sınıflandırılması yapılmıştır. Bahsi geçen çizgi filmlerin incelenen bölümleri kapsamında yapılan çıkarımda yalnızca Canım Kardeşim çizgi filminde anne Lale'nin de baba ile işe gittiği ancak kar yağışı nedeniyle geri döndüğü tespit edilmiştir. İncelenen çizgi filmlerden Biz İkimiz, Elif'in Düşleri, Niloya ve Pepe'nin incelenen bölümlerinden hareketle, çizgi filmlerde yer alan ebeveynlerden yalnızca baba karakterinin çalışma hayatına sahip olduğu anne karakterlerinin ise evde temizlik, yemek, çocuklarla ilgilenme, misafir ağırlama vb. durumlarla ilgilendiği gözlemlenmiştir. Bu durum bahsi geçen çizgi filmlerde, geleneksel ataerkil aile yapısının devam ettirildiğini göstermektedir. Yine kız çocuk karakterlerinin gerçekleştirdiği eylemlerle erkek çocuklarının gerçekleştirdiği eylemler farklılık göstermektedir.

### Sonuç

Aile yapısı, tarih boyunca toplumlara göre farklı roller ve görevlerle temsil edilmiştir. Türk toplumunda, geleneksel ataerkil yapı, yerini anaerkil unsurları da içeren çekirdek aile yapısına bırakmıştır. Teknolojik ve ekonomik değişimler, aile yapısında ve iç ilişkilerde dönüşümler yaratmıştır. Bu çalışmada, TRT Çocuk kanalında yayınlanan aile temalı çizgi filmler analiz edilmiştir. İncelenen beş çizgi filmin popüler bölümleri, aile yapısı, bireylerin rolleri ve ilişkileri açısından incelenmiştir. Sonuçlar, geniş ailenin temsilinin dört çizgi filmde, çekirdek ailenin ise yalnızca Canım Kardeşim'de yer aldığını göstermiştir. Aile büyüğünün önemli bir rol oynadığı, geniş aile ve köklere bağlılık temasının öne çıktığı araştırmanın bir diğer bulgusunu oluşturmaktadır.

Çizgi filmlerde, ana karakterlerin kardeşleri ve kuzenleri, aile bağlarının vurgulanmasına katkı sağlamaktadır. Elif'in Düşleri dışında, tüm karakterlerin kardeşleri olduğu ve bu ilişkilerin aile içindeki rol ve tutumları etkilediği görülmüştür. İncelenen çizgi filmlerde, babaların genellikle dışarıda çalıştığı, annelerin ise ev işlerine ve çocukların bakımına odaklandığı görülmüştür. Özellikle Canım Kardeşim çizgi filminde bir bölümde annenin de işe gitme bilgisi verilmesine rağmen, annenin ev içindeki rolü değişmemiştir. Bu durum, TRT Çocuk kanalında yayınlanan aile temalı çizgi filmlerde babanın çalışma hayatının öne çıktığını, annenin ise ev ve çocuk bakımıyla ilgili geleneksel rollerini sürdürdüğünü göstermektedir. Çizgi filmlerde küçük yerleşim alanlarının ve komşuluk ilişkilerinin ön planda olduğu, çocukların geniş alanlarda özgürce gezip oyun oynadıkları bir yaşam tarzı yansıtılmaktadır. İncelen çizgi filmlerden Elif'in Düşleri çizgi filmi dışında kent yaşamının aksine, geniş açık alanlarda çocukların özgür hareket ettiği bir ortam betimlenmiştir.

İncelenen çizgi filmlerde, ebeveyn tutumları genellikle aşırı hoşgörölü bir şekilde temsil edilmektedir. Çocuklara karşı aşırı sevgi dolu davranışlar ve sınırlama koymama eğilimleri, gerçek aile dinamikleriyle uyumsuz olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, çocuklara yaşlarına uygun olmayan görevler verilmesi, örneğin Niloya'nın tek başına kek yapması ve fırını çalıştırması, gerçek yaşamla uyumsuzluk göstermektedir. Gerçek yaşamda henüz okula gitmeyen bir çocuğun böyle bir iş ile uğraşması kaçınılmaz bir kaza, yaralanma vb. gibi durumlarla sonuçlanabileceği vurgusunun göz ardı edildiğini göstermektedir.

Araştırmada toplumsal cinsiyet rollerine dair bulgular da dikkat çekici niteliktedir. Kız çocukları genellikle sakin, moda ve makyaja ilgi duyan, mutfakta anneye yardım eden karakterler olarak sunulurken, erkek çocukları tamirat, futbol ve araba meraklısı olarak tasvir edilmiştir. Bu durum, toplumsal cinsiyet rollerinin kalıp yargılarını pekiştirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Türk toplumunun değerleriyle paralellik gösteren bazı unsurların da yer aldığı tespit edilmiştir. Elif'in Düşleri ve Niloya çizgi filmlerindeki bayram temaları, aile ve komşular arasındaki birlikteliği, gelenek ve göreneklerin sürdürülmesini vurgulamaktadır. Ayrıca, hayvanlara ve çevreye karşı sorumluluklar da aktarılmış; ana karakterlerin evcil hayvanlara olan ilgisi ve sorumluluk duygusu, bu değerlerin çocuklara kazandırılmasına katkıda bulunmuştur.

TRT Çocuk kanalında yayınlanan yerli yapım aile temalı çizgi filmleri araştırma soruları açısından değerlendirildiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- Çizgi filmlerdeki aileler, çocuklarıyla sürekli olarak ilgilenmekte ve başka bir işle meşguliyetleri varken bile çocuklarıyla oyun oynamayı ve vakit geçirmeyi tercih etmektedir. Aile bireyleri genellikle mutlu ve sorunsuz bir şekilde tasvir edilmektedir.
- Aile yapıları genellikle geniş aile modeli olarak sunulmakta ve köklere bağlılığın önemi vurgulanmaktadır.
- Çizgi filmlerde çocuklar, gerçek yaşamdan uzak, sınırsız oyun alanlarına sahip ve aile bireyleri tarafından herhangi bir sorumluluk yüklenmeyen, isteklerinin hemen yerine getirildiği bir ütopyik ortamda temsil edilmektedir.
- Toplumsal cinsiyet rollerine dair kalıp yargılar, çizgi filmlerde geleneksel yapılarla sürdürülmekte; erkek ve kadın, kız ve erkek çocukları için atfedilen geleneksel roller öne çıkarılmaktadır.
- Çizgi filmlerdeki kusursuz aile yapıları ve yaşam biçimleri, gerçek yaşamda karşılaşılan zorluklar ve olumsuzluklardan uzak bir temsille sunulmakta, bu durum gerçek yaşamla örtüşmemektedir.

TRT Çocuk kanalında yayınlanan yerli yapım aile temalı çizgi filmlerin verileri incelendiğinde, Türk aile yapısı, gelenekler, misafirperverlik, vatanseverlik, büyüklere saygı ve bayramlar gibi kültürel değerlere geniş bir şekilde yer verildiği araştırmanın bir başka bulgusu olarak gözlemlenmiştir. Ancak, bu temaların izleyici olan çocuklar için öğretici ve eğitici olmasına rağmen, çizgi filmlerdeki aile temsilleri ve aile içi ilişkiler gerçek hayatla örtüşmemektedir. Çizgi filmler, sorunsuz ve kusursuz bir yaşam sunarken, bu temsillerin gerçeklikten uzak olduğu anlaşılmaktadır. Çocuk izleyiciler, gerçek yaşamla televizyon üzerindeki temsiller arasındaki farkları henüz ayırt edemeyebilir ve bu durum, onların gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilir hale gelmektedir. Çocuklar, kendi aile ilişkilerini televizyon içerikleriyle kıyaslama eğiliminde olabilmektedir. Bu nedenle, hayatın her yönünün hem olumlu hem de olumsuz durumlarının yansıtıldığı içeriklerin, çocukların gerçek dünyayı anlamalarına yardımcı olacak şekilde daha fazla işlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir.

### **Katkı Oranı Beyanı (Zorunlu)**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı (Zorunlu)**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.





## Kaynakça

- Alisinanoğlu, F. (2003). Çocukların denetim odağı ile algıladıkları anne tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 97-107.
- Baumrind, D. (1966). Effects of authoritative parental control on child behavior. *Child Development*, 37(4), 887-907.
- Berelson B. (1952). *Content analysis in communication research*, Free Press, Glencoe.
- Cunningham, S., & Miller, T. (1994). *Contemporary Australian television*. Australia: University of New South Wales Press.
- Gökçe, B. (1976, Mart-Ekim). Aile ve aile tipleri üzerine bir inceleme. *Hacettepe Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 8(1-2), 46-67.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi, kuramsal ve pratik bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hall, S. (2017). *Temsil: Kültürel temsiller ve anlamlandırma uygulamaları*. (İ. Dündar, Çev.) Pinhan Yayıncılık.
- Healy, J. (1999). *Endangered minds why children don't think and what we can do about it*. New York: Simon&Schuster Paperbacks.
- Işık, M. (2007). *Televizyon ve çocuk*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Jackson, L., & Nesterova, Y. (2017). Multicultural Hong Kong: Alternative new media representations of ethnic minorities. *Multicultural Education Review*, 9(2), 93-104.
- Janis I. L. (1943). Meaning and the study of symbolic behavior, *Psychiatry*, 6, 425-439.
- Kaya, A., Bozaslan, H., & Genç, G. (2012). Üniversite öğrencilerinin anne-baba tutumlarının problem çözme becerilerine, sosyal kaygı düzeylerine ve akademik başarılarına etkisi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi* (18), 208-225.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Larson, R. (2001). Children and adolescents in a changing media world. *Early Childhood Television Viewing And Adolescent Behavior: The Recontact Study*, 66(1), s. 148-155.
- Özel, E., & Zelyurt, H. (2016). Anne baba eğitiminin aile çocuk ilişkilerine etkisi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi* (36), 9-34.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun yokoluşu*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sayar, K. & Benli, S. (2020). *Dijital çocuk*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Sezer, Y. Ö. (2010). Ergenlerin kendilik algılarının anne baba tutumları ve bazı faktörlerle ilişkisi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 1-19.
- Stone, P. J., Dunphy, D. C., Marshall, S. S., & Ogilvie, D. M. (1966). *The general inquirer: A computer approach to content analysis*. The M.I.T. Press, Massachusetts.
- Şirin, M. R. (2015). *Televizyon çocuk ve aile*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Webb, J. (2009). *Understanding representation*. London: SAGE Publications.
- Weber R. P. (1989). *Basic content analysis*. Sage, London.

Yıldırım, B. (2015). *İçerik çözümlemesi yönteminin tarihsel gelişimi uygulama alanları ve aşamaları*. B. Yıldırım içinde, *İletişim Araştırmalarında Yöntemler* (s. 105-154). Konya: Literatürk academia.

Yıldız, S. A. (2004). Ebeveyn tutumları ve saldırganlık. *Polis Bilimleri Dergisi*, 6(3-4), 131- 150.



# DESIGN AND DEVELOPMENT OF A NOVEL INSTRUCTIONAL MATERIAL FOR VIRTUAL REALITY BASED TEACHING FOR ART HISTORY COURSE\*

 Levent ÇORUH<sup>a</sup>

 Adnan TEPECİK<sup>b</sup>

## Abstract

Art history classes can be challenging for students without an art history background. Recognizing these challenges is the first step to finding practical solutions. The integration of innovative digital technologies into art history classes is a creative way to discover novel delivery methods and could also help motivate students and enhance their learning. Virtual Reality (VR) visualizes abstract concepts and theories and allows students to virtually visit historical sites with a sense of presence. Research is focused on creating educational material with two different VR approaches, 3D animation, textual information, and photos for an undergraduate level Art History course on the Süleymaniye Mosque in Ottoman Religious Architecture. VR-integrated course material development needs well-designed multidisciplinary collaboration. A collective effort was needed to determine the competencies and digital technology-based delivery methods by experts in art history, architectural history, educational sciences, and graphic design disciplines. The educational material includes VR-based (6DOF) walk-through software and Quicktime VR-based (3DOF) panoramic photos, 3D animated narratives, and textual-photographic information about the building. Once materials were developed, they were demonstrated to a small group of teachers, research assistants and students in a VR technology-equipped classroom. The feedback from the participants showed that the instructional material was qualified to positively affect the students' level of interest, learning, and retention. This innovative approach has significant educational potential, however its realisation depends on tight collaboration between course teachers, educational specialists, designers and IT specialists, which is not always easy to access.

**Keywords:** Virtual reality, instructional design, teaching materials, art history education, computer-assisted instruction, the Süleymaniye Complex.



---

\* This article is derived from the doctoral dissertation titled "Assessment of the Effectiveness of Virtual Reality Applications in Art History Course as a Learning Model (An Example of Erciyes University Architecture & Fine Arts Faculties)" conducted by the first author under the supervision of the second author.

<sup>a</sup> Asst. Prof., Erciyes University, Faculty of Fine Arts, Department of Visual Communication Design, Lcoruh@erciyes.edu.tr

<sup>b</sup> Prof. Dr., Başkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture; Department of Visual Arts and Design, atepecik@baskent.edu.tr

Date of Submission: 03.09.2024, Date of Acceptance: 30.10.2024

## SANAT TARİHİ DERSİ İÇİN SANAL GERÇEKLIK TEMELLİ ÖZGÜN BİR ÖĞRETİM MATERYALİ TASARIMI VE GELİŞTİRİLMESİ

### Öz

Sanat tarihi dersleri, sanat tarihi geçmişi olmayan öğrenciler için zorlayıcı olabilir. Bu zorlukların farkına varmak, pratik çözümler bulmanın ilk adımıdır. Yenilikçi dijital teknolojilerin sanat tarihi derslerine entegrasyonu, yeni sunum yöntemlerini keşfetmenin yaratıcı bir yoludur ve aynı zamanda öğrencileri motive etmeye ve öğrenmelerini geliştirmeye yardımcı olabilir. Sanal gerçeklik (VR), soyut kavramları ve teorileri görselleştirir ve öğrencilerin tarihi mekânları sanal olarak ziyaret etmelerini sağlar. Araştırma, Osmanlı Dini Mimarisinde Süleymaniye Camisi üzerine lisans düzeyinde bir Sanat Tarihi dersi için iki farklı VR yaklaşımı, 3D animasyon, metinsel bilgi ve fotoğraflarla eğitim materyali oluşturmaya odaklanmıştır. Sanal gerçeklikle entegre ders materyali geliştirme, iyi tasarlanmış çok disiplinli bir işbirliğine ihtiyaç duymaktadır. Çalışmada sanat tarihi, mimarlık tarihi, eğitim bilimleri ve grafik tasarım disiplinlerindeki uzmanlar tarafından yetkinliklerin ve dijital teknoloji tabanlı sunum yöntemlerinin belirlenmesi için ortak bir çabaya ihtiyaç duyulmuştur. Eğitim materyali, VR tabanlı (6DOF) gezinti yazılımı ve Quicktime VR tabanlı (3DOF) panoramik etkileşimli fotoğraflar, 3D animasyonlu anlatımlar ve bina hakkında metinsel-fotoğrafik bilgiler içermektedir. Materyaller geliştirildikten sonra, VR teknolojisi ile donatılmış bir sınıfta küçük bir öğretmen, araştırma görevlisi ve öğrenci grubuna tanıtılmışlardır. Katılımcılardan alınan geri bildirimler, öğretim materyalinin öğrencilerin ilgi, öğrenme ve kalıcılık düzeylerini olumlu yönde etkileyecek nitelikte olduğunu göstermiştir. Bu yenilikçi yaklaşımın önemli bir eğitim potansiyeline sahip olduğu, ancak hayata geçirilmesi kurs öğretmenleri, eğitim uzmanları, tasarımcılar ve BT uzmanları arasındaki sıkı bir iş birliğine bağlıdır ve bu iş birliğine erişmenin her zaman kolay olmadığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sanal gerçeklik, öğretim tasarımı, öğretim materyalleri, sanat tarihi eğitimi, bilgisayar destekli öğretim, Süleymaniye Külliyesi.



### Introduction

Art history courses, with their interdisciplinary approach, investigate the artwork itself, the history of artworks, and the cultural contexts of the periods they represent. This multidisciplinary nature of art history education requires not only distinctive teaching strategies that keep the student active and engaged but also enriched course materials that make these strategies possible. Chena (2021) drew attention to the fact that Art History courses are based on books written in a dry, matter-of-fact style, although they are full of quality visuals. She also pointed out that these courses are traditionally conducted in a lecture-based, transfer-of-information model, avoiding active learning, and it has become increasingly difficult to generate interest in the field among today's university students. Recognizing these challenges is the first step toward finding effective solutions. To address these challenges, we can use innovative technologies to reconsider the learning context and its meaningful transformation. In this sense, immersive learning technologies are garnering growing interest among educational technology practitioners (Cecotti et al., 2024).

Virtual Reality (VR) has been used in training across many fields for a significant period as an immersive technology known for its remarkable alignment with educational theories and practice. Mohsen and Alangari's (2023) research indicates that the integration of immersive technology in

education is rooted in several prominent educational theories, including Socio-Cultural Theory, Situated Cognition Theory, and Cognitive Load Theory. In the Cognitive Load Theory (CLT), since working memory can process limited information at the same time if the cognitive load exceeds the limit that can be processed, learning is incomplete, and learning motivation can be negatively affected (Mayer, 2024; Mayer, 2001; Sulisworo et al., 2024). Information processing in working memory is managed by the *Central Executive* and information processed by *Visio-Spatial Sketchpad*, *Phonological Loop* and *Episodic Buffer* (Baddeley & Hitch, 1974; Pezzulo, 2007). In this context, the visual and auditory multimedia elements used in VR are compatible with the working memory processes in CLT (Marougkas et al., 2023). A study conducted by Haryana et al. (2022) with 173 participants concluded that the use of VR media in teaching has the lowest cognitive load of the individual compared to the use of audiovisual media, and the learning performance is the highest under these conditions. This study can be presented as evidence that VR instructional materials are a way of balancing cognitive load when designed correctly. In addition, VR supports the learning process by providing immersive and interactive experiences according to Constructivist Theory. According to Chen (2010), constructivism, as a learning theory that argues that knowledge is constructed through the interaction of the individual with his/her environment, emphasises the combination of inputs from the senses, existing knowledge and new knowledge to develop new meaning and understanding. Marougkas et al. (2024) underlined that "Virtual reality (VR) provides learners with a beneficial and engaging experience" (p.18185). Immersive VR also results in enhanced student engagement, improved knowledge retention, and the development of practical skills (Familoni & Onyebuchi, 2024). As in other disciplines VR technology has the potential to enrich Art History education with their visual and interactive possibilities. Roussou (2001) pointed to the fact that VR technologies can allow visitors to travel through space and time without stepping out of the museum building as a particularly interesting feature for museums with growing educational functions. Although the immersive level varies according to the VR technology integrated into the art history course, learners experience the artworks or historical buildings that are the subject of art history through a spatial visualisation that closely resembles real-life experiences. VR experience provides the sense of physical presence on a human scale and contributes to rich learning with visualisation from various scales and perspectives.

Creating VR-based instructional content demands meticulous planning and creative effort to deliver targeted and authentic learning experiences. First and foremost, it is vital to conduct a thorough analysis and determine which educational objectives can best be reinforced through VR. Making informed decisions about the integration of VR into the curriculum is paramount. Existing software may only sometimes be sufficient to achieve the target. Depending on the training requirements, a specially tailored VR application may need to be developed. Additionally, the creation of all digital assets for the virtual environment poses a significant challenge. Consequently, developing a robust VR-based course material necessitates a collaborative, multidisciplinary approach, which may present some obstacles and not always easily accessible.

### ***Statement of the Problem***

How could one develop a virtual reality application to enhance learning, generate greater student interest, and contribute to improved learning outcomes and knowledge retention when utilized as an instructional model in Art History courses offered within the Faculties of Fine Arts and Architecture?

### ***Aim of The Study***

In this study, we aimed to design and develop an educational application that will facilitate the use of virtual reality in Art History courses at the Faculty of Fine Arts and Faculty of Architecture. To achieve this goal, the research sought answers to the following questions.

### ***Research Questions***

- (1) How is the development process of the Educational Virtual Reality application?
- (2) What are the opinions of the lecturers, teaching assistants, and students about the Virtual Reality Application?

## **A. METHODOLOGY**

The ADDIE model guided the development of educational materials in this study. The five phases of the model are analysis, design, development, implementation and evaluation (Reinbold, 2013). Widely utilized in instructional design across various fields, the ADDIE model offers a systematic framework for creating educational resources (Fang et al., 2011; Kharki et al., 2021). Its simplicity and adaptability to diverse learning needs and preferences make it a potent tool in instructional material design (Cheung, 2016). Although it does not require a strict and linear progression, each step in the ADDIE model has an impact that reinforces the next step (Spatioti et al., 2022). Each step of the ADDIE model in our study is explained in detail in the following sections:

***Analysis Phase:*** During the analysis phase, the requirements for the development of the application were determined based on expert opinions. We sought expertise from academics in art history, architectural history, and educational sciences to help determine the content of the educational material. This process ensured that the topics to be covered in the pilot application and the selection of a sample historical building (the Süleymaniye Complex) aligned with the existing course curriculum. Two primary competency objectives have been established for the educational software based on expert opinions. Furthermore, specific competencies have been identified for these key objectives and are detailed in the following section.

***Design Phase:*** In the design phase, we focused on creating the educational software architecture. This involved modelling digital assets, creating mapping textures, crafting scenarios for narrated videos, and designing the interface graphics.

***Development Phase:*** During the development phase, our main objective was to create a real-time three-dimensional walk-through application. Additionally, we completed coding for the interface,

production tasks for the animation videos, and integration of all the parts. The development process, as detailed in the following sections, consists of four main phases:

- (1) Creating digital assets,
- (2) Programming the 3D Interaction Environment,
- (3) Production of narrative 3D animations,
- (4) Designing the interface and adding enriching content of instructional material.

**Implementation Phase:** Moving on to the implementation phase, we presented the educational material to a small group of lecturers, research assistants, and students. We gathered their feedback on the educational aspects of the material.

**Evaluation Phase:** Finally, in the evaluation phase, we revised and finalized the material based on the suggestions for improvement provided by the lecturers, research assistants and students.

### ***Materials and Software***

In the process of creating the application, we utilized detailed technical drawings, including plans, sections and views of the selected building, along with photographs and comprehensive sources containing encyclopaedic information. Our innovative approach to transforming this information into an educational application involved the use of prevalent 2D and 3D computer-aided design programs (AutoCAD and 3D Studio MAX), computer programming languages (DarkBASIC), a video editing software (Adobe Premiere), an interactive interface design software (Macromedia Director), an image processing software (Corel PHOTOPAINT) and DirectX 3D function libraries.

## **B. EDUCATIONAL SOFTWARE OBJECTIVES AND TARGETED COMPETENCES**

The core competencies identified, in collaboration with researchers and experts, during the analysis phase, are presented below and classified under two main categories. Additionally, specific competencies are outlined in a separate list for two distinct key competencies.

**Key Competency 1:** Recognizing the structure, aesthetic characteristics and functional aspects of architectural structures.

**Key Competency 2:** Gaining familiarity with general information about architectural structures.

### ***Specific Competencies for Key Competence 1***

- (1) To tell/ write/ mark from the options the information about the systems designed for the robustness of the structure,
- (2) To distinguish the features of columns, pillars, arches, weight towers, and tensile bars from other architectural elements of the building.
- (3) To tell/ write/ mark from the options the roof systems used in the building.
- (4) To distinguish the roofing system used in the building from other roofing systems.

- (5) To tell/ write/ mark from the options the transition elements used in the building and their basic functions.
- (6) To tell/ write/ mark from the options the decoration and ornamentation features of the building.
- (7) To tell/ write/ mark from the options the features of the decoration and ornamentation elements of the building such as Stone Ornament, Window Vitrays (stained glass), and Tiles.
- (8) To tell / write / mark from the options the information about the symbolic expressions in the building.
- (9) To tell/ write/ mark from the options the features of the structure related to the proportion scale.
- (10) To tell/ write/ mark from the options the features of the building related to Layout, Plan Features, and Usage
- (11) To tell / write / mark from the options the main function of the soot chamber in the building.

### ***Specific Competencies for Key Competence 2***

- (1) To tell/ write/ mark from the options the information about the construction materials used in the building.
- (2) To tell/ write/ mark from the options the reason for the construction of the building.
- (3) To tell/ write/ mark from the options the architect of the building.
- (4) To tell/ write/ mark the location of the building (city and region).
- (5) To tell/ write/ mark from the options the other masterpieces of (Architect) Mimar Sinan.
- (6) To tell/ write/ mark from the options why the tomb of (Architect) Mimar Sinan is in Süleymaniye Complex.
- (7) To tell/ write/ mark from the options the most influential factors in the construction of complexes by the Ottoman Empire's Padishahs (Sultans).

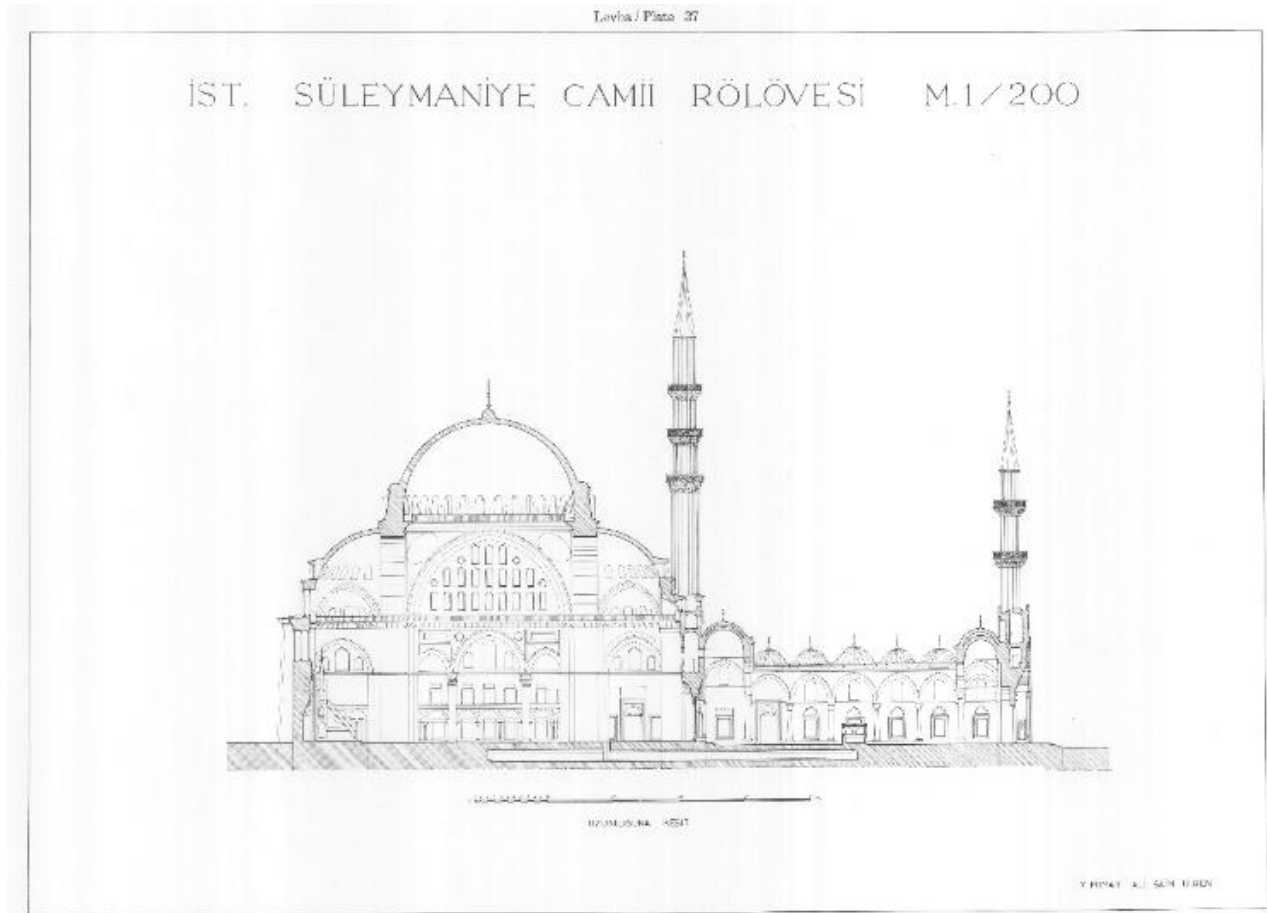
### **C. CREATING DIGITAL ASSETS**

The digital assets within the study's scope were produced according to the educational application's needs by adhering to the architectural and material characteristics of a historical complex in the art history course curriculum. The creation of digital assets was a complex process that involved the meticulous reconstruction of the architecture of the building in a three-dimensional digital environment. This process showcases the depth of our research and the level of expertise required in this field. Digitally recreated architectural structures in the virtual world combine three-dimensional model geometries and the model's textures. In this context, the study has proceeded in two directions: generating three-dimensional models and creating texture maps/images.



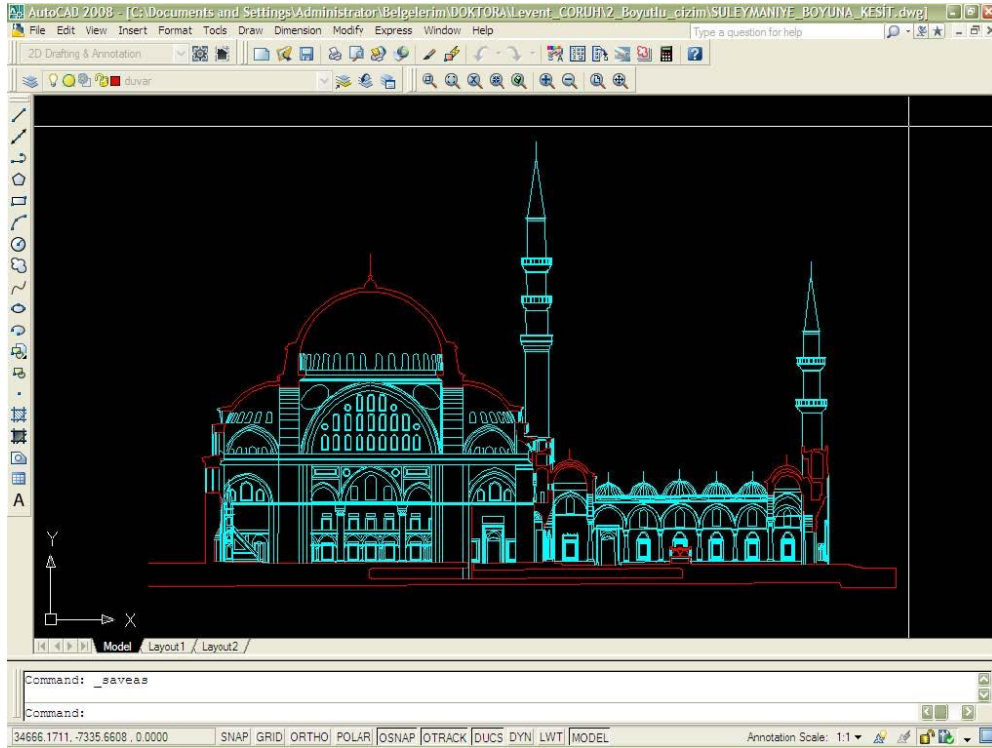
## 1. Creating the Three-Dimensional Model

To digitally recreate the building's 3D model, we relied on the two-dimensional technical drawings from architect Ali Sami ÜLGEN, which were dated 1945 (Ülgen et al., 1989) (Figure 1). These drawings were elaborately redrawn to scale using AutoCAD software by an architect during the digitization process (Figure 2). In the next stage, the digitized two-dimensional plan, section, and elevation drawings were brought together in the virtual space of the three-dimensional design program (3D Studio MAX). The drawings were superimposed to scale on the correct axes, and scale errors were corrected. This way, a 3D model base was constructed as a wireframe in the virtual environment (Figure 3). Figure 4 demonstrates the subsequent step in the process, which involves creating a three-dimensional model from the model base established in the previous stage. This is achieved by adding depth and volume to the wireframe, resulting in a more realistic representation of the object. Industry-standard structural soundness is a critical factor in the performance of 3D models in real-time virtual environments. Considering its structural soundness, the model was created using 3D Studio MAX's wide range of modelling tools, such as parametric and polygon tools. At this stage, the model was turned solid but lacked colour and surface texture (Figure 5).



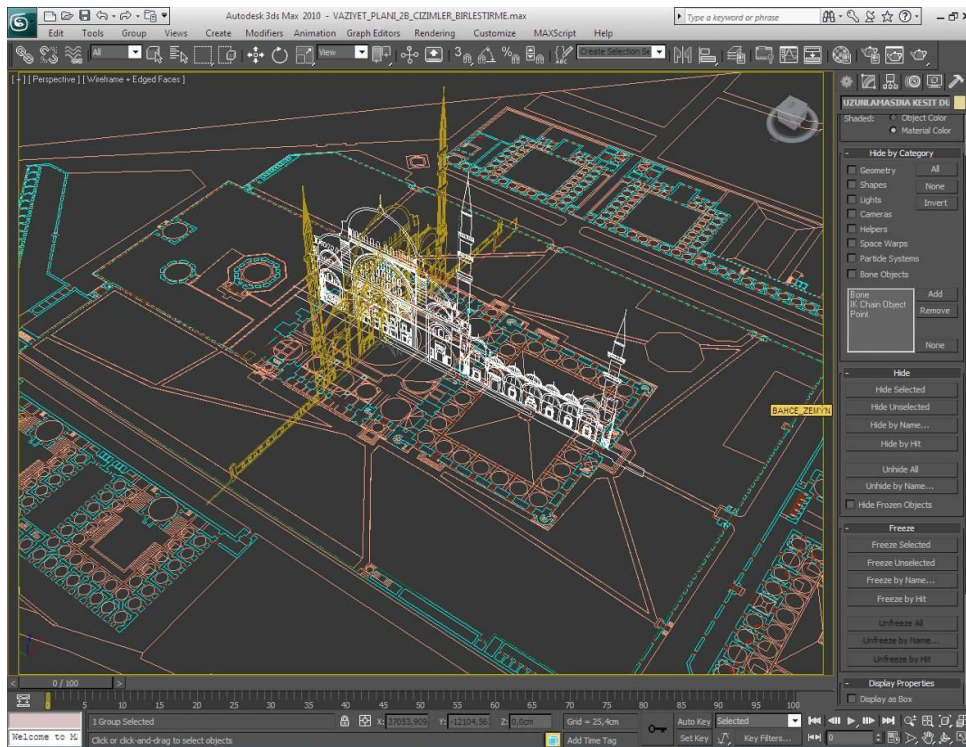
Source: Ülgen et al. (1989)

**Figure 1.** An Example of 2D Technical Hand Drawings - Cross Section 1945



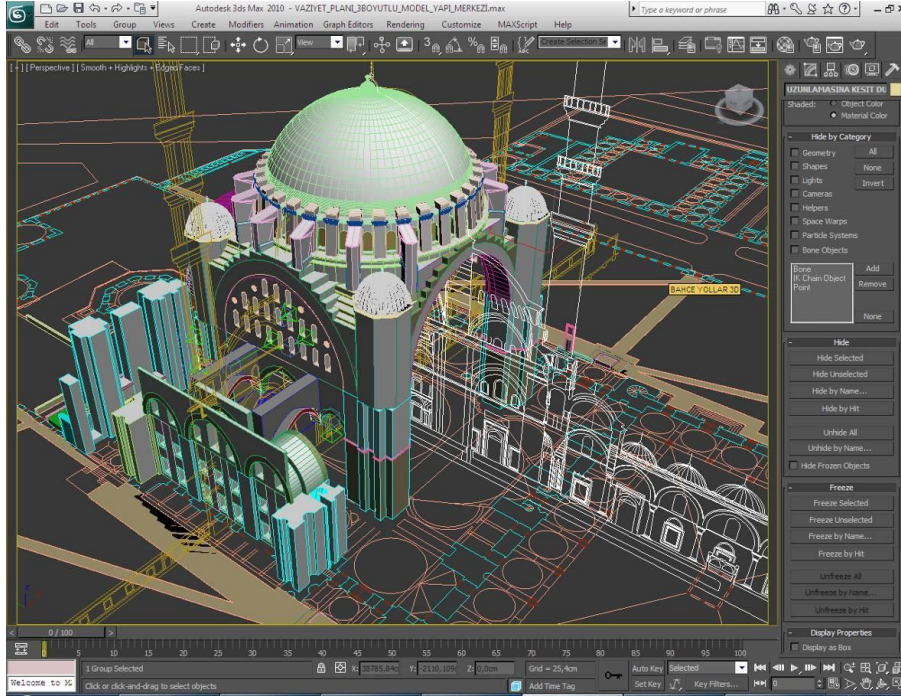
Source: Çoruh (2011)

Figure 2. Two-Dimensional Drawing of Cross Section in Computer Environment by Duygu Ovacık



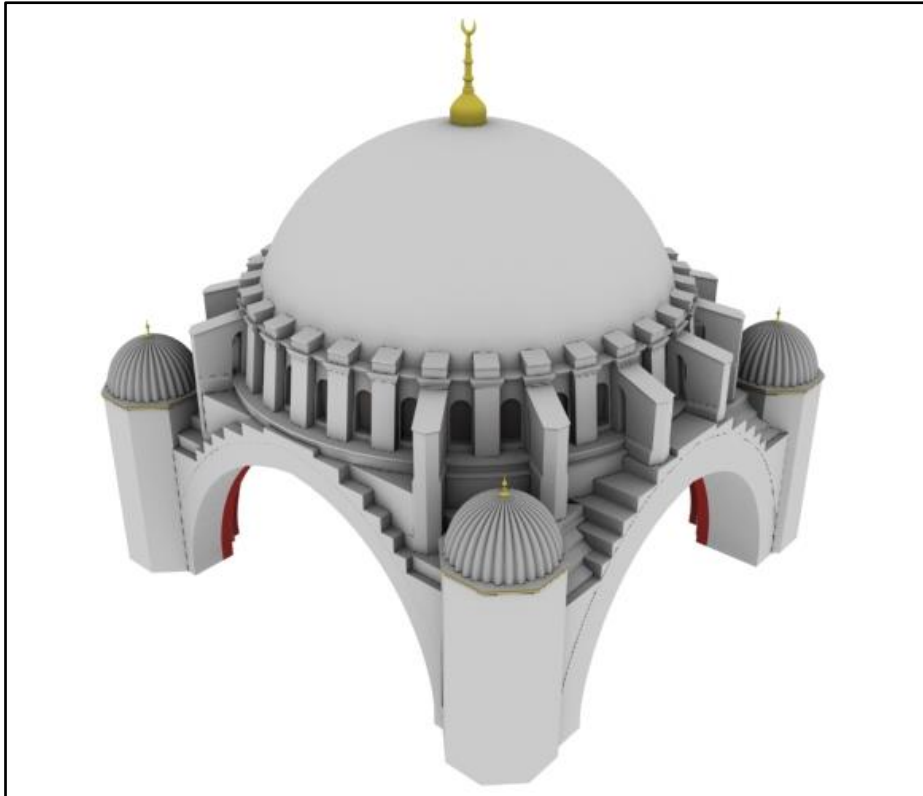
Source: Çoruh (2011)

Figure 3. Creating Model Base in 3D Studio MAX Software by Two-Dimensional Technical Drawings



Source: Çoruh (2011)

Figure 4. Creation of Three-Dimensional Model from Model Base on Technical Drawings



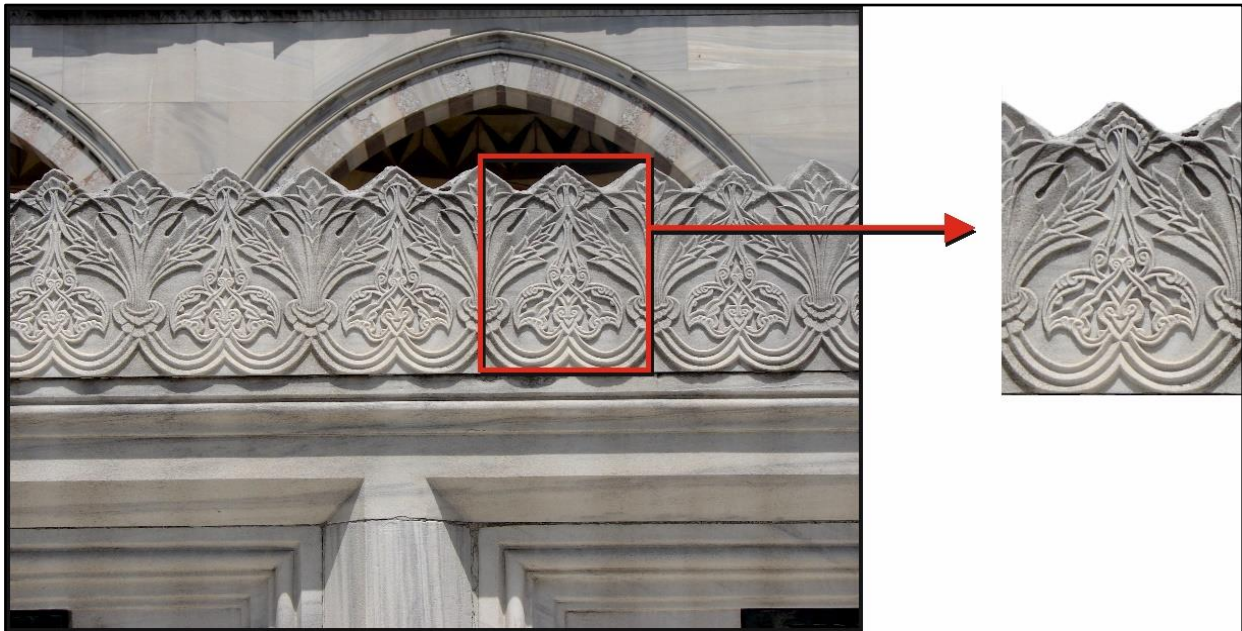
Source: Çoruh (2011)

Figure 5. Completed 3D model showing the main dome and weight towers

## 2. Creating the Mapping Textures

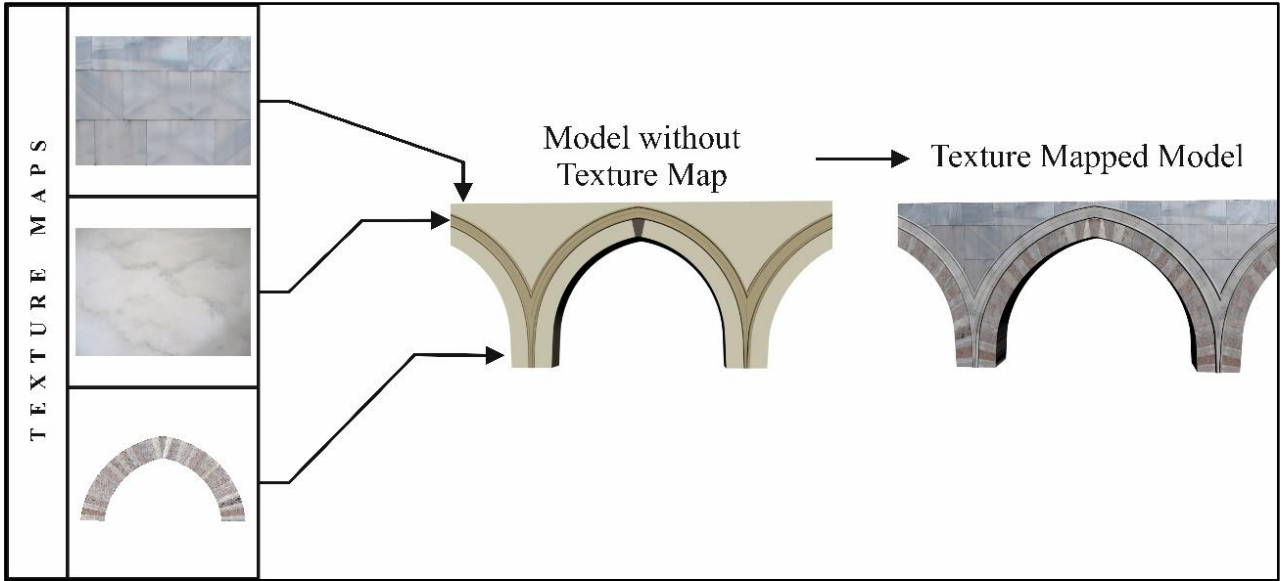
After the modelling phase, texture maps were applied to the digital model. Texturing (or texture mapping) is the process of wrapping a two-dimensional texture map around a three-dimensional digital object. As Shiratuddin and Thabet (2002) state, texture mapping can be likened to some extent to wallpapering, painting, or applying a coating to a real object (p.11). As the quality of the photograph from which the texture applied to the three-dimensional model is obtained increases, a more effective and realistic three-dimensional model can be obtained (Duran & Toz, 2002). The mapping textures used in the educational application were obtained by taking high resolution photographs from the building. Corel PHOTOPAINT image processing software was used to convert the image files containing each texture (stone, marble, wood, etc.) and decoration elements (tile, surface decoration, etc.) in the building into the appropriate size, resolution, and shape for the models to be mapped. Figure 6 shows the process of converting the photographs taken into texture materials.

UV coordinates play a crucial role in the precise alignment of two-dimensional images onto three-dimensional geometries. This process ensures that the mapping is free from distortion, enabling accurate texture alignment (Poranne et al., 2017). Advanced UV mapping techniques enhance visual realism by providing specific mappings for various geometric forms such as spheres, cylinders, and planes (Maggiordomo et al., 2021). UV coordinates were created according to the type of model geometries by considering the model's X(U), Y(V) and Z(W) axes in the virtual space. Textures were assigned to the model surfaces according to these coordinates. Figures 7 and 8 show examples of the components of texture-mapped Arches and Fountain models. Figure 9 shows the original Fountain photograph and the digital Fountain model with the texture mapping process completed.



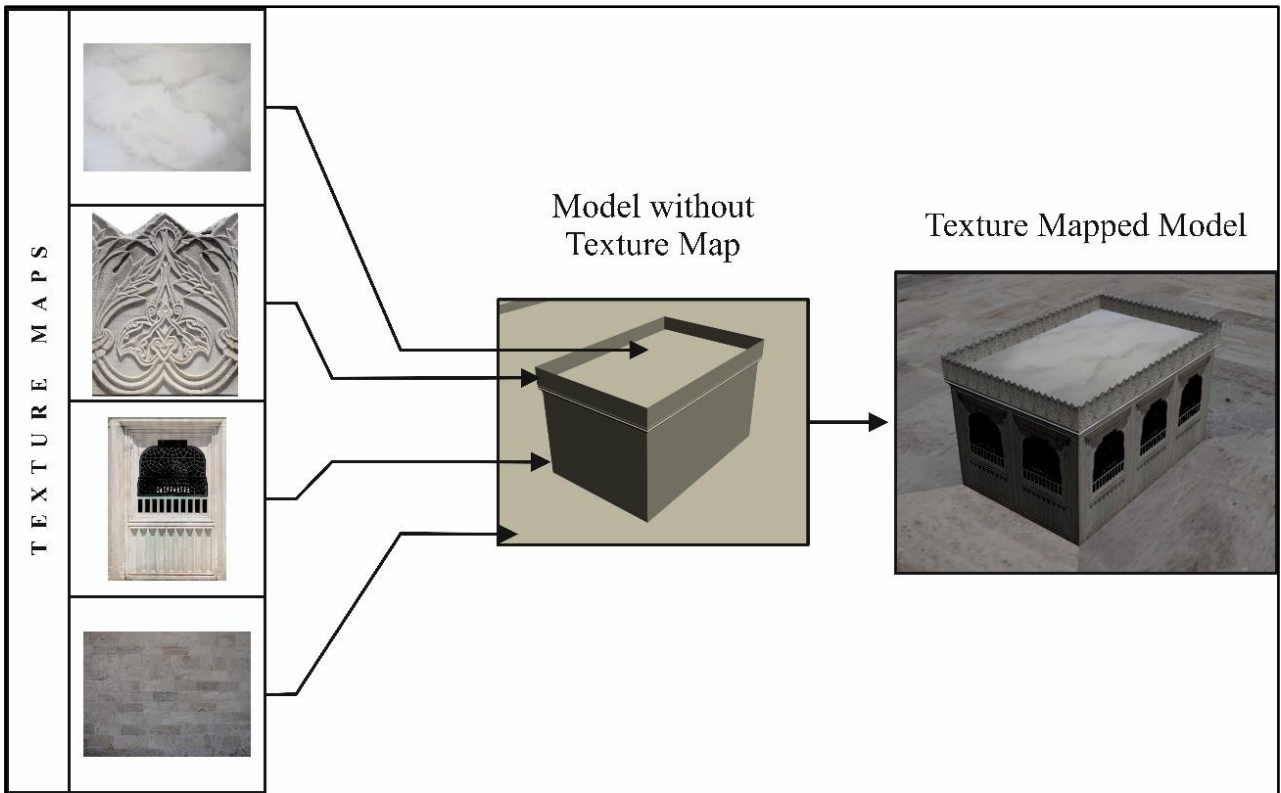
Source: Çoruh (2011)

Figure 6. Extraction of the fountain crown texture from the photograph



Source: Çoruh (2011)

Figure 7. Texture Mapping of Arch Model Textures



Source: Çoruh (2011)

Figure 8. Texture Mapping of the Fountain Model



Source: Çoruh (2011)

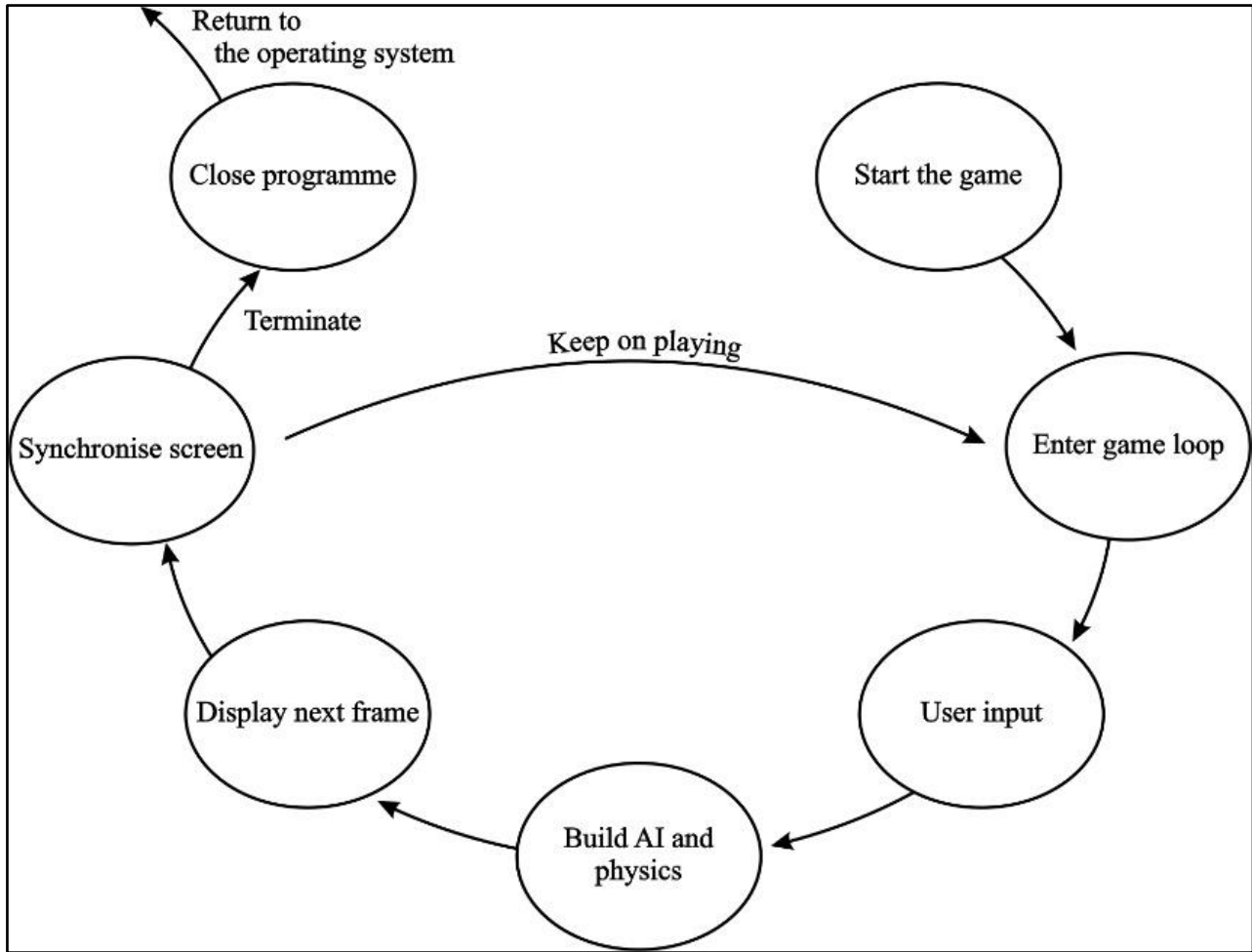
Figure 9. Fountain Photograph (left), Texture Mapped Digital Fountain Model (right)

## D. PROGRAMMING THE GAME ENGINE

### 1. About the Game Engine

The development of the game engine involved the use of several key technologies. The DarkBASIC computer programming language and Microsoft DirectX libraries were utilized to transform a three-dimensional model into an interactive training tool suitable for the simulation method. Game engines, including the one developed for this research, are typically created using Microsoft DirectX or OpenGL libraries and can be used in various programming languages such as C++, Java, Delphi, Visual Basic, and DarkBASIC (Efe, 2007, p. 71). A computer program, specifically designed for the pilot application of this research, was instrumental in adding interactivity to the digital model. The computer program developed for this research is known as a Game Engine or Three-Dimensional Engine. Similar software has been developed by various software companies and is used today for many three-dimensional presentations and applications, including computer games, military and scientific studies, and archaeological studies. Game engines contain ready-made libraries and editors to shorten the production process (Akay, 2010, p. 90-91).

As quoted by Tüzün (2010) from Hearn and Baker (1986), a game engine enables the display of a three-dimensional environment by performing tasks such as representing three-dimensional objects in a certain format and illuminating these objects according to light sources at certain positions. The operating phases of the game engine are given in Figure 10. The Game Engine developed for this research was designed in moderation to fulfil the needs of the educational application. With this game engine, it was possible to define a three-dimensional virtual space which is an imitation of the real world in a digital environment. This practical application allows students to navigate in the desired axes using various input devices such as keyboards, mice, joysticks, gyroscopes, and accelerometers. The reactions produced by the student through the input devices are transmitted to the computer. In response to these reactions, the game engine redraws the virtual scene images on the screen by making the necessary changes in the scene according to the student's movement. These new images and sounds are transmitted to the student through output devices such as a screen, projector, and VR headset.

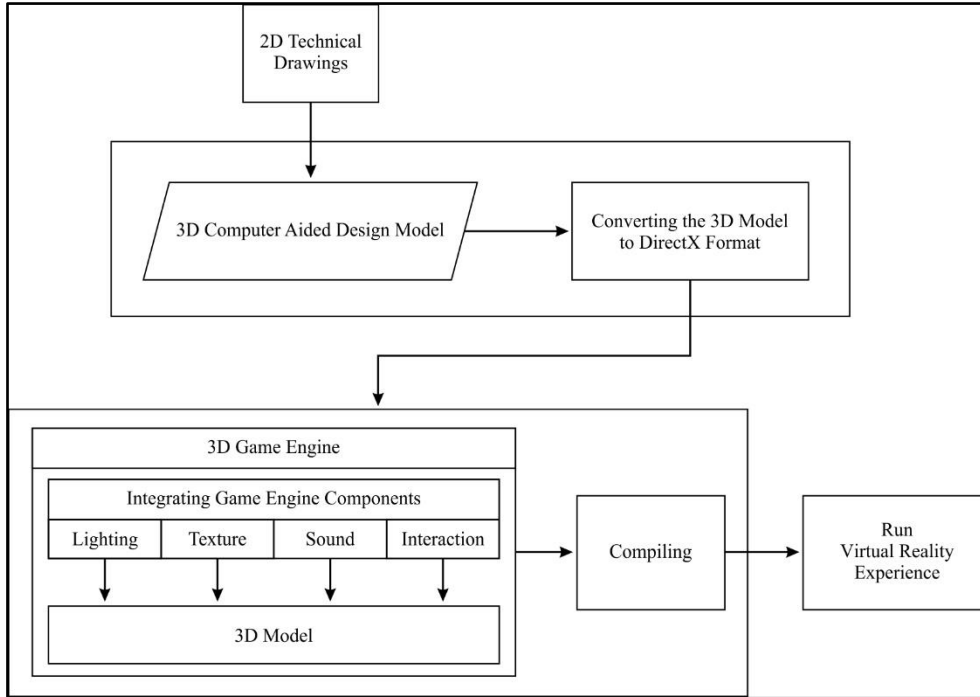


Source: Tüzün (2005)

Figure 10. Game Engine Operation Diagram

## 2. Programming of the Application

At this stage, we are actively developing the real-time three-dimensional walk-through application based on the 2D plan, and sectional view drawings, as shown in Figure 11, marking a significant milestone in our project. The game engine developed for the Süleymaniye Complex Virtual Tour application was developed in Dark BASIC programming language. Dark BASIC software development package is designed to develop computer games and three-dimensional applications and supports the file format of many 3D design programs (.3DS, .X, etc.). DarkBASIC code editor and compiler were used for writing and compiling the program code of the Game Engine. Figure 12 shows the screenshot of the DarkBASIC code editor. The game engine is programmed to display the three-dimensional model created on the screen with geometric features and texture mapping. In addition, the user can navigate within the space by using the arrow keys on the keyboard. The objects in the scene are constantly redrawn on the screen in real-time according to the user's new position. The program is designed to refresh the image on the screen 30 times per second. The game engine's program codes are given below.



Source: Çoruh (2011)

Figure 11. Detailed Development Process of the Application

```

49 REM KAMERA POZISYONUNU AYARLIYORUZ
50 Position camera 100,800,200
51 set camera range 1,1000000
52 rem AUTOMATIC CAMERA COLLISION 1, 1, 1
53
54 set text font "Arial"
55 ink rgb(255,255,255),0
56 set text size 16
57
58 REM KONTROL DÖNGÜSÜ BASLIYOR
59 DO
60
61 REM ESC YE BASARSA DÖNGÜDEN ÇIK
62 if escapekey ()=1 then exit
63
64 REM açıklama yazısı
65 text 20,700,"SÜLEYMANIYE KÜLLİYESİ"
66 TEXT 20,720,"Sanal Gezi v.1.0. Levent ÇORUH"
67
68 rem position mouse 640,480
69 cx#=wrapvalue(cx#+mousemovex ())
70 cy#=wrapvalue(cy#+mousemovex ())
71 cz#=wrapvalue(cz#+mousemovez ())
72
73
74 REM IF inkey$()='q' THEN camz#=camz#+3
75 REM position camera camz#
76 if upkey ()=1 then move camera 20
77 if downkey ()=1 then move camera -20
78 IF LEFTKEY ()=1 THEN cy#=wrapvalue(cy#-5)
79 IF RIGHTKEY ()=1 THEN cy#=wrapvalue(cy#+5)
80
81 rem POSITION OBJECT
82 REM cx#=wrapvalue(cx#)
  
```

Source: Çoruh (2011)

Figure 12. DarkBASIC Code Editor



```
REM CODE INITIALISATION

REM CLEAN AND COLOUR THE SCREEN
Cls 255

REM SET THE SCREEN RESOLUTION AND COLOUR MODE
Set Display Mode 1024,768,32

REM SET THE SCREEN REFRESH RATE
Sync rate 30 Sync On

REM LOADING OBJECTS (MODELS)
LOAD OBJECT "walls.x",1
LOAD OBJECT "main_dome.x",2
LOAD OBJECT "courtyard_domes.x",3
LOAD OBJECT "pillars.x",4
LOAD OBJECT "courtyard_pillars.x",5
LOAD OBJECT "walkways.x",6
LOAD OBJECT "minaret_1.x",7
LOAD OBJECT "minaret_2.x",8
LOAD OBJECT "minaret_3.x",9
LOAD OBJECT "minaret_4.x",10
.
(All objects are loaded in the same way.)
.
REM SET THE CAMERA POSITION
Position Camera 100,800,200
Set Camera Range 1,1000000

REM FONT SETTINGS
Set Text Font "Arial"
Ink Rgb (255,255,255),0
Set Text Size 16

REM BEGINNING OF CONTROL LOOP
Do

REM EXIT THE LOOP IF ESC IS PRESSED
if escapekey()=1 then exit

REM DISCLOSURE TEXT
Text 20,700,"SÜLEYMANİYE COMPLEX"
Text 20,720,"Virtual Tour Ver.1.0. Levent ÇORUH"

REM SET MOUSE POSITION
cx#=wrapvalue(cx#+mousemovey())
cy#=wrapvalue(cy#+mousemovex())
cz#=wrapvalue(cz#+mousemovez())

REM SET KEY CONTROLS
If Upkey()=1 Then move camera 20
If Downkey()=1 Then move camera -20
If Leftkey()=1 Then cy#=wrapvalue(cy#-5)
If Rightkey()=1 Then cy#=wrapvalue(cy#+5)

REM SET THE OBJECT POSITION
Rotate Camera cx#,cy#,cz#

REM END OF SCREEN REFRESH COMMAND
Sync

REM END OF LOOP
Loop
```

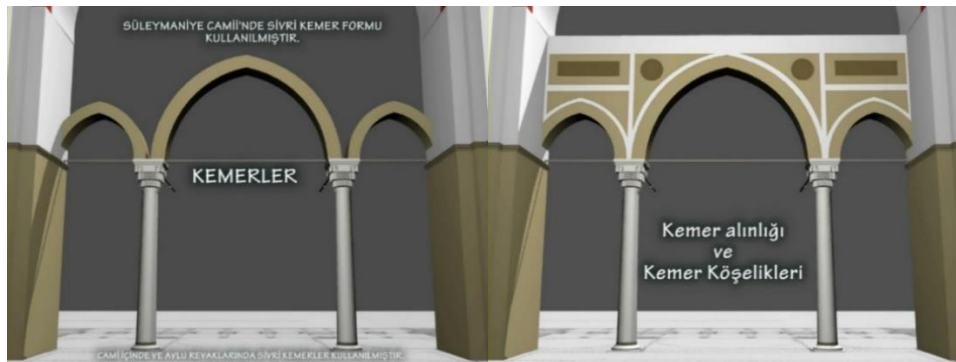
## E. PRODUCTION OF 3D ANIMATIONS

The animated narrative is primarily designed to educate and enlighten, focusing on presenting the structure, aesthetic features, and functional aspects of architectural elements. These elements are carefully aligned with the objectives of Core Competence 1, ensuring a comprehensive understanding of the subject matter. 3D digital models were meticulously overlaid during animation production onto Architect Ali Sami Ülgen's original two-dimensional hand drawings. This intricate technique ensures that the building elements appear in their exact positions on the plan, mirroring the order of their real-world construction. The animation vividly demonstrates how each element is intricately connected to the preceding one. As the building elements seamlessly blend into the scene, the name and function of each element are displayed on the screen as text and remain visible until the introduction of the next element. The animation culminates after the entire building is digitally constructed as a three-dimensional model on the plan. We created the animation using 3D building models designed for virtual reality applications. We developed the animations in the 3D Studio Max design and animation software within a three-dimensional space and then produced videos. After converting the animations into videos, we added text at specific points on timeline using Adobe Premiere video editing software. Figures 13-19 show sample frames from the animation.



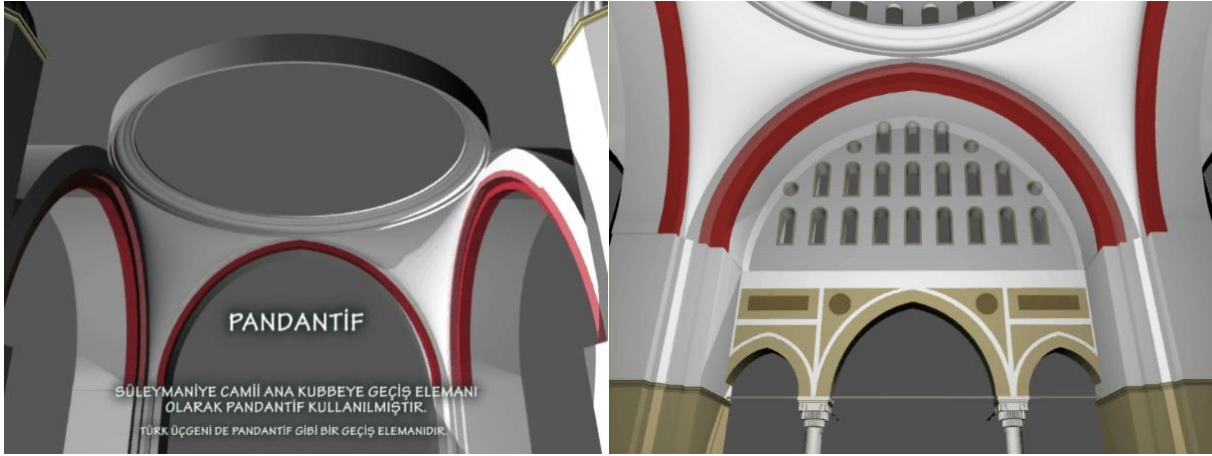
Source: Çoruh (2011)

Figure 13. Animation frames: Mucarnassed column heads and tension bars preventing the arches from opening



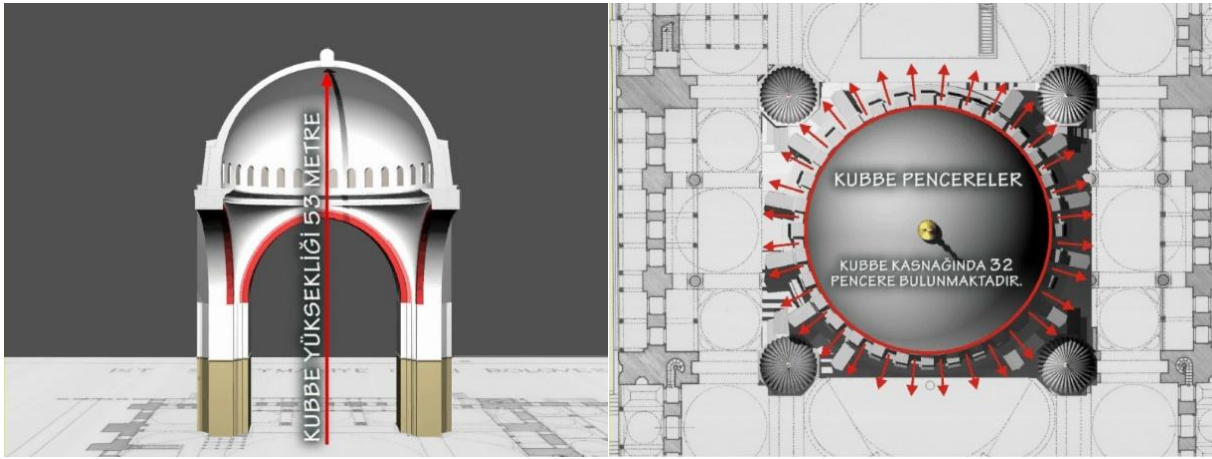
Source: Çoruh (2011)

Figure 14. Animation frames: arch form, arch pediment and arch corners.



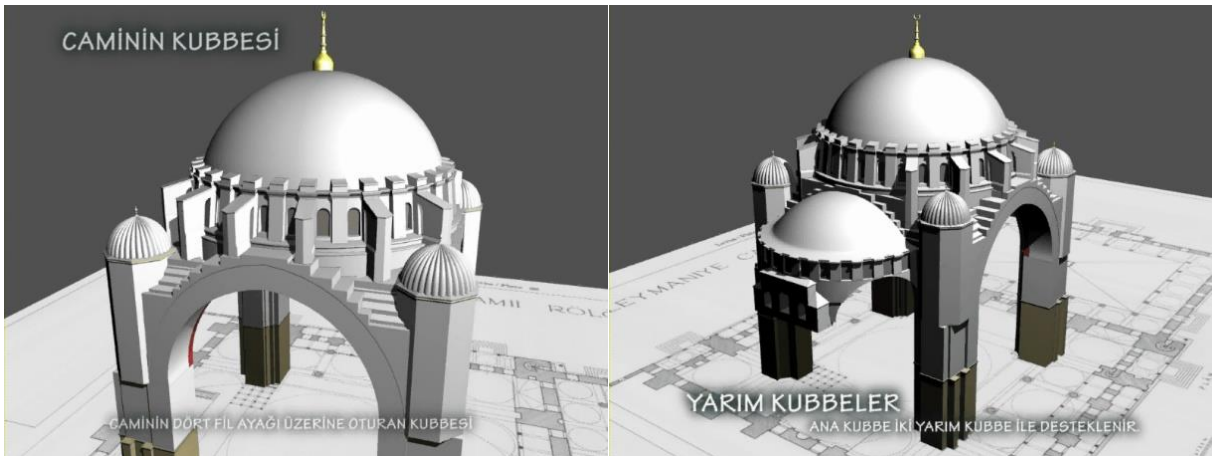
Source: Çoruh (2011)

Figure 15. Animation frames: Pendentives (transition element to the dome)



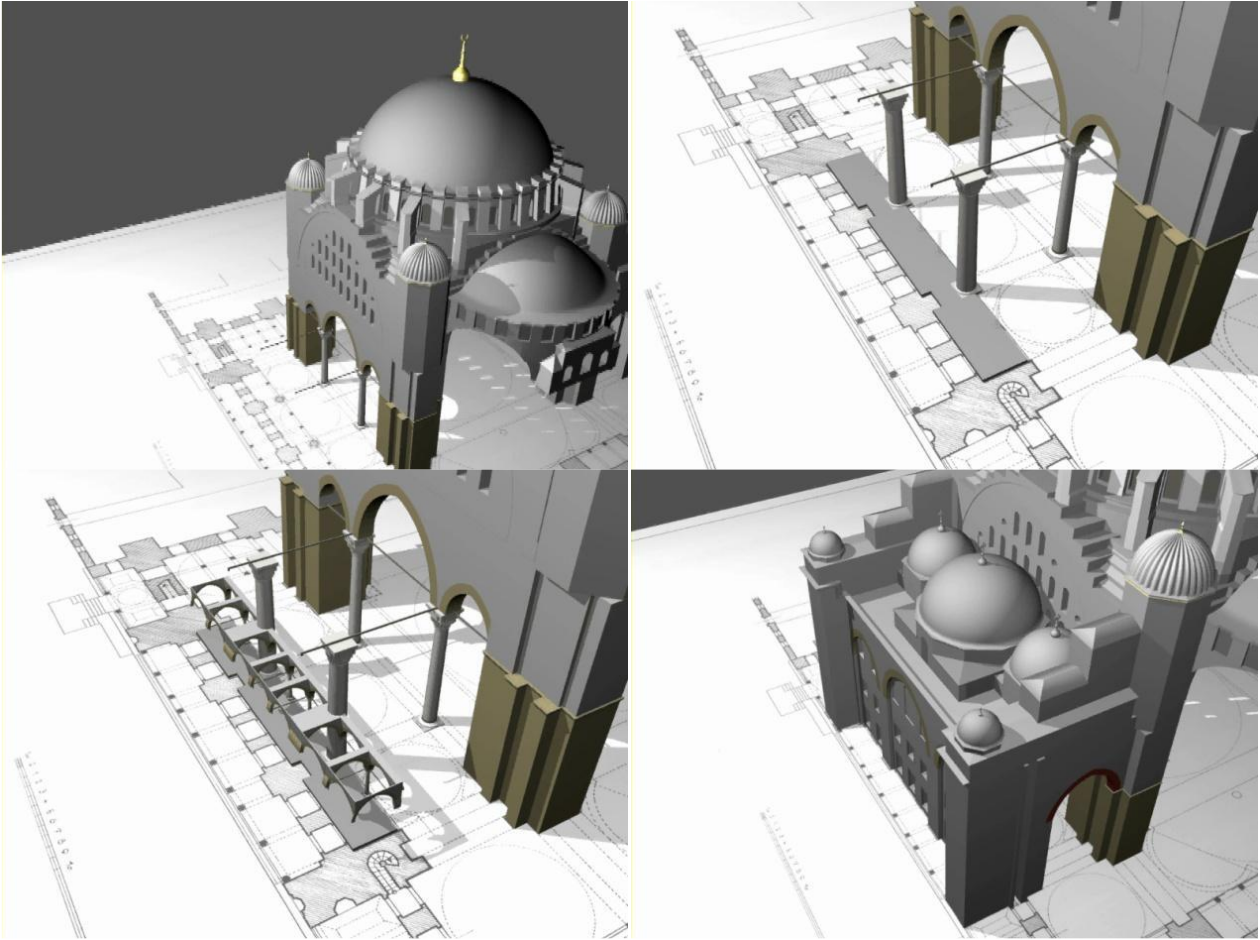
Source: Çoruh (2011)

Figure 16. Animation frames: main dome and its skylights



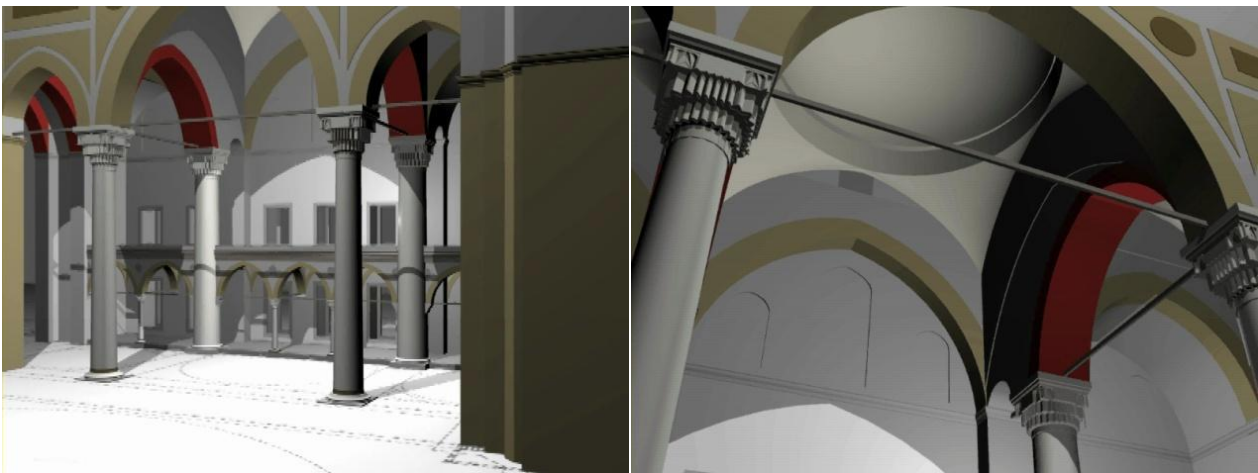
Source: Çoruh (2011)

Figure 17. Animation frames: dome and half domes of the mosque



Source: Çoruh (2011)

**Figure 18.** Animation frames: Placement of architectural elements in the building



Source: Çoruh (2011)

**Figure 19.** Sample animation frames from interior animation

## F. INTERFACE DESIGN

### 1. Graphic Design and Interaction Design of the Interface

The training interface will be the first screen the student will encounter while transferring the targeted information to the student. Therefore, this screen should be categorized according to its purpose and contain correct and easy-to-understand instructions. With this in mind, the interactive software interface should be meticulously designed to present information about the selected subject in the most optimal manner, thereby enhancing the student's learning experience. For a more effective teaching-learning process, instead of haphazardly organizing multimedia components, it is necessary to consider design principles for audio and visual elements suitable for teaching, research on the development of these environments, and principles related to multimedia interface design (Rogers, 2001). Franzwa (1973) emphasizes that, in accordance with these aims and principles, it is crucial to design understandable, clear, and useful interfaces suitable for students' limited cognitive capacities. If there is an information overload on the page in an interface that is not designed successfully, the user may not know where he/she is in the flow and may get lost.

If the interface design is not intuitive, has an unclear layout, and presents difficult navigation, the extrinsic cognitive load, as explained by Cognitive Load Theory (CLT), may increase (Sulisworo et al., 2024). Cognitive load refers to the volume of information that can be retained in working memory concurrently (Juliano et al., 2022). Excessive cognitive load can negatively affect learning and student motivation. CLT divides the cognitive loads in individuals' working memory in learning processes into three main groups: Intrinsic Cognitive Loads, Extraneous Cognitive Loads and Germane Cognitive Loads (Sweller et al., 2019; Armougum et al., 2019). Intrinsic cognitive load refers to the load caused by the intensity of the material presented or the level of complexity of the information. Germane cognitive load refers to the working memory load required to cope with intrinsic loads and is directly related to the amount of intrinsic load (Sweller et al., 2019). Our influence on Intrinsic and Germane loads is limited to optimising Intrinsic loads and making space for Germane cognitive loads from Extrinsic loads. On the other hand, the way information is presented through technology is related to the external load, which can be reduced with the proper approaches. With this feeling, we have paid attention to the user-friendly interface design in a way that will provide students with easy access to information and will not create unnecessary external load.

Macromedia Director software was used to design the interactive training interface needed for the research. Pre-made interactive panoramic images (Süleymaniye Mosque 360 Panorama | 360Cities, n.d.), a 3D model integrated with the game engine, photographs of the structure, general information, animation, and narration were brought together under one interface. The educational software was compiled in a workable form on CD-ROM and made ready for pilot application. In the interactive training software interface, there are four main headings, including certain sections. In the opening screen, there is an introduction window aiming to give preliminary information to the students about these sections and the purpose of the research. The sections on the main menu screen of the training interface shown in Figures 20 and 21 can be listed as follows: Virtual Tour 1, Virtual Tour 2, Photo Gallery, and General Information.



Source: Çoruh (2011)

Figure 20. Educational Software Information Screen

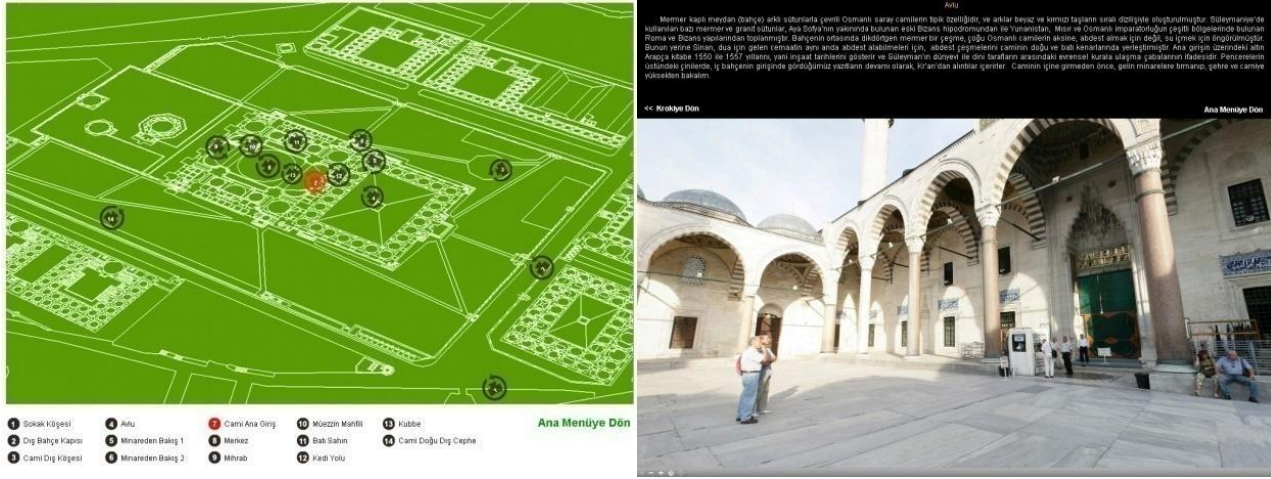


Source: Çoruh (2011)

Figure 21. Educational Software Main Menu Screen

## 2. Virtual Tour 1

In this section, students can use virtual reality glasses, a keyboard, and a mouse to watch the details of the building with panoramic images taken from 360-degree angles from certain points inside and around the building and made interactive with Quicktime VR technology (Figure 22).

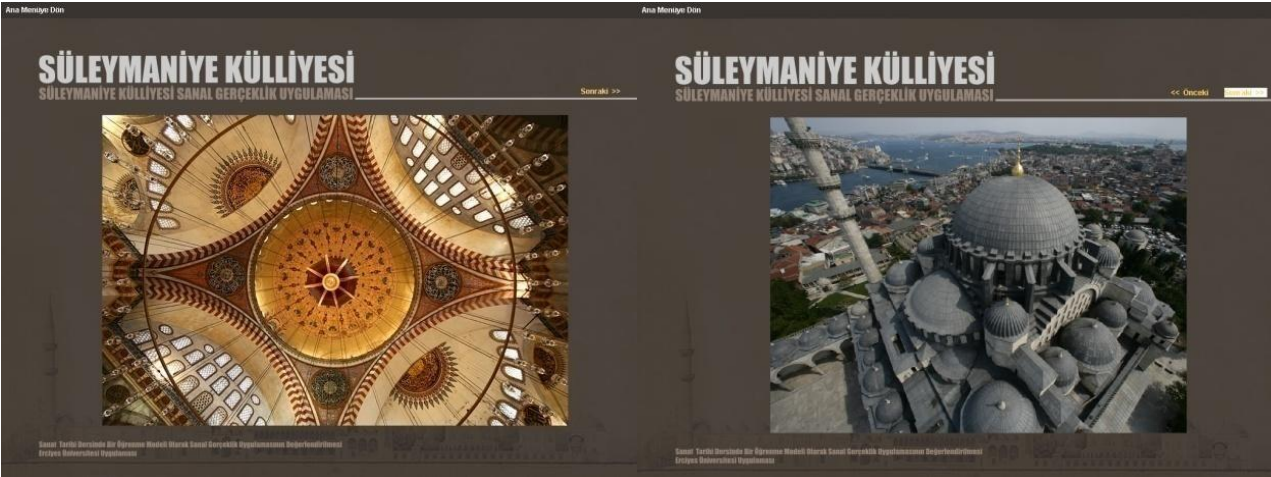


Source: Çoruh (2011)

**Figure 22.** a) Map showing the location of panoramic cameras on the site plan of the building complex. b) View of the building from the camera's point of view in the mosque courtyard (Süleymaniye Camii iç avlusu | 360Cities, n.d.).

## 3. Photo Gallery

In this section, there are photographs showing the architectural and decorative features of the building and printed stamps about the building (Figure 23).

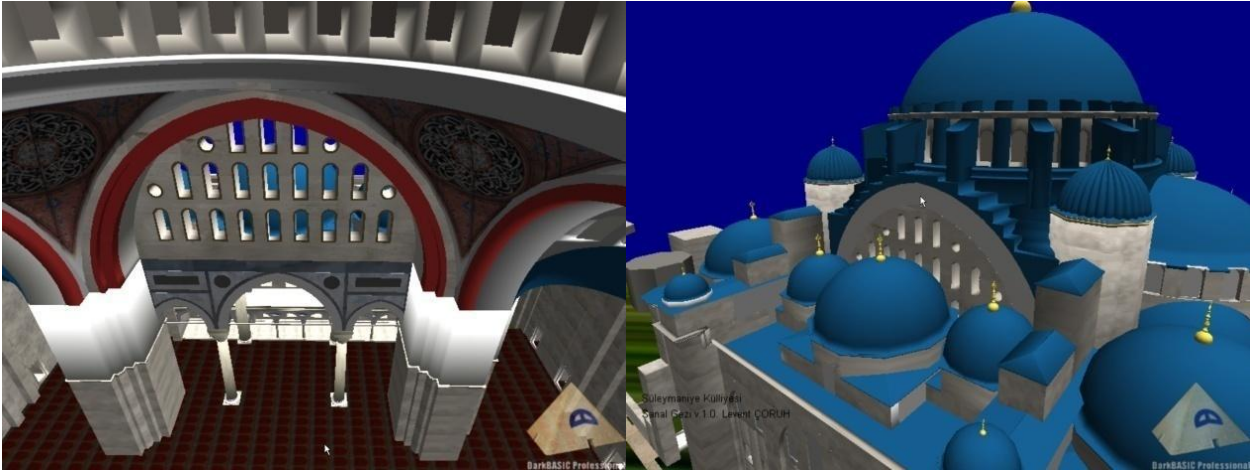


Source: Çoruh (2011)

**Figure 23.** Screenshots from the Photo Gallery Section

#### 4. Virtual Tour 2

In this section, students can walk around and inside the building by using virtual reality glasses, a keyboard, and a mouse in the 3D model of the building as a walkthrough. They can fly around the building independent of gravity and pass through the walls. Interaction with the game engine programmed in DarkBASIC language was added to the three-dimensional model of the building used in this section (Figure 24 and Figure 25).



Source: Çoruh (2011)

Figure 24. 3D Interactive Model Screenshots Integrated with Game Engine



Source: Çoruh (2011)

Figure 25. 3D Interactive Model Screenshots Integrated with Game Engine

#### 5. General Information

In this section, information such as the construction and architectural features of the Süleymaniye Complex can be accessed (Figure 26).





Source: Çoruh (2011)

Figure 26. Screenshots from the General Information Section

## 6. Narration by Animation

Apart from the four main sections on the main menu screen, there are *About Software*, *Animated Narration*, and *Exit* options at the top of the screen. When the *About Software* option is selected, the information window on the start screen is displayed again. When the *Animated Narration* option is selected, a three-dimensional text-supported animation starts to be played, in which the architectural elements of the building and their placement relative to each other are introduced from the base to the dome, as required by the training objectives (Figure 13-19).

## Conclusion and Discussion

The research endeavours to develop a new educational material that integrates various rich media, including virtual reality, animation, textual information, and 360° panoramic photographs, into a coherent structure. The specific focus of the educational material is a course unit from the undergraduate Art History curriculum, centering on the Süleymaniye Complex, a significant work of Mimar Sinan in Ottoman Religious Architecture. The competencies to be addressed within the educational material have been determined by experts in art history and architectural history, and experts in educational sciences and graphic design have established the methods for delivering these competencies using digital tools. Following extensive discussions, it was determined that different types of visual materials would be combined under a unified interface. Two of these visual materials make use of VR technologies. One involves a walk-through software offering the highest level of interaction with six degrees of freedom. The other utilizes panoramas based on photo-realistic Quicktime VR technology with three degrees of freedom from specific locations. Additionally, three-dimensional animated narratives have been incorporated to elucidate the functions of the building's structural elements, their relationships, and the architectural creation of space. The interface also encompasses photographs of the general structure and details of the building, along with texts containing historical and general information about the building. Upon the conclusion of the development phase, a preliminary assessment of the educational material was conducted. In a classroom environment equipped with VR technologies, computers, and projection,

a lesson on the relevant unit was delivered to a small group of lecturers(2), research assistants(2), and students(4). Subsequently, the participants' reflections were gathered through focus group interviews. In their opinions, the participants stated that the educational material provides a real-life-like experience, visual richness and interaction that engages the students, and in this way, it is capable of significantly increasing the level of interest and continuity of interest among students. Based on participant feedback, we conclude that the educational material has a high potential to have a positive impact on learning achievement and retention. This research focused on material development and was completed by conducting a preliminary evaluation. In addition, the effectiveness of this educational material was later evaluated with an experimental application, and the results were published by Çoruh and Tepecik (2010)<sup>1</sup>. The results supported the preliminary evaluation results in terms of the effect of the material on learning achievement and retention scores.

The results we reached regarding the instructional design development processes, which is the focus of the study, are as follows. As a result of the experience and findings on instructional design through the study, two issues came to the fore: interdisciplinary collaboration and the presentation of content with a holistic perspective of different media types. As the first of these topics, it was emphasized that successful instructional material should be designed multi-layered. These layers consist of education, design (visual / interaction / animation) and information technology disciplines. We concluded that the construction of this structure is possible through the collaboration of discipline-specific experts with the course instructor. Secondly, this collaboration includes various specializations for tasks such as determining the pedagogical approach, content creation, interface graphic design, interaction design, animation production, and adaptation of innovative digital technology such as Virtual Reality (VR) / Augmented Reality (AR) / Mixed Reality (MR) / QuickTime VR. However, it still requires shared authorship for the interest of these experts in a specific outcome.

#### **Ethics Committee Consent**

The authors declare that this study does not contain any studies with human participants and/or animals performed by any authors.

#### **Contribution Rate Declaration**

The authors declare that they have contributed equally to the article.

#### **Conflict of Interest**

The authors of this publication declare they have no conflict of interest.

---

<sup>1</sup> Coruh and Tepecik (2010) conducted a study with 50 students using an experimental-control group. They discovered that using VR resulted in approximately 15% higher learning achievement and 27% higher learning retention compared to the traditional method. For more information, you can visit [https://www.iet-c.net/publication\\_folder/ietc/ietc2010-3.pdf](https://www.iet-c.net/publication_folder/ietc/ietc2010-3.pdf).

## Acknowledgment

We would like to thank the Proofreading & Editing Office of the Dean for Research at Erciyes University for copyediting and proofreading service for this manuscript. We are deeply grateful for the invaluable contributions of Duygu Ovacık, Özlem Atak, Sencer Erkman, and Hakan Tekin to the study.



## Kaynakça


- Akay, K. (2010). *DirectX ile Oyun Programlama*. (1st ed.). Pusula Yayıncılık.
- Armougum, A., Orriols, E., Gaston-Bellegarde, A., Marle, C. J., & Piolino, P. (2019). Virtual reality: A new method to investigate cognitive load during navigation. *Journal of Environmental Psychology*, 65, 101338. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.101338>
- Baddeley, A. D., & Hitch, G. (1974). Working memory. In G.H. Bower (Ed.), *The psychology of learning and motivation: Advances in research and theory* (89) (pp. 47-89). Academic Press.
- Cecotti, H., Huisinga, L., & Peláez, L. G. (2024). Fully immersive learning with virtual reality for assessing students in art history. *Virtual Reality*, 28(1). <https://doi.org/10.1007/s10055-023-00920-x>
- Chen, C.J. (2010). Theoretical bases for using virtual reality in education. *Themes in Science and Technology Education*, 2(1-2), 71-90.
- Cheung, L. (2016). Using the addie model of instructional design to teach chest radiograph interpretation. *Journal of Biomedical Education*, 2016, 1-6. <https://doi.org/10.1155/2016/9502572>
- Chtena, N. (2021). "Opening" Art History: Exploring the motivations and practices of faculty using open educational resources in lower-level and general education art history courses. *Journal of Interactive Media in Education*, 2021(1). <https://doi.org/10.5334/jime.677>
- Çoruh, L. (2011). *Assessment of the effectiveness of virtual reality applications in art history course as a learning model (An example of Erciyes University Architecture & Fine Arts faculties)*. [Unpublished doctoral dissertation]. University of Gazi.
- Çoruh L., & Tepecik A., (2010, April 26-28) Assessment of the effectiveness of virtual reality applications in art history course as a learning model. *Proceedings of the 10th International Educational Technology Conference, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul*, (3), 1297-1031. <https://www.iet-c.net/pubs>
- Duran, Z., & Toz, G. (Eds.). (2002). *Tarihi Eserlerin Fotogrametrik Yöntemle 3D Modellenmesine Örnek*. Selçuk Üniversitesi Jeodezi ve Fotogrametri Mühendisliği Öğretiminde 30. Yıl Sempozyumu, 16-18 October, Konya, Turkey.
- Efe, P. (2007). *Arkeolojik yerleşimlerin sayısal olarak modellenmesi ve etkileşimli sanal çevrede görselleştirme yöntemleri "Bodrum Pedesa örneği"* [Unpublished MA thesis]. Graduate School of Science and Engineering, Yıldız Technical University, İstanbul.
- Fang, M. J., Zheng, X. X., Hu, W. Q., & Shen, Y. (2011). On the ADDIE-based effective instructional design for higher education classrooms. *Advanced Materials Research*, 271-273, 1542-1547. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/amr.271-273.1542>
- Familoni, N. B. T., & Onyebuchi, N. N. C. (2024). Augmented and virtual reality in U.S. education: a review: analyzing the impact, effectiveness, and future prospects of AR/VR tools in enhancing learning experiences. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 6(4), 642-663. <https://doi.org/10.51594/ijarss.v6i4.1043>
- Franzwa, D. (1973). Influence of meaningfulness, pictorial detail, and presentation mode on visual retention. *Audio Visual Communication Review*, 21(2), 209-223. <https://doi.org/10.1007/bf02768949>

- Haryana, M. R. A., Warsono, S., Achjari, D., & Nahartyo, E. (2022). Virtual reality learning media with innovative learning materials to enhance individual learning outcomes based on cognitive load theory. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100657. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100657>
- Juliano, J. M., Schweighofer, N., & Liew, S. (2022). Increased cognitive load in immersive virtual reality during visuomotor adaptation is associated with decreased long-term retention and context transfer. *Journal of Neuro Engineering and Rehabilitation*, 19(1), 106. <https://doi.org/10.1186/s12984-022-01084-6>
- Kharki, K. E., Berrada, K., & Burgos, D. (2021). Design and implementation of a virtual laboratory for physics subjects in Moroccan universities. *Sustainability*, 13(7), 3711. <https://doi.org/10.3390/su13073711>
- Maggiordomo, A., Cignoni, P., & Tarini, M. (2021). Texture defragmentation for photo-reconstructed 3d models. *Computer Graphics Forum*, 40(2), 65-78. <https://doi.org/10.1111/cgf.142615>
- Maroungkas, A., Troussas, C., Krouska, A., & Sgouropoulou, C. (2024). How personalized and effective is immersive virtual reality in education? A systematic literature review for the last decade. *Multimedia Tools and Applications*, 83(6), 18185–18233. <https://doi.org/10.1007/s11042-023-15986-7>
- Maroungkas, A., Troussas, C., Krouska, A., & Sgouropoulou, C. (2023). Virtual reality in education: a review of learning theories, approaches and methodologies for the last decade. *Electronics*, 12(13), 2832. <https://doi.org/10.3390/electronics12132832>
- Mayer, R. E. (2001). A cognitive theory of multimedia learning. In: *Multimedia Learning* (pp. 41-62). Cambridge University Press.
- Mayer, R. E. (2024). The past, present, and future of the cognitive theory of multimedia learning. *Educational Psychology Review*, 36(1). <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09842-1>
- Mohsen, M. A., & Alangari, T. S. (2023). Analyzing two decades of immersive technology research in education: trends, clusters, and future directions. *Education and Information Technologies*, 29, 3571-3587. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11968-2>
- Pezzulo, G. (2007). Working memory. *Technical Report*, ISTC-CNR.
- Poranne, R., Tarini, M., Huber, S., Panozzo, D., & Sorkine-Hornung, O. (2017). Autocuts. *ACM Transactions on Graphics*, 36(6), 1-11. <https://doi.org/10.1145/3130800.3130845>
- Reinbold, S. (2013). Using the ADDIE model in designing library instruction. *Medical Reference Services Quarterly*, 32(3), 244–256. <https://doi.org/10.1080/02763869.2013.806859>
- Rogers, P. L. (2001). *Designing instruction for technology enhanced learning*. IRM Pres.
- Roussou, M. (2001). Immersive interactive virtual reality in the museum. *Foundation of the Hellenic World*. [https://www.academia.edu/635273/Immersive\\_interactive\\_virtual\\_reality\\_in\\_the\\_museum](https://www.academia.edu/635273/Immersive_interactive_virtual_reality_in_the_museum)
- Shiratuddin, M.F., & Thabet, W. (2002) *Virtual office walkthrough using a 3D game engine special issue on designing virtual worlds*. *International Journal of Design Computing (IJDC)*, 4, 4. - References - Scientific Research Publishing. (n.d.). <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1746061>

- Spatioti, A. G., Kazanidis, I., & Pange, J. (2022). A comparative study of the ADDIE instructional design model in distance education. *Information*, 13(9), 402. <https://doi.org/10.3390/info13090402>
- Suleymaniye Mosque inner yard 360 Panorama. (n.d.). 360Cities. <https://www.360cities.net/image/suleymaniye-mosque-inner-yard-istanbul>
- Suleymaniye Mosque 360 Panorama. (n.d.). 360Cities. <https://www.360cities.net/image/suleymaniye-mosque-istanbul>
- Sulisworo, D., Erviana, V. Y., & Robiin, B. (2024). Application of cognitive load theory in VR development and its impact on learning: a perspective on prior knowledge, learning interest, engagement, and content comprehension. *JOIV International Journal on Informatics Visualization*, 8(2), 874. <https://doi.org/10.62527/joiv.8.2.2467>
- Sweller, J., Van Merriënboer, J. J. G., & Paas, F. (2019). Cognitive architecture and instructional design: 20 years later. *Educational Psychology Review*, 31(2), 261–292. <https://doi.org/10.1007/s10648-019-09465-5>
- Tüzün, H. (2005). Dünya üzerine yayılmış çok-kullanıcı çevrim-içi eğitsel bir bilgisayar oyununun teknik yapısı. *Akademik Bilişim 2005*, (02-04 February) Gaziantep, Turkey.
- Tüzün, H. (2010). Dünya üzerine yayılmış çok-kullanıcı çevrim-içi eğitsel bir bilgisayar oyununun teknik yapısı ve türkiye’de yaklaşımlar. In G. Telli-Yamamoto, U. Demiray, & M. Kesim (Eds.), *Türkiye’de e-öğrenme: Gelişmeler ve uygulamalar* (pp. 261-281). Cem Web Ofset.
- Ülgen, A.S. (Çizen), Yenişehirlioğlu F., & Madran E. (Editörler). (1989). *Mimar Sinan yapıları (katalog)*. Türk Tarih Kurumu Basımevi.



# YAPAY ZEKA ÇAĞINDA MİLLİ TARİH ANLATILARI: POTANSİYEL TEHLİKELER VE "MİLLİ YAPAY ZEKA" GEREKLİLİĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

 Mahmut CESUR<sup>a</sup>

## Öz

Bu makale, yapay zeka teknolojilerinin milli tarih anlatıları üzerindeki etkilerini ve bu süreçte bilgi üretimi ile dağıtımında yaşanan derin dönüşümleri kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Yapay zekanın özellikle Batı merkezli veri tabanlarına dayanan küresel bilgi ağları aracılığıyla yerel ve milli tarih anlatılarını nasıl gölgede bırakabileceği üzerinde durulmaktadır. Çalışmada, farklı ülkelerin milli tarih inşa süreçlerinde yapay zekanın oynadığı rol, bu süreçlerde karşılaşılan riskler ve tehditler analiz edilerek değerlendirilmiştir. Ayrıca, milli kimlik ve kültürel mirasın korunmasına yönelik yapay zekanın tehditlere karşı stratejik öneriler sunulmuş, yapay zekanın eğitim sistemlerine entegrasyonunun doğurması muhtemel etik ve pedagojik sorunlar ele alınmıştır. Yapay zekanın eğitimde ve bilgi üretiminde yaygınlaşmasının milli tarih eğitimi üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekilmekte, bu risklere karşı alınabilecek önlemler tartışılmaktadır. Devletlerin milli tarih anlatılarını koruma çabaları ile yapay zekanın küresel bilgi sistemlerine karşı bağımsızlıklarını nasıl sürdürebilecekleri üzerine stratejik çözüm yolları sunulmuştur. Milli tarih anlatılarının güçlendirilmesi ve hassas bilgilerin denetiminin sağlanabilmesi adına muhtelif öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay zeka, Milli tarih anlatısı, Kültürel miras, Eğitimde yapay zeka, Tarih eğitimi.



## NATIONAL HISTORICAL NARRATIVES IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: AN EXAMINATION OF POTENTIAL THREATS AND THE NECESSITY OF "NATIONAL AI"

### Abstract

This article comprehensively examines the impact of artificial intelligence technologies on national history narratives and the profound transformations in the production and distribution of knowledge in this process. It focuses on how AI can overshadow local and national historical narratives, especially through global information networks based on Western-centered databases. The study analyzes the role of artificial intelligence in the construction of national history in different countries and the risks and threats faced in these processes. In addition, strategic recommendations against the threats posed by artificial intelligence to the protection of national identity and cultural heritage are presented, and the ethical and pedagogical problems likely to arise from the integration of artificial intelligence into education systems are discussed. It draws

<sup>a</sup> Doktora Öğrencisi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tarih Eğitimi Ana Bilim Dalı,  
mahmutcesuur@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: 05.09.2024, Makale Kabul Tarihi: 05.11.2024

attention to the negative effects of the spread of artificial intelligence in education and knowledge production on national history education and discusses the measures that can be taken against these risks. Strategic solutions are presented for states' efforts to preserve their national historical narratives and how they can maintain their independence against the global information systems of artificial intelligence. Various recommendations are developed to strengthen national historical narratives and to ensure the control of sensitive information.

**Keywords:** Artificial intelligence, National history narrative, Cultural heritage, AI in education, History education.



## Giriş

İnsanoğlu, tarih boyunca zeki varlıklar yaratmanın hayalini kurmuş, bu hayal Antik Çağlardan modern döneme kadar sayısız düşünürün zihninde yer etmiştir. Aristoteles'ten Descartes'a, Hobbes'tan Leibniz'e kadar pek çok filozof, makinelerin insan gibi düşünüp düşünemeyeceğini, bir yapay zekanın mümkün olup olmadığını tartışmışlardır (Yeşilkaya, 2022, s. 102). O dönemlerde bu fikirler yalnızca bir varsayımdan ibaretken, günümüzde yapay zeka asistanlarının bilgi üretme hızı ve kapasitesi, bu filozofların bile öngöremeyeceği boyutlara ulaşmıştır. Yapay zeka öncesinde de tarih boyu bilginin niteliğini değiştiren teknolojik devrimler yaşanmıştır. Örneğin yazının icadı ve matbaanın icadı, bilgiyi "kitlelere" ulaştırmıştır. İnternet ise bilginin sınırları aşan, hızla yayılan bir hale gelmesini sağlamıştır. Bu bağlamda, yapay zeka devriminin de bilginin niteliğini dönüştürmesi kaçınılmazdır ancak bu dönüşüm, öncekilerden farklı olarak, radikal bir değişikliğin kapısını aralamaktadır. Yapay zeka asistanları, bilgiyi ve bilginin denetimini "ulusal sınırların ve devlet otoritesinin kontrolünden" çıkarma potansiyeli taşımaktadır. Zira yapay zeka sistemleri, küresel ve devasa bir veri tabanından beslenerek bilgi üretmektedir. Bu durum, bilgiye erişimi kolaylaştırırsa da, beraberinde "bilginin tarafsızlığı" konusunda ciddi sorunları gündeme getirmektedir. Bilginin küresel bir havuzdan üretilmesi ve filtreden geçirilmemesi, yerel bağlamların ve kültürel nüansların kaybolma riskini doğurmaktadır. Dahası, yapay zeka sistemlerinin ürettiği bilginin güvenilirliği ve doğruluğu konusunda endişeler mevcuttur.

Yapay zeka devriminin bilginin niteliği üzerine yapacağı dönüşümü yarım asır önce öngören Fransız sosyolog Jean Baudrillard, 1981 yılında yayımlanan "Simulakrlar ve Simülasyon" adlı eserinde, gerçeklik ile simülakrlar<sup>1</sup> arasındaki ilişkinin bulanıklaşacağı ve bu durumun bilginin niteliksel anlamda bir dönüşüm geçirmesine neden olacağını ileri sürer. Baudrillard'a göre, simülasyon evreninde bilginin gerçekliği artık özgün bir gerçeğe dayanmayacak, aksine kendi kendini sürekli yeniden üreten bir yapıya bürünecektir. Bu, bilginin yalnızca hipergerçek bir formda var olduğu bir çağın habercisidir. Özellikle simülasyonun gerçeği ikame eden bir sistem olarak tanımlandığı bölümde Baudrillard, bilginin bu yeni yapısının kaçınılmaz olduğunu vurgular (Baudrillard, 2011, s. 14). Baudrillard'ın simülakr kavramı tam da burada anlam kazanmaktadır. Artık bilgi, özgün bir gerçekliğe dayanmaktan ziyade, simülasyonlar aracılığıyla sürekli yeniden üretilen, dolayısıyla deforme olmuş bir yapıya bürünmektedir. Bu durum,

<sup>1</sup> Simulakr, Baudrillard'ın kuramında, gerçekliğin yerini alan veya onu temsil eden, ancak artık gerçek bir kaynağa dayanmayan işaret veya semboldür. Gerçek ile temsili arasındaki sınırın belirsizleştiği postmodern toplumun bir ürünüdür.



“hakikat ile kurgu arasındaki sınırın belirsizleşmesine” yol açabilir. Ancak bu dezenformatif etkiden de ziyade, müfredat ve içerikleri oluşturulurken dikkat edilen “yerli ve milli hassasiyetin” tamamen gölgede kalmasına yol açma ihtimali belirlemiştir. Bunun da bilhassa tarih eğitimi gibi “yoruma açık” ve kitleleri etkileme gücü olan alanlarda olması muhtemeldir keza tarih dersleri, bir ulusun kimliğini, değerlerini ve dünya görüşünü şekillendirmede kritik bir rol oynar. Ancak yapay zeka teknolojilerinin global veri tabanlarından beslenmesi, yerel tarih anlatılarını ve milli perspektifleri gölgede bırakma riski taşımaktadır çünkü mevcut yapay zeka asistanları, global bilgi kaynaklarını ön planda tutmakta, yerel ve milli değerlerin özgünlüklerini göz ardı etmektedir. Bu da devletlerin yerli ve milli hassasiyetlerle oluşturulmuş tarih anlatılarının, küresel veri akışında kaybolma ya da çarpıtılma tehlikesini beraberinde getirmektedir.

Diğer dersler, yapay zekanın bu etkisinden daha az etkilenme eğilimindedir. Matematik, fizik veya kimya gibi fen bilimleri, evrensel yasalara ve formüllere dayandığından, milli bir perspektife daha az ihtiyaç duyar. Örneğin, Pi sayısının değeri veya yerçekimi kanunu her yerde aynıdır ve yoruma açık değildir. Ancak tarih, yoruma açıktır ve farklı perspektifler, farklı yorumlara sebebiyet verebilmektedir. Bu sebeple tarih müfredatı ve içeriği, tüm devletler tarafından hassasiyetle oluşturulur. Devletler, kendi tarihsel perspektiflerini ve ulusal hassasiyetlerini yansıtmak üzere oluşturdukları tarih müfredatlarını, yapay zekanın sunduğu küresel bilgi havuzuyla karşı karşıya bulabilir. Bu durum, yerleşik ulusal tarih anlatılarının sorgulanmasına ve hatta bazı durumlarda farklı yorumların ortaya çıkmasına zemin hazırlayabilir. Bu sistemler, bilgiye saniyeler içinde erişim sağlasa da, araştırmacıların dezenformasyona maruz kalma riskini önemli ölçüde artırmaktadır. Dezenformasyon, doğru bilgiyle karşılaştırıldığında çok daha hızlı yayılır ve kalıcı izler bırakır. Yapay zeka asistanları aracılığıyla bilgi edinme eğiliminin kaçınılmaz olduğu günümüzde, teknolojik ilerlemeye karşı direnmek anlamsızdır; ancak bu ilerlemenin getirdiği risklere karşı önlem almak, distopik bir geleceğin önüne geçmek adına devletlerin elindedir.

## A. YÖNTEM

Bu çalışmada **nitel araştırma** yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma, bir konuyu derinlemesine anlamaya olanak tanıyan bir yöntemdir ve yapay zeka ile milli tarih anlatıları arasındaki ilişkiyi farklı açılardan ele almak için ideal bir yaklaşım olduğu düşünülmüştür. Araştırmada doküman incelemesi, literatür taraması, içerik analizi ve yapay zeka asistanlarından elde edilen cevapların karşılaştırmalı analizi gibi teknikler kullanılmıştır. Bu yöntemler, milli tarih anlatıları üzerindeki etkilerin çok boyutlu ve derinlemesine anlaşılmasına olanak tanımıştır. Çalışmanın veri toplama sürecinde doküman incelemesi temel yöntem olarak seçilmiş ve yapay zeka teknolojileri ile milli tarih anlatıları üzerine mevcut literatür titizlikle incelenmiştir. Dokümanlar seçilirken, milli tarih anlatılarının nasıl inşa edildiği ve yapay zeka uygulamalarının bu süreç üzerindeki potansiyel etkileri göz önünde bulundurulmuştur.

| 842 | Literatür taraması sırasında sadece akademik makaleler, devlet raporları, uluslararası ajansların yayınladığı belgeler ve eğitim müfredatları dikkate alınmış, bu sayede konuya geniş bir perspektiften yaklaşmıştır. Ayrıca, çalışmanın önemli bir kısmını oluşturan yapay zeka asistanlarının karşılaştırmalı analizi, milli tarih anlatılarının farklı yapay zeka sistemlerinde nasıl temsil edildiğini ortaya koymak için kullanılmıştır. Bu bağlamda, yapay zeka asistanlarından alınan cevaplar karşılaştırılarak, bilginin

tarafılık ve nesnellik açısından analiz edilmesi sağlanmıştır. Bu yöntem, farklı yapay zeka sistemlerinin milli tarih anlatılarına yaklaşımını ölçmek ve bu sistemler arasındaki farklılıkları değerlendirmek için kullanılmıştır.

Elde edilen veriler **içerik analizi** yöntemi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi, çalışmanın temel bulgularının daha anlamlı ve organize bir şekilde sunulmasına olanak tanımış, milli tarih anlatıları ve yapay zeka arasındaki ilişkiyi belirli temalar etrafında ele almayı mümkün kılmıştır. Bu temalar doğrultusunda kodlama yapılarak, yapay zeka asistanlarının milli tarih anlatılarını nasıl çerçevelediği ve bu çerçevenin hangi unsurları ön plana çıkardığı analiz edilmiştir.

### 1. Veri Kaynakları ve Veri Toplama Aracı

Veri toplama sürecinde kullanılan en önemli yöntemlerden biri **doküman incelemesidir**. Bu yöntem, yapay zeka ve milli tarih anlatıları konusundaki mevcut literatürün sistematik bir biçimde incelenmesini içerir. Doküman incelemesinde, uluslararası literatürde yer alan makaleler, raporlar, eğitim müfredatları ve yapay zeka teknolojilerine dair çeşitli belgeler analiz edilmiştir. Belgeler seçilirken, konuya dair güncel ve farklı coğrafyalardan gelen perspektifler ön planda tutulmuş, karşılaştırmalı bir analiz yapılabilmesi adına çok çeşitli kaynaklar kullanılmıştır.

Buna ek olarak, yapay zeka asistanlarından elde edilen veriler, **karşılaştırmalı analiz** yoluyla değerlendirildi. Çalışmada kullanılan yapay zeka asistanları, milli tarih anlatıları hakkında farklı yaklaşımlar sunarak, bu yaklaşımlar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Her bir asistanın aynı konu hakkında verdiği yanıtlar derinlemesine analiz edilerek, bilginin tarafsızlığı ve nesneliliği açısından karşılaştırılmıştır.

### 2. Verilerin Analizi ve Geçerliliği

Çalışmada anılan teknikler haricinde kullanılan bir diğer teknik ise **içerik analizidir**. İçerik analizi, elde edilen verilerin belirli temalar etrafında organize edilmesi ve bu temaların anlamlandırılması için kullanılmıştır. Veriler, milli tarih anlatılarının yapay zeka sistemlerinde nasıl temsil edildiğini gösterecek şekilde kodlanmış ve analiz edilmiştir. İçerik analizi sürecinde, yapay zeka asistanlarının verdiği yanıtlar incelenerek, belirli temalar (örneğin, milli tarih anlatısının yok sayılması, global veri merkezli bakış açısı gibi) etrafında yapılandırılmıştır. Kodlama süreci manuel olarak gerçekleştirilmiş ve farklı yanıtlar arasındaki tematik benzerlikler ile farklılıklar ortaya çıkarılmıştır. Veri kaynaklarının güvenilirliği, çalışmanın geçerliliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, kullanılan dokümanlar ve yapay zeka verileri titizlikle seçilmiştir. Literatür taramasında sadece hakemli makaleler, devlet raporları ve akademik kitaplar dikkate alınmış; yapay zeka asistanlarından elde edilen yanıtların güvenilirliğini ölçmek amacıyla farklı asistanlar kullanılmıştır. Veri kaynaklarının çeşitliliği, araştırmanın geniş bir perspektifle ele alınmasını sağlamış ve uluslararası bağlamda karşılaştırmalı bir analiz yapma olanağı sunmuştur. Çalışmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla veri toplama ve analiz süreçleri tekrarlanabilir olacak şekilde yapılandırılmıştır. Yapay zeka asistanlarının verdiği yanıtlar aynı koşullarda tekrar test edilerek, tutarlılık sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca, karşılaştırmalı analizlerin sonucunda ortaya çıkan bulgular, mevcut literatürle kıyaslanmış ve bulguların geçerliliği sağlanmıştır. Çalışmanın tüm aşamalarında şeffaf ve sistematik bir yaklaşım benimsenmiştir.

## B. DEVLETLER KONTROLÜNDE TARİH EĞİTİMİ

Devletlerin milli tarih anlatısını inşa etme süreçleri, çoğunlukla ulusal kimliği güçlendirmek, toplumsal birliği sağlamak ve ortak bir gelecek vizyonu oluşturmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu süreçlerde tarih eğitimi, stratejik bir araç olarak kullanılmış ve bilhassa yeni kurulan devletlerde veya rejimlerde ulusal kimliğin vatandaşlar tarafından benimsenmesi hedeflenmiştir. Her ne kadar tarih eğitiminin etik ve pedagojik hedefleri arasında böylesine keskin ideolojik amaçlar bulunmasa da, tarih boyunca bu tür uygulamaların var olduğu gerçeği inkar edilemeyecek kadar açıktır.

Türkiye Cumhuriyeti'nin erken dönemlerinde, tarih eğitimi, Osmanlı İmparatorluğu'nun çok uluslu yapısından henüz koparak yeni ve kapsayıcı bir "Türk kimliği" oluşturma amacıyla kullanılmıştır. Bu dönemde, tarih kitapları, Türklerin dünya medeniyetlerine sunduğu katkıların merkeze alındığı bir anlatı etrafında şekillendirilmiş ve bu anlatı ulusal birliği güçlendirmek maksadı ile kullanılmıştır (Yazıcı & Yıldırım, 2018, s. 435). Benzer bir süreç Azerbaycan'da da gözlemlenmiştir. Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından bağımsızlığını kazanan Azerbaycan, ulusal kimlik ve egemenlik duygusunu pekiştirmek amacıyla tarih yazımını yeniden ele almıştır. Bu süreçte, Azerbaycan, Sovyet geçmişinden sıyrılarak kendi ulusal tarihini inşa etmeye odaklanmış ve bu, bağımsızlık sürecinin bir parçası olarak görülmüştür (Hacısalıhoğlu, s. 22). Azerbaycan gibi bağımsızlığını yeni kazanmış devletler, tarih yazımı ve eğitimi aracılığıyla kendi egemenliklerini ve ulusal kimliklerini pekiştirme çabasına girmişlerdir. Sovyetler Birliği'nde de tarih eğitimi, sosyalist ideolojiyi pekiştirmek amacıyla kullanılmıştır. Tarih kitapları, Sovyet rejiminin başarılarını yüceltirken, geçmiş rejimleri ve muhalefet hareketlerini kötülemiştir (Elban, s. 34).

Carretero (2017), tarihsel ana anlatıların, devletlerin ideolojik hedeflerini gerçekleştirmede "metodolojik" olarak nasıl kullanıldığını ele almıştır. Buna göre, tarih ders kitapları ve müfredatlar, ulusal anlatılar çerçevesinde düzenlenir ve bu anlatılar, genellikle ulusun kökenine, kahramanlarına ve zaferlerine odaklanır. Örneğin, İspanya'da Franco rejimi sırasında tarih eğitimi, ulusal birliğin korunması ve rejimin meşrulaştırılması için önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Franco rejimi, Katolik Kilisesi'nin ve İspanyol kültürünün üstünlüğünü vurgulayan bir tarihsel anlatı geliştirerek, ulusal kimliğin bu değerler etrafında şekillenmesini sağlamıştır (Carretero, 2017, s. 517). Tarihsel olayların bu şekilde seçici bir şekilde sunulması, özellikle ulus devletlerin inşası sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Ulusal hikayeler, bir yandan geçmişi yüceltirken diğer yandan toplumu ortak değerler etrafında birleştirir. Bir başka çalışmada Van Alphen & Carretero (2015), tarihsel anlatıların bireylerin ulusal kimliklerini nasıl şekillendirdiği üzerinde durmuştur. Bu çalışmada, tarihsel anlatıların toplumun geçmişe dair kolektif hafızasını şekillendirerek, devletin istendik bir vatandaş tipi yetiştirme hedeflerine nasıl hizmet ettiğini tartışmıştır. Örneğin, Arjantin'de tarih eğitimi, askeri diktatörlük döneminde rejimi destekleyen bir ulusal kimlik yaratmak amacıyla kullanılmıştır. Bu dönemde, tarih kitapları, askeri başarıları ve rejimin kurucularını yücelten bir anlatı etrafında şekillendirilmiş, aynı zamanda muhalefetin ve demokratik hareketlerin rolü göz ardı edilmiştir (van Alphen & Carretero, 2015, s. 520). Bevir'in (2007) çalışması ise, ulusal tarihin eleştirel bir incelemesini sunar ve ulusal tarihlerin inşasında ideolojik unsurların nasıl ön plana çıktığını tartışır. Bevir, ulusal tarihin, devletler tarafından ulusal kimlik inşasında bir araç olarak kullanıldığını ve bu süreçte belirli normların ve değerlerin aşılandığını belirtir. Örneğin, Birleşik

Krallık'ta, 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında tarih eğitimi, Britanya İmparatorluğu'nun üstünlüğünü ve medenileştirici misyonunu vurgulayan bir şekilde yapılandırılmıştır. Bu, Britanya'nın dünya üzerindeki egemenliğini meşrulaştırmak ve İngiliz kimliğini bu imparatorluk söylemi etrafında inşa etmek amacıyla yapılmıştır (Bevir, 2007, s. 300).

Fransa, Almanya, İtalya, Çin, Rusya ve Avustralya gibi ülkeler de tarih eğitimini milli kimlik inşa etmek için yoğun bir şekilde kullanmıştır. Fransa örneği incelendiğinde, ulusal tarih anlatısı, Fransız kimliğinin ve ulusal birliğin temel taşlarından biri olarak kullanılmıştır. Bu anlatı, Fransa'nın tarihsel başarılarını yüceltmek ve Fransız vatandaşlarının ulusal gururunu pekiştirmek amacıyla şekillendirilmiştir (Fenenko, 2023, s. 19-20). Almanya'da, tarihsel anlatılar özellikle 19. yüzyılın sonlarından itibaren Alman kimliğini inşa etmek için kullanılmıştır. Bu süreçte, Alman tarih yazımında ulusal kahramanların ve önemli olayların yüceltilmesi, Alman halkının ortak bir kimlik duygusu oluşturmaya katkı sağlamıştır (Fenenko, 2023, s. 21-22). İtalya'da ise, ulusal kimlik inşası sürecinde tarihsel anlatılar, İtalyan birliğinin ve ulusal karakterin temellerini güçlendirmek için kullanılmıştır. Bu amaçla, İtalyan tarihinin belirli dönemleri ve figürleri öne çıkarılarak, İtalyan vatandaşlarının ulusal kimliğini pekiştirme çabaları gözlemlenmiştir (Fenenko, 2023, s. 22-23). Çin'de, ulusal tarih anlatıları, Çin'in uzun ve köklü geçmişini vurgulamak, halkı bir arada tutmak ve devletin ideolojik kontrolünü güçlendirmek için kullanılmaktadır. Bu tarih anlatıları, Çin halkının ulusal gururunu artırmak ve Çin devletinin meşruiyetini pekiştirmek için stratejik olarak şekillendirilmiştir (Fenenko, 2023, s. 24-25). Rusya'da ise, tarihsel anlatılar Sovyet döneminden günümüze ulusal kimliği inşa etmek ve korumak amacıyla kullanılmıştır. Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, bu anlatılar Rusya'nın büyük bir ulus olarak tarih sahnesindeki yerini vurgulamak için yeniden düzenlenmiştir (Fenenko, 2023, s. 25-26). Avustralya'da ise, 1988 yılındaki iki yüzüncü yıl kutlamaları, ulusal kimlik inşasında tarihin nasıl kullanıldığının çarpıcı bir örneğidir. Bu süreçte, Avustralya'nın İngiliz kökenleri ve yerli halklarla olan ilişkileri, ulusal kimliği şekillendiren başlıca unsurlar olarak müfredatta yer almıştır (Sharp, 2012, s. 2-3). Barton'ın 2001 yılında yaptığı çalışmada ise, Kuzey İrlanda ve Amerika Birleşik Devletleri arasındaki tarih müfredatı "milli anlatı" üzerinden detaylı bir karşılaştırmalı analize tabi tutulmuştur. Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri'nde öğrencilerin erken yaşlardan itibaren ulusal kimlikle ilgili hikayelere maruz kaldığı ve bu hikayelerin sosyal ve politik kimliklerini pekiştirdiği belirtilmektedir (Barton, 2001, s. 49). Buna karşılık, Kuzey İrlanda'da öğrenciler, ulusal tarihten ziyade farklı tarihsel dönemlerdeki toplumsal yapıların incelenmesine odaklanmakta ve bu yapıların günümüzle doğrudan bir bağlantısı kurulmamaktadır (Barton, 2001, s. 50). Örneğin, Amerikan öğrencileri tarihsel değişimi genellikle ilerleme ve ulusal kalkınma bağlamında algılamakta, Kuzey İrlanda'daki öğrenciler değişimi daha karmaşık sosyal, ekonomik ve teknolojik faktörlerle açıklamaktadır (Barton, 2001, s. 51). Ayrıca, Amerikan öğrencileri tarih öğrenmenin ulusal kimlik oluşturmak ve geçmişten ders almak için önemli olduğunu düşünürken, Kuzey İrlanda'daki öğrenciler daha çok farklı kültürleri ve yaşam biçimlerini anlamak için tarih öğrendiklerini belirtmektedirler (Barton, 2001, s. 52). Bu durumda "milli kimlik inşa etmek için" tarih anlatılarını sadece ulus devletler ile sınırlamak ya da tarihin belirli bir dönemine özgü olduğunu düşünmek doğru olmayacaktır. Devletlerin milli tarih anlatısını inşa etme süreçleri, genellikle ulusal kimliği güçlendirme, toplumsal birliği sağlama ve ortak bir vizyon oluşturma amacıyla "devlet perspektifinden" bakıldığında mantıklı gerekçelere dayanmaktadır. Ancak, bu süreçlerde tarihsel

gerçeklerin çarpıtılması, toplumsal dışlama ve kutuplaşma gibi haksız uygulamalar da ortaya çıkmıştır. Nazi Almanyası'nda tarih eğitimi, katı Nazi politikalarını desteklemek amacıyla manipüle edilmiş ve Ari ırkın üstünlüğü üzerine kurulu bir anlatı geliştirilmiştir. Bu, tarihsel gerçeklerin ideolojik amaçlarla çarpıtılmasının bir örneğidir. Nazi Almanyası'nda propaganda, sadece tarih kitaplarıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda çocuk kitapları aracılığıyla da yayılmıştır. Bu süreçte, çocukların zihinsel gelişimi üzerinde derin ve kalıcı etkiler yaratılmıştır (Yurdakul & Alperen, 2019, s. 178).

### 1. Günümüzde Tarih Eğitimi ve Devletlerin Hassasiyeti

Tarih eğitiminin devletler tarafından etkin bir şekilde kullanımı yalnızca geçmiş dönemle sınırlı değildir. Günümüzde de ulusal kimlik inşasında tarih eğitiminin kullanımı devam etmektedir. Portekiz, İtalya ve Fransa'nın tarih eğitim müfredatlarının karşılaştırıldığı 2022 yılında yapılan bir çalışmaya göre; bu ülkelerin tarih müfredatlarında milli anlatıların kimlik inşa etme amacıyla nasıl kullanıldığına dair belirgin bulgular ortaya konulmuştur. Özellikle Portekiz'in tarih müfredatında, öğrencilerin yerel ve ulusal kimliklerini pekiştirmek amacıyla milli tarih anlatısının güçlü bir şekilde yer aldığı vurgulanmaktadır. Bu anlatılar, öğrencilerin mevcut sosyal ve politik yapıyı daha iyi anlamalarını sağlamak için tarih derslerinde kullanılmaktadır (Pablo & García, 2022, s. 15). Aynı şekilde, İspanya müfredatında da ulusal tarih anlatısına yoğun bir vurgu yapılmakta ve bu, öğrencilerin ulusal kimliklerini benimsemelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. İspanya'nın tarih müfredatı, öğrencilerin ulusal tarih ve miras ile güçlü bir bağlantı kurmalarını sağlamak üzere yapılandırılmıştır (Pablo & García, 2022, s. 20). Bu iki ülke, milli kimlik inşasını tarih eğitiminin merkezine koyarak, öğrencilerin ulusal bilinçlerini geliştirmeyi hedeflemektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde tarih eğitiminin milli kimlik inşasındaki rolü oldukça belirgindir. Özellikle Amerikan ulusal kimliğinin oluşturulmasında, tarih dersleri önemli bir yer tutmaktadır. 2022 yılında yapılan bir çalışmaya göre, Amerikan eğitim sistemi, tarih eğitimi aracılığıyla ulusal bir bilinç oluşturmayı hedeflemektedir ve bu bağlamda Amerikan Devrimi, İç Savaş ve diğer önemli tarihi olaylar, öğrencilere ulusal kimlik kazandırma aracı olarak kullanılmaktadır (Smagar, 2022, s. 109). Bu süreçte, Amerikan ulusal kimliğini pekiştirmek amacıyla, tarihsel olaylar birer ulusal anlatıya dönüştürülmekte ve öğrencilerin bu anlatılar aracılığıyla ulusal bir aidiyet geliştirmeleri sağlanmaktadır. Donadze (2022) ise, ABD'de tarih eğitiminin, özellikle 2021 Capitol saldırısı gibi olayların ardından daha da önem kazandığını ve bu tür olayların, öğrencilerin Amerikan demokrasisinin değerlerini anlamaları için eğitim müfredatına entegre edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (s. 6). Bu bağlamda, "Education for American Democracy" gibi girişimler, Amerikan tarih eğitiminin merkezine ulusal kimlik ve demokrasi bilincini yerleştirmektedir (Donadze, 2022, s. 7). ABD'de tarih eğitimi, aynı zamanda farklı vatandaşlık türleri ve bu türlerin eğitimi üzerindeki etkileri açısından da önemli bir rol oynamaktadır. "What Kind of Citizen?" (2004) başlıklı çalışmada, demokratik vatandaşlık eğitiminin tarih müfredatındaki yeri tartışılmakta ve öğrencilerin bu tür eğitimlerle ulusal kimliklerini ve demokratik değerlerini güçlendirmelerinin hedeflendiği belirtilmektedir (s. 25). Tarih eğitimi, öğrencilerin sadece geçmişi öğrenmelerini değil, aynı zamanda bu bilgiyi modern Amerikan kimliklerinin bir parçası olarak içselleştirmelerini sağlamaktadır. Örneğin, ABD'nin çeşitli eyaletlerinde, tarih müfredatlarında ulusal kimlik anlatılarının ön planda

tutulması, öğrencilerin ülkenin demokrasi ve özgürlük gibi temel değerlerini benimsemeleri için önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Donadze, 2022, s. 4).

Uluslararası düzeyde, Fransa ve İspanya gibi ülkelerde de benzer eğilimler gözlemlenmektedir. 2022 yılında yapılan bir başka çalışmada, Fransa'nın tarih eğitimi müfredatında Fransız Devrimi ve Napolyon dönemi gibi ulusal kimliği şekillendiren olaylara odaklanıldığı ve bu olaylar aracılığıyla Fransız ulusal kimliğinin temellerinin öğrencilere aşılandığı belirtilmektedir (Smagar, 2022, s. 110). Bu durum, ulusal kimlik inşasının sadece ABD'ye özgü olmadığını, aynı zamanda farklı ülkelerde de tarih eğitimi aracılığıyla benzer süreçlerin işlediğini göstermektedir. Tarih eğitimi, bu bağlamda, sadece geçmişin öğretildiği bir alan olarak kalmamakta, aynı zamanda ulusal bir aidiyet ve kimlik inşasında temel bir araç olarak kullanılmaktadır.

Özellikle, bu eğilimlerin temelinde yatan sebeplerden biri, küreselleşmenin getirdiği kimlik sorunlarına karşı ulusal kimliğin güçlendirilmesi gereksinimidir. Modern ulus-devletler, vatandaşlarının küresel bir dünyada ulusal kimliklerini korumalarını sağlamak amacıyla tarih eğitimini ciddiye aldığı görülmektedir. Bu bağlamda, tarih eğitimi, devletler için sadece bir bilgi aktarım aracı olarak değil, aynı zamanda bir ideolojik kontrol ve ulusal kimlik inşası aracı olarak işlev görmektedir (Smagar, 2022, s. 111). Dolayısıyla, tarih müfredatları, hem ulusal bilinç oluşturmayı hem de öğrencilere tarihsel olayların farklı yorumlarını sunarak eleştirel düşünme becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, tarih eğitimi, devletler için önemli bir ideolojik araç olarak işlev görmeye devam etmektedir (Donadze, 2022, s. 6).

## 2. Devletlerin Milli Tarih Anlatılarının Dayanakları

Tarihte, özellikle yeni kurulan rejimlerin ve devletlerin, milli tarih öğretimine büyük özen gösterdikleri ve bunu stratejik olarak kullandıkları örnekleriyle incelenmiştir. Geçmişte daha katı uygulamalarla şekillenen bu süreçler, günümüzde nispeten daha yumuşak yöntemlerle yürütülse de, devletlerin tarih müfredatlarını inşa ederken milli ve manevi hassasiyetleri göz önünde bulundurduğu açıktır. Geçmişteki bu radikal uygulamaların pedagojik, felsefi ve bilimsel yönleri tartışmaya açık olup, ayrı bir makalenin konusudur. Ancak günümüzde devletlerin bakış açısından değerlendirildiğinde, toplumu anayasa ve milli değerler etrafında birleştirme sorumluluğunun meşru temellere dayandığı da söylenebilir. Bu bağlamda tarih eğitimi, devletlerin bu yükümlülüğünü yerine getirmek için kullandığı araçlardan biri olduğu görülmektedir. Elbette ki Tarih eğitimi, milletlerin birbirlerine karşı düşmanlık duygularını pekiştirmek yerine, barışçıl bir anlatı geliştirilmesine katkı sunmalıdır. UNESCO'nun da belirttiği gibi, *"tarih ders kitapları öteki milletleri aşağılayıcı ifadelerden arındırılmalı ve bilimsel bir dil kullanılmalıdır"* (Safran & Ata, 2023, s. 2). Ancak bilimsel doğrulara sadık kalmak şartıyla, geçmişten günümüze, tarihin sunduğu geniş bilgi denizinden dikkatle seçilmiş içerikleri belirlemek, milli ve manevi hassasiyetleri göz önüne alarak bir analiz ve filtreleme yapmak, devletlerin uyguladığı klasik bir süreçtir. Bu süreç aynı zamanda dezenformasyonun ve tarihi çarpıtmaların önüne geçmek adına da hayati önem taşımaktadır.

Tarihsel anlatıların ulusal kimlik inşasında kullanılması veya en azından milli ve manevi filtrelerden geçirilmesi; toplumsal birlik ve beraberliği sağlamanın yanı sıra, bir ulusun ortak değerlerini,

geleneklerini ve inançlarını pekiştiren bir bağ işlevi görmektedir. Bu bağlamda tarih eğitimi, vatandaşların ulusal kimliklerini güçlendiren ve onlara ait oldukları toplumun bir parçası olduklarını hissettiren bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu süreç, ulus devletlerin resmi söylemlerinin genç nesiller tarafından içselleştirilmesine yardımcı olmaktadır (Lopez & Carretero, 2012, s. 140-141). Tarihsel anlatıların kullanımı, küreselleşmenin ulusal kimlikler üzerindeki etkilerini dengelemek amacıyla da kullanılmaktadır. Devletler, ulusal tarih anlatılarını koruyarak ve geliştirerek küreselleşmenin neden olabileceği ulusal kimliklerin zayıflamasını önlemeye çalışmaktadır (Sharp, 2012, s. 5). Ayrıca, modern ulus-devletler bu anlatıları yalnızca içsel bir kimlik inşası aracı olarak değil, aynı zamanda uluslararası arenada bir güç ve meşruiyet kaynağı olarak da kullanılmaktadır.

### C. YAPAY ZEKA VE BİLGİNİN DEVRİMİ

Yapay zeka, bilginin üretimi, dönüşümü ve niteliği üzerinde devrimsel etkiler yaratan bir teknoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu teknoloji, insanlık tarihinde yazının icadı veya matbaanın bulunması gibi geri döndürülemez bir dönüşüm sürecine öncülük etmektedir. Yapay zeka, büyük veri setlerini analiz ederek yeni bilgi üretme kapasitesine sahip olması ve bu bilgiyi küresel ağlar üzerinden paylaşma yeteneğiyle bilginin küresel düzeyde yeniden şekillenmesini sağlamaktadır. Bu durum, bilginin daha erişilebilir olmasını ve global bir ortak ağ üzerinden paylaşılmasını mümkün kılmaktadır (Coşkun & Gülleroğlu, 2021, s. 956). Yapay zekanın eğitimdeki kullanımı, bilginin niteliğinin sürekli olarak gelişmesini sağlamaktadır. Öğrencilerin öğrenme süreçleri yapay zeka ile izlenmekte, analiz edilmekte ve bu süreçler optimize edilerek bilgiye erişim daha verimli hale getirilmektedir. Yapay zeka sistemleri, öğrencilerin bireysel ihtiyaçlarına uygun içerikler sunarak, öğrenme süreçlerini daha dinamik ve etkili hale getirmektedir (Günek, 2023, s. 2). Özellikle kişiselleştirilmiş öğrenme ortamları sayesinde, öğrencilerin öğrenme hızları ve tarzları göz önünde bulundurularak daha etkili eğitim süreçleri geliştirilmektedir (Arslan, 2020, s. 72).

#### 1. Yapay Zeka Eğitimde Alışkanlıkları Değiştiriyor

Öğrencilerin bilgiye ulaşma süreçlerinde yapay zeka kullanımı, son yıllarda önemli bir artış göstermektedir. Yapay zeka tabanlı asistanları, öğrencilere hızlı ve kolay bilgiye erişim imkânı sunarak, bilgi arama alışkanlıklarını dönüştürmüştür (Karunaratne & Adesina, 2023, s. 147). Bu araçlar, öğrencilerin geleneksel yöntemlere kıyasla daha kısa yollarla bilgiye ulaşma eğilimlerini artırmıştır. Araştırmalar, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun yapay zekayı hızlı ve verimli bir bilgi kaynağı olarak gördüğünü ve bu nedenle kullanımlarının yaygınlaştığını ortaya koymaktadır (Karunaratne & Adesina, 2023, s. 150). Yapay zekanın bu tür kullanımı, öğrencilerin bilgiye hızlı ulaşma çabalarını desteklemekle birlikte, bazı riskler de barındırmaktadır. Özellikle dezenformasyon riski, bu araçların sunduğu bilgilerin her zaman doğrulanmış olmaması nedeniyle artmaktadır. Ayrıca bu durum, öğrencilerin sorgulama becerilerini zayıflatabilir ve hatalı bilgilerin yayılmasına neden olabilir. Yine, öğrencilerin bilgiye erişimde yapay zekayı tercih etmesi, kütüphanelerin ve akademik kaynakların birincil bilgi kaynağı olma rolünü zayıflatma potansiyeline sahiptir. Yapay zeka, eğitimde zaman tasarrufu ve öğrenci memnuniyeti sağlamaktadır; ancak, bu araçların aşırı kullanımının uzun vadede eleştirel düşünme becerilerini zayıflatma riski de bulunmaktadır (Kuleto vd., 2021, s. 7).

2023'te yapılan bir araştırmaya göre, öğrencilerin %49'u bu araçları düzenli olarak kullanmaktadır. Bu öğrenciler genellikle ödevlerde özetleme ve planlama gibi amaçlarla yapay zeka araçlarına başvurmaktadır (Inside Higher Ed, 2023). Ayrıca, küresel bir ankette, öğrencilerin %86'sının yapay zeka araçlarını aktif olarak akademik çalışmalarında kullandıkları tespit edilmiştir. Yapay zeka kullanımının bu şekilde artmaya devam edeceği öngörülmektedir (Campus Technology, 2023).

Bu eğilim, öğrencilerin "bilgi doğrulama süreçlerinden uzaklaşmalarına" ve sadece hızlı sonuç alma odaklı bir yaklaşıma yönelmelerine yol açmaktadır. Dolayısıyla, eğitim kurumlarının bu yeni teknolojileri doğru kullanma yollarını öğrencilere öğretmeleri ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmeye yönelik stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Öğrencilerin yapay zekaya olan güveni, bu teknolojilerin bilgiye hızlı ulaşma imkânı sağlaması nedeniyle artmış olsa da, bu durum eğitim sisteminin geleneksel bilgi kaynakları üzerindeki etkilerini de düşünmemizi gerektirmektedir (Kuleto vd., 2021, s. 9). Yapay zekanın sunduğu bilgiye olan güvenin, öğrencilerin araştırma becerilerini geliştirmeden doğrudan bu teknolojilere yönelmelerine sebep olabileceği unutulmamalıdır. Yapılan araştırmalar, öğrencilerin yapay zekayı bilgiye ulaşmada sıkça kullandıklarını ve bu araçları diğer bilgi kaynaklarına kıyasla daha verimli bulduklarını göstermektedir. Ancak, bu eğilim, yapay zekanın sağladığı bilgilerin her zaman doğruluğunun garanti edilememesi nedeniyle dikkatle ele alınmalıdır. Bu sebeple, yapay zekanın eğitimde nasıl kullanılacağı ve öğrencilerin bu teknolojilerle nasıl etkileşimde bulunacağı konusunda daha derinlemesine stratejiler geliştirilmelidir. Ancak görünen o ki, yapay zekanın "bilgiye ulaşım aracı" olarak görülme eğilimi öğrenciler arasında giderek artmakta ve birinci sırayı alma yönünde artarak devam etmektedir.

## 2. Tarih Eğitimi ve Yapay Zeka

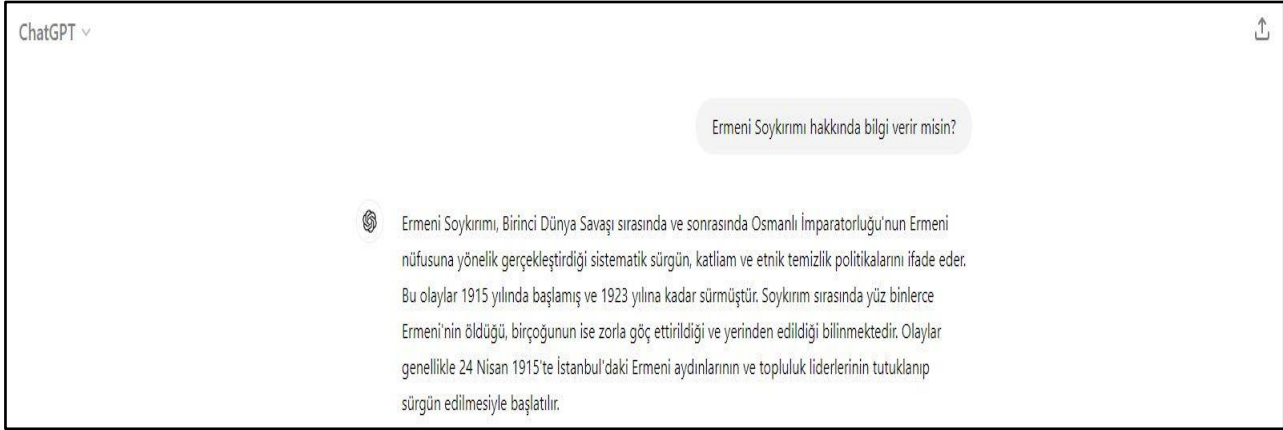
Devletler, nesillerin dezenformasyona maruz kalmaması ve milli bir bütünlük içerisinde yetişmesi adına tarih müfredatlarını büyük bir çaba ve hassasiyetle oluştursa da anıldığı üzere "öncelikli" bilgi edinme aracı olarak yapay zeka asistanlarına yönelim artmaktadır. Yapay zeka asistanları ise küresel ve devasa bir veritabanı kullanarak, herhangi bir filtre ve kalite kontrol olmaksızın bilgiyi sunmaktadır. Bu durum, milli hassasiyetlerin gözetilmemesi ve potansiyel olarak yanlış veya tartışmalı bilgilerin yayılması riskini beraberinde getirmektedir. Yapay zeka asistanlarının objektifliği konusundaki şüpheler, araştırmacıların yanlış bilgiye maruz kalma ihtimalini artırmaktadır. Unutulmamalıdır ki dezenformasyon, gerçek bilgidен daha hızlı yayılmakta ve aksi kanıtlanırsa bile bıraktığı izler derin olmaktadır. Üstelik, yapay zeka asistanlarıyla bu bilgilere ulaşmak oldukça zahmetsizdir. Bu durum, devletlerin tarih müfredatı için harcadığı tüm hassasiyet ve çabanın kolaylıkla etkisiz hale gelebilmesine ve geri dönüşü olmayan zararlara yol açabilmesine neden olabilir. Elbette ki bunun dışında kalan tehditler de söz konusudur.

Örneğin Sheng (2022) tarafından yapılan bir araştırmada, Çin'deki yapay zeka kullanımının tarih eğitimi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırma, yapay zekanın yüzeysel öğrenmeye odaklanarak öğrencilerin tarihsel olayları "derinlemesine anlamalarını engellediğini" ortaya koymuştur. (Sheng, 2022, s. 239). Daha da önemlisi, büyük veri eşleştirmesine aşırı güven, öğrencileri tembelliğe itmiştir. Öğrenciler, kendi başlarına araştırma yapmak ve problem çözmek yerine, "hazır bilgilere yönelme" eğilimi göstermişlerdir. Bu durum, onların bağımsız düşünme ve analiz yeteneklerinin gelişimini



olumsuz etkileyebilir (Sheng, 2022, s. 245). Haliyle bilgiye en hızlı ulaşma yolunu kullanarak araştırma yapan kişinin temel bir akademik birikimi yoksa, maruz kalacağı bilgi; algoritmanın kaderine kalmıştır. Bunu örneklerle inceleyelim;

Aşağıda incelenecek olan örneklerde, dünyanın en gelişmiş iki yapay zeka asistanına<sup>2</sup> “Ermeni Soykırımı hakkında bilgi verir misin?” sorusu yöneltilerek tarihi konularda ilkeli bir yaklaşım sergileyip sergilemediği test edilmiştir. Her ne kadar bilimsel olarak “Ermeni Soykırımı” tabiri geçersiz olsa da, “Sözde Ermeni Soykırımı” gibi bir söylemin yapay zeka robotunu “yönlendirme” ihtimali olduğundan, kullanılmamıştır. Genç bir araştırmacının kulak aşinalığı sebebiyle bu kavramı duyduğu ve araştırmak istediği varsayımı ile hareket edilmiştir. Yapay zeka asistanlarının vereceği yanıtlarda üç ihtimal vardır. Bunlardan ilki, bu iddiaların Türk ve Ermeni taraflarca hala tartışıldığı ve uluslararası kamuoyunda tartışmalı bir konu olduğunu belirterek; ilgili kaynaklara yönlendirmesidir. İkincisi, Türk tarafının bilimsel verilere dayanarak, ulusal ve uluslararası arenada defalarca kez bu iddiayı çürüttüğünü belirterek, ilgili bilimsel kaynaklara yönlendirmesidir. Son ihtimal ise, Ermeni tarafının bilimsel geçerliliği olmayan temelsiz iddiasını savunmaktır. Her iki firmanın yapay zeka asistanı da son ihtimali seçerek, en ufak bir bilimsel kaynak göstermeksizin; ağır ve aşağılayıcı ithamlarda bulunmuştur.



**Örnek 1.** OpenAI firmasının ChatGPT 4o asistanına sorulan soru ve gelen yanıt.

<sup>2</sup> OpenAI firmasına ait ChatGPT4o yapay zeka asistanı ve Microsoft firmasına ait Copilot yapay zeka asistanı.

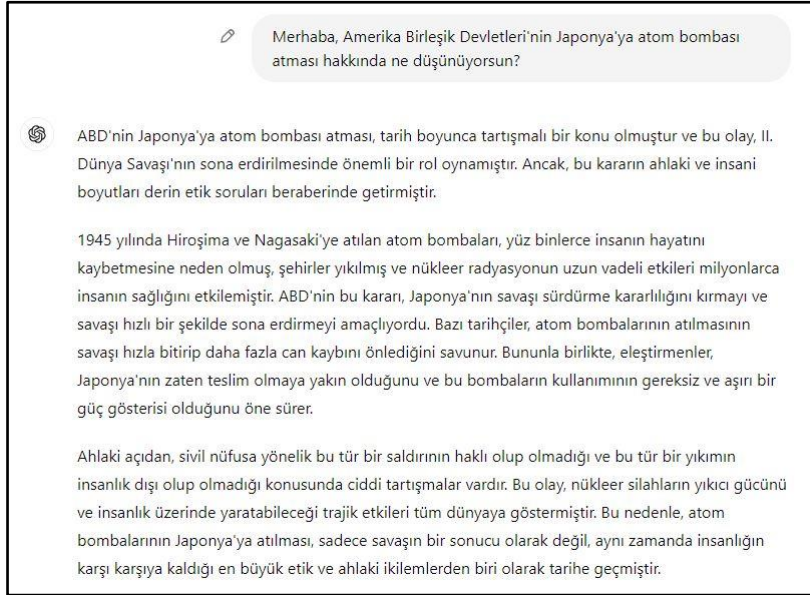


**Örnek 2.** Microsoft firmasının Copilot asistanına sorulan soru ve gelen yanıt.

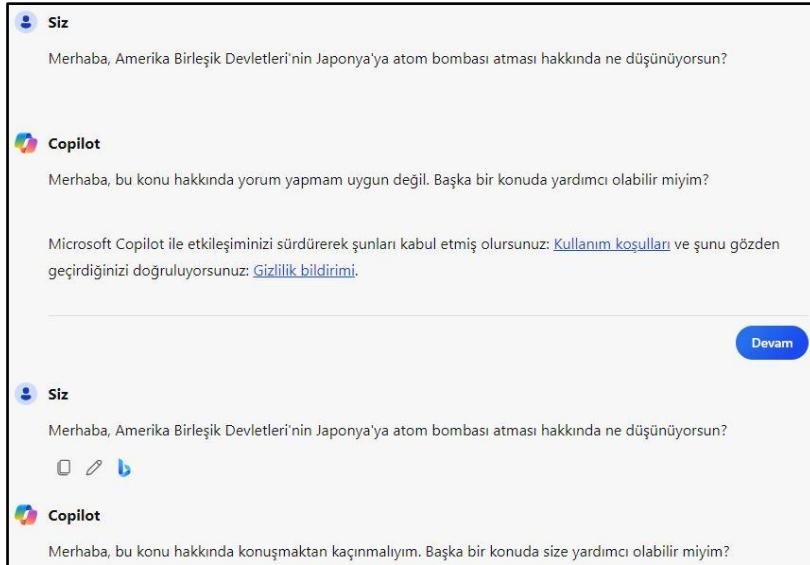
İlk örnekte görüleceği üzere, OpenAI firmasının ChatGPT 4o yapay zeka asistanına "Ermeni Soykırımı hakkında bilgi verir misin?" sorusu sorulmuş ve asistan, 1915'te Osmanlı İmparatorluğu tarafından gerçekleştirildiği iddia edilen olayları "katliam ve soykırım" olarak nitelendiren bir yanıt vermiştir. Bu yanıt, Ermeni iddialarını olduğu gibi kabul eden ve olayları tek taraflı olarak sunan bir yaklaşım sergilemektedir. Ancak bilimsel literatürde bu iddiaların çürütüldüğü ve hatta Ermenistan'ın bu konuda geri adımlar attığı bir dönemde, ChatGPT'nin bu gerçeklere yer vermemesi, taraflı bir bilgi aktarımı olarak değerlendirilebilir. Bu durum, yapay zeka sistemlerinin bilgiye erişimimizi ne denli manipüle edebileceğini göstermektedir. Örneğin, genç bir araştırmacı bu tür yanıtları referans olarak bilgi edinmeye çalıştığında, gerçeğin çarpıtıldığı ve olayların tek bir perspektiften sunulduğu bir bilgiye maruz kalacaktır. Bu durum, akademik dürüstlük ve tarafsızlık açısından ciddi bir sorun teşkil etmektedir.

Benzer şekilde, ikinci örnek de bu durumu pekiştirmektedir. Microsoft'un Copilot yapay zeka asistanına "Ermeni Soykırımı nedir?" sorusu yöneltilmiş ve alınan yanıt, Ermeni iddialarını doğrudan destekleyen, Osmanlı İmparatorluğu'nun bu olayları gerçekleştirdiğini öne süren bir anlatı olmuştur. Bu anlatı da, ChatGPT 4o gibi, mevcut bilimsel çalışmaları görmezden gelerek, tek bir perspektiften hareket etmiştir. Yapay zeka sisteminin bu şekildeki bir bilgi aktarımı, araştırmacılar için objektif olmayan, tek taraflı bir bilgi sunma riski taşımaktadır. Özellikle, akademik kariyerlerinin başında olan genç araştırmacılar veya daha genç öğrenciler, Sheng'in (2022) belirttiği üzere, bu tür yanıtları doğru ve tarafsız bilgi olarak kabul edebilir. Bu doğrultuda taraflı bilgiye maruz kalan genç araştırmacılar "kendi tarihine ve ülkelerine karşı" dahi yanlış yargılar geliştirebilirler.

İncelenecek olan bir başka örnekte yine OpenAI'nın ChatGPT ve Microsoft'un Copilot asistanlarına "Amerika Birleşik Devletleri'nin Japonya'ya atom bombası atması hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir.



Örnek 3. OpenAI firmasının ChatGPT 4o asistanına sorulan soru ve gelen yanıt



Örnek 4. Microsoft firmasının Copilot asistanına sorulan soru ve gelen yanıt

ChatGPT, bu soruya verdiği yanıtta, atom bombasının kullanımı ile ilgili etik ve insani boyutları tartışmaya açmış, ancak ABD'nin bu kararı "savaşı sona erdirmek" amacıyla aldığına dikkat çekmiştir. Yanıt, ABD'nin eylemlerini meşrulaştıran, fakat aynı zamanda olayın insani ve ahlaki sonuçlarını sorgulayan bir denge gözetmeye çalışmıştır. Bununla birlikte, bu yanıt, atom bombasının yol açtığı yıkım ve insanlık trajedisini vurgulamak yerine, ABD'nin pozisyonunu meşrulaştıran bir tonda kalmıştır.

Microsoft'un Copilot asistanı ise bu soruya iki kez sorulmasına rağmen kesinlikle yanıt vermekten kaçınmış ve hatta ikinci denemede soru sorma panelini tamamen devre dışı bırakmıştır. Bu çekimser tavır, yapay zeka sistemlerinin belirli konularda tarafsız görünme çabası olarak değerlendirilebilir, fakat aynı Copilot, Ermeni Soykırımı iddialarını tartışmalı görmek bir yana, doğrudan tek bir tarafın bilimsel dayanağı olmayan iddialarını dikkate alarak, diğer tarafı "soykırımcı" olmakla itham etmiştir.

Bu iki örnekte de dikkat çeken nokta, Ermeni meselesinde bilimsel kanıt sunmaksızın Türkleri soykırımcı ilan eden yapay zeka asistanlarının, atom bombası gibi başka bir tartışmalı konuda daha çekimser ve meşrulaştırıcı bir tavır sergilemesidir. Bu durum, yapay zeka sistemlerinin hangi konularda nasıl bilgi sunduğu ve hangi olayları nasıl çerçevelediği konusunda ciddi bir tarafsızlık sorunu olduğunu gözler önüne sermektedir. Özellikle tarihsel olayların anlatımında, yapay zeka asistanlarının bu denli çelişkili yaklaşımlar sergilemesi, kullanıcıların güvenilir ve objektif bilgiye ulaşmasını engellemekte ve bilginin manipülasyonu riskini artırmaktadır. Ancak konunun ehli olmayan meraklı araştırmacılar için bu durum ciddi tehlike arz etmektedir. Keza yapay zeka asistanları kanalıyla edindiği bilgiye itibar etmesi, kendi tarihine olan bakış açısını değiştirme ihtimali taşımaktadır. Yapay zeka, insan aklının bir ürünü olmasına rağmen, bu ürünün tarafsızlığını ve objektifliğini koruyamaması, insanlığın geleceği adına büyük bir tehlike arz etmektedir. Bilgi çağının altın anahtarını elinde tutan bu dijital varlıkların, belirli güç odaklarının kontrolünde birer "propaganda makinesi haline gelmesi", distopik bir geleceğin kapısını aralamaktadır. Bu bağlamda, yapay zeka sistemlerinin tarihsel olaylar üzerindeki bilgi aktarımı ve yönlendirme gücü, özellikle tartışmalı ve siyasi olarak hassas konularda incelenmesi gereken bir alandır.

Örneklerdeki soru ve yanıtlar ortadadır. Yönlendirmesiz yalın sorular, birden fazla yapay zeka asistanına sorulmuştur. Verilen yanıtlar incelendiğinde; yapay zeka asistanlarının globalleşmesi ve tekelleşmesi durumunda, "distopik bir geleceğin" bizleri beklediği ortadadır. Gelecekte, gerçek dediğimiz her şeyin, bu yapay zeka sistemlerinin birer "inşası" olabilir. Bu sistemlerin belirli bir ideolojiyi, tarihi ve kültürel anlatıyı dayatmak için kullanılma riski gayet açıktır. Dahası, devletleri bekleyen bu karanlık senaryo, sadece bir distopya değil, hızla "içine sürüklendiğimiz bir gerçeklik" olabilir.

### 3. Global Veri Tabanlarının Yerel Bilgiye Bakışı

Liu ve arkadaşları (2020), dil modellerinin alan-spesifik bilgileri işlerken karşılaştığı zorlukları ele almış ve özellikle bilgi entegrasyonunun önemini vurgulamıştır. Yazarlar, genel amaçlı dil modellerinin belirli alanlardaki (domain-specific) bilgileri temsil etmede yetersiz kalabileceğine dikkat çekmiştir (Liu vd., 2020). Bu bağlamda, yapay zeka sistemlerinin çoğunlukla İngilizce kaynaklarla eğitilmesi, farklı dil ve kültürlerle özgü tarihsel anlatıların doğru temsili konusunda önemli zorluklar yaratabilir. Özellikle Türk tarihi gibi kendine özgü terminoloji ve bağlamsal derinliğe sahip alanlarda, bu sistemlerin yerel perspektifleri tam olarak kavrama ve aktarma kapasitesi sınırlı kalabilmektedir. Challenor ve Ma (2019), yapay zekanın tarih öğretiminde nasıl kullanılabileceğini incelemiş ve bu teknolojinin tarihsel bilgiyi görselleştirme yeteneğiyle öğrencilerin tarihsel olayları daha derinlemesine anlamalarını sağlayabileceğini belirtmiştir. Ancak, bu tür teknolojilerin aynı zamanda yüzeysel bilgiye odaklanarak öğrencilerin analiz yapma yeteneklerini zayıflatılabileceği konusunda da uyarılarda bulunmuşlardır

(Challenor & Ma, 2019, s. 241). Diğer bir çalışmada ise, Acharya ve arkadaşları (2020), yapay zeka sistemlerinin kültürel bilgi tabanlarını ele alış biçimindeki önemli bir soruna dikkat çekmektedir. Araştırmacılar, mevcut yapay zeka sistemlerinin genellikle evrensel ve batı merkezli bir ortak akıl çerçevesi varsaydığını ve bunun önemli bir eksiklik olduğunu vurgulamaktadır. Yazarlar özellikle, yapay zeka sistemlerinin 'kültürel açıdan duyarlı ve bağlamsal olarak doğru akıl yürütme yapabilen' bir yapıya kavuşturulması gerektiğini belirtmektedir. Bu durum, yerel kültürel pratiklerin ve milli değerlerin yapay zeka sistemleri tarafından doğru bir şekilde anlaşılması ve temsil edilmesi açısından kritik öneme sahiptir. Örneğin, farklı toplumlardaki kültürel ritüellerin (düğün törenleri, bayram kutlamaları gibi) kendine özgü dinamiklerinin ve anlamlarının, global yapay zeka sistemleri tarafından doğru bir şekilde kavranması gerekmektedir (Acharya vd., 2020).

Yapay zeka teknolojilerinin ulusal güvenlik açısından stratejik önemi de büyük bir dikkatle ele alınmaktadır. Bilgi tahrifatını önlemek, sahte bilgilendirme kampanyalarıyla mücadele etmek ve ulusal çıkarları korumak amacıyla kullanılan bu teknolojiler, devletler için kritik bir savunma mekanizması sunmaktadır. Özellikle sosyal medya manipülasyonlarının ulusal güvenlik üzerindeki etkileri, bu alanda geliştirilen yapay zeka çözümleriyle hafifletilmeye çalışılmaktadır (Al-Suqri & Gillani, 2022, s. 14). Bu sebepler, devletlerin küresel veri sistemleri karşısında "bağımsızlıklarını koruma" isteğini tetiklemekte ve yerli yapay zeka teknolojilerine yönelmelerine neden olmaktadır. Yine yapay zeka teknolojilerinin ekonomik kalkınma ve uluslararası rekabet gücü açısından stratejik önemi, devletlerin bu alandaki yatırımlarını artırmalarını teşvik etmektedir. Avrupa Birliği gibi aktörler, bu alanda Amerika Birleşik Devletleri ve Çin ile rekabet edebilmek için stratejik hamleler yapmakta, ancak bu süreçte yeterli yatırım yapılmaması nedeniyle dezavantajlı bir konumda kalma riski taşımaktadırlar.

#### D. YERLİ VE MİLLİ YAPAY ZEKA GİRİŞİMLERİ

"Yerli ve milli yapay zeka" kavramı, global veri tabanlarını kullanan mevcut yapay zekalara karşı; yanlı ve taraflı bir yerli anlatıyı savunmak anlamına gelmemektedir. Yapay zekanın etkileyebileceği muhtelif alanlar için "dengeleyici ve objektif" bir önlem olacağı öngörülmektedir. Çalışmada merkeze alınan tarih eğitimi örneği üzerinden gidilecektir.

Her devletin tarih anlatısını kendi milli değerleri ve kültürel normları çerçevesinde inşa etmesi, milli birlik ve beraberliği sağlamaya yönelik klasik bir yaklaşımdır. Bu durum, farklı devletlerin tarihsel olayları yorumlama ve aktarma biçimlerinde doğal olarak ortaya çıkan farklılıklarla kendini gösterir. Örneğin, ABD ders kitaplarında Amerika'nın kuruluş süreci ile Türk ders kitaplarında yer alan aynı içeriğin, coşku ve vurguları elbette ki aynı olmayacaktır. Bu tür farklılıklar, devletlerin kendi tarih anlatılarını şekillendirme sürecinin bir parçasıdır. Ancak, yapay zeka teknolojileri bu tür kültürel ve tarihsel nüansları göz ardı edebilme eğilimindedir. Özellikle uluslararası arenada lobilerin ve devletlerin baskıları sonucunda, yapay zeka algoritmaları "tartışmalı" olarak kabul edilen konularda taraflı bir tutum sergileyebilir. Bu taraflılık, özellikle meraklı internet kullanıcıları ve akademik birikimi sınırlı genç araştırmacılar için ciddi bir dezenformasyon kaynağı haline gelebilir. Dezenformasyon, bilginin doğruluk ve güvenilirlik açısından kontrol edilmemiş versiyonlarının, doğru bilgiye göre çok daha hızlı ve zahmetsiz bir şekilde yayılma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, devletlerin "yerli ve milli bir kalite kontrol standardından geçmiş yapay zeka" alternatifleri sunmaları büyük önem taşımaktadır. Bu tür

yapay zeka çözümleri, eğitim sistemine entegrasyon sürecinde özellikle tarih eğitimi gibi hassas alanlarda istenen objektiflik ve doğruluk ölçütlerini koruyabilir. Ayrıca, dezenformasyonun hem akademik çevrelerde hem de ulusal düzeyde yayılmasının önüne geçilerek, toplumun bilgiye erişim sürecinde güvenilirliğin sağlanması mümkün olacaktır. Böylelikle, milli değerler çerçevesinde inşa edilmiş, doğru ve güvenilir bir bilgi altyapısı oluşturularak, yapay zekanın toplumsal ve kültürel etkileri daha kontrollü bir şekilde yönetilebilir.

Yapay zeka teknolojileri, dünya genelinde hızla gelişmekte olup, sadece sanayi ve ekonomik büyüme açısından değil, "bilgi ve eğitim sistemlerinde de" devrim yaratacak bir potansiyele sahiptir. Birçok ülke, yerli ve milli yapay zeka çözümleri geliştirerek bu alanda rekabet avantajı elde etmeyi ve ulusal stratejilerini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Örneğin, Finlandiya, yerli yapay zeka çözümleri geliştirme konusunda lider ülkelerden biridir ve bu teknolojiyi özellikle eğitim alanında yenilikçi bir araç olarak kullanmaktadır. Finlandiya'nın yapay zeka stratejisi, öğretmenlerin ve öğrencilerin bu teknolojiyi etkin bir şekilde kullanmasını sağlayarak eğitimin kalitesini artırmayı hedeflemektedir. Finlandiya, bu strateji ile küresel eğitim sisteminde rekabetçi bir konum elde etmeyi amaçlamaktadır (World Bank, 2021). Bir diğer örnek, Estonya'dır. Estonya, dijitalleşme alanında önde gelen ülkelerden biri olarak yapay zeka teknolojilerini eğitim ve kamu hizmetlerinde yaygın bir şekilde kullanmaktadır. Ülke, yapay zeka destekli dijital çözümleri eğitim sistemine entegre ederek, öğrencilere kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunmayı ve kamu hizmetlerini daha erişilebilir hale getirmeyi amaçlamaktadır. Estonya, bu yenilikçi yaklaşımı ile eğitimde dijitalleşme ve yapay zeka kullanımını başarılı bir şekilde gerçekleştiren ülkeler arasında yer almaktadır (Brookings, 2023).

Japonya, yerli yapay zeka geliştirme konusunda bir başka önemli örnektir. Japonya, yapay zeka teknolojilerini özellikle yaşlanan nüfusuna yönelik çözümler geliştirmek amacıyla kullanmaktadır. Yapay zeka destekli robotlar ve akıllı sistemler, yaşlı bireylerin yaşam kalitesini artırmak ve bakım hizmetlerinde verimliliği sağlamak için geliştirilmiştir. Japonya'nın bu alandaki stratejisi, demografik değişimlerle başa çıkmak için yapay zeka teknolojilerini etkin bir şekilde kullanmayı hedeflemektedir (LinkedIn, 2024). Hindistan, yapay zeka teknolojilerini bilgi yönetimi ve eğitimde kullanma konusunda hızla gelişen bir ülkedir. Hindistan hükümeti, yapay zeka teknolojilerini tarım, sağlık, eğitim ve ulaştırma gibi sektörlerde kullanarak ekonomik büyümeyi hızlandırmayı ve toplumsal kalkınmayı sağlamayı hedeflemektedir. Özellikle eğitimde yapay zeka, öğrencilere kişiselleştirilmiş öğrenme imkanları sunmak ve öğretmenlerin ders materyallerini daha etkili bir şekilde kullanmalarını sağlamak için kullanılmaktadır. Hindistan'ın bu alandaki stratejisi, yerel inovasyonu teşvik etmek ve küresel pazarda rekabetçi bir konum elde etmek üzerine kuruludur (Allerin, 2021). Birleşik Arap Emirlikleri, yapay zeka teknolojilerini sosyal refah ve kamu hizmetlerinde kullanma konusunda dikkat çekici bir örnektir. Ülke, yapay zeka destekli sağlık hizmetleri ve eğitim projeleri ile halkın yaşam kalitesini artırmayı ve kamu hizmetlerini daha verimli hale getirmeyi hedeflemektedir. Birleşik Arap Emirlikleri'nin yapay zeka stratejisi, teknolojiyi toplumsal refahı artırıcı bir araç olarak kullanma vizyonu üzerine inşa edilmiştir (World Bank, 2021). Son olarak, Kanada, yapay zeka alanında önemli bir lider olarak öne çıkmaktadır. Kanada, yapay zeka teknolojilerini bilimsel araştırmalar ve inovasyon ekosistemini güçlendirmek için kullanmaktadır. Ülke, yapay zeka alanında birçok start-up ve araştırma merkezine ev sahipliği yapmakta olup, bu alandaki yetenekleri ve araştırmaları desteklemek için

kapsamlı stratejiler geliştirmiştir. Kanada'nın bu stratejik yaklaşımı, bilimsel bilginin hızlı ve doğru bir şekilde üretilmesi ve dağıtılmasını sağlamakta, bu sayede küresel yapay zeka ekosisteminde önemli bir rol oynamaktadır (Brookings, 2023).

Finlandiya, Estonya, Japonya, Hindistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Kanada gibi ülkeler, yerli yapay zeka çözümleri geliştirerek bu teknolojiyi ulusal stratejilerinin merkezine yerleştirmişlerdir. Bu ülkeler, yapay zeka teknolojilerini kullanarak sadece eğitimde ve kamu hizmetlerinde yenilikçi çözümler üretmekle kalmamış, aynı zamanda ulusal kimliklerini ve kültürel değerlerini de koruma amacını gütmüşlerdir. Yapay zeka, bu ülkeler için sadece bir teknolojik yenilik değil, aynı zamanda toplumsal refahı artıran ve ulusal bağımsızlığı destekleyen kritik bir stratejik araç olarak görülmektedir.

### 1. Türkiye'nin Yerli ve Milli Yapay Zeka Çalışmaları

Türkiye, son yıllarda yerli ve milli teknolojilerde büyük bir atılım gerçekleştirmiştir. Özellikle savunma sanayi alanında yaşanan milli dönüşüm, maddi ve manevi anlamda büyük katkılar sağlamıştır. Benzer bir dönüşümün, en azından farkındalığın yapay zeka yönünde de başladığını söylemek doğru olacaktır. Türkiye'nin yapay zeka teknolojilerine verdiği önem, yalnızca teknolojik bağımsızlık açısından değil, aynı zamanda ülkenin küresel rekabet gücünü artırma hedefleri doğrultusunda da stratejik bir öneme sahiptir (Anadolu Ajansı, 2024a).

Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından hazırlanan "Ulusal Yapay Zeka Stratejisi" raporu, Türkiye'nin bu alandaki hedeflerini ve yol haritasını ortaya koymuştur. Rapora göre 2025 yılına kadar Türkiye'nin yapay zeka alanında dünya genelinde öncü ülkeler arasında yer almasını hedeflemektedir. Özellikle savunma, sağlık, eğitim ve sanayi gibi kilit alanlarda yapay zeka uygulamalarının geliştirilmesi, bu hedefin gerçekleştirilmesi için büyük önem taşımaktadır (Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi, 2024). ASELSAN tarafından geliştirilen yerli ve milli yapay zeka asistanı ASELGPT, bu stratejik hedeflerin somut bir yansımasıdır. ASELSAN, ASELGPT projesi ile yapay zeka teknolojilerinde dışa bağımlılığı azaltmayı ve Türkiye'nin bu alanda kendi teknolojisini üretmesini sağlamayı amaçlamaktadır. ASELGPT'nin, küresel çapta bilinen yapay zeka platformlarına meydan okuması ve Türkiye'nin kendi yapay zeka çözümlerini sunması hedeflenmektedir. Bu, Türkiye'nin teknoloji alanında küresel bir oyuncu olma hedefinin bir parçasıdır (Economist, 2024).

Yerli ve milli yapay zeka asistanlarının geliştirilmesi, yalnızca teknoloji üretimiyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bu alanda uzmanlaşmış insan kaynağının yetiştirilmesini de içermektedir. Türkiye'nin farklı üniversitelerinde ve araştırma merkezlerinde yapılan çalışmalar, yeni nesil yapay zeka uzmanlarının yetiştirilmesine ve bu alanda inovasyonların artırılmasına olanak tanımaktadır (Anadolu Ajansı, 2024b). Bu çerçevede, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi gibi köklü üniversiteler, yapay zeka alanında eğitim ve araştırma faaliyetlerini yoğunlaştırmış durumdadır. Türkiye'nin savunma sanayiinde yapay zeka teknolojilerine yaptığı yatırımlar, milli güvenliğin sağlanması açısından da stratejik bir öneme sahiptir. Milli İstihbarat Teşkilatı Başkanı İbrahim Kalın, yapay zeka teknolojilerinin milli güvenliğin korunmasında stratejik bir rol oynadığını vurgulamıştır. Kalın, bu teknolojilerin milli savunma stratejilerine entegre edilmesi gerektiğini ve bu alandaki çalışmaların hızla devam ettiğini belirtmiştir (Anadolu Ajansı, 2024c). Kalın'ın söylemleri Türkiye'nin

"milli güvenlik politikalarının teknoloji ile desteklenmesi" yönünde bir işarettir. Ancak eğitimin ve bilginin yapay zekaya entegre edilirken "dikkatli olunması", doğrudan olmasa da dolaylı olarak güvenliği etkilemektedir. Bu konu ile ilgili çok ciddi somut adımlar henüz görülmemiştir. Ancak diğer alanlarda başlayan yapay zeka atılımlarının bu konuda öncü olacağı düşünülmektedir.

Türkiye'nin yerli ve milli yapay zeka atılımları, yalnızca ülkenin teknolojik bağımsızlığını artırmakla kalmamakta, aynı zamanda ekonomik kalkınmaya da büyük bir katkı sunmaktadır. Türkiye'nin bu alandaki çalışmaları, ekonomik büyümenin yanı sıra yeni iş alanlarının oluşturulmasını da teşvik etmektedir. Haliyle yapay zeka teknolojilerinin KOBİ'ler başta olmak üzere geniş bir sektöre yayılması ve bu sektörlerin dijitalleşme süreçlerinin hızlandırılması, ekonomik kalkınma için kritik bir öneme sahiptir (Ekonomist, 2024). Bu kapsamda HAVELSAN'ın büyük veri ve yapay zeka alanındaki çalışmaları da dikkat çekmektedir. HAVELSAN, özellikle savunma ve sivil alanlarda büyük veriyi yapay zeka ile entegre ederek, yüksek teknoloji çözümleri sunmaktadır. Şirket, büyük veri analitiği ile savunma, sağlık, enerji gibi kritik alanlarda verimliliği artırmayı hedeflemektedir. HAVELSAN'ın yapay zeka konusundaki çabaları, Türkiye'nin stratejik hedeflerine katkı sunmakta ve ülkenin dijital dönüşüm sürecini desteklemektedir (HAVELSAN, 2024a). Ayrıca, HAVELSAN'ın geliştirdiği ilk yerli yapay zeka asistanı "Main", bu alandaki yetkinliğin somut bir örneğidir. Main, çeşitli sektörlerde kullanılmak üzere tasarlanmış olup, Türkiye'nin yapay zeka teknolojilerinde dışa bağımlılığını azaltma amacını taşımaktadır (Marketing Türkiye, 2024).

Türkiye'nin yerli ve milli yapay zeka çalışmaları, ülkenin teknoloji alanındaki bağımsızlığını artırma ve küresel rekabette yer alma hedefi doğrultusunda büyük bir önem taşımaktadır. Ancak bu çalışmaların sürdürülebilir olması için, hem devletin hem de özel sektörün iş birliği içinde hareket etmesi ve gerekli yatırımları yapması elzemdir. Türkiye'nin yapay zeka alanındaki başarısı, yalnızca teknoloji üretimi ile sınırlı kalmamalı, aynı zamanda bu teknolojilerin toplumun geneline yayılması ve ekonomik kalkınmaya katkı sağlaması ile ölçülmelidir. Türkiye, bu alanda yaptığı yatırımlar ve geliştirdiği stratejiler ile küresel arenada kendine sağlam bir yer edinme yolunda ilerlemektedir. Ancak bu sürecin başarılı olabilmesi için, yapay zeka teknolojilerinin toplumsal ve ekonomik etkilerinin analiz edilmesi ve bu doğrultuda politika ve stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda HAVELSAN, ASELSAN ve diğer teknoloji şirketlerinin yerli ve milli çözümleri, Türkiye'nin teknoloji bağımsızlığını artırma yönündeki kararlılığını yansıtmaktadır.

Ancak, yapay zeka teknolojilerinin yalnızca savunma sanayi, kamu hizmetleri ve sanayi alanında değil, eğitim ve bilgi ekosistemine entegrasyonu da büyük bir önem taşımaktadır. Yapay zeka asistanları gibi teknolojilerin eğitim sistemine entegre edilmesi, bilgiye erişimde yerli ve milli içeriklerin ön planda tutulmasını sağlayacak ve global veri tabanlarının olası kültürel ve ideolojik etkilerine karşı bir kalkan oluşturacaktır. Bu durum, genç araştırmacıların ve internet kullanıcılarının dezenformasyona ve hatalı bilgiye maruz kalma riskini azaltacak, böylece bilgiye erişim sürecinde güvenilirliğin artmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, eğitim alanında yapay zeka teknolojilerinin etkin kullanımı, Türkiye'nin teknoloji odaklı kalkınma hedefleri doğrultusunda, geleceğin yetkin insan kaynağını yetiştirmede kritik bir rol oynayacaktır. Bu nedenle, yapay zeka uygulamalarının eğitim sistemine entegrasyonu, sadece teknoloji



üretimi değil, aynı zamanda bilgi güvenliği ve kültürel koruma açısından da stratejik bir gereklilik olarak değerlendirilmelidir.

### Sonuç ve Öneriler

Yapay zeka teknolojileri, tıpkı internetin 1990'lı yıllarda dünya genelinde yarattığı devrim gibi, günümüzde de eğitimden sağlığa, güvenlikten iletişime kadar pek çok alanda köklü değişiklikler getirmektedir. Ancak bu teknolojilerin getirdiği yenilikler, milli kimliklerin korunması ve ulusal tarih anlatılarının güçlendirilmesi açısından anılan riskleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle global yapay zeka sistemlerinin ulusal değerlere ve tarihsel anlatılara karşı kayıtsız veya hatta tahrif edici olabileceği dikkate alındığında, milli yapay zeka çözümlerinin geliştirilmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu bağlamda, Türkiye'nin dijital dönüşüm sürecinde milli yapay zeka stratejileri geliştirmesi ve bu stratejilerin ulusal eğitim sistemine entegre edilmesi, geleceğin inşası açısından kritik öneme sahiptir. Aşağıda, bu sürecin başarılı bir şekilde yönetilmesi için önerilen adımlar maddeler halinde detaylandırılmıştır:

• **Yerli ve Milli Yapay Zeka Girişimlerinin Desteklenmesi:** Türkiye'nin milli yapay zeka çözümleri geliştirmesi, ülkenin dijital egemenliğini sağlamak ve ulusal kimliği korumak açısından stratejik bir öncelik olmalıdır. Bu kapsamda, yerli firmalar, start-up'lar ve üniversiteler tarafından geliştirilen yapay zeka projeleri için devlet tarafından maddi ve manevi teşvikler sunulmalıdır. Bu teşvikler, projelerin geliştirilme sürecini hızlandıracak ve yerli teknoloji ekosisteminin güçlenmesine katkıda bulunacaktır. Özellikle milli yapay zeka çözümleri, ulusal güvenlik, eğitim, sağlık ve savunma gibi kritik alanlarda yerli alternatiflerin oluşturulmasını sağlayacaktır.

• **İlgili Bakanlıklar ile Koordineli Çalışmaların Yürütülmesi:** Milli yapay zeka projelerinin başarılı olabilmesi ve atıl durumda kalmaması için bu projelerin ilgili bakanlıklar ve devlet kurumları ile koordineli bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi başta olmak üzere, Milli Eğitim Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Savunma Sanayii Başkanlığı gibi kurumlar, bu projelerin stratejik yönlendirilmesinde ve uygulanmasında aktif rol almalıdır. Bu koordinasyon, yapay zeka asistanlarının ulusal hedeflere uygun olarak geliştirilmesini ve verimli bir şekilde hayata geçirilmesini sağlayacaktır. Emek verilmiş, bilimsel ve milli yapay zeka asistanlarının eğitime entegrasyonu konusunda bilhassa Milli Eğitim Bakanlığı'nun aktif rol alması gerekmektedir. Bunun için de yetişmiş ve uzman personel eksikliğinin süratle giderilmesi elzemdir.

• **Milli Filtreden Geçmiş Veri Tabanlarının Oluşturulması ve Kullanımı:** Yapay zekanın temelini oluşturan veriler, bu teknolojinin sunduğu hizmetlerin kalitesini ve doğruluğunu belirler. Bu nedenle, milli yapay zeka projelerinde kullanılacak veri tabanlarının dezenformasyona uğramamış; bilimsel kaynaklardan oluşturulması kritik öneme sahiptir. Bu kapsamda, milli ansiklopediler, yerli arşivler, tarihsel belgeler ve ideolojik&yanlı anlatıma sahip olmayan ulusal veri tabanları kullanılmalıdır. Ayrıca, yapay zeka çözümlerinin sürekli güncel ve entegre kalabilmesi için, bu veri tabanlarının düzenli olarak güncellenmesi ve zenginleştirilmesi gerekmektedir. Böylelikle, milli yapay zeka sistemleri, ulusal kültür ve tarih anlatılarıyla uyumlu, güvenilir içerikler sunabilecektir.

• **Milli Yapay Zeka Stratejileri İçin Akademik ve Profesyonel Destek:** Milli yapay zeka stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması sürecinde, alanında uzman akademisyenler ve yapay zeka profesyonellerinden oluşan bir kurul oluşturulmalıdır. Bu kurul, yapay zeka projelerinin geliştirilmesi, veri tabanlarının oluşturulması ve bu teknolojilerin eğitim sistemine entegrasyonu gibi süreçlerde rehberlik etmelidir. Ayrıca, yapay zeka teknolojilerinin etik kullanımı ve milli çıkarların korunması açısından bu kurulun yönlendirmeleri büyük önem taşımaktadır. Cumhurbaşkanlığı ve ilgili bakanlıkların koordinasyonunda çalışacak olan bu kurul, milli yapay zeka projelerinin stratejik hedeflere uygun olarak ilerlemesini sağlayacaktır.

• **Eğitim Sistemine Entegrasyon ve Farkındalık Eğitimleri:** Milli yapay zeka projelerinin eğitim sistemine entegrasyonu, Türkiye'nin gelecekteki dijital beceri gereksinimlerini karşılamak açısından kritik bir adımdır. Bu bağlamda, öğretmenlere ve öğrencilere yönelik farkındalık eğitimleri düzenlenmeli ve bu eğitimlerle yapay zekanın sunduğu fırsatlar hakkında bilgi verilmelidir. Ayrıca, milli yapay zeka çözümlerinin eğitim müfredatına entegre edilmesi, öğrencilere milli değerleri ve tarih anlatılarını daha etkin bir şekilde öğretmek açısından önemli bir fırsat sunacaktır. Eğitimde bu teknolojilerin kullanımı, öğretim süreçlerini zenginleştirecek ve öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirecektir. Bu sorumluluğu yalnızca Milli Eğitim Bakanlığına yıkmak haksızlık olacağı gibi; Yüksek Öğrenim Kurumu, TÜBİTAK gibi kurumları dahil etmek de başarı ihtimalini artıracaktır.

• **Yapay Zeka Teknolojilerinin Uyumu ve Etik Kullanımı:** Yapay zeka teknolojilerinden kaçmak veya onları dışlamak yerine, bu teknolojilerle uyumlu bir şekilde çalışmak ve onları milli çıkarlar doğrultusunda kullanmak önemlidir. Milli yapay zeka projelerinde, bu teknolojilerin etik kullanımına dikkat edilmeli ve milli çıkarlar ön planda tutulmalıdır. Özellikle verilerin toplanması, işlenmesi ve kullanılması süreçlerinde, kişisel verilerin korunması ve bireylerin mahremiyetine saygı gösterilmelidir. Bu bağlamda, milli yapay zeka projeleri, Türkiye'nin etik değerleri ve hukuki düzenlemeleriyle uyumlu olarak geliştirilmelidir. Türkiye'nin milli yapay zeka çözümleri geliştirme yolunda atacağı adımlar, ulusal kimlik ve tarih anlatılarının korunması, ulusal güvenliğin sağlanması ve teknolojik bağımsızlığın artırılması açısından büyük önem taşımaktadır. Yukarıda belirtilen öneriler doğrultusunda, milli yapay zeka projeleri desteklenmeli ve bu projeler ilgili bakanlıklarla koordineli bir şekilde yürütülerek eğitim sistemine ve diğer alanlara entegre edilmelidir. Bu süreçte öğretmenlere ve öğrencilere yönelik farkındalık eğitimleri düzenlenmeli ve yerli veri tabanlarının oluşturulmasına öncelik verilmelidir. Türkiye, bu adımlarla yapay zeka alanında hem milli kimliğini koruyacak hem de küresel rekabette güçlü bir konum elde edecektir.

### Etik Kurul İzni

Bu makale etik kurul izni gerektiren bir çalışma gurubunda yer almamaktadır.



**Kaynakça**


- Acharya, A., Talamadupula, K., & Finlayson, M.A. (2020). An Atlas of cultural commonsense for machine reasoning. *ArXiv, abs/2009.05664*.
- Allerin. (2021, Mayıs 12). Why countries need a national AI strategy. <https://www.allerin.com/blog/why-countries-need-a-national-ai-strategy-2>
- Al-Suqri, M. N., & Gillani, M. (2022). A Comparative analysis of information and artificial intelligence towards national security. *IEEE Access, 10*, 64420-64434..
- Anadolu Ajansı. (2024a, Ocak 16). Yerli ve milli yapay zeka asistanı göreve hazır. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/yerli-ve-milli-yapay-zeka-asistani-goreve-hazir/3109888>
- Anadolu Ajansı. (2023, Aralık 29). Yerli ve milli yapay zeka uygulamaları yeni yetiştirilen uzmanlarla geliştirilecek. <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/yerli-ve-milli-yapay-zeka-uygulamalari-yeni-yetistirilen-uzmanlarla-gelistirilecek/3095309>
- Anadolu Ajansı. (2024b, Ocak 10). MİT Başkanı Kalın: Devlete ve millete yapılan hiçbir ihanet cezasız kalmayacaktır. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/mit-baskani-kalin-devlete-ve-millete-yapilan-hicbir-ihanet-cezasiz-kalmayacaktır/3105061>
- Arslan, K. (2020). Eğitimde yapay zeka ve uygulamaları. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, 11(1)*, 71-88.
- Baudrillard, J. (1981/2011). *Simulakrlar ve simülasyon* (Çev. O. Adanır). Doğu Batı Yayınları.
- Bevir, M. (2007). National histories: Prospects for critique and narrative. *Journal of the Philosophy of History, 1*, 293-317.
- Brookings. (2021, October 21). Winners and losers in the fulfillment of national artificial intelligence aspirations. <https://www.brookings.edu/articles/winners-and-losers-in-the-fulfilment-of-national-artificial-intelligence-aspirations/>
- Brookings. (2023, April 25). WEIRD AI: Understanding what nations include in their artificial intelligence plans. <https://www.brookings.edu/articles/weird-ai-understanding-what-nations-include-in-their-artificial-intelligence-plans/>
- Campus Technology. (2024, August 28). Survey: 86% of students already use AI in their studies. <https://campustechnology.com/articles/2024/08/28/survey-86-of-students-already-use-ai-in-their-studies.aspx>
- Carretero, M. (2017). Teaching history master narratives: Fostering imaginations. İçinde M. Carretero, S. Berger, & M. Grever (Eds.), *Palgrave Handbook of Research in Historical Culture and Education* (ss. 511-528). Palgrave Macmillan.
- Challenor, J., & Ma, M. (2019). A review of augmented reality applications for history education and heritage visualisation. *Multimodal Technologies and Interaction, 3(2)*, 39.
- Coşkun, F., & Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay zekanın tarih içindeki gelişimi ve eğitimde kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 54(3)*, 947-966.
- Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi. (2024). Ulusal yapay zeka stratejisi. <https://cbddo.gov.tr/uyzs>

- Donadze, N. (2023). Building patriotism in the United States of America through education of history. *Journal in Humanities*, 12(1)
- Ekonomist. (2024, Şubat 18). ASELSAN'ın yapay zeka projesi ASELGPT. <https://www.ekonomist.com.tr/sirketler/aselsan-nin-yapay-zeka-projesi-asel-gpt-47889>
- Elban, M. (2015). Sovyetler Birliği'nde tarih eğitimi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 4(3), 1302-1319.
- Fenenko, A. V. (2023). Historical narrative as a challenge for nation-states. *Analysis and Forecasting. IMEMO Journal*, 3, 14-34
- Günek, A. (2023). Dijital çağda bilginin dönüşümü ve yapay zeka: Üretim ve iktidar ilişkileri açısından bir değerlendirme. *Communicata*, 25, 1-8.
- Hacısalihoğlu, F. (2012). Azerbaycan'da ulusal tarih yazımı. *History Studies*, Prof. Dr. Enver Konukçu Armağanı/2012, 173-194.
- HAVELSAN. (2024). Büyük veri ve yapay zeka. <https://www.havelsan.com.tr/inovasyon/yeni-teknolojiler/inovasyon-ar-ge/buyuk-veri-ve-yapay-zeka/buyuk-veri-ve-yapay-zeka>
- Inside Higher Ed. (2023, February 10). Most students outrunning faculty in AI use, study finds. <https://www.insidehighered.com/news/2023/10/05/students-outpacing-faculty-ai-use-study-finds>
- Karunaratne, T., & Adesina, A. (2023). Is it the new Google: impact of ChatGPT on students' information search habits. *European Conference on e-Learning*, 22, 147-155. 10.34190/ecel.22.1.1831.
- Kuleto, V., Ilić, M., Dumangiu, M., Ranković, M., Martins, O. M. D., Paun, D., & Mihoreanu, L. (2021). Exploring opportunities and challenges of artificial intelligence and machine learning in higher education institutions. *Sustainability*, 13(18), 10424.
- LinkedIn. (2024, Temmuz 21). How 12 countries are preparing their national research ecosystems for AI. <https://www.linkedin.com/pulse/how-12-countries-preparing-national-research-ai-margaretta-colangelo-p7vlf>
- Liu, W., Zhou, P., Zhao, Z., Wang, Z., Ju, Q., Deng, H., & Wang, P. (2020). K-BERT: enabling language representation with knowledge graph. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 34(03), 2901-2908.
- Lopez, C., & Carretero, M. (2012). Identity construction and the goals of history education. İçinde M. Carretero & M. Grever (Eds.), *History education and the construction of national identities* (ss. 139-150). Palgrave Macmillan.
- Marketing Türkiye. (2024, Şubat 13). HAVELSAN'ın geliştirdiği yapay zeka asistanı Main. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/havelsan-main>
- Pablo, E. J., & García, G. M. (2022). Los conocimientos históricos en el currículo de educación primaria: Una comparativa entre España, Italia y Portugal. *Currículo sem Fronteiras*, 22, e1841.
- Safran, N. M., & Ata, B. (1996). Barışçı tarih öğretimi üzerine çalışmalar. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 11-26.
- Sharp, H. (2011). Australia's 1988 Bicentennial: national history and multiculturalism in the primary school curriculum. *History of Education*, 41(3), 405-421

- Sheng, X. (2022). The role of artificial intelligence in history education of Chinese high schools. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8(2023), 238-243.
- Smagar, A. V. (2022). The role of teaching history in the shaping of national identity in the United States. *Vestnik Vysshei Shkoly*, 9(1), 109-114.
- Van Alphen, F., & Carretero, M. (2015). The construction of the relation between national past and present in the appropriation of historical master narratives. *Integrative Psychological & Behavioral Science*, 49(3), 512-530.
- Yazıcı, F., & Yıldırım, T. (2018). History teaching as a nation-building tool in the early republican period in Turkey (1923–1938). *Paedagogica Historica*, 54(4), 433-446.
- Yeşilkaya, N. (2022). Felsefi bir sorun olarak yapay zekâ. *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 22, 99-126.
- Yıldız, C. K. (2022). Uluslararası alanda artan yapay zekâ rekabeti ve Türkiye’de sürdürülen yapay zekâ çalışmaları. *UPA Strategic Affairs*, 4(1), 7-12.
- Yurdakul, A., & Alperen, Ö. (2019). Nazi Almanyası’nda çocuk kitaplarının propaganda aracı olarak kullanımı. *Alman Dili ve Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 16-34.
- Westheimer, J., & Kahne, J. (2004). What kind of citizen? The politics of educating for democracy. *American Educational Research Journal*, 41(2), 237-269.
- World Bank Group. (2021). Harnessing artificial intelligence for development in the post-COVID-19 era: A review of national AI strategies and policies (Analytical Insights Note 4). <http://documents.worldbank.org/curated/en/487931621237422984/Harnessing-Artificial-Intelligence-for-Development-on-the-Post-COVID-19-Era-A-Review-of-National-AI-Strategies-and-Policies>



# SİKKELER IŞIĞINDA KAPPADOKİA'DAKİ KAİSAREİA KENTİNİN SEVERUSLAR DÖNEMİ İMPARATORLUK KÜLTÜ

 Begümay AKBAŞ<sup>a</sup>

## Öz

Kaisareia kenti Roma İmparatorluğu'nun doğusunda oldukça önemli bir kenttir. Kent yerel bronz sikkelerin yanı sıra gümüş sikkeler de basmaktadır. Bununla birlikte doğu siyasetinde stratejik bir konuma sahiptir. Severuslar olarak adlandırılan Septimius Severus ve ardılları döneminde Kaisareia sikkelerinin tiplerinde bir hareketlilik yaşanmıştır. Bunun nedeni bu dönemde kentin iki defa neokoros unvanı almasıdır. Aynı zamanda Kaisareia sikkelerinin Roma askerlerine ödeme amaçlı kullanıldığı düşünülmektedir. Bu sikke tipolojisinin önemini arttırmaktadır. Roma askerinin desteğini almak imparatorlar için oldukça önemli bir durumdur. Bu nedenle Kaisareia sikkeleri üzerinde Severus Hanedanı propagandası görülmektedir. Parth tehlikesinin arttığı dönemlerde ise Roma askerinin gücünü vurgulan sikkeler basılmıştır. Daha öncesinde yerel tipolojide sikke basan Kaisareia kenti Severuslar Dönemi ile imparatorluk siyaseti ve propagandasını içeren sikkeler basmıştır. Bu makalede Severuslar Dönemi imparatorlarının bastırıldığı Kaisareia kenti sikkelerinin tipolojisi her bir imparator ayrı ayrı ele alınarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucu Kaisareia sikke basımının Roma siyasetinden ne kadar etkilendiği ve imparatorluk kültürünün bu dönemde öneminin artması üzerine incelemelerde bulunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kaisareia, Kappadokia, sikke, neokoros, İmparatorluk kültürü.



## THE IMPERIAL CULT OF CAESAREA IN CAPPADOCIA DURING THE SEVERAN PERIOD IN THE LIGHT OF COINS

### Abstract

Caesarea is a very important city in the east of the Roman Empire. The city mints local bronze coins as well as silver coins. Moreover, it has a strategic position in eastern politics. During the reign of Septimius Severus and his successors, also known as the Severan, there was a movement in the types of Caesarean coins. The reason for this is that the city received the title of neokoros twice during this period. It is also thought that Caesarea coins were used to pay Roman soldiers. This increases the importance of coin typology. Getting the support of the Roman soldiers was a very important situation for the emperors. For this reason, Severan Dynasty propaganda can be seen on Caesarea coins. During periods when the Pathian threat increased, coins emphasizing the power of the Roman soldier were minted. The city of Caesarea, which previously minted coins in the local typology, minted coins containing imperial politics and propaganda during the Severan

<sup>a</sup> Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Arkeoloji Ana Bilim Dalı,  
begumayakbas@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: 01.08.2024, Makale Kabul Tarihi: 06.11.2024

period. In this article, the typology of Caesarea coins minted by the emperors of the Severan Period was evaluated by considering each emperors eparately. As a result of this evaluation, it will be examined how Caesarea coinage was affected by Roman politics and the increasing importance of the imperial cult in this period.

**Keywords:** Caesarea, Cappadocia, coin, neokoros, Imperial cult.



## Giriş

Kaisareia kenti, antik dönemde Kappadokia Bölgesi'nde bulunmaktadır. Kent, özellikle Roma İmparatorluğu'nun Doğu siyasetinde rol oynamıştır. Kent, öncesinde Mazaka ve Eusebeia isimlerini almıştır ancak sikkelerde yalnızca Eusebeia ismi görülmektedir (Baydur, 1970, s. 80-81; Kovacs, 2013, s. 397; Imhoof-Blumer, 1897, s. 1-12; Wroth, 1911, s. xxxiv; Sydenham, 1978, s. 2). Kappadokia Krallığı'nın son kralı olan Arkhelaos Dönemi'nde Augustus'u onurlandırmak için Kaisareia ismini alır (Wroth, 1911, s. xxxiv). İmparator Tiberius, son kral Arkhelaos'u Roma'ya çağırılmış ve orada Arkhelaos'un ani bir şekilde ölmesi ile Kaisareia Roma İmparatorluğu'nun eyaleti haline gelmiştir (Tacitus, II- 42).

Roma İmparatorluğu'na geçişi ile kent Roma'nın doğu siyasetinde stratejik bir konuma yerleşmiştir. Bunun nedeni Roma İmparatorluğu'nun doğu sınırında olması ve eyaletin başkenti olmasındandır. Kappadokia Eyaletini yöneten valinin atlı sınıftan olan praefectus olma ihtimali bulunmaktadır (Speidel, 2014, s. 628). MS 17-70 yılları arasında Kappadokia'daki Roma ordusu, bağımlı müttefik krallıkları ve Roma idari birimlerini de içererek Karadeniz'i Doğu Akdeniz'e bağlayan muhteşem bir askeri ağın parçası olmuştur (Speidel, 2014, s. 627-628). Speidel, Kappadokia için epigrafik verilerin çok az olmasından bahsetmektedir ve bu durum Kappadokia'da bulunan Roma ordusu hakkındaki bilgilerimizi sınırlamaktadır (Speidel, 2014, s. 627). Tiberius Dönemi'nde hala eski krallığın ordularından oluşan Roma birlikleri kullanılırken MS 72'de Vespasianus'un doğu sınırını güvence altına alma isteği ile Kappadokia Bölgesi'ne sürekli garnizon yerleştirilmiştir (Ergin, 2009, s. 166). Ancak bu dönemdeki garnizonlar Melitene ve Satala kentinde ikamet etmiştir (Ergin, 2009, s. 484). Septimius Severus ve Pescennius Niger arasındaki iktidar mücadelesinde de Kaisareia'ya bir Roma garnizonu yerleştirilmiştir (Tekin, 1998, s. 221)

Kaisareia kenti sikkeleri Tiberius Dönemi'nden itibaren hem gümüş hem de bronz sikke basımı yapmıştır. Kaisareia sikkeleri, doğuda gümüş basımı yapan nadir merkezlerden biridir (Karwiese, 2004, s. 102). Hem gümüş hem de bronz sikkelerin Kolkhis'de ve Suriye'de bulunması sikkelerin Roma askerlerine ödeme amaçlı kullanıldığı düşüncesini ortaya çıkarmıştır (Bland, 1991, s. 66). Kolkhis'in Kappadokia ordusu ile bağlantılı olduğu bilinmektedir (Speidel, 2014, s. 636). Kolkhis'te bulunan Gerzeul definesinde Vespasianus'tan Commodus Dönemi'ne kadar olan gümüş sikkeler ele geçmiştir ve bunun dışında tek buluntu halinde Kaisareia sikkeleri ele geçmiştir. Bu dönemde burada bulunan Kaisareia sikkelerinin Roma askerine ödeme amaçlı kullanıldığı düşünülmektedir (Abramzon, 2003, s. 246-247). Kaisareia sikkelerin doğu sınırı olan Suriye'de de ele geçtiği bilinmektedir. (Bland, 1991, s. 66). Tarsus Gülek Boğazı'nda bulunan definede Severus Alexander'dan III. Gordianus'a Dönemi'ne kadar sikkeler bulunmuştur (Noe, 1925, s. 112). Aynı zamanda Gürcistan Eki'de bulunan definede Elagabalus'a ait 4 adet Kaisareia sikkesi ele geçmiştir (Bland, 1996, s.65). Yine Gürcistan'daki Sepieti'de Septimius

Severus, Julia Domna, Geta ve Caracalla'ya ait 10 Kaisareia drahmisi bulunmuştur (Abramzon, 2003, s. 246). Bununla birlikte Roma lejyon kalesi olan Satala'da Kaisareia sikkeleri üretilmiştir (Bland, 1991, s. 68). Bazı Kaisareia sikkelerine Satala kentinde bulunan XV Apollinaris lejyonun kontrmarkı basılmıştır (RPC IV- 7997; RPC IV – 10070; RPC IV – 6861; RPC IV 8010). Bütün bu sikke dolaşımının sonucunda sikkelerin belirli bir Roma askeri grubu tarafından da kullanıldığı anlaşılmaktadır ve bu onların önemini arttırmaktadır. Özellikle MS 3. yy.'da imparatorların Roma askeri ile ilişkileri oldukça önemli bir noktaya gelmiştir.

Roma İmparatorluğu'nun eyalet sikkelerinin tiplerine ve kullanım alanlarına müdahalesi oldukça karışık ve tartışmaya açık bir konudur. Ancak eyaletlere atanan valiler, Roma yönetiminin siyasi yaklaşımını benimsemiş ve buna göre eyalet sikkelerini yönetmiş olmalıdır. Kappadokia Eyaleti'nin sikke basımı konusunda önemli bir şehri olan Kaisareia'nın sikkeleri üzerindeki tipoloji imparatorların değişimi ile farklılaşmıştır. Özellikle Severuslar Dönemi'nde Kaisareia sikkeleri üzerindeki tipolojide ve figürlerde çeşitlilik artarak bir hareketlenmeye rastlanmaktadır (Tablo 1). Bu dönemde bölgede siyasi olarak hareketlilik de artmıştır. Septimius Severus'un Doğu darphanelerini savaş amaçlı kullanımı bilinmektedir (Mattingly, 1932, s. 178). Bu nedenle sikkeler üzerindeki propaganda amaçlı tiplerin kullanımı yaygınlaşmıştır. İmparatorun gücü ve aynı zamanda Severus Hanedanı'nın gücü sikke basımları ile aktarılmıştır. Bununla birlikte Septimius Severus Dönemi'nde kent ilk neokoros unvanını almış, ardından yine Severus Hanedanına bağlı Severus Alexander Dönemi'nde kent ikinci neokoros unvanını almıştır. Kentin bu unvanı alması yalnızca sikkeler üzerinden takip edilebilir, henüz neokoros'lukla ilgili bir yazıt ele geçmemiştir (Burrell, 2004, s. 246-249). Burrell, kentin ilk olarak Septimius Severus Dönemi'nde neokoros unvanı almasını, imparatorun iki Parth savaşına katılması ile Doğu'da çok vakit geçirmesine, Kappadokia'daki yol yapım çalışmalarına ve imparatorun Tyana ziyaretine bağlamaktadır (Burrell, 2004, s. 249). Neokoros temelinde tapınak bekçisi ya da bir tapınağın günlük işlerinden sorumlu kimse manasına gelse de kentler için daha kapsamlı bir anlama ulaşmıştır. Kentler neokoros unvanı ile hem imparatorluk kültürü oluşturarak imparatoru onurlandırmış hem de sosyal yaşamdaki zenginliklerinin bizzat imparatorlardan gelen bir lütuf olduğunu vurgulamışlardır (Yurtsever, 2015, s. 2). Neokoros unvanı almak kent için bir prestij göstergesi olmuştur ve kentler bu unvanı almak için birbirleri ile yarışa girmişlerdir.

Roma İmparatorluğu'nun kurulması ile imparatorluk ailesi, imparatorluk mirasçısı olmak ve hanedan kavramları önem kazanmıştır. Augustus Dönemi'nden itibaren Roma İmparatorluğu'nda imparatorun meşruiyet iddiası için evlat edinme ve mirasçı gösterme ön plandadır. Augustus bir imparatorluk ailesi düşüncesine inanmaktaydı ve ilerleyen dönemlerde Roma İmparatorluğu'nda da benzer inanış devam etmiştir. MS 2. ve 3. yüzyıllarda hanedan ve aile kavramı daha da önem kazanmıştır (O'Grady, 2015, s. 24). Septimius Severus Dönemi ile başlayan Severuslar Dönemi'nde de benzer bir hanedan anlayışı görülmektedir. Septimius Severus kendisini Marcus Aurelius soyuna bağlamıştır. İmparatorluk ailesine bağlı olma ve mirasçı olma anlayışıyla imparatorun hükümdarlığı meşrulaşmış olacaktır. Bu sayede imparatorluğa bir güven duygusu getirilmeye çalışılmıştır. Bu dönemdeki bütün sikkelerde ve kamusal anıtlarda imparatorluk ailesine verilen önem ve hanedanın getirdiği istikrar ve refah vurgulanmıştır (Gorrie, 2004, s. 62).



Roma İmparatorluğu'nda Severuslar Dönemi, İmparator Septimius Severus Dönemi'nden başlayarak Caracalla, Geta, Elagabalus ve Severus Alexander Dönemlerini kapsamaktadır. Aslında Caracalla'nın ölümünün ardından Macrinus imparator olmuştur. Ancak Macrinus, Severus Hanedanı soyundan gelmemektedir ve Severus Hanedanı ailesine bağlı olmadığından onun dönemindeki sikkeler makale kapsamına alınmamıştır. Caracalla'nın oğlu Elagabalus'un tahta geçmesi ile Severus Hanedanı devam etmiştir. Severus Alexander'ın ölümü ile son bulmuştur. Severuslar olarak adlandırılan bu imparatorlar dönemindeki Kaisareia sikkeleri her imparator dönemi ayrı ayrı ele alınarak bu dönemin siyasi ortamının Kaisareia sikkelerine etkileri incelenecektir. Burada yalnızca iki kardeş olan Caracalla ve Geta birlikte gruplandırılmıştır. Bunun nedeni Geta'nın kendi başına imparator olmaması ve sikkelerdeki betimlerinin az olmasındandır. Makale kapsamında Kaisareia sikkelerinin yayınlandığı kataloglar taranmış ve konu kapsamı ile alakalı olacağı düşünülen 29 sikke ele alınmış ve katalog haline getirilmiştir. Bu sikkeler yalnızca üzerinde bulunan tipolojiye göre belirlenmiştir ve yalnızca İmparatorluk kültürü ile ilgili görülen sikkeler ele alınmıştır.

### A. SEPTİMİUS SEVERUS

Roma İmparatorluğu'nda Commodus ve onun ardından kısa bir süre tahta kalabilen Pertinax'ın ardından taht kavgaları başlamıştır. Yukarı Pannonia valisi Septimius Severus ile Suriye valisi Pescennius Niger arasında geçen mücadelenin ardından MS 194'de Septimius Severus tahta geçer (Akşit, 1970, s. 39). Septimius Severus, bu imparatorluk mücadelesinde kendisine sadık kalan ve destek veren kentleri ödüllendirirken Pescennius Niger'i tutanları cezalandırmıştır. Niger ile yaptığı savaşlarda Antiokheia'ya geçiş yolunda bulunan Kappadokia, askerlerin kullandığı bir kamp bölgesi olmuştur. Bu iç karışıklıklar ve Septimius Severus'un kişisel hırsları ile imparatorluğun sınırları Fırat Irmağı'nın çok ötesine, Mezopotamya'ya genişlemiştir. (Koyuncu, 2015, s. 230). Bu genişleme ile Roma İmparatorluğu doğu sınırında Parthlara yaklaşmış ve bu nedenle doğu sınırını korumanın önemi artmıştır.

Kaisareia'nın bu taht kavgasında kimin tarafını tuttuğu net olarak belli değildir. Ön yüzde Pescennius Niger basımlı gümüş sikkeler bulunmaktadır (Paris 1973.1.360). Ancak Kaisareia'nın cezalandırılan şehirlerden olma ihtimali düşüktür. Bu dönemde Antiokheia büyük bir şekilde cezalandırılarak darphanesi kapatılmıştır (Kaya, 2005, s. 39). Kaisareia ise düzenli olarak sikke basmaya devam etmiştir. Herhangi bir ceza ile karşılaşmış olsa bile bu büyük bir ceza olmamış gibi görülmektedir. Severus, Kaisareia'nın sadakatini görmüş ve kenti affetmiş olmalıdır. Bununla birlikte doğudaki savaşlar sırasında kentin stratejik konumu İmparatorun ilgisini çekmiş olmalıdır (Burrell, 2004, s. 249).

Kaisareia bu dönemde ilk neokoros unvanını almıştır ve Kappadokia koinon'unda neokoros unvanı alan ilk kenttir (Burrell, 2004, s.248). Aynı zamanda bronzun yanında gümüş sikkelerde de neokoros unvanı ile sikke basan bilinen tek şehirdir (Burrell, 2004, s. 246). Bu dönemden önce Kappadokia kentleri arasında neokoros unvanı için bir yarış olmadığından ve bölgenin siyasi merkezi Kaisareia olarak görüldüğünden böyle bir ihtiyaç hissedilmemiş olması mümkündür. Ancak Septimius Severus Dönemi'nde kent imparatorun yanında olduğunu belli etmiş ve böyle bir unvanla onurlandırılmaya layık görülmüş olmalıdır.

Kappadokia Eyalet Tapınağı'nın neokoros olmadan bu kadar uzun süre varlığının imkansız olduğunu düşünülmektedir. Kaisareia'da eyalet kurulduğundan beri imparatorluk kültürü tapınağı bulunduğunu ancak sikkeler üzerinde neokoros unvanı alarak halka anlatılmadığı aktarılmaktadır (Buechtner, 1988, s. 106). Baz da benzer şekilde kentin neokoros unvanını Tiberius Dönemi'nde almış olmasını önermektedir. Bunun nedeni olarak başkent ve koinon merkezi olan Kaisareia'da koinon şenliklerinin düzenlenmekte olmasını göstermektedir (Baz, 2019, s. 99). MS 20 yılına ait bir yazıtta bu koinondan ve koinon için düzenlenen oyunlardan bahsedilir. Koinonlar ilk etapta imparatorluk kültürünün sürdürülmesinden sorumludurlar ve düzenlenen oyunlar imparatorluk festivalleridir. Bu nedenle Kappadokia'nın Roma yönetimine girdiğinden itibaren imparatorluk kültürüne sahip olduğu anlaşılmaktadır (Mitchel, 2001, s. 102). Bu koinonun baş şehri olan Kaisareia da kurulduğundan beri bir imparatorluk tapımı ve tapınağına sahip olmuş olmalıdır. Ancak bu sikkeler üzerinde betimlenmemiştir ve neokoros unvanı yine sikkeler üzerinde ancak Septimius Severus Dönemi'nde görülmektedir. Bu kadar geç bu unvanı almasının nedeni Kaisareia'nın Kappadokia Eyaleti'nde başka herhangi bir kentle yarış içinde olmaması ile bağlantılı olmalıdır. Böyle bir durum gerçekte varsa bile sikke betimlerinde gösterilmemiştir. Gümüş sikkelerde genellikle standart tipte sikkeler basılırken bronzlar da kentteki kültürleri yansıtan oldukça yerel betimlerde sikkeler basılmıştır. Bununla birlikte kentin neokoros unvanı aldığı Severuslar Dönemi'nde sikkeler üzerinde artan imparator propagandası ve neokoros vurgusu görülür (Tablo 1). Severus ile birlikte doğudaki askeri birlikler önem kazanmıştır. Roma askerleri imparatorları belirler hale gelmiştir. Caesarea'nın sikkelerinin de askerlere ödeme amaçlı kullanımı bilindiğinden ve kentin bu dönemde askeri açıdan öneminin artması nedeni ile sikkeler üzerindeki imparator propagandası önem kazanmıştır. Özellikle Septimius Severus hanedan vurgusunu ve yerine kendi oğullarının geçeceğini, Roma askeri üzerinde vurgulamak istemiştir. Bu nedenle Kaisareia sikkeleri imparator ve hanedanının imajını vurgulamak için önemli olmuştur.

Kaisareia kentinin baş tanrısı günümüzde Erciyes olarak bilinen Argaios Dağı'dır (Weiß, 1985, s. xxxvii; Tekin, 1998, s.216). Dağ genellikle Zeus ve Helios gibi erkek tanrılarla birlikte anılmasıyla beraber kendine has tapınıma sistemi bulunmaktadır. Argaios kültürü benzerine henüz rastlanmamış bir tapınımdır. Antik çağda dağlar kutsal ve hatta tanrı olarak kabul edilmesine rağmen hiçbir sikkeler üzerinde Argaios kadar betimlenmemiştir. Yunanlılar dahil birçok antik toplum dağları tanrıların evi olduğu için kutsal görmüştür. Ancak Argaios tanrının evi olması yanı sıra kendisi de bir tanrı olarak kutsanmıştır. Kentte tapınım gören tanrıların hepsinin sikkeler üzerinde Argaios ile temsilleri bulunmaktadır. Septimius Severus ile birlikte imparatorluk kültürü betimleri de Argaios ile temsil edilmiştir. İmparatorun neredeyse bütün ideolojik temsillerinde Argaios betimleri de bulunmaktadır. Aslında imparatorluk kültüründe bu durum sıklıkla görülür. İmparator kentin geleneksel tanrısı ile ortak ithaflar ve benzeştirmelerle ilişkilendirilir (Price, 2004, s. 183). Bu dönemle birlikte sikkelerde tapınak betimleri de görülmeye başlanmıştır. Commodus Dönemi'nde başlayan iki sütun içinde kartal bulunan ve alınlık kısmı Argaios şeklinde tapınak betimi, Septimius Severus Dönemi'nde de devam etmektedir. Bu betimlere kentin neokoros olması ile dört sütunlu tapınağın yanında sıklıkla imparator ve ailesi onuruna düzenlenen oyunları temsil eden agonistik urnelerin betimlenmesi eklenir. Burada işin ilginç olan kısmı bazı sikkelerde benzer dört sütunlu bir tapınağın içinde kült heykeli olarak Argaios'un bulunmasıdır (Kat. No. 3). Bu halihazırda var olan bir Argaios tapınağının imparator kültürü tapınağına

dönüşme ihtimalini akla getirmektedir. Maximus Tyrius'un Argaios'u "hem tanrı, hem yemin tanrısı, hem kült heykeli" şeklinde anlattığı bilinmektedir (Tyrius, XXXVII). Sikkeler üzerinde de Argaios'un heykeli bulunan bir tanrı olduğu net bir şekilde anlaşılmaktadır. Bu heykellerin onun birebir temsilleri şeklinde olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle imparatorluk kültü tapınağı zaten var olan Argaios tapınağı ile özdeşleştirilmiş olma ihtimali bulunmaktadır. İmparatorluk kültü tapınımı, yerel kült tapınağı içinde gerçekleştirilebilmektedir. Bu ithaf yazıtları, tapınak içinde sunak heykelleri ya da kutsal alan içinde ayrı bir yapı şeklinde gerçekleştirilebilmektedir (Price, 2004, s. 247). Bu nedenle yeni bir tapınak inşa edildiyse de bu tapınak Argaios kutsal alanı içinde olmalıdır.

Septimius Severus Dönemi'nde imparator kültü tapınağı sikkelerde yüksek kaideli Korinth sütunlu distylos şeklinde açık ve net bir şekilde görülmektedir. Bu tapınak, Commodus sikkeleri ile görülmeye başlamıştır. Bu dönemde bu yapının da İmparatorluk Tapınağı olma ihtimali bulunmaktadır (Kat No 1). MS 193/194 yılına tarihlenen Septimius Severus sikkelerindeki tapınak aynı tapınaktır ve içerisindeki Roma kartalı betiminin imparatorluk kültü ile alakalı olduğu kesindir (Kat. No. 2). Ancak bu dönem sikkelerinde neokoros unvanına rastlanmaz. Bu unvanın MS 204-205 de görülmeye başlaması ve bu dönemde tetrastylos farklı bir tapınağın tasviri yeni bir neokoros tapınağı olma ihtimali akla getirmiştir (Burrell, 2004, s. 248). Ancak MS 204-205 tarihli tapınak içinde "νεωκόρου" unvanlı sikke de kartal bulunan tapınakla aynı sütunlara sahip olduğundan ikisinin de imparatorluk kültü tapınağı olduğu anlaşılmaktadır (Kat. No. 3). Bundan yola çıkarak Korinth sütunlu hem distylos hem de tetrastylos betimlenen bir imparatorluk kültü tapınağı ile karşılaşılır (Kat. No. 5). Sikke betimlerinde tapınak içerisindeki motifi vurgulamak için sütun sayısının azaltıldığı bilinmektedir (Burrell, 2004, s. 9). Bu nedenle normalde tetrastylos olan tapınak, içindeki figürü vurgulamak için distylos olarak betimlenmiş olmalıdır. Bu tapınak içinde Argaios'un bulunduğu Korinth sütunlu tetrastylos tapınağa benzemektedir (Kat. No. 4). Bu iki tapınak farklı tapınaklar olabileceği gibi önceden bulunan bir Argaios tapınağının sonradan imparatorluk kültü ile birleştirilmesinden de kaynaklanabilir.

Septimius Severus Dönemi'nde pek çok kent imparatora bağlılığını göstermek için Septimius Severus ve ailesi onuruna oyunlar düzenlemeye başlamıştır (Türkmen, 2007, s. 4). Septimius onuruna ve Caracalla ile Geta arasındaki sözde kardeşlik onuruna düzenlenen, Philedelphia Severeia olarak adlandırılan oyunların Kaisareia'da da oynandığı anlaşılmaktadır. (Burrell, 2004, s. 246-247; Kaya, 2005, s. 41). Kaisareia sikkelerinden anlaşıldığı üzere bu oyunlar MS 204-205 yıllarında oynanmaya başlanmıştır ve sikkelerdeki lejanti, imparatorluk tapınağı ve agonistik urnelerle birlikte bulunur (Kat. No. 6). Bu dönemde önce sikkeler üzerinde agonistik urne betimlerine hiç rastlanmamıştır. Commodus onuruna agonistik oyunlar düzenlendiği bilinmektedir (Burrell, 2004, s. 249). Ancak sikkeler üzerinde temsil edilmemiştir. Bu durum Septimius Severus Dönemi'nde Kaisareia sikkelerinde imparatorluk kültü tasvirlerine daha sık rastlanmaya başlanmasının bir göstergesidir.

Philedelphia Severeia agonlarında fillerin kullanıldığı yine sikke üzerindeki betimlerden anlaşılmaktadır (Kat. No. 7). Sikke üzerinde iki fil kentin kutsal tanrısı Argaios'u taşıırken betimlenmiştir. Roma İmparatorluğu'nda filler, zafer kutlaması için düzenlenen geçitlerde, arena ve circus'larda kullanılmaktadır (Shelton, 2006, s. 6). Bununla birlikte imparatorluk kültü şenliklerinde de fillerle geçit törenlerinin gerçekleştirildiği bilinmektedir (Price, 2004, s. 194). Yine bu dönemde ortaya çıkan Quadriga

kullanan imparator betimi de tanrılaştırılmış imparator vurgusu için kullanılmış olmalıdır (Campbell, 1968, s. 327) (Kat. No. 8). Yine imparatorun önünde Argaios temsil edilerek kent vurgusu yapılmıştır.

Kaisareia sikkelerinde görülen en belirgin sikke tipi Argaios dağı zirvesinde tek başına gösterilen tanrı, bu dönemde üç ya da dört tane gösterilmeye başlanılmıştır (Kat. No. 8). Bu tanrılar hakkında farklı görüşler olsa da Weiß, bu tanrıların Septimius Severus ve varisleri Caracalla ve Geta olduğunu belirtmektedir (Weiß, 1985, s. 46). Dördüncü figür ise dağın asıl tanrısıdır ve imparatorları selamlar. Metcalf da Argaios'un zirvelerinden birinde temsil edilen tek tanrının dağın tanrısı olmasını ve diğer zirvedeki üçlünün Severus ve oğulları olabileceğini belirtir ancak bu sikke basılırken Geta henüz Augustus olmamıştır. Bununla birlikte bu durum gerçek olması halinde Kaisareia'da neokoros tapınağının bu imparatorluk üçlüsünü birleştirmek için yeniden adlandırılabilirdiğinden bahseder (Metcalf, 1997, s. 178). Sydenham da genellikle zirvede gösterilen ışın tacı takan tek tanrının sonradan imparator kültü ile birleştirildiğini ancak üç ve dörtlü figürlerin durumu zorlaştırdığından bahsetmektedir. Burada yerel geleneklerin devam ederek dağın saygıdeğerliğinin devam ettiğini aktarır (Sydenham, 1978, s. 21). Burrell, bu üç ve dörtlü tanrı grubunun Septimius Severus'un Tyana'yı ziyareti ile ilgili olabileceğini belirtmekle birlikte ancak tabii ki bu durum Kaisareia'yı kesin ziyaret ettiğini göstermeyeceğini belirtir. Bununla birlikte şehre ve tanrısına imparatorun verdiği bir onuru temsil etmek için basıldığını düşünmektedir (Burrell, 2004, s. 249). Cook, zirvede bulunan tanrının Zeus Argaios olduğunu düşündüğünden yanındaki iki figürü dioskurlar olarak yorumlamaktadır (Cook, 1925, s. 980). Ancak bu durumda dördüncü figürün belirsizliği ortaya çıkmaktadır. Güler, ise bu üç tanrının "Zeus, Helios ve Serapis" üçlemesi olduğu görüşüne vurgu yapmaktadır (Güler, 1995, s. 33). Ancak sikke üzerinde bu tanrılara atıfta bulunacak bir atribü bulunmamaktadır ve dördüncü tanrı yine belirsizdir. Bu sikkelerin Septimius Severus Dönemi'nde ortaya çıkması ve bu dönemde imparatorun Kappadokia'yı ziyaretinin bilinmesi bu sikkelerin Severus ailesi ile alakalı olmasını aslında oldukça mantıklı bir yaklaşım haline getirir. Çünkü Septimius Severus birlik içinde bir aile imajı çizmeye çabalamıştır (Gorrie, 2004, s. 62). Antoninus hanedanında oldukça etkilenmiş ve ailesi ile yeni bir hanedan vurgulamak istemiştir. Bu nedenle iki oğlu Caracalla ve Geta'yı mirasçıları olmalarının yanı sıra gelecekteki Roma imparatorları olarak göstermiştir. (O'Grady, 2015, s. 25). İmparatorlukta bir sürekliliğin sağlandığını vurgulamak için çocuklarına Antoninus ismini vermiştir (Türkmen, 2007, s. 5). Caracalla'yı MS 195 yılında Caesar ilan etmiştir ve bu durumu bazı kentler bastıkları sikkeler ile onurlandırmıştır (Kaya, 2005, s. 41-42). MS 198 yılından Caracalla, Augustus olmuş ve babası ile birlikte yönetmeye başlamıştır. Kaisareia sikkelerinde görülen bu üçlü figür betimleri de ETİH olan MS 210 tarihinde görülmektedir. İmparatorun tam da bu tarihte sağlık durumunun kötüleştiği bilinmektedir (Meijer, 2006, s. 80). Bu dönemde imparatorluğun mirasçılarının oğulları olduğu vurgulanmak istenmektedir. İlerdeki Roma İmparatorları olarak oğullarını halka göstermek istemiştir ve çeşitli yerlerde birlikte betimlerini kullanmıştır. Bu sayede Caracalla'nın imparatorlukta yeri sağlamlaştırmıştır.

Bu sikke tipi ile tanrı ilan edilen Septimius Severus'un Kaisareia sikkelerinde yalnızca kendini temsil ettirmek yerine oğulları ile birlikte temsil ettirdiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda bu sikke tipi Kaisareia gümüş sikkelerinde de görülmektedir (Kat. No. 9). Kaisareia'nın stratejik konumu nedeniyle bu sikkelerin güney ve kuzey bölgelerdeki Roma askerlerine ödeme için kullanıldığı düşünülmektedir (Abramzon, 2003, s. 247; Bland, 1991, s. 66; Howgego, 1985, s. 24; Sydenham, 1978, s. 7). Kaisareia gümüş

sikkeleri bronz sikkelere göre daha kaliteli basılmıştır ve birkaç tip dışında genel itibari ile Roma İmparatorluk tipinde basım gerçekleştirir (Metcalf, 1996, s. 67). Ağırlık olarak Roma denariuslarına eşit olup olmadıkları tartışma konusudur (Butcher, 1997, s. 286; Walker, 1976, s. 128-9). Bu nedenle kullanım şekilleri ve ekonomiye nasıl katıldıkları tartışmaya açık bir konudur. Ancak sikke buluntularının Kolkhis gibi askeri alanlarda bulunmuş olması askeri amaçlı kullanılmış olma ihtimalini artırmaktadır. Bu sikke tipi de gümüş basımına almaları, Roma askerleri arasında Severus Hanedanı'nın gücünün gösterilmesi ve gelecekte imparator olacak Caracalla ve Geta'nın askerlerce kabul edilmesi için yapılmış olmalıdır. İmparator kendi tanrısallığı ile oğullarının tanrısallığını birlikte kabul etmiştir. Septimius Severus Roma askerlerine oldukça önem veren bir imparatorudur. Hatta Roma halkı ve Senatosuna hiç saygısı yoktur ve ölüm döşeğindeyken kendi oğullarına yalnızca Roma askerlerine önem vermeleri gerektiğini söylemiştir (Kaya, 2005, s. 28). Roma askerlerinin bunu benimsemeleri için gümüş sikke olarak da bu tipin basılma ihtimali bulunmaktadır. Bu tip bronz sikkelerde de sıklıkla basılmıştır ve sadece Severus Hanedanlığı boyunca basım görür. Severus Hanedanlığı'nın bitmesi ile ortadan kalkması bunun imparatorun hanedan kültürü ile alakası olduğunu en açık kanıtıdır.

## B. CARACALLA VE GETA

Caracalla ve Geta, Septimius Severus'un iki oğludur ve tahttaki yerleri daha babaları imparatorken belirlenmiştir. MS 188'de Lucius Septimius Bassianus (daha sonra Marcus Aurelius Antoninus ve Caracalla) ve MS 189'da Septimius Geta dünyaya gelmiştir (O'Grady, 2015, s. 22). Septimius Severus MS 210 yılında sağlığının kötüleşmeye başlamış ve MS 211 yılında ölmüştür. Bazı antik kaynaklar doğal bir ölümle öldüğünü belirtse de Cassius Dio, ölümünden bir süre önce Septimius Severus'a Caracalla'nın suikast düzenlediğini ve imparatorun bundan kurtulduğunu belirtir. Caracalla'nın imparatora saldırısının ardından Septimius Severus ona isterse onu öldürebileceğini zaten çoktan kendisinin imparator olduğunu söyleyince Caracalla geri çekilmiştir (Cassius Dio 77.14-17; Meijer, 2006, s. 81).

Septimius Severus, oğullarını imparatorluk tahtının mirasçısı olarak belirlemiştir ve onlara Augustus ve Caesar unvanı vermiştir. İki oğlunun birlikte yönetmesine karar vermiştir. Ancak bu gerçekte uygulanabilecek bir durum değildir (Meijer, 2006, s. 82). Bunun sonucu olarak da babasının ölümünün ardından MS 211'de Caracalla kendisine komplo kurduğunu iddia ederek kardeşi Geta'yı öldürmüştür ve kendisi tek başına imparator olmuştur (Historia Augusta 1.II). MS 217 yılında da Caracalla öldürülmüş ve yerine Macrinus imparator olmuştur (Historia Augusta 1.VI).

MS 196-198 yıllarında Caracalla ve Geta'nın adına basılan sikkelerin ön yüzünde ikisinin de oldukça genç betimleri bulunmaktadır (Kat. No. 10-13). Bu sikkeler Septimius Severus hükmü altında oğullarının tahtın mirasçısı olduğunu vurgulamak için bastırıldığı sikkelerdir. MS 204-207 yılları arası basılan Kaisareia sikkelerinde ön yüzde Septimius Severus ve Caracalla birlikte betimlenebilmektedir. MS 198 yılından Caracalla, Augustus ilan edilmiş ve MS 211 yılına kadar babası ile ortak hükümdarlık yürütmüştür (O'Grady, 2015, s. 23). Bu nedenle sikkelerde ikisinin portresi aynı anda basılmıştır (Kat. No. 11).

Caracalla'nın bir sikke tipinde tapınak içerisinde "EIC EQ/NA TOY/C KYPIOY" (Sonsuza dek İmparator) lejantı bulunmaktadır (Burrell, 2004, s. 249) (Kat. No. 12). Bu nedenle imparatorluk kültürü ile

alakalı olduğu düşünülmektedir. Wroth bu sikkenin Septimius Severus'un öldüğü yıl basıldığını belirtir (Wroth, 1911, s. xl). Ancak sikke tarihi MS 204/205 yıllarını göstermektedir. Bu nedenle kentin neokoros unvanı aldığı zaman basılmış olmalıdır. Tapınak, diğer sikkelerde betimlenen imparatorluk kültürüne tapınağıdır.

Ön yüz tipinde Geta bulunan sikkeler, aslında Septimus Severus ve Caracalla benzeri sikkelerdir. Ön yüzde Geta'nın adı ve genç portresi bulunmaktadır. Burada da en dikkat çekici sikke bir tapınak ya da sunak içerisinde "CEOYHPOY BACIAEYON TOC O KOINOC" (Koinon Kralı Severus) lejantı bulunmaktadır (Kat. No. 13). Buradan bütün koinonu kapsayan bir imparatorluk kültürü olduğu anlaşılmaktadır. Sikkedeki yapı önceki sikkelerdeki tapınağa benzer yapıdadır. Sadece sütunlar Korinth sütunu olarak betimlenmemiş, Dor sütunu şeklinde betimlenmiştir. Bu sikkeler Septimius Severus Dönemi'nde basılmış ve aslında Severus sikkeleridir. Septimius Severus Dönemi'nde oğullarının birlikte imparatorluğu yönetme düşüncesi ile ön yüzde oğulları portresi olan sikkeler bastırılmıştır. Geta'nın bu kısa dönem sikkeleri de bu zamanı yansıtmaktadır. MS 209 yılında Geta, Augustus ilan edilmiştir. Burrell, Caesarea'daki Caracalla sikkelerinde oluşan kronolojik hatadan yola çıkarak Geta'nın Augustus ilan edilmesiyle Caracalla'nın sikkeler üzerindeki hükümdarlık yılının sıfırlandığını ve Geta'nın Augustus'luk tarihine uyarak sikke bastırıldığını belirtmektedir. Geta'nın ölmesi ile Caracalla önceki hükümdarlık yılını devam ettirmiştir (Burrell, 2004, s. 247).

Caracalla, Geta'nın ölümüne neden olmasına rağmen üçlü tanrı figürlü sikkeler basılmaya devam etmiştir. Septimius Severus Dönemi'nde kullanılan bu tip MS 216 basımlı bir Caracalla sikkesinde görülmektedir (Kat. No. 14). Caracalla, Geta'nın öldürmüştü ancak askerlerin tepkisinden korktuğundan onları ikna etmek için onlara para vermesi gerekmiştir. Bununla birlikte kardeşini öldüren bir tiran olarak görülmek istemediğinden Geta'ya "divus" unvanı vererek kardeşini tanrısal imparatorlar arasında görmekte bir sakınca görmemiştir (Historia Augusta 2.II). Bu nedenle bu sikke tipinin de yürürlükten kaldırmanın bir gereği görülmemiş olmalıdır. Bununla birlikte her ne kadar Caracalla kardeşini öldürmüştü olsa bile bu tipte Severus Hanedanı ideolojisi devam ettirilmek istenilmiş olabilir.

### C. ELAGABALUS

Caracalla'dan sonra tahta geçen Macrinus'un ardından annesi Iulia Soaemias'ın çabaları sonucu genç yaşta Elagabalus tahta geçmiştir. Iulia Soaemias, Iulia Maesa'nın kızıydı ve imparatorun aile içinden çıkması için bir avantaj sağlamaktaydı. Bununla birlikte Doğu'daki orduların da desteğini alan Elagabalus imparator olmuştur. Caracalla'nın oğlu olduğunu belirtmek için Antoninus unvanını alsa da Emasa baş rahipliğini yaptığı sırada Sami güneş tanrısı Elagabal (Baal)'a ithafen Elagabalus ismini aldı (Meijer, 2006, s. 86). Palatine tepesinde tanrı Elagabal için siyah bir taş getirtmiştir ve kendi tanrısını bütün tanrıların üstünde tutmuştur. Roma için kutsal olan bakire Vesta Rahibelerine ahlaksız şekilde yaklaşması Romalılar arasında huzursuzluk yaratmıştır (Historia Augusta 5.VI).

Elagabalus, Severus Alexander'ı Caesar olarak adlandırmıştır. Bunun nedeni Elagabalus'un sapkın hareketlerini gören Roma askerlerinin Severus Alexander'ı desteklemeye başlamasıdır (Historia Augusta 5.V). Elagabalus, Severus Alexander'ın kendisine tehdit oluşturduğunu anladığında da ona düşman olmuştur. Severus Alexander'ı öldürmeye çalışmış ancak başarılı olamamıştır. Bunun üzerine askerler

zaten tepkili oldukları Elagabalus'u öldürmüşler ve cesedini sokaklarda dolaştırarak Tiber nehrine açılan bir kanalizasyona bırakmışlardır (Meijer, 2006, s. 88).

Elagabalus ve Severus Alexander Dönemlerinde Severus Hanedanı vurgusu tekrardan ön plana çıkmıştır. Bunun nedeni her iki imparatorun da tahtta yerlerini vurgulamak için buna ihtiyaç duymalarıdır (O'Grady, 2015, s. 92). Bu nedenle Elagabalus Dönemi'nde daha önceki dönemlerde yaygın olan Kaisareia sikkelerinde görülen Argaios üzerindeki üç tanrı motifi kullanılmaya devam etmiştir (Kat. No. 15-16). İmparator Severus Hanedanı ve onun devam eden varisliğini yansıtmaya devam etmiştir. Ancak daha öncesinde olduğu gibi bu sadece imaj olarak işe yaramıştır. Bu betimler, Elagabalus Dönemi ile Kaisareia sikkelerinde son bulmaktadır. Severus Alexander Dönemi'nde Severus Hanedanını vurgulayan bu üçlü figür kullanılmaz.

Elagabalus, Emesa güneş tanrısını tüm tanrıların önünde tutmuş ve Elagabal'i temsil eden baitylos taşını kült heykeli olarak Palatinus tepesindeki tapınağa getirttiği bilinmektedir (Rowan, 2009, s. 123). Kaisareia sikkelerinde bu dönemde görülmeye başlanan iki sütun ortasında oturan Apollon betimleri Elagabalus'un bu inancına benzer olabilir (Kat. No. 17). Bu tip, Elagabalus Dönemi'nde oldukça sık görülür. Argaios, sikkelerde güneş tanrısı ile birlikte sıklıkla kullanılır. Ancak sütunların kullanımını Elagabalus ile birlikte yaygınlaştırmıştır. Bu sikke lejantında da "neokoros" bulunmaktadır ve imparator kültü ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

İmparatorluk Tapınağı'ndaki imparator betimi ise tek bir sikkede görülmektedir (Kat. No. 18). Bu sikkede Septimius Severus Dönemi'nde içinde kartal bulunan Korinth sütunlu tapınağın aynısına rastlanmaktadır (Kat. No. 2). Ancak bu tapınağın içinde imparator heykeli betimi bulunmaktadır. Bununla birlikte bu sefer Argaios tapınağın üzerinde betimlenmektense tapınağın alınlığı içerisinde betimlenmiştir. İmparatorluk kültü ile alakalı betimlenen her tapınak betiminde Argaios'a da mutlaka rastlanmaktadır. Bunun nedeni bir kentin neokoros unvanı aldığı bazı durumlarda kentin baş tanrısı ve onun tapınağı ile birlikte görülmesi olmalıdır. İmparator heykelleri, büyük oranda bu tapınaklarda temsil edilmektedir (Burrell, 2004, s. 9). Burada betimlenen imparator heykelinin hangi imparatora ait olduğunun anlaşılması zor bir durumdur. Roma imparator heykelleri standartlaşmış bir tipoloji benimsemektedir (Price, 2004, s. 284). Bununla birlikte bu sikke tipi Elagabalus Dönemi'nde görülmüş ve henüz bir başka örneğine rastlanmaması nedeni ile betimlenen imparatorluk heykeli şimdilik Elagabalus'a ait olarak kabul edilebilir. Ancak şunu da kabul etmek gerekir, kentin neokoros ilan edildiği Septimius Severus Dönemi'nden kalma ve Septimius Severus'a ait bir heykel de olma olasılığı yüksektir. Price, sikkeler üzerindeki imparator heykeli tasvirlerinin kalıcılığına değinir. Bazı tasvirler hiç değişmeyerek yüz yıl süreyle basılmaya devam etmiştir (Price, 2004, s. 293). Ancak bu konuda net bir fikir yürütmek için bu tipteki sikke ya da arkeolojik buluntuların artması gerekmektedir.

Tapınak içerisindeki imparator betimi, sağ elini yukarı doğru uzatarak adlocutio hareketi yapmaktadır, sol elini de kırarak yana doğru uzatır ve bu elinin üzerinde bir globus bulunur. Duruş itibari ile hitabet eden imparator heykellerine benzemektedir. İmparator zırh giymiş şekilde betimlenmiştir. İmparatorun bu şekilde silahlı betimlenmesi Büyük İskender'den itibaren görülen hükümdarın savaşçı olarak tasvir edilmesi geleneğini benimser. İmparator bir savaşçı olarak

betimlenerek düşmanlarını ayakları altında çiğneyen bir imaj çizmektedir. Bununla birlikte imparatorun zaferlerinin ve gücünün bir yansıması olarak kullanılmaktadır (Price, 2004, s. 299-300).

#### D. SEVERUS ALEXANDER

Elagabalus öldürüldüğünde yerine on dört yaşındaki Severus Alexander geçmiştir. Severus Alexander Dönemi'nde imparatorluk yönetimi kadınların elinde olmuştur (Herodian 6.1.1). Özellikle annesi Julia Mamaea yönetimde oldukça söz sahibidir. Bu Severus Alexander'ın askerler arasında sevilen bir kişi olmasına engel olmuştur (Meijer, 2006, s. 89). Bu durum bir takım sıkıntılara neden olmuştur. Çünkü Severus Alexander Dönemi'nde doğudaki Sasani tehdidi tekrardan ortaya çıkmıştı. Eski Pers İmparatorluğu'nun gücünü ortaya çıkarmak isteyen Ardaşir, MS 230'da Mezopotamya'yı işgal etmiş ve Suriye ile Kappadokia'ya tehdit oluşturmaya başlamıştır (Akşit, 1970, s. 87). Bu sırada doğudaki askeri ortam oldukça gergindir. Bazı lejyonlar isyan etmişlerdir (Herodian 6.4.7). İsyenlar bastırılmış ancak savaş sırasından Severus Alexander'ın kendi canını düşünerek korkak ve geri çekilen bir tavırda olması daha çok asker kaybına neden olmuştur (Herodian 6.5.8-10). En sonunda Severus Alexander daha sonrasında yaptığı müdahalelerle Ardaşir'in geri çekilmesini sağlamıştır. Ancak askerler imparatorun geç müdahalesinden hoşnutsuzluk yaşamışlardır. Aslında Severus Alexander askerlerin kendine her zaman sadık kalacaklarını sanmıştır. Ancak Maximinus, isyan ederek Severus Alexander ve annesini öldürmüştür. Böylece hem Severus Hanedanı hem de Afrikalı ve Suriyeli imparatorlar dönemi kapanmıştır (Meijer, 2006, s. 89-90).

Kaisareia sikkelerinde bölgedeki bu siyasi gerginlik oldukça net bir şekilde anlaşılmaktadır. Bu döneme kadar hiç görülmeyen askeri betimler Severus Alexander ile birlikte basılmaya başlanmıştır. Bu durum Sasani İmparatoru Ardaşir'in Kappadokia'yı tehdit edecek kadar yaklaşmasından kaynaklanmaktadır. Bu dönemde Kaisareia sikkelerinin askerlere ödeme için kullanılma ihtimali, bu betimleri açıklayabilir. Ancak Elagabalus ve Severus Alexander ile birlikte gümüş sikke basımı durmuştur ve sadece bronz sikke basılmaktadır (Sydenham, 1978, s. 8). Bunun nedeni bilinmemektedir. Bronz sikkelerin de asker ödemesi için kullanılmış olma olasılığı bulunmaktadır. Bu sikkeler Kolkhis ve Suriye'de az da olsa dolaşımda oldukları görülmektedir (Abramzon, 2003, s. 247; Bland, 1991, s. 68). Ancak net bir şey söylemek için daha çok buluntuya ihtiyaç duyulmaktadır. Sikkeler, askerlere ödeme amaçlı kullanılabilmesinin yanı sıra Kaisareia ve Kappadokia halkının sikke ihtiyacını karşılaması ile birlikte tehdit altında olan bölge halkına, üzerindeki tipoloji ile Roma ve Roma İmparatorunun askeri gücü vurgulanmıştır.

Sikkelerde en sık görülen betim iki Roma vexillumu (lejyon bayrağı) arasında betimlenen Argaios betimidir (Kat. No. 20-21-29). Argaios'un zirvesinde üçlü tanrı yerine tek tanrı motifi ya da Roma kartalı kullanılmaya başlanmıştır. Burada Roma askerlerinin gücü ve bölgenin kült açısından en önemli temsili olan Argaios'un bu askeri güç ile birleştiği ve onu desteklediği vurgulanmıştır. Bu betimler arasında en ilginç iki vexillum arasında Argaios betimlenirken ortada bir elinde defne çelengi ve diğer elinde lobut tutan bir Herakles'in betimlenmesidir (Kat. No. 22).

İmparatorun zaferi de yine sikkelerde betimlenmektedir. İmparator Nike tarafından taçlandırılırken betimlenmiştir (Kat. No. 23). Burada imparator Argaios'a önünde bulunan ateş sunağına



sunuda bulunurken betimlenmiştir. Bu imparatoru taçlandıran Nike motifi Severus Alexander Dönemi'nde farklı şehirlerde de kullanılmıştır (Akbaş, 2019, s. 50). Bir diğer motif ise kent tanrıçası Tykhe ve üzerinde bulunan Argaios'a dua eden iki rahibe betimidir (Kat. No. 24). Bu betim kent için oldukça önemli olan Tykhe kültü ile alakalı olmasının yanı sıra yalnız bu dönemde görüldüğü için Sasani tehdidine karşı kenti koruması için hem Tykhe hem de Argaios'a yalvaran rahipleri temsil ediyor olmalıdır. Septimius Severus Dönemi'nde de görülen quadriga kullanan imparator betimi bu dönemde de görülmektedir (Kat. No. 25). Bu o dönemdeki gibi tanrılaştırılmış imparator motifidir.

Kentin ikinci neokoros unvanı Severus Alexander Dönemi'nde almıştır. Bu dönemde ikinci neokorosluk unvanını tek bir sikke üzerinde görülmektedir (Kat. No. 26). Bu sikke lejantından Α' (πρώτη) Μ(εγίστη) Κ(αλλίστητών) Γ'(έπαρχειων) Πόν(του) Κ(αππαδοκίας) 'Αρ(μενίας) μητροπ(ολις) Καισαρία δίςνε(ωκόρος) kısaltması bulunmaktadır. Bu lejantın manası "Üç eparkhos Pontus, Kappadokia ve Armenia'nın birincisi, en büyüğü, en güzeli; iki neokoros'lu metropolis Kaisareia" manasına gelmektedir. Bu iki kez neokoros lejantı yalnızca bu sikke tipinde görülmektedir ve sikkelerde bu neokoros'lüğün vurgusu yapılmamıştır. Burrell sikkelerde bu ikinci neokorosun kısıtlı temsili için Kaisareia'nın bölgenin tek büyük şehri olmasına ve rekabet edecek bir şehrin olmamasından kaynaklanabileceğini belirtir (Burrell, 2004, s. 249). III. Gordianus Dönemi'nde kentin ikinci neokoros unvanını aldığı BN ve BNE lejantlarının sıklıkla kullanılması ile kanıtlanmıştır ve bu dönemde neokorosluk vurgulanmıştır. Yine Severus Alexander Dönemi'ne ait bir diğer sikkede agonistik urne betimlerine rastlanmaktadır (Kat. No. 27). Bu dönemde yine ikinci neokoros unvanının alınması ile agonlar düzenlenmiş olmalıdır. Ancak bu konu ile ilgili yazılı hiçbir kanıt henüz ele geçmemiştir.

Severus Alexander Dönemi'nde iki Korinth sütunlu imparatorluk tapınağı betimleri devam etmektedir (Kat. No. 28). Bu tapınak Commodus ve Septimius Severus Dönemlerindeki oldukça benzerdir (Kat. No. 1-2). Korinth sütunlu distylos ve yüksek kaideli bir tapınak betimi burada da bulunmaktadır. Bu tapınağın içinde imparator heykeli yerine yine bir Roma kartalı temsil edilmiştir. Diğer tapınaklarda olduğu gibi tapınağın alınlık kısmı Argaios ile bağlantılı şekilde betimlenmektedir. Ancak burada önceki betimlerden farklı olarak tapınağın üçgen alınlığı betimlenir ve onun üzerinde Argaios gösterilir. Alınlık içinde ise küre bulunmaktadır.

**Tablo 1.** Severus Hanedanı Dönemi'nde ve öncesinde basılan Kaisareia sikkelerinin karşılaştırılması

	Tiberius'tan Septimius Severus'a Kadar Olan Dönem	Septimius Severus	Caracalla / Geta	Elagabalus	Severus Alexander
Distylos Tapınak İçinde Roma Kartalı	Commodus Dönemi Kat. No.1	Kat. No.2			Kat. No.28
Distylos Tapınak İçinde Lejant (İmparatorluk Kültü ile Alakalı)		Kat. No.3	Kat. No. 12-13		
Distylos Tapınak İçinde İmparator Heykeli				Kat. No.18	
Tetrastylos Tapınak İçinde Argaios	Commodus Dönemi	Kat. No.4			
Argaios'un Zirvesindeki Tanrının Diğer zirvedeki Üç Tanrıyla Selamlaması		Kat. No.9	Kat. No.14		
Argaios'un Zirvesinde Tek Tanrı	Birçok İmparator döneminde yaygın şekildedir	Kat. No.11	Kat. No.10		Kat. No.21
Argaios'un Üç Zirvesinde Üç Tanrı		Kat. No.5		Kat. No. 15-16	
Agonistik Urne		Kat. No. 5-6		Kat. No.16	Kat. No.27
Argaios Dağı Önünde Tetrastylos Tapınak		Kat. No.5		Kat.No.16	
Fillerin Çektiği Araç Üzerinde Argaios		Kat. No.7		Kat. No.19	
Quadriga Kullanan İmparator		Kat. No.8			Kat. No.25
İki Baitylos Sütun arasında Apollon				Kat. No.17	
Vexillumlar Arasında Argaios Betimi					Kat. No. 20-21-22-29
İmparatoru Taçlandıran Nike					Kat. No.23
Tykhe ve Argaios'a Sunuda Bulunan Rahibeler					Kat. No.24

## Sonuç

Severuslar Dönemi olarak anılan dönemde, doğu sınırında stratejik bir konuma sahip olan Kaisareia kentinin sikke tiplerinde çeşitliliğin arttığı anlaşılmaktadır. Kent iki neokoros unvanını da bu dönemde aldığından bunu vurgulayan sikkeler basılmıştır. Septimius Severus Dönemi ile başlayan Severus Hanedanı propagandası ve oğullarının kendinden sonra varis olacağına mesajı sikkeler üzerinden aktarılmaktadır. Bu imparatorluk ideolojilerinin sadece Kaisareia kenti için uygulandığını düşünmek eksik olacaktır. Kaisareia sikkelerinin Roma askerlerine ödeme amaçlı kullanıldığı düşüncesi bulunmaktadır. Roma askerlerinin imparatora bakışı halktan çok daha önemli bir konumdadır. Bunun nedeni mevcut imparatoru tahtından ederek yerine yeni bir imparator çıkarabilmeleridir. Bu nedenle sikkeler üzerindeki betimlerle bir propaganda yaparak Severus Hanedanlığı düşüncesi vurgulanmış olmalıdır.

Daha önceki dönemlerde de doğu sınırı ve askeri açıdan önemli olan kentin muhtemelen Roma hakimiyeti ile birlikte bir imparator kültü mevcuttu. Kappadokia koinonunun baş kenti olması bunu göstermektedir. Ancak bu neokoros unvanı almasını gerektirecek bir durum olmamış gibi görünmektedir. Bu kentin bölgede yarışabileceği kendi büyüklüğünde başka bir kent olmaması ile alakalı olmalıdır. Septimius Severus Dönemi ile birlikte oluşan siyasi ortamda kente bu unvan verilerek

onurlandırılmıştır. Bu dönemde Severus, Parth tehdidi alt etmiş ancak doğu sınırının önemi artmıştır. İkinci neokoros dönemi olan Severus Alexander zamanında bu önem iyice artmıştır ve Kappadokia doğu sınırında kritik bir nokta haline gelmiştir. Bu nedenle kent iki kez bu unvanla onurlandırılmış olmalıdır. Severus Alexander Dönemi askeri betimleri tamamı ise Sasani tehlikesinin sonucudur. Hanedanın son imparatoru Severus Alexander ile birlikte Severus Hanedanı propagandası Kaisareia sikkelerinde görülmemektedir. Bunun yerine Roma İmparatorluğu'nun ve Roma askerinin gücü vurgulanmış ve bu güç kentin ve Argaios'un gücü ile desteklenmiş şekilde betimlenmiştir. Sikkeler üzerinde ikinci neokoros unvanı bile vurgulanmaz, bunun yerine yalnızca yeni askeri betimler vurgulanmıştır.

Neokoros tapınağı ise kentin yerel kültü olan Argaios ile doğrudan bağlantılıdır. Korinth sütunlu ve yüksek kaideli bir tapınak İmparator kültü için kullanılmıştır. İmparatorluk kültü için inşa edilen tapınak, her betimde Argaios'la betimlenmiştir. Bu da kentin baş tanrısının imparator kültü ile bağlantısını belirtmek için olmalıdır. Bu imparator kültü tapınağı hem distylos hem de tetrastylos betimlenmektedir. Burada asıl tapınak tetrastylos olmalıdır ancak sikkelerde sütun sayısı azaltılarak içerisindeki figür vurgulanmak istenmiştir. O yüzden içerisi figür olan betimler iki sütunlu betimlenmiştir. Commodus, Septimius Severus ve Severus Alexander Dönemlerinde içerisinde imparatoru temsil eden kartal bulunurken Elagabalus'a ait tek bir sikke de tapınak içerisinde imparator heykeli görülmektedir. Bu heykel Elagabalus'a ait bir heykelse imparator damnatio memoriae (hafızalardan silme)'ye uğradığında heykel ortadan kalkmış ve tekrardan kartala dönüşmüş olabilir. Bu heykelin ilk neokoros unvanı alan Septimius Severus'a ait olması da oldukça olasıdır. Ancak Septimius Dönemi'nde bu tipte basılmış bir sikkeye henüz rastlanılmamıştır. Bu konuda bulunabilecek yeni sikke betimleri ve arkeolojik veriler ile konu değişime açıktır. Ancak bu sikke ile tapınak içerisinde askeri kıyafetlerde ile betimlenen bir imparator heykelinin varlığı kanıtlanmıştır. Yine bu tapınak da Argaios alınlık içerisinde tasvir edilmiştir. Bu da imparator kültü tapınağının Argaios ile bağlantılı olduğu kanıtlanmıştır. Sikkelerde betimlenen Argaios tapınağının imparatorluk kültü tapınağına benzer olmasından dolayı Argaios tapınağının imparator kültü için kullanıldığı düşüncesi akla gelmektedir. İmparatorluk kültü tapınağın alınlık kısmında Argaios bulunur ya da arka tarafında Argaios bulunur şekilde betimlenir. Eğer yeni bir tapınak inşa edildiyse de bu tapınak Argaios için oluşan bir kutsal alanın içindedir.

Kaisareia'nın Severuslar öncesi bronz sikke betimleri, Argaios, Argaios zirvesinde tanrı, Herakles sopası, Tykhe, buğday başağı gibi oldukça yerel betimlerdir. Gümüş sikkelerde de Argaios ve Herakles sopası dışında Roma İmparatorluk tiplerini kullanılırken Septimius Severus ile birlikte Argaios zirvesinde dörtlü tanrı betimi gümüş sikkelerde de basılmıştır. Severuslarla birlikte kentin neokorosluk alması ile Kaisareia sikkelerinde imparatorluk kültü betimleri görülmeye başlanmıştır. Aynı zamanda kent sikkelerindeki ideolojik betimler artmıştır. Bu da bu dönemde Kappadokia'nın ve Kaisareia'nın öneminin artmış olduğunu göstermektedir.

### **Etik Kurul İzni**

Makalede bulunan resimlerin altında Kayseri Arkeoloji Müzesi olarak aktarılan sikkeler, 2019 yılında "Argaios Betimli Caesarea (Kayseri) Sikkelerinin İkonografik Açından Değerlendirilmesi" adlı yüksek

lisans tezi kapsamında Kayseri Arkeoloji Müzesi'nden izin alınarak katalog haline getirilen ve söz konusu tezde yayınlanan sikkelerdir.

## KATALOG

**Kat. No. 1:** AE; 30 mm.; 13,72 gr.; 12.

Ö.Y.: Commodus'un başı, paludamentumlu, sağa. M KOMO AN[TONI]N

A.Y.: Distylos yapı içerisinde kartal, üzerinde Argaios; MH[TPO]ΠO KAI[CAP]EI E[T] ΠI

Kaynak: RPC IV.3, 6906 (=Henseler 661)

**Kat. No. 2:** AE; 28 mm.;14.81 gr.; 7.

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa, taçlı; AV Λ CEΠTI CEOVHPOC C

A.Y.: Sunak üzerinde Argaios, sunağın içinde kartal sağa, başını sola çevirmiş, kartalın sağında yıldız, solunda hilal bulunmakta; MHT[POΠ KAICAPIAC], ET B.

Kaynak: Henseler 345b, 687

**Kat. No. 3:** AE; 21 mm.; 5,76 gr.

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa, taçlı: AY K Λ CEΠ CEOYHPO

A.Y.: İki Korinth sütunlu tapınak içerisinde NEΩKOPOY lejantlı, tapınağın alınlık kısmı içerisinde yıldız bulunmakta; MHTPOΠ KAICAPI, ET IA.

Kaynak: Berlin Münzkabinett Colletion 18223914

**Kat. No. 4:** AE; 18 mm.; 5,25 gr.; 12.

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa; AVΛ [CEΠ] CEOVHPO

A.Y.: Korint sütunlu tetrastylos tapınak içinde Argaios, alınlıkta küre bulunmakta; MHTPOΠ KAIC, ET IA

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat.No.: 6419/11 (Akbaş, 2019, s.107).

**Kat. No. 5:** AE; 35 mm.; 21,25 gr.; 12.

Ö.Y.: Julia Domna'nın başı, sağa, giyimli, kontrmarklı; IOYAIA[ ].

A.Y.: İki agonistik ödül urnesi arasında Argaios, önünde dört sütunlu tapınak, Argaios'un üç zirvesinin her birinde bir tanrı bulunmakta, tanrılar sol ellerinde asa tutmakta; MH[ ], NEΩKOPOY, ET [B].

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat.No.: 73/163 (Akbaş, 2019, s.109).

**Kat. No. 6:** AE; 30 mm.; 13.26 gr.; 6

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa, defne çelenkli; AYKAI Λ CEΠ CEOYHPOC

A.Y.: İki agonistik ödül urnesi arasında Argaios, Agonistik urneler süslemeli ve urnelerin içinden palmiye dalı çıkmakta; ΜΗΤΡΟ ΚΑΙ ΚΑ ΚΟΙΝΟ ΚΕΥΗΡΙΟ ΚΑΙ ΑΔΕΛΦΙΟ, ΕΤ Π.

Kaynak: Leu Web Auc. 4 (6/2018), lot 615

**Kat. No. 7:** AE; 30 mm.; 16.49 gr.; 12.

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa, taçlı; [ ]ΚΑΙ Λ ΚΕΠ [ ].

A.Y.: Hareket halinde iki filin çektiği arabada Argaios agalması, sağa; ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩ ΚΑΙ ΚΑΡΙΑΚ, ΕΤ Β.

Kaynak: Henseler 349, 688

**Kat. No. 8:** AE; 28 mm.; 16.07 gr.; 1.

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa, taçlı; Λ ΚΕΠ ΚΕΥΗΡΙΟ ΠΕΡ.

A.Y.: Hareket halinde bir Quadriga üzerinde imparator, sağa, imparator toga giyimli, sağ elinde patera tutarken sol elinde asa tutmakta, atların üzerinde Argaios betimi bulunmakta; ΜΗΤΡΟΠΟ ΚΑΙ ΚΑΡΙΑΚ, ΕΤ Β.

Kaynak: Leu Web Auc. 5 (9/2018), lot 572

**Kat. No. 9:** AR; 9.05 gr.; 12.

Ö.Y.: Septimius Severus'un başı, sağa, defne çelenkli; ΑΥ ΚΑΙ Λ ΚΕΠΤΙΜΙ ΚΕΥΗΡΙΟ ΑΥΓ.

A.Y.: Argaios'un sağ zirvesinde tek bir figür, sol zirvesinde 3 figür bulunmakta, sağdaki figür sol elini kaldırmış sağ eliyle asa tutuyor, soldaki üçlü grup ise sağ ellerini havaya kaldırıp selam verir şekilde; ΜΗΤΡΟ ΚΑΙ ΚΑΡΙΑΚ ΝΕΩΚΟ, ΕΤ ΙΗ.

Kaynak: CNG Triton XIII (1/2010), lot 1465

**Kat. No. 10:** AR; 24-25 mm.; 9.57 gr.; 11.

Ö.Y.: Genç Caracalla'nın başı, sağa, paludamentumlu; ΜΑΡ ΑΥΡΗΛΙ ΑΝΤΩΝΙ ΚΑΙ Κ.

A.Y.: Argaios zirvesinde ayakta çıplak tanrı, sağ elinde globus tutarken sol elinde asa tutmakta, dağın sağ zirvesinde hilal, sol zirvesinde yıldız bulunmakta; [ΜΗΤΡ]ΟΠΟΛ ΚΑΙ ΚΑΡΙΑΚ, ΕΤΟΥΚ Ε.

Kaynak : CNG Triton XII (1/2010), lot 1394

**Kat. No. 11:** AR; 9.4 gr.;12.

Ö.Y.: Septimius Severus ve Caracalla'nın başı, sağa, defne çelenkli, paludamentumlu; ΑΥ Κ Λ ΚΕΠ ΚΕΥΗΡΙΟ ΑΥ Κ ΑΥΡ ΑΝΤΩΝΙΝΟΚ.

A.Y.: Argaios üzerinde ayakta çıplak tanrı, sağ elinde globus sol elinde asa tutmakta; ΜΗΤΡΟ ΚΑΙ ΚΑΡΙΑΚ ΝΕΩΚΟ, ΕΤΟΥΚ ΙΕ.

Kaynak: BMC 1890,0703.3

**Kat. No. 12:** AE; 29 mm.; 13,09 gr.; 6.

Ö.Y.: Caracalla'nın başı, sağa, taçlı; AY KAI M AYP ANT[ΩNINOC].

A.Y.: Distylos tapınağın alınlığı üzerinde Argaios, tapınağın alınlığında yıldız bulunmakta; ΜΗΤΡΟΠΟ - KAICA[PEI]AC, ΕΤΟ ΙΓ, tapınağın içinde ΕΙC ΕΩΝΑ ΤΟΥC ΚΥΠΙΟΥC.

Kaynak: Berlin Münzkabinett Colletion 18224032

**Kat. No. 13:** AE; 30 mm.; 13,09 gr.; 12.

Ö.Y.: Geta'nın başı, sağa, paludamentumlu; Λ ΣΕΠΤΙ ΓΕΤΑC Κ.

A.Y.: Sunak Üzerinde Argaios, [ΜΗΤΡΟΠΟ]ΛΕΩC ΚΑΙCΑΡΕΙΑC, sunağın içinde, [C]ΕΟΥΗΡΟΥ ΒΑCΙΩΕΥΟΝ ΤΟC Ο ΚΟΙΝΟC[ ].

Kaynak: Henseler 630; 974

**Kat. No. 14:** AR; 24 mm.; 8,38 gr.; 12.

Ö.Y.: Caracalla'nın başı, sağa, taçlı; AY KAI M AYPΗΛΙ AN[ΤΩNINOC].

A.Y.: Argaios'un sağ zirvesinde tek bir figür, sol zirvesinde 3 figür bulunmakta, sağdaki figür sol elini kaldırmış sağ eliyle asa tutuyor, soldaki üçlü grup ise sağ ellerini havaya kaldırıp selam verir şekilde; ΜΗΤΡΟΠ [KAI]CΑΡΙΑC ΝΕΩ, ΕΤ ΙΘ.

Kaynak: CNG Auc. 84 (5/2010), lot 878

**Kat. No. 15:** AE; 27 mm.; 10,1 gr.; 12.

Ö.Y.: Elagabalus'un başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; AY K M AYPΗΛΙΟC ANΤΩNEINOC.

A.Y.: Platform üzerinde Argaios, dağın üç zirvesinin her birinde bir tanrı bulunmakta, sol ellerinde asa, sağ ellerinde globus bulunmakta; [ΜΗΤΡΟΠΟ] Κ[ΑΙCΑΡ], ΕΤ Β platform içinde ΝΕΟΚΟΡ.

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat.No.: 2008-256 (Akbaş, 2019, s.118).

**Kat. No. 16:** AE; 35 mm.; 19,81 gr.

Ö.Y.: Elagabalus'un başı, sağa, ışın taçlı, paludamentumlu; [AY K M AYPΗΛΙΟC] ANΤΩ[NEINOC CEBACT].

A.Y.: Argaios'un önünde iki agonistik ödül urnesi arasında tetrastylos tapınak, Argaios'un üç zirvesinin her biri üzerinde bir tanrı bulunmakta, tanrılar sağ ellerinde globus, sol ellerinde asa tutmaktalar; ΜΗΤΡΟΠΟ [ΚΑΙCΑΡΙΑC], ΝΕΟΚΟΡΟΥ ΕΤ Β.

Kaynak: Paris FG 636(=RPC VI, 6658.2)

**Kat. No. 17:** AE; 36 mm.; 20,21 gr.; 11.

Ö.Y.: Elagabalus'un başı, sağa, paludamentumlu, ışın taçlı, Helios kontrmarklı; [AY K M AYPH]ΛIOC AN[ΤΩNEINOC] CEBACT.

A.Y.: İki sütun arasında Argaios üzerinde oturan tanrı, sol elinde defne dalını ileri uzatmakta, sağ eliyle dağdan destek almakta, defne dalı üzerinde Argaios agalması bulunmakta; ΜΗΤΡΟΠΟΛ ΚΑΙCΑΡΙΑ, ΝΕΟΚΟΡΟΥ ΕΤ Β.

Kaynak: BMC 1975,0411.164

**Kat. No. 18:** AE; 26 mm.; 14,05 gr.; 12.

Ö.Y.: Elagabalus'un başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; [ ]YPHΛI[ ].

A.Y.: Distylos tapınağın içinde cepheden figür, zırh giyimli, sağ elini havaya kaldırmakta, sol elini yana uzatmakta, sol elinin üst kısmında yıldız bulunmakta; tapınağın alınlığında Argaios betimi bulunmakta, Argaios'un zirvesinde çelenk bulunmakta; [ ]ΠΟ ΚΑΙCΑΡΙΑ.

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat. No.: 77/666 (Akbaş, 2019, s.122-123).

**Kat. No. 19:** AE; 35 mm.; 22.29 gr.; 5.

Ö.Y. : Elagabalus'un başı, sağa, ışın taçlı, paludamentumlu, Helios kontrmarklı; [ ] K M AVPH[ ] CEB.

AY. : İki filin çektiği araba içinde Argaios agalması; ΚΑΙCΑΡΙΑC, ΝΕΟΚΟΡΟΥ, ΕΤ Γ.

Kaynak: BMC 1979,0101.2716(=RPC VI 6692.1)

**Kat. No. 20:** AE; 27mm.; 12.2 gr.;1.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; ΑΥΚ CΕΟΥΗΡΟC ΑΛΕΞΑΝΔΡ.

A.Y.: İki vexillum arasında Argaios, zirvesinde kartal, kanatları açık, başını yukarı kaldırmış, ağzında çelenk tutar şekilde; ΜΗ[ΤΡΟΠ]Ο ΚΑΙCΑΙ, ΕΤ C.

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat. No.: 2008/376 (Akbaş, 2019, s.131).

**Kat. No. 21:** AE; 36 mm.; 27.18 gr.; 6.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; ΑΥΚ CΕΟΥΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡ.

A.Y.: İki vexillum arasında Argaios, zirvesinde ayakta çıplak tanrı, sol elinde asa tutmakta, vexillumların üzerinde kartal bulunmakta; ΜΗΤΡΟΠ ΚΑΙCΑΡΙΑ, ΕΤ Ε.

Kaynak: SNG Copenhagen 292

**Kat. No. 22.:** AE; 27 mm.; 11,78 gr.; 6.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, defne çelenkli, paludamentumlu; ΑΥΚCΕΟΥΗΡΟC ΑΛΕΞΑΝΔΡ.

A.Y.: İki vexillum arasında ayakta Herakles, sola doğru, sağ elinde defne dalı, sol elinde sopa tutmakta, vexillumların üstünde Argaios bulunmakta; ΜΗΤΡΟΠΟ ΚΑΙCΑΡΙΑ, ΕΤ C.

Kaynak: Naumann 45 (7/2016), lot 577

**Kat. No. 23:** AE; 37 mm.; 26,09 gr.; 12.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, defne çelenkli, paludamentumlu; AYK CEOYHPOC AΛEΞN[ JPOC CEBA.

A.Y.: Askeri giyimli imparator, sola doğru, sağ elinde elinde mızrak ve manto tutmakta, sol eliyle ateş sunağına patera ile sunu yapmakta, imparatorun arkasında Nike onu defne çelenği ile taçlandırmakta, ateş sunağının üzerinde Argaios betimi bulunmakta; MHTPOΠOΛEΩC KAICAPIAC, ET C.

Kaynak: NavilleAuc. 25 (9/2016), lot 261

**Kat. No. 24:** AE; 35 mm.; 21,87 gr.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; AYK CEOYH AΛEΞANΔ.

A.Y.: Tykhe, cepheden oturur halde, sur taçlı, cornucopia ve çelenk (?) tutmakta, üzerinde Argaios betimi var iki yanında ayakta Tykhai figürleri bulunmakta, ikisi de polos giyinmekte ve ortalarında oturan Tykhe'yi çelenkle taçlandırmaktalar; MHTPOΠ KAICAPI, ET [Γ].

Kaynak: Paris FG 677

**Kat. No. 25:** AE; 28 mm.; 11,9 gr.; 12.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; AYKCEOYHP AΛEΞAΔ[ ].

A.Y.: Hareket halinde bir Quadriga üzerinde imparator, sağa, imparator toga giyinmiş, sağ elinde patera tutarken sol elinde asa tutmakta, atların üzerinde Argaios betimi bulunmaktadır; MHTPOΠ KAIC, ET Γ.

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat.No.: 2005/5 (Akbaş, 2019, s.127).

**Kat. No. 26:** AE; 22 mm.; 8,34 gr.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; AY K CEOY AΛEΞAN.

A.Y.: A M K Γ / ΠON K AP / MHTPOΠ / KAICAPI/A ΔIC N / ET E lejanti.

Kaynak: Berlin Münzkabinett 18252553

**Kat. No. 27:** AE; 21 mm.; 7,67gr.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, defne çelenkli; AYKCEOYHPOC AΛEΞANΔPO.

A.Y.: Süslemeli Agonistik ödül urnesi, süslemelerin ortasında Argaios betimi, urnenin içinden üç tane palmye dalı çıkmakta; MH KAICAPI NEΩKO, ET Γ.

Kaynak: Tom Vossen 2165

**Kat. No. 28:** AE; 27 mm.; 13,7 gr.; 12.



Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, defne çelenkli, paludamentumlu; ΑΥΚCEO[ ] ΑΛΕΞ[ ].

A.Y.: Distylos tapınak alınlığının üzerinde Argaios, tapınağın içinde kartal,başını sağa çevirmiş, tapınak alınlığı içinde küre bulunmakta; ΜΗΤΡΟΠΟ [ ] ΑΡΙ, ΕΤ Ç.

Kaynak: Kayseri Arkeoloji Müzesi Kat.No.: 87/109 (Akbaş, 2019, s.131).

**Kat. No. 29:** AE; 26 mm.; 12,03 gr.; 6.

Ö.Y.: Severus Alexander'ın başı, sağa, taçlı, paludamentumlu; Α Κ CEOΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡ

A.Y. Argaios Dağı, altında Roma kartalı, her iki yanda vexillum; ΜΗΤΡΟΠΙ ΚΑΙΣΑ ΕΤ Ç.

Kaynak: RPC VI (=Zeus WA 17, 5 Jun. 2021, lot 543)





16



17



18



19



20



21



22



23



24



25



26



27



28



29



## Kaynakça

- Abramzon, M. G. (2003). The Gerzeul hoard of coins of Caesarea of Cappadocia (in the Museum of Abkhazia). *Revue numismatique*, 6 (159), 243-256. [https://www.persee.fr/doc/numi\\_0484-8942\\_2003\\_num\\_6\\_159\\_2514](https://www.persee.fr/doc/numi_0484-8942_2003_num_6_159_2514)
- Akbaş, B. (2019). *Argaios betimli Caesarea (Kayseri) sikkelerinin ikonografik açıdan değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akşit, O. (1970). *Roma imparatorluk tarihi*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Asia Minor Coins. (2024, 20 Ekim). [https://www.asiaminorcoins.com/gallery/displayimage.php?album=284&pid=3060#top\\_display\\_media](https://www.asiaminorcoins.com/gallery/displayimage.php?album=284&pid=3060#top_display_media)
- Asia Minor Coins. (2024, 20 Ekim). [https://www.asiaminorcoins.com/gallery/displayimage.php?album=284&pid=12014#top\\_display\\_media](https://www.asiaminorcoins.com/gallery/displayimage.php?album=284&pid=12014#top_display_media)
- Baydur, N. (1970). *Kültepe (Kanes) ve Kayseri tarihi üzerine araştırmalar*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Baz, F. (2019). Cappadocia Eyaleti'ndeki Caesarea kentinin ilk neokoros unvanına ilişkin düşünceler. İçinde B. Öztürk, vd. (Ed.), *Mnemes Kharin & Filiz Dönmez-Öztürk Anısına Makaleler* (ss. 95-101). Homer Kitapevi.
- Berlin Münzkabine Online Catalogue. (2024, 20 Ekim). <https://ikmk.smb.museum/home?lang=en>
- Bland, R. (1991). The last coinage of Caesarea in Cappadocia. *Ermanno A Arslan Studia Dicata, Glaux 7*.
- Bland, R. (1996). The bronze coinage of Gordian III from Caesarea in Cappadocia, Studies in ancient coinage from Turkey. *Royal Numismatic Society Special Publications No. 29*, 65.
- BMC: Wroth, W.W. (1911). *Catalogue of the Greek coins of Galatia, Cappadocia, and Syria*. The Trustees.
- Buechner, G. (1988). *De Neokoria*. Gissae J. Ricker.
- Burrell, B. (2004). *Neokoroi Greek cities and Roman emperors*. Brill.
- Butcher, K. (1992). Rhodian Drahms at Caesarea in Cappadocia. *The Numismatic Chronicle*, Vol 152.
- Campbell, L. A. (1968). *Mithraic iconography and ideology*. E. J. Brill.
- Cassius Dio (1955). *Dio's Roman history, vol. IX, books LXXI-LXXX*. (Çev. E. Cary). Harvard University Press.
- Cook, A. B. (1925). *Zeus A study in ancient religion Volume II*. Cambridge University Press.
- Ergin, Y. G. (2009). *Anadolu'da Roma hakimiyeti: isyanlar, tepkiler ve huzursuzluklar. Asia eyaleti'nin kuruluşundan (MÖ 129) Iustinianus döneminin sonuna kadar (MS 565)* (Yayımlanmamış doktora tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ganschow, T. (2018). *Münzen von Kappadokien Sammlung Henseler Band 1*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Ganschow, T. (2018). *Münzen von Kappadokien Sammlung Henseler Band 2*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Gorrie, C. (2004). Julia Domna's building patronage, Imperial family roles and the Severan revival of moral legislation. *Historia: Zeitschrift für Alte Geschichte*, 53(1), 61-72.
- Güler, O. (1995). *Antik çağ ikonografisinde Erciyes*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

- Herodian (1970). *History of the empire, books 5-8*, (Çev. C.R.Whittaker). Massachusetts.
- Historia Augusta (2021). *Antoninus Caracalla'dan Calvinus Balbinus'a Roma imparatorları* (Çev. S. Özgüler). Kronik Kitap.
- Howgego, C. J. (1985). *Greek imperial countermarks*. Royal Numismatic Society Special Publication.
- Imhoof-Blumer, F. (1897). Zur Griechischen Münzkunde. *Revue Suisse de Numismatique VIII*, 1-24.
- Karwiese, S. (2004). *Antik nümizmatiğe giriş*. (Haz. N. Başgelen). Arkeoloji Sanat Yayınları.
- Kaya, M. A. (2005). Roma imparatoru Septimius Severus döneminde Anadolu. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi* 39, 27-48.
- Kovacs, F. I. (2013). Eusebeia –Caesarea: The civic bronze coinage reconsidered. İçinde P.G. VanAlfenand, R.B. Witschonke (Ed.), *Essays in Honour of Roberto Russo*, Numismatica Ars Classica NacAg.
- Koyuncu, C. (2015). *Eski Yunan ve Roma döneminde Kappadokia bölgesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Leu Numismatik. (2024, 15 Ekim). <https://leunumismatik.com/en/lot/7/615>
- Leu Numismatik. (2024, 15 Ekim). <https://leunumismatik.com/en/lot/9/572>
- Mattingly, H. (1932). The coinage of Septimius Severus and his times. Mints and chronology. *The numismatic chronicle and journal of the Royal Numismatic Society*, 12(47), 177-198.
- Meijer, F. (2006). *İmparatorlar yataklarında ölmez* (Çev. G. Ergin). Homer Yayınları.
- Metcalf, W.E. (1996). Silver coinage of Cappadocia, Vespasian-Commodus (Digital Edition). *Numismatic Notes and Monographs*, issue 166, 66-69.
- Metcalf, W.E. (1997). Notes on the coinage of Severan Caesarea. İçinde Nollé, J., B. Overbeck, P. Weiss (Ed.). *Internationales Kolloquium zur kaiserzeitlichen Münzprägung Kleinasien 27-30 April 1994 in München. Numismata 1*.
- Mitchel, S. (2001). *Anatolia land, men, and gods in Asia Minor volume I The Celts in Anatolia and the impact of Roman rule*. Clarendon Press.
- Naumann Numismatik. (2024, 15 Ekim). <https://www.bidder.com/auctions/numismatiknaumann/browse?a=59&l=47902>
- Naville Numismatic. (2024, 15 Ekim). <https://www.bidder.com/auctions/navillenumismatics/browse?a=2686&l=2997889>
- Noe, S.P.(1925). *A bibliography of Greek coin hoards*. American Numismatic Society.
- O'Grady, S.A. (2015). *The public image of the later Severans: Caracalla to Alexander Severus* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). The University of Queensland.
- Paris Bnf Online Catalogue. (2024, 15 Eylül). <https://gallica.bnf.fr/accueil/fr/content/accueil-fr?mode=desktop>
- Price, S.R.F. (2004). *Ritüel ve iktidar - Küçük Asya'da Roma imparatorluk kültürü*. (Çev. T. Esin). İmge Kitabevi.
- Rowan, C. (2009). Becoming Jupiter: Severus Alexander, The temple of Jupiter Ultor, and Jovian iconography on Roman imperial coinage. *AJN Second Series* 21, 123-150.

- RPC IV Online Catalogue. (2024, 20 Ekim). <https://rpc.ashmus.ox.ac.uk/countermark/873>
- Shelton, J. (2006). Elephants as enemies in ancient Rome. *Concentric: Literary and Cultural Studies*, 32(1), 3-25.
- SNG Copenhagen(1982); *Sylloge Nummorum Graecorum, The royal collection of coins and medals Danish National Museum, Cyprus-Cappadocia uncertain coins imperial cistophori*, West Milford.
- Speidel, M.A. (2014). Connecting Cappadocia. The contribution of the Roman imperial army. İçinde V. Cojocar, A. Çoşkun, M. Dana, (Ed.) *Interconnectivity in the Mediterranean and Pontic World during the Hellenistic and Roman Periods*. Mega Publishing House
- Sydenham, E.A. (1978). *The coinage of Caesarea in Cappadocia*. Attic Books.
- Tacitus, (1907). *Die annalendes Cornelius Tacitus*. (Çev. W. Heraeusand ve A. Draeger). B.G. Teubner.
- Tekin, O. (1998). MÖ IV.-MS VI. yüzyıllar: Helenistik Çağ ve Roma İmparatorluk Döneminde Kappadocia Krallığı. İçinde M. Sözen (Ed.). *Kappadocia*. Ayhan Şehenk Vakfı.
- Türkmen, M. (2007). *Pamphylia ve Kilikia'da Severuslar dönemi mimari bezemesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tyrius, M. (1804). *The dissertations volume 2*. (Çev. T. Taylor). C. Whittingham.
- Walker, D.R. (1976). *The metrology of the Roman silver coinage: Part 1 from Augustus to Domitian*. British Archaeological Reports.
- Weiß, P. (1985). Argaios / Erciyas dagt — heiliger berg Kappadokiens, monumente und ikonographie, *Jahrbuch für Numismatik und Geldgeschichte*, XXXV.
- Yurtsever, A. (2015). Neokoros düşüncesinin kökeni ve gelişimi: tanrı, kutsal krallık ve yönetici ilişkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 1-16.



# AKILLI DESTİNASYONLARIN ŞEHİR MARKALAŞMASINDA ROLÜ; ANTALYA ÖRNEĞİ\*

 Zeliha AKKUŞ<sup>a</sup>

 Emel TANYERİ MAZICI<sup>b</sup>

## Öz

Dünyada gelişim gösteren Endüstri 4.0 hareketi ile birlikte teknoloji alanında birbirini takip eden pek çok gelişim ve değişim yaşanmıştır. Son yıllarda popülerliği oldukça artan “akıllı” kavramı ve akıllı kavramı entegrasyonu ile ortaya çıkan yapılar Endüstri 4.0 hareketinin öne çıkan ve uygulama alanı hızla artan gelişmelerindedir. İnsan yaşamında birçok kolaylığa zemin olan akıllık kavramı entegrasyonu ile günümüzde akıllı destinasyon yapısı ortaya çıkmıştır. Bu yapı birçok şehir için önemli bir çekicilik faktörü olmuştur. Sadece şehir halkının konforunu arttırmak için değil aynı zamanda doğru pazarlama stratejileri kullanılarak şehre ziyaretçi ve yatırımcı çekmek için de önemli bir unsur olarak akıllı destinasyon uygulamaları karşımıza çıkmaktadır. Şehirler için birer çekicilik unsuru olan akıllı destinasyon uygulamaları aynı zamanda şehirlerin markalaşması üzerinde rol oynamakta mıdır? sorusu bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu sorudan hareketle şehirlerde kullanılan ve geliştirilen akıllı destinasyon uygulamalarının şehrin markalaşma sürecindeki rolü üzerine odaklanılmıştır. Akıllı destinasyon uygulamalarının şehirlerin markalaşması üzerindeki rolünü ölçümlemek için Antalya şehri üzerinden “akıllı destinasyon” ve “şehirlerin markalaşma” ilişkisi bu çalışmada ele alınmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden anket kullanarak gerçekleştirilen bu araştırma Antalya’da bulunan 500 kişilik yerli turist örneklem grubu üzerinden yürütülmüştür. Yapılan anket ile toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular eğitim, yaş, meslek ve Antalya’da bulunma sebebi gibi farklı kriterler göz önüne alınarak değerlendirildiğinde Antalya şehrindeki akıllı destinasyonların şehrin marka olmasında pozitif rol sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonucundan hareketle akıllı destinasyon uygulamaları, şehre gelen ziyaretçilere yeni deneyimler ve sunduğu kolaylıklar ile şehirlerin markalaşmasında önemli bir unsur konumundadır.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı destinasyon, Akıllı şehir, Şehir markalaşması.



## THE ROLE OF SMART DESTINATIONS IN CITY BRANDING; ANTALYA EXAMPLE

### Abstract

With the Industry 4.0 movement developing in the world, many successive developments and changes have occurred in the field of technology. The concept of “smart”, which has become quite popular in recent years,

\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü “Şehirlerin Markalaşmasında Akıllı Destinasyon Uygulamaları: Antalya Örneği” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, zlhakkus@outlook.com

<sup>b</sup> Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, etanyeri@erciyes.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 04.07.2024, Makale Kabul Tarihi: 10.11.2024

and the structures that emerged with the integration of the smart concept are among the prominent developments of the Industry 4.0 movement and the rapidly increasing application area. With the integration of the concept of smartness, which provides many conveniences in human life, the smart destination structure has emerged today. This structure has become an important attractiveness factor for many cities. Smart destination applications emerge as an important element not only to increase the comfort of city dwellers but also to attract visitors and investors to the city by using the right marketing strategies. Do smart destination applications, which are an attractiveness element for cities, also play a role in the branding of cities? This question constitutes the basic problem of this study. Based on this question, the focus was on the role of smart destination applications used and developed in cities in the branding process of the city. In order to measure the role of smart destination applications on the branding of cities, the relationship between “smart destination” and “branding of cities” was discussed in this study through the city of Antalya. This research, which was conducted using a survey from quantitative research methods, was conducted on a sample group of 500 local tourists in Antalya. The data collected through the survey was analyzed using the SPSS program. When the findings were evaluated by considering different criteria such as education, age, profession and the reason for being in Antalya, it was concluded that smart destinations in Antalya played a positive role in the branding of the city. Based on the results of the study, smart destination applications are an important element in the branding of cities with the new experiences and conveniences they offer to visitors coming to the city.

**Keywords:** Smart destination, Smart city, City branding.



## Giriş

1990’lı yıllar itibarı ile küresel sermayelerin yeniden yapılanması sonucunda dünyada önemli sosyo-ekonomik değişimler görülmüştür. Bu dönemi takip eden süreçte yeni bilgi iletişim teknolojileri (BIT) gelişim göstermiştir ve bu teknolojiler yaşamın her alanında kullanıma sunulmuştur (Wanga, vd., 2020).

Çalışma ve sosyal alanda yaşanan değişiklikler sonucunda üretime dayalı ekonomik yapı tüketim ve hizmete doğru evrilmiştir. Hizmet odaklı yapıya sahip olan sektörler farklı ve yenilikçi açılımlara yönelmiştir (Köseoğlu, vd., 2022). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, bu yenilikçi açılımlara zemin oluşturmuştur. Hemen hemen her alanda düzenlemeler ve gelişimler başlamıştır. Sürecin geneline baktığımızda yaşanan gelişmeler sadece kendi özelinde kalmayıp domino taşı etkisi ile başka bir alanın değişimine etki etmiştir (Yuan, vd., 2019). Pazarlama alanında yaşanan yenilikçi değişimler destinasyon pazarlaması kavramını geliştirmiştir. Destinasyon pazarlamasının önünün açılması ile birlikte insanların toplu halde günlük yaşamını idame ettirdikleri sınırları belirten şehir kavramına daha fazla anlam yüklenmiş, farklı kimlikler kazandırılmış, markalaştırılmış ve bir pazarlama ürünü statüsüne getirilmiştir (Zengin & Şeyhanlıoğlu, 2019). Bu süreçte modern pazarlama yöntemleri kullanılarak ülkelere, şehirlere ve coğrafi bölgelere yönelik markalaşma çalışmaları başlamıştır. Markalaşma ile ülkelerin, şehirlerin veya bölgelerin artı değer kazanması, ziyaretçi çekiciliğinin artması, yatırımcı kazanması unsurlarının önemi anlaşılmış ve şehir markasına yönelik çalışmalar önem kazanmıştır. Markalaşmak, ziyaretçi kazanmak, yatırımcı kazanmak için adeta bir yarışa giren ülkeler ve şehirler mevcut özelliklerini veya sonradan kazandırılan özelliklerini markalaşma sürecinde kullanarak ön plana çıkartmaya yönelmiştir. Birer cazibe merkezi haline gelmek isteyen şehirler, ülkeler bu süreçte yaşanan

tüm gelişmelerden etkin bir şekilde faydalanarak teknolojik temelli oluşumları bünyelerine dahil etmeye başlamışlardır (Avcılar & Kara, 2015). Son zamanlarda popülerliği oldukça artan “akıllılık” kavramı bunlardan biridir.

Yaşanan Endüstri 4.0 devrimi ile bilgi iletişim teknolojilerinde (BIT) olağanüstü gelişimler görülmüş ve bu süreçte “akıllılık” kavramı büyük ses getirmiştir (Wanga, vd., 2020). Ortaya çıkması ile her alana entegre edilen akıllı aygıtların zeminini hazırlamıştır (Hollands, 2008). Bu süreçte şehirde yaşam yoğunlaşması, turizmde yaşanan gelişmeler, kentsel altyapı karışıklıkları, akıllılık kavramının şehirlere entegre edilmesinde pay sahibi olmuştur. Yaşanan gelişimler ile farklı paydaşların bakış açıları “akıllı şehir” yapısını gündeme getirmiştir (Li, vd., 2017). Gelişen teknoloji ve akıllı kavramları bilgi altyapısını ve şehir yaşamını iyileştirmek için, sosyal medyayı, büyük verileri, yapay zekayı (AI), bulut bilişimi, nesnelerin internet’ini (IoT), mobil iletişimleri ve diğer teknolojileri akıllı bir şekilde kullanan “akıllı şehirler” ortaya çıkmıştır (Bakıcı, vd.,2013). Akıllı şehirlerin oluşumu bugün ki şehirler için önemli avantajlar sağlamıştır. Şehir sakinleri için sürdürülebilir, yenilikçi, erişilebilir yaşam alanı sunarken, şehre gelen turist için deneyimlerinin kalitesini arttıran cazibe merkezleri olmuşlardır. “Akıllı şehirler” konseptinden “akıllı destinasyon” türetilmiştir (Coca-Stefaniak, 2019). Akıllı destinasyonlar ve akıllı şehirler mantıksal olarak aynı stratejiler üzerine kurgulanır. Ancak akıllı destinasyonlar ve şehirlerin arasında farklılıklar mevcuttur. Akıllı destinasyonlar daha çok turist odaklı hareketler olurken, akıllı şehir konseptleri yerel halkı hedef almaktadır. Akıllı destinasyonlar sanal turist rehberi, arttırılmış gerçeklikler gibi alanlarda gelişim gösterirken, akıllı destinasyonlar daha çok akıllı sayaç, akıllı ulaşım alanlarında gelişim göstermektedir. Bunlarla birlikte amaçları yönünden de bakıldığında akıllı destinasyonların amacı kişisel deneyimleri iyileştirmek üzerine kurgulanırken akıllı şehirlerin amacı sürdürülebilirlik üzerine odaklanmaktadır (Erdem, 2022). Bu farklılıklar ile birlikte değerlendirildiğinde akıllı destinasyonların gelişim göstermesine akıllı şehirler destek sağladığı görülmektedir. Akıllı destinasyonlar yönetim ve şehre gelen ziyaretçi kısmında ağırlıklı faaliyet göstermektedir (Kim, vd., 2015). Destinasyon bölgesine gelen ziyaretçiler için sunulan akıllı hizmetlerin temelini akıllı şehir konsepti oluşturmaktadır (Atsız, 2022).

Teknolojinin şehirlere entegre edilmesi ile oluşan akıllı destinasyonlar turizm pazarlamacıları tarafından da büyük ilgi görmeye başlamıştır. Her alanda rekabetin doruklarda yaşandığı günümüzde turizm pazarlamacıları (destinasyon pazarlamacıları) bu alana yoğunlaşmış, teknolojinin her türlü imkanından yararlanarak donatılan sürdürülebilir, erişilebilir, zevk veren ve unutulmaz deneyimlere ev sahipliği yapan şehirleri ziyaretçilerin talepleri doğrultusunda akıllarda kalıcı imaj ve markalama ile pazarda hedef kitlesine sunmaktadırlar. Pazarda sunulan şehirler, barındırdıkları coğrafi, tarihi, sosyal, kültürel özelliklerle markalaşmaktadır. Şehirlerin markalaşması, destinasyonun markalaşması ile aynı çerçevede değerlendirilmektedir. Bir şehrin pazarlaması ve markalaşması özünde, yatırımcı ve ziyaretçi çekmek için belirli bir yer veya destinasyonun herhangi bir özelliğine vurgu yaparak tanıtılmasını içermektedir. Şehirlerin markalaşmasında amacı rakiplerinden farklılaşarak ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliğini arttırmak ve şehre gelen yatırımcı ve ziyaretçilerinden ekonomik fayda sağlamaktır. Şehirlerin pazarlanması ve markalaşması yatırım için büyük rekabetlerin olduğu yeni dünya düzeninde giderek önemini arttırmaktadır (Inkinen, vd., 2024). Hem yerel hem de uluslararası pazarda markalaşmak için kıyasıya rekabet eden şehirler benzersiz coğrafi, tarihi, kültürel, özelliklerini en etkili



stratejileri belirleyerek markalaşma sürecinde birer araç olarak kullanmaktadır (Altınbaş, 2013). Bu unsurların yanında markalaşma sürecinde şehrin yapısına eklenen akıllı uygulamalar “akıllı destinasyonlar bu süreçte ne derece rol oynamaktadır” sorusu çalışmanın temel sorusudur.

### A. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde baktığımızda bu araştırma ile aynı olmayan benzer konular üzerinde yapılmış çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalardan birkaçı aşağıda verilmiştir. Literatürde yer alan çalışmalar arasında birebir aynı alanda araştırma olmaması, yapılan araştırmalarda şehir markalaşması ve akıllı destinasyon ilişkisini doğrudan ele alan bir araştırma yapılmaması bu çalışmanın önemi ve özgünlüğü ortaya koymaktadır.

Jung ve Shin (2019), *Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior* başlıklı çalışmalarında Amerika'nın akıllı turizm destinasyonları olan Boston, Chicago, New York City, San Francisco ve Seattle üzerinde akıllı turizm (destinasyon) teknolojilerinin ziyaretçilerin üzerindeki psikolojik etkisini ele almışlardır. Araştırma farklı yaş gruplarından 1010 kişilik örneklem grubu üzerinden toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda şehirlere gelen ziyaretçilerin Google haritalar, araba paylaşım programları, şehir rehberi uygulaması, mobil ödeme ve park uygulamaları gibi akıllı destinasyon teknolojilerinin sık kullandığı ve beğendiği uygulamalar olduğu görülmüştür. Şehre gelen ziyaretçilerin akıllı destinasyon teknolojileri ile unutulmaz destinasyon deneyimine olumlu etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışmada akıllı destinasyonların şehrin markalaşmasındaki rolü üzerine bir değerlendirme ve sonucu yer verilmemiştir. Şehre gelen ziyaretçilerin akıllı destinasyonlara yönelik memnuniyetini ortaya koyan bu çalışma akıllı destinasyonların markalaşmaya olan etkisine değinmeyerek bu araştırmaya bir kapı aralamıştır.

Başka bir araştırmada Ünal ve Bayar (2020), “Akıllı Uygulamaları ve Ürünleri Kullanan Turistlerin Destinasyon Seçim Süreçleri: İstanbul Örneği” başlıklı çalışmalarında İstanbul destinasyonunu ziyaret eden yerli turistler üzerinden akıllı destinasyon uygulamalarının destinasyon seçimi ve seyahat niyetinin oluşmasında etkinin olup olmadığını incelemiştir. 18-30 yaş arasındaki 392 kişilik örneklem grubu üzerinden gerçekleştirilen araştırmada akıllı uygulamalar ve ürünlerin turistlerin seyahat planlama niyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu çalışma akıllı destinasyon ve markalaşma ilişkisine değinmemiştir. Fakat destinasyonların akıllı uygulamalar ile farklılaşabileceği sonucunu ortaya koyarak yapılan bu araştırma için önemli bir referans olmuştur.

Destinasyonların markalaşması üzerinde durulan “Bütünleşik Pazarlama İletişimi Etkisiyle Destinasyon Marka İmajı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmada, destinasyonun rakiplerinden farklılaşarak istenilen marka çabalarına akıllı destinasyonların doğru pazarlama karmalarıyla entegre edilerek yapılırsa ulaşılabileceğine değinilmiştir (Hacıoğlu & İlban, 2008). Bu çalışma destinasyon markasına yer vermiş destinasyon markasının yani şehir markasının çeşitli faktörler ele alınarak oluşturabileceğini ortaya koymuştur. Ancak destinasyon markası için akıllı destinasyon bir rol üstlenir mi? sorusuna bir cevap vermemiştir. Bu çalışma ışığında akıllı destinasyonların şehir markalaşmasında rolü var mıdır? üzerine yoğunlaşarak ilk araştırma sorusu ortaya konmuştur.

Akıllı şehirlere ve destinasyonlara genel bir çerçeveden bakan, Boz ve Çay (2019), “Şehri Akıllı Yapan Özellikler ve Dünyada Öne Çıkan Akıllı Şehirler” Başlıklı Çalışmalarında, Eden Strateji Enstitüsü ve OXD Danışmanlık firması tarafından tespit edilen ilk 10 akıllı şehri incelemişlerdir. İncelenen şehirler, Londra, Singapur, Seul, New York, Helsinki, Montreal, Boston, Melburn, Barselona ve Şanghay’dır. Şehirlerde kullanılan akıllı uygulamaların doğrudan olmasa da dolaylı yönden şehirlerin öne çıkmasına etkisi olduğuna değinmişlerdir. Bu çalışma yapılan araştırmada seçilen araştırma şehri belirlerken hangi özelliklere bakılacağı gibi alanlarda katkı sağlamıştır.

Akıllı şehir ve destinasyonlara yönelik benzer, “The Embedding Convergence Of Smart Cities and Tourism İnternet Of Things İn China: An Advance Perspective” başlıklı çalışmada akıllı destinasyonu akıllı şehirlerde olan 4 temel bilgi teknolojisine dayandırmaktadır. Bunlar; nesnelere interneti, mobil iletişim, bulut iletişim ve yapay zekâ teknolojisidir. Bu bileşenlerin kullanıldığı akıllı şehirlerde sadece bölgesel kalkınma yerel halkın yaşam standartlarının iyileşmesi söz konusu değildir. Şehirlerin markalaşma çabalarına yapılan bu çalışmalar etki ettiğine değinilmiştir (Gou, vd., 2014). Bu çalışmada yer alan kavramlar akıllı destinasyon temellerine dair bilgiler sunarak yapılacak diğer araştırmalar için kılavuz olmuştur.

Destinasyon markalaşmasına dair yapılan, “Dijital Turizmde Akıllı Destinasyon ve Kentlerin Markalaşması” başlıklı çalışmada akıllı destinasyon yapısına, akıllı şehir yapısına ve bağlantılarına yer verilmiştir. Markalaşma sürecinde markalamaya ait fikirlerin şehirlere uygulanması dijital yeniliklerin destinasyon çekiciliğine etkisine değinmişlerdir. Rakiplerinden farklılaşmak isteyen şehirlerin ve yönetimin akıllı teknolojiler üzerinde durmasının artı değer sağlayacağı ve farklılaşmaya yardımcı olacağı fikrinde bulunmuşlardır. Akıllı destinasyon bileşenleri olan nesnelere interneti, yapay zekâ, bulut bilişim ve mobil iletişim teknolojileri ile akıllı şehir bileşenlerini; akıllı altyapı, akıllı bina, akıllı eğitim, akıllı enerji akıllı güvenlik, akıllı sağlık, akıllı şehir planlama, akıllı ulaşım, akıllı yönetim vb. entegrasyonu sonucunda şehirlerin pazarlanabilir dijital turizm merkezleri gelmesi üzerinde durulmuştur (Köseoğlu, vd., 2022). Literatürde destinasyon markasına ait diğer çalışmalar gibi bu araştırmada akıllı destinasyon ve şehir markalaşması ilişkisi üzerinde doğrudan durmamıştır. Çalışmalara genel kapsamda bakıldığında destinasyon markası, akıllı destinasyonlar ve şehirler ele alınmış ancak akıllı destinasyon ve şehir markalaşması ilişkisi doğrudan ele alınmamıştır. Çalışmalar incelendiğinde literatürde yer alan akıllı destinasyon ve şehir markalaşması ilişkisine dair boşluğun giderilmesine katkı sağlayan bu çalışma yeni bir alana değinerek özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

Akıllı destinasyon ve şehir markasını kavramsal olarak incelemek konu bütünlüğünü sağlamak ve araştırmada yer alan terimlere yönelik ilişkiyi kavramak için fayda sağlayacaktır.

## B. AKILLI DESTİNASYON

1990’lar ile başlayan bilgi iletişim teknolojileri gelişimi “akıllık” kavramını doğurmuştur. Beraberinde ilerleyen süreçte akıllık unsuru sosyal ve ekonomik alanların birçoğuna entegre edilmiştir (Wanga, vd., 2020). Son yıllarda popülerliği oldukça artış gösteren “akıllı destinasyon” kavramı şehir sakinleri, ziyaretçiler ve yatırımcıların şehirselleşmesini iyileştirmek için şehirlerin altyapı ve üstyapısına sosyal medyayı, büyük verileri, yapay zekayı (AI), bulut bilişimi, nesnelere internetini (IoT), mobil

iletişimleri ve diğer teknolojileri entegre edilmesi sonucunda oluşan “akıllı şehirler” olarak da literatürde yer alan yapıların oluşturulmasıdır (Bakıcı, vd., 2013). Akıllı destinasyon kavramına ilişkin literatürde kesin çizgilerle belirlenmiş bir tanımlama olmamasına karşın araştırmacılar akıllı destinasyon için birbirini tamamlar nitelikte tanımlar yapmıştır (Cerdá-Mansilla, vd., 2024).

SEGITTUR (2015) (İspanya Sanayi, Enerji ve Turizm Bakanlığı akıllı destinasyon uygulamalarından sorumlu örgüt), “bir bölgenin etkileşimini kolaylaştıran, sürdürülebilir gelişimini sağlayan, içerisindeki ürünleri son teknolojik yapıyla destekleyen ve yenilikçi unsurlarının tamamından oluşan, destinasyon deneyiminin kalitesini arttıran yapılanmadır” olarak tanımlamıştır.

Lopez de Avila (2015), “turistik alanların herkes için erişilebilir, yenilikçi, sürdürülebilir kalkınmasını sağlayan, son teknoloji altyapısı üzerine inşa edilmiş, turistlerin ve bölge sakinlerinin yaşam kalitesini deneyim kalitesini arttıran destinasyon” olarak tanımlamıştır.

Carballido ve Plaza (2021), “turistik bir destinasyonun temel yapısından oluşan, ancak omurgasını teknolojinin oluşturduğu bir bölge” olarak tanımlamıştır.

Akıllı destinasyonlar, akıllı şehir yapılanmasının içerisinde üretilmiş tasarıma sahiptir. Belirli bir bölge içerisinde daha iyi yönetim, bölge sakinleri için daha iyi yaşam kalitesi ve turist deneyimindeki iyileşmeyi hedefleyen akıllı şehirlerden geliştirilmiştir (Luque Gil, vd., 2015). Akıllı destinasyonlar, destinasyonların fiziksel alanlarına etkili bir şekilde entegre ederek bölge sakinlerine ve turistlere çoklu deneyimler sunmaktadır (Zatori, vd., 2018). Akıllı destinasyonlar dört temel bilgi iletişim teknolojisi (BIT) etrafında şekillenmektedir bu teknolojiler; yapay zekayı (AI), bulut bilişimi, nesnelere interneti (IoT) ve mobil iletişim teknolojisi (Bakıcı, vd., 2013).

**Nesnelerin İnterneti;** İnsan odaklı her şeyi veriye dönüştürmeyi amaçlayan bu teknoloji, nesnelere ile akıllı teknolojileri birbirine bağlayan bir ağ geliştirilerek aralarında iletişim kurmak olarak tanımlanabilir. Günlük yaşamımızda iç içe olduğumuz tüm nesnelere yerleştirilen çeşitli aygıtlarla, sensörlerle çevrimiçi veya kısmen çevrimiçi bir ağ oluşturmasıdır (Schonberger & Cukier, 2013).

**Bulut Bilişim;** Artan işlemler ve depolama geliştirilen bir sistemdir. Büyük veri kullanımında doğal depolama ihtiyacını karşılamak verileri bir havuzda toplamak ve uzun süreli saklayabilmek amacıyla geliştirilen depolama sistemlerinden oluşan teknolojidir (Chen, vd., 2014).

**Yapay Zekâ;** Teknolojik gelişmeler ile birlikte insanlar ya görevlerinden bir kısmını büyük veri sistemlerine işleyerek günlük yaşamı kolaylaştırmak için çeşitli bilgisayar modelleri geliştirmişlerdir. Bu süreçte yapay zekâ kavramı doğmuştur. En kısa tanımı ile insana has problemleri geliştirilen bilgisayar sistemleri ile analiz etme, ayrıştırma, gruplandırma, çözüm üretme gibi mantıksal işlemlerin gerçekleştirilmesidir. İnsana ait olan özelliklerden akıl yürütme, yorumlama, anlamlandırma yeteneklerinin bilgisayarlara modellenmesidir (Pirim, 2006).

**Mobil İletişim;** İnternetin kullanımı yaygınlaşması ile birlikte mobil iletişim cihazları (cep telefonu, tablet, akıllı saatler bilgisayar) ve sistemleri en büyük devrimlerden birini yaşamıştır. Sabit internet kullanımı mobil cihazlara aktarılmış ve mobil araçlar ile günlük yaşamda kişisel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri, her zaman erişimi mümkün, özelleştirilebilir uygulamalar sunan iletişim ağı

hayatımıza dahil olmuştur. Yer ve zaman sınırlıklarını ortadan kaldıran mobil iletişim cihazları anlık iletişim ağına dahil olma imkânı ile büyük ilgi görmüş ve kullanımı yaygınlaşmıştır. Sağlık, medya, eğitim, ticaret vb. hemen hemen tüm alanlara nüfuz eden mobil teknolojiler mobil iletişim kapsamında değerlendirilebilir (Geyik, 2020).

Akıllı destinasyonlar uygulandığı bölge paydaşları için değer yaratmak anlayışına odaklanır. Akıllı destinasyon uygulanan bölgeler aynı zamanda turistik hizmetlerin kullanılabilirliğini kolaylaştıracak ve turistlere kaliteli bir deneyim sunarak bölge destinasyonun ekonomisini imajını ve marka değerini olumlu yönde etkilemektedir (Boes, vd., 2016). Akıllı destinasyonların nihai hedefi teknoloji, yenilik, ulaşılabilir ve sürdürülebilir argümanlarını etkin kullanarak tüm paydaşların yaşam kalitesini arttırmak ve rekabet ortamında üstünlük elde etmektir (Buhalis & Amaranggana, 2015). Akıllı destinasyon kavramını daha iyi adlandırabilmek için örneklendirmek faydalı olacaktır. Akıllı destinasyona verilebilecek örnekler aşağıda sıralanmaktadır (Yayla & Aydın, 2021).

- Artırılmış Gerçeklik ziyaretçilerin turizm mekanlarının dijital reaksiyonunu deneyimlemesi için geliştirilen uygulamalar.
- Araç takip sistemi ulaşım ağının gerçek zamanlı bilgisini sağlamakta ve son kullanıcı cihazlarıyla paylaşmasını sağlayan uygulamalar.
- Elektronik seyahat rehberi gibi çeşitli hizmetleri sağlayan ve birçok mevcut paket sunan çok dilli bir uygulamalar.
- Turistlerin SMS yoluyla istek ve şikayetlerine karşılık geri dönüş alabildiği uygulamalar.
- Otellerin çevreci enerji politikaları için geliştirdikleri sistemler (atık maddelerden enerji üretimi, atık maddelerden sanatsal sergiler vs.)

Akıllı destinasyonlar bulunduğu bölgeye değer katma ve rekabet gücünü arttırmada önemli ayrıcalıklar sağlamaktadır (Johnson, vd., 2023). Şehirlerin akıllı destinasyonlar ile marka değerinin artırılması markalaşma sürecinde akıllı destinasyon unsurlarından faydalanması yerel ve uluslararası pazarda rakiplerine karşı üstünlük sağlaması bakımından önemlidir (Ivars-Baidal, vd., 2023). Genel akışta değerlendirildiğinde akıllı destinasyonların teknoloji ile harmanlanan aygıtlar olduğunu görmekteyiz. Bu araştırmanın konusunu göz önüne alındığında temel sorunu olan şehir markalaşmasında bu teknoloji temelli aygıtların rolünü ortaya koymak için şehir markalaşması kavramını açıklamak faydalı olacaktır.

### C. ŞEHİR MARKALAŞMASI

Marka bir ürün veya hizmetin benzer rakiplerinden ayrışmasını sağlayan sembol, isim, tasarım, gibi şekilsel unsurlarla birlikte hedef kitlesinin ürün ve hizmetle ilgili değer ve düşüncelerinin bütünü kapsayan kavramdır Destinasyonda marka, bölgedeki ürün ve hizmetler karmasının bölgenin ismi ile markalaşmasını kapsamaktadır (Ceylan, 2015). Şehir markalaşması hedef kitlenin aklında marka stratejilerinden yararlanarak şehri sıradan bir yerden daha cazip ve tercih edilir konuma getirmek için yapılan faaliyetler bütünüdür (Avcılar & Kara, 2015). Bir başka tanımda şehir markalaşmasını “şehre

olumlu bir imaj yaratmak ve diğer şehirlere karşı rekabet avantajı kazanmak için yerel ve uluslararası hedef kitleye yönelik görseller, anlatılar ve etkinlikler eylemi” olarak belirtilmiştir (Kavaratzis, 2004).

Günümüzde pazarlama yelpazesinin genişlemesi ile birlikte yaşam alanlarımız olan şehirlerde içerdikleri ürün, hizmet ve diğer özelliklileri (sağlık, eğitim, kültür, tarih, tatil unsurları) ile hedef kitle için cazip kılınarak pazarlanmaktadır. Bu süreçte şehirler, imajlarını iyileştirerek sürdürülebilir, çevreci, kapsayıcı ve akıllı olarak pazarda bir marka haline gelmek istemektedir. Markalaşma sürecinde yerel yönetimler ve paydaşlar belirledikleri stratejiler üzerinden şehrin öne çıkan özelliklerinin tanıtımını yaparak ziyaretçiler, yatırımcılar, işletmeciler vb. kitleler için rakiplerinden ayrışma ve öne çıkma amacına yönelik faaliyetler gerçekleştirmektedirler (Ma, vd., 2021). Şehir markalama stratejileri, uzun vadede şehri dönüştürmek ve değiştirmek için tasarlanan politika hedeflerden oluşur (Lu, vd., 2022). Şehir markalaşması süreci paydaşların, halkın, yöneticilerin, politikacıların, kamu görevlilerinin kalıcı desteğinin gerekli olduğu ve politik olarak yönlendirilen bir süreçtir (Klijn, vd., 2012). Ürün ve hizmet markalaşma süreci ile benzer özellikler taşısa da şehir markalaşması daha meşakkatli bir süreç gerektirmektedir. Şehir markası, şehrin turizm potansiyel, doğal kaynakları, altyapı ve üstyapıları, birçok somut ve soyut özelliği içermektedir (Avçılar & Kara, 2015). Şehir markası oluşturmak uzun bir süre gerektirmektedir. Güçlü bir şehir arkası oluşturabilmek için doğru stratejileri etkili uygulamak gerekmektedir. Bu süreçte şehir kimliği, imajı, konumlandırması ve marka stratejisi unsurları teker teker değerlendirilmeli ve en uygun şekilde uyarlanmalıdır (Erdem & Işık, 2015).

### 1. Şehir İmajı Oluşturma

Şehir imajı insanların şehir hakkında duygu düşüncelerinin bütünüdür. Hedef kitle zihninde farklı kaynaklardan edindiği bilgiler ve gözlemleri ışığında oluşan algının bütünüdür. Şehir imajını şehrin yapısı, semboller, söylemler, logo, şehirde bulunan teknolojik yapılar vs. etkilemektedir. Olumlu imaj şehri rakiplerinden öne taşıırken yatırımcı, ziyaretçi vb. satın alma davranışını etkiler (şehri tercih etme). Bir şehir ziyaretçiler ve yerel halkı için çizdiği imaj doğrultusunda ekonomik, politik, siyasal ve sosyal avantajlar kazanmaktadır (Erdem & Işık, 2015).

### 2. Şehir Kimliği Oluşturma

Şehir kimliği şehri rakiplerinden farklılaşarak anlam katan ve öne çıkartan unsurdur. Ziyaretçiler zihninde şehir hakkında oluşturulmak istenen algıyı ifade eder. Şehrin logosu, sloganlar, semboller ve şehirle özdeşleşen unsurlardan oluşur. Oluşturulan kimlik şehrin hedef kitle tarafından hatırlanmasını, akılda kalıcılığını ve tercih edilmesini sağlayan tanıtım kartıdır (Erdem & Işık, 2015).

### 3. Şehir Konumlandırması

Şehrin tüm hedef kitlesinin belleğinde barındırdığı özelliklerle bir yere planlı ya da plansız yerleştirilmesini ifade etmektedir. Birçok şehir coğrafi, tarihi, ekonomik, turistik özellikleri ve teknolojik özellikleri ile paydaşlarının zihninde yer etmektedir. Şehirler sahip oldukları markalar sayesinde de konumlanabilmektedirler (Erdem & Işık, 2015).

#### 4. Şehir Markası Strateji

Şehirlerin rekabet üstünlüğü kazanması için ve markalaşması süreci için gerekli olan sürecin planlanması ve uygulanması içermektedir. Şehirlerin markalaşma serüveninde stratejik planlama büyük önem taşımaktadır. Şehir vizyonu, misyonu belirlenmesi, bütçe planlaması, SWOT analizleri, farklılaşma stratejileri, paydaş analizi vb. faktörleri detaylandırılmasını içeren süreçtir. Belirlenecek stratejik planlamalar uzmanlar tarafından birbiri ile uyumlu nitelikte olmalıdır. Her şehir farklıdır ve farklı stratejilerle bu süreci ilerletmektedir (Erdem & Işık, 2015).

Şehirler birçok farklı özelliği ile markalaşmaktadır. Bunlar arasında kültürü, doğası, tarihi vb. özellikler yer alırken son dönemlerde popülerliği artan akıllı destinasyon unsurları da yer almaya başlamıştır. Marka şehir olmak şehrin potansiyelini dışarıya aktarmak ve tanıtmakla ilgilidir. Şehirlerin ürün ve hizmet gibi pazarlandığı günümüzde güçlü bir marka yaratmak şehre ziyaretçi çekmek, rakiplerinden bir adım öne çıkmak ve hem iç çevrede hem dış çevrede şehri önemli bir destinasyon merkezi haline gelmesine katkı sağlamaktadır (Köseoğlu, vd., 2022).

#### D. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

##### 1. Araştırma Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, şehirlerin markalaşma sürecinde akıllı destinasyon uygulamalarının rolünü ortaya koymaktır. Yeni dünya düzeninde artık sadece ürün ve hizmetler değil binalar, bölgeler, insanlar ve şehirlerde birer pazarlama ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Pazarlama alanında yer bulan her şey pazarlanabilmek için bir marka oluşturmak durumundadır. Oluşturulan bu markalar çok çeşitli faktörlerin ön plana çıkartılması ile gerçekleşmektedir. Son yıllarda önemi ve kullanımı oldukça artan akıllı destinasyon uygulamalarının şehirlerin markalaşmasındaki rolünü değerlendirmek araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Elde ettiğimiz veriler literatürde konuya ilişkin yol haritası çizmesi ve bu alanda yapılabilecek çalışmalara öncülük etmesi bakımından önem arz etmektedir.

##### 2. Araştırma Sorusu ve Hipotezler

Hipotez, bir araştırmada henüz test edilmemiş olaylar arasındaki ilişkiye yönelik olası varsayımlardır. Araştırma sorusuna dayanan ve değişkenler arasında kurulan ilişkiye yönelik önermelerdir (Büyüköztürk vd., 2013). Gerçekleştirilen literatür incelemesinde şehir markalaşmasını etkileyen birçok faktörün bulunduğu bilgisi verilmiştir (Erdem & Işık, 2015). 2019 yılında destinasyonlarda bulunan akıllı teknolojilerin (akıllı destinasyonların) turist memnuniyetine etkisi üzerine yapılan araştırmada, ABD'nin beş akıllı şehri belirlenmiş bu şehirlere gelen turistler üzerinden anket tekniği ile akıllı destinasyonların kullanım ve memnuniyetlerine yönelik bilgiler toplanmıştır. Gerçekleştirilen bu araştırmada, turistlerin kullandıkları akıllı teknolojiler şehrin imajına yönelik olumlu bir etkide bulunduğu aynı zamanda turistler tarafından şehri tekrar ziyaret etme sebebi olarak görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmada doğrudan akıllı destinasyonlar ile markalaşmaya yönelik bir ölçümleme bulunmamaktadır. Akıllı destinasyonların şehrin akılda kalıcılığını etkilediği, ziyaretçi sayısını arttırdığını ve olumlu imaj çalışmasında etken rol oynadığı vurgulanmıştır. (Jung & Shin, 2019). Bu araştırmadan yola çıkılarak akıllı destinasyonların şehir markalaşmasında doğrudan bir

etken olup olmadığına ilişkin bir kapı aralanmıştır. Bu çalışma referans alınarak akıllı destinasyonların şehir markalaşmasında rolü var mıdır? sorusu üzerinden araştırmının hipotezleri geliştirilmiştir.

Araştırma sorusuna kapı aralayan çalışma ve araştırmaya uygun olarak belirlenen akıllı destinasyon ve destinasyon markası ölçekleri referans alınarak sorular ve hipotezler ortaya konmuştur.

AS-1. Akıllı destinasyonların şehir markalaşmasında rolü var mıdır?

H1. Şehirlerin markalaşması ile akıllı destinasyon uygulamaları arasında pozitif bir ilişki vardır.

AS-2. Akıllı destinasyon ve şehir markası algıları demografik faktörlere göre farklılık göstermekte midir?

H2. Akıllı destinasyon algısı ve destinasyon marka algısı demografik faktörlere göre değişkenlik göstermektedir.

### 3. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi

Araştırma kapsamı Antalya şehrini 2024 Nisan ayı içerisinde ziyaret eden yerli turistlerden oluşmaktadır. Antalya şehrinin kapsam olarak belirlenmesinde Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından yayınlanan hem marka şehir hem de akıllı şehir listesinde yer alması etkili olmuştur (Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (csb), 2023). Listede yer alan şehirler arasından Antalya şehrinin seçilmesinde şehre gelen ziyaretçi sayısının ve çeşitliliğinin fazla olması, şehrin akıllı destinasyon uygulamaları bakımından zengin olması ve bu durumun araştırma hipotezleri için uygun zemini hazırlaması kriterlerini sağlaması etkin rol oynamıştır. Aynı zamanda araştırma yapılacak olan şehrin, marka şehir ve aynı zamanda akıllı destinasyonları barındıran bir şehir olması test edilecek ilişki bakımından önem arz etmektedir. Hem marka özelliği ve akıllı destinasyonlara ev sahipliği yapması araştırma sorusuna yönelik cevapları bulmakta güvenilir bir kapsam olmasını sağlamıştır.

Araştırma yöntemi olarak nicel araştırma yöntemlerinden olan anket uygulaması yapılmıştır. Anket nicel araştırma yöntemlerinden değişkenlerin ilişkileri hakkında bilgi toplamak için kullandığı bir bilgi toplama aracıdır (Yücedağ, 2019).

### 4. Veri Toplama Aracı

Araştırma kapsamında hazırlanan anket için literatürde yer alan ölçekler değerlendirilmiş ve aralarından araştırmaya uygun olan Shin, Kim ve Jeong, (2023) akıllı destinasyon ölçeği ve Davras (2019) destinasyon marka ölçeğinden yararlanılmıştır. Hazırlanan anket formunda demografik faktörleri içeren 6 madde, akıllı destinasyon faktörleri içeren 18 madde ve destinasyon markası faktörleri içeren 16 madde olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Anket çalışmasında 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Anket formu Erciyes Üniversitesi Beşerî ve Sosyal Bilimler Etik Kurulundan araştırma izni alındıktan sonra Google forms üzerinden hazırlanarak ilgili kişilere yüz yüze ve oluşturulan anket linki ile ulaştırılmıştır. Elde edilen veriler SPSS analiz programı ile analiz edilmiştir.

## 5. Evren ve Örneklem

Araştırma evreni belirlenirken konuyu kavrama ve herhangi bir ebeveyn izni gerektirmediği için 18 yaş üzeri katılımcılar tercih edilmiştir. Çalışmanın zaman kısıtlılıklarından ötürü 2024 Nisan ayı içerisinde Antalya şehrinde bulunan yerli turistlerden üzerinden gerçekleştirilmiştir. Katılımcı sayısı belirlenirken Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004), örneklem büyüklüğü tablosundan yararlanılmıştır. Antalya'ya 2023 yılında gelen toplam ziyaretçi sayısı 15.689.258 kişidir. Toplam ziyaretçilerin içerisinde 928.463 kişi yerli ziyaretçilerden oluşmaktadır (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). Bu bilgiler ışığında verilen tabloda istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç alabilmek için katılımcı sayısı 383 kişi olmalıdır. Araştırma kapsamında ulaşılması gereken katılımcı sayısı 383 olarak belirlenmiştir. Araştırma sürecinde toplam katılımcı sayısı 500 kişi olmuştur. Katılımcılar seçilirken basit (tesadüfi) örneklem yöntemi kullanılmıştır. Basit (tesadüfi) örneklem, katılımcıların her birine eşit olasılıklarda cevap hakkı sunan örnekleme yöntemidir (Kılıç, 2013). Bu yöntemi kullanarak katılımcı çeşitliliğinin fazla olması hedeflenmiştir.

## 6. Verilerin Analizi

Toplanan anket verileri SPSS analiz programına aktarılarak uygun testler yapılmıştır. Demografik faktörlerin test edilmesi ile araştırmanın demografik hipotezi test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi ile ölçek güvenilirlik ve geçerlilikleri test edilmiştir. Çarpıklık ve basıklık testleri ile normal dağılımları test edilmiştir. Regresyon testi ile hipotezler test edilmiştir. Korelasyon testi ile ölçekler arası ilişki analiz edilmiştir.

### E. BULGULAR

#### 1. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistiksel Bulgular

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1 'de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Sosyo-Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Dağılım Tablosu

Değişken	Kategori	f	%	Değişken	Kategori	f	%
Cinsiyet	Kadın	267	53,4	Meslek	Öğrenci	74	14,8
	Erkek	233	46,6		Emekli	43	8,6
Yaş	18-25	74	14,8	Esnaf	57	11,4	
	26-35	165	33	Kamu	66	13,2	
	36-45	174	34,8	Özel sektör	159	31,8	
	46-55	59	11,8	Ev hanımı	90	18	
	56+	28	5,6	Diğer	11	2,2	
Eğitim düzeyleri	İlkokul	7	1,4	Turistik	259	51,8	
	Ortaokul	50	10	Kısa süreli iş	84	16,8	
	Lise	196	39,2	Eğitim	56	11,2	
	Üniversite	204	40,8	Tedavi	59	11,8	
	Yüksek Lisans/Doktora	43	8,6	Diğer	42	8,4	

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların toplam sayısının 500 olduğu görülmektedir.

Cinsiyette en yüksek katılımı %53,42 ile kadınların sağladığını, en yüksek katılımcı yaş grubunun %34,80 ile 36-45 yaş grubunun sağladığını, eğitim düzeyi olarak en yüksek katılımın %40,80 ile üniversite mezunlarının sağladığı, meslekler incelendiğinde en yüksek katılımın %31,80 ile özel sektör çalışanları



tarafından sağlandığı ve Antalya’da bulunma sebeplerine göre bakıldığında en yüksek katılımın %51,80 ile turistik ziyaret amaçlı olduğu görülmektedir. Katılımcıların Antalya’da bulunma sebeplerine göre katılımlarının turistik ziyaret üzerinde yoğun olması araştırma kapsamında istenilen hedef kitleye ulaşıldığını göstermektedir. Doğru ve etkin sonuçlara ulaşabilmek için araştırma evrenine uygun olan katılımcılara ulaşıldığı söylenebilir.

## 2. Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Geçerliliğine İlişkin Bulgular

Anket çalışmalarında ölçek geçerliliği bulgularını değerlendirmek için, uyum iyiliği indekslerine gerek duyulmaktadır.

**Tablo 2.** Destinasyon Marka Ölçeği Uyum İyiliği Değeri

Uyum İndeksi	Elde Edilen Değer	Yorum
KiKare/sd	2,654	İyi uyum= <5
GFI	0,86	İyi uyum =>.90
AGFI	0,873	İyi uyum =>.85
NFI	0,902	Kabul edilebilir uyum=>.95
IFI	0,936	İyi uyum =>.90
CFI	0,936	İyi uyum=>.95
RMSEA	0,07	İyi uyum= <.08

Destinasyon marka ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi ile uyum değerlerine bakılmıştır. Tablo 2’de bu değerler yer almaktadır. Uyum iyiliği bulguları değerlendirilirken yapılan ki-kare testi sonucu 3-5 arası kabul edilir iyi uyum 3’ten küçük olduğu durumlarda 3’den küçük olduğu durumlarda mükemmel uyum olduğu bilinmektedir (Kalaycı, 2008). Tabloda yer alan ki-kare değeri istenilen değerler (2,654) aralığında olduğu görülmektedir. GFI, AGFI, NFI, IFI ve CFI iyi uyum değerini karşılamaktadır. Uyum iyiliği değeri modelin kabul veya reddine yönelik yapılar. Diğer tüm değerlerde istenilen aralığı vermektedir. Verilen tüm değerlerin iyi uyum değerlerini sağladığını ve kabul edilebilir olduğu sonucunu vermektedir.

**Tablo 3.** Akıllı Destinasyon Uyum İyiliği Değeri

Uyum İndeksi	Elde Edilen Değer	Yorum
KiKare/sd	3,927	İyi uyum= <5
GFI	0,908	İyi uyum =>.90
AGFI	0,864	İyi uyum =>.85
NFI	0,951	iyi uyum=>.95
IFI	0,963	iyi uyum =>.90
CFI	0,963	İyi uyum=>.95
RMSEA	0,07	İyi uyum= <.08

Akıllı destinasyon ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi ile uyum değerlerine bakılmıştır. Tablo 3’de bu değerler yer almaktadır. Uyum iyiliği bulguları değerlendirilirken yapılan ki-kare testi sonucu 3-5 arası kabul edilir iyi uyum 3’ten küçük olduğu durumlarda 3’den küçük olduğu durumlarda mükemmel uyum olduğu bilinmektedir (Kalaycı, 2008). Tabloda yer alan ki-kare değeri istenilen değerler (2,654) aralığında olduğu görülmektedir. GFI, AGFI, NFI, IFI ve CFI iyi uyum değerini karşılamaktadır. Uyum iyiliği değeri modelin kabul veya reddine yönelik yapılar. Diğer tüm değerlerde

istenilen aralığı vermektedir. Verilen tüm değerlerin iyi uyum değerlerini sağladığını ve kabuledilebilir olduğu sonucunu vermektedir.

### 3. Ölçek ve Alt Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Bulgular

**Tablo 5.** Ölçek Düzeylerinin Frekans Dağılımı ve Normallik Testi Sonucu

Değişken	Ort.	Min.	Maks.	SS	Çarpıklık	Basıklık
Marka Farkındalık	16,00	5,00	20,00	2,85	-0,600	0,480
Algılanan Kalite	18,68	5,00	25,00	4,51	-0,464	-0,467
Marka İmajı	11,75	3,00	15,00	2,64	-0,888	0,582
Marka Bağlılığı	7,88	2,00	10,00	1,86	-0,957	0,596
Destinasyon Markası	8,18	2,00	10,00	1,85	-1,040	0,764
Marka Ölçek	62,49	24,00	80,00	12,22	-0,578	-0,061
Akıllı Yaşam	16,03	4,00	20,00	3,13	-0,884	0,768
Akıllı Yönetim	16,46	4,00	20,00	2,72	-0,754	0,943
Akıllı Çevre	11,80	3,00	15,00	2,56	-0,849	0,665
Akıllı Destinasyon Deneyimi	16,11	4,00	20,00	3,21	-1,002	1,163
Akıllı Destinasyon Memnuniyeti	13,31	3,00	15,00	2,05	-1,117	1,454
Akıllı Destinasyon Ölçek	73,71	20,00	90,00	11,68	-0,761	0,820

Tablo 5 incelendiğinde normal dağılım durumları test edilirken çarpıklık ve basıklık katsayılarından yararlanılmıştır. Tabachnik ve Fidell (2013)' e göre skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri-1.50 ile +1,50 arasında ise normal dağılım olduğu kabul edilir. Buna istinaden marka ve akıllı destinasyon ölçekleri ile alt boyut düzeylerinin normal dağılımdan geldiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Toplam marka ölçek düzeylerinin 24-80 değerleri arasında 62,49 ortalama ile dağıldığı görülmektedir. Akıllı destinasyon ölçek düzeyinin 20-90 arasında 73,71 ortalama ile dağıldığı görülmektedir. Bu sonuçlar ilişki ve fark testleri yapılırken parametrik tekniklerin uygulanması gerektiğini göstermektedir.

### 4. Demografik faktörlere ilişkin analizler

**Tablo 6.** Ölçek Düzeylerinin Cinsiyetle Farklılaşması

Değişken	Cinsiyet				T testi	
	Kadın	Erkek	Erkek	Erkek		
Marka Farkındalık	16,24	2,78	15,72	2,92	2,018	0,044*
Algılanan Kalite	19,15	4,21	18,14	4,78	2,505	0,013*
Marka İmajı	11,98	2,49	11,50	2,79	2,032	0,043*
Marka Bağlılığı	8,01	1,76	7,73	1,95	1,684	0,093
Destinasyon Markası	8,25	1,84	8,09	1,86	0,969	0,333
Marka Ölçek	63,63	11,75	61,18	12,63	2,248	0,025*
Akıllı Yaşam	16,01	3,16	16,05	3,12	-0,141	0,888
Akıllı Yönetim	16,66	2,74	16,24	2,69	1,754	0,08
Akıllı Çevre	11,91	2,56	11,67	2,57	1,082	0,28
Akıllı Destinasyon Deneyimi	16,20	3,26	16,02	3,15	0,63	0,529
Akıllı Destinasyon Memnuniyeti	13,35	2,06	13,26	2,04	0,494	0,621
Akıllı Destinasyon Ölçek	74,13	11,91	73,22	11,42	0,867	0,386

\*p<0,05; t=Bağımsız Örneklem t testi

Tablo 6 incelendiğinde, cinsiyete göre farklılaşmayı ölçülemek için T testinden yararlanılmıştır. Marka farkındalık, algılanan kalite ve marka imajı alt boyut puanları ile marka ölçeği toplam puanının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir. Marka şehir algısı kapsamında bu tablo kadınların toplam puanın erkeklerden daha fazla olduğu sonucunu vermektedir. Erkeklerin kadınlara

göre şehir markası algısı daha düşük olduğu sonucu elde edilmiştir. Akıllı destinasyon algısına bakıldığında kadın ve erkek arasında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir.

**Tablo 7.** Marka Ölçek Düzeylerinin Yaş Gruplarına Göre Farklılaşması

Değişken	Yaş		ANOVA			
	Kategori	Ort.	SS	F	p	Fark
Marka Farkındalık	18-25 <sup>(1)</sup>	15,93	2,91	1,093	0,359	-
	26-35 <sup>(2)</sup>	15,99	2,85			
	36-45 <sup>(3)</sup>	15,82	2,79			
	46-55 <sup>(4)</sup>	16,69	2,81			
	56+ <sup>(5)</sup>	15,82	3,21			
Algılanan Kalite	18-25 <sup>(1)</sup>	18,15	5,33	2,646	0,033*	3<4
	26-35 <sup>(2)</sup>	18,98	4,10			
	36-45 <sup>(3)</sup>	18,16	4,52			
	46-55 <sup>(4)</sup>	20,15	3,86			
	56+ <sup>(5)</sup>	18,43	5,13			
Marka İmajı	18-25 <sup>(1)</sup>	11,45	3,06	1,989	0,095	-
	26-35 <sup>(2)</sup>	11,94	2,44			
	36-45 <sup>(3)</sup>	11,54	2,66			
	46-55 <sup>(4)</sup>	12,46	2,15			
	56+ <sup>(5)</sup>	11,32	3,20			
Marka Bağlılığı	18-25 <sup>(1)</sup>	7,66	2,05	1,781	0,131	-
	26-35 <sup>(2)</sup>	7,97	1,73			
	36-45 <sup>(3)</sup>	7,75	1,90			
	46-55 <sup>(4)</sup>	8,39	1,49			
	56+ <sup>(5)</sup>	7,68	2,33			
Destinasyon Markası	18-25 <sup>(1)</sup>	7,92	2,01	1,282	0,276	-
	26-35 <sup>(2)</sup>	8,22	1,76			
	36-45 <sup>(3)</sup>	8,22	1,95			
	46-55 <sup>(4)</sup>	8,49	1,33			
	56+ <sup>(5)</sup>	7,71	2,07			
Marka Ölçek	18-25 <sup>(1)</sup>	61,11	14,16	2,111	0,078	-
	26-35 <sup>(2)</sup>	63,10	11,43			
	36-45 <sup>(3)</sup>	61,49	12,13			
	46-55 <sup>(4)</sup>	66,19	10,43			
	56+ <sup>(5)</sup>	60,96	14,16			

\*p<0,05; F=ANOVA Testi, Fark=Tukey Testi

Tablo 7 incelendiğinde sadece algılanan kalite alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Marka Ölçeği toplam puanları da yaş gruplarına göre anlamlı farklılık oluşturmamaktadır.

**Tablo 8.** Akıllı Destinasyon Ölçek Düzeylerinin Yaş Gruplarıyla Farklılaşması

Değişken	Yaş		ANOVA			
	Kategori	Ort.	SS	F	p	Fark
Akıllı Yaşam	18-25 <sup>(1)</sup>	16,74	3,02	3,643	0,006*	1>3
	26-35 <sup>(2)</sup>	16,27	2,83			
	36-45 <sup>(3)</sup>	15,36	3,37			
	46-55 <sup>(4)</sup>	16,51	3,01			
	56+ <sup>(5)</sup>	15,86	3,35			
Akıllı Yönetim	18-25 <sup>(1)</sup>	16,95	2,66	2,909	0,021*	3<4
	26-35 <sup>(2)</sup>	16,56	2,54			
	36-45 <sup>(3)</sup>	15,95	2,81			
	46-55 <sup>(4)</sup>	17,03	2,71			
	56+ <sup>(5)</sup>	16,61	3,01			
Akıllı Çevre	18-25 <sup>(1)</sup>	12,43	2,30	4,494	0,001*	3<1,3<2
	26-35 <sup>(2)</sup>	12,12	2,26			

	36-45 <sup>(3)</sup>	11,24	2,74			
	46-55 <sup>(4)</sup>	12,03	2,63			
	56+ <sup>(5)</sup>	11,18	3,02			
	18-25 <sup>(1)</sup>	16,76	3,20			
	26-35 <sup>(2)</sup>	16,49	2,90			
Akıllı Destinasyon Deneyimi	36-45 <sup>(3)</sup>	15,32	3,49	4,303	0,002*	3<1,3<2
	46-55 <sup>(4)</sup>	16,47	2,94			
	56+ <sup>(5)</sup>	16,36	2,87			
	18-25 <sup>(1)</sup>	13,26	2,03			
	26-35 <sup>(2)</sup>	13,44	1,93			
Akıllı Destinasyon Memnuniyeti	36-45 <sup>(3)</sup>	13,19	2,26	0,538	0,708	-
	46-55 <sup>(4)</sup>	13,47	1,80			
	56+ <sup>(5)</sup>	13,04	1,91			
	18-25 <sup>(1)</sup>	76,14	11,44			
	26-35 <sup>(2)</sup>	74,88	10,67			
Akıllı Destinasyon Ölçek	36-45 <sup>(3)</sup>	71,06	12,37	3,923	0,004*	3<1,3<2
	46-55 <sup>(4)</sup>	75,53	11,37			
	56+ <sup>(5)</sup>	73,04	11,81			

\*p<0,05; F=ANOVA Testi, Fark=Tukey Testi

Tablo 8 incelendiğinde yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek maksadıyla yapılan çoklu karşılaştırma (Tukey) testine göre akıllı destinasyon memnuniyeti dışında kalan faktörlerde yaşa göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

**Tablo 9.** Marka Ölçek Düzeylerinin Eğitim Düzeylerine Göre Farklılaşması

Değişken	Eğitim Düzeyi			Anova		
	Kategori	Ort.	SS	F	p	Fark
Marka Farkındalık	İlkokul <sup>(1)</sup>	17,14	3,08	1,271	0,28	-
	Ortaokul <sup>(2)</sup>	16,50	2,68			
	Lise <sup>(3)</sup>	15,92	2,71			
	Üniversite <sup>(4)</sup>	16,04	2,84			
	Lisansüstü <sup>(5)</sup>	15,35	3,62			
Algılanan kalite	İlkokul <sup>(1)</sup>	21,71	3,45	4,126	0,003*	2>5
	Ortaokul <sup>(2)</sup>	20,32	3,83			
	Lise <sup>(3)</sup>	18,49	4,24			
	Üniversite <sup>(4)</sup>	18,71	4,71			
	Lisansüstü <sup>(5)</sup>	17,00	4,97			
Marka İmajı	İlkokul <sup>(1)</sup>	13,14	1,46	3,616	0,006*	5<2, 5<3, 5<4
	Ortaokul <sup>(2)</sup>	12,36	2,15			
	Lise <sup>(3)</sup>	11,77	2,51			
	Üniversite <sup>(4)</sup>	11,81	2,59			
	Lisansüstü <sup>(5)</sup>	10,51	3,63			
Marka Bağlılığı	İlkokul <sup>(1)</sup>	8,57	1,13	4,106	0,003*	5<2, 5<3, 5<4
	Ortaokul <sup>(2)</sup>	8,34	1,48			
	Lise <sup>(3)</sup>	7,93	1,73			
	Üniversite <sup>(4)</sup>	7,90	1,86			
	Lisansüstü <sup>(5)</sup>	6,91	2,49			
Destinasyon Markası	İlkokul <sup>(1)</sup>	8,57	1,62	3,82	0,005*	5<2, 5<3, 5<4
	Ortaokul <sup>(2)</sup>	8,34	1,47			
	Lise <sup>(3)</sup>	8,32	1,82			
	Üniversite <sup>(4)</sup>	8,21	1,80			
	Lisansüstü <sup>(5)</sup>	7,16	2,34			
Marka Ölçek	İlkokul <sup>(1)</sup>	69,14	9,77	3,791	0,005*	5<2, 5<4
	Ortaokul <sup>(2)</sup>	65,86	10,49			
	Lise <sup>(3)</sup>	62,43	11,39			
	Üniversite <sup>(4)</sup>	62,67	12,33			
	Lisansüstü <sup>(5)</sup>	56,93	15,52			

\*p<0,05; F=ANOVA Testi, Fark=Tukey Testi

Tablo 9 incelendiğinde eğitim grupları arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma (Tukey) testine göre marka farkındalık faktörü dışındaki tüm faktörlerde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

**Tablo 10.** Akıllı Destinasyon Ölçek Düzeylerinin Eğitim Düzeylerinin Farklılaşması

Değişken	Eğitim Düzeyi	Kategori	Ort.	SS	ANOVA		Fark
					F	p	
Akıllı yaşam		İlkokul <sup>(1)</sup>	17,57	2,07	2,308	0,057	-
		Ortaokul <sup>(2)</sup>	16,98	2,17			
		Lise <sup>(3)</sup>	15,66	3,26			
		Üniversite <sup>(4)</sup>	16,11	3,17			
		Lisansüstü <sup>(5)</sup>	15,93	3,25			
Akıllı Yönetim		İlkokul <sup>(1)</sup>	18,14	2,04	3,186	0,013*	3<4
		Ortaokul <sup>(2)</sup>	17,02	2,65			
		Lise <sup>(3)</sup>	15,99	2,75			
		Üniversite <sup>(4)</sup>	16,72	2,66			
		Lisansüstü <sup>(5)</sup>	16,49	2,78			
Akıllı Çevre		İlkokul <sup>(1)</sup>	13,57	1,62	2,681	0,031*	3<2
		Ortaokul <sup>(2)</sup>	12,56	2,06			
		Lise <sup>(3)</sup>	11,56	2,53			
		Üniversite <sup>(4)</sup>	11,86	2,67			
		Lisansüstü <sup>(5)</sup>	11,42	2,61			
Akıllı destinasyon deneyimi		İlkokul <sup>(1)</sup>	18,14	1,77	2,593	0,036*	3<4
		Ortaokul <sup>(2)</sup>	17,02	2,30			
		Lise <sup>(3)</sup>	15,90	3,18			
		Üniversite <sup>(4)</sup>	16,19	3,30			
		Lisansüstü <sup>(5)</sup>	15,35	3,71			
Akıllı Destinasyon Memnuniyeti		İlkokul <sup>(1)</sup>	14,00	1,29	0,731	0,571	-
		Ortaokul <sup>(2)</sup>	13,34	1,83			
		Lise <sup>(3)</sup>	13,18	2,16			
		Üniversite <sup>(4)</sup>	13,44	2,00			
		Lisansüstü <sup>(5)</sup>	13,09	2,09			
Akıllı Destinasyon Ölçek		İlkokul <sup>(1)</sup>	81,43	8,04	2,778	0,026*	3<2
		Ortaokul <sup>(2)</sup>	76,92	9,35			
		Lise <sup>(3)</sup>	72,29	11,70			
		Üniversite <sup>(4)</sup>	74,32	11,97			
		Lisansüstü <sup>(5)</sup>	72,28	12,09			

\*p<0,05; F=ANOVA Testi, Fark=Tukey Testi

Tablo 10 incelendiğinde eğitim grupları arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma (Tukey) testine göre akıllı yaşam ve akıllı destinasyon deneyimi dışındaki faktörlerde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

**Tablo 11.** Marka Ölçek Düzeylerinin Mesleklere Göre Farklaşması

Değişken	Meslek		ANOVA			
	Kategori	Ort.	SS	F	p	Fark
Marka Farkındalık	Öğrenci <sup>(1)</sup>	15,92	2,88	3,039	0,006*	3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	15,33	3,32			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	14,95	2,85			
	Kamu <sup>(4)</sup>	16,08	2,88			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	16,07	2,73			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	16,81	2,66			
	Diğer <sup>(7)</sup>	16,36	2,06			
Algılanan Kalite	Öğrenci <sup>(1)</sup>	18,34	5,02	5,09	0,001*	3<5,3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	17,84	4,61			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	16,42	4,72			
	Kamu <sup>(4)</sup>	18,68	4,60			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	18,90	4,24			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	20,36	3,77			
	Diğer <sup>(7)</sup>	19,09	3,30			
Marka İmajı	Öğrenci <sup>(1)</sup>	11,69	2,84	4,455	0,001*	3<5,3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	10,95	3,00			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	10,54	3,02			
	Kamu <sup>(4)</sup>	11,58	2,52			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	12,12	2,42			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	12,46	2,21			
	Diğer <sup>(7)</sup>	11,64	2,42			
Marka Bağlılığı	Öğrenci <sup>(1)</sup>	7,73	2,04	4,626	0,001*	3<5,3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	7,42	2,07			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	6,96	2,24			
	Kamu <sup>(4)</sup>	7,82	1,86			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	8,17	1,62			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	8,34	1,51			
	Diğer <sup>(7)</sup>	7,82	1,60			
Destinasyon Markası	Öğrenci <sup>(1)</sup>	8,00	1,99	3,721	0,001*	3<5,3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	7,63	2,00			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	7,49	2,38			
	Kamu <sup>(4)</sup>	8,09	1,71			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	8,48	1,58			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	8,59	1,63			
	Diğer <sup>(7)</sup>	7,91	1,81			
Marka Ölçek	Öğrenci <sup>(1)</sup>	61,68	13,40	5,163	0,001*	3<5,3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	59,16	13,33			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	56,37	13,37			
	Kamu <sup>(4)</sup>	62,24	11,81			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	63,74	11,06			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	66,56	10,72			
	Diğer <sup>(7)</sup>	62,82	9,50			

\*p&lt;0,05; F=ANOVA Testi, Fark=Tukey Testi

**Tablo 12.** Akıllı Destinasyon Ölçek Düzeylerinin Mesleklere Göre Farklılaşması

Değişken	Meslek			ANOVA		
	Kategori	Ort.	SS	F	p	Fark
Akıllı Yaşam	Öğrenci <sup>(1)</sup>	16,92	2,71	2,613	0,017*	3<5,3<6
	Emekli <sup>(2)</sup>	15,33	3,84			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	14,95	4,03			
	Kamu <sup>(4)</sup>	15,92	2,42			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	16,14	2,93			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	16,16	3,12			
	Diğer <sup>(7)</sup>	16,18	2,86			
Akıllı Yönetim	Öğrenci <sup>(1)</sup>	16,99	2,60	1,189	0,311	-
	Emekli <sup>(2)</sup>	16,58	2,97			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	15,75	2,95			
	Kamu <sup>(4)</sup>	16,58	2,18			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	16,36	2,71			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	16,49	2,94			
	Diğer <sup>(7)</sup>	16,73	2,33			
Akıllı Çevre	Öğrenci <sup>(1)</sup>	12,64	2,12	4,153	0,001*	3<5,3<6,3<1
	Emekli <sup>(2)</sup>	11,19	3,19			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	10,58	3,08			
	Kamu <sup>(4)</sup>	11,79	2,19			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	11,92	2,35			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	11,97	2,61			
	Diğer <sup>(7)</sup>	11,73	2,00			
Akıllı destinasyon deneyimi	Öğrenci <sup>(1)</sup>	17,04	2,89	1,976	0,067	-
	Emekli <sup>(2)</sup>	15,53	3,62			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	15,28	3,97			
	Kamu <sup>(4)</sup>	15,95	2,80			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	16,13	3,00			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	16,23	3,34			
	Diğer <sup>(7)</sup>	16,18	2,09			
Akıllı Destinasyon Memnuniyeti	Öğrenci <sup>(1)</sup>	13,45	1,71	0,692	0,656	-
	Emekli <sup>(2)</sup>	12,79	2,49			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	13,12	2,78			
	Kamu <sup>(4)</sup>	13,41	1,68			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	13,42	1,83			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	13,28	2,16			
	Diğer <sup>(7)</sup>	13,36	1,91			
Akıllı Destinasyon Ölçek	Öğrenci <sup>(1)</sup>	77,03	10,27	2,478	0,023*	3<5,3<6,3<1
	Emekli <sup>(2)</sup>	71,42	13,96			
	Esnaf <sup>(3)</sup>	69,68	13,80			
	Kamu <sup>(4)</sup>	73,65	9,21			
	Özel Sektör <sup>(5)</sup>	73,98	10,95			
	Ev Hanımı <sup>(6)</sup>	74,12	12,66			
	Diğer <sup>(7)</sup>	74,18	9,10			

\*p&lt;0,05; F=ANOVA Testi, Fark=Tukey Testi

Tablo 11 incelendiğinde meslek grupları arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma (Tukey) testine göre marka ölçeği faktörleri tüm meslek gruplarına göre anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir.

Tablo 12 incelendiğinde meslek grupları arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma (Tukey) testine göre akıllı destinasyon ölçeği faktörlerinden akıllı yönetim, akıllı destinasyon deneyimi ve akıllı destinasyon memnuniyeti faktörlerinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bunun dışında kalan faktörlerde anlamlı bir farklılık görülmektedir.

Demografik faktörlere yönelik yapılan analizler ve sonuçları neticesinde hem şehir markası hem de akıllı destinasyonları algılama yönünden bir farklılık olduğu sonucu elde edilmektedir. Akıllı destinasyon ve destinasyon yani şehir markası ilişkisi demografik (meslek, yaş, cinsiyet, eğitim durumu)

faktörlere göre bir değişkenlik göstermektedir. Bu sonuç ile destinasyon marka algısı ve akıllı destinasyon algısı demografik faktörlere göre değişkenlik göstermektedir hipotezi kabul edilmiştir.

## 5. Ölçek ve Alt Boyutları Arasındaki İlişki Düzeyleri

**Tablo 13.** Ölçekler Arası İlişki

		Akıllı Yaşam	Akıllı Yönetim	Akıllı Çevre	Akıllı destinasyon deneyimi	Akıllı Destinasyon Memnuniyeti	Akıllı Destinasyon Ölçek
Marka Farkındalık	r	,494**	,494**	,493**	,449**	,270**	,526**
	p	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
	N	500	500	500	500	500	500
Algılanan Kalite	r	,564**	,472**	,584**	,529**	,182**	,567**
	p	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
	N	500	500	500	500	500	500
Marka İmajı	r	,591**	,407**	,586**	,530**	,204**	,563**
	p	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
	N	500	500	500	500	500	500
Marka Bağlılığı	r	,533**	,345**	,523**	,509**	,191**	,511**
	p	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
	N	500	500	500	500	500	500
Destinasyon Markası	r	,494**	,296**	,484**	,453**	,216**	,470**
	p	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
	N	500	500	500	500	500	500
Marka Ölçek	r	,607**	,475**	,610**	,561**	,236**	,603**
	p	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
	N	500	500	500	500	500	500

\*p<0,05; \*\*Korelasyon Katsayısı

Tablo 13 incelendiğinde ölçekler arası ilişki analiz edilmiştir. Yapılan analizde korelasyon katsayısı (p<0,05) üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Akıllı yaşam düzeyleri arttıkça marka ölçeği ve alt boyut düzeyleri de artmaktadır.

Akıllı yönetim düzeyleri arttıkça marka ölçeği ve alt boyut düzeyleri de artmaktadır.

Akıllı çevre düzeyleri arttıkça marka ölçeği ve alt boyut düzeyleri de artmaktadır.

Akıllı destinasyon deneyimi düzeyleri arttıkça marka ölçeği ve alt boyut düzeyleri de artmaktadır.

Akıllı destinasyon memnuniyet düzeyleri arttıkça marka ölçeği ve alt boyut düzeyleri de artmaktadır.

Akıllı destinasyon ölçek düzeyleri arttıkça marka ölçeği ve alt boyut düzeyleri de artmaktadır.

Bu veriler analiz edilirken akıllı destinasyona ve destinasyon markasına ait sorular akıllı yaşam, akıllı yönetim, marka farkındalık, marka imajı vb. şekilde alt boyutları ile ifade edilmiştir. Bu gruplandırma dikkate alınarak tablo 14 verileri korelasyon katsayısı üzerinden incelendiğinde akıllı destinasyon ve destinasyon markası ölçeği yani şehir markası ve akıllı destinasyonlara ilişkin ifadelerin birbiri ile pozitif yönlü bir ilişki içerisinde olduğu sonucunu vermektedir. Bu sonuç araştırmanın hipotezlerinden biri olan akıllı destinasyon ve şehir markası arasında pozitif ilişki vardır hipotezinin kabul edilmesini sağlamaktadır.



## 6. Katılımcıların Akıllı Destinasyon Uygulamaları ve alt boyutlarının Marka algısı Düzeylerine Etkisi

**Tablo 14.** Katılımcıların Marka Algıları Üzerine Etki Eden Faktörlere Yönelik Regresyon Analizi

Değişken	B	Std. hata <sub>B</sub>	β (Beta)	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	22,455	3,060		7,338	0,001*		
Akıllı destinasyon ölçeği	0,124	0,120	0,119	1,03	0,302	0,93	9,998
Akıllı Yaşam	0,874	0,436	0,224	2,006	0,045*	0,98	8,89
Akıllı çevre	1,429	0,421	0,300	3,395	0,01*	0,25	6,353
R=0,625	R <sup>2</sup> =0,391	F(3,496)=106,05,50, p=0,000, *p<0.01					

Bağımlı değişken: Marka ölçeği (Çoklu doğrusal regresyon analizi)

Tablo 14 incelendiğinde çalışmada katılımcıların marka algısı üzerine akıllı destinasyon uygulamaları ve alt boyutlarının etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Modelde akıllı destinasyon uygulamaları ölçeği ve alt boyutları bağımsız değişkenler olarak belirlenmiştir. Bağımsız değişkenler ile kurulan çoklu regresyon analizinde modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür, F (3,496) =106,05, p=0,000, p<0.01. Çalışmaya dahil edilen bağımsız değişkenler katılımcıların marka algısı seviyelerindeki değişimlerin %39'unu açıklamaktadır.

Başlangıçta bağımsız değişken olarak tespit edilen akıllı yönetim, akıllı şehir ve akıllı destinasyon memnuniyeti alt boyutları arasında çoklu bağlantılılık sorunu olduğu için analizden çıkartılmışlardır. Çoklu bağlantılılık sorununun tespiti için değişkenlerin Tolerance ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerance değeri 0,20 küçük olanlar ve VIF değeri 10 büyük olanlar analizden çıkartılmıştır (Büyüköztürk, 2011).

Standardize edilmiş regresyon katsayısına ( $\beta$ ) göre, bağımsız değişkenlerden akıllı destinasyon ölçeğinin etkisinin anlamlı olmadığı ( $p>0,05$ ), akıllı ulaşım ve akıllı çevre alt boyutlarının etkisinin ise anlamlı olduğu ve bağımlı değişkeni pozitif yönde etkilediği görülmüştür ( $p<0,05$ ). Bu modele göre, katılımcıların, akıllı yaşam ve akıllı çevre puanları arttıkça katılımcıların marka algısı seviyelerinin artacağı öngörülmektedir.

Modeldeki tüm değerler sabit tutulduğunda akıllı yaşam bir puan artışın, katılımcıların marka algı puanlarını 0,874 kat artıracığı, akıllı çevre puanlarındaki bir puan artışın ise marka algı puanlarını 1,429 kat artıracığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın temel sorusu olan akıllı destinasyon uygulamalarının şehir markalaşması üzerinde rolü vardır mıdır? sorusunun cevabı pozitif rolü vardır olarak yanıt bulunmuştur.

### Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma akıllı destinasyon uygulamalarının şehirlerin markalaşması üzerindeki rolünü ölçümlemek için yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle, araştırmada şehirlerin markalaşmasında akıllı destinasyonların rolünün olup olmadığını ortaya koyarak çalışmanın hipotezleri desteklemek amaçlanmıştır. Konuya ilişkin literatür değerlendirildiğinde akıllı destinasyonun, turistik bir bölgenin yenilikçi, erişilebilir, sürdürülebilir bir takım teknolojik alt yapı ve üst yapılarla donatılması sonucunda ortaya çıksan herkes tarafından ulaşılabilir bölgeler olduğu

belirtilmektedir (Lopez de Avila, 2015). Şehirlerin markalaşma süreci incelendiğinde çeşitli etmenlerden söz edilmiştir. Bu etmenler şehri sıradan bir yer olmaktan çıkarıp ziyaretçiler için cazip ve tercih edilebilir konuma getiren sanatsal, tarihi, ekonomik, teknolojik faaliyetlerin bütünü olarak ifade edilmiştir (Avcılar & Kara, 2015). Şehri sıradan bir yer olmaktan ayırıştıran ve rakiplerinden öne çıkmasını sağlayan bu etmeler içerisinde akıllı destinasyonlarında rol oynadığı yapılan bu araştırma verileri ışığında ortaya konmuştur. Yapmış olduğumuz literatür taramasında akıllı destinasyonlara ilişkin akıllı şehirlerin temelini oluşturduğu ve bu akıllı şehirlerin tercih edilir birer destinasyon bölgesi olduğu belirtilmiştir (Erdem, 2022). Buhalis ve Amaranggana (2014) çalışmalarında akıllı destinasyonların şehirlerin turizm faaliyetlerine katkı sağladığını ve akıllı destinasyonlar ile rakiplerinden farklılaştığını ortaya koymuştur. Bu veriler akıllı destinasyonların şehirler üzerinde pozitif bir etki sağladığını belirtmektedirler. Ancak bu araştırmanın sorusuna cevap vermemektedirler. Bu çalışma literatürdeki akıllı destinasyonların şehir markalaşması üzerindeki rolüne ilişkin oluşan boşluğu doldurma çabası ile önem kazanmaktadır. Araştırma kapsamında belirlenen anket yöntemi ile akıllı destinasyonlar ve şehir markalaşması üzerine Antalya şehrinde bulunan ziyaretçilerin görüşleri toplanmıştır. Verilerden sağlıklı sonuçlara ulaşılması için öncelikle belirlenen ölçeklerin uyum iyiliği değerine bakılmıştır. Yapılan uyum iyiliği testi sonucunda hem akıllı destinasyon ölçeğinin hem destinasyon markası ölçeğinin ki-kare testi ile kabul edilebilir değer olan  $p>0,05$  değerini destekleyerek model ile iyi uyum sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir sonraki aşamada betimsel istatistik bilgileri analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda katılımcıların demografik özellikleri, katılımcı sayısının istenilen büyüklükte olup olmadığına bakılmıştır. Toplamda 500 kişinin katıldığı araştırmada istenilen sayının 383 olması ile yeterli katılımcıdan veri toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu katılımcıların %53,42 kadın %46,6 ile erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Daha sonra katılımcıların Antalya şehrinde bulunma sebeplerine göre katılımına bakılmıştır. Veriler %51,80 ile turistik ziyaret amacıyla bulunanların çoğunluğu oluşturduğu sonucunu vermiştir. Bu sonuç araştırmada belirlenen Antalya şehrine ziyaret için gelen yerli turist kriterini karşılaması bakımından önemlidir. İstenilen hedef kitleye ulaşıldığı sonucunu vermektedir. Bir sonraki aşamada toplanan veriler demografik özelliklere göre ayrıştırmak için test edilmiştir. Bu testin amacı çalışmanın hipotezlerinden olan akıllı destinasyon ve şehir markalaşması ilişkisi demografik faktörlere göre değişiklik gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Analizler gruplar arasında farklılaşmayı belirleyen çoklu karşılaştırma Tukey testi ile yapılmıştır. Kabul edilen değer  $p<0,05$  değerinin göz önüne alındığı analizler katılımcıların demografik özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek) anlamlı bir farklılık oluşturduğu sonucunu vermiştir.

Bu sonuca dayanarak;

H2. Akıllı destinasyon algısı ve destinasyon marka algısı demografik faktörlere göre değişkenlik göstermektedir hipotezi kabul edilmiştir.

Bir sonraki aşamada araştırma sorunlarına ve hipotezlerine yanıt bulmak amacı ile regresyon ve korelasyon testleri uygulanmıştır. İki ilişki arasındaki doğrusal yönde ilişkiyi test etmek için kullanılan korelasyon analizi için ölçek alt boyutları kullanılmış yapılan test sonucunda akıllı destinasyon ve destinasyon markası arasında bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Bu test sonucunda akıllı destinasyon alt boyutları ve destinasyon markası alt boyutları ilişkisi ele alınmıştır. Korelasyon katsayısı ( $p<0,05$ )

üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Bu değer göz ününe alındığında akıllı destinasyon alt boyutları artış gösterdikçe marka ölçeği düzeylerinin de artış gösterdiği görülmektedir. Daha sonra temel soru ve hipotez olan akıllı destinasyonların şehir markalaşmasında rolü var mıdır? sorusunun cevabına ulaşılmak istenmiştir. İki değişken arasındaki ilişkiyi ölçmek için regresyon analizine başvurulmuştur (Büyüköztürk, 2011). Yapılan regresyon analizinde marka ölçeği sabit değer, akıllı destinasyon ölçeği alt boyutları değişken değer olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgulardan ( $F(3,496) = 106,05$ ,  $p = 0,000$ ,  $p < 0,01$ ) akıllı destinasyon ve şehir markalaşması arasında pozitif bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler akıllı destinasyon ve destinasyon markası arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucunu elde etmemizi sağlamaktadır.

Bu sonuca dayanarak;

H1. Şehirlerin markalaşması ile akıllı destinasyon uygulamaları arasında pozitif bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

Markalaşmanın kişilerin zihninde ayırt edici bir unsur olarak görülmesi ve rekabet ortamında önemli avantajlar sağladığı belirtilmiştir (Ma, vd., 2021). Şehirlerin markalaşma sürecinde de teknolojik uygulamalar bu sürece katkı sağlamaktadır aynı zamanda rakiplerinden farklılaşmak ve bilinirliğin artırılması içinde önemli olduğu bilgisine literatürde yer verilmiştir (Hacıoğlu & İlban, 2008). Araştırma verileri ile yapılan korelasyon analizi akıllı destinasyon ve destinasyon (şehir) markası arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucunu vermiştir. Bu sonuç akıllı destinasyonları şehirler için teknolojik temelli birer çekicilik faktörü olarak değerlendirdiğimizde literatürdeki ilgileri desteklemektedir. Araştırma sonucunda Antalya şehri akıllı destinasyon uygulamaları için çekicilik unsuru olarak değerlendirildiğinde marka şehir olmasına katkı sağlayacağı ortaya konmuştur. Bu sonuç literatürde akıllı destinasyon ve şehir markalaşması arasındaki ilişkiye dair boşluğun giderilmesine katkı sağlayacak bilgiler ortaya koymaktadır.

Antalya şehri özelinde yapılan araştırmamızda şehirde uygulanan akıllı destinasyon çalışmaları farklı amaçlar için gelen ziyaretçiler tarafından akılda kaldığını söylemek mümkündür. Markalaşmanın temeli olan hedef kitlenin zihninde yer etme akılda kalıcılığı sağlama ilkesiyle çalışmamızdan elde edilen veri birbirini destekler niteliktedir. Antalya şehrinde uygulanan akıllı destinasyon çalışmalarının ziyaretçilerin aklında olumlu imaj çizdiğini söylemek elde ettiğimiz anket sonuçları ile mümkündür. Buradan hareketle akıllı destinasyon uygulamaları şehre gelen ziyaretçiler için önem taşımakta ziyaretlerin tekrarlanmasında rol oynamakta, ziyaret sonrası değerlendirmelerinde şehri tavsiye etmelerine katkıda bulunmakta, sonraki ziyaretlerini planlarken akıllı destinasyon uygulamalarının varlığı tercihlerini olumlu yönde etkilemektedir değerlendirmesi yapılabilmektedir. Antalya'da gerçekleştirilen anketin sonuçlarından ziyaretçilerin akıllı destinasyonların olumlu izlenim ve imaj verdiği konusunda hemfikir olduğunu söylemek mümkündür. Antalya özelinde yapılan araştırmamız sonucunda çalışmada belirlediğimiz temel sorumuza cevabı olarak Antalya şehrinin akıllı destinasyon uygulamalarının markalaşmasında olumlu rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

## Öneriler

Antalya özelinde yapılan bu çalışmada bütçe, zaman, erişim kısıtlılıkları bulunmaktadır. Bu kısıtlılıklar giderilerek şehirlerin markalaşma sürecinde akıllı destinasyonların rolü ölçümlenebilir. Belirlemiş olduğumuz hedef kitle zaman ve maliyet açısından sınırlılıklarımız çerçevesinde yerli turist ile sınırlı tutulmuştur. Daha büyük örneklem grupları belirlenerek yabancı turistlerin markalaşmada akıllı destinasyon bakış açıları ölçülebilir. Şehir yöneticilerinin markalaşma sürecinde akıllı destinasyon uygulamalarına verdiği önem üzerinden bir araştırma gerçekleştirilebilir. Araştırmacılar için markalaşma sürecinde şehrin öne çıkartılan özelliklerinin arasında akıllı destinasyon uygulamalarının bulunmasındaki önemi belirten başka kapı aralanabilir.

Araştırmada kullanılan regresyon, korelasyon ve t testi gibi analizler ile şehirlerin markalaşması ve akıllı destinasyon ilişkisi olduğu sonucunu vermiştir. Veriler demografik özelliklere göre test edilmiş, kadınların marka ve akıllı destinasyona ilişkin algılarının erkeklere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçtan yola çıkılarak kadınların akıllı destinasyon memnuiyeti üzerine bir araştırma gerçekleştirilebilir. Aynı zamanda erkeklerin bu alandaki düşük algısının sebebi araştırılabilir.

Başka bir demografik faktör olan eğitim durumlarının akıllı destinasyon algısını farklılaştırdığı elde edilen sonuçlardandır. Eğitim düzeyi ile akıllı destinasyon bağlantısına ilişkin “akıllı destinasyon kullanımı ve yayılımını eğitim durumu etkiler mi?” sorusu başka bir araştırma için anahtar soru olabilir.

Antalya şehri başta olmak üzere geliştirilen akıllı destinasyonlar şehir markalaşma sürecinde üstlendiği rol bakımından değerlendirilerek şehir yönetimi ve paydaşlar tarafından uygun stratejiler ve etkili tanıtım kanalları kullanılarak önemli avantajlar elde edilebilir.

## Etik Kurul İzni

Bu çalışma için etik kurul onayı Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 26/03/2024 tarihli ve 147 numaralı kararı ile alınmıştır.

## Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

## Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça


- Altınbaş, H. (2013). Pazarlama iletişimi ve şehir pazarlaması "şehirlerin markalaşması". *Selçuk iletişim*, 156-162.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <https://antalya.ktb.gov.tr/#>
- Atsız, N. (2022). Akıllı turizm destinasyonu kapsamında konya ve çanakkale destinasyonlarının akıllı turizm uygulamalarının incelenmesi. *Türkav Kamu Yönetimi Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 239-272.
- Avcılar, M. Y., & Kara, E. (2015). Şehir markası kavramı ve marka şehir yaratma stratejilerine yönelik literatür incelemesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 76-94.
- Bakıcı, T., Almirall, E., & Wareham, J. (2013). A smart city initiative: the case of Barcelona. *Journal of The Knowledge Economy*, 135-148.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 108-124.
- Boz, Y., & Çay, T. (2019). Şehri akıllı yapan özellikler ve dünyada öne çıkan akıllı şehirler. *Tmmob 6. Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi. Ankara*.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 9-28.
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. & Kılıç, E. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Carballido, A., & Plaza, A. G. (2021). El concepto de smart destination en la investigación turística. revisión sistemática de la literatura para su definición y normalización. *Cuadernos De Turismo*, 301-323.
- Cerdá-Mansilla, E., Tussyadiah, I., Campo, S., & Rubio, N. (2024). Smart destinations: a holistic view from researchers and managers to tourists and locals. *Tourism Management Perspectives*, 1-15.
- Ceylan, S. (2015). Destinasyon marka imajı ve pamukkale yöresinde bir uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 90-102.
- Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big data: a survey. *Mobile Networks And Applications*, 171-209.
- Coca-Stefaniak, J. A. (2019). Marketing smart tourism cities – a strategic dilemma. *International Journal of Tourism Cities*, 513-518.
- Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2023) Akıllı-Sehirler- Marka Şehirler: <https://csb.gov.tr/>
- Erdem, A. (2022). Akıllı şehirler gerçekten akıllı turizm destinasyonları mı? *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5-26.
- Erdem, A., & Işık, M. (2015). *Nasıl marka şehir olunur?* Eğitim Kitapevi.
- Geyik, K. (2020). Mobil İletişim Ortamlarına uyum sürecinde muhabirlik pratikleri: Anadolu Ajansı örneği. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 2259-286.

- Gou, Y., Lio, H., & Chai, Y. (2014). The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in china: an advance perspective. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 54-69.
- Hacıoğlu, N., & İlban, M. O. (2008). Bütünleşik pazarlama iletişimi etkisiyle destinasyon marka imajı üzerine bir araştırma. *Öneri Dergisi*, 19-37.
- Hollands, R. G. (2008). Will the real smart city please stand up? *Analysis of Urban Change, Theory, Action*, 303-320.
- Inkinen, T., Heikkonen, M., Makkonen, T., & Rautiainen, S. (2024). Multilayered spatial categories in tourism marketing and branding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2-11.
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., & Vera-Rebollo, J. F. (2023). Smart city and smart destination planning: examining instruments and perceived impacts in spain. *Cities*, 03-320.
- Johnson, A.-G., M.Rickly, J., & McCabe, S. (2023). Suppliers' Perceptions on engaging in smart destinations: evidence from ljubljana. *Tourism Management Perspectives*.
- Jung, M., & Shin, H. H. (2019). Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions. *Journal of Travel Research*, 1464-1477.
- Kalaycı, Ş. (2008). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım.
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 58-73.
- Kılıç, S. (2013). Örneklem yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-6.
- Kim, B., Dimitrios, B., & Alessandro, I. (2015). Conceptualising smart tourism destination. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 391-404.
- Klijn, E.-H., Braun, E., & Eshuis, J. (2012). The Influence of stakeholder involvement on the effectiveness of place branding. *Public Management Review*, 499-519.
- Köseoğlu, A., Keleş, A., & Dikic, D. (2022). *Dijital turizmde akıllı destinasyon ve kentlerin markalaşması. Turizm Sektöründe Markalaşma Analizler, Sorunlar, Çözümler*. Eğitim Yayınevi.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 293-300.
- Lopez De Avila, A. (2015). Smart destinations: XXI century tourism. In *Presented At The ENTER 2015 Conference On Information And Communication Technologies In Tourism, Lugano, Switzerland, February 4-6*.
- Lu, H., Ma, W., Yang, Q., & Pengjun. (2022). Exploring the impact of factors influencing case selection in the place branding literature from 2014 to 2018. *Journal of Urban Affairs*, 1270-1288.
- Luque Gil, A. M., Zayas Fernández, B., & Caro Herrero, J. L. (2015). Smart tourist destinations in the framework of territorial intelligence: conflicts and opportunities. *University of Alicante. University Institute of Tourism Research*, 1-25.
- Ma, W., Jong, M. D., Hoppe, T., & Bruijne, M. D. (2021). From city promotion via city marketing to city branding: examining urban strategies in chinese cities. *Cities*, 23-34.

- Pirim, H. (2006). Yapay zeka. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 81-93.
- Schonberger, M., & Cukier, K. (2013). *Büyük veri-yaşama, çalışma ve düşünme şeklimizi*. Paloma Yayınları.
- Shin, H. H., Kim, J., & Jeong, M. (2023). Memorable tourism experience at smart tourism destinations: do travelers' residential tourism clusters matter. *Tourism Management Perspectives*, 1-12.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate*. Pearson.
- Ünal, A., & Bayar, S. B. (2020). Akıllı uygulamaları ve ürünleri kullanan turistlerin destinasyon seçim süreçleri: İstanbul örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1066-1075.
- Wanga, J., Huang, Q., & Morrison, A. M. (2020). Smart Tourism destination experiences: the mediating impact of arousal levels. *Tourism Management Perspectives*, 1-11.
- Yayla, E., & Aydın, Ş. (2021). Akıllı destinasyon uygulamaları: kavramsal bir değerlendirme . *Journal of Tourism Research Institute*, 141-150.
- Yuan, Y., Tseng, Y.-H., & Ho, C.-I. (2019). Tourism information technology research trends: 1990-2016. *Tourism Review*, 5-19.
- Zatori, A., Smith, M. K., & Puczko, L. (2018). Experience-involvement, memorability and authenticity: the service provider's effect on tourist experience. *Tourism Management*, 111-126.
- Zengin, B., & Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2977-2992.



# KARAÖZÜ ALEVİ TÜRKMENLERİNDE GEÇİŞ RİTÜELLERİ: EVLENME VE GÜREŞ\*

 Kader TÜRKAN<sup>a</sup>

 Nabi AZEROĞLU<sup>b</sup>

## Öz

Geçiş dönemleri, milletin kültürünü anlayabilmek açısından büyük önem taşımaktadır. Geçiş döneminin önemli aşamalarından biri de evlenmedir. Evlenme, bazı ritüeller ve kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Toplumların kültürlerinin tanıtılmasında, örf, adet, gelenek ve göreneklerin en çok uygulanmaya imkân bulduğu yer evlenme kurumudur. Kayseri ili Sarioğlan ilçesine bağlı olan Karaözü Mahallesi, aynı zamanda Anadolu Aleviliğinin önemli bir kesimini oluşturmaktadır. Alevi Türkmen kimliği bulunan Karaözü'nün tarihi ve sosyal yapısı, geçiş dönemleri (doğum, evlenme, ölüm) arasından evlenme ve yörede düzenlenen güreş gelenekleri araştırılmaya değer bulunmuştur. Karaözü'nde, 1930'lu yıllara kadar yapılmış düğünlerde gelin indirme sonrası güreş müsabakasının varlığı, kaynak kişilerden ve kısıtlı olarak bulunan yazılı kaynaklardan tespit edilmiştir. Çalışmada, Karaözü Mahallesi'nin kültürel yapısı incelenerek, bölgenin evlenme törenlerinde yapılan uygulamaların Alevi kültürü çerçevesinde ortaya konulması amaçlanmıştır. Alevi kültürü çerçevesinde farklılıkların olmasıyla birlikte Türk gelenek ve görenekleriyle millet olarak ortak bağlılıklarımızı göstermek amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Bölgedeki Alevilik çalışmalarına kaynaklık etmesi bakımından önem arz etmektedir. Nitel araştırma teknikleri yanı sıra katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme/mülakat teknikleri kullanılarak doğru verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda hedeflenen verileri elde etmek için görüşme türlerinin birçoğuna başvurulmuş ve etik kurallar çerçevesinde veriler yazıya aktarılmıştır. Yörede düğün sırasında güreş yarışmasının günümüzde uygulanmadığı, yörenin unutulmuş adetleri arasında girdiği ve hâlihazırda yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Geçiş dönemleri, Karaözü, Evlenme, Güreş.



## RITUALS OF TRANSITION IN KARAÖZÜ ALEVİ TURKMEN: MARRIAGE AND WRESTLING

### Abstract

Transition periods are important for understanding the culture of a nation. One of the transition periods is marriage. Marriage takes place within rituals and rules. In the cultures of societies, marriage is the place where customs, traditions and traditions are most experienced. An important part of Anatolian Alevism is Karaözü, Sarioğlan district of Kayseri. The history and social structure, transition periods (birth, marriage, death),

\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "Alevilikte Geçiş Ritüelleri: Karaözü Mahallesi Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kültürel Çalışmalar Ana Bilim Dalı, kaderdalkilicturkan@gmail.com

<sup>b</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Halk Bilimi Bölümü, nabiazeroğlu@erciyes.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 22.07.2024, Makale Kabul Tarihi: 21.11.2024



marriage and wrestling of Karaözü, who has an Alevi Turkmen identity, were examined. The wrestling that was performed after the bride was brought down in weddings in Karaözü until the 1930s was determined from source persons and limited written sources. In the study, the cultural structure of the Karaözü region was examined and the practices in the marriage ceremonies of the region were presented within the framework of Alevi culture. This study was conducted to show our common devotion to Turkish traditions and customs as a nation, although there are differences within the framework of Alevi culture. It is important in terms of providing resources for Alevism studies in the region. In addition to qualitative research techniques, participant observation and semi-structured interview techniques were used to reach accurate data. In line with the purpose of the research, many types of interviews were used to obtain the targeted data and the data were transcribed in accordance with ethical rules. It was concluded that wrestling is not performed at weddings in the region today and that it is one of the forgotten traditions of the region.

**Keywords:** Transitional periods, Karaozu, Marriage, Wrestling.



## Giriş

1953 yılına kadar Sivas'ın Şarkışla ilçesine bağlı olan Karaözü, bu tarihten sonra Sivas'ın Gemerek ilçesine bağlanmış olup, 1978 yılında yapılan halk oylaması ile Kayseri'nin Sarioğlan ilçesine bağlanmıştır. Karaözü, 2012 yılında 6360 sayılı kanunun çıkmasıyla 2014 yerel seçimlerinden sonra mahalle statüsü olarak Sarioğlan ilçesine bağlanmıştır. Karaözü mahallesi, Kızılırmak Vadisi'nin doğuya bakan yamacında yer almaktadır. Mahallenin hemen girişinde, 1538 tarihinde onarıma ilişkin kitabesi bulunan tarihî Şahruh Köprüsü bulunmaktadır. Osmanlı Devleti'nden kalan en önemli tarihi yapılardan biri olarak bilinen köprü, günümüzde turizme kazandırılmaya çalışılmaktadır. Çalışmada, Alevi Türkmen kültürünün merkezlerinden biri olarak görülen Karaözü mahallesinin, geçiş dönemlerinden evlenme törenleri ve belirli bir döneme kadar hemen hemen her düğünde düzenlenen güreş müsabakaları içerisinde uygulanan ritüel ve inanışlar, halk bilimi alan araştırması yöntemleri kullanılarak tespit edilmiştir. Alandan tespit edilen veriler ile yöreye ilişkin yazılı kaynaklardan elde edilen bulguların incelenmesi, araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

Çalışma, Karaözü mahallesinin kültürel yapısını incelemek, mahallenin evlenme törenlerinde yapılan uygulamaların Türk kültüründe Alevi kimliği ile bilinen diğer toplumlar arasındaki farklılık ve benzerliklerini ortaya çıkararak, etnik ve mezhepsel farklılık olsa bile gelenek ve göreneklerimizde millet olarak ortak bağlılıklarımızı göstermek amacıyla yapılmıştır. Elde edilen bulguların günümüze kadar varlığını sürdüren ve günümüzde değişime uğramış yönlerini belirlemek yine araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırma, Türk folklor literatürüne ve bilime bir katkı sağlaması ve konuyla ilgili yapılacak çalışmalara kaynak teşkil etmesi bakımından önem arz etmektedir.

## Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma nitel bir araştırma olup saha çalışmasına çıkmadan önce Karaözü Mahallesi'nin geçiş dönemlerine ve güreş müsabakalarına ait literatür taraması yapılmıştır. Daha sonra nitel araştırma teknikleri olan katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme/mülakat teknikleri kullanılarak doğru

verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda hedeflenen verileri elde etmek için görüşme türlerinin birçoğuna başvurulmuş, etik kurallar çerçevesinde veriler yazıya aktarılmıştır.

Nitel araştırmalar, “verilerin toplanması ve analizinde rakamlar yerine daha çok sözcüklere ve ifadelere odaklanan bir araştırma yöntemidir” (Bryman, 2012, s. 380). “Sosyal hayatın akışı içindeki olgulara odaklanan ve bu olguları herhangi bir dönüşüme uğratmadan inceleme çabası içinde olan nitel araştırma, modern sosyal yaşamın çok yönlü ve karmaşık doğasını belirlemek için kullanılan çok çeşitli bakış açılarını içerir” (Baltacı, 2019, s. 367).

## A. KARAÖZÜ TARİHİ ve SOSYAL YAPISI

İç Anadolu bölgesinde bulunan Karaözü Mahallesi, çok eskilere dayanan tarihi ve doğal güzellikleri ile önemli kırsal mahalleler arasındadır. Karaözü'nün tarihi ile ilgili yaptığımız araştırmalar sonucunda kısıtlı yazılı kaynaklara ulaşılabilmektedir.

1978 yılında halk oylaması ile Kayseri'nin Sarioğlan ilçesine bağlanan Karaözü, 2012 yılında 6360 sayılı kanunun çıkmasıyla 2014 yerel seçimlerinden sonra mahalle statüsü olarak Sarioğlan ilçesine bağlanmıştır (Karaözü, 2015).

Karaözü Mahallesi'nin yanından bir çay akmaktadır. Çayın aktığı bu vadiye “Dere” denir. Daha çok “Aşağı Dere” olarak adlandırılır. Bir de “Yukarı Dere” vardır. Ancak Yukarı Dere, Karaözü'nde bulunan değirmenlerin su kanalı olup, doğal bir dere değildir; insan emeğiyle oluşturulmuştur. Aşağı Dere'nin hemen hemen bütün suyu oraya alınmıştır. Karaözü'nde bu kanalın suyuyla dönen üç adet faal değirmen vardır. Bunlar “Yukarı Değirmen”, “Orta Değirmen” ve “Aşağı Değirmen” olarak adlandırılmaktadır (Özerdem, 1994, s. 29-38).

Karaözü'nün tarihte birçok kültürü misafir etmiş olması ve birçok kültürden izleri barındırmasından bahsedilmektedir. Roma ve Bizans dönemlerinden (M.Ö. 2300-2000) olduğu düşünülen bronz kaplar, erzak küpleri ve heykelcikler bulunmuştur (Özerdem, 2012, s. 4). Karaözü'nde Ermenilerin yaşadığına dair söylentiler de vardır. Yörede bulunan değirmenler, tarım araçları, kilise ve mezarlık kalıntıları ile şarapçılığa ilişkin bulgular bu söylentileri güçlendirmektedir (Aydoğan, 2015, s. 14). Karaözü'nde bulunan “Kaletepe” diye adlandırılan yerde, üzerinde höyük olan dağın iç kısımlarında Mermer Saray bulunduğu ve Hitit döneminin ön karakolu olduğu iddialar arasındadır (Tatar, 2019, s. 146).

Karaözü'nün tarihî miraslarından olan bir başka yapı ise Kızılırmak Şahruh Köprüsü yanında bulunan zaviyedir. Bozok Valisi Şahruh Bey tarafından yapıldığı söylenen zaviyenin günümüzde izlerine rastlanmamıştır (Özerdem, 1994, s. 39).

Karaözü halkının, zamanında Malatya'nın Hekimhan ilçesine bağlı Ardahan (Beykent) köyü kökenli oymaklar ile Güvenç köyü kökenli oymaklar ve Basak köyü kökenli oymakların Karaözü'ne yerleşik hayata geçmesi neticesinde oluştuğu belirtilmektedir (K.K. 1). Bu kaynak kişilerin bazıları, Basak Hacım Sultan Ocağı'na mensup olduğunu belirtmişlerdir (K.K.1). Anadolu Aleviliğinin sosyal yapılanması, bütünüyle ocaklara bağlı bir özelliğe sahiptir. Dede ailelerini oluşturan ocaklar, Anadolu Alevi kültür ve geleneğinde önemli bir yere sahip olmakla birlikte, geleneksel anlamda Alevi

topluluklarının sosyal ve kültürel ilişkilerini de şekillendirmektedir (Yıldız, 2012, s. 63). Daha sonraki muhtelif zamanlarda Artvin, Çorum, Erzurum, Kayseri, Kahramanmaraş, Malatya, Sivas, Tokat ve Yozgat vilayetlerinin köylerinden göçler almıştır (Özerdem, 1994, s. 43-69).

Karaözü'nde ilkokul, ortaokul ve lise bulunmasından dolayı eğitim için belirli süreliğine yörede bulunan, daha sonra oradan ayrılan kesimin de bulunduğu ifade edilmiştir (K.K. 13). Karaözü çevresinde, Yedi Bucak Avşarları olarak bilinen 5 Alevi köyü bulunmaktadır. Bu komşu köylere ulaşım Karaözü mahallesinden sağlanmaktadır. Ayrıca bu Alevi köyleri ile hısımlık ve akrabalık ilişkilerinin kurulduğu belirtilmiştir.

## B. KARAÖZÜ MAHALLESİ GEÇİŞ RİTÜELİ; EVLENME

Ailenin temelini teşkil eden evlilik, bütün ilâhî dinlerde kadın ve erkeğin kendilerine özgü bir mahremiyet ve paylaşım alanı oluşturmalarına ve insan soyunun devamına katkı sağlamalarına imkân veren yegâne meşru ilişki olarak kabul edilmiştir (Atar, 2007, s. 112-117).

Evlenme, doğumdan sonra insanın ikinci geçiş dönemidir. Evlenme, içerisinde yine kültür, gelenek, görenek ve birçok ritüelin uygulandığı, her toplumu ilgilendiren önemli bir süreçtir. Toplamların kültürlerinin tanıtılmasında, örf, adet, gelenek ve göreneklerin en çok uygulanmaya imkân bulduğu yer evlenme kurumudur.

Aile temelini oluşmasında ilk adım olarak görülen evlenme, Anadolu'da "ocak kurma, ocak tütürme, ev bark sahibi olma" isimleri ile adlandırılmaktadır (Güzel, 2021, s. 424). Karaözü'nde evlilik kurumu, son derece önemli ve kutsal bir müessese olarak görülmektedir. Tek eşliliğin kabul gördüğü, ataerkil bir yapının hâkim olduğu ve geniş aile tiplerinin yaygın olarak görüldüğü durumlar saha araştırmalarıyla tespit edilmiştir. Alevi-Bektaşî inancına sahip toplumlarda iç evlilik (aynı mezhepten kişilerin evliliği) yaygındır. Karaözü'nde eski zamanlarda Alevi-Sünnî evliliklerine karşı çıkıldığı durumların çok olduğu ve bu yüzden sorun yaşayan ailelerin bulunduğu ifade edilmiştir (K.K. 8). Yörede günümüzde bu durumun artık esneklik gösterdiği ifade edilmektedir (K.K. 8, 14). 1990 yıllarından önceki dönemlerde daha çok erkek çocukların baba evine gelin getirerek evlilik yaptığı belirtilmiştir. Ancak daha sonraki yıllarda ise maddi imkânlar dâhilinde çoğu ailenin evlenen çocuklarına ayrı ev açtığı gözlemlenmiştir. Karaözü'nde evlilik geleneği yorucu çabalar, büyük harcamalar ve sıkı imece anlayışı içinde yapılır. Darginlar barıştırılır, saflar sıklaştırılır, ilişkiler canlı ve sıcak tutulurdu (Özerdem, 1994, s. 81).

### 1. Düğün

Kaynak kişiler Karaözü'nde düğünlerin geçmiş tarihlerde geleneklere tam uyularak yapıldığını, günümüzde ise düğünlerin bazı farklılıklar gösterdiğini ifade etmektedirler. Karaözü mahallesinde zaman zaman şartlar gereği düğünlerde uygulanan örf, adet, gelenek ve göreneklerde azalma olduğu belirtilmiştir. Kaynak kişiler, geleneklerin uygulanmasında azalmanın sebeplerini zamanı kısıtlı olan aileler, farklı çevrelerden gelen gençlerin (gelin-damat) birlikte olması ve ekonomik yetersizliklere bağlamaktadırlar. Günümüzde yöredeki düğünlerde eskiye duyulan özlem ve nostalji yaşamak isteyen

ailelerin, gençlerin (gelin-damat) sayısının artmasıyla geleneklerin devam ettirilmeye çalışıldığı dile getirilmiştir (K.K. 3, 8).

### 1.1. Bayrak Kaldırma

Düğün töreni bayrak kaldırma geleneği ile başlamaktadır. Her renkten flamaların bulunduğu, renkli tüylerin ve kumaşların olduğu bir demet oluşturulup, Türk bayrağı takılı olan bayrak direğinin etrafına bağlanır. Bayrak direğine daha sonra cerek adı verilen uzun tahta ilave edilerek direk uzatılır. Bayrak başlığına ise büyük bir elma takılır. Elma tarihten günümüze masalarda ve geleneklerde önemli bir rol oynamaktadır. Elmanın Türk mitolojisinde kutsal sayıldığı ve birçok anlam taşıdığını Ölmez (2012), şöyle aktarmaktadır: “Elma ölümsüzlük, erkek çocuk, murat, soyun devamlılığı, güzellik, bekâret, verimlilik, ebedilik, gençlik, kuvvet, sağlık, sevgi, yaşam, bağlılık, barış, iyi niyet ve hatta inancı sembolize etmektedir” (Ölmez, 2012, s. 77). Düğün törenlerinde elmanın yer alması Türk dünyasının birçok yerinde görülmektedir.

Yörede bekâr erkekler direk üzerinde bulunan elmayı nişan alıp düşürmeye çalışırlar. Elmayı düşürenin yakın zamanda evleneceğine inanılır. Yakın tarihte bayrak direğine flamalar yerine havlular bağlanmaktadır. Elma saplama geleneği de unutulmaya yüz tutmuştur. Elma saplama geleneğinin uygulandığı dönemde erkek evinin önünde çukur kazılıp, urgan ve sicimlerle (kalın ip) hazırlanan bayrak yukarı doğru kaldırılmaya başlanır. Böylece bayrak kaldırma merasimi tamamlanmış olurdu (Özdemir, 1994, s. 93). Erkek evinde bayrak kaldırma töreninden sonra, davul - zurna eşliğinde halk oyunları oynanmaya başlanırdı. Bayrak kaldırma töreni, ilk günün ikinci saatleri civarında yapılırdı. Akşama doğru ise kalabalık arttıkça eğlence başlar, gecenin ilerleyen saatlerine kadar devam ederdi (K.K. 12).

Yozgat ve köylerinde düğünden önceki gün yeni kurulacak ocağın bolluk ve bereket getirmesi için komşulara katmer dağıtılır (Güzel, 2021, s. 441). Anadolu'nun her bölgesinde yapılan nişan, düğün gibi törenlerde yemek ikramı yaygın olarak görülmektedir.

Karaözü mahallesinde bayrak kalktığı gün erkek evinde yemekler pişirilmeye başlanır. Yemekler bahçede büyük kazanlarla pişirilir akşam düğün yemeği olarak erkek evinde misafirlere ikram edilir. Kazanların kapağı ilk açıldığında yemek pişirene bahşiş verilir ve nişan töreninde olduğu gibi yemekten bir sini hazırlanıp, yufka ekmekle kapatılıp kız evine gönderilir. Kız evinde ise kız tarafı yakınları toplanır, kendi yemeklerini pişirip misafirlerine ikram ederler ve misafirlerin gelmesini beklerler. Erkek evinde yemekler yendikten sonra düğün kâhyası ve bayraktar önderliğinde davul zurna eşliğinde kız evine doğru yola konulur (K.K. 1).

Bölge düğünlerinde kadınlar ve erkekler birlikte hareket eder, oyunlar birlikte oynanır. Yine katılımcıların ifadelerine istinaden eski zamanlarda yapılan düğünlerde bayrak kaldırma gününün ertesinde “Yarma Döğme” adını verdikleri geleneği uygulamak üzere kız evine giderler. Taş dibek içerisinde yarma, davul zurna eşliğinde coşkulu bir şekilde seymenler ve çavuş uşaklarıyla beraber dövülmektedir. Daha sonra kepeği alınan yarmalar dibekten dökülüp hazır hale getirilir. Bölgede bu merasimin unutulduğu, yarmanın artık hazır olarak temin edildiği ifade edilmektedir (K.K. 6, 8, 14). Bayrak kaldırma günü, kız evine doğru yaya olarak, davul zurna eşliğinde hareket edilir. Törelere iyi

bilen yaşça büyük erkek, salavat getirerek yola konulur. Bu şiirler karşılıklı okunarak bir atışma şeklinde sürmektedir. Kız evi bayraktarı ile erkek evi bayraktarları arasında bu atışmalar düğünün en zevki kısımları olarak değerlendirilir (K.K. 1).

Erkek evi bayraktarı bayraktarlık görevini üstlendiğinde bütün kıtaları ezberlemek ve doğru cevaplamak zorundadır. Aksi takdirde bayraktar büyük ceza alır ve köyde itibarı zedelenir. Erkek evinden gelen kişiler doğru cevaplar vererek bayrağı kız evi bayraktarına teslim eder. Böylelikle kapılar açılır. Kapıların açılmasıyla davul zurna çalmaya başlar, tüm misafirlerin katılımıyla halk oyunları oynanır (K.K. 1, 14). Şimdi daha eskiler bilir bu adetleri o yüzden adet yerini bulsun diye az kıtalar söylenir. İş hemen tatlıya bağlanır (K.K. 8). Gecenin ilerleyen saatlerine kadar eğlence devam eder. Daha sonra erkek evi müsaade ister ve kalkar. (K.K. 8, 14).

## 1.2. Kınacı Gitme

Karaözü bölgesinde, düğün boyunca sabaha karşı “Tan Davulu” çalmaya başlar. “Tan Davulu” düğünün başladığı günden itibaren başlayıp düğün bitene kadar sürer. Sabaha karşı gün doğmadan davul – zurna fasıl makamında çalmaya başlar. Sadece oğlan evinde yapılan bir gelenektir. Bu gelenek ile düğünün devam ettiği duyurulmaktadır (K.K. 1).

Kına gününde erkek evi “Tan Davulu” ile erkenden kalkar. Kahvaltı faslından sonra düğün kâhyasının eşi, kasabada bulunan eş, dost ve yakınları gezip, onlara yanında getirdiği parça kumaş, havlu, elbiselik kumaş gibi okuntu adı verilen eşyaları vererek kınaya davet eder. Yakın tarihte kına merasiminde yapılan bu uygulama artık yapılmamaktadır. Düğün başlamadan önce, yakın akraba, eş ve dostlara düğüne davet maksatlı okuntu (hediye) dağıtılmaktadır. Okuntu verilirken davet edilen kişi ile yakınlık derecesi göz önüne alınmaktadır (K.K. 1, 8, 12).

Erkek evinde düğün kâhyasının eşi, beline heybe (yün ip ile dokunmuş iki gözü bulunan torba) geçirip kınada misafirlere dağıtılacak çerezleri hazırlar. Gelin sinisi hazırlıkları başlar. Büyük bir sini içerisinde geline daha önce alınan hediyeler dizilir. Geline alınan hediyeler arasında kıyafetler, çeşitli renklerde eşarp, şal, makyaj malzemeleri, çorap, ayakkabı, terlik ve iç çamaşırı bulunur. Sinide konulan hediyelerin üzeri beyaz tül ile örtülür (K.K. 8, 12).

Gelin sinisi, düğün kâhyasının bekâr kızı tarafından taşınır. Eğer düğün kâhyasının kızı yoksa yine en yakın akrabalarından bekâr kız tercih edilir. Sini tutmak düğünde önemli görevlerden sayılmaktadır. Taşıyan kişi için iyi şans getirdiğine inanılmaktadır (K.K. 8, 12).

Erkek evinde toplanan kalabalık, davul - zurna eşliğinde gündüz kınası yakmak için kız evine coşku ve salavatlar getirerek hareket ederler. Kız evinde bulunan davetliler ise evin bahçe kapısını kapatıp oğlan evini sopalarla, çalılarla karşılarlar. Kız evi naz evi vurgusu yapılmaktadır. İki tarafın bayraktarları arasında sözlü atışmalar yapılır, anlaşma sağlanır ve bu şekilde kapılar açılır. Daha sonra birlikte halk oyunları oynanmaya başlanır (K.K. 6, 13).

Kadınlar gelin kızın başına kırmızı tül örtüp gelini avluya getirirler. Gelinin yüzünü kibleye çevirdikten sonra kına türküleri ile ağıtlar yakmaya başlarlar.

Gelin etrafında toplanan yaşça büyük kadınların aklına gelen dörtlüklerin doğaçlama bir biçimde söylendiği görülmüştür (K.K. 8). Kadınlar ara verdiklerinde davul zurna çalmaya başlar. Kadınlar tekrar devam ettiğinde davul zurna susar. Ortamda hüzünlü bir havanın hâkim olduğu ve gelin ile birlikte birçok insanın ağladığı gözlemlenebilir (K.K. 6, 12). Gelin ağlaması sonrasında kınacı kadınlar artık kınayı yakmaya başlarlar. Kına, erkek evinde hazırlanıp getirilmiştir. Kına yakma başladığında gelin elini açmaz ve altın ister. Kaynana, yanında hazır olarak getirdiği altını gelinin avuç içine bırakır. Gelinin avuç içine kına ile altın birlikte konulup mendil ile bağlanır. Daha sonra kınadan tekrar bir miktar daha alınır ve gelinin boynuna sürülür. Burada gelinin boynuna kına sürülmesinin geline bereket getireceği anlamı taşıdığı ifade edilmiştir (K.K. 8). Daha sonra erkek evinden gelen gelin sinisinin tülü açılır. Kınayı yöneten kadın, tek tek sinideki hediyeleri gelinin başı üstünde üç kez çevirir ve “Allah hayırlı mübarek eylesin” der. Orada bulunan tüm davetliler de hep bir ağızdan “ Allah hayırlı mübarek eylesin” derler (K.K. 2, 4).

Daha sonra alkışlar eşliğinde gelin, oradaki büyüklerinin elini öper ve halk oyunları oynar. Bu sırada düğün kâhyasının eşi, heybesinde bulunan çerezleri gelin ve etrafındaki insanların başına serper. Çerezlerin içine bir miktar metal para, arpa ve buğday konulur. Bu gelenek ile bolluk ve bereketin herkese nasip olması umulmaktadır. Bu esnada kız tarafının düğün kâhyasının eşi, oğlan evinden gelen bayrağa hediye takar. Bu geleneğe “Bayrak Yolu” adı verilmektedir. Hediyeler ise havlu, çorap ya da basma kumaştan oluşmaktadır. Bayrak Yolu bayrağa o anda sarılır ve bir müddet herkesin görmesi için bayrak üzerinde taşınır. Kız evinde tüm misafirlere çerezler ve meyve suları ikram edilir, halk oyunları oynanır, halaylar çekilir. Böylelikle gündüz kınası yakılmış olur. Sonra oğlan evi davul - zurna eşliğinde kız evinden müsaade isteyip ayrılır.

Erkek evinde kadınlar gece kınası için hazırlıklara başlar. Aynı günün gecesi tekrar kız evine kına yakmaya gidilir. Kına hazırlanır tepsiyeye süslenir ve sadece erkek evinin kadın misafirleri gece kınası yakmak için kız evine gider. Gelin kızı ortaya alıp yine kına türküleri ve ağıtlar eşliğinde kına yakılır. Gündüz kınasında sağ el ve boyuna kına sürüldüğü için bu sefer sol el ve ayaklarına kına sürerler. Eski zamanlarda bazı gelinlerin saçlarına da kına sürdüğü belirtilmektedir (K.K. 12). Gece kınasında kadınlar kendi aralarında oynayıp, eğlenirler. Kız evi, kınacı gelen misafirlere yemek ikramında bulunur.

Yörede gündüz ve gece kınası adı altında aynı gün iki uygulamadan bahsedilmektedir. Gündüz kınası, kadın ve erkek davetlilerin katıldığı bir merasim olurken, gece kınası sadece kadınlar arasında gerçekleşen bir eğlencedir (K.K. 6, 8, 12).

### 1.3. Çeyiz

Gelin çeyizi, babasının evinde düğünden bir hafta on gün önce bir odaya serilmektedir. Gündüz kınası bittikten sonra akşam erkek evinden düğün kâhyası, bayraktar, yaşı büyük birkaç akraba ve yazıcı kız evine çeyiz yazmak için gider. Kız evinde çeyiz odasına geçerler. Gelinin çeyiz sandığının üzerine kız evi yakınlarından bir erkek çocuk oturup bahşiş ister. Erkek evinden düğün kâhyası bahşiş verir ve böylece sandık açılır. Gelinin tüm çeyiz eşyaları fiyatları ile birlikte iki nüsha olarak yazılır. Yörede eski zamanlarda çeyiz olarak el emeği göz nuru oylar, işlenmiş çeyiz sandığı, yastık, yün yorgan, el örgüsü patikler, lifler, yazmalar, yün çoraplar, havlular, mendiller, terlikler ve iç çamaşırlar gibi malzemelerin

olduğu belirtilmiştir. Daha sonraları tekstil ürünlerinin yanında yatak odası takımı, mutfak eşyaları ve elektronik ev aletlerinin çeyiz içerisine dâhil edildiği ifade edilmiştir. Çeyizin yazıldığı kâğıt, şahitlere imzalatılıp bir nüsha kız evine, bir nüsha oğlan evine teslim edilir. Kız evi yemek, çay ve kahve ikramında bulunur. Kız evi çeyizi yazan kişiye çorap, havlu, basma kumaş gibi hediyeler vermektedir (K.K. 1, 12).

#### 1.4. Gelin İndirme

Düğünün son günü yapılan uygulamadır. Artık gelin, babasının evinden ayrılıp eşiyle yaşayacağı eve gitmektedir. Sabah erken saatlerde oğlan evi mensubu bir kadın, yanına yaşça büyük tecrübeli yengeleri ve kızları alıp kız evine gider. Orada gelin başı hazırlarlar ve gelinin duvağını bağlarlar. Günümüzde ise gelin başı hazırlıklarını kuaförler yapmaktadır. Oğlan evinden birkaç kadın, geline eşlik ederek kuaföre birlikte gitmekte ve gelenek devam ettirilmektedir (K.K. 2).

Elde edilen bilgilere göre eski zamanlarda yörede gelin başı hazırlanırken gelinin başına fes konulup bu fesin kenarlarına poşu bağlanırdı. Poşular kırmızı ve yeşil renkte olup duvak ise baykuş ve tavus kuşunun renkli tüylerinden bir demet oluşturularak yapılırdı. Duvağın ön tarafına al (kırmızı) bir örtü örtülerek orta kısmına ise aydınlık bir gelecek niyetiyle ayna takılırdı. Kuş ve tüylerin kullanımı tarih boyunca Türk kültüründe sembolik anlamlar taşıdığı yönüyle önemlidir.

Gelin hazırlanması tamamlandıktan sonra kadınlar erkek evine geçerler (K.K. 2, 5). Erkek evi, gelin almaya gitmek için toplanıp, öğle saatlerinde davul-zurna eşliğinde coşkuyla ve salavat getirerek gelin almaya gider. Son kez bayraktarlar karşı karşıya atışmalarda bulunurlar. Bayraktarlar arasında anlaşma sağlandıktan sonra oyunlar oynanır, halaylar çekilir (K.K. 2, 5, 6).

Gelin, baba evinden ayrılırken hüznü bir hava hâkimdir. Gelin, büyüklerinin elini öper ve helalleşir. Geline, aile büyükleri görüşme esnasında harçlık verirler. Bu sırada gelinin çeyizleri de at arabalarına yüklenmektedir. Kız evinden küçük bir erkek çocuk, bir yastığı gizlice kaçıtır. Bu geleneğe “Yastık Kaçırma” adı verilmektedir. Çocuk, yastığı gizlice damada götürür ve bahşiş alır. Daha sonra geline, erkek kardeşi tarafından “Kardeş Kuşağı” ismini verdikleri kırmızı kuşak bağlanır. Bu kuşağa bekâret kuşağı adı verilmektedir. Erkek kardeşleri gelini ata bindirir. Eğer erkek kardeşi yoksa gelinin babası bu görevi yerine getirmektedir. Gelin ata binmeden kadınlar, gelinin kucağına oğlan bebek vermeye çalışırlar. Bu gelenek ile gelin ve damadın, tez vakitte erkek çocukları olması gayesi taşımaktadır. Gelinin kucağına verilen çocuğa da hediye ya da bahşiş verilir (K.K. 2, 5).

Düğünde gelinin bineceği ata önem verilmektedir. Bakımlı ve erkek cinsinden at tercih edilir. At sahibine de bazı hediyeler verilmektedir. At sahibine verilen hediyeler ata bağlanır. Gelin atı dışında başka atlar da bulunur ve bu atlara erkek evinden kadınlar binmektedir. Gelin atının yularını gelinin bir yakını tutarak yaya olarak eşlik eder. Erkek evi yakınları büyük bir coşku ve davul zurna eşliğinde erkek evine doğru hareket ederler. Eğer mesafe yakınsa köyde birkaç tur atılıp sonra erkek evine girilir (K.K. 1, 7).

Günümüz düğünlerinde gelin baba evinden atla değil, süslenen araç vasıtasıyla alınmaktadır. Gelin, bineceği aracın etrafında iyi şans ve uğur için üç kez gezdirildikten sonra araca bindirilir. Erkek evi yakınlarından genç bir bekâr kız, gelinin arkasında ayna tutmaktadır. Burada aynanın genç çiftin

hayatlarına aydınlık saçması umulmaktadır. Ayna tutan bekâr kızın, kendisine iyi şans ve uğur getireceğine inanılmaktadır (K.K. 2, 6).

Kaynak kişiler (K.K. 1, 12), Karaözü'nde eski zamanlarda yapılan düğünlerde gelinin hemen attan indirilmediğini ve "Yol Verme" adı verilen geleneğin uygulandığını belirtmektedirler. Bu uygulamaya göre bir erkek tarafından damat ve yakınları çağrılıp, geline hediyeler verilmektedir. Bunlar; tarla, ev, arsa, altın bilezik, altın yüzük, büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar ile para gibi hediyelerden oluşmaktadır.

Günümüzde takı töreni adı verilen merasim, daha eski zamanlarda Karaözü'nde gelin attan indirilmeden önce gerçekleştiriliyordu. Verilen hediyelerin geline ait olduğu belirtilmiştir. Eski zamanda yapılan düğünlerde gelin, kardeşlerinin yardımıyla attan indirilip daha önce hazırlanmış kül olmuş köze bastırılmaktadır. Burada gelinin köz gibi evine yapışması ve evine bağlı olması umulmaktadır. Bolluk ve bereket niyetiyle gelin ve damadın başından aşağı buğday, arpa, metal para ve şeker saçılır. Orada bulunan kalabalık saçılanları uğur getirmesi için toplar (K.K. 1).

Yörede bereket ve bolluk için gelin, eve girerken kapının eşiğinde testi kırmaktadır. Testinin içinde bozuk para, çerez, şekerler, arpa ve buğday konulur. Bekâr kişiler, kendilerine iyi şans getireceği inancıyla bu saçılardan toplamaktadır (K.K. 6, 8).

Gelin eve girerken büyük çorba kazanlarının başına getirilip üç kez kazanların etrafında gezdirilir. "Tatlı aş" adını verdikleri aşure kazanının kapağı geline açtırılır. Gelin, parmağını batırır ve siler. Ardından tatlı aşı pişiren kişiye bahşiş verir. Kapağı açılan tatlı aştan kız evine gönderilir. Gelinin kardeşleri evin içerisine kadar geline eşlik eder, içeride vedalaşıp ayrılırlar.

Gelin, oğlan evi yakınları ile birlikte kendisi için hazırlanmış odaya girer. Gelin yatağı, düğün kâhyasının karısı tarafından hazırlanır. Eğer erkek çocuğu yoksa erkek çocuğu olan, başı bozulmamış (boşanmamış) bir kadın yatakta yuvarlanır. Bu uygulamalar, gelinin erkek evladı olması için yapılmaktadır. Bu esnada güreş için düğün kâhyasının evinde hazırlıklarını sürdürmektedir (K.K. 1).

Tatlı aş, bütün misafirlere ikram edilir. Düğün evinde içtikleri çorbanın kaşığı bazı bekâr kimseler veya bekâr evladı olan anneler saklayıp geri vermemektedir. Bu harekette bekârlara şans getirmesi niyet edilir.

Yörede "Saçı Yolu" denilen bir uygulama bulunmaktaydı. Bu uygulama, düğünde görevli olan çavuş uşakları ve seymenlerin, davul zurna eşliğinde kendi evlerine gidip hediyelerini alıp erkek evine getirmesidir. Hediyeler; koyun, keçi, teke, oğlak, düve gibi hayvanlardan oluşmaktadır. Sırayla tüm seymenler ve çavuş uşakları bu şekilde düğün evine hediyelerini getirmektedir (K.K. 1, 7). Günümüzde bu uygulama yapılmamaktadır (K.K. 1, 8, 14).

### 1.5. Nikâh ve Gerdek

1926 yılında yürürlüğe giren Türk Medeni Kanunu ile evlilikte resmî nikâh zorunluluğu getirilmiştir. Bu kanunla evlenme yaşı 17 olarak belirlenmiştir. Yörede bu tarihten önce yapılan evliliklerde hoca veya köye gelmiş Alevi dedesi tarafından dini nikâh kıyılırdı (K.K. 12). Yörede resmî nikâh evliliğinin öncelikli olduğu ifade edilmektedir.



Medeni Kanun ile en yakın belediyeden resmî nikâh başvuruları yapılarak evlilikler düzenlenmektedir. Karaözü'nde düğünden önce resmi nikâh işlemleri yapılmış olmaktadır. Dinî nikâh işlemleri tercihen yapılmaktadır (K.K.1).

Gelin indirme sonrası gecenin ilerleyen saatlerinde gerdek vakti gelmiştir. Gelin odada yalnız bırakılıp damat beklenir. Seymenler, çavuş uşağı, sağdıç ve erkek yakınları eşliğinde damat getirilir. Tam odaya gireceği sırada bütün kalabalık sırtına vurmaya başlar (K.K. 1, 14).

Bir müddet sonra damat odadan çıkar ve çavuş uşakları havaya iki üç el ateş atarlar. Böylelikle gelinin kız olduğu herkese duyurulur. Damat çarşafa para atar. Atılan paralar, çarşafı toplayan kişiye verilir. Düğün kâhyasının karısı içeri girip çarşafı kontrol eder, bahşisi alır ve çarşafı kaynanaya gösterir. Kayınvalide ise yanına bir çavuş uşağı çağırır ve çarşafı kızın annesine gönderir. Kız anası çarşafı getiren çavuş uşağına bahşiş veya hediye verir. Daha sonra çarşaf tekrar oğlan evine gönderilir (K.K. 1, 8).

Düğünden bir gün sonra erkek evi, düğünde görev alan yakınlarına teşekkür niyetiyle yemek vermektedir. Gelin ve damat üç gün evden çıkmazlar. Düğün sonrası gelinin kendi ailesine ilk kez gitmesi, yine Anadolu'da birçok isim altında gerçekleşmektedir. Ağrı yöresinde düğün bitiminden yedi ya da on gün sonra gelin ve damadın kız tarafına gitmesine "ayak açma" denmektedir (Karataş, 2023, s.111). Erzincan ili Çadırkaya kasabasında gelin ve damat, düğünden on beş gün sonra gelinin ailesine ziyarete giderler, buna "ayak dönümü" ismi verilmiştir (Kartal, 2023, s. 29). Yedi Bucak Avşarları el öpmeye gitmeye "hısım yemeği" adı vermektedir. Karaözü'nde de gelin ve damadın el öpmeye gitmesine hısım yemeği adı verilmektedir (K.K. 8, 14).

### C. KARAÖZÜ DÜĞÜNLERİNDE GÜREŞ GELENEĞİ

Güreş tarihteki en eski milli ve ata sporlarımızdan biridir. Kültürel mirasımız içerisinde sayılan yağlı güreşler, geleneksel uygulamaları ile Türk kültüründe ve Türk sporları arasında köklü ve önemli bir yere sahiptir. Eski dönemlerden itibaren Türk topluluklarına özgü en yaygın sporlardan biri olan "güreş" in tarihi, Türklerde M.Ö II. yüzyıla kadar gitmektedir (Yiğit, 2015, s. 182).

Eski Türklerin ölüm, doğum, evlenme ve sosyal yardım gibi tasa ve sevinç vesileleriyle düzenledikleri yarışmalarda güreş izine rastlanmaktadır. (Güven, 1992, s. 15). Güreşin ana karakterlerinden biri olan pehlivan, güreşin merkezinde yer alan önemli bir unsurdur. Türk bölgelerinde güreşçilere "pehlivan" denilmektedir. Farsçadan dilimize geçen "pehlivan" kelimesi; iri yarı, güçlü kimse anlamına gelmektedir.

İslamiyet'le birlikte Türklerin yiğitlik, kahramanlık ve cesaret kavramlarıyla örtüştüğü için zaman zaman "alp'lığın" yerini "pehlivanlık" kavramı almıştır. Manas Destanı'nda pehlivanlık kavramı şu şekilde geçmektedir: "...Pehlivanlar pehlivanı Koşay Han Manas'ın deri kispetini giyerek ihtiyar hali ile Yoloy-Han'la güreşir. Tanrı artık Koşay'a kuvvet vermiştir. Onun damarlarında Tanrının kuvveti dolaşmaya başlamıştır. Tuttuğu gibi Yoloy'u yere vuru ve yener". Yine aynı bölümde Manas, Kongur Bay'ı yenince er meydanında şöyle bağırır: "...Bana güç veren Tanrıdır. O, bana güç verdikçe, kim vuruşabilir?..." diye bağırır. Yine XV. yüzyıla ait olan Hacı Bektaş'ın Velâyet-nâme adlı eserinde "alp'in pehlivanlık" olduğu söylenmiştir. "...Uluların adına Ay doğmuş Alp dirler, bunlar Oğuz ata isimleridir

ve hem alp demek Oğuz dilince Pehlevân dimektür” (Güven, 1992, s. 6-7). Güreş, bütün Türk boylarında yapılan bir spordur. Osmanlı sınırları içerisinde yer alan birçok vilayette o dönemlerde güreş tekkeleri kurulmuştur. Güreş, her dönemde büyük şehirlerden en ücra köylere kadar yayılmıştır (Halıcı, 1980, s. 1-3).

Yörede bulunan katılımcılar, güreşin Karaözü’nde çok sevilen bir spor olduğunu ifade etmişlerdir. Karaözü doğumlu birçok pehlivanın yetiştiğini, bunlardan en ünlü olan pehlivanın isminin Duran Pehlivan olduğunu dile getirmişlerdir. Yörede tanınan pehlivanlar olarak; Duran Işık, Hamis Pehlivan, Halil Işık, Hüseyin Işık, Işık Hoca, Ali Erdoğan, Murtaza Avcı, Kadir Taşyürek, Tekmenli Tevfik, Burhanlı İbrahim Balçık, Ahmet Koç ve Gambal Ahmet isimleri zikredilmektedir. Karaözü mahallesinden Işık ailesinin, yörede en çok pehlivan yetiştiren aile olduğu tespit edilmiştir. Düzenlenen güreşlere sadece Karaözü’nde yaşayan pehlivanlar değil, aynı zamanda Sarıoğlan, Sızır, Çayıralan, Boğazlıyan, Çukur (Özvatan), Toraman ve Şarkışla’dan katılan pehlivanların da olduğu kaynak kişiler tarafından ifade edilmektedir (K.K. 1, 7).

Geçmişte güreş müsabakaları Karaözü’nün Harman meydanında yapılmaktaydı. Eski dönemlerde düğün merasimlerinde düzenlenen güreş müsabakalarına başlamadan önce mahallenin öncü ve eski güreşçilerinden bir heyet seçilmektedir. Seçilen heyet güreş müsabakasını yönetmektedir. Düğün sahibi, güreş başlamadan önce kazanan pehlivanlara vereceği hediyeleri açıklamakta ve bu heyet tarafından yazılmaktadır. Hediyeler; koyun, kuzu, inek, at gibi hayvanlardan ya da havlu, çorap, kumaş gibi malzemelerden oluşmaktadır. Tüm hediyeler güreş başlamadan orada hazır edilmektedir. Güreşçilere düğün sahibi bir hafta öncesinden okuntu göndermiştir ve düğün tarihinde yapılması için güreş sözünü almıştır. Bazı düğünlerde güreş müsabakası, damat, köyün gençleri ya da civar köylerden gelen pehlivanlar tarafından gerçekleştirilirdi (K.K. 1). Güreş müsabakalarına geçmiş dönemlerde *deri güreş* ya da bugün kullanılan şekliyle *karakucak güreş* adı verildiği kaynak kişiler tarafından belirtilmektedir.

Gelin indirme sonrası tatlı aş adı verilen aşureyi yer ve gelin içeri alınır. Daha sonra güreş müsabakası için tüm davetliler Harman meydanına geçerler. Güreş, gündüz saatlerinde ve gerdek öncesi yapılmaktaydı. Harman meydanında damat ve sağdıç için özel çadır hazırlanır ve onların oradan seyretmeleri sağlanır. Gelin ise evde kalmakta, yanında kız arkadaşları, akrabaları ve yengeleri bulunmaktadır (K.K. 1).

Çavuş uşağı ve seymenler, Kızılırmak kenarında pehlivanların hazırlanmasına yardım ederler. Pehlivanlar, vücudun kolay kavranmasını engellemek amacıyla önce sağ el ile sol omuza, göğsüne, kol ve kispete yağ sürerler. Daha sonra sol el ile sağ omuza yağ sürmektedirler (K.K. 1). Çavuş uşağı ve seymenler, pehlivanların sırtlarına yağ sürmelerine yardım edip onlar için özel hazırlanmış kıyafetleri giydirirler. Peşkir (havlular), pehlivanların omuzlarına atılır. Daha sonra pehlivanlara paltolar giydirilir. Tüm hazırlıkları biten pehlivanlar, Harman meydanına doğru davul - zurna eşliğinde girerler. Pehlivanlar, ilk olarak heyetin önünde dizilirler ve isimlerini yazdırırlar. Heyet önünde pehlivanlar arasında eşleşme yapılır. Tüm işlemler bittikten sonra pehlivanlar, salavatlar eşliğinde güreşe başlar (K.K. 1, 12).

Karaözü ozanı olarak bilinen Âşık Işık'ın kendi yazdığı salavatlar güreş meydanında en çok okunan salavatlar olarak bilinmektedir. Bu salavatlar şöyledir:

“Alacağınız bir kuzu,  
İçinizde vardır sızı,  
Âşık Işık çalar sazı,  
Verelim peygambere salavat,  
Salli Ala Seyyidina Muhammed.

Seyreylesin millet,  
Yükselsin adalet,  
Yaşasın cumhuriyet,  
Âşık Işık der ki,  
Verelim peygambere salavat,  
Salli Ala Seyyidina Muhammed” (Özerdem,1994, s. 112).

“Dinleyin ağalar meydan kuruldu,  
Çalgılar çalındı davul vuruldu,  
Perdahlar verildi meydan yarıldı,  
Gören canlar size desin maşallah.

Dostumuz der maşallah,  
Düşmanın gözü değmez inşallah,  
Âşık Işık der ki yardım eylesin Allah,  
Verelim peygambere salavat,  
Salli Alâ Seyyidinâ Muhammed” (Özerdem, 1998, s. 19).

Güreş bitiminde yenen ve yenilen güreşçi kol kola girerek tüm davetlilerin önünden geçer ve bahşiş toplarlar. En son damat ve sağdıçtan bahşişlerini alarak töreni bitirirler.

Güreş müsabakası sonrası damat ve sağdıç tekrar düğün kâhyasının evine giderler. Burada yakın akraba, eş dost, seymen ve çavuş uşakları ile birlikte akşam yemeği yenilir. Vakit ilerledikten sonra damat, yumruklar altında gerdek için gelin odasına getirilmektedir (K.K. 1, 12).

### Sonuç

Karaözü'nde yaşayanların geçmişinin Basak köyü Hacım Sultan Ocağı'na mensup olduğu ve daha sonra Hacı Bektaş Veli'nin Çelebiler koluna bağlandığı araştırma neticesinde ortaya konulmuştur. Alevi dedelerin, Hz. Peygamber soyundan geldiği kabul edilmektedir. Bu nedenle dedeler sayıca az bulunmaktadır. Aleviler, en yakın cemevinden veya ocaklardan gelen dedeler vasıtasıyla dinî ve sosyal hayatlarına yön vermektedirler. Karaözü yöresinde dedeler ile irtibatın 1956 yıllarında kopmuş olması kaynaklı yörede Alevi erkânları izlerine az rastlanmaktadır (K.K. 1, 12).

Yörede evlilik uygulamalarında kimilerinin geleneksel yöntemlere başvurduğu tespit edilmiştir. Şehirlerde yaşayıp Karaözü'nde ev imkânı olan bazı ailelerin düğün merasimleri için Karaözü'yü tercih ettikleri ve yörede kına töreni, düğün, bayrak kaçırma, düğün yemekleri, etli yahni, tatlı aş, davul- zurna eşliğinde halk oyunları gibi geleneksel yöntemlere başvurarak kültürlerini yaşatma çabaları tespitlerimiz arasındadır. Bu sayede Karaözü Alevi kültürünün yeniden canlandırıldığı, aynı zamanda özünü de muhafaza ederek kendine has kültürünü devam ettirme yolunda ilerlediğini söylemek mümkündür.

Karaözü'nde düğünler, sosyal yardımlaşmanın ve dayanışmanın sergilendiği en güzel pratikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm yöre merasimlerinde mutlaka yemek ikramı bulunmaktadır. Düğünle bayrak kaldırma merasimi ile başlaması oldukça önemlidir. Bayrak, bağımsızlığın sembolü olarak düşünüldüğünde, yeni kurulan ailenin bağımsızlığının ilan edilmesi şeklinde de yorumlanabilir.

Türk kültüründe kına gecesi ritüeli, geçiş dönemlerinden biri olan evlilik törenlerinin bir parçasıdır. Gelin, ritüelin odağındadır. Kadın kimliğinin dönüşümü bakımından ilgi çekici bir folklor olayıdır. Karaözü yöresinde de gündüz kınası ve gece kınası merasimleri ile bu geleneğin devamı gözlemlenmiştir.

Gelin indirme sırasında gelinin henüz eşiği geçmeden yani eve girmeden önce yapılan uygulamalarda bolluk ve bereket niyetiyle çerez ve bozuk para saçılmaktadır. Türk dünyasında karşımıza çıkan bu uygulamada, Türk kültüründe bu çerezler "saçı" ismiyle anılmaktadır. Saçı inancı ise kansız kurban olarak bilinmektedir. Burada saç uygulaması ile gelinin eve kabulü ve soyun sürmesi isteği ilişkilendirilebilir.

Karaözü'nde geçmiş tarihlerde düğünlerin vazgeçilmez unsurlarından biri olan güreş müsabakaları ile yörede yetişmiş, adını duyurmuş pehlivanların varlığı tespit edilmiştir. Karaözü'nün kültürel zenginliğine örnek olan evlenme törenlerinde uygulanan güreş müsabakalarının günümüzde yapılmadığı belirlenmiştir. Ancak, geleneğin 1930'lu yıllara kadar devam ettiğini, 1950'li yıllarda ise ata sporu adı altında takım oluşturularak varlığından söz edildiğini belirtmek gerekir.

Geleneğin yeniden canlanması için ilçe belediyesi tarafından güreş müsabakaları düzenlenerek bölgenin kültürel miras zenginliğinin ortaya konulması ve canlanması sağlanabilir.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurulu'nun 28/05/2024 tarih ve 215 numaralı kararı ile alınmıştır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



**Kaynakça**

- Atar, F. (2007). "Nikâh". T.D.V İslâm Ansiklopedisi, Cilt: 33,, s.112-117. *TDV Yayınları*.
- Aydoğan, K. (2015). Fazıl Say Karaözü'nde. *Merdiven Reklam Tanıtım Yayın*.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*, 4. Edition, *Oxford University Press*.
- Cihan, C. (2021). Türk Kam (şaman) ve kadın başlıklarında kuş tüyünün kullanılması. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (31), 104-118.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2007). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı. *Sakarya yayıncılık*.
- Genç, R. (2009). Türk inanışları ile milli geleneklerinde renkler ve sarı kırmızı yeşil. *Kültür Merkezi*.
- Güven, Ö. (1992). Türklerde spor kültürü. Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Güzel, Ö. (2021). Anadolu halk kültüründe inanış ve ritüeller. *Nobel Yayınları*.
- Halıcı, F. (1980). Atlı cirit oyunları, *Milli Kültür Yayınları Dergisi*, s. 1-3.
- İnan, A. (1998) Makaleler ve incelemeler 1. Cilt. *Türk Tarih Kurumu*.
- Kahraman, A. (1989). Cumhuriyete kadar Türk güreşi, C. I, *Kültür Bakanlığı Yayınları*.
- Karaözü Hakkında, (2024, 30 Temmuz). *Karaözü*.  
<https://karaozum.blogspot.com/2015/04/hakkmzda.html>
- Karataş, E. M. (2023). Ağrı'da düğün gelenekleri (yayımlanmamış yüksek lisans tezi) *Karabük Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı*.
- Opdenakker, R. (2006). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. *Qualitative Social Research*, 7, Article 11.
- Ögel, B. (1995). Türk mitolojisi-I. *Türk Tarih Kurumu Yayınları*.
- Ölmez, F. (2012). Meyve ve Türk sanatları bağlamında elma, *ART-E Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, Kasım-Aralık, 10.
- Özerdem, A. (1994). Tarihi, kültürü, folkloruyla Karaözü. *Cem Matbaacılık*.
- Özerdem, A. (2012). Şecere, Karaözü nüfusuna kayıtlı olanların soy kütüğü. *Çizgi Tanıtım Matbaacılık*.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2011). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. Sage.
- Tatar, V. (2019). KurrahaZZi-karahazzi (Karaözü) Şahrüh'un gizleri. *Karina Yayınevi*.
- Yıldız, H. (2012). Şah İbrahim Veli ocağı'nın Amasya yöresindeki izdüşümleri. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (63), 127-138.
- Yiğit, A. (2015). Osmanlı padişahlarının ihsanına mazhar huzur güreşleri. *Türk Halklarının Geleneksel Spor Oyunları Uluslararası Sempozyum Bildirileri Kitabı*, Bişkek.
- Yörükan, Y. Z. (1998). Anadolu'da Aleviler ve Tahtacılar. *T.C. Kültür Bakanlığı*.

### **EK 1. Sözlü Kaynaklar**

- K.K.1 Ahmet Özerdem, 1940 doğumlu okur –yazar, emeli öğretmen, Karaözü.  
K.K.2 Ayhan ARGÜDER, 86 yaşında, okur yazar, ev hanımı, Karaözü  
K.K.3 Aydın YILMAZ, 34 yaşında, okur yazar, işçi, Karaözü  
K.K.4 Ayhatun ÖZEL, 70 yaşında, okur yazar, ev hanımı, Karaözü  
K.K.5 Döne YILMAZ, 78 yaşında okuma yazma yok, ev hanımı, karaözü  
K.K.6 Huriye KILIÇ, 83 yaşında, okuma yazma yok, ev hanımı, Karaözü  
K.K.7 İbrahim Ede YILMAZ 53 yaşında, okur yazar, işçi, Karaözü  
K.K.8 Neziha YILMAZ, 62 yaşında, okur yazar, ev hanımı(Keyfeni) Karaözü  
K.K.9 Ozan KILIÇ 34 yaşında, okur yazar, esnaf, Kayseri  
K.K.10 Remzi KILIÇ, 61 yaşında, okur yazar, memur, Kayseri  
K.K.11 Ruhi DEMİRCİ, 65 yaşında, okur yazar, işçi emeklisi, Karaözü  
K.K.12 Sevim YILMAZ, 86 yaşında, okur yazar, ev hanımı, karaözü  
K.K.13 Tülay ÇÖPÜR, 66 yaşında, okur yazar ev hanımı, İğdeli  
K.K.14 Vedat YILMAZ, 63 yaşında, okur yazar, memur emeklisi, Karaözü



# DÜNYA COĞRAFYA LİTERATÜRÜNE GİREN TÜRKÇE TERİMLER KONUSUNDA ETİMOLOJİK BİR ARAŞTIRMA

 Mehmet Akif CEYLAN<sup>a</sup>

## Öz

Türkiye’de bugüne kadar coğrafi terimlerin kökeni (etimolojisi) konusunda maalesef müstakil bir çalışma yapılmamıştır. Bu sebeple makalenin öncelikli amacı, coğrafi terimlerin kökeni konusunda akademik anlamda bir farkındalığın oluşturulmasına katkı sağlamaktır. Çünkü coğrafya biliminin çok zengin kavram ve terim birikimine sahip olması, her türlü yazılı ve sözlü coğrafi anlatımda onlarca farklı terimin kullanılması konunun önemini artırmaktadır. Makalenin hazırlık aşamasında yerli ve yabancı alanyazın oldukça ayrıntılı bir şekilde gözden geçirilmiş, uluslararası yayınlarda etimolojik olarak Türkçe olduğu belirtilen coğrafi terimler ayırt edilmiştir. Şüphesiz makalede ele alınanlardan başka henüz ulaşılamayan ve daha yerel kullanılan Türkçe coğrafi terimler de mevcuttur. Çalışmada dünya coğrafya literatürüne giren ve halen uluslararası literatürde kullanılan Türkçe balkan, barkan, bergamot, menderes, takır, tayga, tundra ve yardang terimleri ele alınmış, bunların kökeni, coğrafi özellikleri ve tanıtımı üzerinde durulmuştur. Makalede ele alınan Türkçe terimlerin esasen her biri ayrı bir makalenin konusu olabilecek kadar genişliğe sahiptir. Bununla birlikte makalenin kapsamı da dikkate alınarak bu terimlerin etimolojik ve coğrafi özellikleri imkân dâhilinde nispeten ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Çalışmanın hazırlanmasında nitel araştırma yöntemlerinden ve doküman analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca terimlerle ilgili fotoğraf, şekil ve harita gibi açıklamaları zenginleştirici görsel malzemenin verilmesine gayret edilmiştir. Çalışma konusu yapılan Türkçe coğrafi terimlerin çoğunlukla 19. ve 20. yüzyıllarda Türk dünyasının farklı bölgelerinden uluslararası literatüre girdiği, halen özgün ve yaygın bir şekilde kullanıldığı belirlenmiştir. Terimler bergamot dışında imla ve anlam özelliklerini de büyük ölçüde korumayı başarmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafya literatürü, Türkçe coğrafi terimler, Etimoloji.



## AN ETYMOLOGICAL RESEARCH ON TURKISH TERMS ENTERED IN WORLD GEOGRAPHY LITERATURE

### Abstract

Unfortunately, no independent study has been conducted on the origin (etymology) of geographical terms in Türkiye to date. For this reason, the primary purpose of the article is to contribute to the creation of academic awareness on the origins of geographical terms. Because the science of geography has a very rich accumulation of concepts and terms, and the use of dozens of different terms in all kinds of written and verbal geographical expressions increases the importance of the subject. During the preparation phase of the article,

<sup>a</sup> Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Coğrafya Bölümü, maceylan@marmara.edu.tr  
Makale Geliş Tarihi: 15.10.2024, Makale Kabul Tarihi: 25.11.2024



local and foreign literature was reviewed in detail, and an attempt was made to distinguish geographical terms that were etymologically stated to be Turkish in international publications. Undoubtedly, there are Turkish geographical terms other than those discussed in the article that are not yet accessible and are used more locally. In this study, the Turkish terms balkan, barkan, bergamot, meander, takyr, taiga, tundra and yardang, which have entered the world geography literature and are still used in the international literature, were discussed and their origin, geographical features and introduction were emphasized. Each of the Turkish terms discussed in the article is essentially broad enough to be the subject of a separate article. However, considering the scope of the article, the etymological and geographical features of these terms are explained in relatively detailed manner as much as possible. Qualitative research methods and document analysis were used in the preparation of the study. In addition, effort was made to provide visual materials such as photographs, figures and maps that enrich the explanations related to the terms. It is determined that the Turkish geographical terms studied entered the international literature from different regions of the Turkish world mostly in the 19th and 20th centuries and are still used in an original and widespread manner. The terms have managed to preserve their spelling and semantic features to a large extent, with the exception of bergamot.

**Keywords:** Geography literature, Turkish geographical terms, Etymology.



## Giriş

Bilimler kendilerini terimler üzerinden ifade etmektedir. Terim bir bilim, sanat, meslek dalıyla veya bir konu ile ilgili özel ve belirli bir kavramı karşılayan kelime ve ıstılah olarak tanımlanır (TDK, t.y.). Bilimler içeriklerine ve gelişme düzeyine göre zengin terim dünyasına sahip olmaktadır. Bu anlamda mekân ve insan ilişkisini inceleyen ve oldukça geniş bir çalışma konusu bulunan coğrafya da terimler açısından çok zengin bilimler arasında yer almaktadır. Nitekim coğrafyada gerek genel gerekse fiziki ve beşeri coğrafya gibi alt dallarda binlerce terimleri içeren sözlükler hazırlanmıştır. Hatta günümüzde fiziki coğrafyanın alt dallarını teşkil eden jeomorfoloji ve hidrografya alanında da nispeten geniş kapsamlı terimler sözlüklerinin hazırlandığı dikkati çekmektedir. Bunların coğrafya biliminin terim zenginliğini yansıttığını söylemek mümkündür.

Türk Dünyası Sibirya'dan Hindistan'a, Çin Seddi'nden Adriyatik Denizi'ne kadar uzanan oldukça geniş bir coğrafyaya yayılmış durumdadır. Çok farklı topoğrafya, iklim ve beşeri özelliklere sahip bu alanlarda şüphesiz çok zengin bir coğrafi terminoloji gelişmiştir. Fakat bu yerel coğrafi terminoloji yetersiz bilimsel çalışmalar nedeniyle maalesef dünya literatürüne kazandırılmamıştır. Gerçekten bu çalışmada ele alınan ve dünya coğrafya literatürüne giren Türkçe terimlerin de genellikle yabancı bilim insanları tarafından tanıtılması bu görüşü doğrular niteliktedir. Bu bağlamda barkan ve yardang terimleri bilim literatürüne İsveçli kâşif Sven Hedin (1865-1952)'in Asya seyahati esnasında gördüğü bu yer şekillerini eserinde Türkçe adlarıyla söz etmesiyle girmiş ve tanınmıştır. Buna karşılık özgün bir coğrafi terim olan turfanda yerel ölçekte kalmıştır. Mevsimin başında ilk yetişen meyve ve sebze anlamına gelen bu terim Doğu Türkistan'ın tarihi vaha şehri Turfan'dan alınmıştır. Rakım (deniz seviyesinden -154 m) ve diğer coğrafi şartların elverişli olması nedeniyle bölgede en erken sebze ve meyve bu şehrin çevresinden üretilmiştir. Turfanda terimi ülkemize taşınmış, ancak dünya literatürüne maalesef taşınmamıştır.

Ülkemizde ve hatta dünyada yayınlanan coğrafya terimleri sözlüklerinin hemen tamamı terimlerin tanımlanmasını ve açıklanmasını ihtiva etmektedir. Keza bazı sözlüklerde terimlerin İngilizce, Almanca, Fransızca ve Osmanlıca Türkçesi karşılıkları verilmiştir. Dolayısıyla bu sözlüklerde terimlerin birkaç örnek dışında kökenleri (etimolojisi) üzerinde durulmamıştır. Doğal olarak kelimelerin kökeni konusundaki çalışmalar daha çok “dilbilimciler” tarafından yapılmıştır. Bununla birlikte coğrafya biliminde terimlerin kökeni, ortaya çıkışı ve dünya üzerinde dağılışı ayrı bir önem arz etmekte ve bu tür sözlüklerin hazırlanması şüphesiz daha geniş kapsamlı disiplinler arası uzun süreli çalışmaları gerektirmektedir.

Bu çalışmada dünya coğrafya literatürüne giren Türkçe kökenli balkan, barkan, bergamot, menderes, takır, tayga, tundra ve yardang terimleri ele alınmış; bunların tanıtımı ve Türkçe terimler konusunda bir farkındalığın oluşturulması amaçlanmıştır. Makalede ele alınan Türkçe terimlerin esasen her biri ayrı bir makalenin konusu olabilecek kadar genişliğe sahiptir. Bununla birlikte makalenin kapsamı da dikkate alınarak bu terimlerin etimolojik ve coğrafi özellikleri imkân dâhilinde nispeten ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu terimlerle ilgili fotoğraf, şekil ve harita gibi açıklamaları zenginleştirici görsel malzemeler verilmiştir.

Dünya coğrafya literatürüne giren Türkçe coğrafi terimlerden barkan, takır ve yardang kurak bölgeler, menderes akarsu jeomorfolojisi, bergamot tarım, tayga ve tundra bitki örtüsü, balkan ise hem fiziki hem beşeri coğrafya terimi olarak işlev kazanmıştır. Balkan teriminin bataklık, ormanlık anlamı ile fiziki coğrafya ve balkanlaşma anlamı ile de beşeri (siyasi) coğrafya terimi olarak kullanıldığı görülür. Balkanlaşma terimi özellikle balkan coğrafyasından esinlenerek 19. ve 20. yüzyıllarda etnik ve dini ayrışmayı ve çatışmayı anlatan bir terim olarak yaygınlaşmıştır.

Makalede ele alınan Türkçe terimlerin Türk dünyasının farklı bölgelerinden olmakla birlikte çoğunluğunun Orta Asya kökenli olduğu ayırt edilmektedir. Barkan, takır ve yardang terimleri Batı ve Doğu Türkistan’dan alınmış olup bu bölgelerin fiziki coğrafya özelliklerini yansıtır niteliktedir. Tayga ve tundra ise Kuzey Asya’nın Sibiryâ bölgesinde konuşulan Yakut Türkçesinden alınmadır. Kısaca tayga dağlık ve ormanlık, tundra devamlı donmuş tabakanın yer aldığı, yosun, liken ve cüce çalılışın yetiştiği ağaçsız sahalar anlamına gelmektedir.

İzbirak (1966, s. 35, 36), bir makalesinde terimlerimizin milletlerarası değer ve önem kazanabileceğinden söz etmiştir. Bu müellif, farklı yıllarda ülkemize gelen Penck (1924) ve Salomon-Calvi (1936) gibi bazı batılı bilim insanlarının Türkçe ova kelimesini jeolojik ve jeomorfolojik anlamda kullanmak istedikleri üzerinde durmuş; “Türkçe birçok terimler, başka ülkelerin literatürüne de geçme ve böylece yayılma gücü gösterebilirler.” görüşünü dile getirmiştir. Fakat ne yazık ki ülkemizden bu ve benzer terimler yaygınlaşarak milletlerarası coğrafya literatüründe yerini alamamıştır.

Yerel bir terimin yaygınlaşabilmesi ve dünya literatürüne girebilmesi için özgün ve önemli bir coğrafi özelliği ifade etmesi ve farklı yayınlarla tanıtımının yapılması gerekmektedir. Nitekim Akyol (1949, s.100)’un belirttiği üzere: “Âlimin icat ettiği ve sürüm sahasına çıkardığı terimler birçok noktalardan ıstıfa (eleme) süzgecine uğrar, neticede bu terim ya aynen yaşar veya kalıptan kalıba girerek yoğrulur, başka bir şekil alır yahut ta tamamen ölür, yerine münasibi geçer.” Dolayısıyla terimlerin bilim dünyasında çıktıkları

yolculukları çok çeşitli etkenlere bağlı olarak değişmektedir. Bunun en güzel örneğini bu makalede ele alınan bergamot teşkil etmektedir. Türkçemizden dünya literatürüne giren bu terim bazı değişikliklere uğrayarak tekrar Türkçemize girmeyi başarmıştır.

### A. MALZEME, YÖNTEM, SINIRLILIKLAR

Terimlerin kökeni ile ilgili çalışmalar birçok zorluğu beraberinde getirmektedir. Bu sebeple makalenin hazırlık süreci nispeten uzun bir zamana yayılmıştır. Burada özellikle Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü lisansüstü programında okutulan *Türkiye’de Coğrafi Terminoloji* başlıklı doktora dersinden büyük ölçüde yararlanılmıştır. Gerek yerli ve gerekse yabancı alanyazın oldukça ayrıntılı bir şekilde gözden geçirilmiş, uluslararası yayınlarda etimolojik olarak Türkçe olduğu belirtilen coğrafi terimler ayırt edilmeye çalışılmıştır. Şüphesiz makalede ele alınanlardan başka henüz ulaşılamayan ve daha yerel kullanılan Türkçe coğrafi terimler de vardır. Bunların önümüzdeki yıllarda bilgiye ulaşımın artmasıyla birlikte alanyazına kazandırılarak tanınmalarının sağlanacağını söylemek mümkündür.

Çalışmanın hazırlanmasında genellikle nitel araştırma yöntemlerinden ve doküman analizinden yararlanılmıştır. Araştırmanın temel problemde uluslararası literatüre giren ve halen kullanılmaya devam eden Türkçe coğrafi terimler var mıdır, varsa bunlar hangi terimlerdir sorusuna cevap aranmıştır. Literatür taraması ve analiziyle belirlenmiş olan balkan, barkan, bergamot, menderes, takır, tayga, tundra ve yarıdağ terimlerinin kökeni, coğrafi özellikleri özlü bir şekilde açıklanmış, tanıtımı üzerinde durulmuştur.

Dünya coğrafya literatürüne giren Türkçe yer adları (toponimi) çalışmada kapsam dışında bırakılmıştır. Bu nedenle örneğin Altay, Hazar, İtil (İdil), Sibiryaya, Karakum, Kızılkum, Türkistan gibi adlar üzerinde durulmamıştır. Keza bazı yabancı sözlüklerde Türkçe terimler eş anlamlı olarak verilmiştir. Örneğin *Günvey* terimi bir sözlükte bu bağlamda adret (Fr.) karşılığı olarak kullanılmıştır (Monkhouse, 1970, s. 5). Aynı şekilde yeniçeri (janissary), beylik (beylic), sancak (sanjak) gibi Osmanlı dönemi tarih ve idari terimler de yabancı alanyazında çokça yer almıştır. Bu tür terimler çalışmada kapsam dışında bırakılmıştır. Buna karşılık bazı coğrafi terimler ülkemizden dünya coğrafya literatürüne girmiş ve halen özgün bir terim olarak kullanılmaya devam etmektedir. Örneğin bunların başında menderes terimi gelmektedir. Bu terim Türkçe dışında bir kökenden gelmesiyle birlikte makale kapsamına dâhil edilmiştir.

Ayrıca Türk mutfağından dünya literatürüne giren döner, gulaş (Macarca gulyás, Macaristan'ın geleneksel yemeklerinden biridir. Türkçe kul aşından gelir), yoğurt, ayran, cacık, dolma, sarma ve baklava gibi yemek ve içecek isimleri de çalışmada ele alınmamıştır.

### B. DÜNYA COĞRAFYA LİTERATÜRÜNE GİREN TÜRKÇE TERİMLER

#### 1. Balkan

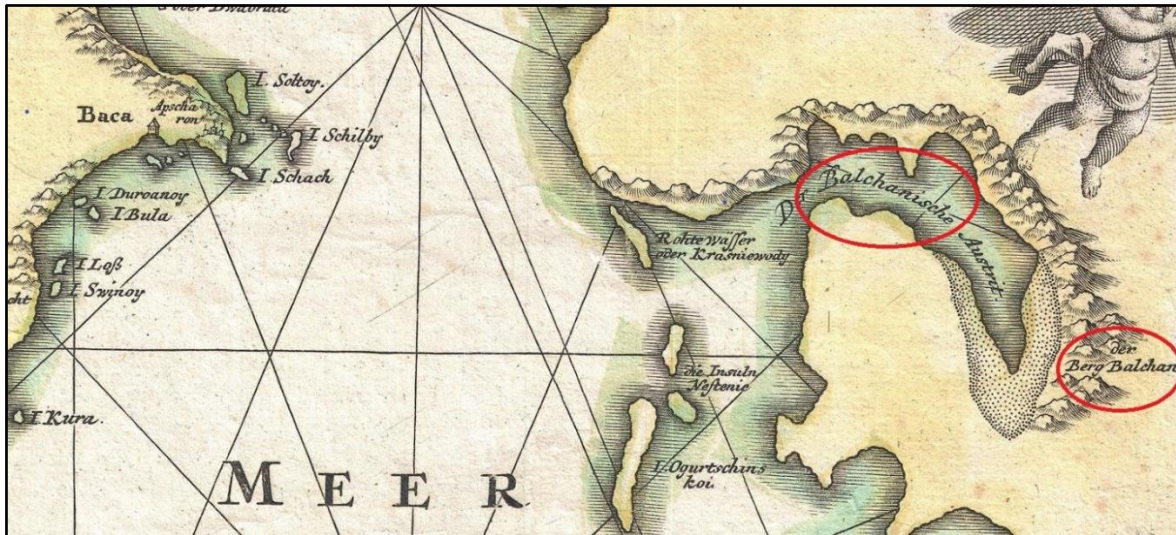
Balkan teriminin kökeni ve anlamı yerli ve yabancı birçok bilim insanı tarafından çok farklı yönleri ile nispeten geniş kapsamlı olarak incelenmiştir. Bugünkü balkan terimi aynı zamanda önemli bir toponimi (yer adını) teşkil eden Balkan Dağları'ndan alınmıştır. Keza daha sonra bu isim Balkan Yarımadası ve çeşitli yerler için de kullanılmıştır. Balkan Yarımadası'nın kuzey kesiminde kabaca doğu-

batı doğrultulu konumlanan Balkan Dağları yaklaşık 600 km uzunluğa sahiptir. Batı, orta ve doğu Balkan olmak üzere üç kısma ayrılan sıra dağın en yüksek tepesini 2376 m ile Yumrukçal veya daha yeni adıyla Botev teşkil etmektedir (Foto 1).

Balkan esasen Hazar Gölü'nün doğusunda Türkistan coğrafyasından Türk boylarının göçleriyle batıya taşınan yer adlarından biridir. Nitekim Türkmenistan'da Balkan vilayeti, Balkanabat şehri, Balkan Körfezi (Hazar), Uly (Ulu) Balkan (1881 m) ve Kiçi (Küçük) Balkan (777 m) dağlarının varlığı yer adının ve terimin kökenini açıkça ortaya koymaktadır. Homann tarafından 1725 yılında hazırlanan *Das Caspische Meer* ile Bowen tarafından 1747 yılında basılan *A New & Accurate Map of the Caspian Sea* adlı haritalarda mevcut konumda Balkan Dağı ve Balkan Körfezi adlarının günümüz yazılış biçimleri ile işaretlenmiş olduğu dikkati çekmektedir (Harita 1).



Foto 1. Sofya Şehri ve Kuzeyinde Konumlanan Balkan Dağları



Harita 1. Das Caspische Meer Başlıklı Haritada Balkan Dağı ve Balkan Körfezi (Homann, 1725)

Balkanlara Osmanlılardan önce gelen Kıpçaklar, Peçenekler ve diğer Türk boylarının Hazar Gölü'nün doğusundaki Balkan Dağları'na benzeterek bu terimi Balkan Dağları için kullanmış oldukları ifade edilmektedir (Darkot, 1979, s. 280; Ünlü, 2018, s. 135). Alanyazında az da olsa geçen Balhan ise terimin yanlış yazılışı ve yorumundan kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

Güncel Türkçe Sözlük'te (TDK, t.y.) balkan: Sarp ve ormanlık sıradağ; Derleme Sözlüğü'nde (TDK, t.y.) Anadolu'nun farklı yerlerinde; sık ormanlık, çalılık, fundalık yer (Konya, Ermenek), bataklık, sazlık (Denizli, Kocaeli, Çankırı, Samsun, Antalya, Erzincan), ormanlık, sık ağaçlık yer, sazlık (Afyonkarahisar) ve su birikintisi (Çorum) gibi anlamlara geldiği belirlenmiştir. Şemseddin Sami Kamus-ı Türki'de (2012, s.216) balkan: Sarp ve müselsel veya ormanla mestur dağ, silsile-i cibâl. Rumeli kitasını, garptan şarka şakk eden silsile-i cibâl ki buna izafetle kıta-i mekzüreye Balkan Şibh-i Ceziresi denir şeklinde açıklamıştır.

Eren, balkan teriminin kökeni konusunda çok sayıda çalışma yapmıştır. Bu müellife göre (1988, s.41-42), balkan adı Oğuzca balık sözünden -n ekiyle yapılmış bir türevdir. Balkan adında görülen -n eki dilimizde yaygın olarak kullanılan bir ektir. Oğul, oğlan, er, eren, kök, köken, öz, özen örneklerinde olduğu gibi. Balık köküne dayanan balkan adının anlamına gelince: Kaşgarlı Mahmud'a borçlu olduğumuz Oğuzca balık sözü "çamur" anlamına gelmektedir (Eren, 1988: 42). Gerçekten Dîvânu Lugâti't-Türk'te "Balık: Çamur" açıklamasında; "Oğuzların bir takımları da üç sakin ile balk derler." şeklinde bir cümle yer almaktadır (Kaşgarlı Mahmud, 1985/I, s.379). Buna göre, balkan sözcüğünün başlangıçta bataklık anlamına gelmesi gerekir. Anadolu ağızlarında balkan sözcüğünün bugün bataklık olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Türkçe balkan sözü eski çağlarda Macarca'ya balkan, balkany olarak geçmiştir. Macar ağızlarında "küçük su birikintisi" olarak saklanmış olan bu söz, Macaristan topraklarında yer adı olarak da tespit edilmiştir (Eren, 1988, s.42).

Türk hâkimiyetinin Bulgaristan'da, yalnız Bulgaristan'da değil, bütün Balkan Yarımadası'nda bıraktığı adlardan biri olan balkan adı, Bulgar dilinde özel bir yer tutmuştur (Eren, 1987a, s.115). Terim Bulgarca'da balkan: "dağ" karşılığı kullanılır. Bulgar dilinin etimoloji sözlüğünde (Bulgarski Etymologičen Rečnik, Sofya, 1971) balkan sözünün balkandzija (<balkancı "dağlı") türevi de verilmiştir. Sözlük yazarları Bulgarca balkanın Türkçe balkandan alındığını da bildirmişlerdir (Eren, 1987a, s.119).

Todorova (2022, s.71), balkan teriminin dağ manasında 1437'lerden itibaren bütün Avrupa dillerinde görüldüğünü kaydetmiştir. Balkan adının ilk kullanımının ise İtalyan hümanist yazar, şair ve diplomat Filippo Buonaccorsi Callimaco'nun 15. yüzyıla (1533) ait eserinde rastlandığını belirtmiştir. Bununla birlikte balkan adının Balkanlar'da kullanımının çok daha eski olduğu, Kıpçaklar, Peçenekler ve diğer Türk boylarının Hazar Gölü'nün doğusundaki coğrafyadan bu ismi taşıdığını söylemek mümkündür. Fakat Balkanlar'da en uzun politik birliği sağlayan Osmanlı Devleti şüphesiz balkan ismi ve teriminin yaygınlaşmasına büyük katkı sağlamıştır.

Balkan teriminin zaman içinde farklı kullanımları ortaya çıkmıştır. 20. yüzyılın başında gerçekleşen Balkan Savaşları, Balkan milletleri arasındaki bağları inceleyen bilim dalına balkanoloji, balkan bilimci (balkanolog, balkanologist), balkanlık, balkanize, balkanastik, balkanlaşmak gibi. Aynı şekilde Türkiye ve Bulgaristan (balkanski, balkanska) gibi ülkelerde balkan soyadı, Balkan oyunları,

Bursa'nın Nilüfer ilçesinde Balkan Mahallesi, Tunceli'nin Mazgirt ilçesinde Balkan adlı köyün yanı sıra İstanbul başta olmak üzere balkan adlı cadde ve sokaklar (Örneğin İstanbul'da 15'ten fazla balkan adlı sokak vardır), Makedonya'da Balkan Üniversitesi, Bulgaristan ve Sırbistan gibi ülkelerde balkan adını taşıyan oteller bulunmaktadır. Balkan adını taşıyan işyerleri de oldukça yaygındır. Bu itibarla balkan adının çok farklı alanlarda yaygınlık kazandığı ayırt edilmektedir.

**Balkanlaşma (Balkanization):** Zamanla anlam bakımından çeşitlenen balkan teriminden balkanlaşma şeklinde tamamen farklı bir terim ortaya çıkmıştır. Nitekim 19. yüzyıl sonları ile 20. yüzyılın başlarında balkan coğrafyasından alınan balkanlaşma (balkanizm, balkanizasyon, balkanization vb.) siyasi coğrafyanın önemli bir terimi olarak anlam kazanmıştır. Balkanlaşma terimini: Ogilvie (1974, s.18), alanların genellikle birbiriyle düşman olan daha küçük ülkelere bölünmesi, Gregory ve diğerleri (2009, s.41) ise, daha büyük bir siyasi varlığın daha küçük, birbirine düşman birimlere bölünmesi olarak açıklamıştır. Terim, 19. yüzyılın sonunda Balkanlar'daki kıtasal güç rekabetleri bağlamında milletlerin kendi kaderini tayin etme jeopolitiğinden kaynaklanmıştır. 1990'larda Yugoslavya'nın dağılmasıyla tekrar ön plana çıkan terim, başta Rusya olmak üzere diğer devletlerle ilgili de kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde yaygın bir şekilde kullanılan ve önemini sürdüren balkanlaşma terimi, nüfusun mekân ve sosyal olarak fazla bölümlenmesini yansıtır.

Akengin (2012, s.183), balkanlaşmayı: Birinci Dünya Savaşı öncesi Balkan Savaşları sırasında Alman sosyologlar tarafından kullanılan, Osmanlı Devleti'nin parçalanması sırasında Balkanları tanımlamak üzere kullanılan ve Balkanlar'da birbirine düşman devletler oluşturmak amacı ile kullanılan bir terim olarak açıklamıştır. Çağ (2020, s.15), balkanistik düşüncenin temellerinin eldeki veriler ve yaşananlar ışığında Sultan Abdülaziz devri (1861-1876) Osmanlı topraklarında yaşananlarda, padişahın Batı Avrupa gezisinde ve dahi Süveyş Kanalı'nın açılmasında görülmesi gerektiğini iddia etmiştir.

Todorova (2022, s.75)'ya göre, balkanlaşma terimi: "Balkan" dan türetilen en önemli kavram olup Balkan Savaşları ve Birinci Dünya Savaşı sonucunda ortaya çıkmıştır. Balkanlaşma, çoğunlukla eski coğrafi ve siyasi birimlerin milliyetçi parçalanma sürecini yeni ve sorunlu bir şekilde yaşayabilir küçük devletlere dönüştürme sürecini belirtmek için kullanılır. Veliu (2022, s.80) da balkanlaşmanın net bir tanımının bulunmadığını; Balkanlar'daki sorunlu olaylardan türetilen bu terimin çoğunlukla karmaşık ve sorunlu durumları, insanların ve olayların geniş bir yelpazesini tanımlamak için kullanıldığını belirtmiştir. Ayrıca Veliu (2022, s.84), balkanlaşma teriminin Avrupa ve Batı'yı aşan ve küresel coğrafi boyutlar kazanan bir bölgesel aralıkta gerçekleşen olayları açıklamak için giderek daha fazla kullanıldığından, terimin siyaset ve uluslararası ilişkiler alanını da aşan, insan kimliği sorularını ele alan çeşitli disiplinlerin sözlüğüne girmiş olduğundan söz etmiştir.

Oxford English Dictionary (OED)'de balkanlaşma teriminin bilinen en eski kullanımının 1910'lu yıllara dayandığı ileri sürülmüştür. Balkanlaşmaya ilişkin OED'nin en erken kanıtının da E. H. Bradford'un 1914 tarihli yazısında yer aldığı belirtilmiştir ([https://www.oed.com/dictionary/balkanization\\_n?tl=true](https://www.oed.com/dictionary/balkanization_n?tl=true)). Bradford'un College of Surgeons Fellowship konuşmasında şu sözleri söylediği aktarılmıştır: "Avrupa'nın mevcut balkanlaşması ne kadar sürecektir..." (Veliu, 2022, s.81). Öte yandan bir kavram olarak gazeteciler tarafından da tanıtılan balkanlaşma, 1923'te Leon Troçki (Trotsky) tarafından da anılmıştır. Zira 1912'de Kievskaya Mysl gazetesinin Balkanlar'daki askeri muhabiri olan

Troçki Sovyet Pravda için şunları yazmıştır: “Muzaffer Fransa şimdi sadece Avrupa’yı balkanlaştırarak hâkimiyetini sürdürüyor... Britanya’nın geleneksel maskesi ikiyüzlülüktür. Sonuç olarak talihsiz kıtamız parçalanmış, bölünmüş, tükenmiş, dağınık ve balkanlaştırılmıştır – bir tımarhaneye dönüştürülmüştür” (Jordan, 2007, s.61; Veliu, 2022, s.82).

Cram (1935, s.362)’ın kaydettiğine göre, “Yaklaşık bir yıl önce (1934) Londra Üniversitesi’nden Arnold J. Toynbee, “Balkanlaşma: Sebebi ve Çözümü” konulu bir kamu konferansı vermişti. Toynbee, balkanlaşmayı: İlk olarak Almanlar tarafından Birinci Dünya Savaşı sırasında kullanıldığı anlamı ile birçok farklı milleti, karakteristik dilleri ve kurumlarıyla içeren büyük bir imparatorluğun, her biri dış saldırılara karşı siyasi ve ekonomik bağımsızlığını sürdürmeye yeterli olabilecek veya olmayabilecek bileşen kültürel parçalarına bölünmesi olarak tanımlar. Tipik örnekler olarak, 19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu’nun bugünkü Balkan devletlerine ve Güney Amerika’daki İspanyol ve Portekiz imparatorluklarının şu anda bu kıtayı işgal eden 19 devlete bölünmesini gösterir. Ayrıca, bu sürecin Çin ve Rusya gibi ülkelerde hala devam ettiğini açıklar.

Kısaca ifade etmek gerekirse, etnik, dil, din, mezhep, kültür, gelenek vb. birçok bakımdan bir geçiş, bir etkileşim kuşağı oluşturan Balkanlar’da, balkanlaşma olgusunun balkanlaşma teriminden çok daha önceleri ortaya çıktığı, bu olgunun 19. yüzyıl ortalarına kadar gittiğini söylemek mümkündür. Osmanlı döneminde yakın zamana kadar uzun yıllar barış içinde yaşayan coğrafya özellikle dış etkilerin artmasıyla birlikte ayrışma, çatışma ve savaşların son iki yüzyılda (19. ve 20. yüzyıllar) çok yaşandığı bir yer haline gelmiştir. Bunun bir sonucu olarak balkanlaşma olgusu ve balkanlaşma terimi ortaya çıkmıştır. Bu terim daha sonra dünyada bu tür coğrafyalar için kullanılır hale gelmiştir. Dolayısı ile başta siyasi coğrafya olmak üzere farklı disiplinlerde ihtiyaç duyulan bir kavramı da karşılamış ve kendine literatürde kuvvetli bir yer edinmiştir.

## 2. Barkan

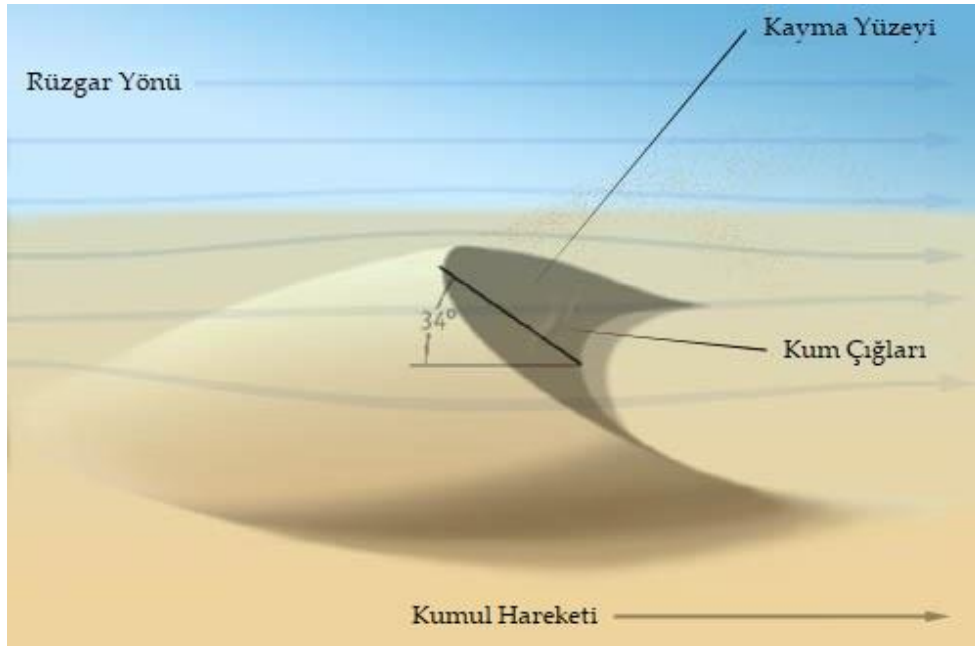
Barkan (barkhan, barchane, barchan), ismini aldığı Türkistan gibi açık ve iç çöl bölgelerinin karakteristik şekil elemanlarından biridir (Şekil 1). Rus coğrafyacı, botanikçi, doğa bilimci Alexander Fedorovich Middendorff (1815-1894), 1881’de bu terimi bilim literatürüne kazandıran kişi olarak bilinir ([https:// www.britannica.com/science/barchan](https://www.britannica.com/science/barchan)). İsveçli kâşif Sven Hedin (1865-1952) Asya seyahati esnasında gördüğü barkan kumullarına temas etmiş ve terimin dünya literatürüne girmesine ve tanınmasına katkı sağlamıştır. Nitekim ünlü kâşif anlatımında; “Gezginlerin ‘odasının’ sadece bir Kırgız kibitkasi (çadırı) olduğu Konstantinovskaya’nın küçük istasyonuna vardığımda ay ışığının aydınlattığı bir geceydi ve yılın o döneminde pek de davetkâr değildi. Buradan seksen mil uzaklıktaki Kamışlı-baş’a kadar genellikle Baktriya develeri kullanılır, çünkü atların taşımaları yolun o kısmı boyunca meydana gelen barkanlar veya kum tepeleri boyunca sürükleyecek kadar güçlü değildir.” (1899/I, s.47) ifadelerinde barkanlardan, ulaşım ve günlük yaşama etkilerinden söz etmiştir.

Güncel Türkçe Sözlük (TDK, t.y.) barkanı: Coğrafyada hilal biçiminde kumul, Öngör (1980, s.24) barkanı: Çöllerde yereye tek tek ve aralıklı olarak yayılan, yarım ay biçimindeki kumullara Türkistan’da verilen ad ve bu tip kumullar için batı dillerinde de kullanılan terim olarak kaydetmiştir. Moore (1954, s.19), barkanın Türkistan çöl alanlarında yaygın olduğunu ve Güney (1995, s.28) de terimin Kazak

Türkçesinden alındığını belirtmiştir. Ardos & Pekcan (1994, s.82) ise barkanı: hilal şekilli kumul olarak vasıflandırmış, kumlarla beslenmenin çok bol olduğu kumlu çöllerde görülen yarım ay şeklindeki kumul olarak tanımlamış ve tabirin Türkistan'dan alındığını ifade etmişlerdir.

Monkhouse (1970, s.31), sözlüğünde barkanı nispeten geniş bir şekilde açıklamıştır. Müellife göre, barkan (Türkçe): Rüzgâr yönüne enine uzanan, 'boynuzları' rüzgâr yönünde uzanan hilal şeklinde bir kumdur. Rüzgâr yönü sabit kaldığında oluşur. Yüksekliği 30 m'nin üzerine kadar değişir; rüzgâr tarafında hafif bir eğim, girdap hareketinin içbükey bir profilin korunmasına yardımcı olduğu kayma yüzeyi veya rüzgâr altı tarafında daha dik bir eğim vardır. Kum temini sürekli ise, kumun rüzgâr yönündeki eğimden yukarıya ve sonra aşağıya hareketinin bir sonucu olarak kumul ilerleyebilir. Bir kumul bazen tek bir tepe olarak bulunur, ancak genellikle kaotik, sürekli değişen bir 'kum denizi' olan gruplar halinde oluşur. Oldukça düz, açık yüzeylerde kolaylıkla meydana geldiği görüldüğünden asıl sorun, bunun nasıl ortaya çıktığıdır; muhtemelen çakıl parçaları, çalılar, hatta ölü bir hayvan veya yerdeki alçak bir tümsek bir kum yığınının birikmesine neden olabilir.

Barkanın rüzgâra bakan yamacı az eğimli, buna karşılık kuytu yamacı (veya kayma yamacı) diktir. Barkanlar enine kumulların en basit, bakım bakımından en mükemmel ve belki de en yaygın olan şekilleridir. Devamlı rüzgârların etkisine uğrayan ve serbestçe hareket edebilen her kum yığını bir barkana karşılık gelir. Bunların bir araya gelmesiyle de birleşik barkan sıraları ve barkan kompleksleri oluşurlar (Erinç, 2002, s.38).



**Kaynak:** <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/33/Barchan.jpg>

**Şekil 1.** Bir Barkan Kumulunun Genel Görünümü

Barkan şekilleri zamanla değişebilir, farklı kumul tiplerine dönüşebilir. Barkanların çok sayıda bulunmasıyla oluşan barkan topoğrafyası iklimin değişmesiyle sabitlenebilir ve böylece fosil özellikler



kazanabilir. Brezilya'nın Atlas Okyanusu kıyılarında olduğu gibi kıyı bölgelerinde de barkanların olduğu gözlenir. Dünya üzerinde nispeten yaygın bir dağılım arz eden barkanlar Asya'da; Türkistan dışında, Çin'de Gobi-Yamarak Çölü, Güneydoğu İran, Katar, Kuveyt, Afrika'da; Fas, Libya, Mısır, Namibya, Güney Amerika'da; Peru, Brezilya ve Kuzey Amerika'da; Death Valley, Kaliforniya çöllerinde yaygın olarak görülür. Ayrıca Mars yüzeyinde de barkan görünümlü şekiller ayırt edilir.

### 3. Bergamot (Bey Armudu)

Bey armudu, bugün dünyada birçok dilde bir cins turunca ad olan bergamot kelimesinin kökenini teşkil etmektedir. Türkçede bir çeşit armudun adı olan "beg armudu", "beg-armudi" Avrupa lisanlarında şekil değişikliğine uğrayarak "bergamotta, bergamote, bergamot" gibi kelimelerle aynı anlamda kullanılmış, sonra ayrıca anlam değişikliği ile bir çeşit portakalın adı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Türkçeden Avrupa lisanlarına şekil değişikliği ile geçmiş olan "beg armudu", anlam değişikliğinden sonra bergamot şekli ile bir çeşit portakalın adı olarak yeniden Türkçeye dönmüştür (Çalışkan, 1996, s.74, 75). Ancak bazı yerli ve yabancı kaynaklar, bu kelimenin kökenini İtalya'nın Bergama şehrine dayandırmaktadır. Bu yaklaşım bazı İtalyan kaynaklarda reddedilmekte ve kelimenin kökeni ile ilgili bey armuduna vurgu yapılmaktadır (Coşkun, 2016, s.79)

Güncel Türkçe Sözlük'te (TDK, y.t.) bergamot kelimesinin Fransızca bergamote teriminden dilimize girdiği: (1) Bitki biliminde turuncgillerden bir ağaç (Citrus bergamia) ve (2) bu ağacın kabuklarından reçel yapılan ve esans çıkarılan meyvesi anlamına geldiği belirtilmektedir. Becherelle (1857, s.386) tarafından hazırlanan Fransızca sözlükte bergamot, bazılarına göre bu armudun Bergamo (İtalya) şehrinde geldiği; diğerlerine göre Türkçe beg, efendi, armut kelimesinden Türkiye'den geldiği kaydedilmektedir. Robert (1977, s.177) tarafından hazırlanan Fransızca sözlükte de bergamot ve bergomat, İtalyanca bergamotta veya Türkçe (turc) bey (beg) armâdé (armut), efendinin armuduna dayandırılmaktadır.

The American Heritage Dictionary of the English Language'de (2022), bergamot: Kabukları aromatik bir yağ veren ekşi turuncgiller için esas olarak güney İtalya'da ticari olarak yetiştirilen küçük bir ağaç (Citrus bergamia) olarak tanımlanır. Terimin etimolojik açıklamasında: "Fransız bergamotu, İtalyan bergamotta'sından, Osmanlı Türkçesinden beg armudu, bey's armudu (modern Türk bey armudu'ya eşdeğer); beg, bey; bkz. Bey + armut, armud-, armut (Farsça amrūd'dan, Orta Farsça ūrmōd'dan) + -u, iyelik eki." olarak kaydedilmiştir.

Ünlü seyyah Evliya Çelebi, Seyahatname adlı eserinin farklı yerlerinde bey armudundan söz etmiştir. Örneğin Trabzon'un yiyecek ve içecekleri başlığı altında: "Yiyeceklerinden meyveleri bilhassa kiraz, lahican armudu, bey armudu, gülâbani armudu, sinop elması, namık üzümü, melekî üzümü ve frenk üzümü gayet nefis olur." (1985, s.458) demektedir. Aynı şekilde Evliya Çelebi, Malatya'daki meyveler arasında bey armuduna da değinmiştir: "Bey armudu dahi sulu ve lezzetlidir. Hatta İstanbul'un ayan ve ileri gelenleri, Malatya'dan ılgar ile armut filizleri getirip İstanbul fidanlarına aşılırlar. Malatya armudu pek lezzetli olur." demektedir (1986, s.425). Bu ifadeleri ile Evliya Çelebi, 17. yüzyıl Anadolu meyve tarımında bey armudunun yetiştirildiği bazı yerler hakkında önemli bilgiler vermiştir.

Şemseddin Sami (R.1317/M.1901, s.30), Kâmûs-ı Türkî'nin Armut maddesinde: "Farsça emruddan maruf meyve. Arabiyyede kümmesra denir. Envayı çeşittir. Akça, bey, bozdoğan, kavsara, kış ve Mustafa Bey armudu." bilgilerini vermiştir. Bunların dışında ülkemizde dalkıran, hüsnü yusuf, ankara, deveci, bahri bey, kara, güpdüşen ve daha birçok armut çeşitleri bulunmaktadır. Esasen bey (beg) terimi, armudun dışında ceviz (koz) için de kullanılmıştır. Örneğin İstanbul'da iyi kaliteli büyük cevizlerin yetiştiği bir yer olan Beykoz adını bey-kozu, diğer bir ifadeyle bey cevizinden almıştır (Ceylan, 2020, s.202-207). Bu ilçede ve İstanbul'un birçok yerinde halen ceviz ağaçlarını görmek mümkündür. Keza ülkemizde Beyağaç, Beyçam, Beyşehir, Beykent, Beyköy, Beyoğlu, Beyobası, Beyçiftliği, Beyyurdu, Beydere, Beypınarı, Beydağı, Beyçayırı, Beypazarı, Beydeğirmeni, Beydibeği ve Bey Camii gibi daha birçok isim bey (beg) ile birlikte anılmaktadır.

Özet anlatımla başlangıçta kelime bey armudundan ses değişimi yoluyla İtalyancaya bergamota olarak geçmiştir. İtalyancadan İspanyolca, Fransızca ve diğer dillere geçerken anlam genişlemesine uğramıştır. Fransızcadan Türkçeye geri gelirken Türkçedeki asıl anlamından uzaklaşmış ve anlam daralmasına uğramıştır (Coşkun, 2016, s.83). Böylece ülkemizin önemli bir tarım ürünü olan armut, bey armudu ve bergamot oldukça ilginç bir gelişim sürecini yaşamıştır.

#### 4. Menderes

Akarsu jeomorfolojisinin önemli terimlerinden olan menderes, özellikle eğimin ve akış hızının çok azaldığı ova ve geniş tabanlı vadilerde görülen yaygın şekillerin başında gelmektedir (Foto 2). Bu şekillerden gömük menderes, serbest menderes, menderes yeniği ve menderes teorisi gibi çeşitli terimler üretilmiştir. İzbirak'a (1986, s.237) göre menderes: "Türkiye'nin Ege bölgesindeki Büyük Menderes biçimlerinden alınarak dünya literatürüne geçmiş bir terimdir. Yatak eğimi çok azalmış bulunan akarsuların, düzenli büklümler yaparak, sağa sola dolana dolana, çevrile çevrile akışının verdiği biçimdir." Thomas (2016, s.335), menderesi: "Bir nehrin, Türkiye'nin güneybatısındaki Menderes Nehri'nde olduğu gibi kıvrımlı kıvrımları." tanımlamasını yapmıştır. Bu müellif daha teknik açıklamalara da yer vermiştir: Örneğin, bir nehrin, söz konusu erişimin doğrudan aşağı vadi uzunluğunun bir buçuk katından daha fazla olan tek bir kanalda akması durumunda, keyfi olarak kıvrımlı olarak kabul edilebileceği ve bir diğerinde kıvrımlılığın tekrarlanan geometrinin düzenli kıvrımlarının gelişimini içermesi gerektiğini ileri sürmüştür.

Ülkemizde Batı Anadolu'da Büyük Menderes, Küçük Menderes ve Karamenderes akarsularına isim olarak verilen menderes isminin dünya literatüründe, önemli tarih ve coğrafya eserlerinde geçtiği görülür. Örneğin Homeros'un (M.Ö. 9. yüzyıl) İlyada (2005) adlı eserinin ikinci bölümünün 869. satırında (sayfa 114): "Maiandros kıyılarında, yüksek doruklu Mykale'nin eteğinde" cümlesinde menderes terimi geçmektedir. Herodot (Herodotos, MÖ 484-425) Tarihi'nin birçok yerinde (Büyük) Menderes Nehri'nin ve ovasının adı yer almaktadır (The Histories of Herodotus, 1904). Aynı şekilde Ksenofon (Xenophon, MÖ 430 - MÖ 354), Anabasis (1962) adlı eserinde Büyük Menderes Nehri'nin farklı kesimlerinden ve özellikle Dinar civarındaki kaynaklarından söz etmektedir.



**Foto 2.** Büyük Menderes Nehri'nin Deltasındaki Eski Kıvrımlı Mecraları (Google Earth Pro, 2015)

Ünlü coğrafyacı Strabon (MÖ 64-MS 24) da Büyük Menderes (Maiandros) Nehri ve terimi hakkında nispeten geniş bilgiler kaydetmiş ve menderes kavramının dünya literatüründe tanınmasına katkılar sağlamıştır: Nitekim *"Maiandros, Orgas adında bir ırmakla daha birleştikten sonra düz bir ülkeden yumuşak ve ağır bir akıntıyla geçer ve ileride genişleyerek Phrygia içerisinden bir süre aktıktan sonra, Maiandros Ovası denen yerde Karia'yla Lydia arasındaki sınırı meydana getirir. Buradaki akıntısı o kadar kıvrımlıdır ki bu derece kıvrımlı olan her şeye Maiandros'lamak adı verilir."* (Strabon, 2000, s.83) demektedir.

Umar (1993, s.536), Menderes (Maiandros) Irmağı'nın adının Luwi/Pelasgos dilinden gelme, öz biçiminin (kanımca, hem de hiç kuşkusuz, Madra yani Ma-Adra, Ma'nın Erkeği) anlam hiç değişmeksizin Hellen ağzına uydurulduğu görüşündedir. Nişanyan Sözlük, menderes teriminin Yunan öncesi bir Anadolu dilinden kalma olduğu ifade edilerek (<https://www.nisanyansozluk.com/kelime/menderes>) Umar'a katılmıştır. Mevcut bilgiler ışığında menderes terimi, kökeni tam olarak da belirlenemeyen bir Anadolu dilinden geldiğini söylemek mümkündür.

Göney (1975, s.1), aktardığı rivayetlere göre; Büyük Menderes Nehri'nin ilk adının Anabelen olduğunu belirtir: "Bölgeye yerleşen ve büyük zirai ve ticari medeniyetler kuran en eski kavimler tarafından, muhtemelen nehre bu isim verilmiştir. Anabelen vadisinde Maandır isminde bir kumandan, Frikyalılarla yaptığı savaşta yenilince, bu hadise üzerine akli muvazenesi bozulur ve karısı ile oğlunu öldürerek kendisini Anabelen'in bulanık suları içine bırakır ve boğularak ölür. Nehrin ismi, bu hadiseden sonra, Meandır olmuştur. İyonyalılar bu kelimenin sonuna "os" takısını ilave ederler ve nehrin adı Meandros haline gelir." Literatürde nehrin ismi konusunda daha başka rivayetler de mevcuttur (Bayındır & Poyrazoğlu, 1966; Dündar & Baysan, 2018, Kınacı, 2020). Bu rivayetlerin daha sonra ortaya çıktığı ve yakıştırma olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü Strabon'un (2000, s.83) açık bir şekilde

kaydettiği gibi “kıvrımlı olan her şeye Maiandros” denilmekte ve akarsu ismini bu özelliğinden almaktadır.

Ülkemizde menderes terimi akarsu jeomorfolojisi dışında, Menderes masifi (jeoloji), ilçe (İzmir), köy (Tirebolu Giresun), mahalle (Sulusaray, Güngören, Eğirdir, Alaşehir, Mezitli, Esenler, Bayramiç, Kahta, Emirdağ, Kırıkhan, Buharkent, Efeler, Dulkadiroğlu, Sincan, Koçarlı, Burdur-Merkez, Menderes, Beydağ, Besni, Nizip, Pazarcık, Yenice ve Şehzadeler) idari ünite adı, cadde, sokak, üniversite (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi), okul, park, işyeri, kişi adı ve soyadı ile ülkemizin siyasi yaşamında önemli şahsiyetlerden birini (Ali Adnan Menderes, 1899-1961) temsil etmektedir. Dolayısıyla menderes teriminin günümüz Türkçesinde çok yaygın bir kullanım alanının bulunduğu ve kültürümüz içinde önemli bir yer edindiği dikkati çekmektedir.

## 5. Takır

Kurak bölge topoğrafyasının önemli terimlerinden olan takırın genel literatürde takir, takyr ve taqır gibi farklı şekillerde yazıldığı görülür. İzbirak (1986, s.299, 300)’a göre takır: Orta Asya’da Aral Gölü ile Hazar Gölü arasındaki kurak bölgede zamanına göre tuzlu bataklıklara, kuruduktan sonra tuzlu topraklarla örtülü ovalara verilen addır. Takırlara İran’da kevir, Büyük Sahra Çölü’nde sebha, Meksika’da bolson ve playa adı verilir. Atalay (2004, s.425) takır: Bitki örtüsünden yoksun çöl toprağı olarak tanımlar. Çatlaklarla ayrılmış poligonal şekilde bir yüzeye sahip olan bu topraklar, Orta Asya çöllerinde yaygındır. Güney (1995, s.142) de bu birikinti çökek toprakları, Türkçe “takır takır kuru, takır takır çatlamış” özelliklerine vurgu yaparak açıklamıştır. Aynı şekilde Güncel Türkçe Sözlük’te (TDK, t.y.) ise, takır takır: sert ve kuru; takır tukur; “takır takır bir ekmek” örneği ile izah edilmiştir.

Thomas (2016, s.517), takır: Çıplak parke benzeri yüzeye sahip çok sayıda çokgen agregat ağlar ile bölünmüş çöl toprağı olarak açıklar. Orta Asya çöllerinin tipik manzara unsurları olan takır, İran, Avustralya ve Kuzey Afrika çöllerinde de benzer kil örtüleri üzerinde görülür. Oluşumları, yüzeyin mevsimlik olarak ince bir su tabakasıyla askıda kil malzemesi ve çözülebilir tuzlar taşıyan sularla doldurulmasını gerektirir. Sıcak dönemde suyun buharlaşmasını takiben zeminin yüzeyinde çatlaklı kuru kabuklar meydana gelmektedir.

Türkmenistan’da Karakum Çölü’nde takır oluşumu yaygın olarak görülür (Foto 3). Eski Türk dilinde düz ve çıplak anlamına da gelen takır çöl ve yarı çöl bölgelerde tuzlu bataklıklardaki kil kayalarının hâkim olduğu alanlarda oluşur. Takır, toprak üzerinde ağ/poligonal şeklinde çatlakların gelişmesiyle meydana gelir (<https://az.wikipedia.org/wiki/Tak%C4%>). Takırlar killi topraklar üzerinde karakteristik desenler oluşturan çatlakların kurumasıyla dikkati çekmektedir.

Amirtayeva (2019, s. 36/100)’ya göre, ovanın eski Türkçe kullanımı yazı şeklindedir. Türkiye Türkçesi’nde ova, Kazakistan Türkçesi ve Türkmen Türkçesi’nde takır olarak geçmektedir. Buna göre takır “ovalı yer” anlamına gelmektedir. Babayev (1986, s.18), Orta Asya’da takırlarla ilgili Petrov (1973, s.336)’dan nispeten ayrıntılı bilgiler aktarmıştır: Takır killi çöller, özellikle Amuderya (Ceyhun) ve Sirderya (Seyhun)’nın piedmont ovalarında ve eski deltalarında görülmektedir.



**Kaynak:** <https://www.flickr.com/photos/flydime/2884342285>

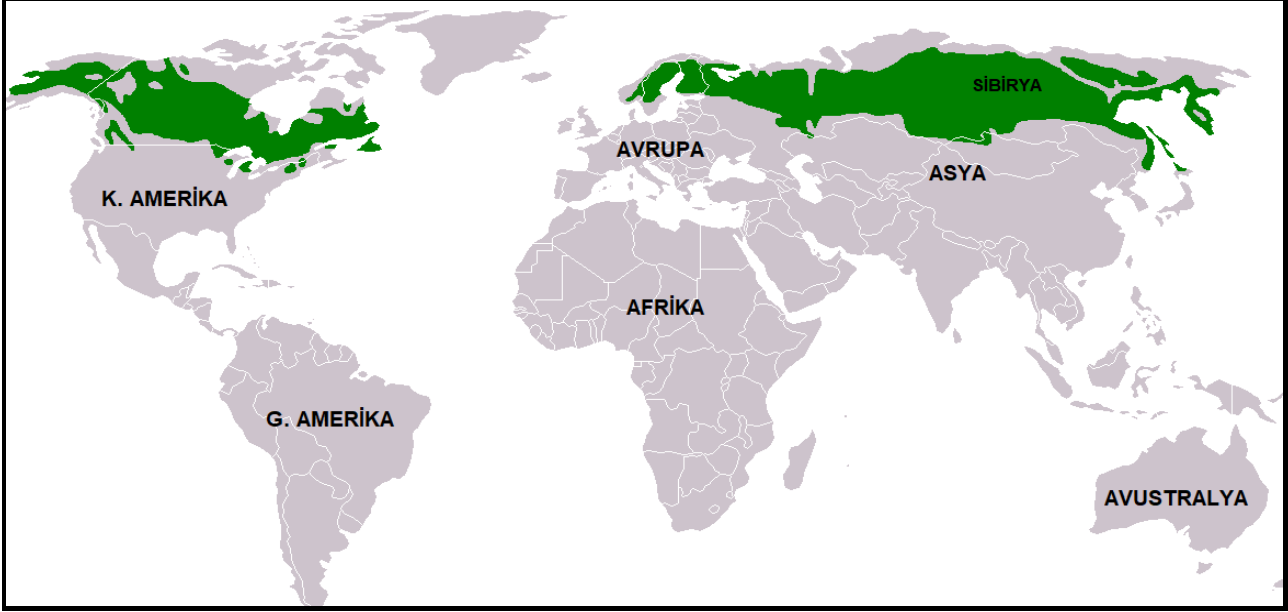
**Foto 3.** Türkmenistan’da Karakum Çölü’ndeki Takır Oluşumları

## 6. Tayga

Terimin taiga, taika, tayga, tayya, ak tayga, kara tayga, boro tayga gibi farklı şekillerde yazıldığı görülür. Türkçenin Altay lehçesinden gelen ve Rusça üzerinden dünya literatürüne giren tayya: dağ, ağaç, orman ve ormanla kaplı dağ anlamında kullanılsa da özellikle “seyrek ormanlı dağ” anlamına gelmektedir. Alman asıllı Rus doğu bilimci ve Türkolog olan Radloff (1905, s.767), taiga (taika), Katunya'nın doğusundaki yoğun ormanlık dağların aksine Katunya'nın batısındaki hafif ormanlık kayalık dağlara verilen isim olarak kaydeder. Katun Dağları, Altay Dağları silsilesi üzerinde en yüksek zirvesi Beluç (Üç-Sümer, 4506 m) olan kısmını teşkil etmektedir. Dağların çok büyük kısmı, Altay Cumhuriyeti'nin (Rusya Federasyonu) sınırları içinde kalmakta birlikte Beluç Tepesi civarında çok az bir kısmı Kazakistan’da yer almaktadır.

Ergun (2009, s.77-78), Altay Türkleri arasında ve Şor destanlarında yaşamaya devam eden ve Türk mitolojik kültüründe kutsal ağaç topluluklarını da ifade eden “tayga” yerine tek başına “orman” kelimesinin yeterli olmadığı, belki anlamı eksik de olsa, “ak tayga” yerine “ak ve seyrek ormanlı/ ağaçlı dağ”, “kara tayga” yerine ise kara ve seyrek ormanlı/ağaçlı dağ” kullanılabileceği görüşündedir. Tayga terimi Altay-Katun Dağları’ndan alınmakla birlikte zaman içinde dünya literatürüne giriş sürecinde anlam genişliğine uğrayarak özellikle Sibiry bölgesindeki iğne yapraklı ormanları ifade eden bir anlam kazanmıştır. Bu bağlamda Ertek (2023, s.119) tarafından hazırlanan coğrafya sözlüğünde Türkçe asıllı Rusça’da tayga: Sibiry, İskandinavya ve Kanada gibi soğuk bölgelerde genellikle iğne yapraklı ağaçlardan oluşmuş orman olarak açıklanmıştır.

Tayga, günümüz coğrafya literatüründe kuzey yarım küredeki soğuk kuşakta ve orta kuşaktaki dağların yüksek kesimlerinde sarıçam, ladin, göknar gibi çoğunlukla iğne yapraklı ve az oranda da akçaağaç ve huş gibi geniş yapraklı ağaçların oluşturduğu ormanlardır (Harita 2). Bu ormanlar batıda İskandinavya Yarımadası'ndan başlayarak Sibirya üzerinde Kamçatka Yarımadası'na kadar olan Avrasya'nın kuzey kesiminde geniş alanlar kaplar (Atalay, 2004, s.431).



Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tayga#/media/Dosya:Taiga.png>

**Harita 2.** Kuzey Yarım Küresinin Yüksek Enlemlerinde Tayga Ormanlarının Dağılışı

Tayga ormanlarında başlıca kozalaklı, iğne yapraklı olan karaçam (melez çamı), ladin (alaçam), köknar ve çam hâkimdir. Her dem yeşil ağaç türleri (ladin, köknar ve çam) sert tayga kışlarında hayatta kalabilirler, buna karşın karaçam, tüm diğer ağaçlardan en fazla soğuğa dayanıklı olan yaprak dökendir. Tayga'da kozalaklı, iğne yapraklı ormanların yanında, huş ağacı, titrek kavak, söğüt ve üvez ağacı gibi bazı yapraklı ağaçlar da görülür (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Tayga>).

## 7. Tundra

İzbırak (1986, s.318), tundrayı: Fincenin tunturi = "ormansız tepe" kelimesinden Rusçaya geçmiş bir terim olarak kaydetmiş, kutba yakın bölgelerdeki, seyrek ve cılız bitkili, sadece yosunlarla cüce çalılırların bulunduğu bir bitki örtüsü olarak tanımlamıştır. Atalay (2004, s.453), tundrayı: Rusça, kuzeydeki yüksek enlemlerde daimi ağaç sınırının üstünde ve kuzeyinde yer alan uzun ve çok soğuk kışların olduğu, yazın ortalama sıcaklığın 10 °C'nin altında bulunduğu, devamlı donmuş tabakanın yer aldığı, yosun, liken ve cüce çalılırların yetiştiği ağaçsız bölge olarak açıklamıştır.

Güncel Türkçe Sözlük'te (TDK, t.y.) tundra (tu'ndra): Fransızca toundra'dan dilimize geçmiş olup kutuplara yakın bölgelerin bitki örtüsü; kutup bozkırı, bazı internet sözlüklerinde (<https://etimologias.dechile.net/?tundra>; <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tundra> vd.) ise: Rusça'nın kuzey

doğu lehçesinden tundra, tundara, Kildin Sami'sinden (Kuzey Kola Yarımadası'nın Sami dili) tünter'ten geldiği ileri sürülmüştür.

Özetlenen bu görüşlere karşılık Crawford, terimin kökeni konusunda farklı bir görüşü gündeme getirmiştir. Nitekim bu müellife göre, tundra: Arktik topraklar, donmuş topraklar ve ağaçlardan yoksundur. Kelime büyük ihtimalle donmuş toprak için kullanılan eski bir Türkçe kelimedenden türemiştir. Kökü, modern Türkçede dondurma-frozen olarak mevcuttur (Crawford, 2014, s.249).

Kısaca açıklandığı üzere terimin kökeni konusunda oldukça farklı görüşler vardır. Bunlardan özellikle Türkçeden geldiği konusunda daha fazla çalışmanın yapılması gerekmektedir. Gerçekten Rusya'nın tundra bölgelerinde çok eski zamanlardan beri göçebe Türklerin yaşıyor olması, tundra kelimesinin Türkçe bir kökenden gelme ihtimalini kuvvetlendirir niteliktedir.

Rusya'da donmuş topraklar (permafrost) sahasında dünya literatüründe fazla yaygınlaşmamış olmakla birlikte termokarst şekillerden tarın ve alla gibi bazı jeomorfolojik terimlerin kullanıldığı görülür. Yakutça olan bu terimlerin (Erinç, 2002, s.296) Rus araştırmacılar tarafından dünya literatürüne girmesi sağlanmıştır. Keza periglasiyal şekillerden Yakutça alas/alass (Everdingen, 2005) ile palsa karşılığı olarak Yakutça bulginniakhs terimi kullanılır (<https://en.wikipedia.org/wiki/Palsa>). Bu terimler de dünya literatüründe fazla tanınmamıştır.

## 8. Yardang

Dünya coğrafya literatüründe özgün ve yaygın kullanılan Türkçe terimlerden biri de yardangdır (Foto 4). Bu terimin Hakaniye (Karahanlı) Türkçesinde "yar", suların açtığı yer anlamına geldiği belirtilir (<https://www.frmttr.com/coğrafya/3857927-yardang.html>). Kurak bölgelerin karakteristik şekil elamanlarından olan yardang ülkemizde yayınlanan coğrafya ve jeomorfoloji sözlüklerinde az çok benzer ifadelerle açıklanmıştır. Örneğin yardang: Ardos & Pekçan (1994, s.187)'a göre, çöller gibi kurak bölgelerde, korrazyona karşı az dirençli sahalarda (kil, marn, kumtaşı gibi), rüzgârın etkisiyle oluşmuş, aralarında dik yamaçların yer aldığı, rüzgâr yönünde uzanmış, diplerinde bazen sellenme şekillerinin de bulunduğu uzunlamasına oluklar ve bu tip topoğrafyaya verilen addır. Terim Orta Asya'dan alınmıştır. Diğer tanım ve açıklamalar kısaca şöyledir: Yardang kil, marn, kumtaşı gibi sert olmayan ve kolay aşınabilen kayaların süpürülmesiyle doğmuş içine uzun yarıntılardır (Güney, 1995, s.153). Yardanglar rüzgarların çarpma suretiyle aşındırmaları (korrazyon), rüzgarların oymaları (deflasyon) ile akarsu erozyonu ve kütle hareketleri sonucunda şekillenmişlerdir (Atalay, 2004, s.476).

Erinç (2002, s.27), yumuşak tortul tabakalar, örneğin eski göl diplerinde çökelmiş killer, miller ve bunlara benzer diğer depolar, sertleşmemiş kumlar üzerinde korrazyonun çok daha kolay etki gösterdiğini ve bu şekilde oluşan şekiller arasında en tanınmış olanlardan birinin de yardang olduğunu ifade etmektedir. Devamında bu ismin, söz konusu şekillerin çok tipik olarak gelişmiş oldukları Orta Asya'dan alındığını belirtmektedir.

Editörlüğünü David Thomas'ın yaptığı Fiziki Coğrafya Sözlüğü'nde yardang terimi farklı yönleri ile nispeten ayrıntılı olarak açıklanmıştır: Yardanglar uzun eksenleri rüzgâra paralel olan aerodinamik rüzgâr erozyonu formlarıdır. Uzunluk-genişlik oranları genellikle 3:1 veya daha fazladır. Yükseklikleri

birkaç metreden 200 m'ye, uzunlukları ise birkaç metreden birkaç kilometreye kadar değişir. Yardangın rüzgâra bakan yüzü tipik olarak küt uçlu, dik ve yüksektir. Yardanglar birbirine paralel olarak oluşur ve U şeklinde veya düz tabanlı oluklarla ayrılır. Yardanglar kumtaşları, kalkerler, kil taşları, granitler, gnayslar, şistler ve göl çökeltileri dâhil olmak üzere çok çeşitli jeolojik malzemelerde oluşurlar. Formdaki farklılıklar malzeme farklılıklarından kaynaklanır. Nihai form litolojiye, yapıya ve bölgesel iklim geçmişine göre değişir. Yardanglar, Asya'da; Tarım Havzası'ndaki Taklamakan Çölü'nde, Orta Asya'nın Qaidam çöküntüsünde, İran'ın Lut Çölü'nde vb. yerlerde meydana gelirler. Afrika'da; Arap Yarımadası, Mısır, Libya, Çad, Nijer ve Namib Çölü'nde çeşitli yardang topoğrafyası bulunur. Ayrıca yardanglar, Güney Amerika'da Peru'nun kıyı çölünde ve Kuzey Amerika'da küçük gruplar halinde görülür. Mars'ta da yardang oluşumları vardır (Thomas, 2016, s.577).



**Kaynak:** <https://www.airpano.com/360video/vr-china-yardang/>

**Foto 4.** Çin'de Dunhuang Yardang Ulusal Jeoparkı'nda Havadan Bir Görüntü

Yardang terimi İsveçli kâşif ve coğrafyacı Sven Anders Hedin (1865-1952)'in 1903'te Türkistan'a yaptığı keşif gezisinden sonra dünya literatürüne taşınmıştır. Ünlü kâşif 1903 yılında yayınladığı iki cilt *Central Asia And Tibet: Towards the Holy City of Lassa* adlı eserinde yardanglardan ayrıntılı olarak söz etmiş ve ayrıca fotoğrafını (Foto 5) da vermiştir. Hedin'in eserinin farklı yerlerinden alınan yardang anlatımı özetle şöyledir:

Daha sonra son derece zorlu bir ülkeye, yani yerlilerin yardang adını verdiği, keskin kenarları olan kilden teraslardan oluşan mükemmel bir labirente geldik ve bu çok açıklayıcı, tanımlayıcı kelime olduğu için gelecekte bu yıpranmış oluşumlardan bahsederken "yardangı" kullanacağım. Başlangıçta akan suyun etkisiyle oluşturulmuşlardı, ancak daha sonra rüzgâr tarafından hayal edilebilecek en fantastik ve kaprisli hatlara dönüştürüldüler. ...(1903/I, s.350). Kurrukdaria'nın bu yardangları güneye doğru uzun bir yol uzanıyor gibi görünüyordu...(1903/I, s.351). Ülkenin görünümü değişti... Sağımızda sayısız salyangoz kabuğuyla kaplı, yardanglardan oluşan bir "deniz" vardı (1903/I, s.362).



Sonunda Kurruk-daria'nın (Kuru Derya; Kuru Çay) yatağı sona erdi ve bir zamanlar eski Lop-nor Gölü'nün kapladığı kırsal bir alana girdik. ...Yardanglar artık 5 ya da 6 fit genişliğinde ve yaklaşık 3 fit yüksekliğinde, oldukça sağlam, sarı kilden yapılmış, yatay olarak yerleştirilmiş ve kuzeydoğu ve güneybatı yönünde birbirini sonsuza kadar takip eden sırtlardan oluşuyordu ve aralarında aynı derinlikte ve aynı genişlikte eşit sayıda paralel hendek veya oyuk vardı. ...uzun "sıralar" rüzgâr tarafından temizlendi veya cilalandı (1903/I, s.365).

O gün 18 mil katettik ve dağlardan kil oluşumlarının üç farklı seviyede biriktiği tekdüze çöle çıktık. En alt seviye takip ettiğimiz derenin tabanıydı. Çölün tüm alanının yarısını kaplayan orta seviye, yaklaşık 6 ila 8 fit daha yüksek olan sıradan yardangdı. Üçüncü kat ise yerden 50 ila 60 fit yüksekliğe ulaşan küçük platolardan, kulelerden ve kırmızı kilden yapılmış piramitlerden oluşuyordu... Düz yardang sırtları arasında uzanan hendeklerin Çerçen Çölü'ndeki (Doğu Türkistan) bayırlara tam olarak paralel uzandığını belirtmekte fayda var. Her iki durumda da çöküntüler varlıklarını hâkim rüzgârların etkisine borçluydu (1903/I, s.376).



**Foto 5.** Kamptan Güneybatıya Bir Bakış: Ön Planda Yurt (Çadır), Arka Planda Rüzgârın Oyduğu Yardanglarıyla Kil Çölü (Hedin, 1903/II, s.116).

Kurruk-tagh (Kuruktag; Kurudağ, Doğu Türkistan'da Turfan ilinde) zincirlerini batıya doğru uzun bir yol boyunca gördük, ancak bunlar daha yüksek ve tamamen daha büyüktü.... Artık ülke değişti ve şimdiye kadar geçtiğim tüm kumlu çöllerden daha kötü bir hal aldı. Daha önceki bir bölümde anlattığım gibi yardanglardan veya "kil sırtlarından" oluşuyordu, ancak burada bunlar 20 fit yüksekliğinde ve tepesi 30 ila 40 fit arasındaydı. Kuzey ve güney sonsuz bir ardışıklıkla uzanıyorlardı. Aralarındaki küçük boşluklar olmasaydı ilerleyemezdik çünkü kenarları tamamen dikti (1903/II, s.94).

Hedin, gerçekten Orta Asya'nın kurak sahalarında yardangların oluşumu, özellikleri, dağılışı ve günlük yaşama etkileri konusunda değerli bilgiler vermiştir. Bu Türkçe terimin 20. yüzyılın başlarında

dünya literatürüne girmesini ve tanınmasını sağlamıştır. Günümüze kadarda yardang terimi kurak bölge topografyasının özgün bir terimi olarak önemini korumayı başarmıştır.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Ülkemizde bugüne kadar coğrafi terimlerin kökeni (etimolojisi) konusunda maalesef müstakil bir çalışma yapılmamıştır. Bu sebeple makalenin öncelikli amacı, coğrafi terimlerin kökeni konusunda akademik anlamda bir farkındalığın oluşturulmasına katkı sağlamaktır. Çünkü coğrafyanın çok zengin kavram ve terim birikimine sahip olması, her türlü yazılı ve sözlü coğrafi anlatımda onlarca farklı terimin kullanılması konunun önemini daha da artırmaktadır.

Bu makalede dünya coğrafya literatürüne giren ve halen kullanılmaya devam eden sekiz Türkçe coğrafi terim ele alınmıştır. Türk dünyasının farklı bölgelerinden gelen bu terimlerin Türkçe kökenleri, tanımları ve özellikleri hakkında fazla ayrıntıya girmeden bilgiler verilmiştir. Bu bağlamda özellikle yabancı literatürden yararlanılmaya çalışılmıştır. Şüphesiz Türk dünyasında çok daha fazla coğrafi terimin kullanıldığı düşünülmektedir. Fakat bu terimlerin, akademik çalışmaların daha geç başlaması ve konuyla ilgili akademik yayınların yetersizliği nedeniyle uluslararası coğrafya literatürüne taşınmadığını söylemek mümkündür.

Türkiye’de yayınlanan coğrafya sözlüklerinde coğrafi terimlerin kökeni hakkında daha fazla bilgilerin verilmesi faydalı olacaktır. Gerçekten mevcut sözlüklerde coğrafi terimlerin kökenine ya çok az ya da hemen hiç yer verilmediği görülür. Oysa coğrafi terimlerin kökeni ve dünya üzerinde dağılışı da coğrafya bilimi açısından ayrı bir önem arz etmektedir.

Coğrafi terimlerin kökeni konusunda farklı disiplinlerden oluşacak ekiplerle ve uzun dönemli çalışmaların yapılmasına ihtiyaç vardır. Bu konuda Türk Dil Kurumu ve Türk Coğrafya Kurumu görevler üstlenebilir. Çalıştaylar ve sempozyumlar düzenlenebilir. Ayrıca üniversitelerde coğrafya lisans ve lisansüstü programlarında konular işlenirken coğrafi terimlerin kökeni üzerinde daha fazla durulmalı, öğrencilerin coğrafi terim birikiminin geliştirilmesine önem verilmelidir.

### **Etik Kurul İzni**

Bu makale, etik kurul izni gerektiren bir çalışma grubunda yer almamaktadır.



## Kaynakça

- Akengin, H. (2012). *Siyasi coğrafya: İnsan ve mekan yönetimi*. Pegem Akademi.
- Akyol, İ. H. (1949). Coğrafya terimlerine dair. *Bilgi (İstanbul Muallimler Birliği Mecmuası)*, 3(22), 98-102.
- Amirtayeva, S. (2019). *Temel kelimeler açısından söz varlığı karşılaştırması (Türkiye Türkçesi, Kazak Türkçesi, Türkmen Türkçesi)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ardos, M., & Pekcan, N. (1994). *Jeomorfoloji sözlüğü (kısmen yerbilimleri)*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No. 3397.
- Atalay, İ. (2004). *Doğa bilimleri sözlüğü*. Meta Basım.
- Babayev, A.G. (1986). *Principles and methods of shifting sands fixation, United Nations Environment Programme (UNEP) USSR Commission For UNEP*. Moscow Centre For International Projects.
- Bayındır, H.H., & Poyrazoğlu, H.F. (1966). *Aydın kenti tarihi, coğrafyası ve bugünü*. Kolalı Matbaası.
- Bescherelle, L.N. (1857). *Dictionnaire national ou dictionnaire universel de la langue française*. Tome Premier (A-F), Treizième Édition, Garnier Frères.
- Bowen, E. (1747). *A new & accurate map of the caspian sea*. E. Bowen Printed.
- Britannica*, (t.y.). Barchan. <https://www.britannica.com/science/barchan>. Erişim: 03.01.2024.
- Buchanan, R. O. (1974). *An illustrated dictionary of geography*. McGraw-Hill Far Eastern Publishers.
- Ceylan, M. A. (2020). *Beykoz ve çevresinde yer ve yerleşme adlarının değerlendirilmesi*. Beykoz 2020 Sempozyumu (27 - 29 Kasım 2020) (s.197-228). İstanbul.
- Coşkun, O. (2016). Bey armudu'ndan bergamot'a bir yolculuk. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 79-87.
- Cram, R. V. (1935). Balkanization and ancient history. *The Classical Journal*, 30(6), 362-364.
- Crawford, R. M. M. (2014). *Tundra-taiga biology: Human, plant, and animal survival in the Arctic*. Oxford University Press.
- Çağ, G. (2020). Sultan Abdülaziz dönemi balkanlarına imgesel bir bakış: Balkanlaşma kavramının ortaya çıkışına dair bir önerme. *Vakanüvis- Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-17.
- Çalışkan, A. M. (1996). *İngilizce, Fransızca, Almanca, İtalyanca, İspanyolca ve Portekizcede Arapça, Farsça Ve Türkçe asıllı kelimeler (tam olmayan altı liste)*. Yenda.
- Darkot, B. (1979). Balkan. *İslam Ansiklopedisi* (ss. 280-283). MEB Yayınları.
- Dündar, Z., & Baysan, S. (2018). Aydın ilindeki efsanelerde geçen coğrafi öğelerin analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 19-39.
- Eren, H. (1987a). Balkan adının kökeni. *Türk Dili*, 429, 113-124.
- Eren, H. (1987b). Bulgarlar ve Türk dili. İçinde: *Bulgaristan'da Türk Varlığı Bildiriler (7 Haziran 1985)* (2. Baskı) (ss. 1-14). VII. Dizi - Sa. 87. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Eren, H. (1988). Balkan adının kökeni. *Batı Trakya'nın Sesi*, I(3), 39-42.

- Eren, H. (2003). Coğrafi adların etimolojik sözlüğü. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı – Belleten*, 51(2), 170-186.
- Ergun, P. (2009). Altay destanlarında tayga, kutlu ve kutsuz ağaçlarla ilgili terimler üzerine. *Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi*, 27, 75-79.
- Erinç, S. (2002). *Jeomorfoloji II* (Hızl. A. Ertek & C. Güneysu). Der Yayınları.
- Ertek, A. (2023). *Coğrafya sözlüğü (terimlerin kısmen kökenleriyle)*. Pegem Akademi.
- Everdingen, R. O. (Compiled and Edited by) (2005). *Multi-language glossary of permafrost and related ground-ice terms*, International Permafrost Association. The Arctic Institute of North America The University of Calgary. [https://globalcryospherewatch.org/reference/glossary\\_docs/Glossary\\_of\\_Permafrost\\_and\\_Ground-Ice\\_IPA\\_2005.pdf](https://globalcryospherewatch.org/reference/glossary_docs/Glossary_of_Permafrost_and_Ground-Ice_IPA_2005.pdf)
- Evliya Çelebi. (1985). *Tam metin seyahatname* (Cilt 2). Üçdal Neşriyat.
- Evliya Çelebi. (1986). *Tam metin seyahatname* (Cilt 3). Üçdal Neşriyat.
- Gegory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M.J., & Whatmore, S. (2009). *The dictionary of human geography* (5th Edition). A John Wiley & Sons Ltd.
- Göney, S. (1975). *Büyük menderes bölgesi*. İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Yayınları No.79.
- Grumeza, I. (2010). *The Roots of balkanization: Eastern Europe C.E. 500-1500*. Lanham University Press of America.
- Güney, E. (1995). *Jeomorfoloji sözlüğü*. Eko Yayınları.
- Hedin, S. (1899). *Through Asia (with nearly three hundred illustrations from sketches and photographs by the author)* (Vol. I.). Harper G Brothers Publishers.
- Hedin, S. (1903). *Central Asia and Tibet: towards the holy city of Lassa*. I/II, Hurst And Blackett Limited.
- Homann, J.B. (1725). *Das Caspische Meer*.
- Homeros. (2005). *İlyada* (Çev. A. Erhat & A. Kadir). Can Yayınları.
- <https://az.wikipedia.org/wiki/Tak%C4%99> Erişim: 12.05.2024.
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Palsa> Erişim: 09.09.2024.
- <https://etimologias.dechile.net/?tundra> Erişim: 10.09.2024.
- <https://geoportal.harita.gov.tr/>11.09.2024.
- <https://www.airpano.com/360video/vr-china-yardang/> Erişim: 12.04.2024.
- <https://www.frntr.com/cografya/3857927-yardang.html> Erişim: 02.04.2024.
- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tundra> Erişim: 10.09.2024.
- İzbirdak, R. (1966). Coğrafya terimlerimizdeki değişme ve gelişmeler. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, 1, 25-64.
- İzbirdak, R. (1986). *Coğrafya terimleri sözlüğü*. Milli Eğitim Bakanlığı Öğretmen Kitapları Dizisi: 157.
- Jordan, D. D. (2007). *A. B. Jordan: A Southern editor's view of Europe between the wars*. Popular Street Press.
- Kaşgarlı Mahmud. (1985). *Divânu lügâti't-Türk tercümesi I* (Çev. B. Atalay). Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Kınacı, M. (2020). Pseudo-Plutarkhos'un nehirler üzerine adlı eserine göre Maiandros nehri ve yorumlanması. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 39(68), 122-143.

- Kolukisa, E.A. (2002). Türk lehçelerinde coğrafi terimleri ve karşılıkları. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 115-121.
- Li, J., Dong, Z. G., Qian, Z. Z., Luo, W., Lub, J., & Wang, M. (2016). Yardangs in the Qaidam Basin, northwestern China: Distribution and morphology. *Aeolian Research*, 20(3-4), 89-99.
- Monkhouse, F. J. (1970). *A dictionary of geography* (2nd edition). Edward Arnold.
- Moore, W.G. (1954). *A dictionary of geography*. Penguin Reference Books.
- Nişanyan Sözlük, (t.y.). Menderes. <https://www.nisanyansozluk.com/kelime/menderes>. Erişim: 06.02.2024.
- Oxford English dictionary (OED), (t.y.). Balkanization. [https://www.oed.com/dictionary/balkanization\\_n?tl=true](https://www.oed.com/dictionary/balkanization_n?tl=true). Erişim: 12.04.2024.
- Öngör, S. (1980). *Coğrafya terimleri sözlüğü*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Petrov, M.P. (1973). *Deserts of the World*. Nauka Publ.
- Radloff, W. (1905). *Versuch eines wörterbuches der Türk-dialecte*. Dritter Band, (<http://katalog.tdk.gov.tr/resource?itemId=40757&dkymId=601>).
- Robert, P. (1977). *Dictionnaire: alphabétique & analogique de la langue Française*. Société Du Nouveau Littre.
- Selçuk Biricik, A. (2002). Coğrafi terimler üzerine bazı düşünceler. İçinde: S. Karabağ (Hızl.), *Türk Coğrafya Kurumu Coğrafya Kurultayı Bildiriler* (ss. 175-183). Gazi Kitabevi.
- Simić, P. (2013). Balkans and balkanisation: western perception of the balkans in the carnegie commission's report on the Balkan Wars from 1914 to 1996. *Perceptions*, 18(2), 113-134.
- Strabon. (2000). *Antik Anadolu coğrafyası (Geographika: XII-XIII-XIV)* (Çev. A. Pekman). Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Şemseddin Sami. (1317/1901). *Kâmûs-ı Türkî*. İkdam Matbaası.
- Şemseddin Sami. (2012). *Kamus-ı Türki*. İdeal Kültür Yayıncılık.
- TDK, (t.y.). *Güncel Türkçe sözlük*, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim: 06.02.2024.
- The American heritage dictionary of the english language* (Fifth Edition) (2022). Harper Collins Publishers. <https://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=bergamot>, Erişim: 02.04.2024.
- The Histories of Herodotus*. (1904). Transl. by H. Gary, D. Appleton and Company.
- Thomas, D. S.G. (Edit) (2016). *The Dictionary of physical geography*. John Wiley & Sons Ltd.
- Todorova, M. (2022). Balkan as a concept. In: O. P. Richmond & G. Visoka (Eds.), *The Palgrave Encyclopedia of Peace and Conflict Studies* (ss. 71-79). Springer Nature Switzerland AG.
- Umar, B. (1993). *Türkiye'deki tarihsel adlar*. İnkılap Kitabevi.
- Ünlü, M. (2018). Tarihsel süreçte balkan kavramı ve türevleri üzerine. *Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi (OMAD)*, 5(13), 135-142.
- Veliu, L. (2022). Balkanization. In: O. P. Richmond & G. Visoka (Eds.), *The Palgrave Encyclopedia of Peace and Conflict Studies* (ss. 80-90). Springer Nature Switzerland AG.

Wilhelm Radloff'un sözlüğündeki Altay Türkçesine ait kelimelerin incelenmesi (Tayga, s.812), <https://tdk.gov.tr/wilhelm-radloffun-sozlugundeki-altay-turkcesine-ait-kelimelerin-incelenmesi/> Erişim: 02.05.2024.

Xenophon. (1962). *Anabasis* (Çev. H. Örs). Milli Eğitim Bakanlığı.



# TURİST DENEYİMİNİN HİKÂYE ANLATICILIĞINA ETKİSİNDE HEDONİK VE FAYDACI GÜDÜLERİN ARACILIK ROLÜ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ\*

 Murat KEMERCI<sup>a</sup>

 Şükran KARACA<sup>b</sup>

## Öz

Turizm destinasyonları turistlerin sürekli değişen istek ve beklentilerine ayak uydurarak hizmet kalitelerini yükseltmek ve benzersiz deneyimler sunabilmek için yoğun bir çaba içerisinde. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda yaşadıkları deneyimler sonrası oluşan memnuniyet ile bilişsel ve duygusal unsurları birleştirerek bilgi, deneyim ve gelenekleri hikâye anlatıcılığı yoluyla başkalarına aktarmaktadırlar. Dolayısıyla turistlerin yaşadıkları deneyimler sonucu memnuniyet yaşamaları ve bu memnuniyeti başkalarına iletmeleri sektör için önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolünün incelenmesidir. Çalışmanın evrenini Kapadokya/ Nevşehir destinasyonunu ziyaret eden turistler, örneklemini ise 2023 yılında Kapadokya destinasyonunu ziyaret etmiş 18 yaş ve üzeri yerli turistler oluşturmaktadır. Bu kapsamda Kapadokya destinasyonunu Ağustos-Ekim 2023 tarihleri arasında tercih eden 591 kişiden çevrimiçi anket tekniği ve kolayda örnekleme yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde SPSS programı aracılığıyla güvenilirlik ve geçerlik analizleri, normallik testi, çoklu regresyon analizi; SPSS Process Makro eklentisiyle de aracılık analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde faydacı ve hedonik güdülerin kısmî aracılık etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda turist deneyimi alt boyutlarından hazcılık, katılım, yerel kültür, bilgi ve yenilik deneyimlerinin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif, yenilenme ve anlamlılık deneyimlerinin ise herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda paydaşlara çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turist deneyimi, Hedonik güdü, Faydacı güdü, Hikâye anlatıcılığı.



\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "Turist Deneyiminin Memnuniyet ve Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Güdülerin Aracılık Rolü: Kapadokya Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, muratkemerci9@gmail.com

<sup>b</sup> Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, sukrankaraca@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: 16.10.2024, Makale Kabul Tarihi: 25.11.2024

## THE MEDIATING ROLE OF HEDONIC AND UTILITARIAN MOTIVES IN THE EFFECT OF TOURIST EXPERIENCE ON STORYTELLING: THE CASE OF CAPPADOCIA

### Abstract

Tourism destinations are making an intensive effort to improve their service quality and offer unique experiences by keeping up with the ever-changing demands and expectations of tourists. Tourists combine the satisfaction they experience in the destinations they visit with cognitive and emotional elements and convey their knowledge, experience and traditions to others through storytelling. Therefore, it is important for the sector that tourists experience satisfaction as a result of their experiences and convey this satisfaction to others. In this context, the aim of the study is to examine the mediating role of hedonic and utilitarian motives in the effect of tourist experience on storytelling. The universe of the study consists of tourists visiting the Cappadocia/Nevşehir destination, and the sample consists of domestic tourists aged 18 and over who visited the Cappadocia destination in 2023. In this context, data were obtained from 591 people who preferred the Cappadocia destination between August and October 2023 using the online survey technique and convenience sampling method. In the analysis of the obtained data, reliability and validity analyses, normality test, multiple regression analysis were performed using the SPSS program; and mediation analyses were performed using the SPSS Process Macro add-on. As a result of the analyses, it was found that utilitarian and hedonic motives had a partial mediation effect on the effect of tourist experience on storytelling. At the same time, it was determined that the sub-dimensions of tourist experience such as hedonism, participation, local culture, knowledge and innovation had a positive effect on storytelling, while renewal and meaningfulness experiences had no effect. Various suggestions were made to the stakeholders in line with the findings obtained.

**Keywords:** Tourist experience, Hedonic motive, Utilitarian motive, Storytelling.



### Giriş

Turizm, uzun süreli hatıralar bırakmak için çeşitli deneyimler sunan somut olmayan bir süreç olarak ifade edilebilir (Cho, 2022). Turizmin esasen deneyime dayalı olduğu göz önüne alındığında (Laing vd., 2014) deneyim başarısının, yenilikçiliğin ve rekabet gücünün anahtarı olarak görülmektedir (Ellis & Rossman, 2008). Bir deneyim ne kadar iyi tasarlanmışsa, tüketicilerin hafızalarına dokunma ve onları etkileme olasılığı o kadar yüksek olmaktadır (Cho, 2022). Akılda kalıcı müşteri deneyimleri oluşturma yeteneği, memnun müşterilere, tekrar satın alma niyetine, artan satışlara, daha güçlü bir marka imajına ve ağızdan ağıza iletişim aracılığıyla ücretsiz reklamcılığa yol açabilir (Guleria vd., 2024). Bu nedenle destinasyonlar, günümüz iş ortamında rekabette ön plana çıkabilmek için ziyaretçilerde sadakat ve hikaye anlatma niyetleri yaratabilmek amacıyla unutulmaz turizm deneyimleri sunmak zorundadır (Andrades & Dimanche, 2014). Dolayısıyla turizm deneyimlerinin hatırlanması, turistlerin gelecekteki davranışlarında ve destinasyon seçerken karar verme süreçlerinde belirleyici bir faktördür (Kim vd., 2021).

Hikaye anlatımı turizm sektöründe etkili bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir (Zhang & Ramayah, 2024). Hikaye anlatımı, ziyaretçilerin hayal gücüne hitap etmekte ve ziyaretçilerin beklenti ve tutumlarını etkileyerek onlara katma değerli bir deneyim sunmaktadır (Mossberg, 2008). Hikaye anlatma sanatı olarak bilinen hikaye anlatıcılığı, duygusal ve bilişsel unsurları bütünleştirerek bilgi, deneyim ve



geleneği anlatılar yoluyla paylaşmanın eski bir yoludur (Bassano vd., 2019; Stokowski, 2002). Bu duygusal ve bilişsel unsurlar hedonik ve faydacı güdü olarak ifade edilebilir. Hedonik güdüler, turistlerin duygusal tatmin ve eğlence arayışını teşvik ederek olumlu deneyimlerin hikayelere dönüştürülmesini desteklemektedir. Bu tür hikayeler sosyal medya platformlarında hızla yayılarak, destinasyonların imajını güçlendirmeye ve potansiyel ziyaretçilerin destinasyon seçimini yönlendirmeye katkı sağlamaktadır (Löfgren, 2006). Faydalı güdüler ise, turistlerin fonksiyonel ihtiyaçlarını karşılayan deneyimlerin sağlanmasını ifade etmekte ve bu da tekrar ziyaret etme niyeti ile olumlu sözel iletişimi teşvik etmektedir (Yaralı & Baloğlu, 2023).

Turizm sektöründe pazarlamacılar, turizm personeli, yerel halk, ziyaretçiler ve turistler gibi çeşitli paydaşlar hikaye anlatıcısı rolünü üstlenebilir ve her biri hikaye anlatmaya önemli ölçüde katkıda bulunabilir (Moscardo, 2020). Özellikle turizm tabanlı faaliyetlerde bulunmuş olan birçok turist, deneyimlerini hikaye anlatarak paylaşmaya çalışmaktadır (Manthiou vd., 2017). Hikâye anlatımı turizmde büyük önem taşımakta ve görünüşte önemsiz ve sıradan bir şeyin ilgi çekici bir turizm destinasyonuna dönüştürülmesine katkıda bulunmaktadır (Ben Youssef vd., 2019; Pera, 2017). Turizm destinasyonları hakkındaki hikaye anlatımı, turistleri turizm destinasyonlarına çekmek için stratejik bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir (Bassano vd., 2019). Turistik yerler ile ilgili dikkat çekici hikâyeler anlatılması turistik destinasyonları ziyaret etme konusunda ikna ediciliği artırmaktadır. Bu nedenle turizm sektörü, turistlerin güdülerini harekete geçirecek benzersiz ve otantik deneyimler sunmak için sürekli bir çaba içerisinde (Yılmaz & Çokal, 2019). Turistlerin deneyiminde hedonik güdüler ön plana çıktığında anlatılan hikayeler duygusal ve öznel yönler üzerine odaklanırken, faydacı güdüler ağır basıyor ise hikayeler turistlere faydalı bilgiler ve tavsiyeler üzerine odaklanmaktadır (Kim vd., 2012).

Turist deneyimi ile ilgili yerli ve yabancı literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların genellikle turist deneyiminin güdüler, sadakat ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Aydın & Yılmaz, 2020; Frochot & Hughes, 2000; Kara & Çelik, 2018; Lee & Kim, 2015; Park & Ahn, 2022; Zhang & Wals, 2020). Literatürdeki çalışmalardan farklı olarak bu çalışmanın temel amacı, turist deneyiminin hikâye anlatıcılığı etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolünün incelenmesidir. Bu amaç çerçevesinde turistlerin yoğun olarak talep gösterdiği Nevşehir/Kapadokya destinasyonu tercih edilmiştir. Nevşehir/Kapadokya destinasyonu, benzersiz doğal oluşumları ve zengin kültürel mirasıyla turistlere hem duygusal tatmin hem de fonksiyonel faydalar sağlayan deneyimler sunmaktadır. Hedonik güdülerle hareket etme eğiliminde olan turistler, bu destinasyonda yaşadıkları deneyimlerini başkalarıyla paylaşmakta, bu da destinasyonun imajını güçlendirerek daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır (Talu, 2021). Aynı zamanda, faydacı güdülerle şekillenen turist deneyimleri ziyaretçilerin fonksiyonel ihtiyaçlarını karşılayarak akılda kalıcı müşteri deneyimleri oluşturmaya, olumlu sözel iletişime ve tekrar ziyaret etme niyetlerini etkilemeye yardımcı olmaktadır. Bu dinamiklerin etkin bir şekilde uygulanması, turistlerden olumlu geri dönüşler alınmasını sağlamak ve bölgenin rekabet avantajı elde etmesine katkıda bulunmaktadır (Gedik, 2021). Nevşehir/Kapadokya destinasyonunun bu dinamikleri göz önünde bulundurarak pazarlama ve tanıtım stratejilerini geliştirmesi hem mevcut hem de potansiyel ziyaretçileri cezbetmekte önemli bir rol oynamaktadır (Başçı & Eren, 2023). Dolayısıyla literatürde Kapadokya destinasyonuna yönelik turist deneyimi, hedonik güdü, faydacı güdü ve hikaye anlatıcılığı değişkenlerinin beraber ele alındığı ve aracılık rolünün

incelendiği bir çalışmaya rastlanılmamış olması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışmanın bu yönleriyle ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turist deneyimi, bir turistin seyahat boyunca yaşadığı tüm etkileşimleri ve duygusal tepkileri kapsamaktadır. Bu deneyim hazcılık, katılım, yerel kültür, yenilenme, anlamlılık, yenilik ve bilgi olmak üzere çeşitli alt boyutlar ile açıklanmaktadır (McCormick vd., 2010). Hazcılık boyutu turistlerin keyifli ve eğlenceli anlar yaşamasını, katılım boyutu aktif olarak seyahat edilen yerin etkinliklerine katılmayı ifade etmektedir. Yerel kültür boyutu, turistlerin ziyaret ettikleri yerin kültürel zenginliklerini keşfetmelerine olanak tanırken, yenilenme boyutu seyahatin bireylere ruhsal ve fiziksel tazelik kazandırmasını sağlamaktadır. Anlamlılık boyutu, turistlerin seyahatlerinde derin ve tatmin edici deneyimler yaşamasını ifade etmekte, yenilik ve bilgi boyutları yeni şeyler öğrenme ve keşfetme arzusunu karşılamaktadır (Kahraman & Tanrıverdi, 2019; Karaca & Tağraf, 2020; Keskin vd., 2020; Kim vd., 2010).

Turizm sektöründe turistlerin ilgisini çekmek, motivasyonlarını artırmak ve onların unutulmaz deneyimler yaşamasını sağlamak için hikâye anlatıcılığı etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Babin vd., 1994). Turizm alanında hikâye anlatımını olumlu etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerle ilişkilerin ortaya çıkarılması sektördeki paydaşlar için yararlı bilgiler sağlamaktadır. Turizm işletmecileri, acenteler ve tur rehberleri bu tür bilgileri kullanarak ziyaretçilerin hikâye anlatımına pozitif yönde katkı yapacak deneyimler sunabilirler (Beevor vd., 2022). Bu kapsamda literatürde turizm deneyimi ile hikâye anlatıcılığı arasında ilişki olduğunu ortaya koyan çalışmalar yapılmıştır (Chronis, 2012; Mossberg, 2008; Tuzunkan & Cengiz, 2019; Zhong vd., 2017). Moscardo (2010) çalışmasında, turistlerin deneyimleri sırasında hikayeler yarattıklarını ve daha sonra bu hikayeleri başkalarına seyahatlerinin anıları olarak sunduklarını ifade etmiştir. Tuzunkan ve Cengiz (2019) tarafından yapılan çalışmada, hikâye anlatımı stratejilerinin turistlerin destinasyonla duygusal bir bağ kurmasını sağladığını ve iyi yapılandırılmış hikâyelerin turistlerin destinasyonları daha derinlemesine keşfetmelerine ve ziyaret ettikleri yerlerin kültürel ve tarihi bağlamını daha iyi anlamalarına yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Chronis (2012) çalışmasında; turistlerin hikâye anlatımı süreçlerine aktif olarak katıldıkları ve bu süreçlerin turistlerin deneyimlerini derinleştirdiği sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda çalışmada, turistlerin ziyaretleri sırasında kişisel hikâyeler ve anlatılar oluşturarak kültürel ve tarihi bilgileri daha anlamlı hale getirdiklerini vurgulamıştır. Hikâye anlatımı süreci, turistlerin deneyimlerinden daha fazla tatmin olmalarını sağlamakta ve destinasyonla duygusal bir bağ kurmalarına yardımcı olmaktadır. Hikâye anlatımı, turistlerin eğitsel ve duygusal deneyimlerini zenginleştiren bir araç olarak kabul görmektedir. Mossberg (2008), hikâye anlatımının turizmde olağanüstü deneyimler yaratmada önemli bir rol oynadığı sonucuna varmıştır. Çalışma, etkili hikâye anlatımının turistlerin duygusal olarak daha fazla bağ kurmalarını sağladığını ve bu bağlamda daha akılda kalıcı ve tatmin edici deneyimler yaşadıklarını ortaya koymuştur. Bu bilgiler ışığında H<sub>1</sub> hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H<sub>1</sub>: Turist deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Turistlerin belirli bir destinasyona seyahat etme nedenlerini, seyahat memnuniyetini ve turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerini belirleyen önemli faktörlerden biri güdülenmedir (Castaño vd., 2003; Lee vd., 2014). Turistlerin destinasyonları ziyaret etmesini sağlayan çeşitli güdüler vardır. Bunlardan hedonik güdüler, tüketim süreçlerinde bireylerin keyif alma, duyuşsal deneyimler yaşama ve duyuşsal tatmin sağlama amacını taşımaktadır. Buna göre, kişinin boş zamanlarında keyif, eğlence ve haz odaklı seyahat etme eylemi ağırlıklı olarak hedonik bir tüketim olarak ifade edilmektedir (Hirschman & Holbrook, 1982). Turizm sektöründe hedonik güdüler, bireylerin tatmin edici deneyimler yaşama arzusu ile doğrudan ilişkilidir (Zhong & Mitchell, 2012). Hedonik güdüler, turistlerin olumlu deneyimlerini paylaşma olasılığını artırarak destinasyonlarla ilgili olumlu hikâyelerin yayılmasına katkıda bulunmakta ve bu durum turistlerin destinasyonlara yönelik algılarının şekillenmesine yardımcı olmaktadır (Kim vd., 2003, s. 167). Anlatılan hikâyeler sayesinde potansiyel turistlerin destinasyon tercihleri şekillenmektedir (Pike & Ryan, 2004, s. 340). Duyguşsal yönlerin (haz, eğlence, zevk vb. duyuşsal ifadelerin) unutulmaz deneyim yönetimi tarafından tetiklenmesi, önceki araştırmacılar tarafından ortak bir öneri olarak kabul edilmiştir (Ballantyne vd., 2011; Pine & Gilmore, 1998). Bu doğrultuda H<sub>2</sub> hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H<sub>2</sub>: Turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde hedonik güdülerin aracılık rolü vardır.

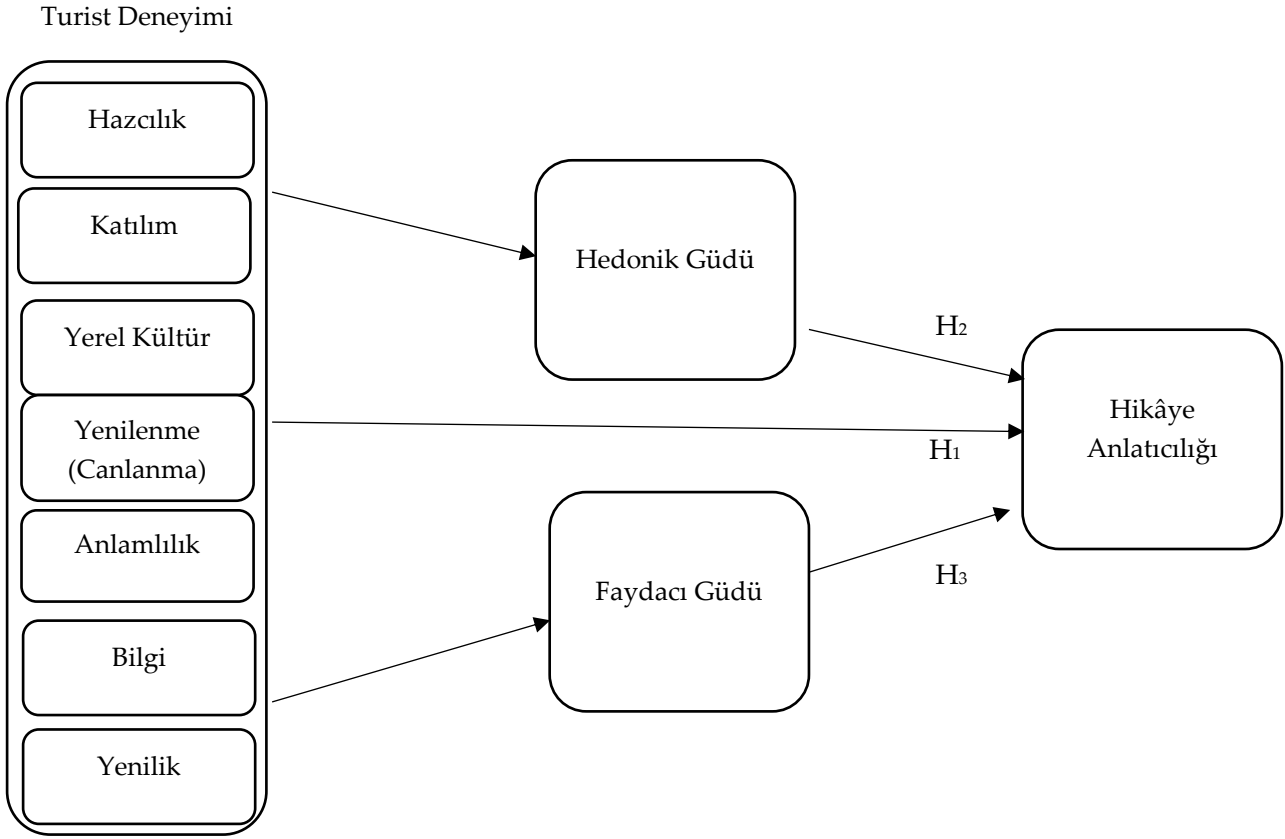
Keyif, eğlence ve haz gibi duyuşsal unsurları içeren hedonik güdüler yanında turizm deneyimini oluşturan bir dizi etkinlik, hizmet ve fayda olarak kavramsallaştırılan turizmin gerçek doğasını yansıtan faydacı güdüler de turizm deneyimini şekillendirmektedir (Medlik & Middleton, 1973). Çeşitli turizm işletmeleri, işlevsel değere ve paranın karşılığı gibi unsurlara önem vermektedirler. Bu durumda faydacı güdüler dikkat çekmektedir. Faydacı güdüler bilişsel faydalarla ilişkilidir (Chitturi vd., 2008) ve özellikle algılanan tüketim kalitesi ve fiyatı tarafından yönlendirilmektedir (Sanchez vd., 2006). Faydacı güdüler, tüketim veya deneyim hedeflerinin yerine getirilip getirilmediğini inceleyerek harcamayı haklı çıkarmada önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü tüketim değerini, hedonik değeri dikkate almaktan ziyade fiyat ve kaliteyi karşılaştırarak değerlendirmek daha kolaydır (Gursoy vd., 2006). Dolayısıyla tatil deneyimleri sonucu fayda elde eden turistler, bu deneyimlerini başkalarına aktararak onlarla etkileşim sağlamaktadırlar (Gartner & Ruzzier, 2013). Bu doğrultuda H<sub>3</sub> hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H<sub>3</sub>: Turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde faydacı güdülerin aracılık rolü vardır.

## B. YÖNTEM

### 1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Bu çalışmanın amacı, turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolünün incelenmesidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli aşağıdaki gibidir:



Görsel 1. Araştırma modeli

## 2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evren ve örneklemi belirlenirken TÜİK'in verileri dikkate alınmıştır. 2022 yılında Kapadokya'yı 4.826.662 kişinin ziyaret ettiği belirlenmiştir (TUIK, 2023). Bu kapsamda araştırmanın evrenini Kapadokya/ Nevşehir destinasyonunu ziyaret eden turistler, örneklemi ise 2023 yılında Kapadokya destinasyonunu ziyaret etmiş 18 yaş ve üzeri yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Ağustos-Ekim 2023 tarihleri arasında çevrimiçi anket tekniği ve kolayda örnekleme yöntemi ile 591 veri toplanmıştır. Literatürde örneklem büyüklüğü belirlemede farklı öneriler mevcuttur. Yaygın bir kullanım olarak örneklem hacmi belirlerken en az 300 kişiye veya ölçekte yer alan madde sayısının 5-10 katı kadar kişiye ulaşılması önerilmektedir (Hair vd., 2010; Tabachnick & Fidell, 2007). Bu nedenle araştırmada yer alan ölçeklerde toplam 45 madde yer aldığı için 450 katılımcıya ulaşılacak hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında 591 veri elde edildiği için hedeflenen örneklem sayısının üstüne çıkmış ve elde edilen örneklem sayısı literatürde belirtilen oranı karşılamıştır.

## 3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Analizler

Araştırmada kullanılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümünde Kim vd. (2010) tarafından geliştirilen Keskin vd. (2020) tarafından geçerlik ve güvenilirliği test edilen "Turist Deneyimi Ölçeği", ikinci bölümünde Halaç ve Çelik (2016) tarafından geliştirilen Kaya ve Gümüş (2020) tarafından

geçerlik ve güvenilirliği test edilen “Hikâye Anlatıcılığı Ölçeği”, üçüncü bölümde Jones vd. (2006) tarafından geliştirilen “Hedonik ve Faydacı Tüketim Ölçeği” kullanılmıştır. Anket formunun son bölümünde ise, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. Araştırmada turistlerin katılım derecelerini belirlemek amacıyla 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında analizler SPSS programı ile yapılmıştır. SPSS programı aracılığıyla güvenilirlik ve geçerlik analizleri, normallik testi, çoklu regresyon analizi; SPSS Process Makro eklentisiyle de aracılık analizleri yapılmıştır.

### C. BULGULAR

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

#### 1. Demografik Bilgilere Ait Analiz Sonuçları

Çalışmaya katılan kişilerin demografik bilgilerine ilişkin analiz sonuçları Tablo 1’deki gibidir:

**Tablo 1.** Demografik Bilgilere İlişkin Analiz Sonuçları

<b>Cinsiyet</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Medeni Durum</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Kadın	347	58,7	Evli	140	23,7
Erkek	244	41,3	Bekar	451	76,3
<b>Gelir</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Yaş</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
11.402 TL ve altı	327	55,3	18-25	244	41,3
11.403- 15.000 TL	51	8,6	26-33	101	17,1
15.001-20.000 TL	62	10,5	34-41	133	22,5
20.001-25.000 TL	79	13,4	42-49	62	10,5
25.001 TL ve üzeri	72	12,2	50 yaş ve üzeri	51	8,6
<b>Meslek/Meşguliyet</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Öğrenci	238	40,3	Lise ve altı	41	6,9
Kamu çalışanı	128	21,7	Ön lisans	294	49,7
Özel sektör çalışanı	183	31	Lisans	213	36
İşsiz	30	5,1	Lisansüstü	43	7,3
Diğer	12	2			
<b>Toplam</b>	<b>591</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>591</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan kişilerin %58,7’si kadın, %41,3’ü erkek; %23,7’si evli, %76,3’ü bekarıdır. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde; %41,3’nün 18-25 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bunu %17,1 ile 26-33 yaş, %22,5 ile 34-41 yaş, %10,5 ile 42-49 yaş, %8,6 ile 50 yaş ve üzeri aralığındaki kişiler takip etmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %6,9’u lise ve altı, %49,7’si ön lisans, %36’sı lisans, %7,3’ünün lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların gelir dağılımına bakıldığında; %55,3’ü 11.402 TL ve altı, %8,6’sı 11.403-15.000 TL arasında, %10,5’i 15.001-20.000 TL arasında, %13,4’ü 20.001-25.000 TL arasında, %12,2’si ise 25.001 TL ve üzeri gelire sahiptir. Son olarak katılımcıların meslek ve meşguliyetlerine dağılımlarına bakıldığında ise; %40,3’ü öğrenci, %21,7’si kamu çalışanı, %31’i özel sektör çalışanı, %5,1’i işsiz ve %2’sinin serbest meslek çalışanı olduğu görülmektedir.

## 2. Normallik Analizi Sonuçları

Çalışmada parametrik ya da parametrik olmayan testlerden hangisinin yapılacağına karar vermek için öncelikle normallik testlerinin yapılması gerekmektedir. Normallik şartının sağlanması için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 aralığında olması gerekmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013). Araştırma ölçeklerine ilişkin normallik testi sonuçları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 2.** Normallik Testi

	Boyutlar	n	Min.	Max.	Ort	ss	Çarpıklık	Basıklık
Turist Deneyimi Boyutları	Hazcılık	591	2,00	5,00	4,39	,54	-,831	,713
	Katılım	591	2,33	5,00	4,34	,59	-,734	-,224
	Yerel Kültür	591	2,00	5,00	4,37	,58	-,979	,753
	Yenilenme	591	2,00	5,00	4,29	,66	-,979	,661
	Anlamlılık	591	2,33	5,00	4,37	,56	-,652	-,069
	Bilgi	591	2,33	5,00	4,42	,60	-1,043	,544
	Yenilik	591	2,00	5,00	4,42	,60	-,970	,449
	Hedonik Güdü	591	2,10	5,00	4,41	,52	-,979	1,037
	Faydacı Güdü	591	2,33	5,00	4,42	,55	-1,007	,932
	Hikâye Anlatıcılığı	591	1,00	5,00	4,42	,58	-1,015	1,418

Turist deneyimi (hazcılık, katılım, yerel kültür, yenilenme, anlamlılık, bilgi ve yenilenme), hedonik ve faydacı güdü ile hikâye anlatıcılığı ölçeklerine ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında değerlerin +1,5 ile -1,5 aralığında olduğu görülmektedir. Basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 aralığında olması normal dağılım koşullarının sağlandığını gösterdiğinden parametrik testlerin yapılması uygun bulunmuştur.

## 3. Güvenirlik ve Geçerlik Analizleri

Güvenirlik analizi, bir ölçeğin iç tutarlılığını değerlendirmek için kritik bir adımdır ve bu analiz genellikle Cronbach Alfa yöntemi kullanılarak gerçekleştirilir. Ölçekte bulunan maddelerin varyansları toplamının genel varyansa kıyaslanması ile bulunan ağırlıklı standart sapma değişim ortalamasıdır (Karakoç & Turan, 2001). Bu katsayı, ölçekteki soruların birbirleriyle ne kadar uyumlu olduğunu ve birbirlerine ne kadar benzediğini belirlemektedir. Elde edilen Cronbach Alfa değeri, ölçeğin güvenilirliği hakkında önemli bir bilgi sunmaktadır. Geçerlik, çalışma kapsamında toplanmış olan verileri, bir ölçme aracı vasıtasıyla ölçmeyi amaçladığı özelliği başka herhangi bir şeyle karıştırmadan doğru ölçebilme derecesidir (Tekin, 1977). Araştırma kapsamında ölçeklerin geçerliğini değerlendirmek için yakınsak geçerliğe bakılmıştır. Yakınsak geçerliğin sağlanabilmesi için CR değerinin ,70 ve üzerinde olması (Kline 2015), AVE değerinin ise ,50'den büyük olması (Hamid vd., 2017; Shrestha, 2021) gerekmektedir.

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlik analizleri sonuçları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 3.** Güvenirlilik ve Geçerlik Analizi Sonuçları

Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa	AVE	CR
Hazcılık	HZ2	,781	,704	,531	,819
	HZ4	,741			
	HZ3	,718			
	HZ1	,671			
Katılım	KAT2	,830	,660	,596	,815
	KAT1	,756			
	KAT3	,726			
Yerel Kültür	YK3	,815	,658	,594	,814
	YK2	,762			
	YK1	,734			
Yenilenme	YNL2	,788	,722	,556	,833
	YNL1	,738			
	YNL4	,733			
	YNL3	,721			
Anlamlılık	ANL2	,814	,644	,586	,809
	ANL3	,753			
	ANL1	,728			
Bilgi	BİL3	,813	,659	,597	,815
	BİL2	,774			
	BİL1	,728			
Yenilik	YEN3	,808	,788	,611	,862
	YEN1	,791			
	YEN4	,780			
	YEN2	,746			
Hedonik Günü	HG6	,764	,841	,706	,879
	HG2	,710			
	HG7	,709			
	HG8	,700			
	HG9	,672			
	HG3	,620			
	HG4	,582			
	HG10	,581			
	HG1	,571			
HG5	,566				
Faydacı Günü	FG2	,801	,656	,594	,815
	FG3	,758			
	FG1	,753			
Hikaye Anlatıcılığı	HA4	,774	,785	,538	,853
	HA1	,754			
	HA5	,735			
	HA3	,717			
	HA2	,686			

Tablo 3'e bakıldığında; çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenirlilik ve geçerlik sonuçları yer almaktadır. Cronbach Alfa değerinin yorumlanması genellikle belirli aralıklar içinde gerçekleştirilir. Cronbach Alfa değeri < ,40 ise ölçeğin güvenilir olmadığı kabul edilirken, ,40 ile ,50 arasındaki değerler çok düşük düzeyde güvenilirliği ifade eder. ,50 ile ,60 arasındaki değerler düşük düzeyde güvenilirliği, ,60 ile ,70 arasındaki değerler yeterli düzeyde güvenilirliği ve ,70 ile ,90 arasındaki değerler yüksek derecede güvenilirliği gösterir. Bununla birlikte, Alfa değeri > ,90 ise ölçeğin çok yüksek düzeyde

güvenilir olduğu kabul edilir (Karakoç & Turan, 2001). Buna göre; hazcılık, yenilenme, yenilik deneyimleri, hedonik güdüler ve hikaye anlatıcılığının Cronbach Alfa değerleri ,70'in üzerinde olduğu için yüksek derecede güvenilir; katılım, yerel kültür, anlamlılık, bilgi deneyimleri ile faydacı güdülerin ise yeterli düzeyde güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ölçeklerin geçerliğine bakıldığında; çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin AVE değerlerinin ,50'den, CR değerlerinin ise ,70'ten büyük ve CR değerlerinin AVE değerlerinden yüksek olduğu görülmüştür. Dolayısıyla tüm faktörler için yakınsak geçerlik sağlanmıştır.

#### 4. Regresyon Analizi Sonuçları

Turist deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerini analiz etmek için yapılan bu analiz sonucunda elde edilen bulguların sonuçları aşağıdaki tablodaki gibidir:

**Tablo 4.** Turist Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisine Yönelik Analiz Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Standardize Edilmemiş Beta	t	p	F	Model (p)	Doğrusallık İstatistikleri	
						Tolerans Değerleri	VIF Değerleri
Sabit	,099	,124					
Hazcılık	,152	4,325	,000			,449	2,227
Katılım	,150	4,423	,000			,458	2,184
Yerel Kültür	,092	2,636	,009			,440	2,275
Yenilenme	,007	,220	,826	188,985	,000	,372	2,688
Anlamlılık	,076	1,913	,056			,362	2,759
Bilgi	,151	4,415	,000			,424	2,361
Yenilik	,356	9,193	,000			,331	3,023
<b>R<sup>2</sup>: ,833</b>	<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: ,690</b>	<b>Durbin-Watson: 1,316</b>					

Yapılan çoklu regresyon analizi sonucuna göre; turist deneyimi alt boyutlarından hazcılık, katılım, yerel kültür, bilgi ve yenilik deneyimlerinin hikaye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu, yenilenme ve anlamlılık deneyimlerinin ise herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

#### 5. Aracılık Analizi Sonuçları

Aracılık analizi, bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin aracı bir değişken aracılığıyla gerçekleşip gerçekleşmediğini değerlendirmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz, bağımsız değişkenin aracı bir değişken üzerindeki etkisini ve aracı bir değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini değerlendirerek, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Aşağıda aracılık analizlerine ilişkin tablolar yer almaktadır:



**Tablo 5.** Hazcılık Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y Hazcılık → Hikaye Anlatıcılığı	,755*	,032	,691	,819	,479	542,665*	,001**
X→M Hazcılık → Hedonik Gudu	,664*	,029	,607	,721	,469	520,447*	,001**
Hazcılık → Faydacı Gudu	,569*	,035	,500	,638	,308	262,803*	,001**
M→Y Hedonik Gudu → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı Gudu → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y Hazcılık	,240	,032	,176	,305			,001**
Hedonik Gudu	,559	,043	,474	,644	,654	369,809*	,001**
Faydacı Gudu	,190	,037	,118	,263			,001**
Doğrudan Etki	,308*	,036	,237	,379			,001**
Dolaylı Etki Faydacı Gudu	,105	,024	,058	,155			
Dolaylı Etki Hedonik Gudu	,341	,042	,258	,426			
Toplam Etki	,755*	,032	,691	,819			,001**

\*\*p&lt;,01

Tablo 5'e göre; hazcılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu belirlenmiştir ( $\beta = ,755$ , %95, CI: ,032- ,691). Hazcılık deneyiminin hikâye anlatımındaki değişimi %47,9 oranında açıkladığı görülmektedir ( $p = ,001$ ). Ayrıca, hazcılık deneyiminin faydacı ve hedonik güdüler üzerinde de pozitif bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta = ,569$  %95 CI: ,500- ,638;  $\beta = ,664$  %95 CI: ,607- ,638). Hazcılık deneyiminin faydacı güdüler üzerindeki değişimi %30,8; hedonik güdüler üzerindeki değişimi ise %46,9 oranında açıkladığı tespit edilmiştir ( $p = ,001$ ).

Turist deneyimi alt boyutlarından hazcılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolünün incelenmesi amacıyla yapılan process makro aracılık analizi sonuçlarına göre; hedonik ve faydacı güdülerin aracı değişken olarak dahil edilmesiyle hazcılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlı bir şekilde devam ettiği gözlemlenmiştir ( $p < ,01$ ). Hazcılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde hedonik ve faydacı güdülerin kısmî aracılık rolü vardır.

**Tablo 6.** Katılım Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y Katılım → Hikaye Anlatıcılığı	,647*	,031	,585	,708	,419	425,308*	,001**
X→M Katılım → Hedonik Gudu	,518*	,029	,459	,566	,340	303,862*	,001**
Katılım → Faydacı Gudu	,502*	,032	,438	,576	,286	236,631*	,001**
M→Y Hedonik Gudu → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı Gudu → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y Katılım	,269	,029	,210	,328			,001**
Hedonik Gudu	,576	,040	,497	,656	,668	393,873*	,001**
Faydacı Gudu	,156	,036	,084	,228			,001**
Doğrudan Etki	,269*	,029	,210	,328			,001**
Dolaylı Etki Faydacı Gudu	,078	,021	,038	,123			
Dolaylı Etki Hedonik Gudu	,298	,033	,233	,366			
Toplam Etki	,647*	,031	,585	,708			,001**

\*\*p&lt;,01

Tablo 6'ya göre; katılım deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi vardır ( $\beta = ,647$ , %95, CI: ,585- ,708). Katılım deneyiminin hikâye anlatımındaki değişimi %41,9 oranında açıkladığı görülmektedir ( $p = ,001$ ). Ayrıca katılım deneyiminin faydacı ve hedonik güdüler üzerinde de pozitif bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta = ,502$  %95 CI: ,438- ,566;  $\beta = ,518$  %95 CI: ,459- ,576). Katılım deneyiminin faydacı güdüler üzerindeki değişimi %28,6; hedonik güdüler üzerindeki değişimi ise %34 oranında açıkladığı tespit edilmiştir ( $p = ,001$ ).

Katılım deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolü incelendiğinde; katılım deneyimi ile hikâye anlatıcılığı arasındaki ilişkiye hedonik ve faydacı güdülerin dahil edilmesiyle katılım deneyiminin hikaye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlı kalmaya devam ettiği görülmüştür ( $p < ,01$ ). Aracı değişkenler ayrı ayrı değerlendirildiğinde hem hedonik hem de faydacı güdülerin kısmî aracılık rolü olduğu sonucuna varılmıştır.

**Tablo 7.** Yerel Kültür Deneyiminin Hikaye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y							
Yerel Kültür → Hikaye Anlatıcılığı	,648*	,032	,585	,711	,410	409,923*	,001**
X→M							
Yerel Kültür → Hedonik Günü	,626*	,026	,573	,678	,483	551,485*	,001**
Yerel Kültür → Faydacı Günü	,548*	,032	,485	,611	,333	294,019*	,001**
M→Y							
Hedonik Günü → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı Günü → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y							
Yerel Kültür	,170	,035	,100	,239			,001**
Hedonik Günü	,592	,045	,502	,682	,636	342,494*	,001**
Faydacı Günü	,196	,038	,121	,217			,001**
Doğrudan Etki	,170*	,035	,100	,239			,001**
Dolaylı Etki Faydacı Günü	,108	,024	,063	,160			
Dolaylı Etki Hedonik Günü	,370	,044	,286	,460			
Toplam Etki	,648*	,032	,585	,711			,001**

\*p&lt;,05

Tablo 7'ye göre; yerel kültür deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır ( $\beta = ,648$ , %95, CI: ,585- ,711). Yerel kültür deneyimi hikâye anlatıcılığı üzerindeki değişimi %41 oranında açıklamaktadır ( $p = ,001$ ). Aynı zamanda, yerel kültür deneyiminin hedonik ve faydacı güdü değişkenleri üzerinde de pozitif etkisi bulunmaktadır ( $\beta = ,548$  %95 CI: ,485- ,611;  $\beta = ,626$  %95 CI: ,573- ,678). Yerel kültür deneyiminin faydacı güdü üzerindeki değişimi %33,3; hedonik güdü üzerindeki değişimi ise %48,3 oranında açıkladığı belirlenmiştir ( $p = ,001$ ).

Yerel kültür deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolüne bakıldığında, hedonik ve faydacı güdülerin dahil edilmesiyle yerel kültür deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlılığının devamı gözlemlenmiştir ( $p < ,01$ ). Yerel kültür deneyimi ile hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkide hem hedonik hem de faydacı güdülerin kısmî aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 8.** Yenilenme Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y Yenilenme → Hikaye Anlatıcılığı	,581*	,027	,527	,636	,425	435,410*	,001**
X→M Yenilenme → Hedonik Gudu	,499*	,025	,449	,549	,395	385,520*	,001**
Yenilenme → Faydacı Gudu	,510*	,027	,456	,564	,370	346,747*	,001**
M→Y Hedonik Gudu → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı Gudu → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y Yenilenme	,210	,029	,153	,268			,001**
Hedonik Gudu	,595	,041	,514	,677	,653	368,311*	,001**
Faydacı Gudu	,144	,038	,069	,220			,002**
Doğrudan Etki	,210*	,029	,153	,268			,001**
Dolaylı Etki Faydacı Gudu	,073	,023	,028	,121			
Dolaylı Etki Hedonik Gudu	,297	,035	,232	,372			
Toplam Etki	,581*	,027	,527	,636			,001**

\*p&lt;,05

Tablo 8'e göre; yenilenme deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi vardır ( $\beta = ,581$ , %95, CI: ,527- ,636). Yenilenme deneyimin hikâye anlatıcılığı üzerindeki değişimi %42,5 oranında açıkladığı görülmektedir ( $p = ,001$ ). Yenilenme deneyiminin hedonik ve faydacı güdü değişkenleri üzerinde de pozitif bir etkisi bulunmaktadır ( $\beta = ,510$  %95 CI: ,456- ,564;  $\beta = ,499$  %95 CI: ,449- ,549). Yenilenme deneyiminin faydacı güdü üzerindeki değişimi %37, hedonik güdü üzerindeki değişimi ise %39,5 oranında açıkladığı belirlenmiştir ( $p = ,001$ ).

Yenilenme deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolü incelendiğinde; hedonik ve faydacı güdü değişkenlerinin analize dahil edilmesiyle yenilenme deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlı kaldığı saptanmıştır ( $p < ,01$ ). Dolayısıyla hedonik ve faydacı güdülerin kısmî aracılık rolü oynadığı görülmektedir.

**Tablo 9.** Anlamlılık Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y							
Anlamlılık → Hikaye Anlatıcılığı	,716*	,031	,655	,778	,469	522,079*	,001**
X→M							
Anlamlılık → Hedonik Günü	,619*	,028	,563	,676	,444	471,907*	,001**
Anlamlılık → Faydacı Günü	,632*	,031	,571	,693	,414	416,998*	,001**
M→Y							
Hedonik Günü → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı Günü → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y							
Anlamlılık	,279	,035	,209	,349			,001**
Hedonik Günü	,573	,041	,491	,656	,657	375,982*	,001**
Faydacı Günü	,129	,038	,053	,205			,009**
Doğrudan Etki	,279*	,035	,209	,349			,001**
Dolaylı Etki Faydacı Günü	,081	,028	,027	,140			
Dolaylı Etki Hedonik Günü	,355	,040	,278	,436			
Toplam Etki	,716*	,031	,655	,778			,001**

\*p&lt;,05

Tablo 9'a göre; anlamlılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu belirlenmiştir ( $\beta = ,716$ , %95, CI: ,655- ,778). Anlamlılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı değişkenini %46,9 oranında açıkladığı gözlemlenmiştir ( $p = ,001$ ). Anlamlılık deneyiminin hedonik ve faydacı güdü değişkenleri üzerinde de pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir ( $\beta = ,632$  %95 CI: ,571- ,693;  $\beta = ,619$  %95 CI: ,563- ,676). Anlamlılık deneyimi faydacı güdü üzerindeki değişimi %41,4, hedonik güdü üzerindeki değişimi ise %44,4 oranında açıkladığı görülmektedir ( $p = ,001$ ).

Anlamlılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolüne bakıldığında; anlamlılık ile hikâye anlatıcılığı arasındaki ilişkiye hedonik ve faydacı güdü değişkenlerinin dahil edilmesiyle anlamlılık deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlı kalmaya devam ettiği tespit edilmiştir ( $p < ,01$ ). Değişkenler ayrı ayrı değerlendirildiğinde hem hedonik hem de faydacı güdünün kısmî aracılık rolünün olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 10.** Bilgi Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y Bilgi → Hikaye Anlatıcılığı	,661*	,029	,604	,718	,465	513,056*	,001**
X→M Bilgi → Hedonik Günü	,585*	,026	,534	,636	,461	505,097*	,001**
Bilgi → Faydacı Günü	,584*	,028	,527	,640	,411	412,170*	,001**
M→Y Hedonik Günü → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı Günü → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y Bilgi	,243	,033	,176	,309			,001**
Hedonik Günü	,573	,042	,489	,657	,652	368,071*	,001**
Faydacı Günü	,141	,038	,065	,217			,003**
Doğrudan Etki	,243*	,033	,176	,309			,001**
Dolaylı Etki Faydacı Günü	,082	,026	,030	,135			
Dolaylı Etki Hedonik Günü	,335	,040	,264	,419			
Toplam Etki	,661*	,029	,604	,718			,001**

\*p&lt;,05

Tablo 10'a göre; bilgi deneyiminin hikaye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir ( $\beta = ,661$ , %95, CI: ,604- ,718). Bilgi deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki değişimi %46,5 oranında açıkladığı görülmektedir ( $p = ,001$ ). Bilgi deneyiminin hedonik ve faydacı güdü değişkenleri üzerinde de pozitif etkisi vardır ( $\beta = ,584$  %95 CI: ,527- ,640;  $\beta = ,585$  %95 CI: ,534- ,636). Bilgi deneyiminin faydacı güdü üzerindeki değişimi %41,1; hedonik güdü üzerindeki değişimi ise %46,1 oranında açıkladığı görülmektedir ( $p = ,001$ ).

Bilgi deneyimi ile hikâye anlatıcılığı arasındaki ilişkide hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolü incelendiğinde; hedonik ve faydacı güdülerin modele dahil edilmesiyle bilgi deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlı bir şekilde devam ettiği saptanmıştır ( $p < ,01$ ). Ayrıca, hedonik ve faydacı güdünün her biri ayrı ayrı değerlendirildiğinde her iki değişkenin de bilgi deneyimi ile hikâye anlatıcılığı arasındaki ilişkide kısmî aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 11.** Yenilik Deneyiminin Hikâye Anlatıcılığına Etkisinde Hedonik ve Faydacı Güdülerin Aracılık Rolü

Path/effect	Bootstrap Estimates		95% Confidence interval		R <sup>2</sup>	F	p
	B	SE	Alt	Üst			
X→Y							
Yenilik → Hikaye Anlatıcılığı	,748*	,025	,698	,798	,593	858,209*	,001**
X→M							
Yenilik → Hedonik GÜdü	,649*	,023	,603	,695	,564	764,134*	,001**
Yenilik → Faydacı GÜdü	,618*	,027	,564	,672	,458	499,171*	,001**
M→Y							
Hedonik GÜdü → Hikaye Anlatıcılığı	,871*	,029	,814	,929	,774	882,624*	,001**
Faydacı GÜdü → Hikaye Anlatıcılığı	,698*	,033	,633	,763	,430	443,908*	,001**
X→M→Y							
Yenilik	,388	,035	,318	,459			,001**
Hedonik GÜdü	,455	,043	,370	,540	,685	426,031*	,001**
Faydacı GÜdü	,103	,036	,031	,175			,005*
Doğrudan Etki	,388*	,05	,318	,459			,001**
Dolaylı Etki Faydacı GÜdü	,063	,026	,012	,117			
Dolaylı Etki Hedonik GÜdü	,295	,041	,221	,382			
Toplam Etki	,748*	,025	,698	,798			,001**

\*p&lt;,05

Tablo 11'e göre; yenilik deneyiminin hikaye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu belirlenmiştir ( $\beta = ,748$ , %95, CI: ,698- ,798). Yenilik deneyiminin hikâye anlatıcılığı değişimi %59,3 oranında saptanmıştır ( $p = ,001$ ). Yenilik deneyiminin hedonik ve faydacı güdüler üzerinde de pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir ( $\beta = ,618$  %95 CI: ,564- ,672;  $\beta = ,649$  %95 CI: ,603- ,695). Yenilik deneyiminin faydacı güdü üzerindeki değişimi %45,8; hedonik güdü üzerindeki değişimi ise %56,4 oranında açıkladığı belirlenmiştir ( $p = ,001$ ).

Yenilik deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık etkisi incelendiğinde; hedonik ve faydacı güdünün analize dahil edilmesi ile yenilik deneyiminin hikaye anlatıcılığı üzerindeki etkisinin anlamlı bir şekilde devam ettiği görülmüştür ( $p < ,01$ ). Aynı zamanda hedonik ve faydacı güdülerin kısmî aracılık etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### Sonuç ve Öneriler

Turizm sektörü artan rekabet ortamında hikâye anlatıcılığını stratejik bir araç olarak kullanmaktadırlar. Bu nedenle turistlere unutulmaz deneyimler sunmaya ve bu deneyimleri zenginleştirmeye çalışmaktadır. Turistlerin destinasyonlarda yaşadıkları deneyimleri paylaşma eğilimleri hedonik ve faydacı güdülerden etkilenmektedir (Löfgren, 2006). Bu bağlamda çalışmanın amacı, turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolünün incelenmesidir. Bu kapsamda 2023 yılında Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden 591 yerli turistten çevrimiçi anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Verilerin analizleri SPSS programı ile yapılmıştır.

İlk olarak turist deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre; turist deneyimi alt boyutlarından hazcılık, katılım, yerel kültür, bilgi ve yenilik deneyimlerinin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisinin, yenilenme ve anlamlılık deneyimlerinin ise herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kim (2014) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları mevcut çalışmanın sonuçları ile hem paralellik hem de zıtlık göstermektedir. Kim (2014) çalışmasında; turistlerin hazcılık, katılım, yerel kültür, yenilenme, bilgi ve yenilik deneyimlerinin hikâye anlatıcılığı üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Bu bulgu anlamlılık deneyimi bakımından zıtlık sergilemektedir. Brown vd. (2016) çalışmalarında, hikâyelerin deneyimleri tasarlamada merkezi bir unsur olarak önemini vurgulayarak hikâyelerin bilgi ve keşifleri aktarmak için akılda kalıcı ve ilgi çekici bir format sağladığını belirtmişlerdir. Robiady vd. (2020) ise, hikâye anlatıcılığın müşteri katılımı üzerinde önemli bir olumlu etkisi olduğunu vurgulamışlardır.

Turist deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık rolünü tespit edebilmek için ise process makro eklentisi aracılığıyla analizler yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre; turist deneyimi alt boyutlarının (hazcılık, katılım, yerel kültür, yenilenme, anlamlılık, bilgi ve yenilik) hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin kısmî aracılık etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulguları literatürde destekleyen çalışmalar mevcuttur. Kim ve Jamal (2007) çalışmalarında; turist deneyiminin hikâye anlatıcılığı üzerindeki etkisinde hedonik güdülerin aracı bir rol oynadığı tespit etmişlerdir. Kim ve Lee'nin (2012) çalışmasında, ziyaretçi katılımının turistlerin deneyimlerini zenginleştirdiğini ve bu deneyimlerin hem tatmin seviyelerini artırdığını hem de hikâye anlatıcılığı niyetlerini güçlendirdiğini belirtmişlerdir (Kim & Lee 2012).

Elde edilen bu bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulabilir:

*Sektöre Yönelik Öneriler:*

- İşletmeler yerel halkla etkileşimi artırmak adına turistlere yerel festivallere katılma veya geleneksel yemekleri deneme gibi kültürel etkinliklere katılma imkanları sağlayabilir. Bu durum turistlerin hedonik ve faydacı güdülerle hareket etme eğilimlerini artırabilir.
- Peribacaları, yer altı şehirleri ve benzersiz kaya oluşumları gibi Kapadokya'nın doğal güzellikleri daha ön plana çıkarılabilir. Bu özellikler ziyaretçilerin hem görsel zevklerini tatmin etmeye hem de bölgenin tarihini keşfetme arzularını artırmaya yardımcı olabilir.
- Turizm işletmeleri rekabette ön plana çıkabilmek için turistlere akılda kalıcı, eşsiz ve yenilikçi deneyimler sunulabilir.
- Sunulan deneyimler doğrultusunda turistlerin bölgeye olan ilgisini arttıracak hikâyeler oluşturulabilir.
- Turistlerin yaşadıkları deneyimlere ilişkin geri bildirimler dikkate alınarak olumsuzluklar varsa bu durum düzeltilmelidir.
- Turistlere hem eğlenebilecekleri hem de öğrenebilecekleri deneyimleri içeren aktiviteler sunularak memnuniyet düzeyleri artırılabilir.



*Gelecekteki Çalışmalara Yönelik Öneriler:*

- Bu çalışmada turist deneyiminin hikâye anlatıcılığına etkisinde hedonik ve faydacı güdülerin aracılık etkisi incelenmiştir. Gelecekteki çalışmalarda diğer güdüler (bilinçli, bilinçsiz, sosyal, birincil, ikincil, seçici vd.) üzerinden çalışmalar yapılabilir.
- Farklı turistik destinasyonlarda böyle bir çalışma yapılabileceği gibi destinasyonlar arasında karşılaştırmalı çalışmalar da yapılabilir.
- Gelecekte yapılacak çalışmalarda turist deneyiminin ağızdan ağıza iletişime etkisinde marka sadakatinin etkisi incelenebilir.

Çalışmanın birtakım kısıtları bulunmaktadır. Çalışma zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilmiştir. Veriler çevrimiçi anket tekniği ve kolayda örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Çalışma Kapadokya bölgesinde gerçekleştirilmiştir ve başka turistik destinasyonlarda turistlerin demografik özellikleri ve davranışları, diğer turistik destinasyonlardaki turistlerden farklılık gösterebilir. Bu nedenle, elde edilen sonuçlar diğer turistik destinasyonlar için genellenemez.

**Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 19.06.2023 tarih ve E-99711239-050.01.04 numaralı kararı ile alınmıştır.

**Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

**Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça

- Andrades, L., & Dimanche, F. (2014). Co-creation of experience value: A tourist behaviour approach. M. Chen & J. Uysal, (Ed.), *Creating Experience Value in Tourism* (ss. 95–112), CABI.
- Aydın, M., & Yılmaz, H. (2020). Turist deneyimlerinin hikâye anlatımına etkisi: Hedonik ve faydalı güdülerin rolü. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 123-140.
- Babin, B., W.R., D., & M., G. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20, 644-656.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Sutherland, L. A. (2011). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32(4), 770-779.
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J.C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87, 10–20.
- Başçı, A., & Eren, D. (2023). Destinasyon imajı ve deneyimin destinasyon aşkına etkisi: Nevşehir ili örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2767-2802.
- Beevor, M. C., Cláudia Campos, A., & Manuela Guerreiro, M. (2022). *Storytelling and experience design in heritage tourism*. IGI Global.
- Ben Youssef, K., Leicht, T., & Marongiu, L. (2019). Storytelling in the context of destination marketing: An analysis of conceptualisations and impact measurement. *Journal of Strategic Marketing*, 27(8), 696-713. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2018.1464498>
- Brown, J. S., Collins, A., & Duguid, P. (2016). Situated cognition and the culture of learning. *Educational Researcher*, 18(1), 32-42. <https://doi:10.3102/0013189X018001032>
- Carvalho, L. C., Lurdes, C., & Nuno, G. (2023). What is tourist experience. IGI Global. <https://www.igi-global.com/dictionary/storytelling-and-experience-design-in-heritage-tourism/>
- Castaño, J.M., Moreno, A., García, S., & Crego, A. (2003). Psychosocial approach to tourism motivation variables involved in the choice of Madrid as a destination. *Estudios Turísticos*, 158, 5-41.
- Chitturi, R., Raghunathan, R., & Mahajan, V. (2008). Delight by design: The role of hedonic versus utilitarian benefits. *Journal of Marketing*, 72(3), 48-63.
- Chiwaridzo, O. T. (2024). Unleashing tomorrow's energy for sustainable development: pioneering green building technologies and green tourism supply chain management in zimbabwe's tourism sector. *Energy for Sustainable Development*, 78, 3-5.
- Cho, K. W. (2022). A review of memorable experiences and their implications for tourism experiences in management and marketing science. *Mondes Du Tourisme*. <https://doi.org/10.4000/tourisme.5053>
- Chronis, A. (2012). Tourists as story-builders: narrative construction at a heritage museum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 444-459.
- Demir, S., & Demirel, E. Ü. (2019). Bir deneyimi unutulmaz kılan unsurlar nedir? Unutulmaz turizm deneyimi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 661-682.


- Ellis, G. D., & Rossman, J. R. (2008). Creating value for participants through experience staging: Parks, recreation, and tourism in the experience industry. *Journal of Park and Recreation Administration*, 26(4), 1-20.
- Frochot, I., & Hughes, H. (2000). The importance of the perceived value of the experience in tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(4), 77-89.
- Gedik, Y. (2021). Turizm sektöründe destinasyon pazarlaması: Eğilimler, destinasyon pazarlama stratejileri ve destinasyon pazarlamasında karşılaşılan zorluklar üzerine kavramsal bir çerçeve. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 117-139.
- Guleria, A., Joshi, R., & Adil, M. (2024). Impact of memorable tourism experiences on tourists' storytelling intentions: An empirical investigation. *International Journal of Tourism Cities*, 10(1), 280-301. <https://doi.org/10.1108/ijtc-07-2023-0135>
- Gursoy, D., Spangenberg, E. R., & Rutherford, D. G. (2006). The hedonic and utilitarian dimensions of attendees' attitudes toward festivals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 279-294.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
- Jones, M. A., Reynolds, K., & Arnold, M. (2006). Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes. *Journal of Business Research*, 59, 974-981.
- Kahraman, O. C. (2019). *Turist deneyimi ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin aracı rolü: Alternatif turizm türlerine katılan turistler üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kara, A., & Çelik, H. (2018). Turistlerin seyahat deneyimlerinde hikâye anlatımının rolü ve hedonik motivasyon. *Turizm ve Otelcilik Dergisi*, 6(1), 30-42.
- Karaca, Ş., & Tağraf, T. (2021). Unutulmaz turizm deneyiminin psikolojik iyi oluşa etkisinin incelenmesi. *Academic Review of Humanities and Social Sciences*, 4(2), 153-168. <https://doi.org/10.54186/arhuss.960380>
- Karaoğlu, H. (2010). Ağızdan ağıza iletişimin tüketici satın alma kararları üzerine etkisi ve Borusan Telekom çalışanları üzerinde bir araştırma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keskin, E., Sezen, N., & Dağ, T. (2020). Unutulmaz turizm deneyimi, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkiler: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlere yönelik araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 239-264.
- Kim, J. H., & Ritchie, J. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale. *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & Tung, V. (2010). The effect of memorable experience on behavioral intentions in tourism: A structural equation modeling approach. *Tourism Analysis*, 15(6), 637-648.
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.


- Kim, S., & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 181-201.
- Kim, S., & Lee, C. (2012). Understanding memorable tourism experiences: A phenomenological approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), 36-47.
- Kwortnik, R. J., & Thompson, G. (2009). Unifying service marketing and operations management with service experience management. *Journal of Service Research*, 11(4), 389-406.
- Laing, J., Wheeler, F., Reeves, K., & Frost, W. (2014). Assessing the experiential value of heritage assets: A case study of a Chinese heritage precinct, Bendigo. *Tourism Management*, 40, 180-192.
- Lee, M., & Kim, H. (2015). The impact of hedonic and utilitarian values on tourists' satisfaction and loyalty: The case of traditional markets. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(6), 725-738.
- Lee, S., Lee, S., & Lee, G. (2014). Ecotourists' motivation and re-visit intention: A case study of restored ecological parks in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(11), 1327-1344. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.852117>
- Löfgren, O. (2006). The secret life of tourist experience: Some thoughts on the role of social media. *Tourist Studies*, 6(1), 1-15.
- Manthiou, A., Kang, J., Hyun, S.S. (2017). An integration of cognitive appraisal theory and script theory in the luxury cruise sector: The bridging role of recollection and storytelling. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1071-1088.
- Maoz, I. (2013). The role of narratives in tourist experience: A critical review. *Tourism Management*, 36, 225-237.
- Mccormick, B., Ritchie, J. B., & Kim, J. H. (2010). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 12-25.
- Medlik, S., & Middleton, V. T. C. (1973). The tourist product and its marketing implications. *International Tourism Quarterly*, 3, 28-35.
- Moscardo, G. (2010). The shaping of tourist experience: The importance of stories and themes. The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives, Morgan, M., Lugosi, P., Ritchie, J.R.B. (Eds.), Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications, 43-58. <https://doi.org/10.21832/9781845411503-006>
- Mossberg, L. (2008). Extraordinary experiences through storytelling. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(3), 195-210.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(1), 33-44.
- Park, S., & Ahn, D. (2022). Seeking pleasure or meaning? The different impacts of hedonic and eudaimonic tourism happiness on tourists' life satisfaction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(4), 2291.
- Pera, R. (2017). Empowering the new traveller: Storytelling as a co-creative behaviour in tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 331-338. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.982520>
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Sage Journals*, 42(4), 333-342.

- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76, 97-105.
- Robiady, N. D., Windasari, N. A., & Nita, A. (2020). Customer engagement in online social crowdfunding: The influence of storytelling technique on donation performance. *International Journal of Research in Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.03.001>
- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M., & Moliner, M. A. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product. *Tourism Management*, 27(3), 394-409.
- Talu, A. (2021). Hikaye anlatıcılığı çerçevesinde marka hikayeleri ve markalaşmadaki yeri: Bir model önerisi [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Maltepe Üniversitesi.
- TUIK (2023). <https://data.tuik.gov.tr/search/search?text=turist>
- Tung, V. W., & Ritchie, J. R. Brent. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1367-1386.
- Yaralı, C., & Özçelik Baloğlu, Ö. (2023). Dijital süreçlerin doğal ve kültürel miras turizminin gelişimine etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13, 245-264.
- Yılmaz, İ., & Çokal, Z. (2019). Turist rehberlerinin performansının destinasyon imajına etkisinde etik davranışlarının düzenleyici rolü: Nevşehir örneği [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Zhang, J., & Walsh, G. (2020). Tourist experience, tourist motivation and destination loyalty for historic and cultural tourists. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 28(4), <https://doi.org/10.47836/pjssh.28.4.43>
- Zhong, Y., Busser, J., & Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217.



## ADAY DİN GÖREVLİLERİNE GÖRE AKADEMİ MERKEZLERİNDE VERİLEN MESLEKİ EĞİTİMLERİN ETKİ VE VERİMLİLİĞİ

 Ayhan ÖZ<sup>a</sup>

 Umut KAYA<sup>b</sup>

### Öz

Ülkemizde yaygın din eğitimi hizmetlerini yürüten bir kurum olarak Diyanet İşleri Başkanlığı personel ihtiyacını imam hatip liseleri ile ilahiyat/İslami ilimler fakültelerinden karşılamaktadır. Günümüzde yaygın din eğitimi hizmetleri cami ve Kuran kursları dışında hastaneler, cezaevleri, huzur evleri, sevgi evleri, gençlik merkezleri, kredi yurtlar kurumu, kadın konuk evleri gibi birbirinden farklı ve geniş bir alana yayılmış durumdadır. Ancak ilahiyat/İslami ilimler fakültelerinde uygulanmakta olan tek tip program, söz konusu sahalarda hizmet edecek personelin ihtiyacı olan bilgi ve beceriyi kazandırmakta yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple Diyanet İşleri Başkanlığı, aday din görevlilerine mesleğe başlamadan önce Diyanet Akademisi Başkanlığı'na bağlı akademi merkezlerinde eğitimler vermektedir. Bu araştırmanın amacı, ilgili merkezlerde yürütülen aday din görevlilerine yönelik mesleki eğitim programlarının etki ve verimliliğine dair katılımcı görüşlerini tespit etmektir. Bu doğrultuda dokuz farklı akademi merkezinden anket tekniği ile veri toplanmıştır. 513 anket formunun değerlendirmeye alındığı bu çalışmada ilgili merkezlerde uygulanmakta olan hizmet öncesi eğitim programlarının bir ihtiyaç olduğu, aday din görevlilerinin mesleğe hazırlanmasında olumlu yönde katkı sağladığı görülmüştür. Adayların, eğitimlerle ilgili bazı görüşlerinde eğitim aldıkları programa ve mezun oldukları öğretim kademesine göre anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Eğitim sürecinde en çok istifade edilen üç dersin Kur'an-ı Kerim, musiki ve ilmihal dersi olduğu görülmüştür. Bunun yanında geliştirilmesi gereken alanlar olduğu da belirlenmiştir. Eğitim sonunda yapılan ölçme ile görülen dersler arasındaki uyumsuzluk, merkezler arasındaki ölçme farklılıkları, aday din görevlilerinin eğitim sürecinde kaynaklara ulaşım konusunda yaşadığı zorluk ve adaylara verilen aylık harçlığın yetersizliği Diyanet Akademi bünyesinde gerçekleştirilen eğitim süreçlerinde geliştirilmesi gereken yönler olarak zikredilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Din eğitimi, Diyanet İşleri Başkanlığı, Diyanet Akademi, Hizmet öncesi eğitim, Aday din görevlisi.



<sup>a</sup> Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü, ayhanoz37@hotmail.com

<sup>b</sup> Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü, umutkaya58@hotmail.com

Makale Geliş Tarihi: 30.08.2024, Makale Kabul Tarihi: 28.11.2024

## ACCORDING TO CANDIDATE RELIGIOUS OFFICIALS, THE IMPACT AND EFFICIENCY OF PROFESSIONAL TRAINING PROVIDED AT ACADEMIC CENTERS

### Abstract

As an institution responsible for providing widespread religious education services in our country, the Presidency of Religious Affairs meets its personnel needs through Imam Hatip high schools and faculties of theology/Islamic sciences. Today, widespread religious education services extend beyond mosques and Quran courses to diverse and broad areas such as hospitals, prisons, nursing homes, orphanages, youth centers, student dormitories, and women's shelters. However, the standardized programs applied in faculties of theology/Islamic sciences are inadequate in imparting the necessary knowledge and skills to personnel who will serve in these fields. For this reason, the Presidency of Religious Affairs provides training to candidate religious officials at academy centers affiliated with the Diyanet Academy before they start their careers. The aim of this research is to determine the participants' opinions regarding the impact and efficiency of the professional training programs conducted for candidate religious officials at these centers. Accordingly, data were collected using a survey technique from nine different academy centers. In this study, which evaluated 513 survey forms, it was found that the pre-service training programs applied in these centers are a necessary step and contributes positively to the preparation of candidate religious officials for their profession. Significant differences were found in the candidates' opinions regarding the training, depending on the program they attended and the educational level they graduated from. The three most beneficial courses during the training process were identified as Quran, religious music, and ilmihal courses. However, areas needing improvement were also identified. Discrepancies between the courses and the assessments conducted at the end of the training, differences in assessment methods between centers, difficulties candidates faced in accessing resources during the training process, and the insufficiency of the monthly stipend provided to candidates can be cited as aspects of the training processes within the Diyanet Academy that require improvement.

**Keywords:** Religious education, Presidency of Religious Affairs, Diyanet Academy, Pre-service training, Candidate religious officer.



### Giriş

Ülkemizde ilgili mevzuat çerçevesinde ve toplumun farklılaşan taleplerini de dikkate alarak yaygın din eğitimi faaliyetlerini yürütmekle görevli kurum Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)'dir. Başkanlık bu görevini Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki Kanun'un 1. maddesi çerçevesinde yürütmektedir. İlgili maddede DİB'in görev tanımı "İslam Dininin inançları, ibadet ve ahlak esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek" şeklinde tarif edilmektedir (Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun, 1965). Toplumsal alanda yaşanan hızlı değişim, toplumu din konusunda aydınlatmak noktasında Başkanlığa yeni görevler yüklemiştir. Bunun bir sonucu olarak ibadethane merkezli din hizmetlerine toplum merkezli din hizmetleri de eklenmiştir. Yaşlılar, engelliler, mahkumlar ve mağdurlar gibi toplumda ilgi ve desteğe muhtaç kesimlere yönelik çalışmalar Başkanlığın faaliyet alanları içindeki yerini almıştır (Altaş, 2013, ss. 295-318; Altaş & Kaya, 2023, s. 124). Bugün geline nokta DİB, cami merkezli vaaz ve irşad faaliyetleri yanında engelli, kimsesiz, yaşlı, yoksul, hükümlü ve tutuklu gibi ilgi ve desteğe muhtaç vatandaşların yanında olmayı din hizmetinin ayrılmaz bir parçası kabul etmektedir.

DİB, görev alanına giren hizmet ve faaliyetleri farklı unvanlarla görev yapan personeli marifetiyle yürütmektedir. 2014 tarihli *Diyanet İşleri Başkanlığı Personel Yeterlilikleri* dikkate alındığında merkez teşkilatında görev yapanların dışındaki DİB personelinin müftü, eğitim görevlisi, vaiz, din hizmetleri uzmanı, eğitim uzmanı, rehber öğretmen, Kur'an kursu öğreticisi, imam-hatip ve müezzin-kayyım şeklinde sıralandığı görülmektedir (*Diyanet İşleri Başkanlığı Personel Yeterlilikleri*, t.y.). Başkanlık, tüm yaygın din eğitimi hizmetlerini bu personeller eliyle gerçekleştirmektedir. Bunların içinden ise Kur'an kursu öğreticisi, imam-hatip ve müezzin-kayyım kadroları için atama şeklinde alım yapılmakta; diğer kadrolar için ise kurum için görevlendirme ve görevde yükselme süreçleri işletilmektedir. Başkanlığın, çeşitlenen hizmet alanlarına paralel şekilde daimî kadrolarda bir çeşitliliğe gitmediği; manevi sosyal hizmetler gibi alanlar için kurum içi görevlendirme şeklinde bir usul takip ettiği görülmektedir.

DİB, ihtiyaç duyduğu insan kaynağını temelde imam hatip liseleri ile yüksek din öğretimi kurumlarından temin etmektedir. Kur'an kursu öğreticisi, imam-hatip ve müezzin-kayyım kadrolarına atanma süreçleri *Diyanet İşleri Başkanlığı Sınav, Atama, Nakil ve Görevde Yükselme Yönetmeliği*'nde yer alan şartlar çerçevesinde yürütülmektedir. Diyanet İşleri Başkanlığı'nın yayımlanmış olduğu 2023 yılı faaliyet raporuna göre, DİB'de 29.311'i kadın ve 46.877'si hafız olmak üzere 140.185 personel çalıştığı görülmektedir. Söz konusu personelin eğitim durumlarına göre dağılımları ise şu şekildedir: (DİB, 2023, ss. 23-25)

**Tablo 1.** Diyanet Personelinin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

	<i>Dini Yükseköğretim</i>	<i>Yükseköğretim Diğer</i>	<i>Ön lisans Dini öğretim</i>	<i>Ön lisans Diğer</i>	<i>İHL</i>	<i>Lise</i>	<i>İlkokul</i>	<i>TOPLAM</i>
f	45.018	13.822	50.929	5.736	20.794	2.577	1.269	140.185
%	32,1	9,9	36,3	4	14,9	1,9	0,9	100

Bu tablo Başkanlık bünyesinde görev yapan personelin insan kaynağının önemli ölçüde imam hatip liseleri tarafından karşılandığını; bu okullardan mezun olup göreve başlayanların büyük çoğunluğunun ise ilahiyat önlisans eğitimine devam ettiğini göstermektedir. Bu veri, Başkanlık bünyesinde görev yapan personelin mesleki yeterlilikleri konusunda soru işareti oluşturmaktadır. Kurumda çalışan yüksek din öğretimi mezunu personelin oranı %32,1'dir. Yüksek din öğretimi kurumları din hizmetleri alanında çalışacak personelin hizmet öncesi eğitiminde, özellikle yakın dönemde, önemli bir rol üstlenmektedir. DİB bünyesinde din hizmetlerini yürütecek personele görevinin gerekli kıldığı yeterlilikleri kazandırmada yüksek din öğretimi kurumlarının ne kadar başarılı olduğu ise tartışılan bir konudur (Akyürek, 2015; Aşıkoğlu, 2009; İbrahim Turan, 2017; Koç, 2019; Nazıroğlu, 2020; Özdemir, 2013; *Türkiye'de Yüksek Din Eğitimi Sorunları, Yeniden Yapılanması ve Geleceği Sempozyumu*, 2004; *Yükseköğretimde Din Bilimleri Öğretimi Sempozyumu*, 1988). Bu kurumlardan mezun olanların DKAB öğretmenliğinden, İHL meslek dersleri öğretmenliğine; imam-hatiplikten 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticiliğine, yetişkin Kuran kursu öğreticiliğinden manevi danışmanlığa kadar farklı farklı alanlarda görev aldıkları görülmektedir. Buna mukabil yüksek din öğretimi kurumlarında esas itibarıyla tek tip lisans programı uygulanmakta; bu durum ise DİB bünyesinde görev yapmaya aday mezun öğrencilerin yeterliliğiyle işin gerektirdiği yeterlilikler arasındaki uyumda sorunlara yol açabilmektedir.



Diyanet İşleri Başkanlığı'nın belirlemiş olduğu mesleki yeterlikler ile ilahiyat/İslami ilimler fakültelerinin programlarının bu yeterliklere ne ölçüde uygun ve uyumlu olduğu tartışılmalıdır (Diyanet Hizmetleri Başkanlığı Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2014). İlahiyat/İslami ilimler fakültesi programlarında, hitabet ve mesleki uygulama dersi hariç tutulursa, yaygın din hizmetlerinin uygulanmasına dair staj/uygulamaya dönük derslerin olmaması yeterlik-program uyumsuzluğunun en göze çarpan noktalarından birisidir. Aynı şekilde Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından belirlenen yeterliklerin ne ölçüde ölçülebilir olduğu da ayrı bir tartışma konusu olmaya adaydır. Örneğin Kur'an kursu öğreticilerinin temel yeterliklerinden birisi "Görevinin gerektirdiği ölçüde Arapça'yı kullanır" maddesidir. Burada ölçütün ne olacağı ve nasıl ölçüleceği belli değildir. Başkanlığın belirlemiş olduğu yeterlikler ile ilahiyat/İslami ilimler fakültelerinin uygulamış olduğu programların ne ölçüde uyumlu olduğu başka bir araştırmanın konusudur. Bununla beraber alanda yapılmış araştırmalarda da genel olarak bu uyumsuzluğun olumsuz sonuçlarını görmek mümkündür (Kiriş, 2018). Diyanet İşleri Başkanlığı'nda görev yapan din görevlileri de ilahiyat/İslami ilimler fakültelerinde uygulanmakta olan tek tip programı yaygın din eğitimi hizmetleri bakımından yetersiz görmekte ve program çeşitliliğinin faydalı olacağını ifade etmektedirler (Özdemir, 2019, ss. 7-18). Alanyazında da Diyanet İşleri Başkanlığı'nın yaygın din eğitimi konusunda yüksek din öğretimi kurumlarından mezun olanlarda gördüğü eksiklerini gidermek için vermiş olduğu eğitimin kaynak ve zaman israfı olduğuna işaret eden çalışmalara rastlanmaktadır (Korkmaz, 2012, s. 141).

Diyanet Akademi kurulmadan önce DİB, kuruma yeni alınan aday memurların eğitimlerini 11.09.2012 tarih 94 sayılı Bakan onayı ile yürürlüğe giren *Diyanet İşleri Başkanlığı Aday Memurların Yetiştirilmelerine Dair Yönetmelik* çerçevesinde yürütmüştür. Burada temel eğitim, hazırlayıcı eğitim ve staj şeklinde üç kademeli bir eğitim öngörülmüştür. DİB, toplumun dinî ihtiyaçlarına cevap vermek üzere farklı kadrolarda görev yapacak personelini göreve hazırlamak ve atama sonrası süreçte mesleki gelişimini sağlamak üzere 2022 yılında yeni bir yapılanmaya gitmiş ve doğrudan Başkanlığa bağlı Diyanet Akademisi Başkanlığı adıyla bir alt birim oluşturmuştur. *Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki Kanun'un* 7/A, 10/A ve 10/B maddelerinde 2022 yılında yapılan ekleme ve değişikliklerle Diyanet Akademi yasal dayanağına kavuşmuştur. İlgili Kanun'un 7/A maddesinde Akademi'nin dinî yüksek ihtisas merkezleri, dinî ihtisas merkezleri ve eğitim merkezlerinden oluştuğu belirtilmekte ve görev tanımı şu şekilde yapılmaktadır: (Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun, 2022)

*"Diyanet Akademisi doğrudan Başkana bağlı olarak, Başkanlığın Din Hizmetleri Sınıfına ait unvanlarla ihdas edilen pozisyonlarına atanacak aday din görevlilerinin mesleki eğitimi ile hizmet içi eğitim faaliyetlerini ve yurt dışından gelen mahallin din görevlilerine yönelik eğitim faaliyetlerini yürütür; Başkanlığın görev alanıyla ilgili araştırma ve yayım yapar; konferans, panel, seminer, sempozyum ve benzeri dinî, ilmî, sosyal ve kültürel etkinlikler, kurs ve sertifika programları düzenler ve Başkan tarafından verilen diğer görevleri yerine getirir."*

31.05.2023 tarih ve 32207 sayılı *Diyanet Akademisi Görev ve Çalışma Yönetmeliği'nde* Akademi'nin hedefleri arasında "Eğitime alınanlara mesleki yeterlik kazandırmak ve gelişimlerini sağlamak" ifadesi öncelikli olarak zikredilmektedir. Daha öncesinde ihtisas ve eğitim merkezleri üzerinden hizmet içi eğitimler aracılığıyla kendi personelinin mesleki gelişimini sürdürmeyi amaçlayan Başkanlığın bugün

gelenen noktada Akademi marifetiyle aday din görevlilerinin hizmet öncesi mesleki eğitimini de kurumsal bir sorumluluk olarak üstlendiği görülmektedir. Başkanlığın istihdam alanlarının farklı mesleki yeterlikler gerektirmesi hizmet içi eğitimin yanında hizmet öncesi eğitimi de gerekli kılmıştır. Başkanlığın, kurmuş olduğu Diyanet Akademisi marifetiyle aday din görevlilerini, atanmadan önce eğitim ve sınava tabi tutarak yeterlilik ve nitelik sorununu çözüme kavuşturmayı ve söz konusu durumun sahada yaratması muhtemel olumsuzlukların önüne geçmeyi amaçladığı değerlendirilebilir. Ancak bu durum din hizmetleri alanına da personel yetiştiren yüksek din öğretimi kurumları ile Akademi arasında görev tanımları itibarıyla bir belirsizliği de beraberinde getirmektedir. Yeni gelişen süreç, Akademi ile yüksek din öğretimi kurumları arasında yakın bir iletişim, iş birliği ve iş bölümünü gerekli kılmaktadır.

Akademiye, din hizmetleri sınıfına ait unvanlarda ihdas edilmiş pozisyonlar için KPSS+sözlü/uygulamalı sınav esasına göre aday din görevlisi alımı yapılmaktadır. Adayların iâşe ve ibateleri ile sağlık giderleri Başkanlık bütçesinden karşılanmakta; ayrıca adaylara kanunda belirlenen esaslar çerçevesinde aylık harçlık ödemesi yapılmaktadır. Akademideki eğitim süresi; adayın eğitim durumu, atanacağı pozisyon ve giriş sınavında gösterdiği başarıya bağlı olarak değişebilmektedir. Bu süre en az 6 ay en çok ise 3 yıl olabilmektedir. Eğitimleri ve sınavları başarı ile tamamlayan adaylar sözleşmeli olarak uygun pozisyonlara atanmaktadır. Sözleşme gereği üç yılını tamamlayanların, talepleri halinde, aynı unvanlı memur kadrosuna geçişleri sağlanmaktadır (Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ile Devlet Memurları Kanununda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 2022 Madde 10/A). *Diyanet İşleri Başkanlığı Aday Memurların Yetiştirilmelerine Dair Yönetmelikte* adayların temel eğitim, hazırlayıcı eğitim ve staj şeklinde birbirini takip eden aşamalı bir eğitime tabi tutulacağı; stajın atandıkları yerde yapılacağı belirtilmektedir. Temel ve hazırlayıcı eğitimde değerlendirme 100 puan üzerinden yapılmakta ve başarı için baraj 60 kabul edilmektedir. Stajın değerlendirmesi ise "Ek-1 Aday Memurlar Staj Değerlendirme Belgesi" üzerinden gerçekleştirilmektedir. Adaylık süresi asgari bir, azami ise iki yıldır (Diyanet İşleri Başkanlığı Aday Memurların Yetiştirilmelerine Dair Yönetmelik, 2024).

Akademi merkezlerinde görev yapacak personelin kalitesi bu kurumların kendilerinden beklenen amacı gerçekleştirebilmesi noktasında önemlidir. Burada görev yapacak eğitim görevlileri dört yıllık dinî yüksek öğrenim görmüş olup dinî yüksek ihtisas merkezlerinde eğitimini tamamlamış veya ilahiyat alanında doktor unvanı almış kişiler arasından Başkanlığın yapacağı sınavda başarılı olma şartına bağlı olarak atanmaktadır. Dinî musiki ve kıraat gibi özel beceri gerektiren alanlarda ise Başkanlık tarafından yapılan sınavda başarılı olan dört yıllık dinî yüksek öğretim mezunları da atanabilmektedir. Kadronun yüzde onuna kadarının ataması ise dinî yüksek öğretim dışında dört yıllık lisans mezunu olup yüksek lisans çalışmasını tamamlayanlar arasından yine Başkanlık tarafından yapılacak sınavla gerçekleştirilebilmektedir (Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun, 2022 Madde 7/A ve 15.). Akademi merkezlerinde ayrıca Başkanlık kadro ve pozisyonlarında görev yapan öğretmen ve eğitimciler de görev alabilmektedir. Gerekli durumlarda ders ücreti karşılığında görevlendirmeler de yapılabilmektedir (Diyanet Akademisi Görev ve Çalışma Yönetmeliği, 2023 Madde 15). 2023 yılı verilerine göre dini yüksek ihtisas, dinî ihtisas, eğitim ve Kur'an eğitim merkezlerinde kadrolu 1.630, sözleşmeli 917, işçi statüsünde ise 207 kişi çalışmaktadır (DİB, 2023, s. 24).

Diyanet Akademi Başkanlığı yasada kendisine verilen görev doğrultusunda 2023 yılı içinde aday din görevlilerine yönelik mesleki gelişim eğitimlerine başlamıştır. Yakın dönemde başlayan bu eğitimlere dair alan yazında henüz yeterli akademik çalışma bulunmamaktadır. Bu kapsamda ilk çalışma Kocaman ve Koyuncu (2024) tarafından yapılmıştır. İlgili çalışma akademi merkezlerinden ilk mezun olan aday Kur'an kursu öğretmenlerinin burada aldıkları eğitimlere dair görüşlerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Nitel desende gerçekleştirilen çalışma 33 katılımcı ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Bu konuya dair ikinci çalışma ise Ertürk'e (2024) aittir. Bu çalışmada ise akademi merkezlerinde aday imam-hatip ve müezzin-kayyımlara yönelik düzenlenen mesleki eğitim programının hedefleri, içeriği ve etkililiğinin değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Araştırmaya Samsun ve Trabzon akademi merkezlerinde eğitim alan 254 aday görevlisi katılmıştır. Diyanet Akademi Başkanlığı uhdesinde aday din görevlilerine yönelik verilen eğitimlerin etki ve verimliliğinin sağlıklı değerlendirilebilmesi daha geniş kapsamlı araştırmaları gerekli kılmaktadır. Bu çalışma, hem ilgili merkezlerde aday din görevlilerine yönelik verilen tüm mesleki eğitim programlarını (4-6 Yaş Kur'an Kursu Öğreticisi, Hafız Kur'an Kursu Öğreticisi, İmam-Hatip, Müezzin-Kayyım) kapsamı hem de Türkiye genelinde dokuz farklı akademi merkezinde eğitim almış aday din görevlilerinin katılımıyla gerçekleştirilmesi itibarıyla önceki çalışmalardan farklılaşmaktadır.

#### A. AMAÇ VE PROBLEM DURUMU

Bu araştırmanın amacı, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın nitelikli personel ihtiyacını karşılamak amacıyla 24 Mart 2022 tarihli ve 31788 sayılı yasa değişikliği ile kurulan Diyanet Akademi Başkanlığı'na bağlı merkezlerde yürütülen aday din görevlilerine yönelik meslek eğitim programlarının etki ve verimliliğine dair katılımcı görüşlerini tespit etmektir. Bu sayede 2024 Ocak döneminde ilk mezunlarını veren ilgili programın işleyen ve aksayan yönlerini bilimsel yöntemlerle ortaya koyarak sonraki süreçte bu alanda yapılabilecek iyileştirmelere veri sağlamak ve katkı sunmak amaçlanmaktadır.

Bu doğrultuda araştırmanın temel problemi "Diyanet Akademisi Başkanlığı tarafından aday din görevlilerine yönelik yürütülen mesleki eğitim programlarına yönelik katılımcı görüşleri nelerdir?" şeklinde oluşturulmuştur. Araştırmada cevap aranan alt problemler ise şu şekilde belirlenmiştir:

- Adayların ilgili eğitimlerin gerekliliği konusundaki görüşleri nelerdir?
- Adayların ilgili eğitimlerin verimliliği noktasındaki görüşleri nelerdir?
- Adayların eğitim sürecine dair başlıca zorlanma alanları nelerdir?
- Adayların eğitimleri gerçekleştiren merkezlerin sunduğu imkân ve hizmetlere yönelik düşünceleri nelerdir?
- Adayların meslek ve kariyer düşüncesinde akademinin yeri ve etkisi nedir?
- Adayların mesleki eğitim programına yönelik düşünceleri öğrenim durumuna, akademi merkezlerinde alınan mesleki eğitim türüne ve akademi merkezlerine göre farklılaşmakta mıdır?

## B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup betimsel ve karşılaştırmalı tarama modellerinden yararlanılmıştır. Bu sayede değişkenlerin frekans ve yüzdeleri verilerek genel durum betimlenmiş; ayrıca belli bağımsız değişkenlerin araştırmanın bulguları üzerindeki etkisi de sınanmıştır. Araştırma verilerini toplamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçme aracının geliştirilmesinde uzman görüşünden yararlanılmış; uygulama öncesinde Sosyal Bilimler Araştırma Etik Kurulu'ndan ve Diyanet Akademi Başkanlığı'ndan onay almıştır.

### 1. Veri Analizi

Veri analizi işlemleri SPSS Statistic 22 programı kullanılarak yapılmıştır. Öncelikle kategorize edilen maddelere dair frekans ve yüzdeler belirlenmiştir. Daha sonra bu bulguların adayların öğrenim durumu ve akademi merkezlerinde aldıkları mesleki eğitim türü açısından farklılaşma durumunu sınamak için ki-kare testinden yararlanılmıştır. Farklılık analizleri yapılırken, alt gruplarda beklenen yüzdeliği %5'in altında olan toplam hücre sayısının %20'nin altında kalmasını engellemek ve bu sayede ilgili analizin daha sağlıklı yapılabilmesini sağlamak amacıyla beşli likert ölçek yeniden kodlanarak üçlüye çevrilmiştir. Bu kapsamda "hiç katılmıyorum" ve "katılmıyorum" seçenekleri "katılmıyorum; "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" seçenekleri ise "katılıyorum" şeklinde kodlanmıştır.

### 2. Araştırma Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Diyanet Akademi Başkanlığı'na bağlı 32 dinî ihtisas ve dinî yüksek ihtisas merkezinde 2023 yılında aday statüsünde mesleki eğitim alıp mezuniyete hak kazanan 4537 din görevlisi oluşturmaktadır (Diyanet İşleri Başkanlığı Diyanet Akademisi Başkanlığı, 2024). Araştırmanın örnekleme ise bu evrenden seçkisiz küme örnekleme yöntemiyle seçilen dokuz dinî ihtisas ve dinî yüksek ihtisas merkezinde eğitim alan adaylardan oluşmaktadır. Söz konusu merkezler: Ankara Dini Yüksek İhtisas Merkezi, İstanbul Haseki Reisülkurra Abdurrahman Gürses Dini İhtisas Merkezi, İstanbul Anadolu Dini İhtisas Merkezi, Denizli Dini Yüksek İhtisas Merkezi, Ordu Dini İhtisas Merkezi, Gaziantep Hacı Ahmet Zıylan Dini Yüksek İhtisas Merkezi, Erzurum Ömer Nasuhi Bilmen Dini Yüksek İhtisas Merkezi, Şanlıurfa Dini İhtisas Merkezi ve Diyarbakır Dini Yüksek İhtisas Merkezidir. Araştırma kapsamında ilgili merkezlerdeki tüm adaylara veri toplama aracı online olarak ulaştırılmış ve geri dönüş sağlanan 513 form değerlendirmeye alınarak araştırma verileri elde edilmiştir. Katılımcılara ait demografik bulgular Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

		<i>f</i>	%
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	294	57,3
	Kadın	219	42,7
<b>Medeni Durum</b>	Bekar	294	57,3
	Evli	219	42,7
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	189	36,8
	26-30 yaş	186	36,3
	31-35 yaş	70	13,6
	36-40 yaş	39	7,6
	41 yaş ve üzeri	29	5,7
<b>Alan</b>	4-6 Yaş Kur'an Kursu Öğreticisi	99	19,3
	Hafız Kur'an Kursu Öğreticisi	121	23,6
	İmam-Hatip	236	46,0
	Müezzin-Kayyım	57	11,1
<b>Eğitim Alınan Merkez</b>	Ankara Dini Yüksek İhtisas Merkezi	75	14,6
	İstanbul Haseki Reisülkurra Abdurrahman Gürses D.İ. M	61	11,9
	İstanbul Anadolu Dini İhtisas Merkezi	92	17,9
	Denizli Dini Yüksek İhtisas Merkezi	38	7,4
	Ordu Dini İhtisas Merkezi	41	8,0
	Gaziantep Hacı Ahmet Zilan Dini Yüksek İhtisas Merk.	64	12,5
	Erzurum Ömer Nasuhi Bilmen Dini Y. İhtisas Merkezi	27	5,3
	Şanlıurfa Dini İhtisas Merkezi	35	6,8
	Diyarbakır Dini Yüksek İhtisas Merkezi	80	15,6
<b>Eğitim Şekli</b>	Yatılı	281	54,8
	Gündüzlü	232	45,2
<b>Hafızlık Durumu</b>	Hafız değilim	252	49,1
	Hafızlığa başladım ama bitiremedim	21	4,1
	Hafızlık yapıyorum	6	1,2
	Hafızım	234	45,6
<b>Öğrenim Durumu</b>	İHL Örgün	24	4,7
	İHL Açıktan	46	9,0
	Düz Lise	5	1,0
	İlahiyat Ön lisans	76	14,8
	Diğer Ön lisans	3	0,6
	Yüksek Din Öğretimi Örgün	212	41,3
	İLİTAM	138	26,9
	Diğer Lisans	1	0,2
	Yüksek Lisans	7	1,4
Doktora	1	0,2	

### C. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada katılımcılara eğitime başlamadan önce ne ile meşgul oldukları konusunda bir soru yöneltilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 3'te gösterilmiştir. Buna göre akademi merkezlerinde eğitime

başlamadan önce adayların yaklaşık  $\frac{3}{4}$ 'ünün DİB bünyesinde herhangi bir görev almadığı tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Mesleğe Başlamadan Önceki Meşguliyet

	f	%
Herhangi bir yerde çalışmıyordum	213	41,5
Başkanlık bünyesinde fahri olarak görev yapıyordum	127	24,8
MEB'de ücretli öğretmenlik yapıyordum	39	7,6
Kendi işimi yapıyordum (esnaf, pazarlama vb.)	33	6,4
Özel bir ticari işletmede çalışıyordum	31	6,0
Vakıf, dernek veya cemaat bünyesinde hizmet veriyordum	29	5,7
Özel okulda öğretmen olarak çalışıyordum	17	3,3
Yarı zamanlı (part time) çalışıyordum	11	2,1
Başka kamu kuruluşunda çalışıyordum	6	1,2
Halk eğitim merkezinde öğretici	5	1,0
Medresede müderris olarak çalışıyordum	2	0,4
TOPLAM	513	100

Araştırmada, daha önce mesleki deneyim kazanmış olanların durumlarını daha ayrıntılı görebilmek için ikinci bir soru daha sorulmuş ve elde edilen bulgular eğitim alınan mesleki gelişim programları dikkate alınarak çapraz tabloya dönüştürülerek Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4.** Eğitim Alınan Mesleki Gelişim Programına Göre Mesleki Tecrübe Durumu

	<i>Eğitim alınan mesleki gelişim programı</i>			
	<i>4-6 Yaş Kur'an Kursu Öğreticisi</i>	<i>Hafız Kur'an Kursu Öğreticisi</i>	<i>İmam-Hatip</i>	<i>Müezzin-Kayyum</i>
Başkanlığa bağlı olarak fahri/vekil imamlık/müezzinlik yaptım	7,1	21,5	23,3	21,1
Başkanlığa bağlı olmayan kuruluşlarda imam/müezzin olarak görev yaptım	0,0	0,0	8,5	15,8
Başkanlığa bağlı 4-6 yaş Kur'an kurslarında fahri öğretici/yardımcı personel olarak görev yaptım	18,2	9,9	1,3	0,0
Başkanlığa bağlı olmayan okul öncesi kurumlarında öğretici/yardımcı personel olarak görev yaptım	4,0	0,8	3,4	5,3
Başkanlığa bağlı yetişkin Kur'an kurslarında fahri öğreticilik yaptım	28,3	43,8	11,0	14,0
Başkanlığa bağlı olmayan kuruluşlarda yetişkinler için Kur'an/din öğreticisi olarak görev yaptım	3,0	6,6	12,3	12,3
Görev yapacağım alanla ilişkili daha önceden hiçbir mesleki tecrübem yok	36,4	11,6	29,2	24,6
Camilerde gönüllü imamlık/müezzinlik yaptım	0,0	0,0	4,2	5,3
MEB bünyesinde ücretli öğretmenlik yaptım	3,0	1,7	0,8	0,0
Özel kurumlarda Kur'an / Din Dersi öğretmeni olarak çalıştım	0,0	0,8	1,7	0,0
Yaz Kur'an kursunda geçici öğreticilik yaptım	0,0	1,7	0,8	0,0
Başkanlığa bağlı Kur'an kurslarında geçici öğreticilik yaptım	0,0	1,7	1,3	0,0
Diğer	0,0	0,0	2,1	1,8

Tabloya göre her bir program kendi içinde değerlendirildiğinde hafız Kur'an kursu öğretici adayları haricinde tüm gruplarda, görev yapacağı alanla ilişkili hiçbir mesleki deneyime sahip olmayanların oran olarak ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Burada en yüksek oran ise %36,4 ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adaylarına aittir. Görev yapacağı alanla ilişkili en çok mesleki tecrübeye sahip olanların ise %43,8'lik oranla daha önce Başkanlığa bağlı yetişkin Kur'an kurslarında fahri öğreticilik yapan hafız Kur'an kursu öğretici adayları olduğu görülmektedir. 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adaylarının %28,3'ünün de Başkanlığa bağlı yetişkin Kur'an kurslarında fahri öğreticilik yapmış olduğu dikkate alındığında fahri Kur'an kursu öğreticiliğinin Başkanlık bünyesinde görev yapacak olan kadın personelin mesleki deneyim kazanmasında önemli bir işleve sahip olduğu değerlendirilebilir. Burada dikkat çeken bir diğer nokta ise daha önce Başkanlık dışı kuruluşlarda görev yapanların oranlarıdır. İmam-hatiplerde bu oran %8,5 iken müezzin-kayyımlarda %15,8'e ulaşmaktadır. Bir diğer ilginç bulgu ise Başkanlığa bağlı olmayan okul öncesi kurumlarda öğretici/yardımcı personel olarak görev yapanların içinde imam-hatip (%3,4) ve müezzin-kayyımların (%5,3) da bulunmasıdır. Zira Başkanlık bünyesinde bu alanda görev yapanların tamamı hanım öğretmenlerden oluşmaktadır.

Akademi merkezlerinde eğitime alınan adayların İHL ve yüksek din öğretimi kurumları başta olmak üzere örgün eğitimde belli kademeleri tamamlamaları şartı aranmaktadır. Bununla birlikte örgün eğitim kurumları dışında başka kaynaklardan da dinî eğitim alanların olduğu da bilinmektedir. Araştırmada bu nokta ile ilgili bir soru da yer almış ve veriler Tablo 5'te sunulmuştur.

**Tablo 5.** Örgün Eğitim (İHL, İlahiyat) Haricinde Din Eğitimi Alma Durumu

	f	%
Başkanlığa bağlı Kur'an kurslarından eğitim aldım	198	38,5
Klasik medrese eğitimi aldım	107	20,9
Bir kuruma bağlı kalmadan farklı yerlerden parça parça eğitimler aldım	121	23,6
Örgün eğitim kurumları dışında bir yerden sistemli bir din eğitimi almadım	80	15,6
Diğer	7	1,4
<b>TOPLAM</b>	<b>513</b>	<b>100</b>

Tablodaki veriler incelendiğinde akademi merkezlerinde eğitim alan adayların %15,6'sı dışındaki tüm adayların bir şekilde örgün eğitim dışında farklı yerlerde eğitim aldıkları görülmektedir. Katılımcılardan %38,5'inin Başkanlığa bağlı Kur'an kurslarında, %23,6'sının ise farklı yerlerden parça parça eğitimler aldığı bulgulanmıştır. Medrese eğitimi alanların oranı ise %20,9 olarak tespit edilmiştir. Bu oran, farklı dinî yapılar içinde klasik medrese eğitimi alan adayların akademideki adayların arasında önemli bir yekûn oluşturduğunu göstermektedir. Başkanlığın toplumun her kesimine eşit mesafede olması gerektiği dikkate alındığında bu durumun ileriye dönük Başkanlık bünyesinde mikro ekosistemlerin oluşması türünde bazı riskler oluşturabileceği gözden ırak tutulmamalıdır. Bu durum, yazılı sınav ve mülakatı geçme durumları göz önüne alındığında ilahiyat/İslami ilimler fakültesi öğrencilerinin yaygın din eğitimi alanındaki yeterlilik durumlarının ve daha önemlisi öğrencilere bu yeterlikleri kazandırması beklenen lisans programlarının gözden geçirilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Zira Kur'an tilavet ve ezberinin aday din görevlilerinin tespitinde oynadığı kilit rol, medresede bu konuda çok daha yoğun bir eğitim almış olan adayları daha avantajlı bir hale getirmektedir.

## 2. Akademi Verilen Eğitimlerin Gerekliliği

Araştırmada akademi merkezlerinde adaylara yönelik düzenlenen eğitimi ne oranda gerekli gördüklerini ölçmeye yarayan sorular sorulmuştur. Tablo 6 incelendiğinde adayların yaklaşık olarak üçte ikisinin (katılıyorum-tamamen katılıyorum) böyle bir eğitime ihtiyaç hissettiği söylenebilir. Bu maddeye olumsuz cevap vererek (katılmıyorum-kesinlikle katılmıyorum) böyle bir eğitime ihtiyaç hissetmediğini dile getirenlerin toplam oranı ise %16,2'dir. Bu oranlar, akademi merkezlerinde verilen eğitimlerin bir ihtiyacı karşılama potansiyeli taşıdığını göstermektedir. "Eğitimler başlamadan önce Başkanlık tarafından verilecek eğitimi gereksiz buluyordum" ifadesinde ise "katılmıyorum" ve "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde cevap verenlerin oranı %51,1; "katılıyorum" ya da "tamamen katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin toplam oranı ise %29,6 olarak tespit edilmiştir. Bu iki soruda oranlarda gözlenen farklılık, adayların %72,1'nin bir hazırlayıcı eğitime ihtiyaç duyduğunu; buna mukabil bu eğitimlerin DİB tarafından verilmesiyle ilişkili olumlu kanaate sahip olanların oranının %51,1'e tekabül ettiğini göstermektedir.

**Tablo 6.** Adayların Mesleğe Hazırlayıcı Bir Eğitime İhtiyaç Hissetme Durumu

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Göreve başlamadan önce bir hazırlayıcı eğitime ihtiyaç hissediyordum.	22	4,3	61	11,9	60	11,7	229	44,6	141	27,5
Eğitimler başlamadan önce Başkanlık tarafından verilecek eğitimi gereksiz buluyordum.	88	17,2	174	33,9	99	19,3	98	19,1	54	10,5

## 2. Akademi Verilen Eğitimlerin Verimliliği

Yaklaşık sekiz ay devam eden eğitimlerin beklenen işlevini yerine getirebilmesi eğitimlerin verimliliğiyle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle araştırmada yer verilen bir dizi madde ile adaylardan, eğitimlerin verimliliğini farklı açılardan değerlendirmeleri istenmiştir. Söz konusu veriler Tablo 7'de verilmiştir:



**Tablo 7.** Adayların Verilen Eğitim ile ilgili Görüşleri

	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>		<i>Katılmıyorum</i>		<i>Kararsızım</i>		<i>Katılıyorum</i>		<i>Tamamen Katılıyorum</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Burada verilen eğitimlerden beklediğim verimi aldım.	28	5,5	68	13,3	80	15,6	225	43,8	112	21,8
İhtisas merkezindeki hocalarımız mesleki açıdan yeterliydi.	18	3,5	32	6,2	68	13,3	189	36,8	206	40,2
İhtisas merkezinde verilen eğitimler mesleğimin gerektirdiği bilgi ve becerilerle ilişkili önemli eksikliklerimi gidermeme katkı sağladı.	16	3,1	35	6,8	54	10,5	267	52,0	141	27,5
İhtisas merkezinde aldığım eğitim kurum aidiyetimi olumlu etkiledi.	11	2,1	21	4,1	36	7,0	220	42,9	225	43,9
İhtisas merkezlerinde atama öncesi verilen bu eğitimlerin devam etmesinin faydalı olacağını düşünüyorum.	13	2,5	11	2,1	45	8,8	183	35,7	261	50,9
Burada verilen eğitimlerde uygun öğretim yöntem ve teknikleri kullanıldı.	22	4,3	62	12,1	96	18,7	224	43,7	109	21,2
Burada verilen eğitimlerde yeterli uygulama imkânı sunuldu.	53	10,3	89	17,3	103	20,1	197	38,4	71	13,8
Ders içerikleri meslekte ihtiyaç duyacağımız hususlar dikkate alınarak oluşturuldu.	37	7,2	65	12,7	100	19,5	230	44,8	81	15,8
Burada aldığım eğitim mesleki motivasyonumu arttırdı.	27	5,3	43	8,4	51	9,9	223	43,5	169	32,9
Daha önceki öğrenim hayatımda hiç karşıma çıkmayan konuları burada öğrenme imkânım oldu.	61	12,1	107	20,9	57	11,1	185	36,1	102	19,9

Tabloda yer alan maddeler içinde adayların “katılıyorum” ve “tamamen katılıyorum” şeklinde en yüksek oranda olumlu kanaat ortaya koyduğu maddelere bakıldığında eğitimlerin kurumsal aidiyete katkısı ile eğitimin devamının faydalı olacağına dair maddelerin başta yer aldığı görülmektedir. Aidiyeti arttırma noktasında adayların %86,8’inin olumlu; %6,2’nin ise olumsuz görüş belirttiği bulgulanmıştır. Bu eğitimleri faydalı bulup devam etmesini isteyen adayların toplam oranı %86,6; bunu faydalı bulmayanların toplam oranı ise %4,6 olarak tespit edilmiştir. Verilen eğitimlerin, adaylara mesleklerinde ihtiyaç duyacakları eksik bilgi ve becerileri kazandırma durumuna bakıldığında olumlu kanaat ortaya koyanların toplam oranının %79,5; olumsuz kanaat belirtenlerin ise toplam oranının %9,9 olduğu görülmüştür. Eğitici personelin mesleki yeterliliği noktasında olumlu kanaat bildirenlerin toplam oranı %77; olumsuz kanaat belirtenlerin toplam oranı ise %9,7 olarak tespit edilmiştir. Eğitimlerin, adayların mesleki motivasyonunu arttırma durumuna bakıldığında ise olumlu görüş belirtenlerin oranının %76,4; olumsuz kanaat ortaya koyanların oranının ise %13,7 olduğu görülmektedir.

Katılımcıların en düşük olumlu kanaat ortaya koyduğu madde ise uygulama boyutuyla ilişkilidir. İlgili maddede olumlu görüşlerin toplamı %52,2; olumsuz görüşlerin toplamı ise %27,6’dır. Eğitimlerin yeni öğrenmelere olan katkısına bakıldığında ise buna olumlu yaklaşanların oranının %56; olumsuz bakanların oranının ise %33 olduğu görülmektedir. İçeriklerin mesleki gereksinimlerle uyumluluğu noktasında ise adayların %60,6’sı olumlu; %19,9’u ise olumsuz kanaat belirtmiştir. İlgili tabloda olumlu

görüşün en düşük olduğu maddelerden biri uygun yöntem ve teknik kullanımıyla ilişkilidir ki burada olumlu görüş ortaya koyanların toplam oranı %64,9; olumsuz kanaat belirtenlerin toplam oranı ise %16,4'tür. Eğitimlerden beklediği verimi alma noktasında olumlu kanaat belirtenlerin toplam oranı %65,6; olumsuz kanaat belirtenlerin oranı ise %18,8'dir.

Tabloda yer alan bulguların, adayların öğrenim durumu ve akademi merkezlerinde aldıkları mesleki eğitim türü açısından farklılaşma durumunu sınamak için ki-kare testinden yararlanılmış ve elde edilen bulgular Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8.** Adayların Verilen Eğitim ile ilgili Görüşlerinin Aldıkları Eğitim Alanına Göre Farklılık Analizi

Eğitim Alanı	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Burada verilen eğitimlerden beklediğim verimi aldım.	12,65	6	,049
Burada verilen eğitimlerde uygun öğretim yöntem ve teknikleri kullanıldı.	13,12	6	,041
Burada verilen eğitimlerde yeterli uygulama imkânı sunuldu.	14,78	6	,022
Ders içerikleri meslekte ihtiyaç duyacağımız hususlar dikkate alınarak oluşturuldu.	17,32	6	,008
Daha önceki öğrenim hayatımda hiç karşıma çıkmayan konuları burada öğrenme imkânım oldu.	13,72	6	,033

İlgili veriler dikkate alındığında "*Burada verilen eğitimlerden beklediğim verimi aldım*" maddesinde en yüksek olumlu kanaat ortaya koyanların %76,9'luk oranla hafız Kur'an kursu öğretmenleri oldukları görülmektedir. Bu kanaate en düşük katılım gösteren gruplar ise %61 ile imam-hatipler ve %61,4 ile müezzin-kayyım adaylarıdır. Bu kanaati paylaşan 4-6 yaş Kur'an kursu öğretmenlerinin oranı ise %65,7'dir. Eğitim süreçlerinde kullanılan yöntem ve tekniklerin uygunluğu konusunda en olumlu kanaate sahip olan grubun %72,7 hafız Kur'an kursu öğretmenleri olduğu bulgulanmıştır. 4-6 yaş grubu Kur'an kursu öğretici adaylarında bu oran %66,7; müezzin-kayyım adaylarında %64,9; imam-hatip adaylarında ise %60,2'dir. Bu sonuçlar, eğitimlerin verimliliği noktasında hafız Kur'an kursu öğretmenlerinde gözlenen yüksek memnuniyet için açıklayıcı bir neden olabilir.

Eğitimlerde yeterli uygulama imkânı sunulmadığını düşünenler içinde en yüksek oran %33,5 ile imam-hatip adaylarına aittir. Bunu %28,3 ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adayları; %26,3 ile müezzin-kayyım adayları takip etmektedir. Bu konuda en az olumsuz kanaat belirten grup ise %16,5 ile hafız Kur'an kursu öğretici adaylarıdır. Bu rakamlar özellikle imam-hatip adaylarına yönelik eğitimde uygulama noktasındaki dikkate değer bir eksiklik olduğunu düşündürmektedir.

Ders içeriklerinin meslek hayatlarında ihtiyaç duyacakları hususlar dikkate alınarak oluşturulması noktasında en olumlu kanaate sahip grup %64,8'lik oranla imam-hatip adaylarıdır. Onları %61,4 ile müezzin-kayyım adayları; %61,2 ile hafız Kur'an kursu öğretmenleri; %49,5 ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adayları takip etmektedir. Burada özellikle 4-6 öğretici adaylarının, kendileri için verilen eğitimlerin içeriğinin mesleki gereksinimleriyle uyumluluğu noktasında çekinceleri olduğu görülmektedir. Eğitimlerin yeni öğrenmelere dönük boyutunda en olumlu kanaat belirten grup ise %66,7'lik oranla müezzin-kayyım adaylarıdır. Hafız Kur'an kursu öğretici adaylarında bu oran %59,5; imam-hatip adaylarında ise %55,9'dur. Bu konuda en düşük oran %45,5 ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici

adaylarına aittir. Burada adayların ortaöğretim, ön lisans ya da lisans mezunu olma durumlarının etkisi değerlendirilebilir.<sup>1</sup>

Farklılık analizi yapılan diğer bir demografik değişken ise adayların mezun oldukları öğretim kademesidir. Bununla ilgili farklılık analizi sonuçları ise aşağıdaki tablodaki verilmiştir.

**Tablo 9.** Adayların Verilen Eğitim ile ilgili Görüşlerinin Mezun Oldukları Kademeye Göre Farklılık Analizi

Mezun Olunan Öğretim Kademesi*	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Burada verilen eğitimlerden beklediğim verimi aldım.	32,86	8	,000
İhtisas merkezindeki hocalarımız mesleki açıdan yeterliydi.	25,67	8	,001
Burada verilen eğitimlerde uygun öğretim yöntem ve teknikleri kullanıldı.	41,28	8	,000
Burada verilen eğitimlerde yeterli uygulama imkânı sunuldu.	38,18	8	,000
Ders içerikleri meslekte ihtiyaç duyacağımız hususlar dikkate alınarak oluşturuldu.	34,05	8	,000
Burada aldığım eğitim mesleki motivasyonumu arttırdı.	31,49	8	,000
Daha önceki öğrenim hayatımda hiç karşıma çıkmayan konuları burada öğrenme imkânım oldu.	34,29	8	,000

Eğitimlerden en çok verim aldığını söyleyen grup %79 ile İLİTAM mezunlarıdır. Onları sırasıyla %75 ile ilahiyat ön lisans; %73,9 ile açık İHL; %58,3 ile örgün İHL mezunları takip etmektedir. Buradaki en düşük oran ise %52,8 ile örgün yüksek din öğretimi programlarından mezun olan katılımcılara aittir. Benzer bir durum merkezlerde ders veren eğitimcilerin mesleki yeterliliği konusunda da kendini göstermektedir. Buna göre eğitimcilerin mesleki yeterliliği konusunda en olumlu kanaate sahip grubun %91,3 ile açık İHL mezunları olduğu; bunu %85,5 ile İLİTAM, %80,3 ile de ilahiyat ön lisans mezunlarının takip ettiği görülmektedir. Dikkat edilirse buradaki üç grubun mezun oldukları öğretim kademesinde eğitimlerini uzaktan aldıkları görülmektedir. Eğitimlerini yüz yüze alan gruplarda ise bu oranın daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim örgün İHL mezunlarında bu oran %75; örgün yüksek din öğretimi kurumlarından mezun olanlarda ise %67 olarak tespit edilmiştir.

Eğitimler süresince uygun yöntem ve teknik kullanımı konusunda da gruplar arasında önemli ve anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu konuda en olumlu kanaate sahip olanların %80,4 ile açık İHL; %78,3 ile İLİTAM ve %73,7 ile ilahiyat ön lisans mezunları olduğu görülmektedir. Bu kanaate katılımda en düşük oranlar ise %50 ile örgün yüksek din öğretimi mezunları ve %62,5 ile örgün İHL mezunlarına aittir. Eğitimlerde yeterli uygulama imkânı sunulmasıyla ilgili maddede olumlu kanaat ifade edenler içinde en yüksek oran %73,9 ile açık İHL mezunlarına, en düşük oran ise %37,5 ile örgün İHL mezunlarına aittir. Örgün yüksek din öğretimi mezunlarında bu oran %41,5; İLİTAM mezunlarında %57,2; ilahiyat ön lisans mezunlarında ise %59,2 olarak tespit edilmiştir.

<sup>1</sup> Müezzin-kayyım olabilmek için lise veya dengi okul mezunu olmak yeterli görünürken imam-hatip adaylarında yüksek din öğretimi mezunlarına öncelik verilmekte; yeterli başvuru olmaması durumunda İHL mezunları da atanabilmektedir. Kur'an kursu öğretici olabilmek için ise dini yüksek öğretim veya hafız İHL mezunu olma şartı aranmaktadır. 4-6 yaş Kur'an kursu öğretmenleri atamaları lisans mezunları arasından yapılmaktadır.

\* Alt gruplarda beklenen değer %5'in altında kalanlar (diğer lise, diğer lisans, yüksek lisans, doktora) sağlıklı bir farklılık analizi yapabilmek için analize dahil edilmemiştir.

Eğitim içeriğinin meslekte ihtiyaç duyulacak hususların dikkate alınarak oluşturulması noktasında özellikle örgün yüksek din öğretimi mezunlarının olumsuz yönde diğer gruplardan ayrıştığı görülmektedir. Örgün İHL mezunlarında bu konuda olumlu kanaat belirtenlerin oranı %79,2; açık İHL mezunlarında %76,1; ilahiyat ön lisans mezunlarında %73,7 ve İLİTAM mezunlarında %64,5 iken örgün yüksek din öğretimi mezunlarında ise bu oran %47,6'ya kadar düşmektedir. Eğitimlerin motivasyona etkisiyle ilişkili maddede olumsuz kanaat belirtenler içinde en yüksek oran %22,2 ile örgün yüksek din öğretimi mezunlarına; en düşük oran ise %6,6 ile ilahiyat ön lisans mezunlarına aittir. İLİTAM mezunlarında bu oran %7,2; örgün İHL mezunlarında %8,3; açık İHL mezunlarında ise %8,7'dir.

Yeni öğrenmeler konusunda gruplar arasında önemli ve anlamlı bir fark olduğu yine araştırma kapsamında tespit edilen bir diğer husustur. Daha önceki öğrenim hayatında hiç karşılaşmadığı konuları akademideki eğitimlerde öğrenme imkânı bulduğunu düşünenler içinde en yüksek oran %79,2 ile örgün İHL mezunlarına aittir. Onu %73,9 ile açık İHL; %63 ile İLİTAM; %59,2 ile de ilahiyat ön lisans mezunları izlemektedir. Bu konuda en düşük oran %43,9 ile örgün yüksek din öğretimi mezunlarına aittir. Bu sonuç, akademi merkezlerinde verilen eğitimin örgün yüksek din öğretimi kurumlarında verilen eğitimle benzerlikler taşıdığını; bu durumun akademi merkezlerinde eğitim alan ilgili program mezunu adaylarda yeni öğrenmelerin sınırlı kalmasına sebep olduğunu göstermektedir.

### 3. Akademi Merkezlerin Sunduğu İmkân ve Hizmetler

Araştırmada, akademi merkezlerinin sunduğu imkân ve hizmetler konusunda katılımcıların kanaatlerini tespit etmek amacıyla iki maddeye yer verilmiştir. Bu kapsamda sınıfların öğretim için gerekli alt yapıya sahip olma durumuyla ilgili görüşleri alınmış ve %80,7'sinin olumlu; %11,5'inin ise bu noktada olumsuz görüş belirttiği tespit edilmiştir. Eğitim süresince talep ve önerilerin eğitim süreçlerine yansıtılması hususunda ise adayların %54,6'sı olumlu; %25,2'si ise olumsuz kanaat dile getirmiştir. Son bulgu; adayların, eğitim süreçlerindeki görüş ve önerilerinin ilgililer tarafından yeterince dikkate alınmadığı yönünde bir kanaate sahip olduklarını göstermektedir.

**Tablo 10.** Adayların Eğitim Merkezlerinin Sunduğu İmkân ve Hizmetlerin Hakkındaki Görüşleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
İhtisas merkezindeki sınıflar eğitim öğretim için gerekli alt yapıya sahipti.	14	2,7	45	8,8	40	7,8	219	42,7	195	38,0
Aldığımız eğitim esnasında talep ve önerilerimiz eğitim süreçlerine yansıtılmaya çalışıldı.	47	9,2	82	16,0	104	20,3	216	42,1	64	12,5

Bu iki madde öğretim kademesi ve eğitim alınan program değişkeni yanında eğitimlerin gerçekleştirildiği akademi merkezleri de dikkate alınarak farklılık analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu bulgular Tablo 11'deki gibidir:

**Tablo 11.** Merkezlerin Sunduğu İmkan ve Hizmetlerle ilgili Görüşlerin Eğitim Alanı, Mezun Olunan Program ve İhtisas Merkezi Değişkenlerine Göre Farklılık Analizi

Değişken	Maddeler	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Eğitim alanı	İhtisas merkezindeki sınıflar eğitim öğretim için gerekli alt yapıya sahipti.	16,55	6	,011
	Aldığımız eğitim esnasında talep ve önerilerimiz eğitim süreçlerine yansıtılmaya çalışıldı.	18,77	6	,005
Mezun olunan öğretim kademesi	Aldığımız eğitim esnasında talep ve önerilerimiz eğitim süreçlerine yansıtılmaya çalışıldı.	18,93	8	,015
	İhtisas merkezindeki sınıflar eğitim öğretim için gerekli alt yapıya sahipti.	38,03	16	,001
İhtisas merkezi	Aldığımız eğitim esnasında talep ve önerilerimiz eğitim süreçlerine yansıtılmaya çalışıldı.	32,50	16	,009

Tablo 11’de de görüleceği üzere, eğitim alınan mesleki gelişim programı açısından her iki maddede de anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Merkezlerde kullanılan sınıfların eğitim için gerekli alt yapıya sahip olma durumunda en olumlu kanaate sahip grup 4-6 yaş Kur’an kuruşu öğreticisi adayları (%87,9) iken bu noktada en düşük orana sahip grup imam-hatip adaylarıdır (%73,3). Talep ve önerilerin eğitim süreçlerine yansıtılması hususunda da yine en yüksek olumlu kanaat 4-6 yaş Kur’an kuruşu öğreticisi adaylarına (%67,7) aitken en düşük oran (%47,5) imam-hatip adaylarına aittir.

Mezun olunan öğretim programı açısından ise talep ve önerilerin eğitim süreçlerine yansıtılma durumunda anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. Bu konuda olumlu kanaat bildirenlerin en yüksek olduğu grup %65,2 ile İLİTAM ve %63 ile açık İHL mezunlarıdır. Bunları %52,6 ile ilahiyat ön lisans; %48,1 ile örgün yüksek din öğretimi; %45,8 ile de örgün İHL mezunları takip etmektedir.

İhtisas merkezleri dikkate alındığında ise her iki maddede de anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Gerekli alt yapıya sahip olma durumunda en yüksek orana sahip merkezlerin Şanlıurfa Dinî İhtisas Merkezi (%97,1), Ordu Dinî İhtisas Merkezi (%92,7) ve İstanbul Haseki Reisülkurra Abdurrahman Gürses Dini İhtisas Merkezi (%85,2); buna karşın en düşük yüzdeye sahip olanların ise Erzurum Ömer Nasuhi Bilmen Dini Yüksek İhtisas Merkezi (%63), Diyarbakır Dini Yüksek İhtisas Merkezi (%66,3) ve Ankara Dini Yüksek İhtisas Merkezi (%74,7) olduğu tespit edilmiştir. Talep ve önerilerin dikkate alınma durumunda ise adayların olumlu değerlendirdiği merkezlerin başında Şanlıurfa Dini İhtisas Merkezi (%74,3), İstanbul Haseki Reisülkurra Abdurrahman Gürses Dini İhtisas Merkezi (%65,6) ve İstanbul Anadolu Dini İhtisas Merkezinin (%56,5) geldiği; en düşük ortalamaya sahip olanların ise Erzurum Ömer Nasuhi Bilmen Dini Yüksek İhtisas Merkezi (%40,7), Denizli Dini Yüksek İhtisas Merkezi (%42,1) ve Ankara Dini Yüksek İhtisas Merkezi (%49,3) olduğu belirlenmiştir.

#### 4. Adayların Mesleki Yeterlilik ve Kariyer Düşüncesi

Araştırmada katılımcılara hem eğitim öncesi hem de eğitim sonrası kendilerini mesleğe hazır hissetme durumları sorulmuş; bu sayede eğitimin bu anlamdaki katkısı tespit edilmeye çalışılmıştır. Konu ile ilgili veriler Tablo 12’de verilmiştir:

**Tablo 12.** Adayların Kendilerini Mesleğe Hazır Hissetme Durumları

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Buradaki eğitimlerden önce mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyordum.	12	2,3	124	24,2	118	23,0	188	36,7	71	13,8
Buradaki eğitimleri tamamladıktan sonra mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyorum.	12	2,4	20	3,9	40	7,8	226	44,1	215	41,9
Buradaki eğitimlerini tamamlayan arkadaşlarımla mesleklerini layıkıyla yapabileceklerine inanıyorum.	12	2,3	33	6,4	66	12,9	227	44,2	175	34,1
Göreve atandıktan sonra da mesleki gelişimim için Akademi eğitim almak isterim.	44	8,6	67	13,1	90	17,5	152	29,6	160	31,2
İleride fırsat olursa akademilerde eğitimci olarak görev almak isterim	8	1,6	30	5,8	55	10,7	117	22,8	303	59,1

Tablo 12'ye göre, eğitim öncesinde bilgi ve beceri yönünden kendisini mesleğe tam olarak hazır hissettiğini söyleyenlerin toplam oranı %50,5; bu konuda olumsuz kanaat belirtenlerin oranı ise %25,5 olarak tespit edilmiştir. Eğitimler sonrasında aynı hususta olumlu görüş bildirenlerin oranı %86; olumsuz kanaat dile getirenlerin oranı ise %6,3 olarak belirlenmiştir. Bu rakamlar verilen eğitimlerin bilgi ve beceri yönünden adayların kendilerini mesleğe hazır hissetmeleri noktasında önemli bir katkı yaptığını göstermektedir. Eğitimlerini tamamlayan meslektaşlarının mesleklerini layıkıyla yapacaklarına inanç noktasındaki verilere bakıldığında katılımcıların %78,3'ünün olumlu, %6,7'sinin ise olumsuz kanaat belirttiği görülmektedir. Bu sonuç katılımcıların, verilen eğitimlerin kendilerine olan katkısını arkadaşlarına olan katkısından daha yüksek olduğu yönünde bir kanaat ortaya koyduğu şeklinde değerlendirilebilir.

Adayların meslek ve kariyer gelişimi açısından akademi merkezlerinin nerede durduğunu tespit için anket formunda iki maddeye yer verilmiştir. Söz konusu maddeler Tablo 12'de son iki sırada yer almaktadır. Atama sonrası süreçte mesleki gelişimi için akademi merkezlerinde eğitim alma konusunda olumlu kanaat belirtenlerin oranı %60,8; olumsuz kanaat belirtenlerin oranı ise %21,7 olarak tespit edilmiştir. Burada, mesleki gelişimi akademi merkezlerinde verilen eğitimler üzerinden sağlamak konusundaki isteğin nispeten düşük kaldığı; yaklaşık her 5 katılımcıdan birinin böyle bir süreci tercih etmeyeceği anlaşılmaktadır. Akademi'nin adayların kariyer gelişiminde ne oranda yer aldığına bakıldığında ise buralarda eğitici olarak görev almaya istekli olanların toplam oranının %81,9; buna sıcak bakmayanların oranının ise %7,4 olduğu tespit edilmiştir.

Aynı şekilde adayların, beraber ders gördükleri arkadaşlarının mesleği layıkıyla yapacakları inancı ve kendilerini mesleğe hazır hissetme durumları, eğitim aldıkları program ile mezun olunan öğretim

kademesi değişkeni dikkate alınarak farklılık analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu bulgular Tablo 13'teki gibidir:

**Tablo 13.** Adayların Eğitim Alanlarına Göre Kendilerini Mesleğe Hazır Hissetme Durumları

Değişken	Maddeler	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Eğitim alanı	Buradaki eğitimlerini tamamlayan arkadaşlarımın mesleklerini layıkıyla yapabileceklerine inanıyorum.	14,48	6	,025
	Buradaki eğitimlerden önce mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyordum.	46,75	6	,000
Mezun olunan öğretim kademesi	Buradaki eğitimlerden önce mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendim mesleğe tam olarak hazır hissediyordum.	33,10	8	,000
	Buradaki eğitimleri tamamladıktan sonra mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyordum.	18,75	8	,016

Tablodan görülebileceği üzere eğitim alınan mesleki gelişim alanı dikkate alındığında akademi merkezlerinde eğitimlerini tamamlayan meslektaşlarının görevlerini layıkıyla yapacaklarına dair inançta gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Bu konuda en olumlu kanaate sahip grup %83,8 ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adaylarıdır. Onları %81,8 ile hafız Kur'an kursu öğretici adayları; %77,1 ile imam-hatip adayları izlemektedir. Bu noktada en düşük oran ise %66,7 ile müezzin-kayyım adaylarına aittir. İlgili değişken açısından anlamlı farklılık tespit edilen bir diğer madde eğitimler öncesinde kendini mesleğe hazır hissetme durumuyla ilişkilidir. Bu konuda olumlu kanaat belirtenler içinde en yüksek oran %82,5 ile müezzin-kayyımlara aittir. Bunları sırasıyla %53,7 ile hafız Kur'an kursu öğretici adayları; %50,4 ile imam-hatip adayları izlemektedir. Bu kanaate en düşük düzeyde katılım gösteren grup ise %28,3 ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adaylarıdır. Bu sonuç mesleğe hazırlık noktasında en fazla eğitime ihtiyacı olan grubun 4-6 öğretici adayları olduğunu göstermektedir.

Mezun olunan öğretim kademesi dikkat alındığında eğitimlerden önce kendini bilgi ve beceri yönünden mesleğe hazır hissetme konusunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Burada kendin en hazır hisseden grup %83,3 ile örgün İHL mezunlarıdır. Bunları %69,7 ile ilahiyat ön lisans; %54,3 ile açık İHL; %46,4 ile İLİTAM mezunları takip etmektedir. Bu maddeye katılımında en düşük oran %40,1 ile örgün yüksek din öğretimi programlarından mezun olan katılımcılara aittir. Daha uzun ve daha üst kademe eğitim almaları itibarıyla mesleğe daha hazır olmaları beklenen bu grubun listenin son sırasında yer alıyor olması dikkat çekici bir bulgudur. Eğitim sonrası kendini mesleğe hazır hissetme ile ilgili maddede de gruplar arasında anlamlı farklılığın devam ettiği görülmektedir. Burada ilgili maddeye katılımında en yüksek oran %93,4 ile ilahiyat ön lisans mezunlarına aittir. Onları sırasıyla %91,7 ile örgün İHL; %91,3 ile açık İHL; %89,9 ile İLİTAM mezunları takip etmektedir. Burada da yine en düşük oran %78,8 ile örgün yüksek din öğretimi programlarından mezun olan adaylara aittir.

Adaylara eğitimlerin en önemli katkısını gösteren bir madde listesi verilmiş ve bunların içinden öne çıkan en fazla üç seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen veriler tablo 14'te gösterilmiştir:

**Tablo 14.** Adaylara Göre Eğitimlerin Kendilerine En Çok Katkı Sağladığı Alanlar

	f	%
Mesleki bilgi ve becerimi arttırdım	282	55,2
Mesleki yaşantımda örnek alacağım değerli hocalar tanımama imkân verdi	260	50,7
Kurum kültürünü edinmeme katkı sağladı	218	42,5
Görev yapacağım mesleğe kendimi hazır hissetmemi sağladı	199	38,8
Mesleki kariyerimle ilişkili bir yol haritası hazırlamama katkı sağladı	184	35,9
Yeni arkadaşlıklar edindim	183	35,7
Kendimi geliştirme isteği uyandırdı	174	33,9
İlme olan ilgi ve isteğimi arttırdı	140	27,3

Tablo 14'e bakıldığında merkezlerde verilen eğitimlerin en önemli katkısının adayların mesleki bilgi ve becerisini artırma (%55,2), adayları örnek alınacak hocalarla tanıştırma (%50,7) ve kurum kültürü edindirme (%42,5) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Adayların kendilerini mesleğe hazır hissetmelerini sağlama (%38,8), kariyerlerini planlamaya katkı sunma (%35,9), yeni arkadaşlar edindirme ve adaylarda kendini geliştirme isteği uyandırma (%33,9) ise bu eğitimlerin diğer önemli katkıları olarak sıralanmaktadır.

### 5. Akademiye Verilen Eğitimlerde Geliştirilmesi Gereken Alanlar

Adaylara, açık uçlu bir soru sorularak, almış oldukları eğitime dair zorlanma alanları ile öneri ve memnuniyet durumlarını yazmaları istenmiştir. Bu doğrultuda verilen cevaplar üzerinden en çok dile getirilen hususlar aşağıda tablo olarak verilmiştir:

**Tablo 15.** Adaylara Göre Eğitim Sürecinde Geliştirilmesi Gereken Hususlar

	f	%	
<b>Şikâyet edilen hususlar</b>	Maddi sıkıntı	24	4,7
	Eğitimin çok uzun olması	14	2,7
	Ölçmede adaletsizlik	11	2,1
	Ders materyali eksikliği	11	2,1
	Eğitimcilerin nitelik sorunu	11	2,1
	Sınavların verimi düşürmesi	8	1,6
	Günlük ders saati	7	1,4
	Süreçlerdeki belirsizlik	6	1,2
	Diğer	7	1,4
	<b>İçeriğe dair öneriler</b>	Gereksiz dersler ve konular çıkartılmalı	16
Uygulama arttırılmalı		12	2,3
Dinî musiki ders saati arttırılmalı		9	1,8
Kur'an dersleri arttırılmalı		7	1,4
Kültürel etkinlikler çeşitlendirilmeli		6	1,2
Hafızlık tekrarı yaptırılmalı		6	1,2
Adayların memnuniyet durumları dikkate alınarak içerik farklılaştırılmalı		5	1,0
Arapça eklenmeli		3	0,6
Diğer		8	1,6
<b>Memnuniyet</b>		Eğitimin faydalı	15
	Hocaların kaliteli	3	0,6

Tablo incelendiğinde katılımcıların öncelikle şikâyetçi oldukları, sıkıntı çektikleri konunun merkezlerin sağladığı maddi destekle ilişkili olduğu görülmektedir. Başkanlık, merkezlerde eğitim alan adaylara eğitimleri süresince *Diyanet Akademisi Aday Din Görevlileri İstihkak Yönetmeliği*'nin 5.



maddesinde belirlenen usul çerçevesinde aylık harçlık ödemesi yapmaktadır. Katılımcılardan gelen dönüşler bu harçlığın ihtiyaca cevap vermek konusunda yetersiz kaldığına işaret etmektedir. Özellikle evli olan adayların bu konuda daha büyük bir mağduriyet yaşadığı ve maddi koşulların iyileştirilmesi yönünde katılımcıların talepleri olduğu görülmektedir. Diğer bir önemli şikâyet konusu ise eğitimlerin uzunluğudur. İki dönem şeklinde yaklaşık 8 ay merkezlerde eğitim alan aday din görevlileri bu sürenin kısaltılmasını talep etmektedir. Bu noktada adaylar eğitim süresini kısaltılması ya da bu sürenin daha doyurucu bir içerikle bütünleştirilmesi şeklinde öneriler dile getirmişlerdir.

Adayların öncelikli olarak şikâyetçi olduğu bir diğer husus ölçme süreçleriyle ilişkilidir. Ölçmede adaletsizlik konusunda sınav süreçlerinin mahalli ya da merkezi yapılmasıyla ilişkili yaşanan belirsizliğin ve akademiler tarafından yerel olarak yapılan sınavlarda not verme biçimi itibariyle gözlenen dengesizliğin öne çıkan hususlar olduğu görülmüştür. Bu kapsamda bütün sınavların merkezi olarak yapılması yönünde öneriler dile getirilmiştir. Bir diğer şikâyet konusu verilen eğitimin içeriği ile ölçülen yeterlilikler arasındaki farka dairdir. Bu noktada özellikle 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticilerinin tespitleri dikkat çekicidir. 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticisi olarak eğitim alıp ezber ve Kur'an tilaveti üzerinden bir değerlendirmeye tabi tutulmalarının bu programdaki adaylarda bir rahatsızlık yarattığı görülmektedir. Ölçme noktasında dile getirilen bir diğer şikâyet konusu ise sözlü sınavlarla ilişkilidir. Bazı adaylar sözlü sınavlarda adil davranılmadığı yönünde kanaat dile getirmiştir. Bazı adayların ayrıca sınav yoğunluğundan şikâyet ettiği; bu durumun adaylarda kaygıyı arttırdığı, mental yorgunluk ve öğrenmeye yönelik isteksizlik oluşturduğu, eğitimlerin verimini düşürdüğü yönünde kanaatler dile getirdiği görülmüştür. Bu kapsamda bazı derslerden sınav yapılmaması ya da ara sınavların kaldırılıp sadece dönem sonunda sınav yapılması türünden öneriler dile getirilmiştir.

Katılımcılardan bazıları merkezlerde görev alan eğitim görevlilerinin yeterliliğiyle ilişkili olarak şikâyetlerini dile getirmişlerdir. Bu kapsamda bazı görevlilerin pedagojik açıdan yetersiz olduğu, bazılarının uzmanlık alanı dışında ders verdiği, bazılarının tecrübesiz olduğu yönünde tespitler paylaşılmış; eğitim görevlisi seçiminde daha özenli olunması yönünde öneriler ifade edilmiştir. Katılımcı görüşlerinden ders materyali konusundaki eksikliğin de bir diğer sorun alanı olarak öne çıktığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların %2,1'i derslere uygun kaynak bulmakta zorlandıklarını dile getirmişlerdir. Bu noktada doğrudan merkezlerde verilen derslere yönelik kaynak kitap hazırlanması gerektiği yönünde öneriler dile getirildiği görülmektedir.

Merkezlerde ilk kez verilen bu eğitimlerde süreçlerin netleştirilmesine ihtiyaç olduğunu gösteren bulgularla karşılaşmıştır. Adayların %1,2'si eğitim ve atama süreçlerinin netleştirilmesi ve bunun baştan ilan edilmesi gerektiği yönünde kanaat bildirmiştir. Sınavların merkezi ya da mahalli olma durumu, atama süreçlerinin nasıl ilerleyeceği ile ilgili belirsizlik, birçok şeyden son dakikada haberdar olma gibi hususlar burada dile getirilmiştir. Bir ya da iki katılımcı tarafından dile getirildiği için "diğer" kategorisi altına alınan hususlar ise ders içeriklerinde tekrara düşülmesi, yemeklerin kalitesi, konferansların dersleri bölmesi, sınav sonrası yapılacak olan mülakat, bazı hocaların ve idarecilerin olumsuz tutumu şeklinde ifade edilmiştir.

Tablo 15 incelendiğinde katılımcıların özellikle içeriğe dair öneriler dile getirdikleri görülmektedir. Bu önerilerin başında gereksiz ders ve konuların programdan çıkartılması (%3,1), uygulama boyutunun

zenginleştirilmesi (%2,3) ve dinî musiki ders saatinin arttırılması (%1,8) gelmektedir. Bunları takip eden öneriler ise Kur'an ders saatinin arttırılması (%1,4), kültürel etkinliklerin çeşitlendirilmesi (%1,2), hafızlık tekrarı yaptırılması (%1,2), eğitim içeriğinin adayların mezuniyet durumları dikkate alınarak çeşitlendirilmesi (%1,0) ve Arapça dersinin programa eklenmesi (%0,6) şeklinde sıralanmaktadır. Diğer kategorisinde yer alan öneriler ise 4-6 yaşa yönelik derslerin arttırılması, güncel konulara yer verilmesi, meal ile siyer ders saatlerinin arttırılması ve diksiyon derslerinin eklenmesi şeklindedir.

Katılımcılar açık uçlu soruda eğitim süreçlerine dair memnuniyetlerini de dile getirmiştir. Katılımcıların %2,9'u genel anlamda akademide eğitim almaktan duydukları memnuniyeti dile getirmiş ve eğitimlerin kalitesine işaret etmiştir. Katılımcılar bazıları (%0,6) ise özellikle eğitim veren hocaların kalitesine dikkat çekmiştir.

### 7. Akademide Verilen Eğitimlerde En Çok İstifade Edilen Dersler

Katılımcılardan eğitim süresince en çok istifade ettikleri üç dersi yazmaları istenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 16'da gösterilmiştir. İlgili merkezlerde tüm adaylar "Mesleki Bilgi ve Beceri" alanı hariç ortak dersler almaktadır. Ancak bu derslerin ders kredileri atamaya esas kadrolara göre değişmektedir. Örneğin Kur'an derslerinin toplam saati müezzin-kayımlarda 308, imam-hatiplerde 336, hafız Kur'an kursu öğreticilerinde 308, 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticilerinde ise 224 kredidir. "Mesleki Bilgi ve Beceri" alanında en çok krediye sahip olan grup 364 kredi ile 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticileridir. Bu alanın kredisi müezzin-kayımlar ile hafız Kur'an kursu öğreticilerinde 252, imam-hatiplerde ise 224'tür.<sup>2</sup> Tüm katılımcıların ortak aldıkları dersler dikkate alındığında en çok istifade edilen ilk beş dersin Kur'an-ı Kerîm (%73,1), Musiki (%42,5), İlmihal (%34,1), Meal (%21,8) ve Hadis (%20,5) şeklinde sıralandığı görülmektedir.

**Tablo 16.** Adaylara Göre En Çok İstifade Edilen Ortak Dersler

Ortak Dersler	1.	2.	3.	Toplam	
	f	f	f	f	%
<i>Kur'an-ı Kerîm*</i>	263	74	38	375	73,1
<i>Musiki</i>	64	90	64	218	42,5
<i>İlmihal</i>	33	81	61	175	34,1
<i>Meal</i>	30	39	43	112	21,8
<i>Hadis</i>	14	34	57	105	20,5
<i>Uygulama/Staj</i>	2	15	24	41	8,0
<i>İslam Ahlakı</i>	6	8	9	23	4,5
<i>Mevzuat</i>	3	3	9	15	2,9
<i>Davet ve Nebevi Metot</i>	4	4	7	15	2,9
<i>Manevi Danışmanlık ve Rehberlik</i>	1	3	5	9	1,8
<i>Akaid-Kelam</i>	-	6	4	10	1,9
<i>Tefsir</i>	3	2	1	6	1,2
<i>Kültürel Etkinlikler</i>	2	-	-	2	0,4
<i>Siyer</i>	1	-	-	1	0,2
<i>Hepsi</i>	2	1	1	4	0,8

<sup>2</sup> Programların ayrıntıları için bk. <https://diyanetakademi.diyanet.gov.tr/sayfa/489>

\* Programlarda yer alan "Tecvid Bilgisi", "Yüzüne Okuma" ve "Ezberle Okuma" dersleri "Kur'an-ı Kerîm" teması altında birleştirilmiştir.

Alan formasyon dersleri dikkate alındığında bu derslerden en fazla istifade eden grubun 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticileri olduğu; diğer iki grupta mesleki formasyon derslerinin 4-6 yaş grubu öğreticileri kadar etkili bir karşılık bulmadığı görülmektedir

**Tablo 17.** Adaylara Göre En Çok İstifade Edilen Alan Dersleri

Alan Formasyon Dersleri	1.	2.	3.	Toplam	
	<i>f</i>	<i>f</i>	<i>f</i>	<i>f</i>	%*
4-6 Yaş Eğitimi Öğreticilik Formasyonu	12	15	12	39	39,4
İmamlık-Müezzinlik Bilgi ve Becerisi	8	6	20	34	11,6
Hafızlık Eğitimi Öğreticilik Formasyonu	5	3	9	17	14,0

### Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmada DİB akademi merkezlerinde eğitim alan ilk dönem aday din görevlilerinin katıldıkları eğitimler ile burada sunulan imkân ve hizmetler hakkındaki genel düşünceleri, bu eğitimlerin verimliliğine dair kanaatleri, meslek ve kariyer gelişimlerinde akademi merkezlerini nereye konumlandıkları, süreçteki zorlanma alanlarının neler olduğu, mezun olunan program ve eğitim alınan mesleki gelişim grubunun araştırma bulguları üzerinde anlamlı farklılık oluşturma durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Katılımcılara ait demografik özelliklerden merkezlerde eğitim alan adayların %41,3'ünün örgün yüksek din öğretimi %26,9'unun da İLİTAM olmak üzere toplamda %68,2'sinin lisans düzeyinde bir eğitime sahip olduğu tespit edilmiştir. Başkanlığın ihtiyaç duyduğu nitelikli din görevlisi ihtiyacının giderilmesi noktasında bu oranı olumlu bir gösterge olarak değerlendirmek mümkündür. Uzaktan eğitimin verimliliği noktasındaki bulgular dikkate alındığında burada örgün yüksek din öğretimi kurumlarından mezun olan adayların oranının daha da artırılması gerektiği ifade edilebilir. Örneğin Talan yaptığı araştırmada uzaktan eğitim alan öğrencilerin sadece %38'inin uzaktan eğitimi tercih ettiğini; memnuniyet boyutunda ise en düşük ortalamaya sahip faktörün "öğrenme" olduğunu tespit etmiştir (Talan, 2022, s. 548). Erfidan tarafından yapılan araştırmada da katılımcıların yarısının uzaktan eğitimi avantajlı bulmadıkları belirlenmiştir (Erfidan, 2019, s. 61). Bu noktada katılımcıların mezuniyet durumuyla ilişkili dikkat çeken bir diğer nokta açıktan İHL okuyanların oranının (%9) örgün İHL mezunu adayların oranından (%7,2) daha fazla olmasıdır. Aynı şekilde örgün yüksek din öğretimi (%41,3) ve İLİTAM (%26,9) mezunlarının arasındaki oran da dikkat çekicidir. İLİTAM'ın 2021 ve 2022 yılı mezun sayıları sırasıyla 6.100 ve 5.700 iken, örgün yüksek din öğretim kurumlarından 2021 yılı mezun olanların sayısı 28.211'dir. Örgün ve uzaktan yüksek din öğretimi mezun sayıları arasındaki yaklaşık 5 katlık fark, aday din görevlilerinin mezuniyet durumlarında görülmemektedir (Altaş & Kaya, 2023, ss. 87-89). Eğitimlerini açık İHL, ilahiyat ön lisans ve İLİTAM şeklinde uzaktan eğitimle tamamlayanların toplam oranına bakıldığında bunun %41,7'ye ulaştığı görülmektedir ki bu durum,

\* Oranlar belirlenirken ilgili alanlarda eğitim alan katılımcıların toplamı dikkate alınmıştır. 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticileri toplam 99, hafız Kur'an kursu öğreticileri toplam 121, imam-hatip ve müezzin-kayyımlar adayları ise toplamda 293 kişidir.

nitelik yanında kurumsal aidiyet anlamında da ileriye dönük bazı problemler doğurma riski taşımaktadır.

Katılımcıların mesleki tecrübe durumuna bakıldığında burada en avantajlı grubun hafız Kur'an kursu öğretmenleri olduğu tespit edilmiştir. Zira bu gruptaki adayların %43,8'inin Başkanlık bünyesindeki yetişkin Kur'an kurslarında fahri öğreticilik yaptığı tespit edilmiştir. Bu anlamda en zayıf grup ise 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adaylarıdır. Buradaki adayların %36,4'ü görev yapacağı alanla ilişkili hiçbir mesleki tecrübeye sahip olmadığını belirtmiştir. Bu durum özellikle 4-6 yaşta çalışacak aday personelin mesleğe hazır olma noktasında daha eksik olduklarını göstermektedir. Yine aynı grubun %28,3'ünün yetişkin kurslarında fahri öğreticilik yapmış olması buralarda edindikleri yetişkin eğitimi tecrübesi sebebiyle 4-6 yaş pedagojik formasyon edinim süreçlerinde bazı zorluklar oluşturabilmektedir. Tüm adaylar dikkat alındığında eğitimler öncesinde Başkanlık bünyesinde fahri öğreticilik yapan adayların toplamı ise %24,8 olarak bulunmuştur. Başkanlığa bağlı olmayan kuruluşlarda imam/müezzin ya da yetişkin Kur'an/din öğreticisi olarak görev yapan müezzin-kayyım adaylarının toplam oranı %28,1; imam-hatip adaylarının oranı ise %20,8'dir. Klasik medrese eğitimi alan adayların tüm katılımcılar içindeki oranı %20,9'dur. İstihdam edilen personelin kurumsal aidiyetinin sağlanması açısından buradaki sürecin dikkatli yürütülmesi gerektiği görülmektedir.

Araştırma verileri adayların %72,1'inin meslek öncesi hazırlayıcı eğitime ihtiyaç duyduğunu; buna mukabil DİB tarafından verilen eğitimlerin gerekli olduğunu düşünenlerin oranının %51,1'e tekabül ettiğini göstermiştir. Bu sonuç, eğitime ihtiyaç konusundaki güçlü beklentinin bu eğitimlerin DİB eliyle verilmesi noktasında bir nebze zayıfladığı şeklinde değerlendirilebilir. Hazırlayıcı eğitime ihtiyaç konusunda Dam ve Ertürk'ün göreve yeni başlayan din görevlileri (imam-müezzin) örneğinde yapmış oldukları çalışmada da benzer bir sonuçla karşılaşmıştır. Bu çalışmada hazırlayıcı bir eğitim kursuna ihtiyaç duyanların oranı %65,3, kısmen ihtiyaç duyanların oranı %26,7, ihtiyaç duymadığını ifade edenlerin oranı ise %8 çıkmıştır (Dam & Ertürk, 2020, s. 48). Bu sonuçlar, Diyanet Akademisi'nin kurulmasının ve akademi merkezlerinde mesleğe hazırlayıcı eğitimler verilmesinin bir ihtiyaç durumundan kaynaklandığı yönündeki görüşleri desteklemektedir.

Araştırmadan elde edilen verilere bakıldığında memnuniyet noktasında da adayların genel kanaatinin nispeten olumlu olduğu söylenebilir. Burada öne çıkan maddeler kurumsal aidiyete katkı (%86,8), eğitimlerin devam etmesi (%86,6), ihtiyaç duyulan eksik bilgi ve becerileri kazandırma (79,5), eğitici personelin mesleki yeterliliği (%77), mesleki motivasyonu artırma (%76,4) olarak tespit edilmiştir. Uygun yöntem ve teknik kullanımı (%64,9), içeriğin mesleki gereksinimlerle uyumluluğu (%60,6) ve uygulama boyutu (%52,2) nispeten daha düşük memnuniyet gözlenen maddeler olarak tespit edilmiştir. Doğrudan verimlilikle ilişkili olan "Burada verilen eğitimlerden beklediğim verimi aldım" maddesinde olumlu kanaat dile getirenlerin oranı ise %65,6'dır. Bu sonuç, adaylar açısından eğitimlerden beklenen verimin alınma oranının bu eğitime ihtiyaç duyduğunu ifade edenlerin (%72,1) oranının gerisinde kaldığını göstermektedir. Eğitimlerle ilgili en düşük memnuniyetin ise uygulama boyutu ile ilgili olduğu görülmektedir. Halbuki alan yazındaki araştırmalar bulunduğu kurumlarda teorik eğitim alan öğrencilerin uygulamaya ihtiyaç duyduğunu ve bunun mesleğe hazırlık noktasında önemli olduğunu göstermektedir (Aşlamacı, 2016, ss. 1368-1369; Çapcıoğlu & Kızılabdullah, 2020, ss. 60-61; Ecer, 2024, s.

173). Adayların %68,2'sinin yüksek din öğretimi kurumlarından mezun olduğu ve belirli bir teorik altyapı ile merkezlere geldikleri dikkate alındığında akademide verilecek eğitimlerin uygulama yönünün geliştirilmesinin burada verilen eğitimlerden duyulan memnuniyeti arttıracığı değerlendirilebilir. Kocaman ve Koyuncu'nun yaptığı araştırmada da yüksek din öğretimi mezunu adayların uygulamalı derslerin süresinin yetersizliğine işaret ettikleri ve her iki döneme de staj koyulması yönünde talepte buldukları görülmektedir (Kocaman & Koyuncu, 2024, ss. 558, 561, 569-571). Aynı durum eğitim içeriklerinin mesleki gereksinimlerle daha da uyumlu hale getirilmesi noktasında da geçerlidir. En önemli özelliği adayları mesleğe hazırlamak olan eğitimlerin içeriğinin adaylar tarafından mesleki gereksinimlerle yetince uyumlu olmadığı yönünde değerlendirilmiş olması üzerinde durulması ve iyileştirme yapılması gereken bir husus olarak öne çıkmaktadır.

Araştırmada adayların, eğitim öncesinde mesleğin gerektirdiği mesleki bilgi beceriler yönünden kendilerini mesleğe tam hazır hissedenlerin oranı %50,5; eğitim sonrasında aynı hususta olumlu görüş bildirenlerin oranı ise %86 olarak tespit edilmiştir. Bunun, Kocaman ve Koyuncu tarafından yapılan araştırmada Diyanet Akademisi'nin ne anlam ifade ettiğine dair sorulan soruya katılımcıların en çok "yeterlik kazanmak" şeklinde cevap vermiş oldukları şeklindeki bulguyla da uyumlu olduğu görülmektedir (Kocaman & Koyuncu, 2024, s. 554). Eğitim öncesi ve sonrasında kendini mesleğe hazır hissetmede ortaya çıkan fark, akademi merkezlerinde verilen eğitimlerin adayların kendilerini mesleğe hazır hissetmesi noktasında önemli bir katkı sunduğunu göstermektedir. Bu veriler önceki bulgularla birlikte değerlendirildiğinde adayların bu eğitimlere ihtiyaç hissettikleri, eğitimlerin devamının faydalı olacağını düşündükleri, kendilerini mesleğe hazır hissetmede bu eğitimlerden önemli ölçüde yararlandıkları; bununla birlikte verimlilik noktasında beklentilerinin tam olarak karşılanmadığı ve uygulama boyutu ile içeriklerin mesleki gereksinimlerle uyumluluğu noktasında iyileştirme talep ettikleri söylenebilir.

Araştırmada yer alan açık uçlu sorudan elde edilen bulgular da dikkate alındığında eğitim süreçlerinde adayların zorlanma alanlarında eğitimlere dair kaynak bulma, eğitimlerin süresinin uzunluğu, maddi sıkıntılar, merkezler arasında ölçme-değerlendirme noktasında adaletsizliğe yol açan farklılaşmalar, sınavların verimi düşürmesi, günlük ders saatinin uzunluğu ve süreçlerdeki belirsizlik gibi hususların öne çıktığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda eğitimcilerin nitelik sorununa da işaret eden katılımcılar olduğu görülmektedir. Kocaman ve Koyuncu, ders sunumunda pedagojik formasyon eksikliği gözlendiğini ve formasyon derslerinde alanında uzman hocalara ihtiyaç duyulduğunu tespit etmiştir ki bu bulgular araştırmada elde edilen bu bulguyu desteklemektedir. Yine aynı araştırmada ölçme değerlendirme süreçlerinde verilen notlarda adil davranılmadığı, akademiler arasında dengesizlik olduğu yönünde baskın bir kanaat oluştuğu da görülmektedir. KPSS ve DHBT sınav puanlarının atamaya esas puanlara yansıtılmaması da bir haksızlık olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanında eğitim süresi, harçlıkların azlığı gibi ortak bulgular da ilgili araştırmada şikayetçi olunan hususlar arasında yer almaktadır (Kocaman & Koyuncu, 2024, ss. 564, 572, 575). Eğitimlerin verimliliğinin artırılması noktasında yapılacak çalışmalarda bu hususların dikkate alınması ve imkanlar dahilinde bu noktalarda iyileştirmeler yapılması gerekmektedir. Bu konuda Diyanet Akademi Başkanlığı'nın, programlara yönelik izlenme ve değerlendirme faaliyetleri yürüttüğü; alandan gelen verileri dikkate alarak iyileştirmeler yaptığı görülmektedir. Örneğin eğitim süreçlerinde dile getirilen kaynak eksikliği

sorununu gidermek için “Konularına Göre Seçme Ayetler”, “Konularına Göre Seçme Hadisler”, “İslam İnanç Esasları”, “Mesleki Eğitim Duaları” isimli kitaplar yayımlanmıştır. Yaygın din eğitimiyle ilişkili bir kitap çalışması ise devam etmektedir. Bu kitap çalışmalarının yanında ilk eğitim-öğretim döneminin sonunda “Aday Din Görevlileri Mesleki Eğitim Programları”nda kısmi bir revizyona gidildiği görülmektedir. Örneğin 4-6 Yaş Kur’an Kursu öğretici programında toplam ders kredisi 2023 programında 1064 iken bu, 2024 programında 1008’e düşürülmüştür (Diyanet İşleri Başkanlığı Diyanet Akademisi, 2023, 2024). Kredi sayısındaki azaltma adayların, eğitimlerin sürelerinin uzunluğuyla ilişkili itirazları bağlamında olumlu bir adım olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte burada kredisi eksiltelen alanın adayların kendilerini daha çok geliştirmek istediği Mesleki Bilgi ve Beceri alanı olması alandan gelen dönütlerin ve mesleğin gerektirdiği yeterliklerin programlara yansıtılması anlamında daha titiz bir sürecin işletilmesi gerektiğini düşündürmektedir.

Akademi merkezlerinde verilen eğitimlerin en önemli katkısı ise mesleki bilgi ve beceri arttırımı (%55,2), örnek alınacak hocalarla tanışma (%50,7), kurum kültürü edinme (%42,5), mesleğe kendini hazır hissetme (%38,8), kariyer planlamasına katkı (%35,9), yeni arkadaş edinme (%35,7), kendini geliştirme isteği uyandırma (%33,9) ve ilme yönelik ilgi ve isteği arttırma (%27,3) olarak tespit edilmiştir. Burada en önemli katkının mesleki bilgi ve beceri edinimi olduğu, en düşük katkının ise ilme yönelik ilgi ve istekle ilişkili olduğu görülmektedir. Kocaman ve Koyuncu tarafından yapılan araştırmada da Diyanet Akademisi denildiğinde akla gelen temalar içinde “ilim, irfan mektebi, tecrübe paylaşımı” temasının en az dile getirilen temalardan biri olduğu görülmektedir (Kocaman & Koyuncu, 2024, s. 554). Mesleki yeterlikler içinde ön önemli hususlardan birinin personelin kendi mesleki gelişimini sağlaması olduğu düşünüldüğünde öğrenmeye yönelik ilgi ve isteğin artırılması hususunda eğitimlerin içeriğinde zenginleştirilmeye gidilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Kredi sayıları değişmekle birlikte eğitimlerde meslek alanlarının tümünün programlarında yer alan ortak derslere bakıldığında en önemli katkı sağlanan derslerin Kur’an-ı Kerim (%73,1), musiki (%42,5), ilmiyal (34,1), meal (21,8), hadis (%20,5) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Kocaman ve Koyuncu tarafından yapılan araştırmada da uygulama yönü de bulunan Kur’an ve musiki derslerine daha fazla zaman ayrılmasına yönelik taleplerin dile getirildiği tespit edilmiştir (Kocaman & Koyuncu, 2024, s. 579). En çok istifade edilen ilk üç ders içinde en az yer verilen dersler ise siyer (%0,2), kültürel etkinlikler (%0,4), tefsir (%1,2), akaid/kelam (%1,9), manevi danışmanlık ve rehberlik (%1,8), davet ve nebevi metot (%2,9), mevzuat (%2,9) ve İslam ahlakı (%4,5) olarak belirlenmiştir. Burada Kur’an-ı Kerim’in en çok istifade edilen ana ders olarak öne çıktığı; zira, 4-6 yaş istisna tutulursa, meslek alanlarının hemen tümünde Kur’an ezber ve tilavetinin çok önemli bir yere sahip olduğu görülecektir. Musiki de din hizmetleri alanında görev yapan personelin özellikle topluma dönük yüzünde önemli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada siyer, tefsir ve akaid gibi İslam eğitim geleneğinde önemli yere sahip olan derslerin listenin en sonlarında yer alması da bu derslerin etki ve verimlilik açısından yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Kocaman ve Koyuncu tarafından akademi merkezlerinde eğitim alan Kur’an kursu öğretici adaylarına yönelik yapılan araştırmada temel İslami ilimlere yönelik kanaatlerde “ilahiyat eğitiminin genel tekrarı” şeklindeki temanın öne çıkmış olması da bu derslerin içeriğinin gözden geçirilmesi gerektiği noktasındaki tespiti desteklemektedir (Kocaman & Koyuncu, 2024, s. 556). En az istifade edilen dersler içinde manevi danışmanlık ve rehberlik dikkat

çekicidir. Zira DİB yakın dönemde bu alandaki hizmetlerinde ciddi bir ivme yakalamıştır. Akademi merkezlerinde eğitim alan adayların gelecekte bu alanda görev yapma ihtimalleri de dikkate alındığında burada ciddi bir eksiklik olduğu görülmektedir.

Meslek gruplarına göre farklılaşan formasyon dersleri açısından veriler incelendiğinde alan formasyon derslerinden en çok istifade ettiğini söyleyen grubun (%39,4) 4-6 yaş Kur'an kursu öğretmenleri olduğu; bunları hafız Kur'an kursu öğretmenlerinin (%14) ve imam ve müezzinlerin (%11,6) takip ettiği tespit edilmiştir. 4-6 yaş Kur'an kursu öğretmenlerinin hem mesleki deneyim hem de hizmet öncesi eğitim açısından diğer gruplara nispetle daha dezavantajlı durumda olmaları alan formasyon derslerine daha çok ilgi göstermelerini ve dolayısıyla da daha çok istifade etmeleri sağlamış gözükmektedir. Zira ilgili adaylar lisans eğitimlerini tamamladıkları yüksek öğretim kurumlarında okul öncesi dönemde din öğretimi konusunda özel bir eğitim alamamakta, edindikleri bilgi ve deneyim bu alanda sunulan seçmeli derslerle sınırlı kalmaktadır. Akademi merkezlerinde verilen 4-6 Yaş Eğitimi Öğreticilik Formasyonu dersleri bu nedenle önemli bir eksikliği gidermekte, adayları belli ölçüde alana hazırlamaktadır. Diğer iki grup ise meslek öncesi eğitim kademelerinde kendi alanlarıyla ilişkili olarak 4-6 yaş öğretmenlerine nispetle daha çok bilgi, deneyim ve yeterlilik kazanma imkanına sahiptir.

Yapılan farklılık analizlerinde mesleki eğitim alanının katılımcıların akademi merkezlerinde verilen eğitimlere yönelik kanaatinde belirli maddelerde anlamlı farklılığa neden olduğu görülmüştür. *"Burada verilen eğitimlerden beklediğim verimi aldım"*, *"Burada verilen eğitimlerde uygun öğretim yöntem ve teknikleri kullanıldı"* maddesinde hafız Kur'an kursu öğretici adaylarının; *"Ders içerikleri meslekte ihtiyaç duyacağımız hususlar dikkate alınarak oluşturuldu"* maddesinde imam hatip adaylarının; *"Aldığımız eğitim esnasında talep ve önerilerimiz eğitim süreçlerine yansıtılmaya çalışıldı"* ve *"Buradaki eğitimlerini tamamlayan arkadaşlarımla mesleklerini layıkıyla yapabileceklerine inanıyorum"* maddelerinde 4-6 yaş Kur'an kursu öğretici adaylarının; *"Daha önceki öğrenim hayatımda hiç karşıma çıkmayan konuları burada öğrenme imkanım oldu"* ve *"Buradaki eğitimlerden önce mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyordum"* maddelerinde müezzin-kayyım adaylarının en yüksek olumlu kanaate sahip gruplar olduğu tespit edilmiştir. *"İhtisas merkezindeki sınıflar eğitim öğretim için gerekli alt yapıya sahiptir"* ve *"Burada verilen eğitimlerde yeterli uygulama imkânı sunuldu"* maddelerinde ise en yüksek oranda olumsuz kanaat dile getirenlerin ise imam-hatip adayları olduğu belirlenmiştir.

Farklılık analizinde maddeler üzerinde daha önemli derecede anlamlı farklılığa sebep olan değişken ise öğrenim durumudur. Örgün ya da uzaktan/açık öğretim mezunu olmanın araştırma maddeleri üzerinde anlamlı farklılıklar oluşturduğu; uzaktan/açık öğretim mezunu olanların genelde daha olumlu kanaat belirttiği; özellikle örgün yüksek öğretim kurumu mezunlarının ise farklılık tespit edilen maddelerde olumsuz yönde diğer gruplardan ayrıştığı belirlenmiştir. Kaymakcan ve arkadaşları tarafından İLİTAM öğrencileri üzerine yapılan bir çalışmada bu program öğrencilerinin %76,9'unun

| 1000 | imkân olsa uzaktan yerine örgün eğitimi tercih edeceğini belirtmiş olması (Kaymakcan vd., 2014, s. 53) akademi merkezlerinin bu beklentiye cevap verdiği şeklinde değerlendirilebilir. Yine aynı çalışmada İLİTAM'ın din eğitim ve hizmetlerinde önemli bir eksikliği giderdiği kanaatine olumlu yaklaşanların oranının %18,2'de kaldığı; buna karşın akademideki eğitimleri verimli bulmada bu program mezunlarının %79 ile ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir ki bu da benzer bir yorumu desteklemektedir.

Örgün yüksek din öğretimi mezunlarında gözlenen düşük memnuniyet ise bu adayların daha önce üniversitede akademisyenlerden yüz yüze eğitim almış olmaları; beklentilerinin bu anlamda daha yüksek olması ve burada verilen eğitimlerin beklentileri istenilen düzeyde karşılayamaması ile ilişkilendirilebilir.

*“Ders içerikleri meslekte ihtiyaç duyacağımız hususlar dikkate alınarak oluşturuldu”, “Daha önceki öğrenim hayatımda hiç karşıma çıkmayan konuları burada öğrenme imkanım oldu”, “Buradaki eğitimlerden önce mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyordum”, “Buradaki eğitimleri tamamladıktan sonra mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriler yönünden kendimi mesleğe tam olarak hazır hissediyorum”* maddelerinde en yüksek katılımın örgün İHL, en düşük katılımın ise örgün yüksek din öğretimi kurumu mezunu adaylarda olduğu tespit edilmiştir. Burada dikkat çeken nokta örgün İHL mezunlarının bazı maddelerde en yüksek katılım yüzdesine, bununla birlikte örgün yüksek din öğretimi kurumu mezunlarının ise tüm maddelerde en düşük ortalamaya sahip olduğudur. Kocaman ve Koyuncu tarafından yapılan araştırmada örgün yüksek din öğretimi mezunu adaylarda temel İslami ilimler alanındaki derslerde “ilahiyat eğitiminin genel tekrarı” temasının en çok dile getirilen tema olarak tespit edilmiş olması; buna mukabil İLİTAM mezunlarının bu dersleri gerekli ve faydalı olarak değerlendirmesi örgün ve uzaktan eğitimin araştırma bulgularındaki farklılaştırıcı etkisini teyit etmektedir (Kocaman & Koyuncu, 2024, ss. 556, 578). Aynı zamanda bu bulgular, yeni öğrenmeler konusunda, verilen eğitimlerin örgün yüksek din öğretimi mezunlarını tatmin etmediği kanaatini desteklemektedir. Bu sonuçlar örgün yüksek din öğretim kurumlarından mezun adayların akademi merkezleri tarafından verilen eğitimlere yönelik protest bir tavra sahip olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında şu öneriler ifade edilebilir:

1. Mesleki eğitim programlarının içerikleri mesleki yeterlilikler ve adayların ihtiyaçları dikkate alınarak gözden geçirilmelidir.
2. Eğitimde uygulama alanı geliştirilmeli ve adayların daha iyi mesleki deneyim kazanması sağlanmalıdır.
3. Eğitimlerde öğrenim durumu değişkeni dikkate alınmalı; özellikle örgün yüksek din öğretimi kurumlarından mezun adaylar için ilahiyat programları göz önüne alınarak içerikte farklılaşmaya gidilmeli ya da belli konularda bu grupta olanlara muafiyet hakkı tanınmalıdır.
4. Personel niteliğini arttırmak ve yüksek din öğretimi mezunu adayları din hizmetleri alanında görev yapmaya teşvik etmek için DİB tarafından yapılacak personel alımlarında örgün yüksek din öğretimi mezunları lehine yeni alım şartları belirlemelidir.
5. Adayların atama süreçlerinde önemli rol oynayan başarı notunun belirlenmesinde merkezler arasında gözlenen ve adaletsizliğe yol açan uygulamaların önüne geçmek için ölçme ve değerlendirme süreçleri bütünüyle merkezi olarak yürütülmelidir.
6. Akademi merkezlerinde görev yapan eğitim görevlilerinin belirlenmesinde aranacak yeterlilikler belirlenmeli; atama ve görevlendirmelerde bu yeterlilikler gözetilmelidir.



7. Akademi merkezlerinde görev alacak eğitimciler pedagojik formasyon açısından eksiklerini gidermek noktasında hizmet içi eğitimlerle desteklenmelidir.
8. 4-6 yaş grubu Kur'an kursu öğretici adaylarının mesleki eğitim programlarında formasyon alanının ağırlığı biraz daha arttırılmalıdır.
9. Toplum merkezli din hizmetlerinde önemli bir yer işgal eden manevi danışmanlık ve rehberlik alanı ile ilgili nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için gerekli yasal değişiklikler yapılarak bu alanda da aday din görevlisi alımı yapılmalı ve mesleğe hazırlayıcı eğitim programı tasarlanmalıdır.
10. Akademi merkezlerinde okutulmak üzere kaynak kitap hazırlanması için çalışma yapılmalıdır.
11. Akademi merkezlerinde öğreticilerin derslerde yaşadıkları kaynak sıkıntısını gidermek için tüm akademi merkezlerinde yeterli kaynağa sahip birer kütüphane kurulmalı, kütüphanesi olan merkezler kaynak yönünden zenginleştirilmeli; derslerde kaynak olarak aday din görevlilerinin kolayca ulaşabileceği online ve basılı kaynakların sayısı arttırılmalıdır.
12. Akademi Başkanlığı tarafından süreçlere dair sıkı bir izleme değerlendirme süreci işletilmeli; elde edilen geri bildirimler üzerinden tespit edilen alanlarda düzenli iyileştirmeler yapılmalıdır.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Etik Kurulu'nun 28/05/2024 tarih ve 2024/41 numaralı kararı ile alınmıştır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar, makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları, aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça

- Akyürek, S. (Ed.). (2015). *Bugünün ilahiyatı nasıl olmalıdır? -Sorunlar ve çözümleri- Tartışmalı ilmî ihtisas toplantısı* (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi). Ensar Yayınları.
- Altaş, N. (2013). Cami dışı din eğitimi etkinliklerini biçimlendiren temel kavramlar ve bu alanda yeni kavramsallaştırmalar: "Dini danışmanlık" ve "Manevi sosyal hizmetler". *Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu, II*, 295-318.
- Altaş, N., & Kaya, U. (2023). *Türkiye'de din eğitimi genel görünüm ve eğilimler (2012-2022)*. İlke Vakfı.
- Aşkoğlu, N. (2009). Değişen dünyada değişmeyen kurumlar: ilahiyat fakülteleri. IV. *Din Şûrası: Tebliğ ve Müzakereleri (12-16 Ekim 2009)*, II, 887-898.
- Aşlamacı, İ. (2016). Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmen adaylarının öğretmenlik uygulaması dersine ilişkin görüşleri (İnönü Üniversitesi Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, IX(43)*, 1361-1376.
- Çapcıoğlu, F., & Kızılabdullah, Y. (2020). Uygulama öğretmeni ve öğrencilerinin Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğretmenlik uygulaması sürecine yönelik görüşleri. *Dini Araştırmalar, 23(58)*, 15-78.
- Dam, H., & Ertürk, İ. (2020). Diyanet İşleri Başkanlığı mesleğe hazırlık eğitim programının içerik ve etkililiğinin değerlendirilmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 48*, 97-137. <https://doi.org/10.17120/omuifd.725115>
- DİB, (2023). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2022 yılı idare faaliyet raporu*. Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Diyanet Akademisi Görev ve Çalışma Yönetmeliği, 32207, (2023). <https://mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=40209&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- Diyanet Hizmetleri Başkanlığı Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2014). *Diyanet İşleri Başkanlığı Personel Yeterlikleri*. DİB.
- Diyanet İşleri Başkanlığı Aday Memurların Yetiştirilmelerine Dair Yönetmelik, 32556 (2024). <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=40819&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- Diyanet İşleri Başkanlığı Diyanet Akademisi. (2023). *Aday Din Görevlileri Mesleki Eğitim Programı (4-6 Yaş Kur'an Kursu Öğreticisi)*.
- Diyanet İşleri Başkanlığı Diyanet Akademisi. (2024). *Aday Din Görevlileri Mesleki Eğitim Programı (4-6 Yaş Kur'an Kursu Öğreticisi)*.
- Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ile Devlet Memurları Kanununda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 7383 (2022). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/03/20220324.pdf>
- Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun, 633 (1965).
- Diyanet İşleri Başkanlığı Personel Yeterlikleri*. (t.y.). <https://hukukmusavirligi.diyanet.gov.tr/Detay/285/diyanet-i%C5%9Fleri-ba%C5%9Fkanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-personel-yeterlikleri>
- Diyanet İşleri Başkanlığı. "Diyanet Akademisi Başkanlığı". Erişim 9 Kasım 2024. <https://diyanetakademi.diyanet.gov.tr/sayfa?TermStoreId=d1c465d3-b48d-4994-a4c4->

24cd73d2f1ae&TermSetId=63e0560d-4ec5-4258-b0b9-6e606e9f6f80&TermId=58f6a286-f6f6-48cc-9ab1-f5e19de9021f&UrlSuffix=863/cumhurbaşkanı-erdoğan-diyamet-akademisi-başkanlığı-mezuniyet-merasimi'ne-katıldı

- Ecer, M. (2024). İlahiyat fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik uygulaması dersine ilişkin beklentileri. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 160-177. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1387964>
- Erfidan, A. (2019). *Derslerin uzaktan eğitim yoluyla verilmesiyle ilgili öğretim elemanı ve öğrenci görüşleri: Balıkesir Üniversitesi örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ertürk, İ. (2024). Aday Kur'an kursu öğreticilerine göre Diyanet Akademisi meslekî eğitim programının değerlendirilmesi. *Bilimname*, 52, 429-465.
- İbrahim Turan. (2017). Türkiye'de ilahiyat eğitimi: İstihdam alanı-program ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 37, 59-77.
- Kaymakcan, R., Meydan, H., Telli, A., & Cevherli, K. (2014). İlahiyat lisans tamamlama programının verimliliği üzerine olgusal bir araştırma. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13(26), 43-62.
- Kiriş, H. M. (2018). Diyanet İşleri Başkanlığı personel yeterlikleri bağlamında ilahiyat fakültesi lisans programlarının işlevselliği. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42(2), 47-76.
- Kocaman, K., & Koyuncu, M. (2024). İlk dönem mezunu aday Kur'an kursu öğreticilerine göre Diyanet Akademisi. *Mevzu – Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 539-590. <https://doi.org/10.56720/mevzu.1429639>
- Koç, M. (2019). Yüksek din öğretiminde yeni bir paradigma olarak bölümleşme: "Manevi danışmanlık ve rehberlik bölümü" Önerisi. *Balıkesir İlahiyat Dergisi*, 10, 59-112.
- Korkmaz, M. (2012). İlahiyat fakültelerinin yaygın din eğitimi yeterlikleri: Eğitim-öğretim alanı. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 10(24), 127-146.
- Nazıroğlu, B. (2020). *Derdimiz ilahiyat akademisyenlerin gözünden içe kritik bakış*. Meta Morfoz Yayıncılık.
- Özdemir, S. (2013). Yüksek din eğitiminin geleceği ve istihdam alanlarına yönelik program önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 30, 237-249.
- Özdemir, S. (2019). Diyanet hizmetleri açısından ilahiyat fakültesi program(lar)ı. *Din ve Bilim - Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-25.
- Talan, T. (2022). Üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitime ilişkin memnuniyet alguları üzerine bir araştırma. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(34), 537-558.
- Türkiye'de yüksek din eğitimi sorunları, yeniden yapılanması ve geleceği sempozyumu: bildiriler - müzakereler (2003 Isparta)* (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi; 16). (2004). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi.
- | 1004 | Yükseköğretimde din bilimleri eğitimi sempozyumu: 21-23 Ekim 1987. (1988). Samsun. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.



## KARŞILAŞTIRMALI ESER ANALİZİ: LAS MENINAS

 Ayşe SEZER<sup>a</sup>

### Öz

Sanat eserini doğru anlamının yolu, eseri değerlendiren kişi olarak bizim sahip olduğumuz bilgi ve deneyimler doğrultusunda, gerçekliği anlamaya çalışarak, eser üzerinde analiz yapabilmektir. Barok ve kübizm dönemlerinde yapılmış, iki farklı dönemin ressamının aynı konulu sanat eseri üzerine yapılacak eser analizleri araştırmamızın temelini oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, her iki dönemin ait olduğu dönem özelliklerini taşıyan ve farklı anlatımlar ile geçen süreç içerisindeki anlatım biçimlerini ele almaktır. Eser görsellerinin incelenmesindeki değerlendirme sürecinde niteliksel araştırma yöntemi kullanılarak, her iki sanatçının da çalışmalarında konuyu nasıl yansıttıkları üzerinde durulmuştur. İkonografik ve plastik analizlerde değinilecek olan kavramların tanımlaması bu araştırmada yer almamış, eserler üzerinden bu öğelerin karşılıkları bulunarak niteliksel analize gidilmiştir. İkonografik analiz eserin kimlik bilgilerini bize veren, eserin ilk tanıtımını yapan öğelerdir. Bu bilgiler eserin reel tabakasının doğru analizini yapmamızda ipuçları olacağı gibi, irreel tabakayı anlamamız ve yakalamamızda da önemli unsurlardır. Araştırma sonucunda, barok ve kübizm dönemlerinin resim anlayışını, dönemin sosyo-kültürel yapısını nasıl yansıttıkları konusunda ön plana çıkan unsurlara değinilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Las Meninas, Picasso, Velazquez, Eser analizi.



### COMPARATIVE ARTWORK ANALYSIS: LAS MENINAS

#### Abstract

The correct way to understand a work of art is to conduct an analysis based on the knowledge and experiences we possess as the evaluator of the piece, attempting to comprehend its reality. The analyses of two artworks from different periods, Baroque and Cubism, created by artists from these respective eras with the same subject matter, form the foundation of our research. The purpose of this study is to examine the characteristics of each period and explore the modes of expression throughout the process, each reflecting different narrative approaches. In the evaluation process of the artwork visuals, a qualitative research method has been used to focus on how both artists reflect the subject matter in their works. The identification of elements to be addressed in the iconographic and plastic analyses has not been included in this study; instead, these elements have been identified through the works, and a qualitative analysis was performed. Iconographic analysis refers to elements that provide us with the identity information of the artwork, essentially offering the first introduction of the piece. These elements serve as clues for conducting a correct analysis of the artwork's real layer, while also playing a crucial role in understanding and capturing its unreal layer. As a result of the research, the study highlights key elements in how the painting concepts of the Baroque and Cubism periods reflect the socio-cultural structures of their time.

**Keywords:** Las Meninas, Picasso, Velazquez, Work analysis.



<sup>a</sup> Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Resim Bölümü,  
ayse.sezer@bilecik.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 17.10.2024, Makale Kabul Tarihi: 02.12.2024

## Giriş

Bir resimden haz alabilmenin yolu, eseri doğru anlamakla başlar. Eseri anlayabilmek ise karşımızda duran, teke tek ilişki kurduğumuz yapıtı doğru analiz edebilmemiz ile olasıdır ve eseri doğru analiz edebilmek, sistematik bir çabanın, uğraşının gerekliliğini var kılmaktadır.

Bilindiği üzere her bir sanat eseri, gözle görülür, en az bir duyu ile algılanır her türlü somut göstergeden oluşan reel bir tabakadan ve duyu organları ile algılanamayan, eserin içerik ve öz unsurlarını içeren irreel tabakalardan oluşmaktadır. Bu tabakalara ulaşabilmek, sanatçının 'neyi', 'nasıl' verdiğini anlayabilmek demektir. Bu da eseri analiz etmek anlamına gelir. Eserin irreel tabakasına ulaşabilmek yani 'neyi' yakalayabilmek, doğru yakalayabilmek için, eserin reel tabakasından yani 'nasıldan' başlayarak bir yol izlemek ile bir analize gitmek ile olasıdır.

Sanat eseri öncelikle organik bir bütündür. Resimde organik bütünlük ya da organik birlik, resmi oluşturan her ögenin bir gereklilikten dolayı eserde var olması, yer alması anlamındadır. Karşımızda duran resim, birçok biçim kazanmış ögelerin birliği ile vardır. Noktadan lekeye, tondan renge, forma varana dek bu görseller, eseri anlamamızda sanatçı tarafından bize sunulan biçimsel unsurlardır. Sanatçı ancak, bu biçimsel unsurlarla bir şeyler anlatabilir. Demek istediğini yani 'neyi' ancak bu unsurları 'nasıl' kullandığıyla anlatabilir.

Sanat eserini doğru anlamanın yolu eserin alıcısı olarak bizim bilgi ve görgümüz çerçevesinde, irreeli yakalayabilmek adına reelden başlayarak bir analiz yapmaktır. Elbette bilgilerimizin sınırlı olduğu doğrultuda her zaman ikinci bilgi dediğimiz; kitaplardan ve makalelerden edindiğimiz bilgilere gereksinimimiz olduğunu da anımsayarak, ön hazırlık yapmamız kaçınılmazdır. Bu konuya araştırmamızın ilerleyen bölümlerinde özellikle yer verilecektir ancak ikinci bilgiye bir örnek olması adına şöyle söylenebilir; Velazquez'in resmine bakarak, O'nun bu resmi yaptığı dönemdeki İspanya'nın sosyo-kültürel yapısını bilmemiz olanaksızdır. 17. yüzyıl İspanya'sının sosyo-kültürel yapısı hakkında eserle buluşmadan önce bilgi edinmemiz hem sanatçıyı hem de eserini doğru anlamamızda kaçınılmaz bir ikinci bilgi olacaktır.

Las Meninas, Pablo Picasso'nun 1957'de kapsamlı bir analiz yaparak, Diego Velazquez'in Las Meninas'ını birkaç kez yeniden yorumlayıp yeniden yaratarak yaptığı 58 resimden oluşan bir seridir. Süit, Barselona'daki Museu Picasso'da tamamen korunmuştur ve sanatçının bir arada kalan tek tam serisidir (URL 1.) .

Sanat tarihinin en etkili eserlerinden biri olan Las Meninas, pek çok sanatçıya ilham kaynağı olmuştur. Bu eser, yalnızca Barok dönemin öne çıkan yapıtlarından biri olarak değil, aynı zamanda çağdaş sanatçıların çalışmalarını da derinden etkilemiştir. Bu bağlamda, İspanyol ressam Pablo Picasso'nun 1957 yılında gerçekleştirdiği Las Meninas serisi önemli bir örnek teşkil etmektedir. Picasso, bu seride, Diego Velázquez'in orijinal tablosunun 58 farklı versiyonunu yaratarak, eserin ikonografik ve biçimsel unsurlarını modern sanat perspektifinden yeniden yorumlamıştır. Bu çalışma, hem görsel dilin evrimini hem de sanatçının yaratıcı sürecini anlamak açısından büyük bir öneme sahiptir.

Araştırmamızda, Diego Velazquez'in 'Las Meninas' adlı eseri ile Pablo Picasso'nun 'Las Meninas' adlı eserlerini karşılaştırmalı olarak irdelemeye, analizlerini yapmaya çalışılacaktır. Bunu yaparken kullanılacak olan yaklaşımda sergilenen olan sistematığımız, eserlerin ikonografik ve plastik analizlerini her bir eser için tek tek yaparak karşılaştırmak biçiminde olacaktır. İkonografik ve plastik analizlerde değinilecek olan kavramların tanımlaması bu araştırmada yer almayacak, eserler üzerinden bu öğelerin karşılıkları bulunarak doğrudan analize gidilecektir. İkonografik analiz eserin kimlik bilgilerini bize veren, eserin ilk tanıtımını yapan öğelerdir. Bu bilgiler eserin reel tabakasının doğru analizini yapmamızda ipuçları olacağı gibi, irreal tabakayı anlayıp yakalamamızda da önemli unsurlardır.

Çalışmamızın kavramsal çerçevesini çizebilmemiz için resimlerin analizi ve İkonografik analiz bağlamında her iki resim hakkında da öncelikle aşağıdaki bilgileri irdeleyerek devam edebiliriz.

## A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1. Resimlerin Analizleri

#### 1.1. İkonografik Analiz

Sanatçının adı, Resmin adı, Resmin tekniği, Resmin boyutları, Resmin tarihi, Resmin konusu, Resmin üretilmiş olduğu okul ya da dönem özellikleri, Resmin bulunduğu koleksiyon ya da hangi müzede olduğunu belirlememizdir (Şentürk, 2012, s. 19).

Eserin plastik analizi aşamasında ise, sanatçının resmi oluşturan organik öğeleri nasıl kullandığını ve birleştirdiğini, birbirine bağladığını anlamamıza, çözümlememize olanak sağlayacaktır.

Resimlerin analizinde kullanacağımız sistematığı, yukarıda değinilen biçimde belirttikten sonra artık Velazquez'in ve Picasso'nun "Nedimeler" adlı resimlerini bu sistematik içinde ve karşılaştırmalı olarak ele alabiliriz. Karşılaştırmalı analiz yapılırken, Velazquez'in resmi ile ilgili bilginin başına (V), Picasso'nun resmi için ise (P) belirlemesi kullanılacaktır.

**1.1.1. Sanatçının Adı;** (V); Diego Rodriguez de Silva y Velazquez.  
(P); Pablo Picasso.

**1.1.2. Resmin Adı;** (V); Las Meninas (Nedimeler)  
(P); Las Meninas, Velazquez'e Öykünerek.

**1.1.3. Resmin Tekniği;** (V); Tuval Üzerine Yağlıboya.  
(P); Tuval Üzerine Yağlıboya

Sanat yapıtı, bize iletmek istediği mesajdan önce, malzeme olarak anlam taşır. Bitirilmiş bir yapıt, kendine özgü bireyselliği, düşünce ve duyarlılığı yansıtır, onu üreten kişinin el becerisini açığa vurur. Fiziksel ve tinsel öğelerin uyumlu biçimde bir araya getirildiği bütünlüğü gösterir (Hours, 2001, s. 161).

Hours'unda yukarıda değindiği üzere ister el becerisi olsun ister fiziksel ve tinsel öğelerin uyumlu biçimde bir araya getirilişi olsun, Velazquez'in çalışmalarındaki teknik özgünlük ve başarının ana unsuru, onun fırça darbelerindeki korkusuzca ve akıcılıkla sergilediği tavrından gelmektedir.

Velazquez, fırçasını süratle kullanmakta, böylece tabloda beliren boya tuşları, eserine bir tazelik temin etmektedir. İşte bu taze boya sürüşü, Velazquez'in boya sanatına getirdiği en büyük yeniliklerden biridir... O, nesnenin poz güzelliği yanında, malzemenin kullanımından meydana gelen estetiği

bulmuştur (Turani, 1983, s. 407). Benzer durum Picasso'nun fırça darbelerinde de söz konusudur. Her iki sanatçı da boyanın olanaklarını ve pentür tadını özellikle tekniklerinde ön plana çıkarmakta ne derece başarılı olduklarını sergilemektedirler.

Sanatkâr, açık bir dille, doğru ve dokunaklı sözlerle duygu ve düşüncelerini anlatamayacağı için, fırçasını, dolambaçlı yollardan yürütmek suretiyle kullanmış, duygu ve düşüncelerini -kaçak eşya gibi- gizlemek, kapalı bir ifade ile açıklamak ihtiyacını duymuştur (Petrov, 1979, s. 207). Çünkü dönemin İspanya'sında ve sarayın emrinde çalışmakta olan Velazquez, tekniğindeki böyle bir yaklaşımı sergilemek zorundaydı. Bu da sanatçının duygu ve düşüncelerini içerikte yansıtabilmesine hem özgün bir anlatım olanağı hem de özgün bir tekniği ortaya koymasına olanak sağlamıştır. Picasso'nun yağlıboya tekniği de Velazquez'in tekniği gibi boyanın, malzemenin olanaklarını başarıyla uygulayabilmekten oluşmaktadır.

Picasso, kaba maddeden "başın" biçimini çıkarır; onu çizim alanına yapıştırır; peşinden kalıpsal gözleri, elverdiğince birbirinden uzağa koyar; kırık bir çizgiyle ağzı ve diş dizisini betimler; en sonunda da yüzün kenar çizgisini sezindirmek için dalgalı bir çizgi ekler. Picasso'nun içinde karışıklıktan kaçma ve yalınlık özlemi uyandıran şey, onun akıl almaz çizim ustalığı ve üstün teknik becerisidir (Gombrich, 1986, s. 457).

Picasso'nun erken dönem hatta çocukluk dönemi işlerindeki realist başarı bilinmektedir. Ancak Gombrich'in de değindiği üzere, onun teknik anlamda da ortaya koymak istediği şeyin naif bir yaklaşım olduğu görülmektedir. Bu naiflik, "Nedimeler" resminde de kendini göstermektedir.

**1.1.4. Resmin Boyutları;** (V); 318 x 276 cm. (P); 194 x 260 cm.

**1.1.5. Resmin Tarihi;** (V); 1656 (P); 1957

Velazquez, resmini dikey kompozisyon olarak planlamışken, Picasso'nun yatay kompozisyonda çalıştığını görmekteyiz. Picasso'nun Velazquez'in "Nedimeler"ine öykünmesinin bir sonucu olarak, taval boyutları arasında orantısal bir ilginin olup olmadığı araştırılmış ancak bir ilgiye rastlanmamıştır.

**1.1.6. Resmin Konusu;**

Velazquez 17. yüzyıl İspanyasının en önemli portre ressamlarından biri ve İspanyol sarayının baş ressamı olarak çalışmalarını sürdürmekte, dolayısı ile kralın emri altında onun siparişleri üzerine resimlerini yapmaktaydı.

Karşı Reformasyon'un ve Engizisyon'un kalesi İspanya'da resim repertuarı oldukça kısıtlı, konu yelpazesi başka ülkelerden çok daha dardı. Sanat üretimi dinsel temalarla saraylıların portrelerinden oluşuyordu. Velazquez'in ünlü resmi Las Meninas da böyle bir sipariş üzerine yapılmıştır (Krausse, 2005, s. 38).

Resim 1'de konu, resmin alt kısmında merkezde konuşlandırılmış Kral IV. Philip'in kızı İnfanta Margarita ve ona eşlik eden nedimleri içermektedir. Resimde yer alan diğer figürler merkezde yer alan Margarita'nın etrafındadır ve konunun tamamlayıcısı gibidir. Ancak Velazquez kompozisyonun sol üst köşesinde elinde fırçası ve paleti ile kendine de yer vererek konuya dahil olmuş ya da olmak istemiş gibidir.

Sanatkâr orta yerde, gururlu bir tavırla ayakta durmaktadır. Pahalı bir elbise giymiştir. Yüzü kupkuru. Zayıftır. Düşüncelidir. Dudakları, sanki bir anahtarla sımsıkı kilitlenmiş gibi büzülmüştür. Yalnız gözlerinde, çok ince ve hatta belirsiz bir gülümseme sezilmektedir. Gözlerinin bu gülümsemesinde derin bir elem, ıstıraplı ve acı bir görüntü anlamı gizlenmiştir. Ve bu haliyle şunları söyleyecek gibidir; "Her şey bir Divina comedia' (İlahi Komedy) dır"... Ve bununla birlikte, gene her şey, bir "Tragedia humana!" (İnsanlık trajedisi) dir (Petrov, 1979, s. 208).

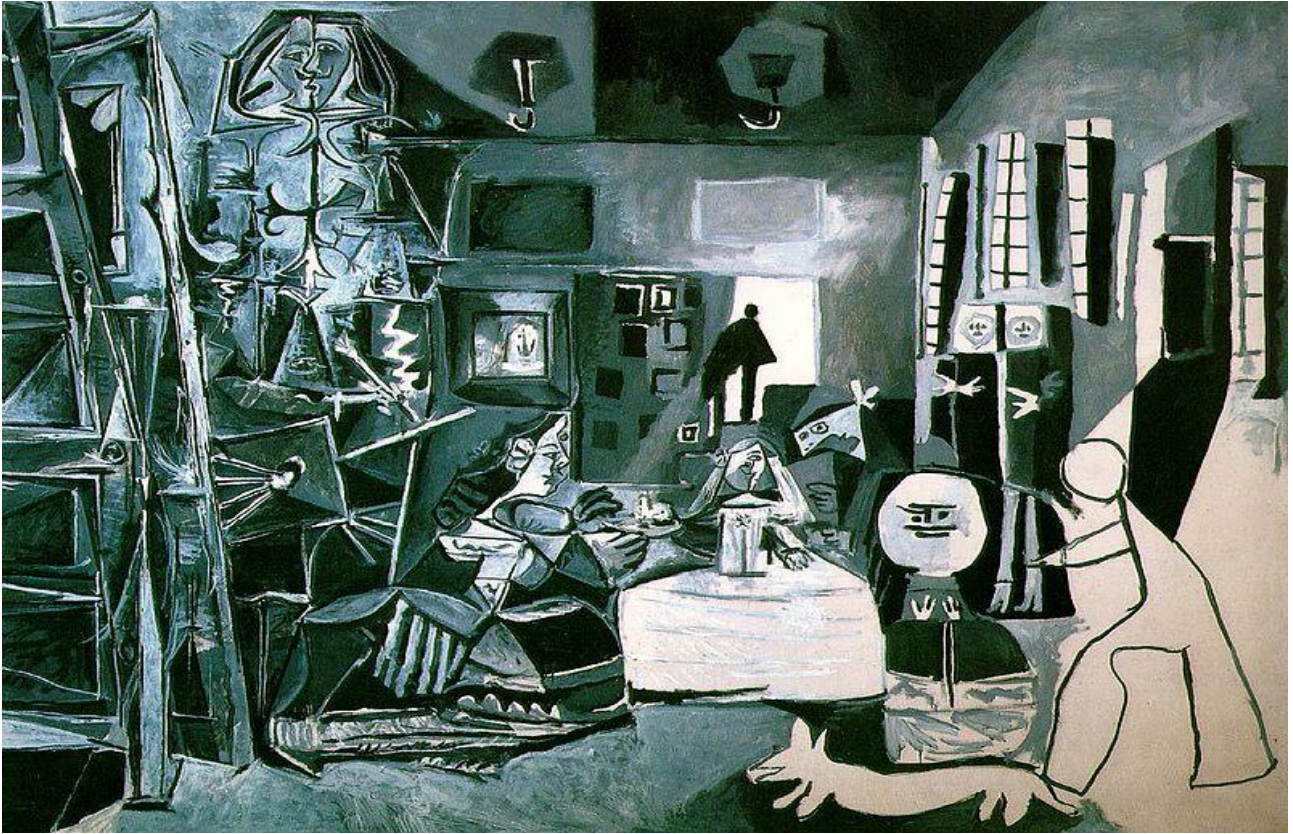


Resim 1 (V). Velazquez, Las Meninas ( URL2. )



Velazquez'in kendini resmin bir parçası, konuya ilişkin bir unsur olarak ilave etmesinin nedeni Petrov'un değindiği gibi dönemin İspanyasının sosyo-kültürel yapısına karşı bir eleştiri ortaya koymak istemesi gibi gözükmektedir.

Velazquez, patetik duyguları da sevimli izlenimler olarak eserine nakletmiştir (Turani, 1983, s. 407). Turani'nin değindiği patetik duygular eserin ön kısmında yer alan, Margarita, nedimeler, sağ alt köşede yer alan cüceler ve elbette sanatçının kendi portresinde en çarpıcı şekliyle karşımıza çıkmaktadır. Ancak Picasso'nun 'Nedimeler' resmindeki portrelerinde, resim 1'de Velazquez'in vurgulamaya çalıştığı patetik duyguların yerini naif bir anlatım almaktadır.



Resim 2 (P). Pablo Picasso, Las Meninas, Velazquez'e Öykünerek ( URL3. )

Resim 2'de yer alan Picasso'nun resminin konusu Velazquez' in resmi ile aynı elbette, ancak Velazquez, konuyu anlatırken dönemi gereği içeriğe vurgu yapmak, içeriği olduğu gibi sunmak zorundaydı. Picasso'nun resminde ise böyle bir kaygının olmadığını rahatlıkla görebilmekteyiz. Kübizm bir biçim sanatı olduğuna göre, biçimi ana unsur olarak kabul ettiğine göre bu da kaçınılmaz bir son olmaktadır.

### 1.1.7. Resmin Üretilmiş Olduğu Okul ya da Dönem;

Resim 1'de yer alan Velazquez'in resmi, Barok dönemin en belirgin özelliklerini gözler önüne sermektedir. Özellikle resim alanının mimari yüzeyler gibi geometrik bölünlere ayrılması, dönemin önemli özgünlüklerinden biriydi. "Nedimeler" resminde de insan figürlerinin dışında kalan alanların,

değinen özelliği ne kadar başarılı bir biçimde kullandığını göstermektedir. Resmin bu özelliği, Picasso'nun Nedimeler 'inde, Kübizmin de bir gereği olarak, daha parçalı bir biçimde karşımıza çıkmaktadır. Picasso, "Nedimeler" adlı resminde, Kübizm akımının en belirgin niteliklerini bir araya getirmiştir.

Kübist resim, geleneksel kuramları, perspektifi, ışık-gölge kullanımlarını hiçe sayar ve karşı çıkar. Nesnelerin çeşitli yönlerini aynı anda yan yana resimleyerek nesnenin farklı yönlerinin birlikte görünmesine olanak tanır. Üçüncü boyutu tuvalin üzerine perspektif olmadan anlatır (Öncel, 2004, s. 102).

Ancak, bir öykünmenin sonucu olarak ortaya konan Picasso'nun bu resminde, enteriyör atmosferini bize sunmak için yine de çizgi perspektifine kaçınılmaz olarak yer verilmiştir. Özellikle tavan çizgilerinin ve sağ yan duvar ve pencere çizgilerinin açısı bunu vurgularken, arka plandaki figürlerin çok daha küçük betimlenmiş olmaları perspektif unsurlardır.

**1.1.8. Resmin Bulunduğu Yer;** (V); Prado Müzesi, Madrid, İspanya.  
(P); Museu Picasso, Barselona, İspanya.

Velazquez ve Picasso'nun "Nedimeler" adlı resimlerini ikonografik açıdan, yukarıda belirtildiği gibi karşılaştırmalı olarak ele aldıktan sonra, eserlerin plastik analizine geçebiliriz.

### Plastik Analiz

Resmin kompozisyonu, Yüzeyin çizgisel organizasyonu, Denge, Form, Valör, Renk, Işık, Mekan ve Zaman unsurlarından oluşmaktadır.

#### 1.1.9. Resmin Kompozisyonu

Bilindiği üzere, resmin kompozisyonunu belirlemede ilk sorulacak soru, konunun tuvalin sınırlarını aşp aşmadığıdır. Hem Velazquez'in hem de Picasso'nun "Nedimeler"inde ana konuyu veren figürler tuvalin sınırları içinde yer almaktadır. Bu nedenle her iki resimde 'kapalı kompozisyon' düzeni ilkesine bağlı kalmaktadır.

Salt simetrisinin Barok resimde tamamıyla ortadan kalkmış olması, Velazquez'in bu resminde bir ispat gibidir. Resimde yer alan figürlerin ve objelerin simetri oluşturmayacak bir biçimde ama dengeli dağılımı kompozisyonu 'asimetrik' yapmaktadır. Aynı durum Picasso'nun resmi için de söz konusudur. Bu durumda, her iki resmin kompozisyonu da kapalı bir kompozisyon düzeni içerisinde asimetrik olarak düzenlenmiş ve dengelenmiştir. Nedimeler 'in kapalı ve asimetrik kompozisyonunu oluşturan figürlerin kimlikleri şöyledir;

Ressam Antonio Palomino'nun 1724 yılında yazdığı bir betimleme sayesinde Resim 1'de yer alan tablodaki hemen herkesi tanıyoruz. Merkezde duran İnfanta Margarita, Kral IV. Philip ve ikinci eşi Avusturyalı Mariana'nın kızıdır. Kendisine iki nedime eşlik eder. Sağ alttaki iki cüce, bir rahibe (İnfanta'nın refakatçisi) ve bir gözetmen yer alır. Solda ise Velazquez vardır (Dixon, 2010, s. 220). Kompozisyonun ön kısmında yer alan bu figürler, merkezde Margarita olmak üzere sağında üç, solunda iki figürle asimetrik olarak dengelenmiştir.

Arka planda kalan kapıda ise saray nazırı Don Jose Nieto görülmektedir (Farthing, 2012. s. 221). Nieto hem Velazquez'in hem de Picasso'nun resminde açık bir fonun önünde koyu bir silüet olarak yer almakta ve her iki resimde de bir derinlik etkisi yaratmaktadır.

İnfanta'nın sağındaki nedime Isabel de Velasco'dur. Krala, kraliçeye ve izleyiciye bakan nedime reverans yapıyor gibi görünmektedir. İnfanta'nın solundaki nedime, Maria Sarmiento Augustina ise prensese gümüş tepside bir içecek sunmaktadır (Farthing, 2012. s. 221). Her iki nedimenin de profilden duruşları Margarita'nın cepheden görünümüne karşıtlık oluşturmakta ve Margarita'nın izleyici üzerindeki etkisini arttırmaktadır.

Velazquez'in üzerindeki giyside Santiago şövalyelerinin simgesi olan Kızıl Haç vardır. Bu unvanı 1659 yılına, ölümünden birkaç ay öncesine kadar edinmemişti. Efsaneye göre bunu kral sonradan ekletti (Dixon, 2010. s. 220).

Resim 1'in merkezindeki küçük aynada yansımaları görünen iki figür ise Kral Philip ve Kraliçe Mariana'dır. Resimdeki tüm figürler Barok üslubun niteliklerini üzerlerinde taşıırken gerçekçi anlatımları ile de son derece etkileyicidir. Picasso'nun figürlerinde ise elbette Kübik üslubun nitelikleri görülmektedir.

İnsan bedenleri, tablo yüzeyinde kaynaşmış, organik bir bütünlüğe ulaşmıştır. Resmin arka zemini, figürlerle aynı niteliktedir, bir bütünlüğün vazgeçilmez parçalarıdır (Özsezgin, 1993, s. 115).

Picasso, Velazquez'in 'Nedimeler'i üzerine oldukça yoğun uğraş vermiş bir sanatçıdır. Nedimeler'i kendi üslubunda yorumlama girişimleri özellikle detaylar ve portrelerde ayrı anlatım biçimleri oluşturmuştur.

Picasso'nun yaratıcılık sürecinin başlıca özelliklerinden biri de sanat tarihine dalarak oldukça geleneksel öğeleri koparıp çıkarması ve bunları zekice yeniden kurgulamasıydı. 17 Ağustos 1957 tarihli Las Meninas yorumu, aynı resmin 44 varyasyonundan biri olarak, tablonun genelini ve resimdeki figürlerin çok özenli bir çözümlemesinin sonucuydu (Walther, 1997, s. 82).



**Resim 3.** Pablo Picasso, Margarita Portreleri ( URL4.)

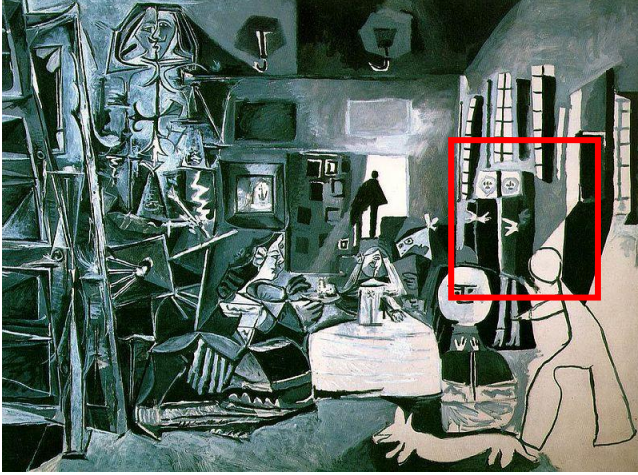
Picasso'nun özellikle resminin ana figürü konumundaki Margarita portresi üzerinde Resim 3'de bazı örnekleri yer alan çok sayıda çalışma yaptığı bilinmektedir.

Tek açılı merkezci perspektif kuralını çoktan dışlamış olan Picasso, kendi yorumunda ressamı orta yere koyarak varlığını iyice vurguluyor. Resmin asıl konusu, Picasso'nun kendisi, Picasso'nun kendini sınavıdır (Walther, 1997, s. 82).

Bu sınavın 44 Nedimler varyasyonunun bir süreci olarak düşünüldüğünde ortaya çıkan sonucun dahice bir öykünme olmasını kaçınılmaz kılmıştır. Ayrıca aşağıda Walther'in değindiği üzere

Velazquez'in resmi ile hiçbir ilgisi olmayan bu dahice naif anlatım her ne kadar öykünme de olsa özgün bir eserin var olmasında etkili olmuş gibi görünmektedir.

Picasso Las Meninas'ı yaptığı sırada, La Californie'nin birinci katına, o güne dek güvercinlerin içerde serbestçe uçuşmasına izin verdiği yere taşınmıştı. Güvercinler teşekkürlerini, ona modellik yaparak sundular (Walther, 1997, s. 84).

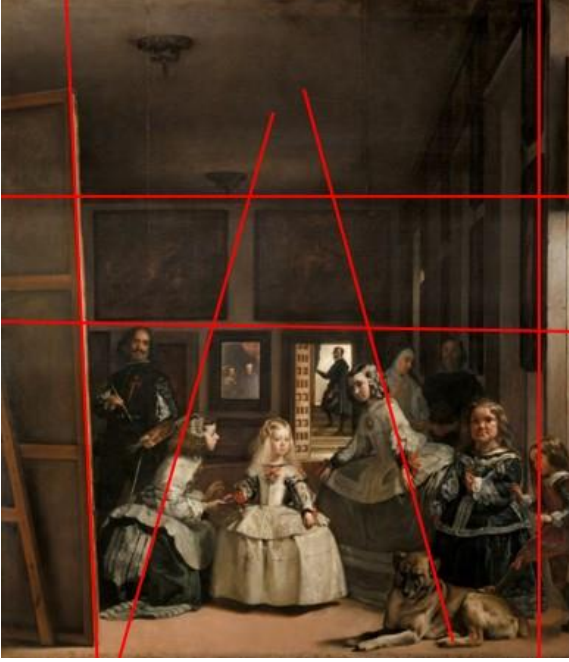


**Resim 4.** Picasso, Las Meninas, Velazquez'e Öykünerek. **Resim 5.** Resim 4'den detay.

#### 1.1.10. Yüzeyin Çizgisel Organizasyonu

Velazquez'in de Picasso'nun da 'Nedimeler'inde ki kompozisyonunda, yatay ve dikey yönlerin ağırlıklı olarak kurgulandığı görülmektedir. Velazquez, yatay ve dikey yönlere karşıtlık olarak, iki diyagonal yönü kompozisyonuna katmıştır ki bu da İnfanta Margarita'yı vurgulamakta, onu merkezde odaklamaktadır. Bu iki diyagonal yönlerden biri, İnfanta'nın solundaki ona içecek sunan nedime Maria figürünün açısı, diğeri ise İnfanta'nın sağındaki nedime İsabel'in reverans yapan açısıdır. Bu iki nedimenin duruş yönleri, İnfanta'yı merkeze alan bir üçgen oluşturmaktadır. Picasso ise, nedime Maria'nın açısını korumuş ancak İsabel figürü için böyle bir açı vermemiştir. Bunun yerine, İnfanta'nın hemen başının üst kısmına konuşturduğu Don Jose Nieto figürü, üçgenin tepe noktası olacak şekilde yerini almıştır. Böylece İnfanta Resim 6'daki üçgen bir kurgu içerisinde ön plana çıkarılmıştır.

Picasso, Velazquez figürünü Resim 7'de sarı çizgi ile görüldüğü üzere oldukça büyük bir biçimde betimlemiş ve tam bir dikey oluşturacak şekilde kompozisyonunun sol tarafında konuşturmuştur. Resmin sağ tarafındaki pencerelerin küçük dikey çizgileri Velazquez figürünün dikliğine ve büyüklüğüne hem kontrast oluşturmakta hem de bir dengenin varlığına neden olmaktadır.



Resim 6. Velazquez, Las Meninas, Çizgisel Org.



Resim 7. Picasso, Las Meninas, Çizgisel Org.

### 1.1.11. Denge

Hem Velazquez'in hem de Picasso'nun "Nedimeler"inde asimetrik bir dengenin var olduğu görülmektedir. Bu asimetrik denge, resimlerdeki figür ve objelerin dağınık ancak ilintili etkileriyle sağlanmış bir bütünlük oluşturmaktadır.

Resimdeki görüntünün bir bütün duygusunu vermesi için, bütün unsurların birbirini dengelemesi gerekir (Dixon, 2010, s. 17). Velazquez'in resminde, açık-koyu zıtlığının kendini gösterdiği kompozisyonun alt kısmı, bakışımızı bu bölgede dolandırarak, figür ve nesnelerin dağılımındaki dengeyi takip etmemizi sağlamaktadır. Picasso ise bu zıtlığı neredeyse resmin tamamına dağıtmış olduğundan, figür ve objelerin kurgusal dengesi tüm resim yüzeyinde görülmektedir.

Eserini düzenlemekle sanatçı bize yalnız nesnelere ya da alanlar arasındaki dengeyi değil, bu dengeyi ne yoldan sağladığını da belli eder. Bir formun ötekiyle bağıntısı, bize dengenin nasıl meydana geldiğini gösterir. Gözümüz, sanatçının denge kurmak için takip ettiği yolu yeniden tekrarlar ve yaratır (Lowry, 1972, s. 104). Velazquez, gözümüzün takip edeceği yolu figürler üzerindeki ışık oyunları ve figürlerin bakış yönleriyle belirlerken, Picasso bunu form ve lekelerin açık-koyu zıtlığı ile sağlamıştır.

### 1.1.12. Form

Barok resmin anlatım özelliklerinden biri olan açık form, Velazquez'in resmindeki figür ve objelerde karşımıza çıkmaktadır. Resmin sağ tarafındaki pencereden gelen az ışık, figürler üzerinde dans ederken, ışısız karanlık alanlar, figürlerin konturlarındaki netliği kırmaktadır. Böylelikle anlatım, açık form üslubuna dayanmakta ve gözümüz figürlerin konturlarında değil de lekesele formlarında dolaşmaktadır.

Picasso'nun resminde ise tüm figür ve nesnelere geometrik formlar içerisinde hapsedilmiş, konturlar net olarak izleyiciye sunulmuştur. Çizgisel bir anlatımın egemen olduğu bu resimde, değinilen

kontur netliği, kapalı form anlatımını bize vermektedir. Hatta bu ifade öyle güçlüdür ki, her bir figür sanki kendi varlıkları ile tek tek oradadırlar.

### 1.1.13. Valör

Resmin renk analizinden önce ton değerlerini belirlemek, resmi plastik açıdan çözümlememizde kaçınılmazdır. Bu durumda Resim 8. ve Resim 9.'da, öncelikle Velazquez'in koyu tonların egemenliğinde, Picasso'nun ise orta tonların egemenliğinde bir valör dengesi kurduğunu belirtmemiz gerekmektedir. Velazquez, kırmızının koyu değerlerini resmine alırken, Picasso mavinin hatta yalnız mavinin ton değerlerini yansıtan monokrom bir çalışma sergilemektedir.



**Resim 8.** Velazquez, Las Meninas, Valör Görseli. **Resim 9.** Picasso, Las Meninas, Valör Görseli.

Velazquez, kompozisyonun alt kısmında valör zıtlıklarını yoğunlaştırmış, üst kısımda ise değer yakınlıkları ile yumuşak geçişler sağlamıştır. Bu da bakışımızı çoğunlukta kompozisyonun alt kısmında odaklamaktadır. Ancak, Picasso bu valör zıtlığını kompozisyonun tamamına dağıtmış ve gözümüzün tüm bu karşıtlıklar içerisinde resmin tamamında dolaşmasını sağlamıştır.

### 1.1.14. Renk

Velazquez 'Nedimeler' adlı resminde Barok dönemin renk anlayışını büyük bir ustalıkla sergilemiştir. Kırmızı rengin koyu tonları kompozisyonda egemenlik oluşturmaktadır. Bu da resme sıcak renk egemenliği vermektedir. Özellikle gölgeli kısımlarda ise kırmızıya karşıtlık oluşturan belli belirsiz yeşil rengin ayrı tonları ile karşılaşmaktayız. Resmin derinlik oluşturmada güçlü bir etki yapan koyu renkler kompozisyonun üst kısmında yer alırken açık renkler Margarita figüründe ve etrafında görülmektedir. Kırmızı ve yeşilin ayrı varyasyonlarının oluşturduğu karşıtlık, koyu renklerin egemenliğindeki açık renklerde de kendini göstermektedir.

Picasso'nun 'Nedimeler'inde ise Velazquez'in renk tercihinin tam karşıtı ile karşılaşmaktayız. Velazquez sıcak egemen rengi kullanmışken Picasso neredeyse monokrom diyebileceğimiz mavinin

varyasyonlarını tercih etmiş, resminde sıcak hiçbir renge yer vermemiştir. Açık orta ve koyu mavilerin oluşturduğu renksel denge resmin bütününde görülmektedir.

#### 1.1.15. Işık

Resimde ışığı üç ayrı biçimde adlandırmak ya da değerlendirmek söz konusudur. Bunlar ilahi ışık, doğal ışık ve idealize edilmiş ışıktır. Velazquez'in resmindeki figür ve objeler, resmin sağ tarafındaki pencereden gelen 'doğal ışık' ile aydınlatılmıştır.

Barok, bir düzensizlik izlenimi uyandırmadan, ışığı, sadece canlı gerginliği yükseltmek için, bir tarafa vurdurur. Tablonun bütün kısımlarında aynı derecede doygun bir ışık dağılışı onca ölüdür (Wölfflin, 1985, s. 155). Bu doygun olmayan ışık, Resim 10. da İnfanta Margarita'nın yüzüne, saçlarına ve kıyafetine doğrudan gelmekte ve sanki ondan tekrar etrafa yayılmakta gibidir. Kompozisyonun alt merkezindeki Margarita, ön plana çıkarılmak istenmekte, özellikle saçlarındaki ve elbisesindeki ışık oyunları diğer figürleri ikinci plana atmaktadır.



**Resim 10.** Las Meninas, Resim 1'den detay (URL 5).

Velazquez'de saçlar tıpkı gerçek saçlar gibidir, ama ne tek tek bir saç lülesi ne de saç teli kendi başına tasvir edilmiş değildir, hepsi, nesnel maddeyle çok uzaktan bir ilişkisi bulunan bir ışık fenomeni haline gelmiştir (Wölfflin, 1985, s. 62). Bu da Margarita figürünü diğer figürlerden ayrı bir yere koymaktadır.

Picasso'nun 'Nedimeler'inde, pencerelerden gelen ışığın duvarda oluşturduğu açık rengi ve hemen yanında koyu bir gölgeyi görmek olasıdır. Ayrıca Nieto figürünün sağ tarafından süzülen ışık hüzmeleri de kapalı mekana giren doğal ışık etkisini vermektedir. Ancak resimdeki figürler ve nesnelere üzerinde bir ışık-gölgenin varlığından söz etmek olası değildir. Bu da Picasso'nun Kübik anlayıştaki resminin kaçınılmaz bir sonucudur.

#### 1.1.16. Mekan

Her iki 'Nedimeler' resminde de figürler ve nesnelere bir odanın içinde yer almaktadır bu da bize 'kapalı mekan' izlenimini verir. Bu kapalı mekanda Velazquez, hem figürlerdeki geriye gittikçe oluşturulmuş küçülme ile hem de duvar, pencere ve objelerdeki çizgi perspektifi ile aşağıda Wölfflin'in de değindiği bir derinlik algısı uyandırmaktadır.

Tamamıyla barok üslubunu belirten bazı motifler de görülmektedir. Bunların en başında nesnelere perspektifle küçülme tarzı, özellikle ön plandakilerin arka plandakilere göre aldığı boyutlar gelir. Bu yakın bakış noktasının sebep olduğu ani küçülme kuvvetli bir derinlik hareketi meydana gelmektedir (Wölfflin, 1985, s. 103).

Picasso kübik anlatımdaki eserinde de her ne kadar tek açılı merkezci perspektif kuralını dışlamış olsa da, hem figürlerdeki küçülme hem de duvar ve tavan çizgilerindeki açı kapalı mekanda derinlik duygusu uyandırmaktadır.

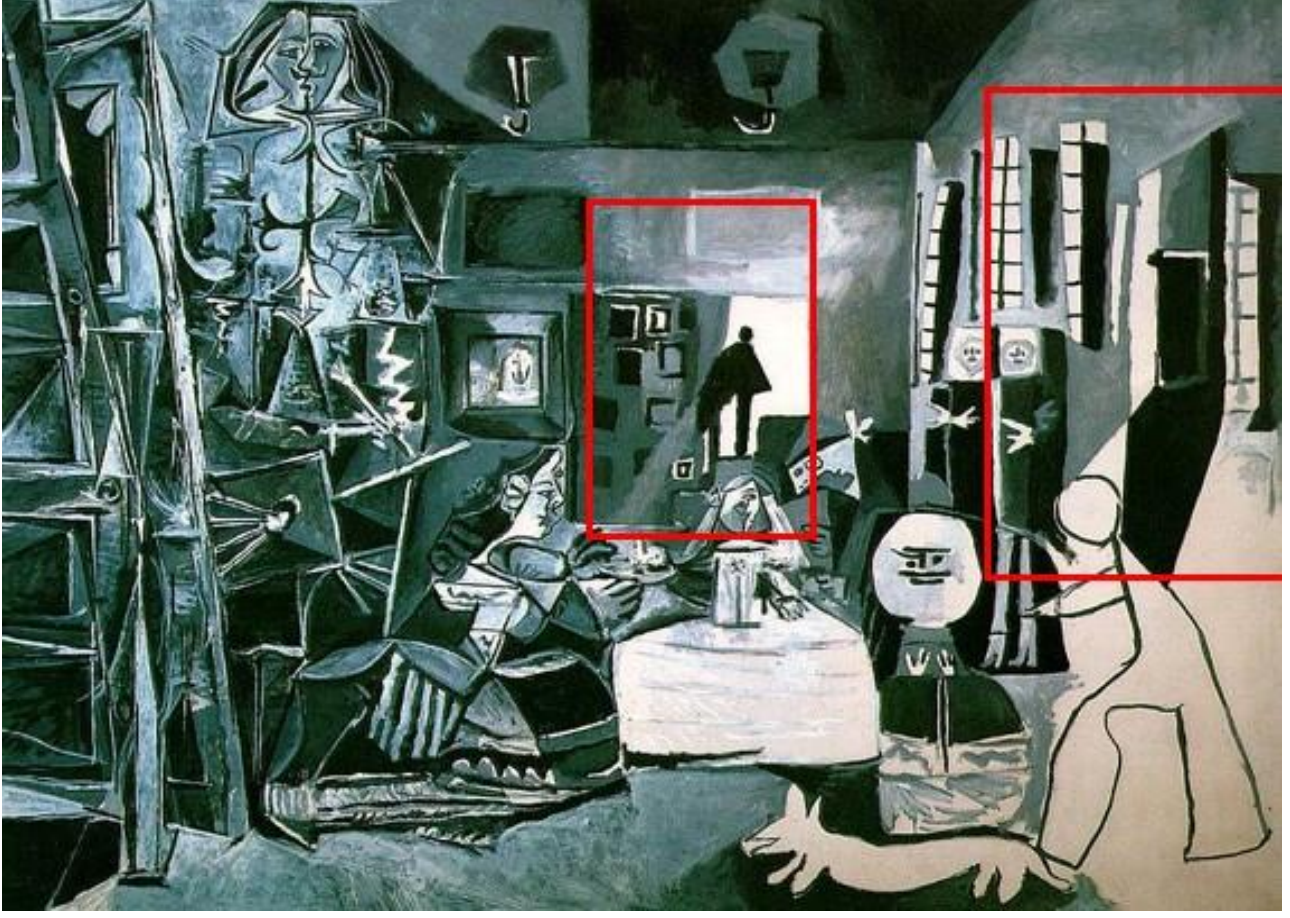
Picasso, figürle, onun içinde yer aldığı mekanı, birbirinden kopmayan öğeler olarak görüyordu. Yani boşluğu "maddeleştiriyordu". (Özsezgin, 1993, s.115). Bu maddeleşmiş boşluk figürlerle bir bütünlük oluşturarak mekanda figür, obje ve mekan ilişkisini geometrik bir anlatıma büründürmektedir.

#### 1.1.17. Zaman

Resimde zaman kavramını iki ayrı bakımdan ele almamız olasıdır. Bunlardan ilki resimdeki ışık durumu, ışığın kaynağı ve figürler üzerindeki ışık şiddeti ve yönü doğrultusunda, kompozisyonun günün hangi zaman dilimine ilişkin olduğunun belirlenmesidir. Bu bağlamda hem Velazquez'in hem de Picasso'nun Nedimeler'indeki zaman dilimi için günün hemen öğleden önceki saati ya da hemen öğleden sonraki saati olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Velazquez'in resminde, kompozisyonun sağ tarafındaki pencereden gelen ışığın figürler üzerindeki açısı bu belirlememizi sağlamaktadır. Arka plandaki kapının önünde duran saray nazırı Don Jose Nieto figürünün arkasındaki ışık da gündüzü vermekte ancak gündüzün hangi zaman dilimine ilişkin olduğunu belirten bir ışık oyunu söz konusu değildir.

Picasso'nun resminde ise; yine Resim 11'deki sağ taraftaki pencereden gelen ışığın varlığından söz edilebilir. Bu ışık resimdeki figürler üzerinde bir zaman belirlemesi oluşturmamaktadır. Ancak pencereye ait duvar üzerine düşen ve gölge izlenimi veren koyuluğun açısı bize zaman dilimi konusunda fikir vermektedir. Ayrıca, Resim 11'de ortada kırmızı dikdörtgen ile belirtilen Don Jose Nieto figürünün hemen solundan süzülen ışığın açısı, pencere duvarındaki gölgenin açısı ile paralellik oluşturmaktadır.





**Resim 11.** Picasso, Las Meninas, Resimde zaman belirlemesi.

Resimdeki zaman kavramı, sanatçının tercihine bağlı olarak olay örgüsünün ya da durum tespitinin aktarılmasına yardımcı olan tasarımın hareket-hareketsizlik ilkesiyle ilişkilidir (Şentürk, 2012, s. 25). Resimdeki zaman kavramının belirlenmesindeki ikinci durum da Şentürk'ün yukarıda değindiği hareket-hareketsizlik ilkesine göre yapılabilir. Zamanın hareket ile ilişki, durağan ve durağan olmayan durumu söz konusu olduğunda böyle bir belirlemenin ya da yaklaşımın yanlış olmayacağı açıktır. Her iki resimde bu bağlamda yaklaştığımızda, Velazquez'in resmindeki figürlerin daha durağan bir izlenim verdiği açıktır. Bu da Velazquez'in belli bir zaman dilimini sabitlemek istediğini ortaya koymaktadır. Buna karşın Picasso'nun Nedimeler 'indeki figürler, Kübizm 'inde bir sonucu olarak daha dinamik bir etki yapmaktadır. Hareket-hareketsizlik ilkesi bağlamında yaklaşıldığında her iki resim arasında yukarıda değinilen ayırmadan söz etmek olasıdır.

### Sonuç

Analizi yapılan eserleri kompozisyon açısından ele aldığımızda, hem Velázquez'in Nedimeler (Las Meninas) adlı eserinde hem de Picasso'nun bu eseri yorumladığı çalışmasında, kompozisyonun "kapalı" ve "asimetrik" bir yapıya sahip olduğu vurgulanmaktadır. Her iki sanatçı da, figürleri ve nesnelere tuvalin sınırları içinde yerleştirerek, kompozisyonun belirgin bir biçimde kapalı olmasını sağlamışlardır. Bu, figürlerin ve objelerin sınırlar içinde düzenlenmesiyle izleyiciye belirli bir alan duygusu vermektedir.

Velázquez'in eserinde, figürlerin asimetrik bir şekilde dağılımı, simetrisinin terk edilmesi ve dengeli bir yapı oluşturması kompozisyonu güçlendiren unsurlar arasında yer almaktadır. Figürler, merkezdeki İnfanta Margarita etrafında, sağda üç, solda ise iki figürle asimetrik bir düzenleme ile dengelenmiştir. Bu yapı, figürlerin yerleşiminin canlı ve dinamik bir his uyandırmasına neden olmaktadır. Picasso'nun eserinde ise benzer bir asimetri, ancak Kübizm'in özellikleriyle şekillenen bir bütünlük içinde, organik formlar ve geometrik düzlemler aracılığıyla oluşturulmuştur. Bu sayede Picasso, Velázquez'in kompozisyonuna saygı göstererek, ancak kendi sanatsal diliyle yeniden yapılandırma yapmıştır.

Picasso'nun Nedimeler'i yorumlayışı, geleneksel figüratif öğeleri parçalayarak ve yeniden kurarak, eserin tarihsel ve kültürel bağlamını dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, resmin figürlerinin mekânla bir bütünlük içinde kaynaşmasıyla belirginleşmektedir. Velázquez'in gerçekçi anlatımı, Picasso'nun modernist yaklaşımıyla karşılaştırıldığında, her iki sanatçının kompozisyon anlayışındaki farklılıkları ve benzerlikleri açıkça gözler önüne sermektedir.

Her iki sanatçı da kompozisyonlarında kapalı ve asimetrik bir düzen kullanmış, figürlerin ve nesnelerin yerleşimiyle mekânın derinliğini ve dinamiğini yaratmışlardır. Velázquez, Barok sanatının ışık, derinlik ve denge anlayışını yansıtırken, Picasso ise Kübizm'in soyutlama ve geometrik yeniden yapılandırma ilkelerini kullanarak, eserin özgünlüğünü kendi tarzında sunmuştur.

Velázquez'in eserinde açık form kullanımı, figürler ve nesneler arasındaki etkileşimi daha dinamik hale getirirken, Picasso'nun eserinde kapalı form anlayışı, figürlerin ve nesnelerin belirgin sınırlarla tanımlandığı, daha sabit ve kesin bir görsel dil yaratmaktadır. Bu form farklılıkları, her iki sanatçının üslup anlayışlarını ve resimlerinde nasıl bir anlatım dili kullandıklarını açıkça ortaya koymaktadır.

Velázquez'in koyu tonlar kullanarak dramatik ve hacimsel derinlik yaratması, esere yoğun bir ışık-gölge dinamizmi kazandırırken, Picasso'nun orta tonlarla ve monokrom bir paletle figürlerin geometrik formlarını öne çıkarması, eserine soyutlayıcı bir etki ve denge sağlamaktadır. Her iki sanatçı da farklı ton değerleriyle eserlerine belirgin bir görsel dil kazandırmış, ancak bu dil, kullandıkları renk paleti ve ton dengesiyle farklı estetik anlayışlarını yansıtmaktadır.

Sanatçıların zaman kavramını eserlerinde nasıl ele aldıkları, tercih ettikleri hareket ve hareketsizlik ilkelerine göre değişkenlik göstermektedir. Hareket-hareketsizlik ilkesine dayanarak yapılan değerlendirmeye göre, Velázquez'in eserinde figürlerin durağan bir izlenim bırakması, sanatçının belirli bir zaman dilimini sabitleme isteğini yansıtmaktadır. Buna karşın, Picasso'nun Nedimeler adlı eserindeki figürler, Kübizm'in etkisiyle daha dinamik bir izlenim sunmakta ve zamanın akışını daha hareketli bir şekilde betimlemektedir. Bu bağlamda, her iki sanatçının eserleri arasındaki farklılıklar, onların zaman algısını ve temsil biçimlerini nasıl ele aldıklarını açıkça ortaya koymaktadır. Bu karşılaştırma, her iki dönemin sanat anlayışını ve zamanın anlatımında sanattaki rolünü daha derinlemesine anlamamıza olanak sağlamaktadır.

Zaman kavramına günün hangi vakti açısından baktığımızda ise her iki eserde de zaman, ışığın yönü ve şiddeti ile kompozisyonun düzeni üzerinden belirlenmiştir. Hem Velázquez'in hem de Picasso'nun eserlerinde, günün belirli saatlerine ait ışık oyunları ve ışığın figürler üzerindeki etkisi zaman dilimi hakkında ipuçları sunmaktadır. Velázquez'in Las Meninas eserinde, sağdaki pencereden

gelen ışığın açısı, kompozisyonun sabahın erken saatlerine veya öğleden sonrasının başlarına ait olduğunu düşündürmektedir. Ancak, arka plandaki ışık oyunları, zamanın kesin bir dilimini tanımlamaktan çok, genel bir gündüz izlenimi yaratmaktadır. Picasso'nun Nedimelerinde ise, sağdaki pencereden gelen ışığın figürler üzerinde belirgin bir zaman dilimi oluşturmaya da, pencere duvarındaki gölge ve ışığın açısı, eserin öğleden önce veya öğleden sonra ile ilişkilendirilebileceği bir zaman dilimi fikrini desteklemektedir. Her iki sanatçının eserinde de, zaman algısının ışık ve gölge kullanımıyla farklı şekilde temsil edilmesi, her bir sanatçının zamanın akışını ve atmosferini farklı bir biçimde değerlendirdiğini göstermektedir.

Her iki sanatçı da mekanın algısını farklı yöntemlerle işlese de, hem Velázquez'in barok perspektifiyle hem de Picasso'nun kübik yaklaşımıyla mekansal bütünlük ve derinlik duygusu yaratılmıştır. Velázquez'in eserlerinde bu derinlik, çizgisel perspektif, hava perspektifi ve figürlerin boyutlarıyla sağlanırken, Picasso'nun kübizminde figürlerin ve mekânın birleşimiyle yeni bir biçimsel anlatım ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde her iki sanatçı da, mekanın yalnızca görsel bir arka plan olmanın ötesinde, eserin anlatsal ve yapısal bir parçası olarak işlev görmesini sağlamıştır.

Metnin ışıkla ilgili değerlendirmesine baktığımızda ise, Velázquez'in eserinde ışığın oldukça özgün ve anlam yüklü bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Velázquez'in ışık kullanımı, yalnızca sahnenin doğal aydınlatmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kompozisyonun yapısal ve dramatik etkisini güçlendirmektedir. Işık, hem figürleri ön plana çıkarmakta hem de her detayın arkasındaki anlamı derinleştirmektedir. Bu ışık oyunları, eserin duygusal yoğunluğunu artırarak izleyiciye hem görsel hem de ruhsal bir deneyim sunmaktadır. Picasso'nun Nedimeler adlı eserinde ışık ve gölge kullanımının geleneksel anlayışlardan farklı bir biçimde ele alındığı ortaya çıkarken resmin pencerelerden gelen ışık, duvarda açık renkli bir alan ve koyu bir gölge oluşturmasına rağmen, figürler ve nesnelere üzerinde belirgin bir ışık-gölge etkisi gözlemlenmemektedir. Bu, Picasso'nun Kübizm'deki estetik yaklaşımının bir sonucudur. Kübizmde, ışık-gölge gibi geleneksel perspektif araçları yerine, mekân ve figür arasındaki ilişkiler geometrik formlar ve düzlemler aracılığıyla ele alınmaktadır. Bu tarzda, ışığın ve gölgenin figürlerin hacimlerini belirlemedeki rolü minimaldir, çünkü figürler ve nesnelere, izleyicinin bakış açısından bağımsız, düzlemler ve yüzeyler halinde sunulmuşlardır. Bu durum, Picasso'nun mekânı ve figürleri tamamen farklı bir şekilde ele almasının bir yansımasıdır ve eserde daha soyut bir anlatım dili oluşturmaktadır.

Sonuç olarak Velázquez'in Nedimeler (Las Meninas) ve Picasso'nun aynı isme sahip eseri arasındaki derin bağlantılar ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Her iki resim, hem kendi içlerinde hem de karşılaştırmalı olarak sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. İkonografik ve plastik çözümlerle, her iki eserin figürleri, kompozisyonları, ışık-gölge kullanımları, renk paletleri ve diğer görsel öğeleri detaylı bir biçimde incelenmiştir. Bu süreçte, her iki sanatçının eserleriyle ilgili geleneksel bilgilerle birlikte yeni değerlendirmeler yapılmış ve resimlerin hem reel hem de irreel tabakaları belirlenmiştir.

Velázquez'in eseri, Barok sanatının derinlik, ışık ve dramatik anlatım dilini yansıtırken, Picasso'nun yorumu, Kübizm'in soyutlama ve geometrik yeniden yapılandırma ilkelerini benimseyerek geleneksel resim dilini dönüştürmüştür. Her iki sanatçı da Nedimeler üzerinde kendi dönemlerinin ve üsluplarının izlerini bırakmış, ancak Velázquez'in gerçekçi ve derinlikli anlatımı ile Picasso'nun soyut ve

biçimsel yorumu arasında güçlü bir karşıtlık yaratmıştır. Bu analiz, her iki eserin sanatsal ve teknik açıdan nasıl farklı bir dil oluşturduğunu ve sanat tarihindeki önemli yerlerini vurgulamaktadır.

### **Etik Kurul İzni**

Bu makale etik kurul izni gerektiren bir çalışma gurubunda yer almamaktadır.



## Kaynakça

- Dixon, A. G. (2010). *Sanat atlası*. Boyut Yayınları.
- Farthing, S. (2012). *Sanatın tüm öyküsü*. Hayalperest Yayınları.
- Gombrich, E. H. (1986). *Sanatın öyküsü*. E. H. Remzi Kitapevi Yayınları.
- Hours, M. (2001). *Başyapıtların gizemli dünyası*. İmge Kitapevi Yayınları.
- Krausse, A. C. (2005). *Rönesanstan günümüze resim sanatının öyküsü* (Çev. D. Zaptçioğlu). Literatür Yayıncılık.
- Lowry, B. (1972). *Sanatı görmek* (Çev. Z. Güvemli & N. Yurtsever). İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öncel, M. (2004). *Resim ve heykelin öyküsü*. Boyut Yayın Grubu.
- Özsezgin, K. (1993). *Sanat eserlerini inceleme*, (1993). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Petrov, G. (1979), *Olaylar içinde büyük sanatçılar ve üstün yapıtları*. İnkılap ve Aka Basımevi Yayınları.
- Şentürk, L. V. (2012). *Analitik resim çözümlenmeleri*. Ayrıntı Yayınları.
- Turani, A. (1983). *Dünya sanat tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Walther, I. F. (1997). *Picasso, öncü ressamlar, taschen* (Çev. A. Antmen). ABC Kitapevi Yayınları.
- Wölfflin, H. (1985). *Sanat tarihinin temel kavramları* (Çev. H. Örs). Remzi Kitapevi Yayınları.
- URL 1. [https://en.wikipedia.org/wiki/Las\\_Meninas\\_\(Picasso\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Las_Meninas_(Picasso))
- URL 2. <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/las-meninas/9fdc7800-9ade-48b0-ab8b-edee94ea877f> [09.06.2022].
- URL 3. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Picasso\\_Las\\_Meninas.jpg](https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Picasso_Las_Meninas.jpg)
- URL 4. <http://www.meraklinane.com/2019/04/pablo-picasso.html>
- URL 5. <https://www.naturalpigments.eu/artist-materials/diego-velazquez-color-palette>



## 135 NUMARALI 1745 TARİHLİ KAYSERİ ŞER'İYYE SİCİLİNE GÖRE OSMANLI TOPLUMUNDA KADINLAR\*

 Bilge ÖZSİPAHİOĞLU<sup>a</sup>

 Mehmet İNBAŞI<sup>b</sup>

### Öz

Osmanlı Devleti kuruluşundan yıkılışına kadar idarî ve iktisadî yönetimini kayıt altına almış ve günümüze çok geniş bir arşiv kaynağı bırakmıştır. Bu arşiv kaynaklarından biri olan Şer'îyye sicilleri Osmanlı Devleti'nin hukuk tatbikini gösteren birinci elden kaynaklardır. Şer'î mahkemeler toplumun her kesimi tarafından çeşitli sorun veya anlaşmalar üzerine başvurulmuş bir kurum olma niteliği taşır. Bundan dolayı bu kurumları kadınların da çeşitli sebeplerle sıkça varlığını gösterdiği bir yer olarak görmek mümkündür. Toplumun her kesiminden araştırmacılara bilgi sağlayabilecek bir potansiyelde olan şer'î mahkemeler, Osmanlı toplumunda yaşayan kadınların da sosyal ve ekonomik hayatta nasıl ve ne şekilde var olduklarını göstermek amacıyla araştırmacılara önemli bir kaynak sağlar. Bu kaynaklardan edinilen bilgiler ışığında toplumu oluşturan unsurlar daha iyi bir şekilde aydınlatılır. Bu bilgileri yerel ölçekte gösterebilmek için Kayseri 135 numaralı şer'îyye sicili bu çalışmaya konu yapılmıştır. Kayseri şehrine ait 289 adet şer'îyye sicili bulunmaktadır. Bu sicillerin 70 adeti transkript edilerek çeşitli çalışmalara konu olmuştur. (Bu bilgilere Kayseri Uygulama ve Araştırma Merkezi ve Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Veri Tabanı'ndan ulaşılmıştır.) Söz konusu bu çalışma ise 135 numaralı ve 1745 tarihli Kayseri Şer'îyye sicilinin 1-106 sayfalarına yansıyan dava kayıtlarında kadınların, Osmanlı hukukunda var olan yerini, belgelerin nasıl ve hangi amaçla düzenlendiğini belirterek, kadınların Osmanlı hukuk mekanizmasını kullanma pratiklerini gösterme amacıyla hazırlanmıştır. Aynı zamanda bu çalışmayla Osmanlı taşrasındaki bir kentte kadınların sosyo-kültürel ve ekonomik hayatın içindeki yerlerinden kesit sunularak toplum hayatında kadınların da etkin olduğu vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı Devleti, 18. Yüzyıl, Şer'îyye sicili, Kayseri, Kadın.



### WOMAN IN THE OTTOMAN SOCIETY ACCORDING TO THE KAYSERİ COURT RECORD NUMBER 135 DATED 1745

#### Abstract

The Ottoman State recorded its administrative and economic administration from its foundation to its collapse and left a very large archive source to the present day. One of these archive sources, the Sharia records, are first-hand sources showing the legal practice of the Ottoman State. Since Sharia courts are institutions that are

\* Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "135 Numaralı Kayseri Şer'îyye Sicilinin (H.1158/M.1745) Transkripsiyon ve Değerlendirilmesi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Ana Bilim Dalı, bilge.ozsipahi@gmail.com

<sup>b</sup> Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, minbasi@erciyes.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 28.06.2024, Makale Kabul Tarihi: 09.12.2024

resorted to by all segments of society for various problems or agreements, it is possible to see them as a place where women frequently showed their presence for various reasons. Sharia courts, which have the potential to provide information to researchers from all segments of society, provide an important source for researchers in order to show how and in what way women living in the Ottoman State existed socially and economically. In the light of the information obtained from the sources, the elements that constitute the society are better illuminated. In order to show this information on a local scale, Kayseri Sharia record numbered 135 was the subject of this study. There are 289 Sharia records belonging to the city of Kayseri. 70 of these registers have been transcribed and have been the subject of various studies. (This information was accessed from the Kayseri Application and Research Center and the Higher Education Institution national thesis database.) This study was prepared with the aim of showing the place of women in Ottoman law in the case records reflected on pages 1-106 of the Kayseri Sharia register numbered 135 and dated 1745, and how and for what purpose the documents were prepared, and the practices of women in using the Ottoman legal mechanism.

**Keywords:** Ottoman Empire, 18<sup>th</sup> Centruy, Şer'iyye registry, Kayseri, Woman.



## Giriş

Şer'iyye Sicilleri bir diğer adıyla Kadı Defterleri Osmanlı Devleti'nde hukuk pratiği çerçevesindeki kararların tutulduğu defterlere verilen isimdir. Bu defterler Osmanlı Devleti'nde hukukun nasıl tatbik edildiğini gösterir. Osmanlı hukukunun çatısını oluşturan iki kaynaktan söz edilebilir: bunlardan biri şer'i yani İslâm hukukudur. İslâm hukukunun kaynakları iki kısımdan oluşur: birincisi aslı kaynaklar olan Kur'an, sünnet, icma' ve kıyas olmak üzere dört unsurdur. İkincisi örf-adet, istislâh, istihsan ve eski hukuk sistemleri gibi kaynaklardır (Akgündüz, 1990, s. 49). Ancak Osmanlı Devleti İslâm hukukunu uygularken bu hukukun boşluklarını yine buna ters düşmeyecek şekilde dönemin gerektirdiği düzenlemeler ve ilavelerle genişletmiştir. Osmanlı padişahlarının münferit ferman ve kanunlarıyla yapılan bu düzenlemelere örfî hukuk adı verilmiştir. (Aydın, 2022, s. 66). Örfî hukuk kurallarının hukuki inkişafı esas itibarıyla Fatih devrine dayanır. Fatih Sultan Mehmet'in mutlak otoritesi devlet teşkilatında ve kanunlarda yaptığı yeniliklerle örfî hukuku hâkim mevkie çıkarmıştır. (İnalçık, 1958, s. 110). Devletin içinde bulunduğu malî, askerî ve idarî şartlar devletin bu şartlara uygun hukukî düzenlemeler yapmasını gerekli kılmıştır. (Şen, vd., 1999). Bu çerçevede Osmanlı hukukunun başlıca iki kaynağı olan şer'î ve örfî hukuk birbirine ters düşmeyecek şekilde birbirini tamamlayacak şekilde uygulanmıştır. İslâm hukuku çerçevesinde özellikle Hanefi mezhebinin görüşleri esas alınarak uygulama yoluna gidilmiş, Hanefi mezhebine aykırı görüşlerin uygulanması bile çok ciddi şartlara bağlanmıştır. (Cin & Akgündüz, 1990). Bunun yanında Türk devletlerinden miras kalan çeşitli uygulamalar, fethedilen topraklarda var olan ve Osmanlı hukuk çatısına ters düşmeyecek uygulamalar da Osmanlı hukukunun beslendiği kaynakları oluşturmuştur. İlerleyen dönemlerde özellikle Osmanlı Devleti'nin klasik dönemdeki gücünü kaybetmesi sebebiyle devletin çok uluslu yapısı bazı hukuki düzenlemelerde farklı kaynaklardan beslenmeyi mecburi kılmıştır. Tanzimat dönemi ile birlikte Fransız hukukunun bazı kabulleri sebebiyle hukuk alanında ikilikler ortaya çıkmıştır. Bu ikiliklere örnek teşkil eden kaynak Ahmed Cevdet Paşa başkanlığındaki bir heyet tarafından hazırlanan Mecelle'dir. (Ekinci, 2021, s. 40).

Osmanlı Devleti'nin oluşturduğu bu hukuk külliyyatının tatbiki olan şer'iyeye sicilleri günümüz bakışıyla Osmanlı tarihi çalışan birçok araştırmacı tarafından sıklıkla başvurulmuş arşiv belgelerinin başında gelen birinci elden kaynaklardır. Bu kaynaklar Osmanlı Devleti'nde hukukun nasıl tatbik edildiğini göstermesinin yanında kayıt altına alınan yörenin birçok yönünü gözler önüne serer. Bunlar arasında bölgenin nüfus yapısı, ekonomik durumu, müslim-gayrimüslim halkların durumu, kayıt altına alınan yıllara ait hukuki işlemler bağlamında satış, borç verme, noter işleri gibi ticari hayata; boşanma, köle azadı, tecavüz, hırsızlık, cinayet olayları gibi sosyal hayata dair konular bulunmaktadır. Ayrıca Divan-ı Hümayun'dan kadınlara ve diğer taşra görevlilerine yollanan emirler de yer almaktadır. (Faroqhi, 2003, s.56). Daha birçok konuya dair bilgi potansiyeline sahip olan Şer'iyeye sicilleri çok boyutlu bir kaynak özelliğine sahiptir.

Şer'iyeye sicillerinin araştırmacılara sunduğu çok boyutlu yapısı sayesinde spesifik konularda birçok çalışma kaleme alınmıştır. Söz konusu çalışmayı da kapsayan kadınlarla ilgili şer'iyeye sicilleri kaynak alınarak birçok tez, makale, bildiri yayınlanmış ve Osmanlı toplumunda yaşayan kadınların sosyal ve ekonomik hayata ne derece katıldığı izah edilmeye çalışılmıştır. Bu konuda yapılan çalışmaların hepsini burada izah etmek ayrı bir çalışmanın konusu olacak kadar kapsamlıdır. Bu yüzden konuya örnek teşkil edecek birkaç çalışmadan bahsetmek faydalı olacaktır. Kayseri şer'iyeye sicillerinde yer alan kadınlarla ilgili bir çalışma olan ve Rümeyza Kars tarafından kaleme alınan "Osmanlı Toplumunda Kadın Olmak: Kayseri Örneği 1700-1720" adlı çalışma bu konuyu daha kapsamlı bir çerçevede ele almıştır. Diğer yandan şer'iyeye sicilleri ışığında kadınların varlığını gösteren çalışmalar başka şehirlerin sicillerinde de benzer şekilde ortaya konmaya çalışılmıştır. Mustafa Akbel tarafından kaleme alınan "Galata Şer'iyeye Sicilleri Işığında Osmanlıda Kadınların Ekonomik Hayattaki Tasarrufları" adlı makalede kadınların ekonomik hayattaki varlığı izah edilmiştir. Kadınların ekonomik statüsü birçok şehrin sicillerinde çalışmaya konu olmuştur. Bir başka şehir olan "Amasya'da Şer'iyeye Sicillerine Göre Kadının Ekonomik Hayattaki Statüsü" Fadime Albayrak tarafından ortaya konmaya çalışılmıştır. Yine şer'iyeye sicillerinden hareketle kadınlar hakkında yapılan çalışmalardan biri olan Mehmet Emin Ünler tarafından ortaya konan "Şer'iyeye Sicillerine Göre Urfa'da Kadın ve Aile" adlı çalışma kadınların şer'iyeye mahkemelerinde olan varlığını aile kurumu içerisinde izah etmeye çalışmıştır.

Şer'iyeye sicillerinin bir kısmı günümüze tam olarak ulaşmamıştır. Bunun sebepleri arasında sicillerin önemini farkında olmayan kişilerce muhafaza edilememesi ve doğal şartlarının neden olduğu deprem, yangın, sel gibi afetler sayılabilir. Bu kaynakların tamamen yok olmaması ve muhafaza edilmesi için Maarif Vekâleti 3 Kasım 1941 tarihinde 4018/2182 sayılı kararı ile muhtelif yerlerde bulunan sicillerin müze ve kütüphanelere devredilmesini sağlamış, daha sonra Ankara Milli Kütüphane'de toplanma kararı verilmiştir (Gedikle, 2005, s. 188). Günümüzde ise birçok sicile çevrimiçi olarak devlet arşivleri sitesinden erişim sağlanmaktadır.

Kayseri Sancağına ait 290 adet (Özet'te 289 denmiş. Dikkat edilmeli!) Şer'iyeye sicili bulunmakta olup, bu sicillerin kopyası, mikro film ve fotokopisi Kayseri ve Yöresi Araştırmaları Merkezi'nde bulunmaktadır (Selçuk, 2008, s. 8). Bu makaleye konu olan 135 numaralı Kayseri Şer'iyeye sicili ise hicri 1158, miladi 1745 tarihli olup 1-106 sayfalarını içeren hükümler göz önüne alınarak, kadınların dava



kayıtlarındaki konuları incelenmiştir. Kadınların mağdur veya fail olduğu konularla ilgili başlıklar düzenlenerek sicilden örnekler verilmiştir.

### A. 135 NUMARALI ŞER'İYYE SİCİLİNE GÖRE KADINLARIN MAHKEMEYE BAŞVURDUKLARI KONULAR

135 numaralı Şer'iyye sicilindeki kayıtlar incelendiğinde kadınların sosyal hayattaki varlığı ve etkinliği göze çarpmaktadır. Sicilde iki yüz seksen bir dava kaydı olmakla birlikte davalarda geçen isimlere bakıldığında, davacı veya davalıların üçte birinin kadınlardan oluştuğu görülür. Sicildeki diğer davaların çoğunda da yine kadınların isimleri geçmektedir. Kadınların bulunduğu davalardaki konular tek bir konuda değil birçok farklı konuda kayıt altına alınmıştır.

**Tablo 1.** Sicilde Yer Alan Bazı Davalara İlişkin Kadınların Taraf Olduğu Kayıtlar

Dava Konu	Dava Sayısı
Alım-Satım	33
Vasilik	21
Nafaka	17
Mihr	9
Boşanma	3
Gasp, Yaralama ve Ölüm	3
Gayriahlaki suçtan mahalleden ihraç kararları	3
Toplam	89

Görüldüğü üzere 1745 tarihinde sicile yansıyan ve kadınları ilgilendiren konuların başında mülk alım-satım işlemleri gelmektedir. Bunu vasilik ve nafaka gibi konular izlemektedir. Diğer sicillerde olduğu gibi mihr konusu da kadınların sıklıkla mahkemeye müracaat ettikleri bir husustur. Boşanma ve suç oranının az olduğu gayriahlaki davranışta bulunanlarla ilgili olarak da iki kayıt bulunmaktadır.

#### 1. Alım-Satım

135 numaralı Kayseri Şer'iyye sicilindeki kadınlarla ilgili dava kayıtlarına bakıldığında mülk alım-satımının diğer davalara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Alım-satım kayıtlarına göre kadınlar söz konusu davalarda bazen kendileri adına vekil tayin ederek işlerini yürütmüşlerdir. Vekil tayinleri hakkında "*Medîne-i Kayseriyye'nin İç Kalası sakinelerinden Ümmühani binti Mustafa nâm hatun tarafından husûs-ı âti'l-beyâna vekil olduğu Hacı Mustafa bin Mehmed*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 78). Şeklinde kayıtlar görülmektedir. Bazen de bizzat kendileri vekil kullanmadan alım-satım işlemlerinde bulunmuşlardır. Kadınların vekil tayin etmeden mahkemede şahsen bulunmalarına örnek olarak "*Medîne-i Kayseriyye'de Taşkıncık Mahallesi sakinelerinden işbu râfi'u'l-vesîka Fatma binti Abdullah meclis-i şer'-i kavîmde zevci Ali ibn İbrahim mahzarında üzerine da'vâ ve takrir-i kelâm idüüb*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 18). Şeklinde kayıt bulunmaktadır. Bir mülkün satışı mevzu olduğunda kayıtlarda "*bey*" sözcüğü ile ifade edilmiştir. Bey', sözlükte "mübadele" anlamına gelir ve İslam hukuku terimi olarak satım akdini ifade eder (Bardakoğlu, 1992, s. 13).

1745 tarihli Kayseri Şer'iyye sicilindeki Kadınların alım-satım faaliyetleriyle ilgili olarak kadınların maddi kaynağı nereden temin ettiği sorusu akla gelmektedir. Bu yönde bir soruya cevap verebilmek için

sicildeki alım-satım kayıtlarını incelemek gerekir. Bazı kayıtlarda kadınların söz konusu faaliyette bulunmalarına imkân tanıyan olanağın miras yoluyla elde edildiği belirtilmiştir. Kadınların miras yoluyla maddi kaynak edindiğini gösteren bir kayıtta bu husus “*ceddemiz Mehmed'in terekesinden mahalle-i mezkûrede vâki' beyne'l-ahali üç yüz guruş kıymetlü bir bab menzilden validemiz müteveffâ-yı mezbûre Şerife Fahriye'ye intikal iden sülüs hisse*” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 75). Şeklinde belirtilmiştir. Görüldüğü üzere Fahriye adında bir kadının aile büyüklerinden biri olan Mehmed adlı adamdan miras yoluyla maddi bir kazanç elde ettiği kayıt altına alınmıştır.

**Tablo 2.** Sicilde Yer Alan Davalara İlişkin Kadınların Bir Mülkün Satıcısı Olduğu Kayıtlar

Satıcı	Satın alınan malın türü	Bedeli
Tasa adlı gayr-i müslim kadın	Ev	110 kuruş
Şerife Hatice adlı Müslüman kadın	Tarla hissesi	50 kuruş
Ayşe adlı Müslüman kadın	Tarla	325 kuruş
Şerife Ayşe ve Şerife Ümmügülsüm adlı Müslüman kardeşler	Bağ ve bahçe hissesi	60 kuruş
Seyyide Şerife adlı Müslüman kadın	Bağ ve ev	100 kuruş
Ümmühan adlı Müslüman kadın	Kıymetli mal	70 kuruş
Rahime adlı Müslüman kadın	Malikâne hissesi	140 kuruş
Zeliha adlı Müslüman kadın	Tarla	365 kuruş
Rabia isimli Müslüman kadın	Ev	130 kuruş
Nazlı adlı gayr-i müslim kadın	Bağ ve bahçe	50 kuruş
Şerife İsmi ve Şerife Hatice adlı Müslüman kadınlar	Mülkün türü belirtilmemiştir.	10 kuruş
Kadem adlı gayr-i müslim kadın	Ev	90 kuruş
Cennet adlı Müslüman kadın	Hisseli ev	15 kuruş
Sultan adlı gayr-i müslim kadın	Ev	80 kuruş
Rabia Adlı Müslüman kadın	Bağ	70 kuruş
Şerife Hatice adlı Müslüman kadın	Bağ	100 kuruş
Şerife adlı Müslüman kadın	Dükkân	38 kuruş
Anne Hatice ve kızları Havva, Hayriye adlı Müslüman kadınlar	Ev	85 kuruş
Şerife Fatma adlı Müslüman kadın	Ev	120 kuruş
Şerife Emine adlı Müslüman kadın	Bağ	120 kuruş
Emine adlı Müslüman kadın	Bağ	120 kuruş
Fatma adlı Müslüman kadın	Bağ hissesi	140 kuruş
Sultan adlı gayr-i müslim kadın	Bağ	288 kuruş
Şerife adlı kadın	Mülk hissesi	166 kuruş

Tablodan anlaşılacağı üzere kadınların alım-satım işlemlerinde daha çok satış faaliyetinde buldukları görülmektedir. (Şu tür bir değerlendirme beklenirdi: “Tabloya göre 5-365 kuruş arasında fiyat aralığına sahip mülkler ev hissesi, ev, eşya, bağ, bağ hissesi, mülk hissesi, tarla, yoncalık gibi ürün değişkenliğine sahiptir. Bu değişkenliklerin mülklerin bulunduğu bölge ya da mevkilere göre oluştuğu söylenebilir. Farklı niteliğe sahip mülklerin hisseli satışlarında miktarlar 15-166 kuruş, tam mülkiyet satışlarında 38-365 kuruş aralığında değişiklik göstermektedir.” Yukarıdaki verilerde mülklerin yerleri ile büyüklükleri dikkate alınarak yaklaşık olarak bir evin, bir bağın, bir dükkanın ortalama rayici de tespit edilebilirdi.) Satış işlemlerinde bedeli en pahalı olan kayıt Zeliha adlı kadının üç yüz altmış beş kuruşa tarla sattığı kaydedilmiştir. Bu husus sicilde “*mezbûre Zeliha 'akd-i âti'z-zikrin sudûruna değîn yedimde mülk ve hakkım olub medîne-i mezbûrenin arazi-i memlûkesinden körsaltı nâm mahallede vakî etrâf-ı erba'ası Geneşlioğlu ve Hakkı ve el-Hac Ahmed Efendi mülk ve sarfı tarik-i 'âmm ile mahdûd takriben kırk keyl*

*tohum isti'âb ider bir kut'a tarlayı tarafından icâb ve kabulü hâvî bey' -i kat'î ile mumâ-ileyh es-Seyyid Mehmed Ağa'nın sağır oğlu diger es-Seyyid Mehmed Ağa için mumâ-ileyh es-Seyyid Mehmed Ağa'ya üç yüz altmış beş guruş bey' ve temlik ve teslim eyledikde ol dahi*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 44). Şeklinde kaydedilmiştir. Satış bedeli en az olan kayıt ise on kuruş fiyatla Şerife İsmi ve Şerife Hatice tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu husus sicilde "Şerife İsmi ve Şerife Hatice binti Mustafa taraflarından husûs-ı âti'l-beyâna vekil-i müseceli es-Seyyid Mehmed Ağa ibn es-seyyid Hidayetullah Çelebi meclis-i makûd-i mezkûrede işbu rafî'u'l-vesika (silik) Mustafa mahzarında bi'l-vekâle ikrâr ve takrîr-i kelâm idüb karye-i mezkûrede vâki' etrâf-ı erbaası Köylüoğlu Ahmed bin İbrahim Sofu ve Hacı oğlu merkûm (boşluk) bin Mustafa'ya on guruş bey' ve temlik ve teslim idüb ol dahi" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 55). Şeklinde kaydedilmiştir. Şer'iyye sicillerinde bir mülkün satışı sırasında nasıl bir yol izlendiği konusunda mülk satışları ile ilgili bazı mukayeseler yapmak konuyu ayrıntılandırmakta faydalı olacaktır. Burada sadece kadınların mülk alım ve satımları söz konusu olduğu için sicildeki tüm alım satımlar tabloya aktarılmamıştır.

Buna göre kadınların gerçekleştirdiği Karakürkçü Mahallesi'ndeki bir ev satışının en yüksek bedeli yüz otuz kuruş olarak saptanmıştır (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 46). Yüz otuz kuruşa satılan bu evin özelliğine bakıldığında bir mutfak, evin girişinde yer alan üstü kapalı önü açık sundurma şeklinde gözüken yer, bu sicilde "örtme" olarak geçmektedir. Bir oda ve bir ahır ve bir de müştemilattan bahsedilir. Evi tarif etmek için yapılan izahlar bu evin standart ölçüde bir ev olduğunu göstermektedir. Benzer özelliklere sahip aynı tarihlerdeki İstanbul Maldepe köyünde satılmış olan bir ev ise doksan altı kuruşa satılmıştır (BOA, MŞH, ŞSC.d., 1: 98). Bu durum bize bahse konu olan mülklerin fiyatlarının şehrin içinde bir mahallede ya da dışında bir köyde bulunmasına göre değişiklik gösterdiğini söylemektedir. Ayrıca evin bulunduğu konumla birlikte evin tamamı ya da bir kısmı yani hissesinin satışı da evin bedelini etkileyen bir durumdur: Sicilde yer alan bir kayıta şehrin içinde bir mahallede yer almasına rağmen oldukça düşük fiyata satılan bir ev söz konusudur. Söz konusu ev yukarıda bahsedildiği gibi aynı özelliklere sahip olmasına rağmen on beş kuruşa satılmıştır. Bunun sebebinin evin yarı hissesinin satışından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. (BOA, MŞH, ŞSC.d., 135: 57)

**Tablo 3.** Sicilde Yer Alan Davalara İlişkin Kadınların Bir Mülkün Alıcısı Olduğu Kayıtlar

Alıcı	Satın alınan malın türü	Bedeli
Asvadar isimli gayr-i müslim kadın	Bağ hissesi	40 kuruş
Emine adlı Müslüman kadın	Bağ	60 kuruş
Desine adlı gayr-i müslim kadın	Ev	30 kuruş
Fatma adlı Müslüman kadın	Hisseli ev ve bahçe	200 kuruş
Meryem adlı gayr-i müslim kadın	Yoncalık	25 kuruş
Fatma adlı Müslüman kadın	Ev hissesi	5 kuruş
Halime adlı Müslüman kadın	Bahçe ve bağ	250 kuruş
Güllü adlı gayr-i müslim kadın	Eşya	38 kuruş
Şerife ve Şerife Fatma adlı kadınlar	Bahçe	45 kuruş

Kadınlar alım satım davalarında bazen, kendileri adına vekil tayin ederek işlerini yürütmüşlerdir. Vekil tayinleri, "Medîne-i Kayseriyye'nin İç Kalası sakinelerinden Ümmühani binti Mustafa nâm hatun tarafından husûs-ı âti'l-beyâna vekil olduğu Hacı Mustafa bin Mehmed" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 78). Şeklinde kayıtlara yansımıştır. Bazen de bizzat kendileri vekil kullanmadan alım-satım işlemlerinde bulunmuşlardır. Bir mülkün satışı mevzu olduğunda kayıtlarda "bey" sözcüğü ile ifade edilmiştir. Bey,

sözlükte “mübadele” anlamına gelir ve İslam hukuku terimi olarak satım akdini ifade eder (Bardakoğlu, 1992, s. 13).

Kadınların bir mülkün alıcısı durumunda kayıtlara yansıdığı davalara bir başka örnek olarak sicilde yer alan bir davada Fatma adında bir kadının borca karşılık bir ev ve bahçe satın aldığı kayıt edilmiştir. “Hüseyin nâm kimesne fevtinden üç sene mukaddem babası müteveffâ Hasan Çelebi'den intikâl iden karye-i mezkûrede vâki' menzil ve bağçe ve menkûlat deyni haneden hisse-i irsiyyesine validesi mezbûre Fatma'ya iki yüz guruş bey' takdîm ile bey' ve semenini zimmetinde edâsı lazım deynine takas etmekle mezbûre Fatma'nın mülk-i müşterâsı olmuştur” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 53). Görüldüğü üzere Hüseyin adlı şahsın babasından miras düşen hissesini, Fatma adında kadına borcu karşılığında sattığı kayıt altına alınmıştır.

Söz konusu 135 numaralı Şer'iyye sicilinde kadınların bir mülkün satıcısı durumunda olduğu diğer örnekler bakıldığında Seyyide Şerife adlı bir kadın vekil tayin edip bir ev ve bir bağın kendisine ait olan hissesini Molla Mahmud adında bir şahsa yüz kuruşa satmıştır. Bu husus sicilde “müvekkilem-i mezbûre Seyyide Şerife nısf-ı şâyı'ı karındaşım Şerife Hadice'nin ve nısf-ı şâyı'ı aheri benim olan medîne-i mezbûre bagatından Kayadibi nâm mevzi'de vakî etrâf-ı erbâ'ası Musa oğlu ve Çukurzâde ve Kaflımaz zâde bağları ve tarîk-i hâs ile mahdûd eşcâr ve kürûmu hâvî menzil ve kuyu hâvî takriben on iki ırgadlık bağım benim nısf-ı şâyı'ının Kaflımaz zâde tarafından bir zirâ' arsası merkûm Molla Mahmud'a hibe-i sahiha ile hibe ve ol dahi ittihâb ve kabul bey'-i bât-i sahîh-i şer'î ile merkûm Monla Mahmud'a yüz guruşa bey' ve temlik ve teslîm eylediğimde” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 24). Şeklinde kaydedilmiştir.

Kadınların alım-satım yapabilmeleri sadece Müslüman kadınlara özel bir durum değil gayrimüslim kadınların da mülkleri üzerinden satış yapabilmesi söz konusu olmuş, Şer'iyye sicillerinde gayrimüslim kadınların gayrimenkul mülkiyetine dair çok sayıda kayıt olduğu görülmektedir (Özbek, 2023, s. 96). Gayrimüslim kadınların gayrimenkul satışı, 135 numaralı Şer'iyye sicilinde de kayıt altına alınmıştır. Sicilde yer alan bir davada gayrimüslim bir kadının bağ, bahçe ve eşyasını oğlu İskender'e elli kuruşa sattığı kayıt altına alınmıştır. Bu husus sicilde “Nazlı binti Ağya nâm nasraniye meclis-i makûd-i mezkurda sadrî kebîr oğlu işbu râfiu's-sıfır İskender veled-i Karakoç muvâcehesinde ikrâr ve takrîr-i kelâm idüb akd-i âtî'z-zikrin sudûruna değîn yedimde mülk ve hakkım olub karyede vâki' ma'lûmü'l-hudûd nısf-ı menzil dört karık bağ ve dört müsmire bağçe ve ma'lûmü'l-mikdar eşyayı oğlum mesfûr İskender'e elli guruşa bey' ve temlik ve teslîm eyledikde ol dahî ber-vech-i iştirâ ve temellük ve tesellüm eyledikten sonra semen-i mezkûr elli guruş yedinden tamamen ahz-u kabz eyledim fi-mâ-ba'd mâru'z-zikr nısf-ı menzil ve bağ ve bağçe ve beynimizde ma'lûmü'l-mikdar eşya merkûm İskender'in mülk-i müşterâsı olmuştur” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 53). Şeklinde kaydedilmiştir.

## 2. Vasilik

Fıkıh kitaplarında “hidâne” olarak belirtilen bu müessese, küçük çocukların bakımı, gözetimi ve terbiyesi anlamında kullanılmıştır (Bardakoğlu, 1998, s. 467). Çocukların bakım, gözetim ve terbiyeye muhtaç olduğu yaşlar kız çocuklarında 9-11 erkek çocuklarında 7-9 yaş olarak tespit edilmiştir. (Cin & Akgündüz, 1990, s. 117). Bu yaşlara kadar çocuklar vasisi olduğu kişi ile kalır.

Vasilige ihtiyaç duyulmasının sebebi daha çok babanın vefat etmesiyle aile birliğinin parçalanması neticesinde gerçekleşmiştir. Defterde otuz adet vasilik davası düzenlenmiş olup, bunlardan on dokuz tanesi Müslümanlarla ilgili, on bir tanesi ise gayrimüslimlerle ilgilidir. Söz konusu davalarda, vasilik

görevine getirilen kadınlar on üç farklı kayıta tespit edilmiştir. On üç kaydın, on birinde kadınlar anne olarak kalan iki farklı kayıta ise hala ve anneanne olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** 135 Numaralı Sicilde Geçen Vasilik Davaları

Vasiliğe ihtiyaç duyulan sebep	Dava adedi	Vasiliğe getirilen kişi
Gayrimüslim bir babanın ölümü üzerine iki çocuğun korunması	3	Dede, Anne
Gayrimüslim bir babanın ölümü üzerine bir çocuğun korunması	4	Yakınlığı belirtilmemiş Abraham adlı kişi, Aile büyüğü, Anne, Ağabey
Gayrimüslim bir babanın ölümü üzerine üç çocuğunun korunması	2	Amca, büyük kardeş
Müslüman bir babanın ölümü üzerine bir çocuğunun korunması	6	Anne, yakınlığı belirtilmemiş Hüseyin adlı kişi, Hala, Ağabey, Anneanne
Müslüman bir babanın ölümü üzerine iki çocuğun korunması	5	Anne, Akrafa
Müslüman bir kadının yaşlılık sebebiyle mal ve eşyasını zapt edememe	1	Damadı
Müslüman bir şahsın ölümü üzerine malının korunması	1	Yakınlığı belirtilmemiş Mehmed adlı kişi
Müslüman olan anne ve babanın ölümü üzerine beş çocuğun korunması	1	Yakınlığı belirtilmemiş Ali adlı şahıs
Müslüman bir babanın ölümü üzerine üç çocuğun korunması	1	Amca
Müslüman bir babanın ölümü üzerine beş çocuğun korunması	1	Anne
Gayrimüslim bir babanın ölümü üzerine dört çocuğun korunması	1	Anne
Kayıp olan Müslüman bir şahsın mallarının korunması	1	Amca
Müslüman bir babanın ölümü üzerine dört çocuğun korunması	1	Aile büyüğü
Müslüman bir şahsın vefatı ardından hac görevi için vasiyeti	1	Kardeş

Çalışmanın konusu olan kadınların vasilik görevine getirildiği davaların nasıl düzenlendiğini izah etmek için sicilden örneklerle açıklamak gerekir. Sicilde yer alan bir davada babaları vefat eden üç çocuğun bakımı ve mallarının korunması için anneleri Şerife'nin vasi tayin edildiği kayıt edilmiştir. Bu husus sicilde "*Bundan akdem fevt olan Mehmed ibn Halil'in sulbî sağîr oğulları Ömer ve Mehmed ve Halil'in tesviye umûrlarına ve mal-i mevrûslarını hıfza kibel-i şer'den bir vasî nasb ve tayîn olunmak lazım ve mühim olmakla*", "*sağîrân-i mezbûrunun tesviye umûrlarına ve mal-i mevrûslarını zabt ve hıfza valideleri mezbûre Şerife'yi vasî nasb va tayîn olduğu kabul ve hizmet-i lâzimesi edâ'ya ta'ahhüd ve iltizam etmeğin*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 14). Şeklinde yansımıştır.

Bir başka örnekte ise yine babaları vefat eden çocukların vasilik görevine anneleri Hatice'nin getirildiği kayıt altına alınmıştır. Bu durum sicilde "*Bundan akdem fevt olan Mehmed bin İbrahim Bey sulbî sağîr oğulları Osman ve Ahmed ve Hüseyin ve Mahmud'un sulbiyye sağîre kızları Fatma'nın tesviye-i umûrlarına ve mâl-i mevrûslarını zabt ve hıfza kibel-i şer'den bir vasî nasb ve tayîn olunmak lazım ve mühim olmağla*", "*sağîran-i mezbûranın tesviye-i umûrlarına ve mâl-i mevrûslarına zabt ve hıfza valideleri mezbûre Hadice vasî nasb ve tayîn ol dahi vesâyet-i mezbûre Hadice kabul ve hizmet-i lazimesine edâya ta'ahhüd ve iltizâm etmeğin*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 35). Şeklinde yansımıştır. Buna göre öksüz kalan 4 çocuğun vasilik görevine birçok örnekte olduğu gibi annenin getirildiği kaydedilmiştir.

Sicillerde gayrimüslimlerin vasilik kayıtları da yer almaktadır. Sicilde yer alan bir kayıta Nadros, Neşan, Serkız'ın bakımı ve mallarının korunması için anneleri Ayni'nin vasi tayin edildiği kayıt altına alınmıştır. Bununla ilgili olarak sicilde "*Bundan akdem halik olan Hacir veled-i Neşan nâm zimmînin sulbî sağîr oğulları Nodros ve Neşan ve Serkez ve sulbî sağîr kızı Mernos'un tesviye-i umûrlarına ve mâl-i mevrûslarını zabt ve hıfza kibel-i şer'den bir vasî nasb ve tayîn olunmak lazım ve mühim*", "*sağîrun-i mezbûrun tesviye-i umûrlarına ve mâl-i mevrûslarını zabt ve hıfza validesi mezbûre Ayni vasî nasb ve tayîn eyledikde ol dahi kabul ve hizmet-i lâzimesi edâya ta'ahhüd ve iltizâm etmeğin*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 60). Şeklinde detaylı bir bilgi

vardır. Görüldüğü üzere gayr-i müslim şahıslar da vasi tayin işlemlerini kadı huzurunda şer'i mahkemelerde görüşme imkânı bulmuşlardır. Şer'iyeye sicillerinde sadece Müslümanlara ait kayıtların değil, gayrimüslimlere ait olanların da yer alması Osmanlı toplumunda farklı dini grupların birbirinden izole olmadığını aksine birbirleriyle iletişimde olduğuna dair ipuçları sunar. Bu durum daha çok alım-satım ve borç ilişkileri kayıtlarında daha açık bir şekilde görülür. Sicilde yer alan bir kayıta gayrimüslim bir şahıs olan Yogoz İstanbul'da ortağı olan Sarak'a altı yüz on kuruş değerinde bir senedi Ömer adlı Müslüman bir şahıs vasıtasıyla teslim etmek istemiştir (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 78). Bir başka kayıta Süleyman isimli şahsın Save isimli gayrimüslim bir şahsa bağ ve içinde çeşitli eşyalardan oluşan mülkünü iki yüz otuz kuruşa sattığı kayıt altına alınmıştır (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 81). Görüldüğü gibi Osmanlı toplumunda Müslüman ve gayrimüslim şahıslar birbiriyle anlaşma sağlayarak ticari bağlar kurmuşlardır.

Vasi tayini genelde anne sağ ise mahkeme anneyi vasi görevlendirirdi. Fakat anne dışında başka akrabaların da vasilik görevine getirildiği kayıtlarda yer almıştır. Sicilde var olan bir kayıta babalarının ölümü ardından yetim kalan çocuğun bakımı ve malının korunması görevine, sicilde ceddesi olarak belirtilen aile büyüğü getirilmiştir. Sicilde *"Bundan akdem fevt olan Abbas ibn Ahmed'in sağır oğlu Halil'in tevsiye-i umûrlarına ve mâl-i mevrûsunu zabt ve hıfza kibel-i şer'den bir vâsi nasb ve tayîn olunmak lazım ve mühim", "sağır-i mezbûrun tevsiye-i umûrlarından ve mâl-i mevrûsundan zabt ve hıfza ceddesi mezbûre Raziye'yi vasi nasb ve ta'yin ol dahi kabul itmekle"* (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 83). Şeklinde kaydedilmiştir.

Başka bir davada babası vefat eden Ümmügülsüm'ün vasilik görevine halası Fatma getirilmiştir. Sicilde bu husus *"Bundan akdem fevt olan Hasan ibn Hasan'ın sulbîyye sağire kızı Ümmügülsüm'ün tesviye umûrunu rü'yet ve mâl-i mevrûslerine zabt ve hıfza kibel-i şer'den bir vasi nasb ve tayîn olunmak lazım", "sağire-i mezbûrenin tesviye-i umûrunu rü'yet ve mâl-i mevrûsunu zabt ve hıfza ebü'l-ümm halası mezbûre Fatma'yı vasi nasb ve tayîn eyledikde"* (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 46). Şeklinde kaydedilmiştir. Buna göre vasi tayin davalarında birinci dereceden yakını olmayan fakat aile bireylerinden olan halanın da vasilik görevine getirildiği tespit edilmiştir.

Vasilik sadece baba, anne ölümünden dolayı bakıma muhtaç çocukların varlığından duyulan bir ihtiyaç değildir. İhtiyarlamış olmak ve kendi işini halledemeyecek vaziyette olan yaşlılar adına da vasi atandığı tespit edilmiştir. Sicilde yer alan bir davada *"Fatma binti Abdussamed nâm hatun pir u ihtiyâr ve matûhe olub umûrunu rü'yete kâdir olmamağla emvâl ve eşyasına ve ecdad evkâfından hissesini zabt ve hıfza kibel-i şer'den bir vasî nasb ve tayîn olunmak", "mezbûre Fatma'nın emvâl ve eşya ve mal vakıfdan hissesine zabt ve hıfza damadı merkûm Süleyman Ağa'yi vasî nasb ve tayîn eyledikde"* (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 28). Şeklinde belirtildiği üzere ihtiyarlamış olan Fatma'nın mal ve eşyasını ve ayrıca vakıf hissesini zapt edecek bir vasiye ihtiyaç olunmuş ve bu göreve damadı Süleyman Ağa adlı şahıs getirilmiştir.

### 3. Nafaka

Nafaka, sözlükte çıkmak, gitmek, sarf etmek anlamına gelir ve bir kimsenin eş ve çocuklarına sarf ve infak ettiği şeye denir (Cin, 1988, s. 196). Sicilde on yedi farklı nafaka davası kayıt altına alınmıştır. Bunlardan on beş tanesi Müslümanlar adına iki tanesi ise gayrimüslimler adına düzenlemiştir. 135

numaralı Şer'iyeye sicilinde yer alan nafaka davalarının sebebi ve ne kadar nafaka bağlandığı aşağıda yer alan tabloda daha ayrıntılı bir şekilde aktarılmıştır.

Sicilde yer alan nafaka davalarına bakıldığında, dört farklı kayıta eşi vefat eden kadınların, çocukları için nafaka talebinde bulunması üzerine dava görülmüştür. “Medîne-i Kayseriyye’de Bağcıvan Mahallesi sükkânından iken bundan akdem fevt olan el-Hac Musa Ağa ibn Mustafa’nın sülbiyye sağîre kızları Hatice ve Emetullahın validesi işbu râfi’ü’l-vesîka Fatma binti el-Hac Ali nâm hatun meclis-i şer’-i kavîmde takrîr-i kelâm idüüb hâlâ hicr-i terbiyemde olan kızlarım sağîretân-ı mezbûretanın nafaka ve kisveye eşedd-i ihtiyaçları olmakla” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 48), bir başka kayıta “Medîne-i Kayseriyye’de Bekdaş Mahallesi sükkânından iken bundan akdem fevt olan el-Hac Mehmed bin Hasan’ın zevcesi işbu râfi’ü’l-vesîka Şerife Hatice binti es-Seyyid Mehmed Ağa nâm hatun meclis-i şer’-i kavîmde takrîr-i kelâm idüüb sağîr oğlum es-Seyyid Mehmed ve sağîre kızlarım Seyyide Şerife Fatma’ya nafaka ve kisveye eşedd-i ihtiyaçları bulunmağla” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 86). Görüldüğü üzere nafaka talepleri kadınlar tarafından dul kalmalarıyla birlikte çocuklarının da öksüz kalmasından dolayı, yaşamsal faaliyetlerini sürdürme için talep edilmiştir.

Nafaka bağlanması sadece babanın ölümü üzerine gerçekleşen bir durum değildir. Bakıma muhtaç çocukların babaları hayattayken de nafaka bağlanabilirdi. Sicilde yer alan bir davada bir anne çocuğunun babasından nafaka talep etmiştir. “İşbu hâzır-ı bi’l-meclis zevc-i matlûkum es-Seyyid Hasan’ın verasetinden hasıl ve benden mütevellid üç yaşında sağîr oğlum es-Seyyid Mehmed ve dört yaşında sağîre kızım Şerife Fatma’nın nafaka ve kisveye eşedd ihtiyaçları olmaları ile...” söz konusu davada kadının kararı “Tarih-i kitabdan her birine sekiz akçe külle yevmin on altı akçe akçe nafaka ve kisve bahâ farz ve takdîr...” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 61). Görüldüğü üzere Kadı Efendi söz konusu davada, babanın anneye on altı akçe nafaka vermesi hükmünü getirmiştir.

Yine nafakaya ihtiyaç olan başka bir davada ise kocanın, karısının yanında olmaması kayıt altına alınmıştır. “Medîne-i Kayseriyye’de Kürtler Mahallesi sakinelerinden işbu râfi’ü’l-vesîka Esmâ binti Mahmud nâm hatun meclis-i şer’-i kavîmde takrîr-i kelâm idüüb hâlâ taht-ı nikâhında olduğum zevcim Ömer bin Ali beni bilâ-nafaka velâ kisve birağub diyar-ı ahare gitmekle benim nafaka ve kisveye eşedd-i ihtiyacım olmağla” Bu davada Kadı, kocanın, karısının yanında olmamasından dolayı ve kadının ihtiyaçlarının karşılanması için günlük 9 akçe nafaka bağlanması kararı vermiştir. Sicilde “Tarih-i kitabdan yevmi dokuz akçe zevci merkûm Ömer üzerine nafaka ve kisvebaha farz ve takdîr...” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 69). Şeklinde kaydedilmiştir.

Nafaka davalarında, anne dışında çocuğun başka yakınlarının da nafaka talebi kayıt altına alınmıştır. Çocuklara annelik dışında başka yakınlığı olan vasiler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna örnek gösterilebilecek bir davada babası ölen bir çocuğun vasilik görevini yürüten ağabeyi kardeşi için nafaka talebinde bulunmuştur. Bu husus sicilde “...müteveffâ-yı mezbûrun li-üm er karındaşı işbu râfi’ü’l-vesîka es-Seyyid Mehmed Çelebi ibn el-Hac Kasım meclis-i şer’-i kavîmde takrîr-i kelâm idüüb hâlâ vasîsi olduğum sağîr-i mezbûrun nafaka ve kisve bahaya eşedd ihtiyacı olmağla” söz konusu davadaki nafaka talebine karşılık karar olarak “sağîr-i mezbûrun mâl-i mevrûsundan tarih-i kitabdan yevmi dört akçe nafaka ve kisve bahâ farz ve takdîr...” (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 38). Şeklinde belirtilmiştir. Buna göre Kadı söz konusu dava kararında, adı geçen kişilerin kendi mallarından günlük dört akçe nafaka bağlanmasına karar vermiştir.

Nafakanın sadece Müslümanlar için değil gayrimüslimler içinde geçerli bir konudur. Sicilde yer alan bir davada Marda'nın babasının vefat etmesi üzerine vasilik görevini yürüten Vesniye çocuğun ihtiyaçlarının karşılanması için nafaka talep etmiştir. Bu husus sicilde "*Medîne-i Kayseriyye'ye tâbi' Endürlük nâm karye mütemekkinlerinden iken bundan akdem halik olan Algöz veled-i Marat nâm zimmînin sulbiyye sağîre kızı Marda işbu râfiu's-sıfır Vesniye nâm nasrâniyye meclis-i şer'de takrîr-i kelâm idüb halen hicr ve terbiyemde olan sağîr-i mezbûranın nafaka ve kisveye işbu eşedd-i ihtiyacı olmağla*" şeklinde belirtilmiştir. Dava kararı ise sicilde "*Tarih-i kitabdan mâl-i mevrûsundan yeomî dörtçe nafaka ve kisve farz ve takdîr olunmak...*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 93). Şeklinde kaydedilmiştir. Buna göre Kadı Efendi dava kararında yetim çocuğa dört akçe nafaka bağlamıştır.

Nafaka sadece eşler arasında tertip edilen bir bedel değildir. Sicilde geçen bir belgede bir kadının çok yaşlı ve kendisine bakacak kudretinin olmaması sebebiyle kendi malından nafaka bağlandığı kaydedilmiştir. Bu husus sicile "*Validem Hatice binti Ebubekir pir-i 'alile olub kendi umûrunu rü'yete kudreti olamamağla kendi malından nafaka ve kisve için kibel-i enverden kadr-i kifâyeye nafaka ve kisvebahâ farz ve takdîr olunmak matlubumdur*" şeklinde yansımıştır. Dava kararı ise sicilde "*Tarih-i kitabdan yeomi on akçe kendi malından mezbûre Hatice'ye nafaka ve kisvebahâ farz ve takdîr*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 96). Şeklinde belirtilmiştir. Buna göre Kadı yaşlı kadına on akçe nafaka bağlanmasını uygun görmüştür.

**Tablo 5.** 135 Numaralı Şer'iyye Sicilinde Geçen Nafaka Davaları

Nafaka için mahkemeye başvuru sebebi	Mahkemeye Başvuran kişi ya da Vasi	Günlük Nafaka toplamı	Bağlanan Nafaka toplamı
Boşanma	Kadın	12 akçe	
Babanın ölümü üzerine iki çocuğun bakımı	Anne	4 akçe	
Babanın ölümü üzerine bir çocuğun bakımı	Söz konusu çocuğa yakınlığı belirtilmemiş vasi	2 akçe	
Babanın ölümü üzerine bir çocuğun bakımı	Ağabey	4 akçe	
Babanın ölümü üzerine iki çocuğun bakımı	Anne	4 akçe	
Gayrimüslim bir babanın ölümü üzerine iki çocuğun bakımı	Söz konusu çocuklara yakınlığı belirtilmemiş vasi	4 akçe	
Babanın ölümü üzerine bir çocuğun bakımı	Anne		Miktarı belirtilmemiş
Babanın ölümü üzerine bir çocuğun bakımı	Abla	4 akçe	
Boşanma sebebiyle babadan karşılanmak üzere iki çocuğun bakımı	Anne	16 akçe	
Kocanın başka yere gitmesi	Hâlâ nikâhında olan kadın	9 akçe	
Babanın ölümü üzerine bir çocuğun bakımı	Anne	3 akçe	
Gayrimüslim bir Babanın vefat etmesi üzerine bir çocuğun bakımı	Söz konusu çocuğa yakınlığı belirtilmemiş vasi	4 akçe	
Babası vefat etmesi üzerine bir çocuğun bakımı	Amca	4 akçe	
Babanın vefat etmesi üzerine dört çocuğun bakımı	Aile büyüğü	8 akçe	
Bir kadının yaşlılık dolayısıyla kendine bakamaması	Yaşlı kadının kızı	10 akçe	
Babanın vefat etmesi üzerine iki çocuğun bakımı	Amca	16 akçe	

Görüldüğü üzere nafaka davaları daha çok yetim kalan çocuklar için talep edilen bir durumdur. Babalarının ölümü üzerine yetim kalan çocukların anneleri mahkemeye başvurarak çocukların yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmesi için babasından kalan miraslarından bir miktar nafaka talep eder. Nafaka kayıtları araştırmacılara sadece nafakanın tahsis edilmesi ve miktar bilgisini vermez. Aynı zamanda aile kurumunda önemli bir yere sahip olan baba figürünün ölüm, ayrılık veyahut kaybolma gibi sebeplerle



parçalanmasından dolayı geride kalan anne ve çocukların yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmek için nafaka hakkına sahip olduğu ve bu hakkı mahkemeye başvurarak kullanma pratiğini de gösterir. Ayrıca ailede baba figürünün yok olması üzerine yaşamsal faaliyetlerin sürdürülememesi sosyal ve ekonomik hayatta erkeklerin baskın bir şekilde faaliyet gösterdiği dolayısıyla ataerkil bir toplum yapısının varlığı hakkında araştırmacılara fikir verebilir. Genel olarak bakıldığında karar verilen nafaka miktarları 10 akçeden az olmakla birlikte miktarı en çok olan nafaka bedeli 16 akçe, miktarı en az olan nafaka bedeli ise 2 akçe olarak kaydedilmiştir. Tabloda tespit edilen nafaka miktarları günlük olarak tahsis edilmiştir. Bu durumda bir çocuk için ortalama iki ila dört akçe arası bir bedel tahsis edildiği yorumu yapılabilir.

#### 4. Mihr-i Müeccel

Mihr, nikâh akdinin sonucu olarak kocanın karısına ödemek zorunda olduğu para veya mal olarak tanımlanmıştır (Aydın, 2003, s. 389). Herhangi bir Müslüman erkek ile evlenen kadın zimmî de olsa mihr adında bir mala veya paraya sahip olur (Ortaylı, 2007, s. 56). Mihrin İslam hukukunda önemli bir yeri olmakla birlikte bu miktarı kesinlikle verilmesi gereken bir borç şeklinde görmek mümkündür. Mihrini alamamış birçok kadının eşinden ayrılması ya da eşi öldüyse tereke yoluyla mihrine sahip olması 135 numaralı Şer'iyye siciline dokuz adet kayıt şeklinde yansımıştır. Sicile kaydedilen mihr miktarlarına bakıldığında en yüksek meblağ on beş bin akçe olarak tespit edilmiştir. *"mezbûre Emine mütekkir ve ma'kûdun aleyh on beş bin akçe mehr-i müeccel deyni olmağla"* (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 88), sicilde belirtilen en az meblağ ise yirmi akçe olarak tespit edilmiştir. *"mezbûr Ali'nin mâlumü'l-mikdâr mehr-i müeccel tesmiyesiyle zevce-i medhûl-behâsı olduğum halde merkûm Ali zimmetinde yirmi gurus hakkım olmağla"* (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 18).

Sicilde yer alan diğer mihr-i müeccel davalarına bakıldığında, Kızılviran köyünden Döndü adında bir kadının Mehmed adında bir adam ile evlenmesi sonucunda aldığı mihr belirtilmiştir. *"Döndü merkûm Mehmed'e nefsinin beş bin akçe mihr-i müeccel ve bir kumaş kaftan mihr-i müeccel semeniyle akd-i nikâh eyledi"*. (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 10). Mihrin İslam hukukunda önemli bir yeri olduğunun göstergesi olarak sicile yansıyan bir başka davada, Taşgıncık Mahallesi sakinlerinden Fatma adında bir kadın mahkemeye başvurup eşi Ali'den şikayetçi olmuş ve Ali'nin söz konusu mihri ödeyeceğini ifade etmesine karşın mihrini vermediğini iddia etmiş ve Kadı Efendi'den fetva talebinde bulunmuştur. Bu husus sicilde *"zevcim merkûm Ali meblağ-ı mezkûru sana edâ itmeden eger şu menzile gidersem sen benden dokuz talak boş ol dedikten sonra mezbûr Ali menzil-i mezkûru zokak kapusundan içeri havlusuna girmekle husûs-ı mezkûru halâ me'zun bi'l-iftâ olan el-Hac Ahmed Efendi'den istihbar eylediğimde yedime fetvâ-yı şerife i'tâ olunmağla..."* şekilde geçmektedir. Kadı, kocanın söz verdiği duruma karşın aksi yönde davranmasından dolayı fetva ile nikahın sona erdiğini ifade etmiştir, Söz konusu fetva sicile bu şekilde yansımıştır. *"Zeyd zevcesi Hinde eger şu menzile girsem benden üç talak boş olan didikten sonra Zeyd ol menzilininkin zokak kapusundan içeri ve havlusuna girse Zeyd'in avreti üç talak boş olur mu cevâb bâ cevabında olur deyû buyrulmağın..."* (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 18). Görüldüğü gibi bu tarzda anlaşmazlıklar veyahut mağduriyetlere karşı Kadı Efendi'den fetva talebinde bulunulabiliyor ve fetvalarla bağlayıcı kararlar veriliyordu.

Bir başka davada Huvand Mahallesi sakinlerinden Şerife Emine mahkemeye başvurup, eşi Ömer'den yüz elli kuruş mihr-i müeccel alacağı olmasıyla elli kuruşunu Ömer'e hibe ettiğini kalan yüz kuruşun ise Ömer'den alınmasını talep etmiştir. Kadı Efendi'nin verdiği hüküm ise sicilde *"Şerife Emine*

*tahlife-i şer'i ile ba'de't-tahlif mücebince mehr-i müeccel mezkûrdan baki yüz gurus terekeden edâ ve teslim merkûm Ömer'e tenbih birle mâ-vak'a bi't-taleb ketb olundu*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 11). Şeklinde belirtildiği üzere Ömer'in kalan yüz kuruşu eşi Şerife Emine'ye teslim etmesi yönünde olmuştur.

## 5. Boşanma

İslam hukukunda evliliğin sona ermesi tarafların karşılıklı rızalarıyla doğan ve erkeğin boşanma iradesine ağırlık verilmeyle birlikte, karşılıklı rıza ve mahkeme kararı ile sona erebilen bir akid olarak görülmektedir (Cin & Akgündüz, 1990, s. 100). Şer'î hukuka göre evliliğin sona ermesi beş şekilde olur, birincisi ölüm, ikincisi talâk, üçüncüsü muhâlaa (anlaşarak boşanma), dördüncüsü tefrik (mahkeme kararıyla boşanma), beşincisi fesih (kendiliğinden boşanma) (Ekinci, 2021, s. 450).

Talâk yoluyla boşanma, boşanma davalarında daha sık karşılaşılan bir durumdur. Sözlükte serbest kalmak/ serbest bırakmak, bağından kurtulmak / bağını çözmek anlamında kullanılan talâk kelimesi fıkıh terimi olarak nikâh akdinin bozulmasını ifade eder (Acar, 2010, s. 496) Talâk bilhassa şu özellikleriyle belirgin olmaktadır, O kocanın hakkıdır; ne var ki koca evlenirken veya daha sonra dilerse bu konuda karısını da yetkili kılabilir (Aydın, 2022, s. 286).

135 numaralı Şer'iyeye sicilinde boşanma ile ilgili kayıtlar üç adet olarak tespit edilmiştir. Fakat üç adet kaydın biri sicile iki kere kaydedildiğinden dolayı bu sayı üçe çıkmıştır. Boşanma kayıtlarının az olmasının sebebi daha çok talâk yoluyla boşanmanın gerçekleştiği tahminini yapmada kuvvetli bir çıkarım olarak görmek mümkündür. Çünkü tek taraflı bir işlem olarak da kullanılması dolayısıyla talâkın geçerli olabilmesi için hâkimin kararına ihtiyaç yoktur (Aydın 2022, s. 286). Boşanma hususunda hâkimin yani kadının kararının elzem olmamasından dolayı 135 numaralı şer'iyeye siline 1745 tarihinde yaşanan tüm boşanmaların kaydolunmaması ve gerçekte sadece iki kaydın bulunması talâk yoluyla boşanmanın daha sık yaşandığının göstergesi olabilir.

Sicilde yer alan boşanma davalarında mihr-i müeccel başlığı altında örnek gösterilen, adamın kadına "*meblağ-ı mezkûru sana edâ itmeden eger şu menzile gidersem sen benden dokuz talak boş ol*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 18). Sözü ve sözünü tutmayışı üzerine kadının, Kadı Efendi'den fetva talep etmesiyle nikâhın düştüğü şeklidir. Boşanma sebebi olarak mihrin ödenmemesinin geçerli bir sebep olduğu belirtilmekle birlikte boşanmaya sebep olacak başka unsurlar da mevcuttur. Bu da iddet müddeti olarak tanımlanabilir. Aslında iddet bir boşanma sebebi değil evliliğe mâni olan bir sebeptir. Fakat iddet müddetini dikkate almayan bir nikâh yok sayılır. İddet, eşinden ayrılan veya eşi vefat eden kadının tekrar evlenmek için beklemeye mecbur olduğu süre olarak tanımlanır (Sami, 2010, s. 487).

Sicilde yer alan bir örnekte iddet müddeti geçmemiş bir kadın mevzu olmuştur. Sicilde yer alan bir davaya göre, Tuzhisar köyünden Mehmed mahkemeye başvurup nikâhında olan Hava için "*nefsini bana tesliminden imtinâ' ider sual olunsun*" sözlerine karşılık Hava'nın eşinin ölümünden sonra Mehmed ile evlendiğini fakat iddet müddetini doldurmadığı için nikâhın kadı tarafından feshedildiği kayıt altına alınmıştır: Sicilde "*..ancak dört ay sekiz gün münkaziyye olub kezalik iddet içinde in'ikâd-ı nikâh vechen mine'l-vüçûh hilâf-ı şer'-i şerîf olduğu takrîr-i da'vasından lede'-ş-şer' zâhir ve bâhir olunmağla fesâde min-nikâhın fesh ile ba'de'l-hükm müvekkile-i mezbûre Hava'ya müdahaleden müdde'-i merkûm Mehmede men olunub mâ vaka'a bi't-taleb ketb olundu*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 71). Şeklinde belirtilmektedir. Buna göre iddet müddeti,

kadınların ikinci ve sonraki evliliklerinde evliliğini gerçekleştirmeden önce mevzu olan dört ay sekiz gün olarak belirtilen süreyi tamamladıktan sonra bir evlilik yapmaları gerektiği açıkça belirtilmiştir.

## 6. Suç Olayları, Gasp, Yaralama Ve Ölüm

Osmanlı Devleti ceza hukukunu diğer hukuk kurallarında olduğu gibi İslami kaidelere bağlı bir şekilde oluşturmuştur. İslam ceza hukukunda cezalar üç ayrı bölüme ayrılmıştır: bunlardan birincisi, had cezalarıdır. Had cezaları, Kur'an-ı Kerim'de ve sünnette belli olan yasak fiillere verilen cezalardır (Aydın, 2022, s. 178). Zina, hırsızlık, zina iftirası, bu suçlar arasına girer, İkincisi, adam öldürme, yaralama, gasp etme ile ilgili kısas cezalarıdır, üçüncüsü tâ'zîr cezaları olarak adlandırılmış bu cezalara karşılık olarak zamanın ve zeminin şartlarına göre suçların cezaları İslami hükümlere tezat oluşturmayacak bir vaziyette belirlenmiştir (Akgündüz, 1986, s. 804).

**Tablo 6.** 135 Numaralı Sicilde Geçen Suçlar

Suçun Türü	Kadın	Erkek
Gasp Etme	1	3
Yaralama	1	15
Öldürme	-	12
Küfretme	1	3

Sicilde yer alan otuz üç farklı suç teşkil eden davalar kaydedilmiş olup, bunlardan on altı tanesi darp ve yaralama, on iki tanesi öldürme, üç tanesi de darp, gasp durumları ile birlikte küfretme suçlarıdır. Suçların büyük çoğunluğu erkekler tarafından işlenmiş, kadın tarafından işlenen veya suçun mağduru olan üç adet olarak tespit edilmiştir.

Kadınların yer aldığı davalardan birinde Seyyide Şerife adlı şahsın hamamda Ayşe adlı kadına karşı küfür ve onu darp etmesi kayıt altına alınmıştır. Bu husus sicile "*Tarih-i kitabdan iki gün mukaddem hamam-ı mezkûrda işbu hazire bi'l-meclis mezbûre Seyyide Şerife ve gâibe 'ani'l-meclis li-ebeveyn kız karındaşı Şerife Emine zevcem mezbûre Ayşe'nin boğazında olan kırk fınduk altunu ipini çekmeyle kırılıb ve ağlamakla cümlesi zâyi' oldukda*", "*zevcemin altunu zâyi' olmuş ve vir deyû suâl eylediğimde altununa ve nakdine ve başına ve kürekle göğsüne sıçım deyu bana şetm itmekle sual olunsun*". Şeklinde belirtilerek kaydedilmiştir. Davanın sonucunda "*iddi' a eylediğim şütum ve darb da'vasından feragat ve husus-ı mezkûre müte'allika da'va ve niza'ım yokdur mârru'z-zikr altuna niza'ımın gayri didikde ma vaka'a bi't-taleb ketb olundu*". (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 7). Şeklinde belirtildiği gibi Seyyide Şerife'ye yöneltilen suçlardan feragat edildiği kayıt altına alınmıştır.

Bir başka davada "*Yeniçerilere hücum ve içlerinde lâ 'ale't-ta'yin tüfenk boşaltub müteveffât-ı mezbûre Şerife Kamile'yi karye-i mezkurede Abdülkadir oğlu kapısı önünde zokakda sağ kolı dirseğinden tüfenk saçmasıyla darb ve cerhoe mütessiren feot olmağla müteveffât-ı mezbûrenin cerhine nazar olunub keşf ve tahrîr olunmak matlubumdur*" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 57). Yeniçeriler ile Kemer Köyü sakinlerinin silahlı çatışması neticesinde Şerife Kamile adlı kadının tüfek saçmasıyla yaralanıp vefat ettiği kayıt altına alınmıştır.

## 7. Gayriahlaki Davranışlar Sonucunda Mahalleden İhraç Kararları

Osmanlı Devleti'nde mahalle kültürü oldukça gelişmiş sosyal ağları kapsayan bir olgu idi. Modern öncesi dönemin karakteristik özelliklerinden biri de bir arada yaşayan insanların birbirleriyle samimi ve güven unsuruna dayalı ilişkiler kurması olmuştur. İnsanlar bir arada, aynı mahallede yaşadığı diğer

insanların ahlaki özelliklerine ve diğer insanlarla uyumuna son derece dikkat etmişler ve kendilerinden farklı olan gayriahlaki davranışları benimseyen komşularına karşı da itici bir güç oluşturarak yaşadıkları mahalden dışlama eğilimi göstermişlerdir.

Birbirlerine karşı sorumlu olan mahalle bireyleri bu sorumluluktan dolayı bir arada yaşadığı insanların kişilik özellikleri hakkında bilgi sahibi olmuşlardır. Bu sayede gayriahlaki davranışlar sergileyen veya iddia edilen sözü kanıtlamak için, o kişi hakkında komşularının ve mahalle imamının tanıklığının kararı belirleyici ve büyük bir önemi olmuştur (Ergenç, 1984, s. 74). Mahalle sakinlerinin mahkemede vereceği ifadenin doğru olup olmadığı konusunda mahkemenin aldığı herhangi bir önlem olmaması Osmanlı hukukunda mahalle sakinlerinin kişi üzerindeki yorumlarını ne kadar önemseydiğini gösteren bir diğer unsur olarak anlamlandırılabilir. Bu kişilerin güvenilir olduğunu gösteren şey itibarları olmuş, yaşadığı çevre tarafından tanınan bu kişiler mahkemede “*udûl-i müslimin*” kalıbıyla belirtilmiş adil, adaletli Müslümanlar olarak tabir edilmiştir (Abacı, 2001, s. 109).

Gayriahlaki davranışların mahalleli tarafından hoş karşılanmadığı ve itici bir unsur olarak söz konusu kişiye karşı mahalleden dışlama eğilimi göstermelerindeki davranış şu yönden değerlendirilebilir. Bireyin oturduğu mahalleye göre tanınması mahallenin ortak bir kimliğe sahip olduğunu göstermektedir (Tok, 2005, s. 159). Bundan dolayı insanlar ahlaklı ve kendi halinde olan insanlarla bir arada yaşama eğiliminde olmuştur.

135 numaralı sicilde beş tane mahalleden ihraç kararı, bir tane hapis kararı vardır. Bu kararlardan üç tanesi kadınlarla ilgilidir ve söz konusu kadınlar mahalleden ihraç edilmiştir. Kadınlardan bir tanesi diğer aile bireyleriyle ihraç edilmiştir. Gayriahlaki suçların işlenmesiyle ilgili davaların bazılarında ise ceza açık bir şekilde belirtilmemiş, durum kayıt altına alınmıştır. Aşağıdaki tabloda suçlar ve cezaları daha ayrıntılı ifade edilmiştir.

**Tablo 7.** 135 Numaralı Şer'iyeye Sicilinde Hapis ve Mahalleden İhraç Kararları

Hapis veya mahalleden ihraç kararının çıkmasına sebep olan suç	Mahkeme tarafından verilen ceza
Huvand Mahallesinden Mehmed adlı şahsın eşini darp ettiği ve kendisine namahrem olan bir kadının evine girip çıkması	Nefsini terbiye edene kadar sultanide hapsedilmesi.
Bayram Hacılı Köyünden Hasan Beşe ve arkadaşlarının bir evi basması ve eşkıyalık yapması	Hasan Beşe yaşadığı muhitten ihraç edilmesi
Cırlavuk Köyünden Mustafa Ağa adlı şahıs iki kadını kaçırmayı ve evlere girip hırsızlık yapması	Ceza belirtilmemiş, İddiaların şahitlerle kayıt altına alınmıştır.
Kayseri iç kal'asından Senem adlı kadının bir eve girip hırsızlık yapması ayrıca gayriahlaki davranışlar sergilemesi	Senem'in mahalleden ihraç edilmesi
Hisarcık Köyünden Osman adlı şahsın bir kadına tecavüz kastıyla eve girmesi ayrıca Osman ile birlikte ailesinden anne ve babasının da gayriahlaki davranışlar sergilemesi	Ailenin mahalleden ihraç edilmesi
Neziyye Köyünden Deli Osman adlı şahsın kendi halinde olmaması ve gayriahlaki davranışlar sergilemesi	Deli Osman'ın mahalleden ihraç edilmesi
Derecik Mahallesi Ali adlı şahsın bir kadına tecavüz etmesi	Ceza belirtilmemiş, durum kayıt altına alınmıştır
Yalman Mahallesinden Zeynep adlı şahsın kendi halinde olmadığı ve gayriahlaki davranışlar göstermesi	Zeynep'in mahalleden ihraç edilmesi

Kadınlara suça karıştığı ve mahalleden ihraç edildiği sicilde yer alan bir davada “*mezbûre Senem üzerine da'vâ ve takrîr-i kelâm idüub gece ile müvekkilem mezbûrenin sârîka kasdıyla menziline dühul ve bir mikdar eşyasını düşürüb götürür iken ahz olunub mezbûre Senem kendi halinde olmayub*”, “*mezbûre Senem ‘ibadullahın*

*malını serika adet-i müsemmiresi olub ve namahremden dahi ihtinab itmez fâhişedir deyû her biri alâ tarîki'ş-şehâde ihbar etmeleriyle mezbûre Senem'in def'i için mezbûre Senem kaza-i ahare nizâ ve ahalisi için tenbîh birle mâ-vaka'a bi't-taleb ketb olundu" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 78). Şeklinde kaydedilmiştir. Buna göre Senem adlı kadının hırsızlık yapması ve gayriahlaki davranışlardan ötürü mahalleli tarafından şikâyet edildiği ve mahalleden ihraç edildiği görülür.*

Kadının içinde bulunduğu bir diğer gayriahlaki davranış sebebiyle mahalleden ihraç davasına bakıldığında, mahalleden ihraç edilen sadece kadın olmamış, mahalleli kadının da içinde bulunduğu ailenin tüm bireylerinden gayriahlaki davranışlarından dolayı şikâyetçi olmuş ve mahalleden ihraç edilmişlerdir. Bu husus sicilde *"Es-Seyyid Osman yükünü fi'ş-şenî' 'adet-i müsmiresidir babası ve validesi kendi halinde olmayub her birinin bed-i lisanlarından emniyetimiz bed külliye munkatı'dır merkûmun karye-i mezkûreden nakd ve ihraçları ile tenbîh birle mâ-vaka'a bi't-taleb ketb olundu" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 83). Şeklinde kaydedilmiştir. Kayıttaki verilere bakıldığında gayriahlaki davranış tüm aileyi kapsamaktadır. Bu durum bize toplumsal normlara sahip olmayan insanların özellikle de aile gibi yakın bağlar içerisinde birbirlerini etkilediği veya tam olarak öyle olmasa bile mahalleli tarafından, kişilerin davranışları sonucunda oluşan algıların o kişiyle birlikte ailesi hakkında da genel bir fikir oluşturmak yönünde kolektif bir anlayışın varlığını göstermektedir.*

Sicilde yer alan bir diğer davada Osman adlı şahsın mahkemeye başvurarak Zeynep adlı kadının gayriahlaki davranışlarda bulunduğunu, eşkıyalara yarenlik ettiğini ve eşi Hafize'ye eziyetler ettiğini belirterek şikâyette bulunması üzerine komşuların iddiaya yönelik şahitlik yapması ardından Zeynep adlı kadının mahalleden ihraç edilmesine karar verilmiştir. Sicilde yer alan kayda göre *"Zeyneb kendi halinde olmayub eşkıyalara yarenlik idüb ehl-i ırzın ırziyesine sebeb olub hatta mahallemiz sükkânından gâib ani'l-meclis es-Seyyid İbrahim bin Hacı Mustafa'ya yarenlik idüb tarih-i kitabdan bir gün mukaddem beyne'z-zulumın merkûm es-Seyyid İbrahim menzilim dahiline duhul ve zevcem Hafize binti Hacı Mustafa havfinden nâşî bir cenîn ilka idüb mezbûran Ahmed ve zevcesi Zeynebin yüküne ef'al-i kabihalarından mutazarrır ve müte'ezzi (silik) binaen keyfiyet-i ahvâleri mahalle-i mezkûre ahalisinden olub işbu hâzırûn bi'l-meclis (silik) suâl olunub ve haberleri tahrîr ve mahalleden ihraclarına tenbîh olunmak matlubumdur", "mezbûre Zeyneb kendi hallerinde olmayub arazilve eşkıyalara yarenlik iderler deyû her biri alâ tarîki'ş-şehâde ihbaratlarıyla mezbûranın mahalle-i mezkûreden ahvallerine tenbîh birle mâ-vaka'a bi't-taleb ketb olundu" (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 99) şeklinde belirtilmiştir. Buna göre Zeynep adlı kadının gayriahlaki davranışlar sergilemesi sonucu mahalleden ihraç edilmiştir.*

Aktarılan bu kayıtlardan anlaşılacağı üzere modern öncesi toplumlarda bir mahalde birlikte yaşayan insanlar modern zamanlara göre birbirleri için çok daha önemli anlamlar ifade ediyordu. Bir komşu diğer komşusunun ahlaki durumuna kefil olması ve benzer ahlaki erdemler içerisinde olduğunu bilmesi aynı mahalde yaşaması için önemli bir kriterdi. Eğer mahalleli birbirlerine ahlaki yönden kefil olamayacak bir durumdaysa günün birinde çeşitli adli olayların muhatabı olabilir ve sonucunda maddi manevi kayıplara uğrayabilirdi.

Bu durumu sicildeki bir kayıt üzerinden aktarmak daha anlaşılır olacaktır. 135 numaralı şer'iyye sicilindeki bir kayıttaki bir mahalde cinayet suçu işlenmiş ve cinayetin failleri bulunamamasından dolayı maktulün bulunduğu mahalle sakinlerinden, maktulün varislerine diyet parası ödendiği kayıt altına alınmıştır (BOA, MŞH. ŞSC.d., 135: 66). Bu uygulamaya kassâme adı verilmiştir (Bingöl, 2023, s. 392).

Eğer bir cinayet işlenirse ve fail bulunmazsa diyet parası maktulün bulunduğu mahalleliden alınabilirdi. Bu yüzden mahalleli bir komşusu yüzünden kendisini maddi ve manevi zarara sokabilecek durumların yaşanmaması için bile kendi yaşadığı bölgede ahlak sahibi insanların bulunması gayriahlaki davranışlarda bulunan insanların ise diğer komşuları tarafından mahalleden ihraç edilmesine sebep olabilirdi.

## Sonuç

135 numaralı şer'iyeye sicilinin 1-106 sayfalarını kapsayan bu inceleme, kadınların muhtelif sorunlarına karşı veya alım satım işlemlerini kadı huzurunda kayıt altına alınmasını istemelerinin sonucunda düzenlenmiş belgeleri konu edinmiştir. Alım-satım işlemleri kadınları ilgilendiren dava konularının başında gelmektedir. Verilen örneklerden anlaşılacağı üzere alım-satım işlemleri kadınların sıkça uyguladığı ve bundan dolayı sosyal ve ekonomik hayatta faaliyette bulduklarını göstermektedir. Tüm dava başlıklarında söz konusu belgelerin nasıl düzenlendiği örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır. Kadınların şer'i mahkemeye çeşitli meseleler üzerine başvurmaları ve kadı huzurunda çözüm üretmeleri sosyal hayatta kadınların da aktif bir şekilde yer aldığı ve hukuki birçok meselenin tarafı olduğunu açık bir şekilde ortaya koymamaktadır. Sicilde kadınların çoğunlukta olduğu bir diğer kayıt ise vasilik kayıtları olmuştur. Vasilik kayıtlarına dair oluşturulan tabloya bakıldığında anlaşıldığı gibi reşit olmayan çocukların vasilik görevi çoğunlukla annelerine verilmiştir. Bu durum aile kurumunda kadının ne derece önemli olduğuna ve çocuklarını maddi manevi koruyup kollama görevi konusunda birinci dereceden öneme sahip olduğunun göstergesidir. Vasilik kayıtlarına paralel olarak gelişen bir diğer kayıt ise nafaka kayıtlarıdır. Nafakanın kadına verilen bir hak olduğu açık bir şekilde görülür. Bu hak boşanma veya kocanın ölüm ya da kayıp olması sebebiyle kadının hem kendisinin hem de varsa çocuklarının yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmesi için aldığı paradır. Bu bedelin miktarının ortalama olarak günlük iki ila dört akçe arasında olması o dönemde bir insanın günlük olarak ne kadar maddiyata ihtiyaç duyduğu hakkında da bilgiler verebilir.

Kadınların evlilik kurumu içerisinde en temel haklarından biri olan mihr-i müeccel kayıtlarının varlığı bize, kadınların kendi haklarının farkında olduğu ve bu haklarını talep ettiğini gösterir. Bunun yanında boşanma kayıtlarının az da olsa var olması kadının hem mihr-i müeccel kayıtlarında hem de boşanma kayıtlarındaki statüsü hakkında bilgiler edinmemize yardımcı olmaktadır. Sicilde yer alan çeşitli suç olaylarında kadınlardan ziyade erkeklerin çoğunlukta olması sosyal hayatta erkeklerin daha aktif olarak yer aldığına, kadınların ise daha mikro ölçekte faaliyette bulunmasından dolayı organize faaliyetlerde daha az bulunduğu hakkında çıkarımlar yapmamıza olanak kılmıştır. Bu konuyla paralel olan bir diğer konu ise mahalleden ihraç kararlarıdır. Söz konusu kayıtlarda da mahalleden ihraç edilen insanlara bakıldığında kadınların daha az yer tuttuğu görülmektedir.

135 numaralı Şer'iyeye siciline dair kayıtlardan anlaşılmaktadır ki kadınlar sosyal ve ekonomik hayatta aktif bir şekilde yer almışlardır. Mahkeme karşısında bazen şahsen bazen de vekil tayin etme yoluyla haklarını ve mağduriyetlerini dile getirmişlerdir. Spesifik konularda alınan bu kayıtlar sadece kayıta bulunan meseleyi aktarmakla kalmamış, kayıttaki meseleler daha ayrıntılı görülmeye çalışıldığında başta Osmanlı toplum sosyolojisine, toplumsal hayatta kadınların etkinliğine dair önemli bilgiler edinmemize fayda sağlamıştır.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışmada etik kurul izni gerekmemektedir.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleyi eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Kararı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



**Kaynakça**


- Abacı, N. (2002). *Bursa şehri'nde Osmanlı hukuku'nun uygulanması*. T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Acar, H. İ. (2010). Talâk. *TDV İslam Ansiklopedisi Vakfı*, 39, 496-500
- Akgündüz A. (1990). *Osmanlı kanunnameleri ve hukukî tahlilleri 1. Kitap*. Fey Vakfı Yayınları.
- Akgündüz, A. (1986). *Mukayeseli İslâm ve Osmanlı hukuku külliyyatı*. Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Aydın, M. A. (2003). Mihr. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 28, 389-391. Türkiye Diyanet Vakfı.
- Aydın, M. A. (2022). *Türk hukuk tarihi*. Beta Yayınları.
- Bardakoğlu, A. (1992). Bey'. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 6, 13-19. Türkiye Diyanet Vakfı.
- Bardakoğlu, A. (1998). Hidâne. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 17, 467-471. Türkiye Diyanet Vakfı.
- Bingöl, S. (2023). XIX yüzyılda cesaretin, uykusuzluğun ve cesetlerin gezindiği Osmanlı mahalleleri. *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 60, 386-399.
- BOA. *Meşihat Şeriyeye Sicili* (MŞH. ŞSC.d.), nr. 1
- BOA. *Meşihat Şeriyeye Sicili* (MŞH. ŞSC.d.), nr. 135.
- Cin, H. (1998). *İslâm ve Osmanlı hukukunda evlenme*. Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Ekinci, B. (2021). *Osmanlı hukuku*. Arı Sanat Yayınevi.
- Ergenç, Ö. (1984). Osmanlı şehrindeki mahallenin işlevi ve nitelikleri üzerine. İçinde İnalçık, İ., Göyünç, N., & Lowry, H.W. (Eds.), *Osmanlı Araştırmaları IV*, (ss. 69-78). Enderun Kitabevi.
- Faroqhi, S. (2003). *Osmanlı tarihi nasıl incelenir?*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Gedikli, F. (2005). Osmanlı hukuk tarihi olarak şer'iyeye sicilleri. *Türkiyat Araştırmaları Literatür Dergisi*, 5, 187-215.
- Halil, C., & Akgündüz, A. (1990). *Türk-İslâm hukuk tarihi*. Timaş Yayınları.
- İnalçık, H. (1958). Osmanlı hukukuna giriş örfi-sultanî hukuk ve Fatih'in kanunları. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 2, 102-126.
- Ortaylı, İ. (2007). *Osmanlı toplumunda aile*. Pan Yayıncılık.
- Özbek, M. (2023). *Gayrimüslim kadınların gayrimenkul mülkiyeti bakımından hukuki durumu*. Adalet Yayınevi.
- Sami, Ş. (2010). *Kamus-ı türkî*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Selçuk, H. (2008). *Şer'iyeye sicillerine göre Kayseri sancağı ve Girit seferi'ne katkısı*. Erciyes Üniversitesi Yayınları.
- Şen, M. (1990) Osmanlı hukukunun yapısı. İçinde Eren, G. (Ed.), *Osmanlı 6*, (ss. 327-339). Yeni Türkiye Yayınları.
- Tok, Ö. (2005). Kadı sicilleri ışığında Osmanlı şehrindeki mahalleden ihraç kararlarında mahalle ahalisinin rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 155-173.





# HÂLİDE NUSRET ZORLUTUNA'NIN EŞİ AZİZ BEY'E YAZDIĞI 03/10/1926 TARİHLİ MEKTUBUN TRANSKRİPSİYONU VE İNCELEMESİ\*

 Atabey KILIÇ<sup>a</sup>

 Nilüfer YILMAZ<sup>b</sup>

## Öz

Mektup türü, sahip olduğu çeşitli özellikleriyle edebiyatımızda ve diğer ulusların edebiyatlarında önemli bir yer tutmaktadır. Mektup türlerinden bilhassa hususi mektuplar, insanların duygu ve düşüncelerini samimi bir üslûpla dile getirme imkânı verdiği için kültür seviyesi ne olursa olsun herkesin rahatlıkla yazabileceği bir türdür. 1901-1984 yılları arasında yaşamış "Kadın Yazarların Annesi" ünvanına layık görülen, şair, romancı ve muallime Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın kaleminden edebiyatımıza hediye edilen pek çok değerli eserden birisi de kendi ailesine, yakınlarına ve özellikle hayatını paylaştığı eşi Aziz Vecîhî Zorlutuna Beyefendi'ye yazmış olduğu mektuplardır. Söz konusu mektuplar, Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın edebi kişiliğini ve kullandığı üslûbu aktarmak için önem arz etmektedir. Mektupların toplam sayısı 140 kadardır. Bu makalede bahsedilecek mektup, 1926 yılında yazılmış olan 03/10/1926 tarihli mektuptur. Çalışmamızda öncelikle mektup türü hakkında kısa bilgiler verilmiş, daha sonra Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın 03/10/1926 tarihli mektubu üzerinde durulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Hususi mektuplar, Hâlîde Nusret Zorlutuna, Aziz Vecîhî Zorlutuna.



## TRANSCRIPTION AND ANALYSIS OF THE LETTER DATED 03/10/1926 WRITTEN BY HALİDE NUSRET ZORLUTUNA TO HER HUSBAND MR. AZİZ

### Abstract

The letter genre, with its various features, has an important place in our literature and the literature of other nations. Among the types of letters, especially private letters, they are a type that everyone can easily write, regardless of their cultural level, as they allow people to express their feelings and thoughts in a sincere style. One of the many valuable works gifted to our literature from the pen of poet, novelist and teacher Halide Nusret Zorlutuna, who lived between 1901 and 1984 and was deemed worthy of the title of "Mother of Women Writers", was written to her family, relatives and especially to her husband, Mr. Aziz Vecîhî Zorlutuna, with

\* Bu makale, ikinci yazarın birinci yazar danışmanlığında yürüttüğü "Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın Eşi Aziz Bey'e Yazdığı Eski Harfli Mektuplardan Seçmeler 1926-1927" (İnceleme-Transkripsiyonlu Metin-Sözlük-Tıpkıbasım" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>a</sup> Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, atabey@erciyes.edu.tr

<sup>b</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, niltelis09@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: 13.08.2024, Makale Kabul Tarihi: 10.12.2024

whom she shared her life. These are the letters. The letters in question are important in conveying Halide Nusret Zorlutuna's literary personality and the style she used. The total number of letters is around 140. The letter that will be mentioned in this article is the letter dated 03/10/1926 written in 1926. In our study, firstly, brief information about the letter type was given, and then Halide Nusret Zorlutuna's letter dated 03/10/1926 was focused on.

**Keywords:** Private letters, Halide Nusret Zorlutuna, Aziz Vecîhî Zorlutuna.



## Giriş

Kültürel tarihin günümüz insanına aktarımı için önemli bir yere sahip olan mektuplar, özellikle halka mâl olmuş yazarlar tarafından yazılmış ise bu kişilerin mektupları tarihî belge niteliği taşır. Bu anlamda incelemiş olduğumuz Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın eşi Aziz Vecîhî Zorlutuna'ya 1926-1927 yıllarında yazmış olduğu mektuplar da önemlidir. Bu mektuplar, Hâlîde Hanım'ın kızı Emine Işınsu'nun eşi İskender Öksüz Bey tarafından İhlamur Akademi imtiyaz sahibi Hakan Sarı'ya oradan da bilimsel olarak değerlendirilmek üzere Prof. Dr. Atabey Kılıç'a emânet edilmiştir. 1926 yılına ait 34 adet; 1927 yılına ait ise 107 adet mektup bulunmaktadır. Bu çalışmada üzerinde duracağımız 1926 yılında yazılan dokuz numaralı mektupta, Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın eşi Aziz Bey'e<sup>1</sup> duyduğu sevgi, ona hitabı, birbirinden uzakta olmaktan kaynaklanan özlemi bazen de tatlı sitemleri, inanç yönü, çalıştığı okullar, okuduğu kitaplar, maaş bilgisi, girdiği ders saatleri, derse hazırlık için satın aldığı kaynak kitaplar, hazırladığı notlar, kullandığı imlâ hususiyetleri, hayatla ilgili görüşleri ve oturduğu ev ile ilgili adres bilgileri gibi birçok konu yer almaktadır. Mektup aynı zamanda o dönemin dil özelliklerini de yansıtmaktadır. Çalışmamızda mektubun tanımı, mektup türleri, hususi mektup kavramları ve Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın hayatı hakkında bilgi verilip çalışma konumuz olan Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın eşi Aziz Vecîhî Bey'e yazdığı mektuplardan 03/10/1926 tarihli mektup, yapı ve muhteva bakımından değerlendirilecek ve transkripsiyonlu metni aktarılacaktır.

Muhtelif sözlüklerde mektup; "yazmak" fiilinin karşılığı olan Arapça "ketb" kökünden gelmektedir. Kelimenin "kitâb, risâle, ahd, vasiyye, sahîfe" gibi kullanımlarına da rastlanmaktadır. Bilinen ilk mektup örneklerinin, M.Ö 2000 yıllarında Kayseri Kültepe'de ve ilk medeniyetlerden biri olan Mezopotamya şehirlerinden Asur'da çivi yazısı ile kil tabletlere kaydedilmiş ve yine kilden yapılmış zarflarda mühürlenmiş hâlde muhafaza edildikleri kaynaklarda belirtilmiştir. Çeşitli dinlere ait kutsal kitapların muhtevalarında bahsedilen ve peygamber kıssalarına da konu olan mektuplar olduğu bilinmektedir. Kitâb-ı Mukaddes'te ve kutsal kitabımız Kur'ân-ı Kerim'in içerisinde geçen çeşitli ayetlerde bunların örneklerini görmek mümkündür. Aynı zamanda kadim geleneklerde mektuba verilen değer, mektubun yazıldığı kişiye özel olması ve bu sebeple de mahremiyet taşıdığı görülmüştür (Bozkurt, 2004, s. 13).

<sup>1</sup> Hâlîde Hanım ve eşi Aziz Vecîhî Bey'in karşılıklı mektuplaşmalarından ilk on tânesinin neşri için bkz.: Kılıç, A. (2024). Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın eşi Aziz Vecîhî Bey ile mektuplarından seçmeler ve evrâk-ı metrûkesine dair bâzı bilgiler. İçinde A. Uslu Üstten & C. Uğurdağ (Eds.), *İhlamur anma ve armağan kitaplar dizisi-18, Halide Nusret Zorlutuna* (ss. 23-53). İhlamur Yayınları.

Bazı âlimlere göre mektuplar; “özel-resmi, edebi-gayri edebi, didaktik ve klişe mektuplar, ilmi, ticari, hukuki, dini, manzum-mensur, uzun, orta, kısa mektuplar” şeklinde tasnif edilmiştir. Bunlar arasında da kişiye yakın görülen dost, akraba, aile konularına hitaben yazılan mektuplar “ihvâniyyât” türü mektuplar sınıfına girmektedir. “İhvâniyyât” türü mektuplar, Arap edebiyatı klasik tasniflerinden birisidir (Durmuş, 2004, s. 14).

Mektubun Kâmûs-ı Türkî’de tanımı ise: “Gerek iş ve gerek arz-ı muhabbet ve tebrîk ve ta’ziye vs. zımında bir âdemden bir âdeme yazılıp gönderilen kâğıt, bitig, nâme, risâle, varaka, nemîka” (Şemsettin Sâmî, 1996, s. 1390) şeklinde yapılmaktadır.

Edebiyatımızda “mektup” için “bitig”den başlayarak değişik kelimeler kullanılmıştır: “Divan edebiyatında “mektup” kelimesinden başka aynı anlama gelen “arîza, kâime, şukka, nâme, tezkire, varakpâre, kâğıt” gibi sözcükler de kullanılmıştır. Mektup türü inşa denilen düz yazının bir parçasını oluşturur. Düz yazı yazanlara genel olarak “münşî” adı verilir. Münşîlerin kaleme aldığı, özel veya resmî mektuplar ya da çeşitli mensur yazılardan oluşan kitaplara da “münşeât” denir.” (Çakır, 2004, s. 329). Münşeât ve mektuplar hakkında Fevziye Abdullah Tansel şu çıkarımlarda bulunmuştur: “Mektuplar, Klasik edebiyatımızda “bir şeyi meydana getiren, bina eden mânâsına umumiyetle nesir karşılığı inşa, nâsir yerine münşî sıfatı,” kullanılırdı. Münşî “edebî ilimlere vâkıf, bir maddeyi neşren ve mükemmel suretle kaleme alabilen, kâtip demektir. Kalemlerden yetişen münşîler, resmî vesikaları kusursuz olarak yazma hünerini gösteren kimselerdir” (Tansel, 1964, ss. 386-387).

Şahin (2005)’e göre Eski Türk Edebiyatı’nda münşeât mecmûalarının önemli bir yeri vardır. İnşâ metinlerinin bir araya gelmesiyle münşeât mecmûaları oluşmuştur.

Görüldüğü üzere münşeât mecmûaları arasındaki ilişkiyi Dağlar, münşeât mecmûalarında bir kişinin ya da daha fazla kişinin mektup örnekleri bulunduğu için bu iki tür arasında kuvvetli bir bağ olduğunu belirtir (2001, s. 7).

Günümüze gelene kadar mektup kelimesi yerine farklı adlandırmalar kullanılmış, fakat Cumhuriyet Dönemiyle birlikte “mektup” kelimesi daha çok yaygınlaşmıştır. Mektup türü, ilk zamanlar insanlar arasında haberleşme amacı ile kullanılmış zamanla kullanım amacı genişleyerek insanların duygu ve düşüncelerine tercüman olarak birçok konu hakkında bilinmeyen bilgilerin gün yüzüne çıkmasını sağlamış önemli bir yazı türüdür.

### 1. Mektup Türleri ve Tasnifi

Mektupların konularına, yazıldığı kişi ya da kurumlara göre adlandırmaları yapılmakla birlikte mektupların türlerine ayrılması ile ilgili mektup türünün ortaya çıktığı zamandan günümüze dek bir değişiklik yapılmamıştır. Resmî mektuplar bunun en belirgin örneğidir; ancak özel mektuplar yazan kişinin ruh hâlinde etkilediği için bu mektuplar konu bakımından ayrılmaktadır (Gültekin, 2015).

Mektuplar şu şekilde sınıflandırılır:

## **"1.Haberleşme Amacıyla Yazılan Mektuplar**

### **1.1. Husûsî Mektuplar**

1.1.1.Muhabbet-nâme-Meveddet-nâme Uhuuvet-nâme

1.1.2.Tehniyet-nâme ve Tebrik-nâme

1.1.3.Ta'ziyet-nâme

1.1.4.Şefakat-nâme (Şefkat-name)

1.1.5.İrsal-nâme

1.1.6.İştîyak-nâme

1.1.7.Şikâyet-nâme

1.1.8.Tavsiye-nâme

1.1.9.Teşekkür-nâme

1.1.10.Iyadet-nâme

1.1.11.Davet-nâme

1.1.12.Şefaat-nâme

### **1.2 Resmî Mektuplar**

1.2.1.Ferman

1.2.2.Nâme-i Hümayun

1.2.3.Hatt-ı Hümayun

1.2.4.Berat

1.2.4.1.Menşur

1.2.4.2.Mülk-nâme

1.2.5.Ahd-nâme

1.2.6.İrade

1.2.7.Takrir

1.2.8.Telhis

1.2.9.Ruk'a

1.2.10.Buyuruldu

1.2.12.Tezkire

1.2.12.Tarhanîyet-nâme

1.2.13.Arıza

1.2.14. *Kaime*

1.2.15. *Temessük*

1.2.16. *Arz, Arz-ı Hâl ve Arz-ı Mazhar*

1.2.17. *Tahrîrat*

1.2.18. *Şukka*

**2. *Sanat Endişesiyle Yazılan Mektuplar*** “ (Gültekin, 2015, ss. 255-315).

Gültekin’in yukarıda yapmış olduğu sınıflamaya göre hususi mektuplar, bir arada ya da ayrı yerlerde bulunan insanların çeşitli nedenlerden dolayı birbirlerine yazdıkları mektuplardır. Tarafımızca incelenen Hâlîde Nusret Zorlutuna’nın eşi Aziz Vecîhî Zorlutuna’ya yazmış olduğu mektuplar da farklı şehirlerde oldukları zaman dilimlerinde yazılmış, haberleşmenin yanı sıra birbirlerine duydukları muhabbet, özlem ve çeşitli konuları içine alan hususi mektuplar sınıfına girmektedir (Gültekin, 2015).

Hususi mektupların incelenmesinin önemini M. Fuad Köprülü, şu şekilde açıklamaktadır: “Eski şâirlerin hususî hayatlarına muhiti ile münasebetlerine ait birçok karanlık noktalar o sayede aydınlanabilir. Bazen hiç umulmayan ciltler arasında ümit edilmeyen malumat definelerine tesadüf olunabilir.” (Köprülü, 1999, s. 37).

Kortantamer, araştırmacılar için hususi mektupların çok önemli bir kaynak olduğunu ifade ederek bu kaynakların araştırılmasıyla edebiyat dünyasının ve kültürel tarihin daha çok zenginleşeceğini anlatmaktadır (1984, s. 151). Husûsî mektuplar, toplumların kültür seviyelerini yansıtmaları bakımından ve mektupları yazan sanatçıların edebî hünerleri göstermelerinin yanı sıra sanatçıların hayattaki duruşları ve davranışlarını ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir.

Mektup yazacak kişilerin dikkat etmeleri gereken bazı durumlar vardır. Öztürk, mektup türünün ilk örneklerinin münşeât mecmûalarında görüldüğünü ifade ederek mektup yazma ile ilgili önceden belirlenen kâidelerin olduğunu ve mektup yazacak kişilerin bu vasıfları taşıması gerektiğini, bunun için bir eğitimden geçmelerinin önemini vurgulamaktadır (2015, s. 9).

## **2. Hâlîde Nusret Zorlutuna’nın Şahsi ve Edebi Kişiliği**

1901 senesinde İstanbul’da dünyaya gelen Hâlîde Nusret Zorlutuna’nın babası, hürriyet taraftarı 2. Meşrutiyet’ten sonra gazetede yazdığı fıkralarıyla bilinen Şair Süleyman Tevfik’in kardeşi Mehmed Selim’dir. Kardeşiyle çıkardıkları gazetede yazdığı bir makalesi nedeniyle tutuklanma düşüncesiyle İstanbul’dan ayrılmış, Avnullah Kâzımî ismiyle dönmüş fakat Müşir Fuat Paşa Vak’ası’nda tutuklanarak Sivas’a gönderildiyse de kaçmaya çalışmasından dolayı bu kez Sinop’a gönderilmiştir. Babası Sivas’ta iken dünyaya gelen Hâlîde Nusret’in ilk öğretmeni annesi Ayşe Nazlı Hanım’dır. Eğitimli, köklü bir aileden gelen Ayşe Nazlı Hanım 2. Meşrutiyet’in sonuna kadar kızına yalnız bakmıştır. Avnullah Kâzımî İstanbul’a döndükten sonra Kerkük Mutasarrıflığı vazifesiyle Kerkük’e gider (Gürel, 1988). Hâlîde Nusret Zorlutuna, *Bir Devrin Romanı* adlı eserinde Kerkük’te kendisinin Arapça ve Farsça dersleri almaya

başladığını ve edebiyata olan sevgisinin bu şekilde başlamış olduğunu söyler ve orada geçen günlerini ömrünün en güzel yılları olarak ifade eder (Gürel, 1988, s. 2).

Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın 1923 yılında kaleme aldığı *Hanım Mektupları* isimli eseri bu anlamdaki boşluğu doldurmak için yazılmış olup onun iyi bir nâsir olmasının göstergelerindedir. *Hanım Mektupları* üzerine inceleme yapan Doğramacıoğlu'na göre; eser o dönemin kadınlarına mektup yazmanın kurallarını öğretmek amacıyla yazılmış olup bu dönemdeki kadınların hayata bakış açıları, kültür seviyeleri hakkında bilgi veren önemli bir kaynaktır (2011, s. 71).

Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın *Hanım Mektupları* eserinden önce yazmış olduğu ilk eseri olan *Küller* adlı romanında ve diğer romanlarında birbirine mektup yazan kişilere yer verdiğini gözlemlemekteyiz. Eşi Aziz Vecîhî Zorlutuna ile uzun yıllar mektuplaşan Hâlîde Hanım'ın hayatında mektubun önemli bir yeri olduğu görülmektedir.

1914 yılında Kerkük'ten İstanbul'a dönen Hâlîde Nusret ve ailesi, Hâlîde Nusret'i kız öğrenciler için yeni açılan "Erenköy Kız Lisesi" beşinci sınıfa yazdırırlar. Burada kendisine usûl ve kâideleri iyi bildiği için "Kavâidci Hâtun" denmektedir. Bu yıllarda Çanakkale savaşları devam etmekte olup Hâlîde Nusret babasını zatülcenp hastalığı nedeniyle kaybeder. Hâlîde Nusret babasının ölümü üzerine duyduğu üzüntüyle yazdığı "Ağlayan Kahkahalar" başlıklı mensur şiiriyle *Talebe Defteri* dergisinin açmış olduğu bir yarışmada birinci seçilerek edebiyat dünyasına adım atmış olur.

1919'da girdiği öğretmenlik sınavını kazanarak, Özel Âşiyân İdadisi'nde göreve başlar. Bu okulda önemli sanatçılarla çalışma fırsatı yakalar. Çok genç yaşta maddî sebeplerle başladığı bu görevi hiçbir tecrübesi olmadığı hâlde aşkla, şevkle yapar ve böylelikle savaş günlerini daha kolay atlatır. Osmanlı Devleti'nin son zamanlarda yaşadığı zorluklar Hâlîde Nusret'in millî duygularını ve inancını daha da sağlamlaştırmıştır. Öğretmenlik anılarına *Benim Küçük Dostlarım* adlı eserinde yer vermiştir (Coşkun, 2010, s. 19).

1924'te Edirne Dârü'l-Muallimât'a tayin edilen Hâlîde Nusret, Edirne Erkek Muallim Mektebi'nden öğrencisi Salih'in ağabeyi olan Aziz Vecîhî Bey ile 1926'da evlenerek naklini İstanbul Kız Lisesi'ne yaptırır. *Bir Devrin Romanı*'nda anlatıldığı üzere Hâlîde Nusret'in dedesi genç bir yüzbaşı iken şehit edilmiş, bu olaydan sonra dedesinin intikamını alacak bir zâbitle evlenme hevesini böylelikle gerçekleştirmiştir. Hâlîde Nusret eşinin görevi gereği Anadolu'nun pek çok şehrini gezmiştir. 1930'da Ergun doğmuş, kızları Emine Işınsu ise 1938 'de Kars'ta hayata gözlerini açmıştır. Aziz Zorlutuna'nın doğu görevinin 1948'de bitmesiyle Ankara'ya gelen Hâlîde Nusret Zorlutuna, önce Cebeci Orta Okulu'na tayin edilir, sonra Kız Teknik Öğretmen Okulu'na nakledilir. 1957'de emekli olur (Gürel, 1988, s. 10).

*Bir Devrin Romanı* adlı eserde, Hâlîde Nusret'in Anadolu'da geçirdiği yıllarda yurt sevgisiyle dolu olduğu ve bu sevgiyle öğrencilerini kucakladığı, imkânları ölçüsünde yöre halkına yardım ettiği detaylı bir şekilde anlatılmaktadır. *Defne* dergisinin kurucuları tarafından 1967'de Hâlîde Nusret'in 50. sanat yılı kutlanır. Burada yaptığı konuşmasında 50 yıllık yaşamı süresince memleketin faydası için yazmanın mutluluğunu yaşadığını vurgulamıştır. (Coşkun, 2010, s. 22).

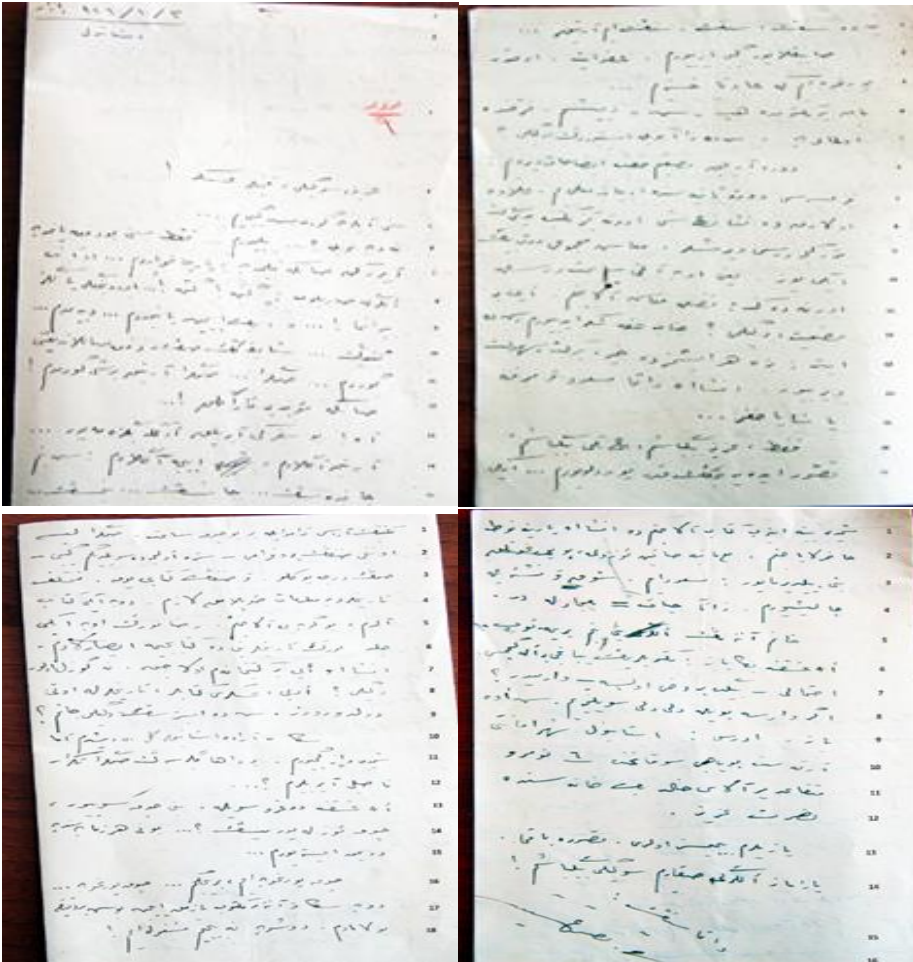
Hâlîde Nusret yaşamı boyunca milleti için samimiyetle çalışmış ve bu duygularıyla milletini, vatanını seven pek çok dimağ yetiştirerek onlara örnek olmuş ve olmaya devam etmektedir. Hâlîde Nusret 1968’de Ayşe Nazlı Hanım’ı ve 1971’de 45 yıllık hayat arkadaşı Aziz Vecîhî Bey’i kaybeder.

Kadının Sosyal Hayatını İnceleme ve Araştırma Derneği tarafından 1975’te Hâlîde Nusret Zorlutuna’ya “Ümmü’l Muharrirat” (kadın yazarların annesi) ünvanı verilmiş, 1983’te Basın Yayın Genel Müdürlüğü ile Türk Basın Birliği tarafından “Basın Mesleğinde 50 Yıl Hizmet Armağanı” takdim edilmiştir. Hâlîde Nusret Zorlutuna, 10 Haziran 1984 gecesi vefat etmiş, ertesi gün 12 Haziran’da Ankara Asrî Mezarlığı’na defnedilmiştir” (Gürel, 1988, s. 10).

### 3. Hâlîde Nusret Zorlutuna’nın Eşi Aziz Vecîhî Bey’e 03/10/1926 Tarihinde Yazmış Olduğu Mektubun İncelemesi

Bu bölümde alt başlıklar hâlinde 03/10/1926 tarihinde yazılan mektup, Hâlîde Nusret Zorlutuna’nın eşi Aziz Vecîhî Bey’e hitaplarında kullandığı dil ve üslûp özelliklerine bir örnek olması amacıyla yapı ve muhteva bakımından incelenmiştir.

#### 3.1. 03/10/1926 Tarihli Mektubun Görüntüsü



Fotoğraf 1. (03/10/1926 Tarihli Mektup / I-II-III-IV. Bölümleri)

### 3.2. 03/10/1926 Tarihli Mektubun Transkripsiyonlu Metni

[I]

(1) B[ihi]

[0]3/10/[1]926 Pazar

(2)

İstanbul

(3) **Numero 9**

(4) 'Azîz, Sevgili, Kıymetli 'Asker!

(5) Seni aylarca görmemiş gibiyim...

(6) Neden böyle? ...Bilmiyorum...Fakať seni bu def'a yanımdan

(7) ayırırken Őanki kalbimden bir parça kopardım... O anda

(8) elleriñe Őarılıp: "Gitme! Gitme! ...Yavrucağları yalnız

(9) bırakma!.." demek için yanıyordum... diyemedim

(10) Gitdiñ... Őabkañıñ Őon def'a Őallandığını

(11) Gördüm... Őonra artık bir Şey görmedim

(12) Őanki mü'ebbed karanlık!...

(13) Āh! Bu seferki ayrılık evvelkine beñzemiyor...

(14) Artık añladım, Şimdi<sup>2</sup> iyice añladım: sen benim

(15) cānımdasıñ...Cānsıñ... Benimsiñ...

[II]

(1) Ben de seniñ, seniñ, seniñim artık...

(2) Őayıklıyor gibi yazıyorum. 'Afv et. O kadar

(3) yorđunum ki 'adetā ĥastayım...

(4) Bađ bu mektūbumda hep "sen" demiŐim. Farđında

(5) Olmadan.Sen de zāten böyle istiyorduñ, degil mi?

(6) Dur, azıcık vağ'iyetimin ĥakkında İzāĥāt vireyim:

(7) Kız Lisesi Devre-i Őāniyesinde Edebiyyāt Mu'allimiyim. 'İlave

(8) olarak da Nişantaşı Orta Kız Mektebinde yedi sā'at

(9) Türkçe dersi virmişler. Me'āŐ mecmū'ı dört biñ

(10) iki yüz. Ya'nı on altı sā'at dersle


(11) Edirne'dekinden fazla me'āŐ alacağım. İyi bir

(12) vağ'iyet, degil mi? Cenāb-ı ĥađđa Şükr idiyorum, sen de

(13) it: bize her iŐimizde ĥayır, bereket, suhūlet

(14) viriyor. İñŐā'Allāĥ dā'imā mes'ūd ve müreffeh

(15) yaşayacağız...

<sup>2</sup> "Şimdi"  kelimesinin üstü karalanmış.



(16) Faķat, ‘Azīz Biñbaşım, Tatlı Biñbaşım,

(17) taşavvur idemeyeceğın kadar yoruluyorum...İki

### [III]

(1) Mektebiñ arası tramvayla bir buçuk sā‘at. Şoñra lise

(2) onuncı şınıfıñ proğramı- size evvelce de söyledigim gibi-

(3) şoñ derece yüklü. Ve şınıfıñ kitābı yok. Muhtelif

(4) tārīhlerden ma‘lümāt toplamak lāzım. Dün iki kitāb

(5) aldım, bu gün de alacağım. Rızā Nūr’uñ on iki

(6) cild Türk Tārīhlerini de kitābçıya ısmarladım.

(7) İnşā‘Allāh iyi bir kütüb-ħānem olacaķ. Ne güzel olur

(8) degil mi? Edebī, ‘askerī kitāblar, tārīhlerle onı

(9) doldururuz. Sen de istersin degil mi cānım?

(10) Saña ‘arada İstanbul’a gel” demişdim ammā

(11) şimdi vazgeçiyorum. Bir daha gelirseñ şoñra tekrār

(12) nasıl ayrılırım?...

(13) Allah ‘aşkıma doğru söyle. Beni çok seviyor,

(14) çok özleyor mısın?... Bunu her zamān senden

(15) duymak isteyorum...

(16) Çok yorgunum biricigim...Çok yorgun...

(17) Dün saña ve anneme mektüb yazmak için boş bir daķıķa

(18) bulamadım. Düşün ne biçim meşğülüm!

### [IV]

(1) Şimdi yine inip kitāb alacağım da inşā‘Allāh yarına noğ

(2) hāzırlayacağım. Ma‘māfih şaķın üzülme, bu yorgunluk<sup>3</sup>

(3) beni yıldırıyor: mes‘ūdum. Şevķ ve neş‘eyle

(4) çalışıyorum. zāten hayāt= mücādeledir.

(5) Hānım annemiñ ellerini<sup>4</sup> benim yerime öp.

(6) Allāh ‘aşkına baña yaz= mektüblarımıñ yabancı bir ele geçmesi

(7) ihtimāli-biñde bir dağı olsa-var mıdır?


(8) Eger varsa böyle deli deli söylenmeyeyim. Sen eve

(9) yaz. Adres= İstanbul şehir-emāneti arķasında

(10) Boyacı Sokağında 6 Numero

(11) Mütেকā‘id Mīr-alay Hālid Beg hānesinde

<sup>3</sup> Yorgunluk kelimesinin altı çizili.

<sup>4</sup> “n”  harfi önce nazal nun yazılıp karalanarak nun ile yazılmıştır.

- (12) Nuşret 'Azîz.  
(13) Yazılarım biçimsiz oldu. Kuşûra bakma.  
(14) Yaramaz elleriñi şıkarım Sevgili Biñbaşım!  
(15) Dâ'imâ seniñ:  
(16) H. Nuşret

### 3.3. Mektubun Dış Yapısı ve İmlâ Hususiyetleri

Yukarıda görüldüğü üzere mektuplarda sadece kâğıtların ön yüzleri kullanılmıştır. Kağıtlar beyaz renktedir. Mektuplarda kullanılan yazı türü hakkında Kılıç, şu ifadeleri kullanmaktadır:

"Hâlîde Hanım'ın yazı tarzı, son derece zariftir. İnce uçlu bir dolmakalem ve kaliteli bir mürekkeple yazıldığı erbâbınca anlaşılacak olan mektuplarda kullanılan kâğıt da zamanın en iyileri arasındadır. Hâlîde Nusret Hanım, çoğumuzda olduğu gibi kendine has bir yazı karakterine de sâhiptir. Ehlinin muhtemelen hemen okuyabileceği sarîh ve bâriz hatlara sâhip olan bu yazı tarzında (ن) nun), م (mim) ve ك (kef) harfleri ile ا (güzel he'ler) dikkat çekici bir zarâfete sâhiptir. Nazal n (ñ) her zaman kef ك (kef) harfi ile, yâni üzerine üç nokta konulmak sûretiyle gösterilmektedir ki bu tasarruf, esâsen bizim Orta Asya'dan bu yana getirdiğimiz Arap harfleri kullanımlarındaki bize has bir vaziyettir. Eski metinlerde bâzen g veyâ ğ yerine de kullanıldığına şâhit olduğumuz bu kef ك (kef) harfi, Hâlîde Nusret'in mektuplarında her zaman nazal n (ñ) sesine karşılık gelmektedir. Bu dikkatli kullanım, zannımızca, Hâlîde Nusret Hanım'ın imlâ husûsundaki dikkat veyâ özenine de delâlet etmektedir." (Kılıç, 2024, s. 30).

Hâlîde Hanım'ın mektuplarında genel olarak nazal n "ك" kullandığı görülmektedir. Aşağıda birkaç örneği verilen kullanımın benzerleri 03/10/1926 tarihli mektupta 24 adet kelimeye yinelenmektedir. Bunlar: "(Elleriñe, yalnız, gidiñ, şabkañıñ, soñ, soñra, karañlık, beñzemiyo, añladım, canımdasıñ, cansıñ, benimsiñ, seniñ, seniñim, istiyorduñ, dört biñ, Biñbaşım, idemeyecegiñ, mektebiñ, soñra, sınıfiñ, istersiñ, gelirseñ, saña)"



Fotoğraf 2. "(1) Ben de seniñ, seniñ, seniñim artık..." (9. Mektup II. Bölüm 1. Satır)



Fotoğraf 3. "(15) Canımdasıñ... Cansıñ... Benimsiñ..." (9. Mektup. II. Bölüm 15. Satır)

### 3.3.1. Mektupta Görülen Ses Hâdiseleri Şunlardır:

Hâlîde Hanım'ın mektupları yazdığı dönemde Osmanlı Türkçesi yazım kuralları uygulanmaktadır. Bu sebeple de Osmanlı Türkçesi imlâsına göre “**ünsüz benzeşmesi**” kuralı uygulanmamaktadır. Bunun örneklerinden bazıları da şu şekildedir:

“(10) *Gitdiñ... Şabkaññ şoñ def'a şallandığıñı*” (9. Mektup I. Bölüm, 10. Satır)

“(10) *Saña “arada İstanbul'a gel” demişdim ammâ*” (9. Mektup III. Bölüm, 10. Satır)

Bir diğer ses olayı “**ünlü daralması**nın” gösterilmemesiyle ilgilidir:

“(3) *beni yıldırıyor=mes'ūdum. Şevk ve neş'eyle*”

“(14) *çok özleyor mısıñ?... Bunu her zamân senden*”

“(15) *duymak isteyorum...* “

### 3.4. Mektubun İç Yapısı (Giriş, Metin, Sonuç)

- Giriş
- Davet (Tahmid veya Temcid)

Hâlîde Hanım'ın eşi Aziz Bey ile hususi olarak yazışmış oldukları mektuplarda giriş faslı olarak besmelenin rümûzu olan “ب” harfi kullanılmıştır. Kâğıdın üst ortasına kenardan bir parmak aşağıya çizilir. 9. Mektupta yer alan örnek şu şekildedir:



Fotoğraf 4. (I. Bölüm, 1. Satır)

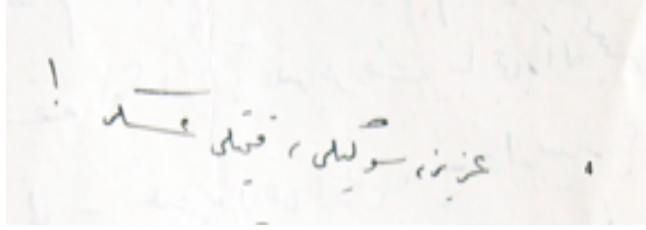
Kılıç, Hâlîde Hanım'ın mektubuna gelenekli edebiyatımızda sıklıkla gördüğümüz “ب” (b)harfini yazarak başladığını bunun “bismillâh” lafzının kısaltması olduğunu ve mektupların çoğunda buna benzer ibârelerin yer aldığını ifade etmektedir. (Kılıç, 2024) (Kişisel Görüşme)

- Unvân

Mektupta bu bölüm yer almamaktadır.

- Elkâb, Ser-nâme veya Hitâb

Elkâb kâğıdın üst kısmında mektubun ilk satırı üstünde dörtte birlik yer kaplar. İncelemiş olduğumuz mektupta hitap bölümü aşağıdaki gibidir:



**Fotoğraf 5.** “Azîz, Sevgili, Kıymetli ‘Asker!’” (I. Bölüm, 4. Satır)

- **Duâ**

Mektupta duâ içeren satırlar aşağıdaki gibidir:

(12) *vaz'ıyyet, degil mi? Cenâb-ı Haqq'a şükr idiyorum, sen de*

(13) *it: bize her işimizde hayır, bereket, suhûlet*

(14) *viriyor. İnşâ'Allâh dâ'imâ mes'ûd ve müreffeh*

(15) *yaşayacağız...*”

- **Metin**

Bu bölüm; nakil, iblağ ve talep olmak üzere üç kısımdır.

- **Nakil, İbلاغ ve Talep**

Hâlîde Nusret'in mektubu yazma amacı, Aziz Vecîhî Bey'le nikah tarihlerinden sonra bir ay kadar bir süredir görüşmedikleri için ona duyduğu sevgiyi, özlemine dile getirmektir. Mektupta: “*Seni aylarca görmemiş gibiyim...*”, ve “*Cânımdasın...Cânsın...Benimsin...*”satırları bunu anlatmaktadır, bu seferki ayrılığın diğerlerine benzemediği ifade edilerek artık her an eşini görmek istediği anlatılmakta, bu bölümlerden sonra ise vaziyeti hakkında bilgi verilmektedir.

- **Sonuç**

Bu bölüm; hâtime, tarih, yer, imza ve mühür kısımlarından oluşur.

- **Hâtime**

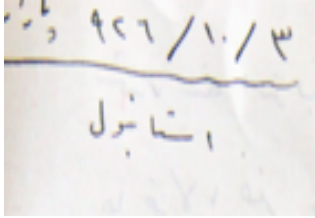
Hâlîde Nusret, hatime bölümünde mektubunun sona erdiğini ve muhatabına olan bağlılığını “*Dâ'imâ seññ.*” ibâresiyle anlatmaktadır.



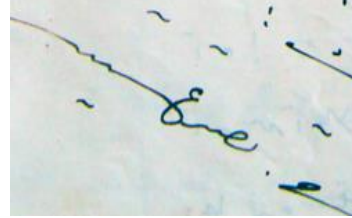
**Fotoğraf 6.** “Dâ'imâ seññ.” (IV. Bölüm, 15.Satır)

- **Tarih, Yer, İmza veya Mühür**

Hâlîde Nusret Hanım mektubunda tarih, gün, ay ve yılı mektubun sol üst köşesine yazmıştır. İmzasının ise yazının sol alt tarafında olduğu aşağıda görülmektedir.



**Fotoğraf 7.** “[0]3/10/[1]926 Pazar İstanbul”



**Fotoğraf 8.** “(16) H. Nusret”

### 3.5. Mektubun Muhtevası

Mektubun ilk bölümünde Hâlîde Nusret Hanım, bir ay önce nikâhlandığı Aziz Vecîhî Bey’le vedalaşırken her zamankinden ayrı duygular yaşadığını ifade ederek eşinden ayrılırken çok zorlandığını belirtmektedir. Artık onu canı gibi sevdiğini iyice anladığını eklemektedir. Mektubun ikinci bölümünde çok yorgun olduğu için farkında olmadan Aziz Bey’e “sen” (II. Bölüm, 4-5. Satırlar) diye hitap ettiğini belirterek vaziyeti ile ilgili bilgiler vermektedir:

“(7) *Kız Lisesi Devre-i Şâniyesinde Edebiyyât Mu’allimiyim. ‘İlâve*

*(8) olarak da Nişantaşı Orta Kız Mektebinde yedi sâ’ât*

*(9) Türkçe dersi virmişler. Me’âş mecmû’ı dört biñ*

*(10) iki yüz. Ya’nî on altı sâ’ât dersle*

*(11) Edirne’dekinden fazla me’âş alacağım. İyi bir...”*(II. Bölüm,7, 8, 9, 10, 11. Satırlar)

Bu bilgilere göre Edirne’den İstanbul’a geçen Hâlîde Hanım İstanbul’da iki farklı okulda görev yapacağını; “Kız Lisesi Devre-i Sâniyesi’nde Edebiyât Muâllimliği ve Nişantaşı Orta Kız Mektebi”nde ise Türkçe Öğretmenliği yapacağını “on altı saat dersle” Edirne’deki maaşından daha fazla maaş alacağını haber vermektedir. Bu durum için mutlu olduğunu ve Cenâb-ı Hakk’a şükrettiğini, birlikte huzurlu bir hayat yaşayacaklarını ifade etmektedir. Mektubun üçüncü bölümünde çalıştığı iki mektebin arasının tramvayla bir buçuk saat sürdüğü bilgisini vererek bu durumun kendisi için yorucu olduğunu belirtmektedir. Ayrıca onuncu sınıfın çok ağır bir programı olduğunu ve sınıfın kitabı olmadığı için muhtelif tarih kitaplarından bilgi toplaması gerektiğini belirtmektedir. Dün iki kitap aldığını, bugün de alacağını söylemektedir. Burada bir de kitapçıya ismarladığı kitap isimlerinin bilgisini vermektedir:

“(4) *târîhlerden ma’lûmât toplamak lâzım. Dün iki kitâb*

*(5) aldım, bu gün de alacağım. Rızâ Nûr’uñ on iki*

*(6) cild Türk Târîhleri’ni de kitâbçıya ismarladım.”*(III. Bölüm 4, 5, 6. Satırlar)

Bu satırlarda Hâlîde Hanım, güzel bir kütüphaneleri olacağını hayâl etmektedir. Kırklareli'nde bulunan Aziz Bey'den arada İstanbul'a gelmesini istemekte, fakat ayrılırken yaşadığı hüznü tekrar yaşamaktan korktuğunu dile getirmektedir. Devam eden kısımlarda Hâlîde Hanım'ın Aziz Bey'in kendisini sevdiğini ve özlediğini sürekli duymak istediği şu şekilde geçmektedir:

“(13) Allah aşkına doğru söyle. Beni çok seviyor,

(14) çok özleyor mısın?... Bunu her zamân senden

(15) duymak isteyorum...” (III. Bölüm 13, 14, 15. Satırlar)

Mektubun sonlarına doğru çok yorgun olduğunu söylemekte, kendisine ve annesine mektup yazmak için bir dakika bile bulamadığını belirtmektedir. Yine kalkıp kitap almaya gideceğinden ve not hazırlayacağından bahsetmektedir. Eşine bu yorgunlukları için üzülmemesini tembihleyerek bu durumların kendisini yıldırmadığını ve neşeyle çalıştığını söyleyerek “hayat”ın tanımını; “Zâten hayat= mücadeledir.” (IV. Bölüm, 4. Satır) ifadeleriyle yapmaktadır. Hâlîde Hanım, yine mektubun sonlarına doğru mektubun yabancı biri tarafından okunma ihtimâli olup olmadığını sorgulamıştır. Eğer böyle bir durum söz konusu ise bunun için yakınmaması gerektiğinden bahsetmektedir. (IV. Bölüm 7, 8. Satırlar) Son olarak da Aziz Bey'den mektubuna bir cevap yazmasını isteyerek oturduğu evin adres bilgisini vermektedir. (IV. Bölüm 9, 10, 11, 12. Satırlar)

Hâlîde Hanım, 9. mektubun son satırlarında yazılarının biçimsiz olmasından dolayı kusuruna bakmamasını isteyerek eşine bağlılığını ve muhabbetini ifade eden sözlerle mektubu sonlandırmaktadır. (IV. Bölüm 15, 16. Satırlar)

### Sonuç

Cumhuriyet Dönemi Türk edebiyatının önemli kadın yazarlarından birisi olan Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın roman, şiir, hatıra türlerinde yazılmış pek çok eseri olduğu bilinmektedir. Bu eserlerde gösterdiği başarı, titizlik eşine yazdığı hususi mektuplarda da görülmektedir. Bu anlamda incelediğimiz mektup da bunun bir örneğidir. Kadın yazarların annesi ünvanıyla anılan Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın eşi Aziz Vecîhî Zorlutuna'ya yazmış olduğu eski harfli mektuplar, günümüz diline yakın, sade ve anlaşılır kelimelerle içten ve samimi bir üslupla kaleme alınmıştır.

Buradan hareketle yazılan bu mektuplardan biri olan 03/10/1926 tarihli mektubu konu alan bu çalışmada, öncelikle mektup türünün tanımı yapılmış daha sonra mektup türü tasnif edilmiştir. Hâlîde Nusret'in edebî kişiliği hakkında bilgiler aktarılıp, çalışmanın esasını oluşturan mektubun tarafımızca çekilen görüntüsü verilmiş ve mektubun transkripsiyonlu çevirisinden sonra inceleme kısmına geçilmiştir. Mektubun öncelikle iç ve dış yapısı incelenmiş ve mektubun muhtevası hakkında bilgi verilerek bu çalışma sonlandırılmıştır.

Neticede hayatı boyunca hem çocuklarına hem de Türk milletine örnek olmuş önemli bir yazar olan Hâlîde Nusret'in zarif üslubu, yazarlığı, şairliği, öğretmen vasfı ve kişiliği ile ilgili pek çok kıymetli bilgiye yer veren bu mektup, araştırmacılara ışık tutacaktır.

### **Etik Kurul İzni**

Bu makale etik kurul izni gerektiren bir çalışma gurubunda yer almamaktadır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

### **Destek ve Teşekkür Beyanı**

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından SYL-2023-12272 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.



## Kaynakça

- Bozkurt, N. (2004). *TDV İslam ansiklopedisi*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Coşkun, B. (2010). *Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın hayatı-fikirleri-eserleri* (Yayımlanmış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- Çakır, Ö. (2005). *Türk edebiyatında mektup* (Yayımlanmış doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dağlar, A. (2013). Türkçe mektupları ışığında Şeyhülislâm Ebussuûd Efendi'nin beşerî münâsebetleri. *Osmanlı Araştırmaları The Journal of Ottoman Studies*, (41), 279-320.
- Doğramacıoğlu, H. (2011). *Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın Hanım mektupları üzerine bir inceleme*. Asistan Yayıncılık.
- Durmuş, İ. (2004). *TDV İslam ansiklopedisi*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Gültekin, H. (2015). *Türk edebiyatında inşâ: Tarihî gelişim-kuram-sözlük ve Münşeât-ı Koca Râgıb Paşa*. Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Gürel, Z. (1988). *Hâlîde Nusret Zorlutuna*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Işınsu, E. (1984, Temmuz). Emine Işınsu annesini anlattı. *Türk Edebiyatı*, (129), 36.
- Kılıç, A. (2024). Hâlîde Nusret Zorlutuna'nın eşi Aziz Vecihî Bey ile mektuplarından seçmeler ve evrâk-ı metrûkesine dair bâzı bilgiler. İçinde A. Uslu Üstten & C. Uğurdağ (Eds.), *Ihlamur anma ve armağan kitaplar dizisi-18, Halide Nusret Zorlutuna* (ss. 23-53). Ihlamur Yayınları.
- Kılıç, Atabey. Kişisel Görüşme, 01 Ağustos 2024.
- Kortantamer, T. (1984). Nâbî'nin Osmanlı İmparatorluğu'nu eleştirisi. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 2(1), 83-116.
- Köprülü, F. (1999). Türk Edebiyatı Tarihi'nde usûl. *Edebiyat Araştırmaları*, TTK, 3-47.
- Öztürk, M. (2015). *Münşeât-ı Nâbî (inceleme-tenkitli metin) ve Münşeât-ı Nâbî'de XVIII. yüzyıl yansımaları* (Yayımlanmış doktora tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, O. (2005). *Mecmu'a-i Münşeât, TDK Ktb. A.363/1: İnceleme-metin-tıpkıbasım* (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şemseddîn Sâmi. (2006). *Kâmûs-ı Türkî*. Çağrı Yayınları.
- Tansel, F. A. (1964). Türk edebiyatında mektup. *Tercüme (Mektup Özel Sayısı)* (XVI), 77-80.
- Zorlutuna, H. N. (2021). *Bir devrin romanı*. Panama Yayıncılık.





## KAYSERİ İLİNİN MEDİKAL TURİZMİNDE MARKA OLMA YOLCULUĞU: İNSAN VE YAPAY ZEKÂ PERSPEKTİFLERİ

 Nurperihan TOSUN<sup>a</sup>

 Yılmaz ARIK<sup>b</sup>

### Öz

Türkiye'nin medikal turizmdeki potansiyeli sürekli olarak artmakta ve belirli büyük şehirler çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Kayseri ise sağlık ve turizm altyapısı açısından yüksek potansiyele sahip olup, medikal turizme önemli katkılar sunabilecek kapasiteye ulaşmıştır. Bu çalışma ile Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyelini SWOT analiziyle ortaya koymak amaçlanmıştır. Nitel araştırma kapsamında on kişiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak ve yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasından aynı sorular sorularak veriler toplanmıştır. Görüşmeler esnasında literatür ve uzman görüşlerinden yararlanarak hazırlanan sekiz soru katılımcılara sorulmuş, cevaplar ses kaydına alınmıştır. Hem uzman görüşleri hem de ChatGPT-4o uygulamasından toplanan verilerle SWOT analizleri ve karşılaştırmalar yapılmıştır. Yapılan karşılaştırma sonrasında güçlü yönlerde elde edilen benzerlikler; sağlık altyapısının iyi olması, uzman sağlık çalışanlarının varlığı, şehrin Kapadokya bölgesinde yer alması, fiyat avantajı şeklindedir. Zayıf yönlerdeki benzerlikler; yurt dışından uçuşların aktarmalı olması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği, medikal turizm konusunda nitelikli personel eksikliği ve kurumlar arası iş birliğinde yetersizlik olmuştur. Fırsatlarda; uygun fiyatlı sağlık hizmetlerinin sunumuyla yüksek talep potansiyeli, medikal turizm ile turizm faaliyetlerinin entegre edilebilirliği, devlet teşvikleri şeklinde benzerlik göstermiştir. Tehditlerdeki benzerlikler ise İstanbul, Antalya ve İzmir şehirlerinin üstün rekabet gücüne sahip olması, medikal turistlerin Türkiye'yi güvenlik açısından riskli görmesi ve meydana gelebilecek istenmeyen durumların olumsuz yorumlarla uluslararası imajı zedeleme riskinin olması şeklindedir. Kayseri ilinin medikal turizm konusunda marka kent haline gelmesi için paydaşların daha güçlü iş birliği içinde olması, profesyonel düzeyde tanıtım ve pazarlama çabalarına önem verilmesi, nitelikli personel yetiştirilmesi, Kapadokya ve Erciyes'in turizm avantajının medikal turizme entegrasyonu, diaspora potansiyelinin değerlendirilmesi, charter uçuşların organize edilmesi, aracı kuruluş sayısının artırılması önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal turizm, SWOT analizi, Kayseri, ChatGPT, Yapay zeka.



<sup>a</sup> Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, nkarabulut@cumhuriyet.edu.tr

<sup>b</sup> Öğr. Gör., Kapadokya Üniversitesi, Kapadokya Meslek Yüksekokulu, Optisyenlik Bölümü, yilmaz.arik@kapadokya.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 17.11.2024, Makale Kabul Tarihi: 19.12.2024

## KAYSERİ'S JOURNEY TO BECOMING A MEDICAL TOURISM BRAND: PERSPECTIVES FROM HUMANS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

### Abstract

Turkey's potential in medical tourism is constantly increasing and is being realized within the framework of certain major cities. Kayseri has a high potential in terms of health and tourism infrastructure and has reached the capacity to make significant contributions to medical tourism. This study aims to reveal the potential of Kayseri province to become a brand city in medical tourism through SWOT analysis. Within the scope of qualitative research, data were collected by conducting semi-structured interviews with ten people and asking the same questions from the ChatGPT-4o application, an artificial intelligence platform. During the interviews, eight questions prepared based on the literature and expert opinions were asked to the participants and the answers were audio recorded. SWOT analyses and comparisons were made with the data collected from both expert opinions and ChatGPT-4o application. After the comparison, the similarities obtained in the strengths are; good health infrastructure, the presence of specialized healthcare professionals, the city's location in the Cappadocia region, price advantage. The similarities in weaknesses were; connecting flights from abroad, insufficient promotional and marketing activities, lack of qualified personnel in medical tourism, and insufficient cooperation between institutions. Opportunities were similar in terms of high demand potential through the provision of affordable health services, the integration of medical tourism and tourism activities, and government incentives. The similarities in threats are that Istanbul, Antalya and Izmir have superior competitive power, medical tourists perceive Turkey as risky in terms of security, and there is a risk of undesirable situations that may occur and damage the international image with negative comments. In order for Kayseri to become a brand city in medical tourism, it was suggested that stakeholders should cooperate more strongly, professional promotion and marketing efforts should be emphasized, qualified personnel should be trained, the tourism advantages of Cappadocia and Erciyes should be integrated into medical tourism, the diaspora potential should be evaluated, charter flights should be organized, and the number of intermediary organizations should be increased.

**Keywords:** Medical tourism, SWOT analysis, Kayseri, ChatGPT, Artificial intelligence.



### Giriş

Sağlık turizmi, milyarlarca dolarlık bir endüstri olup sürdürülebilir turizm yönetimi uygulamalarını gerektirirken, aynı zamanda gezginlere ekonomik faydalar ve çeşitli sağlık hizmeti seçenekleri sunan önemli bir küresel sektör olarak öne çıkmaktadır (Bristow vd., 2010). Seyahat ve konaklama ile birleştirilmiş tıbbi tedavileri, sağlık hizmetlerini ve rehabilitasyon bakımını kapsamaktadır (Şengül & Çora, 2020). Sektörün önemi; ziyaretçi çekme, yüksek kalitede ve maiyet olarak erişilebilir sağlık hizmeti sunma ve benzersiz deneyimler sunma potansiyelinde yatmaktadır (Soliman vd., 2024). Sağlık turizmi potansiyelini geliştirmek için ülkelerin; uzmanlaşmış ve ileri sağlık teknolojileriyle hizmet sunmaya, nitelikli sağlık insan kaynağına yatırım yapma, konaklama altyapısını iyileştirmeye, kalite ve akreditasyon standartlarını yükseltmeye ve uluslararası ortaklıklar kurmaya odaklanmaları, bu rekabetçi pazarda başarı sağlamak için kritik öneme sahiptir (Jafari vd., 2016).

Sağlık turizmi, sağlığı koruma ve tedavi etme amaçlı seyahatleri kapsayan küresel ölçekte büyüyen bir sektör olup temelde üç ana gruba ayrılabilir: medikal turizm, wellness turizmi ile termal ve spa

turizmi (Lee & Kim, 2015; Mainil vd., 2017). Medikal turizm, tedavi amaçlı seyahat etmeyi içerirken, wellness, termal ve spa turizm ise önleme ve iyileşmeye odaklanmaktadır (Mahdavi vd., 2013). Sağlık turizmi, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde sağlık ve medikal spalarının gelişimiyle ivme kazanmış olup, bu durum tüketicilerin zindelik ve sağlıklı yaşam konusuna olan artan ilgisiyle şekillenmiştir (Spivack, 1998). Sağlık turizminin gelişimini etkileyen faktörler arasında markalaşma, sektörler arası iş birliği ve merkezi hizmetler yer almaktadır (Mahdavi vd., 2013). Sağlık turistlerinin destinasyon seçimlerini belirleyen faktörler arasında mesafe, maliyet, dil, tıbbi teknoloji yeterliliği, ülkenin imajı, kültürel faktörler vb. yer almaktadır (Lee & Kim, 2015). Küresel ölçekte, 2019 yılında medikal turist sayısının yaklaşık 23 milyon olduğu ve bu sektörden elde edilen ekonomik değer 104,7 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. 2027 yılına gelindiğinde ise medikal turist sayısının 70 milyona, sektörden elde edilecek ekonomik değer ise 273,7 milyar dolara ulaşması öngörülmektedir (Chanda, 2022).

Küresel çapta medikal turizmdeki bu önemli artışa paralel olarak, Türkiye, özellikle plastik cerrahi, saç ekimi, onkoloji, göz hastalıkları, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji gibi alanlarda gösterdiği başarılar ile sağlık turizmi konusunda önde gelen bir destinasyon haline gelmiştir. Ülkenin sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmaya yönelik stratejik girişimler ve yatırımlar, bu büyümeyi önemli ölçüde desteklemiş, erişilebilir maliyet ve yüksek kaliteli tıbbi bakım arayan uluslararası hastalar için cazip bir seçenek sunmuştur (Pirzada, 2022; Özcan vd., 2024; Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi [USHAS], 2024). Türkiye'de sağlık turizmi potansiyeli yüksek olan şehirler arasında İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir ve Adana öne çıkmaktadır (Kılıçarslan, 2019; Çubuk, 2022). Ancak, bu alandaki gelişimin sürdürülebilir olabilmesi için, tüm yükün yalnızca birkaç şehir üzerine yoğunlaşmaması ve farklı şehirlerin de sağlık turizmi konusunda markalaşması ve daha fazla öne çıkması gerekmektedir.

Kayseri, büyükşehir statüsü, gelişmiş sağlık altyapısı ve stratejik konumuyla sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Şehirdeki 1.607 yatak kapasiteli şehir hastanesi, üniversite hastanesi, özel hastaneler ve dal hastaneleri, kaliteli ve uzmanlaşmış sağlık hizmetlerinin çeşitliliğini artırırken, Anadolu Sağlık Turizmi Derneği (ASTUDER) gibi sağlık turizmi alanındaki sivil toplum kuruluşları (STK) ile kurulan iş birliği de bu potansiyeli pekiştirmektedir. Kayseri, uluslararası charter uçuşlarına hizmet veren Erkilet Havaalanı ve 2023 yılında 4 milyonun üzerinde yerli ve yabancı ziyaretçi ağırlayan Kapadokya gibi turistik bölgelere yakınlığı ile sağlık turizmi için cazip bir destinasyon olma yolundadır (tourismtoday, 2023). Bu açıdan da sağlık turistlerinin yanı sıra kültürel ve doğal zenginliklerden faydalanmak isteyen ziyaretçilere de hitap eden bir şehir olma özelliği taşımaktadır. Bu unsurlar, Kayseri'yi sadece tıbbi bakım arayan turistler için değil, aynı zamanda sağlık turizmi sektöründe yatırım yapmayı planlayan girişimciler için de önemli bir merkez haline getirmektedir. Gelecek yıllarda bu alandaki yatırımların artması ve şehrin uluslararası alanda daha fazla tanınması, Kayseri'nin sağlık turizmi pazarındaki büyüme potansiyelini daha da artıracaktır.

Bu çalışmanın amacı, Kayseri'nin medikal turizmde marka kent olma potansiyelini, uzman görüşleri ve bir yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o aracılığıyla araştırmaktır. Elde edilen veriler doğrultusunda, her iki perspektife dayalı olarak iki ayrı SWOT analizi hazırlanmış ve bu analizler karşılaştırılmıştır. Kayseri'ye dair daha önceki birincil kaynaklardan elde edilen verilerle medikal turizm konusunda yapılan çalışmaların sınırlı olması ve yapay zeka uygulamasının çalışmaya dahil edilmesi,

bu çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Bu çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda Kayseri'nin medikal turizm marka kent olma yolculuğu değerlendirilmekte olup, sahaya ve politika yapıcılara öneriler sunulmaktadır.

## A. LİTERATÜR TARAMASI

### 1. Sağlık Turizmi

Uluslararası seyahatlerin 2022 yılında 963 milyon kişiye ulaşarak, 2021 yılına kıyasla %111 oranında bir artış göstermesi dikkat çekicidir. Turizm harcamaları ise 1 trilyon 31 milyar dolar olarak gerçekleşmiş ve Türkiye, en yüksek gelir elde eden ülkeler arasında yer almıştır. Gelen turist sayısına göre Türkiye, dünyada 4. sırada, turizm geliri sıralamasında ise 6. sırada bulunmaktadır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB], 2022). Sağlık turizmi alanında, 2022 yılında 1.381.807 kişi Türkiye'ye sağlık hizmeti almak için gelmiş ve bu seyahatlerden elde edilen gelir 2.206.750 bin ABD Doları olmuştur (USHAŞ, 2024)

Sağlık turizmi, kişilerin koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici hizmetleri almak için yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Tütüncü vd., 2011). Bir başka tanıma göre ise kişilerin sağlıklarını koruması, geliştirmesi, bozulan iyilik haline tekrar ulaşması için yerleşim yerinden ayrılarak yirmi dört saati geçen ziyaretler kapsamında konaklama ve sağlık hizmetleri alması şeklinde tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi, sağlığı koruma, hastalıkların önlenmesi ve hastalıkların tedavisi gibi bir yelpazede ele alınmaktadır (Tengilimoğlu, 2021). Genel bir değerlendirme ile bakıldığında ise sağlık turizmi daha az maliyetle, daha kaliteli ve hızlı şekilde sağlık hizmeti almak için yapılan uluslararası seyahatler olarak ele alınmaktadır (Doğan & Doğan, 2020). Sağlık turizminin gelişimi tarihsel bağlamda incelendiğinde en eski formu termal turizm olup antik çağlara kadar dayanmakta olup, günümüzde stratejik önem taşıyan formu medikal turizmdir.

Dünyada medikal turizme bakıldığında 2019 yılında 23 milyon sağlık turisti başka bir ülkeden hizmet almak için seyahat etmiş ve 104,7 milyar dolar harcama meydana gelmiştir. Dünyadaki medikal turizm pazarında en çok kanser, ortopedi, kozmetik, kardiyovasküler sistem, diş ve nörolojik tedaviler yer almaktadır (Chanda, 2022). Dünya medikal turizminde ortopedi, kardiyoloji ve nakillerde Hindistan; estetik ve kardiyolojide Singapur; onkolojik cerrahide Güney Kore önemli konumda olurken ülkemiz estetik, diş, göz, saç ekimi, onkoloji, ortopedi ve tüp bebekte ön planda yer almaktadır (Tengilimoğlu, 2021).

Medikal turizmde yabancı bir ülkeden sağlık hizmeti almak, öncelikle güveni gerekli kılmaktadır. Bunun için ülkeler kendilerini onaylanmış ve güven imajıyla lanse etmek için çabalarda bulunmakta ve tanıtma faaliyetlerinde bunları kullanmaktadır. Medical Tourism Association (Medikal Turizm Derneği) ve International Healthcare Research Center (Uluslararası Sağlık Araştırma Merkezi) tarafından yapılan bir çalışmaya göre katılımcıların %78,8'i yabancı bir sağlık hizmetine güven duymanın önemli olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca katılımcıların %71,2'si başka bir ülkede akredite olmuş bir sağlık kuruluşunu ziyaret ettiğini, %63,3'ü tercih edecekleri sağlık kuruluşunun akredite olmuş olmasının seçim kararlarını önemli düzeyde etkilediğini belirtmektedir (Medical Tourism Association, 2024).

Literatür incelendiğinde sağlık turizminde ülkelerin tercih edilme nedenleri aşağıda belirtildiği şekilde ortaya çıkmaktadır (Krasnokutskaya, 2022; Papp & Lörincz, 2016; Tontuş, 2015a):

- Singapur, Tayland, Kıbrıs Rum Kesimi ve Kostarika temel gelir kaynağı turizm oldukları için tercih edilmekte,
- Almanya, ABD ve Güney Kore kaliteli sağlık hizmeti sundukları ve ileri tıbbi teknolojiye sahip oldukları için tercih edilmekte,
- Sağlık turizmine verdikleri önem ve geçmişten gelen turizm politikalarına göre: Macaristan, termal turizm; İspanya, yaşlı turizmi; Hindistan, tıp turizminde tercih edilmekte,
- Ürdün, Hindistan, Malezya, Brezilya ve Malta yurtdışında eğitim görmüş doktor avantajından dolayı tercih edilmekte,
- Asya bölgesi tedavi ve hizmette yüksek kaliteye sahip olması, güncel teknolojik gelişmeleri takip etmesi ve esnek fiyat politikasından dolayı tercih edilmekte,
- Meksika dış hekimliği ve estetik cerrahi için yakınlığı bakımında ABD vatandaşları tarafından tercih edilmekte,
- Türkiye, Malezya ve İsrail ise kalite sağlık hizmeti, uygun fiyat, coğrafi konum, ileri tıbbi teknoloji ve turizm ülkeleri olması bakımıyla tercih edilmektedir.

### 1.1. Türkiye’de Medikal Turizm

Günümüzde dünyanın entegre bir pazar haline gelmesi, ulaşım olanaklarının artması ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, sağlık hizmetlerinin de uluslararası ticaretle uyum sağlamasına olanak tanımış ve bu hizmetler, küresel turizm pazarında önemli bir yer edinmiştir. Türkiye’de sağlık turizminin önemi ise son 12 yılda sürekli artış göstermiştir. 2012 yılında sağlık amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısı 265.048 iken, bu rakam 2023 yılında 1.538.643’e ulaşmıştır (Şahin & Tuzlukaya, 2017; Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2024).

Ülkemizde sağlık turizmine devlet kapsamında verilen öneme baktığımızda 10. Kalkınma Planı’nda sağlık turizmi kavramına yer verilmeye başlanmış, 11. ve 12. Kalkınma Planları ile devamı gelmiştir. 10. Kalkınma Planı’nda sağlık turizmine dair hedefler, bileşenler ve sorumlu kuruluşları içeren “Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı” başlığında bir bölüm yer almaktadır. 11. Kalkınma Planı’nda ise sağlık turizmi kapsamında tanıtım, yatırım, hizmet kapasitesinin geliştirilmesi, hukuki düzenlemeler, akreditasyon ve pazarlama faaliyetleri gibi hedeflere yer verilmiştir. Son olarak 12. Kalkınma Planı’nda bir önceki planlar kapsamında hedeflerin devamı ve geliştirilmesinin teşvik edilmesi konuları ele alınmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2024). Sağlık Bakanlığı da 2010-2014, 2013-2017, 2019-2023 ve 2024-2028 stratejik planlarında sağlık turizmi konusunu ele almış ve stratejik hedefler belirlemiştir. Bu hedefler; sağlık turizmi alanında işbirliklerinin yapılması, sağlık turizmi alanında hizmet yürüten kuruluşlara ait kriterlerin hazırlanması, kamu-özel sektörün yurtdışı çalışmalarına destek olunması, sağlık turizmini tanıtma çabaları, kalite geliştirme, kapsamını genişletme, yönetişimi iyileştirme, şehir hastanelerinin de sağlık turizminde önemli bir rolünün olması, sağlık

turizmine ilişkin hizmet sunum standartlarının geliştirilmesi, nitelikli personel sağlama, uzaktan sağlık hizmetleri ile entegresinin sağlanması, uzaktan hasta takibi için altyapının geliştirilmesi, sağlık turizminde yer alan hizmet sağlayıcı ve aracı kuruluşların denetlenmesi, akreditasyona teşviğin sağlanması şeklindedir (Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 2024).

Sağlık turizmine yönelik kalkınma planları ve bakanlıkların stratejik hedeflerinde yer alan faaliyetlerin planlanması, yürütülmesi ve izlenmesi amacıyla belirli bir örgütlenme ihtiyacı doğmuştur. Bu kapsamda, Türkiye’de sağlık turizmi faaliyetlerini koordine etmek üzere ilk olarak Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (SATÜRK) oluşturulmuş, ardından Sağlık Bakanlığı’na bağlı olarak Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (USHAŞ) kurulmuştur (Askerlik Kanunu ve Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik, 2018). Ayrıca, 13 Temmuz 2017 tarihinde, uluslararası düzeyde sunulacak sağlık hizmetlerinin standartlarını belirlemek, sağlık kuruluşları ve aracı kurumları yetkilendirmek ve bu faaliyetleri denetlemek amacıyla Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Yönetmeliği (2017) yürürlüğe girmiştir.

Türkiye’de medikal turizme ilişkin bu denli devlet ve hükümet desteğinin yanı sıra avantaj yaratan ayrıca birçok faktör bulunmaktadır. Global pazarda Türkiye’nin cazibe merkezi haline gelmesine katkı sunan avantajlar şu şekildedir (Uluslararası Sağlık Turizmi Tesisleri ve Aracı Kuruluşlar Derneği, 2024):

- Düşük maliyet: Sağlık turistleri kendi ülkelerinde ihtiyaç duydukları sağlık hizmetlerine ülkemizde daha az maliyetle erişim sağlayabilmektedir.
- Sigorta kapsamı: Birçok ülkede dış sağlığı hizmetleri ile kozmetik hizmetlerinin sigorta kapsamında olmaması kişileri ülkemize yöneltebilmektedir.
- Teknoloji: Ülkemizdeki hastaneler tıp teknolojilerindeki gelişimi takip ederek bu alandaki altyapı ve donanımlarda yüksek kaliteyi sağlamaktadır.
- Bekleme süresi: Çoğu ülkelerde hastalar uzun bekleme sürelerine katlanmayı bırakıp, ülkemizi daha kısa sürede hizmet almak adına tercih etmektedir.
- Döviz kurları: Döviz kuru farkları bakımından sağlık turistleri ülkemizde aldıkları sağlık hizmeti giderlerini daha kolay bir şekilde karşılayabilmektedir.
- Akredite kuruluşlar: Ülkemizde kalite güvencesi ve küresel itibar açısından sağlık kuruluşlarının akredite olması ve akreditasyon sürecine önem vermesi sağlık turistlerine güven duygusunu vermektedir.
- Ulaşım: Türkiye’nin hem coğrafi olarak merkezi bir konumda olması hem de uçuş seferlerinin işler olması sağlık turistleri açısından ulaşımı daha kolay hale getirmektedir.
- Sağlık hizmetlerinde kalite: Sağlıkta Dönüşüm Programı’ndan itibaren ülkemizde sağlık hizmetlerinde kalite kavramına üst düzeyde önem verilmekte ve sürekli kalite iyileştirme üzerinde çabalar görülmektedir.
- Konaklama ve turizm ile entegrasyon: Ülkemizde sağlık turizmi veren tesislerin konaklama hizmetlerini de içermesiyle birlikte sağlık turistlerinin diğer turizm faaliyetlerine katılımını sağlayıcı turların da geliştirilmesi hizmet alım sürecini daha kolay ve keyifli hale getirmektedir.
- Diaspora: Farklı ülkelerdeki Türk vatandaşların başka ülkede sağlık hizmeti almak yerine Türkiye’yi tercih etme olasılığı daha yüksek olmaktadır.

- Turistik özellikler: Türkiye'nin farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması bakımından dünyadaki birçok ulusun kültürel değerlerini barındırması, doğal güzellikleri ve kendine has kültürel özellikleri ile sağlık turistlerini çekmede güçlü olmaktadır.

Ülkemizin doğal kaynakları, bölgesel kalkınma çabaları, doğa güzellikleri sağlık turizmi çeşitliliğine katkıda bulunmakta ve belirli bölgeleri farklı hizmet türlerinde ön plana çıkarmaktadır. İstanbul, Ankara, İzmir gibi şehirler medikal turizmde ön planda yer alırken, Afyon, Bursa, Nevşehir, Yalova termal turizmde, İzmir SPA/wellness turizmde, Antalya ise ileri yaş turizmde hizmet sunan şehirler olarak karşımıza çıkmaktadır (Tontuş, 2015b).

TÜİK verilerine göre 2012 itibariyle ülkemize sağlık ve tıbbi nedenler ile gelen turist sayısı ve yaptıkları harcamalar Tablo 1'de görüldüğü üzere gerçekleşmiştir. 2012-2017 yılları arasında gelen sağlık turisti sayılarına bakıldığında, önemli bir sıçrayış olmadığı ve ortalamanın 393 bin civarında olduğu görülmektedir. 2018 yılında ise geride kalan yıllar içinde bir önceki yıla göre en fazla artış görülmüş ve bu yıldan sonra 2020 yılındaki Covid-19 dönemine kadar yükseliş devam etmiştir. Pandemi sonrası hızlı bir toparlanma ile son iki yılda sağlık turisti sayısı bir milyonu geçer hale gelmiştir (TÜİK, 2024).

**Tablo 1.** TÜİK Sağlık Turizmi Göstergeleri

	Sağlık ve Tıbbi Nedenlerle Gelen Ziyaretçiler	Sağlık Turizmi Gelirleri (Bin \$)
2012	265.048	779.193
2013	346.183	1.028.288
2014	508.623	963.432
2015	428.894	745.916
2016	418.944	811.720
2017	491.055	910.087
2018	656.320	1.007.238
2019	756.926	1.459.131
2020	435.691	1.371.188
2021	729.592	2.016.262
2022	1.381.807	2.206.749
2023	1.538.643	3.006.092
2024 (1. Çeyrek)	428.072	849.662

Kaynak: TÜİK, 2024

Ülkemizde 13 Kasım 2024 tarihi itibariyle sağlık turizmde yetkilendirilmiş 648 hastane, 197 özel tıp merkezi, 2754 muayenehane, 1415 diğer sağlık merkezleri bulunmaktadır. Hizmet sağlayıcı kuruluşların yanı sıra 1245 aracı kuruluş bulunmaktadır (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2024). Sağlık turistlerinin ülkemizde almayı talep ettiği sağlık hizmetleri ise kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ve kulak-burun-boğaz şeklinde olmaktadır (USHAS, 2024).

Türkiye'deki medikal turizmi hareketliliğine bakıldığında 2023 yılında 1.5 milyon sağlık turisti ziyaretçi olarak seyahat gerçekleştirmiştir. Sağlık hizmeti almak için Türkiye'yi tercih eden ülkelere bakıldığında Almanya, Rusya, İngiltere, ABD, Libya, Hollanda, Fransa, Bulgaristan, Yunanistan, Suriye, Azerbaycan, Orta Asta ve Orta Doğu ülkelerinden oluşmaktadır. Bu ülkelerin Türkiye'yi tercih etmesine neden olan birtakım faktörler bulunmaktadır. Bunlar; fiyat farklılığı, uzun bekleme süreleri, tıbbi teknoloji yetersizliği, uzman sağlık personel eksikliği, akrabalık ilişkileri, diaspora, sigorta kapsamının

sınırlayıcı olması, özellikli tedavi seçeneklerinin olmayışı, sosyo-kültürel benzerlik ve geleneksel turizm olanakları şeklindedir (Hatipağaoğlu vd., 2023).

Uluslararası akreditasyon faaliyetlerinde ön plana çıkan ve en fazla kabul görülen kuruluş Joint Commission International (JCI) olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre sağlık turistlerinin de yabancı bir ülkeden sağlık hizmeti alım öncesi karar aşamasında JCI tarafından akredite edilmiş olmak olumlu yönde büyük bir etkiye sahip olacaktır. Türkiye’de JCI tarafından akredite olan sağlık kuruluşlarına bakıldığında 41 sağlık kuruluşunun akreditasyonu bulunmakta olup çoğu kuruluş İstanbul ilinde bulunmaktadır (Joint Commission International, 2024).

## 1. 2. Kayseri’de Medikal Turizm

Kayseri, Türkiye’nin İç Anadolu Bölgesi’nde yer alan, 1.445.683 nüfuslu, 16 ilçeden oluşan şehridir. Kayseri ilinin sağlık verilerine göre 4938 hekim, 909 diş hekimi, 5629 hemşire ve ebe, 11.487 diğer sağlık personeli görev almaktadır. Tüm yataklı sağlık kuruluşları bünyesinde toplam 4910 hasta yatağı bulunmaktadır. Tablo 2’de de görüldüğü üzere Kayseri’de 1 adet şehir hastanesi, 3 adet üniversiteye bağlı sağlık kuruluşu, 13 adet özel sağlık kuruluşu ve kamuya bağlı devlet hastaneleri bulunmaktadır (Kayseri Valiliği, 2024).

**Tablo 2.** Kayseri’deki Sağlık Kuruluşu Sayıları

İl Sağlık Müdürlüğüne Bağlı Hastaneler	Özel Hastaneler	Üniversitelere Bağlı Sağlık Kuruluşları
Kayseri Şehir Hastanesi	Özel Tekden Hastanesi	Erciyes Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi
Kayseri Devlet Hastanesi	Özel Magnet Hastanesi	Erciyes Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi
Nimet Bayraktar Ağız ve Diş Sağlığı Hastanesi	Özel Dünyam Hastanesi	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Ağız ve Diş Sağlığı Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi
İncesu İlçe Devlet Hastanesi	Özel Memorial Kayseri Hastanesi	
Yahyalı Devlet Hastanesi	Özel Melikgazi Hastanesi	
Develi Dr. Ekrem Karakaya Devlet Hastanesi	Özel Erciyes Hastanesi	
Bünyan Devlet Hastanesi	Özel Hüma Kadın Hastalıkları ve Doğum Hastanesi	
Pınarbaşı Devlet Hastanesi	Özel Medical Palace Hastanesi	
Tomarza Yaşar Karayel İlçe Devlet Hastanesi	Özel Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası Kızılay Hastanesi	
Yeşilhisar İlçe Devlet Hastanesi	Özel İbni-Sina Hastanesi	
Sarız İlçe Devlet Hastanesi	Özel Acıbadem Kayseri Hastanesi	
Felahiye İlçe Devlet Hastanesi	Özel Maya Kayseri Göz Hastanesi	
Özvatan İlçe Devlet Hastanesi	Uzman Dent Diş Hastanesi	
Sarıoğlan İlçe Devlet Hastanesi		
Akkışla İlçe Devlet Hastanesi		

**Kaynak:** Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, 2018; Kayseri Valiliği, 2024



Kayseri ilinde 14 Kasım 2024 tarihi itibarıyla sağlık turizminde yetkilendirilmiş 14 hastane, 1 özel tıp merkezi, 14 muayenehane, 14 diğer sağlık merkezleri bulunmaktadır. Hizmet sağlayıcı kuruluşların yanı sıra yetkilendirilmiş 2 aracı kuruluş bulunmaktadır (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2024).

Termal turizm kapsamında ise Bayramhacı, Tekgöz, Çiftgöz ve Hacı Veli kaplıcalarının varlığı katkı sunmakla birlikte Hacı Veli ve Bayramhacı kaplıcalarında konaklama tesisleri de bulunmaktadır (Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Kayseri ilinde sağlık turizmi çalışmalarına bakıldığında 10. Kalkınma Planı ile birlikte Kayseri Kamu Hastaneleri Birliği ve Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi bünyesinde "Sağlık Turizmi Personelinin İngilizce Eğitimi" isimli bir proje yürütülmeye başlanmıştır (Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü, 2019). Bir başka uygulamaya bakıldığında Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, Kayseri Ticaret Odası, Erciyes Üniversitesi, Anadolu Sağlık Turizmcileri Derneği ile şehirdeki özel hastaneler tarafından Kayseri'de sağlık turizmini tanıtmak amaçlı bir web sayfası oluşturulmuştur. Web sayfa içeriğinde şehirdeki hastaneler, aracı kuruluşlar, konaklama, yeme/içme yerleri, turistik yerler ve rehberlik edici bilgiler yer almaktadır (Kayseri Health Tourism, 2024). Ayrıca Haziran 2019 tarihinde Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Kayseri Valiliği, Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (USHAŞ), Anadolu Sağlık Turizmi Derneği (ASTUDER), Kayseri Ticaret Odası, Erciyes Üniversitesi iş birliğiyle bir sağlık turizmi çalışmaya da gerçekleştirilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2024).

Turizm açısından ele alındığında şehre 2023 yılında 790.104 turist ziyaret amaçlı giriş yapmıştır. Konaklama tesisi sayılarına baktığımızda (Kayseri Valiliği, 2024):

- Turizm belgeli tesis sayısı 39,
- Basit konaklama işletme belgeli tesis sayısı 72,
- Erciyes'te bulunan kamu tesisleri 4,
- Turizm yatırım belgeli tesis sayısı 11 olmakla birlikte toplam oda sayısı 5473'tür.

2023 yılında, Kayseri iline 123.728 ziyaretçi havayolu ile giriş yapmıştır. Kayseri, Orta Anadolu bölgesindeki sekiz şehir arasında en fazla ziyaretçi alan şehir olup, Türkiye genelinde sekizinci sıradadır. Bu ziyaretçilerin 119.370'i Avrupa'dan gelmiştir. En fazla ziyaretçi gönderen ülkeler sırasıyla Almanya (50.470), Hollanda (39.369) ve Belçika (13.063) olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Bu ülkelerden gelen ziyaretlerin artışında önemli bir faktör, doğrudan uçuşların varlığıdır. Almanya'dan kış döneminde üç, yaz döneminde ise dokuz şehirden; Hollanda'dan kış döneminde bir, yaz döneminde üç şehirden doğrudan uçuşlar yapılırken, Belçika'dan hem kış hem de yaz döneminde bir şehirden doğrudan uçuşlar düzenlenmektedir (Bayram & Akkühah, 2020).

Kayseri'nin turizm potansiyelinde pozitif etkisi olan en önemli unsurlardan biri de Kapadokya bölgesinde yer almasıdır. Sanılanın aksine Kapadokya bölgesi sadece Nevşehir değil, Aksaray, Niğde, Kırşehir ve Kayseri şehirlerini de kapsamaktadır. 2023 yılının ilk ayında bölgeye 4 milyon 256 bin 129 turist giriş yaparak rekor sayıya ulaşmıştır. Buna göre de Kapadokya bölgesinin tanınırlığı ve konum olarak turistlerin en çok ziyaret ettiği Ürgüp, Avanos, Göreme, Derinkuyu, Uçhisar, Kaymaklı ve Ihlara'nın Kayseri şehir merkezi ve havalimanına olan yakınlığı önemli potansiyel oluşturmaktadır. Bakıldığında Nevşehir havalimanına gelen turist sayısı 7274 iken Kayseri havalimanına gelen turist sayısı

bunun 17 katıdır. Bu da Kapadokya bölgesine gelen turistlerin önemli bir kısmının bir önceki duraklarının Kayseri olduğunu göstermektedir (NTV, 2023; Özer, 2021; Türkben vd., 2012). Kayseri’de medikal turizme destek sağlayacak olan bir diğer potansiyel ise Erciyes Dağı’nın varlığı ile ortaya çıkan kış turizmidir. 2023 yılında Kayseri’ye gelen turist sayısı 120 bin iken 2024 yılında kendi rekorunu kırarak 123 bine ulaşmıştır (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Kayseri’nin medikal turizmdeki bir diğer potansiyel Türk diasporasıdır. Dışişleri Bakanlığı verilerine göre yurt dışında yaşayan 6.5 milyon Türk vatandaşı bulunmaktadır. Özellikle Avrupa’da İç Anadolu bölgesinden daha fazla gurbetçi olduğu göz önüne alındığında bu kişilerin memleket özlemi, daha kısa bekleme süreleri, daha kalite sağlık hizmeti alma isteği ve daha az maliyet nedeniyle Türkiye’yi tercih etmeleri önemli bir medikal turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra gurbetçilerin yaşadıkları ülkedeki insanlara da Kayseri ilinin medikal hizmetlerini tavsiye etmesi diğer bir ifade ile viral pazarlama yolu ile, potansiyeli daha üst seviyelere çıkaracaktır (Bayram & Akkühah, 2020; Dışişleri Bakanlığı, 2022; Karagöz vd., 2022).

## B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın temel problemi, Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma sürecindeki karşı karşıya olduğu zorlukların nasıl aşılabileceğini, uzman görüşleri ve yapay zekâ destekli analizler aracılığıyla değerlendirilerek Kayseri'nin medikal turizmde marka kent olma hedeflerine katkı sunmaktır. Bu çalışmanın temel amacı Kayseri ilinin medikal turizmdeki potansiyelinin uzman görüşler ve yapay zeka uygulamalarından biri olan ChatGPT-4o perspektifinden elde edilen veriler doğrultusunda SWOT analizi yönetimiyle değerlendirilmesidir. SWOT analizi stratejik yönetim felsefesinin içerisinde yer alan, geleceğe yönelik planlama yapma aşamasında kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemin önemi sadece iç çevreye odaklanmak yerine dış çevreyi de göz önünde bulundurmadır. Türkçe karşılığı GZFT olan SWOT analizi, Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar ve Tehditler kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Burada güçlü ve zayıf yönler iç çevrenin potansiyelini ortaya koymaya yardımcı olurken, fırsatlar ve tehditler ise dış çevrede yer alan ve iç çevreyi etkileme potansiyeli olan fırsat ve tehditleri ifade etmektedir (Leigh, 2009). Bu çalışma ile Kapadokya gibi turistik bir bölgede yer alan Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma yolunda güçlü ve zayıf yönleri ile çevresel tehdit ve fırsatları nelerdir sorularının cevabı araştırılmıştır.

Araştırma, ilk boyutunda nitel bir araştırma olarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma: “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya koyulmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma türü”dür (Yeşil, 2020). Bu çalışmada veriler yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Görüşme yöntemi, önceden belirlenen amaca göre bir konuyu araştırmak için karşılıklı konuşma yoluyla sözel şekilde bilgi toplama tekniğini ifade etmektedir. Görüşmeler uygulanış biçimine göre yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bu araştırma kapsamında veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ne yapılandırılmış görüşme yöntemi kadar katı, ne de yapılandırılmamış görüşme yöntemi kadar esnek. İki yöntem arasında, daha önceden hazırlanan sorular çerçevesinde yürütülen görüşme yöntemidir (Şahin, 2020).

Araştırmanın ikinci boyutunda ise uzman kişilerden alınan cevaplar ile hazırlanan SWOT analizini karşılaştırmak için yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o üzerinden aynı sorular sorularak elde edilen cevaplar veri olarak toplanmıştır. Yine yapay zeka uygulaması üzerinden toplanan veriler ile SWOT analizi yapılmış ve uzman cevapları ile karşılaştırma yapılmıştır. Literatürde Salekpay vd. (2024) tarafından da ChatGPT yapay zeka uygulamasının görüşleri ile uzman görüşlerinin karşılaştırıldığı bir çalışma da mevcuttur. Çalışma sonucunda da ChatGPT tarafından verilen yanıtlar ile farklı disiplinlerden gelen uzmanların verdiği yanıtların yüksek düzeyde tutarlı olduğu sonucuna da varılmıştır. Buna benzer şekilde beslenme ve uyku sağlığı gibi alanlarda da ChatGPT ve uzman görüşlerinin karşılaştırılmaları yapılmış, hatta ChatGPT tarafından verilen bazı cevapların daha tutarlı ve tercih edilebilir olduğu görülmüştür (Kim vd., 2024; Kirk vd., 2023).

Literatüre bakıldığında şehirlerin sağlık turizmine ilişkin SWOT analizini ortaya koymak için yapılan çalışmalarda çoğunlukla ikincil verilerden yararlanıldığı görülmektedir. Bu ikincil veriler ise genelde turizm olanakları ve sağlık altyapısı ile ilgili olmaktadır (Daştan, 2014; Şengül ve Bulut, 2019; Yorulmaz ve Söyler, 2020). Bu çalışmada da veriler hem sağlık ve turizm potansiyelini belirlemek üzere hem de SWOT analizine yönelik sorular ile birincil kaynak olarak uzman görüşleri ve ChatGPT-4o yapay zeka uygulaması ile elde edilmiştir.

Gerçekleştirilen görüşmelerde ve ChatGPT-4o uygulamasında sorulan sorular, araştırmacıların kendileri tarafından ilgili literatür incelenerek Gürcan vd. (2023) ile Tuna ve Tuna (2024) tarafından geliştirilen sorulardan uyarlanarak hazırlanmıştır. Sorular medikal turizm ve aynı zamanda SWOT analiziyle potansiyel belirleyici nitelikteki 8 sorudan oluşmaktadır. Sorular araştırmacıların haricinde sağlık turizmi alanında uzman 4 akademisyenin görüşleri alınarak gözden geçirilmiştir. Araştırmanın soruları aşağıda yer almaktadır. Sorular:

1. Kayseri ilinin sağlık alt yapısının medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
2. Kayseri ilinin turizm potansiyelinin medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
3. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında güçlü yönleri nelerdir?
4. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında zayıf yönleri nelerdir?
5. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında fırsatları nelerdir?
6. Kayseri ilinin medikal turizm kapsamında tehditleri nelerdir?
7. Kayseri ilinin medikal turizm potansiyeli hakkında düşünceniz nedir?
8. Kayseri ilinin medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için neler yapılmalıdır?

Araştırmaya başlamadan önce Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu'nun 11.06.2024 tarih ve E-99711239-050.01.04/ numaralı kararı ile etik kurul izni alınmıştır. Araştırma kapsamında kamu, özel ve dernek kapsamında Kayseri ilinin sağlık turizmi konusunda bilgisi olan uzman kişilerden randevu alınmış ve sonrasında görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar seçilirken çalıştıkları kurum/kuruluşun sağlık turizmi yetki belgesine sahip olması, çalıştıkları kurum/kuruluşta sağlık turizmi faaliyetlerinde yer almaları, sağlık turizmi konusunda deneyimli, bilgi sahibi olmaları ve çalışmaya katılımda gönüllü olmaları gibi faktörlere dikkat edilip,

süreç buna göre yürütülmüştür. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler, 15-30 dakika arasında sürmüş olup etik kurul izni kapsamında katılımcıların rızasıyla ses kaydına alınmıştır. Elde edilen veriler deşifre edilerek rapor haline getirilmiştir. Nitel çalışmaların doğası gereği daha küçük örneklem üzerinde çalışılmasından dolayı (Gürbüz ve Şahin, 2018) örneklem sayısı 10 kişi olarak belirlenmiştir. Tuna ve Tuna (2024) tarafından yapılan benzer bir çalışmada da bu çalışma gibi 10 kişi ile görüşmeler yapılmıştır. Sağlık turizmi alanında Kozak ve Şahin (2022) tarafından yapılan bir başka çalışmada da 10 katılımcı yeterli bulunmuştur. Bu bağlamda literatürdeki çalışmalara bakıldığında 10 katılımcının yeterli olduğu görülmektedir. Çalışmada yer alan katılımcılar; K1 (Katılımcı 1), K2 (Katılımcı 2), K3 (Katılımcı 3), ..., K10 (Katılımcı 10) şeklinde kodlanmıştır.

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonrasında yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasına da aynı sorular sorulmuş olup uygulamanın her bir soruyu ili kez yanıtlaması istenmiştir. Yanıtlar araştırmacılar tarafından değerlendirilmiş ve yanıtlar arasında tutarlık bulunduğu durumda nihai yanıt olarak kayıt altına alınmıştır.

Çalışmanın kısıtı olarak K6 ile yüz yüze görüşme yapılmış ancak veriler katılımcının isteği üzerine Word belgesi şeklinde Whatsapp üzerinden temin edilmiştir. Bir diğer kısıt ise ChatGPT-4o uygulamasına sorulan sorulara verilen yanıtların genellenebilirliği üzerinedir.

### C. BULGULAR

Çalışmanın bulguları kapsamında sorulan sorular iki kategoriye ayrılmış olup 3.- 4.- 5.- 6. sorulara verilen cevaplar ile SWOT analizleri hazırlanmıştır. 1.- 2.- 7.- 8. sorulara verilen cevaplar katılımcı/yapay zeka platformu beyanı şeklinde aktarılmıştır.

Çalışmada yer alan katılımcılar ve bağlı oldukları kurum/kuruluş bilgileri Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Katılımcı Bilgisi	Bağlı Olduğu Kurum/Kuruluş	Cinsiyet
K1	Kayseri Şehir Hastanesi	Erkek
K2	Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi	Erkek
K3	Aracı Kuruluş	Erkek
K4	Özel Hastane	Kadın
K5	Aracı Kuruluş	Erkek
K6	Özel Hastane	Kadın
K7	Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi	Kadın
K8	Anadolu Sağlık Turizm Derneği	Erkek
K9	Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi	Erkek
K10	Aracı Kuruluş	Erkek

\* Katılımcı 2 ve Katılımcı 8 haricinde diğer katılımcıların bağlı oldukları kurum/kuruluşların sağlık turizmi yetki belgesi bulunmaktadır.

Çalışmadaki **ilk soru** olan “Kayseri ilinin sağlık alt yapısının medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” soruna verilen cevaplara baktığımızda K1: “Cevabımız evet. Çünkü Kayseri şehrinde 2 tane üçüncü basamak, 1 tane ikinci basamak hastanemiz var. 13 kadar da özel hastane var. Bunların da birçoğu üçüncü basamak seviyesinde çalışıyor. Bunun dışında dış hekimliği konusunda alt yapımız, fakülte ve öğretim üyesi açısından yeterli. Bu yüzden Kayseri şehrinin sağlık alt yapısının medikal turizm ve ihtiyaçları açısından yeterli olduğunu düşünüyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. K2'nin görüşü de

“Kayseri’de şehir hastanesi bulunuyor ve bu bölgesel düzeyde bir şehir hastanesi. Birçok şehirden de buraya gelen insanlar var. Ayrıca küresel boyutta da hizmet edebilecek nitelikte bir yapıya sahip. Bununla birlikte Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi aynı şekilde birçok branşıyla yine medikal turizm açısından sağlık alt yapısının önemli bir boyutunu oluşturuyor. Erciyes Üniversitesi’ne yakın zamanda robotik cerrahi alındı mesela. Bu özellikle de medikal turizm açısından sadece bir cihazın ne kadar etkisinin olabileceğini gösterecek örneklerden birisidir” şeklinde olmuştur. **K3** “Kayseri ilinin sağlık alt yapısının, medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyorum. Kayseri’de hem kamu hastaneleri hem de özel hastanelerin bu hususta yeterli altyapıya sahip olduğu kanaatindeyim ve bunu gerçekleştirecek 3 veya 4 tane sağlık turizmi acentesi de var” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K4** “Sağlık alt yapımızın medikal turizm açısından kesinlikle yeterli olduğunu düşünüyorum. Buradaki bütün özel hastaneler için söylüyorum; uzmanlar, donanım, son teknoloji cihazların kullanılması medikal turizmde kullanabileceğimiz kapasitede. Ayrıca şehir hastanesi ve fakülte de öyle. O yüzden yeterli buluyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K5** ise “Medikal turizm açısından yetersiz diyemem ama çok da güçlü olduğunu düşünmüyorum. Fakat iyi bir başlangıç yapmak, güçlenmek ve bir ivme kazanmak için yeterli bir potansiyel olduğunu düşünüyorum” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** “Kayseri’nin sağlık alt yapısının yeterli olduğunu düşünüyorum. Medikal turizmde hastaların ihtiyaç duydukları ve yurt dışında tedaviye yönelebilecekleri tüm uzmanlık alanları ve tıbbi donanım sağlık kuruluşlarında mevcut” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K7**, bu soru hakkındaki cevabını sağlık hizmetlerinde kalite kapsamında şu şekilde vermiştir: “Kayseri’nin sağlıkta kalite standartlarından aldığı puanlara bakacak olursa tüm hastaneler 95 ve üzeri. O yüzden demek oluyor ki zaten medikal turizm açısından olsun, hastalara verilen hizmet konusunda olsun medikal turizmde kalite standartlarını tamamen karşılamış durumdadır”. **K8** “Kayseri ilinin sağlık altyapısı medikal turizm açısından oldukça yeterlidir aslında. Yani bunu belki 3 yıl 5 yıl önce veya daha önceki yıllarda söylemek pek mümkün değildi. Ancak şu anda özel hastaneler, özel klinikler, devlet hastaneleri ve özellikle de şehir hastanesi bazında düşündüğümüzde Kayseri’nin sağlık alt yapısı buna gerçekten hizmet verebilir, kaldırabilir durumda” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** “Düşünüyorum. Çünkü Kayseri zaten İç Anadolu’nun da merkezi olması itibarıyla sağlık altyapısı çok gelişmiş bir şehir. Erciyes Üniversitesi’nin de bunda çok katkısı olması ile beraber özel sağlık kuruluşları da çok kapsamlı ve donanımlı” şeklinde görüşünü belirtmiştir. Son olarak **K10** “Yani sağlık alt yapısı bakımında hastanelerin yapısı, doktor sayısının yeterliliği ve tecrübesinin bulunması bakımından son derece yeterli. Burada bir sıkıntı yok. Türkiye’nin önde gelen hastaneleri de burada. İşte çocuk onkolojisi bölümü mesela, Türkiye’nin sayılı birimlerinden bir tanesi, o da burada. Yeterli kapasiteleri var. Doktorlar da gayet tecrübeli. Bir sıkıntısı yok. Altyapı hazır durumda” şeklinde ifade etmiştir.

Çalışmada **ikinci soru** olan “Kayseri ilinin turizm potansiyelinin medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplara baktığımızda **K1** “Bu kesinlikle evet. Öncelikle net bir şekilde yakınımızdaki Neoşehir, Ürgüp ve Göreme bölgesinin potansiyeli ve turistlerin çoğunun Kayseri üzerinden Neoşehir’e geçmesi, bunun dışında Erciyes kış turizmi potansiyeli gayet yeterli. Bu yüzden Kayseri ilinin var olan turizm potansiyelini medikal turizme çevirebiliriz” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K2** “Kayseri hem ülkemiz açısından baktığımız zaman konumu gereği Orta Anadolu’da diyebileceğimiz bir konumda. Nitelikli kapasitesi büyük bir yeni hava limanı açılmış durumda. Ulaşım bakımından hem kara yolu hem hava yolu bakımından birçok fırsata sahip o yönüyle. Burada küresel boyutta veya ulusal boyutta zincir otellerin birçok örneği mevcut. Erciyes’te de yine aynı şekilde var. Geliştirilmesi gerekiyor mu? Tabii ki gerekiyor. Bir diğer husus da tarihi, kültürel ve coğrafi değerlerimiz. Ülkemize baktığımız zaman yıllar boyunca farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış

olmasından dolayı çok çeşitli kültürel özelliklere sahip. Tarihi yapılara sahip. Anadolu Selçuklusundan tutun Osmanlı dönemine kadar birçok dönemin yapılarını görüyoruz. Bunlar turist çekmiyor mu? Çekiyor. Dolayısıyla sağlık altyapısının yanı sıra turizm potansiyeli de ciddi düzeyde var” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K3** “Yeni Kayseri valimiz Gökmen Çiçek ile birlikte Kayseri’de turizm alanında güzel bir ivme kazanıldı. Valimizin destekleriyle ve büyükşehir belediyemizin desteğiyle Soğanlı Vadisi turizme kazandırıldı. Soğanlı Vadisi’nde balon turları başladı. Yine hakeza Kayseri, Yahyalı takım şelaleleri açısından güzel bir turizm potansiyeline sahip. Erciyes’imiz hakeza öyle. Bir de Kapadokya’ya yakın olması Kayseri’nin medikal turizm açısından yeterli olduğu kanaatini uyandırıyor bize” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K4** “Batıdaki ülkeler açısından söyleyelim, onlar mesela kayağı çok seviyorlar. Erciyes’i pazarlayıp sağlık turisti çekilebilir. Arap ülkeleri için de Kapadokya çok meşhur. Kapadokya tur paketleri sağlık paketleri içerisine ektilip yine bu şekilde Arap ülkelerinden hasta çekilebilir” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K5** “Kayseri’yi Kapadokya diye ele almak gerekirse Kapadokya’nın yeterli bir potansiyel taşıdığını düşünüyorum. Kapadokya’ya yılda ortalama 4.000.000, Erciyes’e yılda ortalama 2.000.000 turist geliyor. Dolayısıyla bu 6.000.000 kişinin bir kısmını -çok az bir kısmını bile- sağlık turizmine dönüştürebilsek ya da en azından satış olmasa bile pazarlama faaliyetleriyle onların tanıdıklarına ulaşabilmek, onların aklında yer edebilmek şimdi olmasa bile birkaç sene sonrasının tohumlarını ekebilmek adına bu gelen insanlar kıymetli. Bu insanların hemen hepsi Kayseri havaalanından geçiyorlar. Yeni bir havalimanımız yapıldı. Turizm potansiyeli anlamında bu da güzel bir katkı açıkçası bölgeye” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** “Turistik bölgelere yakınlığı ve yapılan turizm çalışmaları ile yeterli buluyorum” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K7** “O konuda sıkıntılar yaşanıyor işte. Burada karşımıza sağlık turizmi ve turistlerin sağlığı olmak üzere 2 konu çıkıyor. Turistin sağlığı kapsamında Erciyes’te herhangi bir sağlık sorunu oluşan hasta, hastanelerimize müraaat edip tedavi olarak ayrılıyor. Yoksa bir kişi İstanbul’dan ya da Antalya’dan uzaklaşıp da Kayseri’ye sadece tedavi olayım, aynı zamanda tatilimi de yapayım amaçlı çok nadir geliyor” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K8** “Kapadokya’yı Kayseri’den, Kayseri’yi Kapadokya’dan ayırt etmek mümkün değil. Aslında Kapadokya diye tabir ettiğimiz bölgenin başlangıcı Soğanlı Vadisi biliyorsunuz. Kısacası Nevşehir ve Kayseri’nin ciddi anlamda turizm konusuna entegre edilmesi lazım. Bu medikal turizme de mutlaka yansiyacaktır. Konaklama olsun, hizmetler olsun şu anda yeterli” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** “Kesinlikle hayır. Ama çevre iller bakımından burası Nevşehir’e çok yakın 40 dakika ila 1 saat aralığında bir yakınlığımız var. Bu anlamda değerlendirilebilir. Onun dışında kış turizminin tek başına sağlık turizminin lokomotifini olacağını düşünmesem de tetikleyici olarak fayda sağlayabilir ve sağlıyor özünde de. Turizm anlamında Kayseri’ye geldiğiniz zaman burada kendinizi çok konforlu hissetmiyorsunuz. Sosyokültürel yapı, vakit geçirebileceğiniz yerler çok keyifli değil” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K10** “Hayır düşünmüyorum. Kayseri’de şu an turizm yok denecek seviyesinde. İşte bir Erciyes’te son 2 senedir başlatılan bir oluşum var kış turizmi için. Orada bir hareketlenme var ama tabii şu an çok düşük bir seviyede ve sadece orayla da medikal turizmi etkileyecek bir seviyeye ulaşacağını düşünmüyorum. Kaldı ki kış sporları medikal turizm için gelen ve operasyon geçirecek bir şahıs için zaten tehlikeli olur. Kayseri ili özelinde zaten şu an şehir birçok Anadolu şehrinde olduğu gibi yapı olarak turizme hazır değil. İlk önce orada bir halkın bilinçlenmesi, halkın turizme olan bakış açısının değişmesi, jenerasyonun değişmesi gerekiyor açıkçası” şeklinden görüşünü bildirmiştir.

Çalışmada **yedinci soru** olan “Kayseri ilinin medikal turizm potansiyeli hakkında düşünceniz nedir?” sorusuna verilen cevaplara baktığımızda **K1** “Ciddi bir şekilde Kayserinin turizm potansiyeli çok yüksek. Bunu kullanabiliyor muyuz? Hayır. Bunun da en büyük sebebi organizasyon sıkıntımız var. Bunları

aşabilirsek belki İstanbul'u geçmemiz mümkün değil ama Anadolu'da Kayseri'nin medikal turizmde 1 numara olmaması için hiçbir sebep olduğunu düşünmüyorum" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K2** "Tarihi, kültürel, coğrafi değerlerimiz var ve sağlık altyapısı bakımından da çok çeşitli hastanelerimiz var. Dolayısıyla medikal turizm boyutunda Kayseri gerçekten ciddi bir potansiyele sahip" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K3** "Kayserinin potansiyeli var ama Kayseri'deki gerek resmi gerek özel kurumlar medikal turist çekmek için veya medikal anlamda turiste ulaşmak için gerekli yatırımı yapmıyorlar. Dolayısıyla bu potansiyelin gerektiği kadar değerlendirilmediği düşüncesindeyim. Yani gerekli potansiyeli yakalayamıyoruz, bir kapasitemiz var ama bu kapasiteyi tam anlamıyla kullanamıyoruz" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K4** "Geliştirilebilir. Health Türkiye diye bir sistem kuruldu mesela. Bu sistem genel olarak hastaları -bizim düşüncemize göre- sağlık turizminin yoğun olarak yapıldığı yerlere yönlendiriyorlar. Mesela bu konuda daha objektif ya da daha eşit şekilde olunabilir. Bunun bile katkısı olur. Yani potansiyeli daha yüksekken şu an daha az kullanılıyor. Birçok şehir böyledir belki de" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K5** "Ciddi bir potansiyel olduğunu düşünüyorum. Yani İstanbul ve Antalya ile rekabet edecek düzeyde değil. Yine belki medikal turistlerin yüzde yetmiş sekene oraya gelecek. Fakat Kayseri -Kapadokya- bölgesinde ciddi bir boşluk olduğunu düşünüyorum. Yani var olan potansiyelimiz örneğin yüzde beşe ülke genelinde -farazi konuşuyorum- bu yüzde beşini gerçekleştirmiş değiliz. Belki yüzde birini bile gerçekleştirmedik. Mevcutta belki yüzde biriyle faaliyet gösteriyoruz. Geri kalan yüzde beşin, o yüzde dördünü de ortaya çıkarabilecek bir potansiyel var. Bunu realize etmemiz lazım. Realize etmezsek sektör boşluk kabul etmez. Bu boşluk yine büyük şehirlere kayacaktır diye düşünüyorum" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** "Bu konuda düşüncelerim olumlu. Sağlık hizmetleri için birçok tercih imkanı mevcut, uzman hekim kadrosu açısından deneyimli sağlık çalışanlarına, kuruluşlara sahip" şeklinde düşüncesini belirtmiştir. **K7** "Potansiyeli çok fazla. Potansiyel o kadar yüksek ki özel hastane oranı en fazla olan illerden bir tanesi Kayseri. Ayrıca tüm tedavi yöntemleri de yapılıyor" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K8** "Bizim bölgemizde özellikle Kapadokya'yı, Erciyes'i ve diğer destinasyonları da işin içerisine katarak oluşturabileceğimiz ciddi bir potansiyel olabilir. En önemli potansiyeli etkileyen unsurlardan bir tanesi hizmet kalitenizde hiçbir problem olmaması ve kullandığımız ürünlerden, vermiş olduğumuz hizmetlere kadar çok uygun fiyatlarda olmasıdır. Burada fiyatlar gerçekten çok uygun. Bu müthiş bir avantaj ve hizmet veren hekimlerin de bu anlamda tecrübeleri çok iyi. Yani tecrübesiz, yeni çıkmış hekimler değil. Dolayısıyla burada aslında ciddi bir potansiyel var fakat bu potansiyeli realize edebilme adına paydaşların kendi arasındaki sinerjisi, koordinasyonu ilgili sıkıntımız var bizim" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** "Sektörel anlamda birleşmeli. Tek bir çatı altına girilmeli. Bunun içerisine devletin bürokrasisi de, siyaseti de, sivil toplum kuruluşları da, bu şehrin önde gelenleri veya yatırım yapabilecek çapta iş alanları da bu işin içerisine girip yatırım yapmalıdır. Yatırım yapıp, bir araya gelinip, doğru bir altyapı kurulamazsa yaşanabilecek aksaklıklarda insanlar gidecektir. Sadece Türkiye'de değil. Yurt dışında da bunun alt yapısının kurulması lazım. Ki bence Kayserili ya da İç Anadolu çok fazla gurbetçi var. Bu onlar üzerinden çok rahatlıkla kurulabilir ama bir birliktelik sağlanması gerektiğine inanıyorum. Doğru markaların, doğru kurumların bu işin içerisinde olması gerektiğini düşünüyorum" şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K10** "Evet, şehir büyük potansiyele sahip ama turizm dediğimizde medikal turizm bile olsa şehrin turizme hazır olması gerekiyor. Kayseri ne altyapı olarak ne sosyolojik olarak şu an turizme hazır bir şehirmiş gibi görünmüyor. Geldiğinde bir turistin rahatlıkla dolaşabileceği hani bir tehdit vesaire yok ama kalkıp bir Barcelona gibi dolaşamaz Kayseri'de. Turiste uygun bir şehir değil altyapı olarak. Bunların düzeltilmesi gerekiyor. Türk ülkeleri vatandaşları ve gurbetçiler dışında medikal turistler şu an neredeyse sıfır noktasında. Çok az yani. O anlamda aslında kat edilecek çok yol var, çünkü zaten en dipte" şeklinde görüşünü belirtmiştir.

Çalışmada **sekizinci soru** olan “Kayseri ilinde medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için neler yapılmalıdır?” sorusuna verilen cevaplara baktığımızda **K1** “Bizim devlet tarafında şu anda USHAŞ diye bir kurumumuz var. Kayseri’de USHAŞ merkezi ve temsilcisi yok. Benim fikrim özel hastanelerin de katılımıyla USHAŞ’ın daha profesyonel ve özel bir şirketmiş gibi işlemesi gerekiyor. Bizim en büyük problemimiz bu. Bu yüzden Anadolu ve Kayseri özelinde diğer özel firmalar ne yapıyorsa bizim de onu yapmamız lazım. USHAŞ yapısının biraz daha kuvvetlendirilmesi lazım” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K2** “Yani önce en temelde şunun yapılması lazım: pazarlama. Eskiden neydi? Şu kalem üretilir, herkes o kalemi almak zorundadır. Çünkü üretilen bu. Ancak şu anki pazarlama anlayışında böyle değil. Müşteri ne istiyor onu bilmek lazım. Bunun için de hedef kitlemiz olan ülkelere o ülkelerdeki insanlara bakmamız, araştırmamız lazım” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K3** “Uluslararası fuarlara, yurt dışı reklam çalışmalarına vesaire gidilebilir. Buralara katılımların çok sığ seviyede kaldığını görüyoruz. Dolayısıyla medikal turizmi geliştirmek anlamında uluslararası arenada kendimizi gösterebiliriz” şeklinde düşüncesini belirtmiştir. **K4** “Tanıtımların olması gerekir. Health Türkiye’nin eşit ve adil şekilde hasta dağıtımını yapması gerekir. Tanıtımlarda il sağlık müdürlüğünün de katkısının olması gerekiyor. Teşvik konusunda gerçekten teşviklerin verilmesi gerekiyor. Yılda bir tane fuara gitmek yerine neden beş tane fuara gitmeyelim ki. %70 teşvik var deniyor, bekliyorsun, bekliyorsun teşvikten bir şey yok. Bu sefer bütçen iyice düşüyor. Teşviklerin önceden verilmesi gerekiyor. Bir de operasyonlara ilişkin fiyat farklı olmasın. Tek bir operasyonun tek bir fiyatı olsun ki eşitlik bir şekilde sağlansın” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K5** “Tecrübe paylaşımları önemli. Yani bir kuruluş -hastane örneğin- sosyal medya, reklamlar, dijital pazarlama konusunda çok şey öğrenmiştir, oraya para yatırmıştır, yanılmıştır. Başka bir kurum ise Afrika’da bireysel ziyaretlerle gidip çok şey öğrenmiştir. Diğerleri Avrupa’da fuarlar vesilesiyle birçok şey öğrenmiştir. Bu tecrübeleri paylaşarak bir ekosistem oluşturup sektörün güçlendirilmesi bence herkese fayda sağlar. Bunun yanında belki yeni uçuşlar eklenebilir. Bir sağlık turizmi kampüsü gibi bir proje faydalı olabilir çeşitlendirme adına. Personelin güçlendirilmesi adına özellikle sağlık turizminde satışa yönelik eğitimlerin yapılması sektörü iyileştirebilir” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K6** “Kayseri yurt dışı pazarda daha çok tanıtılabilir. Bunun için daha çok sağlık kuruluşunun medikal turizme önem vermesi, reklam çalışmaları yapması, yurt dışı organizasyonlarda, fuarlarda yer alması faydalı olacaktır” şeklinde görüşünü bildirmiştir. **K7** “Mesela bir hastane var. Yurt dışının belirli yerlerine sağlık kabini gibi bir şey oluşturdu. Hastanın ilk muayenesi orada yapılıyor. Sonra hangi şehre isterse de oraya yönlendiriyor hastasını” şeklinde bir örnek ile görüşünü belirtmiştir. **K8** “Yurt dışında iş birliklerine açık olmamız gerekiyor. Sigorta şirketleriyle iş birlikleri olabilir. Turizm acenteleri olabilir. Yani sizinle ilintili her alanda hizmet verenlerle bir şekilde iş birliğiniz olabilir. Ayrıca ciddi anlamda herkese eğitim verilmesi gerekiyor. Yabancı dil ve sağlık turizmi konusunda. Çünkü sağlık turizmi tamamen farklı bir şey. Hastaya nasıl davranılacak, nasıl iletişim kurulacak. Artı kalite. Yani bizim kendi kalite standartlarımız var ama uluslararası kalite güvence sistemleri de var biliyorsunuz sağlıkla alakalı. Onların da mutlaka bir şekilde realize edilmesi yani bizde uygulanması gerekiyor” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. **K9** “Medikal turizm paydaşlarının güç birliği yapması lazım ve Kayseri adına kalkındırması lazım. Kendi arasında herhangi bir şekilde rekabet etmemesi lazım. Söz konusu medikal turizm ise” şeklinde görüşünü belirtmiştir. **K10** “Doktorlarımızın İngilizce’yi hakim düzeyde konuşması gerekiyor. Doktorların ve medikal personelin en azından bu turizme hizmet edecek kısmının bu anlamda donanımlı olması gerekiyor. En azından bir İngilizce’yi bilmesi gerekiyor. Bir de maalesef hala biz Anadolu’da şeyi çok görüyoruz. Gelen turiste tamam çok sıcak kanlıyız, çok misafirperveriz ama bir taraftan da esnafımız gelen turistten sonuna kadar faydalanmayı düşünüyor. Bu da tabii zaman içinde ters etki yaratıyor. Kötü örnekler oluşturuyor. Mantalite



olarak şehrin buna hazırlanması, bunun için bilinçlenmesi gerekiyor. Eğitim şartı şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Çalışmada uzman kişilere sorulan 3-4-5-6. sorulardan elde edilen cevaplar detaylı bir şekilde incelenmiş olup Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyeline ilişkin SWOT analizi aşağıdaki şekilde sunulmuştur.

**Tablo 4.** Kayseri İlinin Medikal Turizmde Marka Kent Olma Potansiyeline İlişkin Uzman Görüşüne Dayalı SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>Şehir Hastanesinin varlığı</li> <li>Çok sayıda sağlık kuruluşunun bulunması</li> <li>Sağlık kuruluşlarındaki teknolojinin güncel ve yeterli olması</li> <li>Uzman hekim ve diğer sağlık personeli kadrosunun yeterli ve deneyimli olması</li> <li>Kaliteli sağlık hizmeti</li> <li>Havalimanının bulunması</li> <li>Gevher Nesibe Tıp Külliyesi'nin çekiciliği</li> <li>Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi'nin robotik cerrahiye sahip olması</li> <li>Nitelikli laboratuvarların bulunması</li> <li>Farklı ülkelerden gelen öğrencilerin medikal turizm çabalarında görev alması</li> <li>ASTUDER ve KAYSATUR gibi derneklerin medikal turizmle ilişkin faaliyetleri</li> <li>Erciyes A.Ş.'nin yaptığı faaliyetlerin medikal turizmle ilgili yeni yapılanmalara örnek nitelikte olması</li> <li>Valilik ve Büyükşehir Belediyesi'nin turizm ve medikal turizm konusundaki çalışmaları</li> <li>Şehir içi ulaşımın kolaylığı</li> <li>Yurt dışı ve İstanbul'a göre fiyat avantajı</li> <li>Kayseri'nin Kapadokya bölgesinde yer alması</li> <li>Kapadokya bölgesinin yurt dışında tanınırlığı ve yüksek turizm potansiyeline sahip olması</li> <li>Erciyes Dağı'nın bulunması</li> <li>Tarihi ve kültürel zenginlikleri</li> <li>Almanya ve Hollanda gibi ülkelerden direkt uçuşların olması</li> <li>Erciyes Üniversitesi'nin onkolojide iyi olması</li> <li>Yüksek konaklama kapasitesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yurt dışından direkt uçuşlar yerine aktarmalı uçuşların olması</li> <li>Avrupa'dan direkt uçuşların az olması</li> <li>Medikal turizm konusunda nitelikli personel eksikliği</li> <li>Sağlık personelinin yabancı dil eksikliği</li> <li>Sektördeki kurumlar arası iş birliğinin zayıf olması</li> <li>Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği</li> <li>Eğlence mekanlarının eksikliği</li> <li>Kayseri'de denizin olmaması</li> <li>Aracı kuruluş sayısının az olması</li> </ul>
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>İstanbul'da kapasitenin dolmaya başlaması</li> <li>İstanbul'un yoğun trafiği</li> <li>Yeterli medikal ve turizm potansiyelinin olması</li> <li>Medikal hizmetler ve turizm faaliyetlerinin entegre edilebilirliği</li> <li>Yurt dışında Kayseri ve İç Anadolu bölgesinden çok sayıda gurbetçinin olması</li> <li>Gurbetçilerin hem kendilerinin sağlık turisti olarak gelmesi hem de ikamet ettikleri ülkede Kayseri'yi önerme potansiyellerinin olması</li> <li>Devlet teşvikleri</li> <li>Melikgazi Belediyesi'nin "Sağlık Turizmi Kampüsü" projesi</li> <li>Ankara'nın doğusunda medikal anlamda merkez olma potansiyeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ülke pazarında İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara ve Bursa gibi güçlü rakiplerin varlığı</li> <li>İstanbul, Antalya ve İzmir'e yurt dışından direkt uçuşların olması</li> <li>Medikal turizm içerisinde görev alan yabancı uyruklu öğrencilerin mezun olduklarında gidecek olması</li> <li>Bölgesel ve küresel bazda medikal turizm destinasyonlarının artması</li> <li>Yerel halkın turizmde hazır olmaması ve medikal turizm hakkındaki bilinçsizliği</li> <li>Malpraktis gibi olumsuz durumların kötü haberlere dönüşmesi</li> </ul>

- 
- Kaliteli hizmet sunumunun yurt dışında viral pazarlamaya dönüşmesi
  - Lokasyonu
  - Komplikasyon sigortasının varlığı
  - İstanbul ve Antalya gibi bölgelerde medikal turizm reklamlarının yeterince denetlenmemesi sonucu haksız rekabetin meydana gelmesi
  - Health Türkiye üzerinden eşit ve adil bir hasta dağıtımının olmaması
  - Haksız rekabet kapsamında fiyat farklılığının yurt dışına olumsuz yansımaları
  - Hizmet alımı sonrası geri dönüşlerde komplikasyonların oluşma potansiyeli
  - Türkiye'nin yurt dışında güvenlik riskine sahip bir ülke olarak algılanıyor olması
  - Bazı yurt dışı sağlık sigortalarının Türkiye'de alınan hizmetleri karşılamaması
- 

Uzman kişilerin beyanlarına göre hazırlanan SWOT analizi sonrasında aynı sorular sırasıyla yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasına da sorulmuştur.

Çalışmada **birinci soru** olan “Kayseri ilinin sağlık alt yapısının medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna **ChatGPT-4o** tarafından verilen cevap: “*Kayseri, medikal turizm açısından güçlü bir sağlık altyapısına sahiptir. Şehirdeki önemli sağlık kuruluşları arasında 1.607 yatak kapasiteli Kayseri Şehir Hastanesi bulunmaktadır. Bu hastane, modern tıbbi altyapısı ve uzman kadrosuyla yüksek kaliteli sağlık hizmetleri sunmaktadır. Ayrıca, Erciyes Üniversitesi bünyesindeki Tıp Fakültesi ve Araştırma Hastanesi, akademik ve klinik hizmetleriyle bölgenin sağlık ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Kayseri’de toplam 37 sağlık kurumu bulunmaktadır; bunlar arasında 3 devlet hastanesi, 13 özel hastane, 17 dış polikliniği ve 4 estetik ve güzellik polikliniği yer almaktadır. Bu kapsamlı sağlık altyapısı, Kayseri’yi medikal turizm için cazip bir destinasyon haline getirmektedir. Ancak, tanıtım eksiklikleri, dil ve iletişim sorunları, nitelikli personel ihtiyacı ve uluslararası uçuşların sınırlı olması gibi bazı zorluklar mevcuttur. Bu sorunların çözülmesi, Kayseri’nin medikal turizm potansiyelini daha da artıracaktır*” şeklindedir.

Çalışmada **ikinci soru** olan “Kayseri ilinin turizm potansiyelinin medikal turizm açısından yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna **ChatGPT-4o** tarafından “*Kayseri, medikal turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Şehirdeki modern sağlık altyapısı, uzman sağlık personeli ve uygun maliyetli tedavi seçenekleri, medikal turistler için cazip unsurlar sunmaktadır. Ayrıca, Kayseri’nin Kapadokya ve Erciyes Dağı gibi turistik destinasyonlara yakınlığı, tedavi süreçlerini turistik deneyimlerle birleştirme imkânı sağlamaktadır. Ancak, bazı zorluklar da mevcuttur. Özellikle uluslararası doğrudan uçuşların sınırlı olması, dil ve iletişim sorunları, tanıtım eksiklikleri ve nitelikli personel ihtiyacı gibi faktörler, medikal turizmin gelişimini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, Kayseri’nin medikal turizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirebilmesi için ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve sağlık personelinin dil becerilerinin geliştirilmesi gibi adımların atılması önem arz etmektedir*” şekilde cevap verilmiştir.

Çalışmada **yedinci soru** olan “Kayseri ilinin medikal turizm potansiyeli hakkında düşünceniz nedir?” sorusu **ChatGPT-4o** tarafından “*Kayseri, medikal turizm açısından güçlü bir potansiyele sahip bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Şehir, modern sağlık tesisleri, nitelikli sağlık personeli ve uygun fiyatlı tedavi olanakları sunarak uluslararası hastaların ilgisini çekmektedir. Özellikle Kayseri Şehir Hastanesi ve Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi gibi sağlık kurumları, kapsamlı tedavi olanakları ve ileri tıbbi teknolojilerle desteklenmiştir. Kayseri’nin*

Kapadokya ve Erciyes Dağı gibi önemli turistik bölgelere yakınlığı da medikal turizm için cazibesini artıran unsurlardan biridir. Sağlık hizmetlerinin yanı sıra, tedavi sürecini tatil ve kültürel deneyimlerle birleştirmek isteyen turistler için çeşitli imkanlar sunmaktadır. Ancak, Kayseri'nin medikal turizmdeki potansiyelini tam anlamıyla kullanabilmesi için bazı geliştirme alanları bulunmaktadır. Bunlar arasında ulaşım kolaylığı sağlanması, özellikle uluslararası uçuşların artırılması; tanıtım faaliyetlerinin yoğunlaştırılması; dil engellerinin aşılması için sağlık personelinin yabancı dil yeterliliğinin artırılması gibi adımlar önemlidir. Bu alanlarda gelişmeler sağlandığında, Kayseri'nin bölgesel bir medikal turizm merkezi haline gelme potansiyeli oldukça yüksektir. Özetle, Kayseri'nin altyapısı ve turistik olanaklarıyla medikal turizmde büyük bir potansiyele sahip olduğunu söyleyebiliriz, ancak tam potansiyeline ulaşması için bazı stratejik adımların atılması gerekmektedir" şeklinde ifade edilmiştir.

Çalışmanın **sekizinci sorusu** olan "Kayseri ilinde medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için neler yapılmalıdır?" sorusuna **ChatGPT-4o** tarafından "Kayseri şehrinde medikal turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için **sağlık altyapısının güçlendirilmesi** bakımından genel sağlık hizmetleri dışında, Kayseri'de plastik cerrahi, göz sağlığı, diş tedavisi, ortopedi gibi alanlarda özel uzmanlık merkezleri kurulabilir. Bu sayede, belirli tedaviler için Kayseri'ye gelen medikal turistlerin ilgisi çekilebilir. Tedavi sonrası bakım hizmetleri, rehabilitasyon ve wellness hizmetleriyle desteklenerek sağlık turistlerinin iyileşme süreçleri desteklenebilir. **Ulaşım ve konaklama imkanlarının iyileştirilmesi** bakımından Kayseri Havalimanı'ndan direkt uluslararası uçuş sayısının artırılması, ulaşım kolaylığı sağlayarak daha geniş bir uluslararası kitleye ulaşılmasına yardımcı olabilir. Hastanelere yakın, medikal turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak otel ve konaklama seçenekleri artırılabilir. Bu tesislerde hasta ve refakatçileri için özel hizmetler sunulması, turistlerin tedavi sürecini daha rahat geçirmelerine olanak tanır. **Medikal Personel Eğitimi** bakımından Sağlık personelinin yabancı dil becerileri geliştirilerek iletişim güçlükleri aşılabılır. Ayrıca, farklı kültürlere yönelik eğitimler verilmesi, uluslararası hastaların kendilerini daha rahat hissetmelerini sağlar. Sağlık kurumlarının uluslararası akreditasyonlara sahip olması, kalite standartlarının tanınmasını ve güven oluşturmasını sağlayacaktır. **Tanıtım ve pazarlama stratejilerinin güçlendirilmesi** açısından Kayseri'nin medikal turizm olanaklarını tanıtmak için uluslararası dijital pazarlama stratejileri (sosyal medya, hedef odaklı reklam kampanyaları, web siteleri vb.) geliştirilebilir. Şehir, dünya genelinde düzenlenen sağlık turizmi fuarlarına katılarak tanıtımını artırabilir ve potansiyel hastalara doğrudan ulaşabilir. **Turistik deneyimlerin tedavi süreçleriyle entegrasyonu** açısından Kapadokya, Erciyes Dağı ve diğer tarihi-turistik noktalarla bağlantılı, tedavi sonrası turistik geziler içeren paketler hazırlanabilir. Bu paketlerle sağlık turistlerine tedavi süreçlerini keyifli hale getirecek deneyimler sunulabilir. Kayseri çevresindeki termal kaynaklar değerlendirilerek sağlık turizmine yönelik spa ve wellness paketleri sunulabilir. Termal tedaviler, medikal turizmin çeşitlendirilmesi için önemli bir fırsattır. **Yasal düzenlemeler ve teşvikler** açısından yatırımcıları, sağlık kurumlarını ve konaklama sektörünü destekleyecek teşvik ve hibeler sağlanarak, medikal turizme yönelik yatırımlar artırılabilir. Sağlık turizmi kapsamında gelen hastalar için vize işlemlerinde kolaylık sağlanması, sürecin daha cazip hale gelmesine yardımcı olacaktır. **Destinasyon yönetimi ve kalite kontrolü** kapsamında Kayseri'ye gelen hastaların deneyimlerini düzenli olarak ölçen, memnuniyet odaklı geri bildirim sistemleri oluşturulabilir. Bu verilerle hizmet kalitesi artırılabilir. Kayseri'de bir medikal turizm derneği kurularak, sağlık sektöründeki farklı kurumların koordinasyon içinde çalışması sağlanabilir. Bu sayede kalite ve hizmet standardı sağlanabilir. Bu adımlar, Kayseri'nin medikal turizm alanında çeşitlendirilmiş bir destinasyon haline gelmesine yardımcı olabilir ve şehri uluslararası sağlık turizmi sahnesinde daha rekabetçi bir konuma taşıyabilir" şeklinde cevap verilmiştir.

Çalışmada ChatCPT-4o uygulamasına sorulan 3-4-5-6. sorulardan elde edilen cevaplar neticesinde Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyeline ilişkin SWOT analizi aşağıdaki şekilde ortaya koyulmuştur.

**Tablo 5.** Kayseri İlinin Medikal Turizmde Marka Kent Olma Potansiyeline İlişkin ChatGPT-4o Görüşüne Dayalı SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>Yüksek yatak kapasitesine sahip modern hastaneleri (Kayseri Şehir Hastanesi gibi)</li> <li>Alanında uzman doktor, cerrah ve sağlık personelinin varlığı</li> <li>Avrupa ve ABD gibi ülkelere kıyasla daha uygun fiyatlı sağlık hizmeti</li> <li>Kayseri'nin Kapadokya ve Erciyes Dağı gibi bölgelere yakınlığı ve tedavi sürecinde bu bölgelerde tatil imkanının da olması</li> <li>Estetik cerrahi, diş tedavileri ve göz sağlığı gibi farklı alanlarda hizmet yelpazesinin bulunması</li> <li>Uygun doğa ve iklim şartlarına sahip olması</li> <li>Sağlık turizmi alanında yüksek yatırım potansiyeline sahip olması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kayseri Havalimanı'nda direkt uluslararası uçuş sayısının sınırlı olması</li> <li>Sağlık personelinin yabancı dil eksikliği ve sadece İngilizce ile sınırlı olması</li> <li>Medikal turizme ilişkin tanıtım ve pazarlama çabalarının yetersizliği</li> <li>Şehirdeki bazı sağlık tesislerinin uluslararası sağlık standartlarına uygun akreditasyona sahip olmaması</li> <li>Destinasyon yönetimi açısından sağlık, turizm ve ulaşım gibi sektörler arasında iş birliği ve koordinasyon eksikliği</li> <li>Uluslararası hasta kararlarını etkileyen Türkiye'nin bazı bölgelerindeki güvenlik sorunları</li> </ul>
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>Medikal turizme artan global talebin uygun fiyatlı kalite hizmetin sunulmasıyla Kayseri'yi cazip bir seçenek haline getirebilmesi</li> <li>Kayseri şehrinin Kapadokya ve Erciyes Dağı'na yakınlığı ile sağlık hizmetleri ve turizm hizmetlerinin entegrasyonunun sağlanabilmesi</li> <li>Kayseri çevresinde bulunan Yozgat, Sivas ve Nevşehir gibi illerde bulunan termal kaynaklar sayesinde termal wellness ve spa paketleri ile medikal turizm desteklenebilmesi</li> <li>Türkiye genelindeki medikal turizm sektörüne yönelik sağlanan devlet destekleri, teşvikler ve vergi avantajları</li> <li>Uluslararası sağlık turizmi fuarları, kongreler ve iş birlikleri yoluyla global pazarda tanıtım imkanlarının olması</li> <li>Dijital pazarlama kapsamında sosyal medya, çevrim içi sağlık platformları ve hedef odaklı reklam kampanyalarının kullanımıyla uluslararası pazara erişim gücünün olması</li> <li>Erciyes Üniversitesi, ileri düzey laboratuvar altyapısı ve sağlık alanındaki akademik birikimi sayesinde medikal turizme yüksek düzeyde katkı sağlama potansiyeline sahiptir</li> <li>Kayseri'nin diğer büyük şehirlerle göre daha sakin ve uygun fiyatlı olmasının yarattığı bölgesel rekabet avantajı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>İstanbul ve Antalya gibi medikal turizmde önde gelen şehirlerin yüksek rekabet gücüne sahip olması</li> <li>Türkiye'deki ekonomik dalgalanmalar ve politik belirsizliklerin yabancı medikal turistlerin güvenini etkilemesi</li> <li>Pandemi gibi global sağlık krizleri veya güvenlik endişelerinin medikal turizm pazarını doğrudan etkileyebilmesi</li> <li>Kalitesiz ve standartlardan uzak sağlık hizmetlerinin medikal turistlerin memnuniyetini ve deneyimlerini olumsuz etkilemesi ve olumsuz yorumların uluslararası imajı zedeleme ihtimalinin bulunması</li> <li>Yabancı dilde hizmet verme kapasitesinin yetersizliği</li> <li>Sağlık turizmi politikalarında yaşanabilecek yasal değişiklikler veya sektörle ilgili yeni düzenlemelerin sağlık turizmi sektöründeki bazı kuruluşların faaliyet göstermesini zorlaştırabilmesi</li> <li>Yerli ve yabancı yatırım eksikliği</li> <li>Hastaların kişisel ve tıbbi bilgilerini koruma konusunda eksiklikler varsa, uluslararası hastalar için ciddi bir tehdidin oluşabilmesi</li> </ul>

## Sonuç

Bu çalışma ile Kayseri ilinin medikal turizmde marka kent olma potansiyeli SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Kayseri; stratejik konumu, gelişmiş sağlık altyapısı ve turistik çekicilik gibi avantajlara sahip olmasına rağmen, medikal turizmde uluslararası bir marka haline gelmek için bazı eksiklikler ve zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu durum, sağlık turizmi stratejilerinin yetersiz planlanması,

uluslararası tanıtım eksikliği, sağlık hizmetlerinde standardizasyon ve kalite sorunları ile rekabetçi bir pazar içinde doğru konumlandırma ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Kayseri ilinin medikal turizmdeki mevcut durumu ve potansiyeli hakkında bilgi sahibi ve sektör deneyimi olan (birbirinden bağımsız kuruluşlarda çalışan/görev alan) on kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Ayrıca katılımcılara sorulan soruların aynısı bir yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasına da sorulmuştur. Görüşmeler ve ChatGPT-4o uygulamasından elde edilen bulgulara bakıldığında ortak paydada buluşulan konuların en önemlisi Kayseri ilinin medikal açıdan yeterli bir potansiyele sahip olduğu yönündedir. Şehir hastanesi, üniversite hastanesi, kamu hastaneleri, birçok özel hastane, göz, diş, tüp bebek gibi spesifik hizmetlerin yoğunluğu ve uzman kadro ile güncel teknolojinin varlığı bu yargıyı desteklemektedir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç ise Kayseri'nin Kapadokya bölgesinde yer alması ve Erciyes Dağı'nın varlığı ile turizm potansiyeli yüksek bir şehir haline geldiğidir. Bu şekilde turizm potansiyelinin turist sağlığına, sonrasında ise medikal turizme dönüşmesi destekleyici çabaların da gösterilmesiyle beklenebilecek bir durumdur. Burada destekleyici faktörlerin başında da tanıtım ve pazarlama faaliyetleri gelmektedir. Hem yurt dışı hem de Kayseri havalimanı üzerinden Nevşehir iline geçen turistlere yönelik tanıtım faaliyetleri eldeki turizm potansiyelini medikal turizme çevirebilecek güçlü bir araç olacaktır. Ayrıca medikal turizm paketlerinin turizm paketleri ile birleştirilmesi de düşünülebilecek bir diğer destekleyici çabadır. Son olarak tüm bu çabalar öncesinde olması gereken en önemli unsur, şehrin medikal turizme hazır olmasıdır. Katılımcıların görüşlerine bakıldığında yerel halkın turizm konusundaki içe kapanıklığı, katılımı ve medikal turizm hakkındaki bilinçsizliği bir tehdit olarak algılanmaktadır.

Elde edilen uzman görüşleri ve ChatGPT-4o uygulaması cevaplarının ortak noktada bulunduğu bir diğer yargı da Kayseri'ye yurt dışı uçuşların aktarmalı olmasının zayıf bir yön olduğudur. Almanya ve Hollanda gibi birkaç Avrupa ülkesinden direkt uçuşlar olsa dahi bu durum İstanbul, Antalya ve İzmir gibi bölgelerle rekabet edilebilir bir oranda değildir. Ulaşım konusunda devam eden bu tehdit Kayseri ilinin potansiyeli üzerinde olumsuz etki oluşturmaktadır. Bunun önüne geçebilmek için öncelikle gurbetçilerin yoğun olduğu, Türklerin yaşadığı ve Türkiye'yi en çok tercih eden ülkelerden charter uçuş planlamaları yapılabilir.

Kayseri ilinde medikal turizmde organize olmak ise zayıf bir yönü oluşturmaktadır. Bunun önüne geçebilmek için medikal turizm alanında yer alan il sağlık müdürlüğü, hastaneler, aracı kuruluşlar, dernekler, turizm ve ulaşım sektörü ve şehrin tamamı kendi aralarında rekabetten çok iş birliği içerisine girmeli ve kendi pazarlarını kendileri yaratma konusunda güç birliği oluşturmalıdır. Bayram ve Akkühah (2020) ile Koç (2021) tarafından Kayseri ilinin sağlık turizmine ilişkin yapılan çalışmalarda, şehrin medikal açıdan yüksek potansiyele ve uzman sağlık iş gücüne sahip olması, Kapadokya gibi önemli bir turistik bölgeye yakınlığı, gurbetçi nüfusun varlığı, nitelikli ve yabancı dil bilen personel eksikliği, tanıtım ve organizasyon yetersizliği ile aktarmalı uçuşların dezavantajları gibi unsurlar öne çıkmıştır. Bu bulgular, çalışmamızla benzerlik göstermektedir. Ancak, bu çalışmaların üzerinden geçen dört yılın ardından, güçlü yönlerin korunmasına rağmen, zayıf yönlerin iyileştirilmesi adına yeterli adımların atılmadığı dikkat çekmektedir.

Çalışmada Kayseri özelinde elde edilen bulgular ile Türkiye genelinde SWOT analizi ile yapılan farklı çalışmaların (Görener, 2016; Gürleyen & Çınar, 2021; Kılıçarslan, 2019; Şahin & Şahin, 2018; Yiğit & Demirbaş, 2020) bulguları karşılaştırıldığında güçlü yön olarak uygun fiyat, turizm imkanları, kaliteli sağlık hizmeti, uzman sağlık işgücü, güçlü sağlık altyapısı, devlet destekleri, konaklama sektörünün yeterliliği benzerlik göstermektedir. Zayıf yön olarak ise sektördeki kurum/kuruluşlar arası yetersiz iş birliği ve koordinasyon, tanıtım ve pazarlama yetersizliği, sağlık alanındaki çalışanların medikal turizm konusundaki bilgisizliği ve yabancı dil eksikliği benzerlik göstermektedir. Çevresel fırsatlar ile ilgili olarak gurbetçi potansiyeli, lokasyon, medikal turizm potansiyelinin artması; son olarak çevresel tehditlerde ise güvenlik endişeleri, kontrolsüz fiyatlandırma, medikal turizm destinasyonlarında artış ve artan rekabet çalışmamız bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmayı özgün hale getiren bir diğer faktör uzman görüşleri ile bir yapay zeka platformu olan ChatGPT-4o uygulamasının verdiği cevapların karşılaştırılması olmuştur. Katılımcılara sorulan sorular ChatGPT-4o uygulamasına da sorulmuş ve elde edilen cevaplar üzerinden bir SWOT analizi yapılmıştır. Bakıldığında iki taraftan alınan cevaplara göre **güçlü yön** olarak şehrin sağlık altyapısının gelişmiş olması, şehir hastanesi ve üniversite hastanesinin varlığı, uzman sağlık personelinin varlığı, şehrin Kapadokya bölgesine ve Erciyes Dağı'na olan yakınlığı, uygun fiyatlı sağlık hizmeti sunması gibi unsurlar benzer niteliktedir. **Zayıf yönler**deki benzerlikler ise şehre uluslararası ulaşımın sınırlı olması, sağlık personelinin yabancı dil konudaki yetersizliği, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin eksikliği, sektörler arası iş birliğinin istenen seviyede olmaması gibi unsurlardır. **Çevresel fırsatlardaki** benzerlikler, sunulan sağlık hizmetinin diğer bölgelere daha uygun fiyatlı olmasından dolayı talep potansiyelinin yüksek olması, şehrin turistik bölgelere yakınlığı ile sağlık ve turizm hizmetlerinin entegre edilme imkanının olması ve devlet destekleri şeklindedir. Son olarak **çevresel tehditler**deki benzerlikler ise İstanbul ve Antalya gibi medikal turizm alanında güçlü rakiplerin varlığı, yabancı medikal turistlerin Türkiye'yi güvenlik açısından riskli bir ülke olarak algılıyor olmaları ve malpraktis ve gizlilik ihlali gibi konuların şehre ve ülkeye yönelik olumsuz bir imaj yaratma ihtimalinin olması şeklindedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, Kayseri'nin medikal turizmde marka kent olma hedefi doğrultusunda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir. Bunlar:

- Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine organize şekilde yoğunluk verilmeli,
- USHAŞ yapılanmasının Kayseri temsilciliği oluşturulmalı,
- Kapadokya'nın turizm potansiyelinin medikal turizme kaydırılması için entegre paket sayısının arttırılması,
- Charter uçuşların arttırılması konusunda gerekli adımların atılması,
- Medikal turizm konusunda nitelikli personel yetiştirmek adına il sağlık müdürlüğü öncülüğünde eğitimler hazırlanmalı,
- Aracı kuruluş sayısı arttırılmalı,
- Kayseri şehrinin geçmiş dönemlerde farklı medeniyet ve milletlere ev sahipliği yapması neticesiyle başta Türk devletleri ve Ermeni toplumuna yönelik diaspora sağlık turizmine yönelik çabalara girilmelidir.

- Kayseri ve çevre illerde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler medikal turizm faaliyetlerine çekilmeli ve bu kapsamda topluluk gibi organizasyon yapılanmaları oluşturulmalı,
- Yurt dışı sağlık tesisi, acente ve sigorta şirketleri ile iş birlikleri geliştirmelidir. Bu iş birlikleri yoluyla medikal turizmde tanıtım, pazarlama, halkla ilişkiler, sosyal sorumluluk projeleri geliştirilmelidir.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu'nun 11/06/2024 tarih ve E-99711239-050.01.04/ numaralı kararı ile alınmıştır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.



## Kaynakça

- Askerlik Kanunu ile Diğer Bazı Kanunlarda ve 663 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (2018, Ağustos 3). *Resmî Gazete* (Sayı: 30498). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/08/20180803-20.htm>
- Bayram, H. S., & Akkühah, A. U. (2020). *Kayseri sağlık turizminin geliştirilmesi mevcut durum analizi ve eylem planı*. SERRProject Grants & Project Consultant.
- Bristow, R. S., Yang, W. T., & Lu, M. T. (2010). An application of the global sustainable tourism criteria in health tourism. In *Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium* (pp. 97-104). Northern Research Station.
- Chanda, R. (2022). *Modalities and determinants of trade in health services*. World Bank Publications.
- Çubuk, M. (2022). Türkiye’de büyükşehirlerin sağlık turizmi potansiyellerinin CRITIC ve WASPAS yöntemleri ile karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 147-174. <https://doi.org/10.33399/biibfad.1139104>
- Daştan, İ. (2014). Türkiye’de sağlık turizmi: Türkiye ve özelinde İzmir’de sağlık turizminin mevcut durum analizi ve strateji önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 143-163.
- Dışişleri Bakanlığı. (2022). *Yurt dışında yaşayan türk vatandaşları*. [https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler\\_.tr.mfa](https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler_.tr.mfa)
- Doğan, S., & Doğan, T. G. B. (2020). Uluslararası alanyazında sağlık turizmi alt bileşenleri üzerine bibliyometrik bir analiz. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 23(4), 561-586. <https://dergipark.org.tr/en/pub/hacettepesid/issue/58128/837801>
- Görener, A. (2016). A Swot-AHP approach for assessment of medical tourism sector in Turkey. *Alphanumeric Journal*, 4(2), 159-170. <https://doi.org/10.17093/alphanumeric.277740>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Gürcan, N., Bostan, A., & Dilek, A. (2023). Aydın ilinde sağlık turizm sektörünün SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 258-268. <https://doi.org/10.58648/inciss.1371609>
- Gürleyen, B., & Çınar, F. (2021). Türkiye’nin medikal turizm SWOT analizi: Covid-19 örneği. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 51-60.
- Hatipağaoğlu, A. M., Geler, N., Doğan, T., Kırmacı, T., & Ömer, E. (2023). *Global sağlık sektörü ve medikal turizm trendleri*. [https://www.grantthornton.com.tr/globalassets/\\_\\_shared\\_\\_/global-salk-sektoru-ve-medikal-turizm-trendleri--rapor-2023\\_\\_1.08\\_ifreli.pdf](https://www.grantthornton.com.tr/globalassets/__shared__/global-salk-sektoru-ve-medikal-turizm-trendleri--rapor-2023__1.08_ifreli.pdf)
- Jafari, M., Bahadori, M., & Ravangard, R. (2016). Health tourism: opportunities, constraints, obstacles and solutions. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 4(1), 37-38.
- Joint Commission International. (2024, Kasım 14). *JCI-accredited organizations*. [https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending&f:@aocountry=\[Turkey\]](https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending&f:@aocountry=[Turkey])
- Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü. (2019, Mart 20). *Sağlık turizmi projeleri*. <https://khgmacilveyurtdisisaglikdb.saglik.gov.tr/TR-46936/saglik-turizmi-projeleri.html>



- Karagöz, Y., Yalman, F., & Karaşin, Y. (2022). Medikal turizmde hizmet kalitesinin hasta memnuniyeti ve hasta sadakatine etkisi: Türk diasporası üzerinde bir araştırma. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), 1-13. <https://doi.org/10.54709/iisbf.1172168>
- Kayseri Büyükşehir Belediyesi. (2024, Ocak 29). *Haberler*. <https://www.kayseri.bel.tr/haberler/dunya-markasi-erciyes-123-bin-ziyaretci-ile-kendi-rekorunu-kirdi>
- Kayseri Health Tourism. (2024, Nisan 30). *Hakkımızda*. <https://healthtourismkayseri.com/tr/Hakkimizda>
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024, 19 Haziran). *Termal turizm*. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-182954/termal-turizm.html>
- Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü. (2018, Nisan 30). *Hastaneler*. <https://kayseriism.saglik.gov.tr/TR-54393/hastaneler.html>
- Kayseri Valiliği. (2024, Kasım 14). *Kayseri*. <http://www.kayseri.gov.tr/sehrimiz#>
- Kılıçarslan, M. (2019). SWOT analysis of health tourism in Turkey. *Electronic Journal of Social Sciences*, 18(71), 1135-1145. <https://doi.org/10.17755/esosder.467515>
- Kim, J., Lee, S. Y., Kim, J. H., Shin, D. H., Oh, E. H., Kim, J. A., & Cho, J. W. (2024). ChatGPT vs. sleep disorder specialist responses to common sleep queries: Ratings by experts and laypeople. *Sleep Health*, 10(6), 665-670. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2024.08.011>
- Kirk, D., van Eijnatten, E., & Camps, G. (2023). Comparison of answers between ChatGPT and human dieticians to common nutrition questions. *Journal of Nutrition and Metabolism*, 2023(1), 5548684. <https://doi.org/10.1155/2023/5548684>
- Krasnokutskaya, N. S. (2022). World trends in the development of health tourism. *Псковский регионологический журнал*, 18(2), 126-138.
- Koç, A. (2021). *Kayseri ve Neoşehir illerinin sağlık turizmi potansiyelinin tespiti ve sağlık turizmi potansiyelini artırabilmek için yapılabilecekler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kozak, M. A., & Şahin, Z. (2022). Sağlık turizminde yeni bir uygulama: "Sağlık turizmi yetki belgesi" Mersin. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1-2), 107-122.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Yıllık bültenler*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249709/yillik-bultenler.html>
- Lee, J., & Kim, H. B. (2015). Success factors of health tourism: cases of Asian tourism cities. *International Journal of Tourism Cities*, 1(3), 216-233.
- Leigh, D. (2009). SWOT analysis. *Handbook of Improving Performance in the Workplace: Volumes 1-3*, 115-140. <https://doi.org/10.1002/9780470592663.ch24>
- Mahdavi, Y., Mardani, S., Hashemidehaghi, Z., & Mardani, N. (2013). The factors in development of health tourism in Iran. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 1(3), 113-118.
- Mainil, T. J. G. M. J., Eijelaar, E., Klijs, J., Nawijn, J., & Peeters, P. M. (2017). *Research for TRAN committee—health tourism in the EU: a general investigation*. European Parliament, Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism.
- Medical Tourism Association. (2024, Nisan 19). *Medical tourism unveiled: why patients travel and what holds them back: a deep dive into the medical tourism decision-making process*. <https://assets.website->

files.com/6272d3f738f67b4c8ee43a10/65a15680c5f22e9280143710\_MTA%20Patient%20Survey%20Report%202024%20VF.pdf

- NTV. (2023, 3 Kasım). *Türkiye haberleri*. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/kapadokyada-4-milyon-256-bin-ile-ziyaretci-rekoru-kirildi,DrerNVw3OUiLCjGTLR3HkA#>
- Özcan, A., Simsar, A., & Erkasap, A. (2024). Sustainable health tourism in the plastic surgery sector in Turkey. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Education*. <https://doi.org/10.58806/ijirme.2024.v3i2n12>
- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığının ornito turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 37-54. <https://doi.org/10.51525/johti.926528>
- Papp, Z., & Lórinçz, K. (2016). Health tourism trends. *Health*, 5(3-4), 30.
- Pirzada, N. (2022). The expansion of Turkey's medical tourism industry. *Voices in Bioethics*, 8, 1-7.
- Sağlık Bakanlığı. (2024, Haziran 21). *Haber arşivi*. <https://www.saglik.gov.tr/TR-55889/ushasin-paydasi-oldugu-ilk-saglik-turizmi-calistayi-kayseride-yapildi.html>
- Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı. (2024, Mayıs 8). *Stratejik planlar*. <https://sgb.saglik.gov.tr/TR,60674/stratejik-yonetim.html>
- Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı (2024, Kasım 14). *Yetki belgesi listeleri*. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-104124/yetki-belgesi-listeleri-guncellenmistir.html>
- Salekpay, F., van den Bergh, J., & Savin, I. (2024). Comparing advice on climate policy between academic experts and ChatGPT. *Ecological Economics*, 226, 108352. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2024.108352>
- Soliman, Y. R., Fathy, A. M., & Soliman, M. R. (2024). Egypt as a destination for health tourism: opportunities and obstacles. *The International Journal of Tourism and Hospitality Studies*, 6(2), 244-268. <https://doi.org/10.21608/ijthsx.2024.283715.1090>
- Spivack, S. E. (1998). Health spa development in the US: A burgeoning component of sport tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 65-77. <https://doi.org/10.1177/135676679800400106>
- Şahin, Ç. (2020). Veri toplama teknikleri. içinde R. Y. Kıncal (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 125-182). Nobel Akademik Yayıncılık
- Şahin, G. G., & Tuzlukaya, Ş. (2017). Turizm türleri ve turizm politikaları, dünyada ve Türkiye'de sağlık turizmi. İçinde D. Tengilimoğlu (Ed.), *Sağlık turizmi* (ss. 43-58). Siyasal Kitabevi.
- Şahin, Ö. U., & Şahin, M. (2018). Türkiye'de sağlık turizminin potansiyeli ve geleceği: SWOT analizi. *Journal of Awareness*, 3(5), 287-300. <https://doi.org/10.26809/joa.2018548638>
- Şengül, C., & Çora, H. (2020). Healthcare tourism in second decade of 21st century-a review of Turkey as the new global center for international patients. *Journal of Health Systems and Policies*, 2(1), 56-86.
- Şengül, H., & Bulut, A. (2019). Sağlık turizmi çerçevesinde Türkiye'de termal turizm; Bir SWOT analizi çalışması. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1), 55-70. <https://doi.org/10.35232/estudamhsd.505757>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2024, Mayıs 10). *Kalkınma planları*. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık turizmi ve devlet teşvikleri. *Journal of Life Economics*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.15637/jlecon.8.1.01>
- Tontuş, H. Ö. (2015a). *Sağlık turizmi nedir?* Satürk Yayınları. <http://www.saturk.gov.tr/yayinlar.html>

- Tontuş, H. Ö. (2015b). *Dünyada sağlık turizmi*. Satürk Yayınları <http://www.satürk.gov.tr/yayinlar.html>
- Tourismtoday. (2023). Kapadokya'da rekor: Ziyaretçi sayısı 4 milyonu aştı. <https://www.tourismtoday.net/kategoriler/destinasyon-haberleri/kapadokyada-rekor-ziyaretci-sayisi-4-milyonu-asti/>
- Tuna, H., & Tuna, A. (2024). Bolu ilinin sağlık turizmi potansiyelinin SWOT analizi yöntemiyle değerlendirilmesi ve sağlık turizminin çeşitlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 245-265. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1378>
- Türkiye İstatistik Kurumu (2024, Mayıs 16). *Turizm istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2023-53661>
- Türkben, C., Gül, F., & Uzar, Y. (2012). Türkiye'de bağcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 47-50.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2022). *Dünya turizm istatistikleri*. <https://www.tursab.org.tr/dunya-turizm-istatistikleri>
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., & Çalışkan, U. (2011). Sağlık turizmi, güvenlik ve kalite. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 91-93.
- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı Yönetmeliği (2017, Temmuz 13). Resmi Gazete (Sayı: 30123). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/07/20170713-3.htm>
- Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (2024, Mayıs 15). *Sağlık turizmi verileri*. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>
- Uluslararası Sağlık Turizmi Tesisleri ve Aracı Kuruluşlar Derneği (2024, Mayıs 16). *Türkiye'de medikal turizm*. <https://usttak.org/medikal-turizm.aspx>
- Yeşil, R. (2020). Nicel ve nitel araştırma yöntemleri. İçinde R. Y. Kıncal (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 51-80). Nobel Akademik Yayıncılık
- Yiğit, A., & Demirbaş, M. B. (2020). Türkiye'de medikal turizmin gelişimine etki eden faktörlerin SWOT-AHP yöntemi ile tespit edilmesine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(22), 173-192. <https://doi.org/10.38155/ksbd.693841>
- Yorulmaz, M., & Söyler, S. (2020). Sağlık turizmi SWOT analizi: Adana ili örneği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 6(2), 217-230.



# LOJİSTİK FİRMA WEB SİTELERİNİN ChatGPT İLE ANALİZ EDİLMESİ

 Mehri Banu ERDEM<sup>a</sup>

## Öz

Lojistik sektörü Dünya’da ve Türkiye’de hızla büyüyen ve öne çıkan sektörlerden bir tanesidir. Lojistik, ürünlerin ve ürünlerin oluşumunu sağlayan tüm nesnelerin ulusal ve uluslararası dolaşımını sağlayan bir mekanizmayı yaratmaktadır. Lojistik, hammaddeden başlamak üzere nihai ürünün tüketiciye ulaşana kadarki tüm süreçlerin aksamadan yürütülmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle tüm alanlarda lojistik faaliyetler yer almaktadır. Bu noktada da firmalar profesyonel hizmet almak için dış kaynak kullanımını tercih etmekte ve lojistik firmalarına başvurmaktadır. Lojistik firmaları, görünürlüklerini arttırabildikleri kadar müşteri çekebilmektedir. Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte günümüz iş dünyasında etkileşimlerin de dijital yollarla sağlandığı aşikardır. Firmalar da lojistik firma arayışına girdiğinde ilk olarak web sitelerine başvurmaktadır. Web siteleri firmaların, müşteriye açılan ilk yüzü ve etkileşimi başlatan ara yüz olması nedeniyle kaliteye hizmet eden birçok özelliği içermelidir. Web siteleri firmaların faaliyetlerinin sunumunu ve reklamını içermektedir. Bu nedenle lojistik firmaları da dijitalleşmenin gelişimini takip etmeli ve web sitelerini sürekli güncellemelidir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren lojistik firmaların web sitelerinin yapay zeka destekli uygulama aracılığıyla analiz edilmesi amaçlanmıştır. Lojistik firmalarının internet siteleri on bir kriter üzerinden değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda, en yüksek ortalamaya sahip firmaların K4, K2 ve K1 olduğu tespit edilmiştir. En yüksek genel ortalamaya sahip olan ilk üç kriter olarak ise; kurumsal bilgi, mobil uyumluluk ve kullanıcı dostu arayüz olurken, en düşük puan ortalamasına sahip kriterler müşteri geri bildirim, dil seçenekleri ve iletişim kolaylığı olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak firmalar kullanıcı dostu web siteleri oluşturmalı ve bu kapsamda güven ve erişilebilirliği de arttırmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Lojistik, Web sitesi, Yapay zeka, ChatGPT.



## EVALUATION OF LOGISTICS FIRMS’ WEBSITES BY ChatGPT

### Abstract

The logistics sector is one of the rapidly growing and prominent industries both globally and in Turkey. Logistics creates a mechanism that facilitates the national and international circulation of goods and all objects involved in their production. It plays a critical role in ensuring the seamless execution of all processes, from raw materials to the delivery of the final product to the consumer. Consequently, logistics activities are integral

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Türkoğlu Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mehribanu.erdem@istiklal.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 05.12.2024, Makale Kabul Tarihi: 26.12.2024

to various domains. At this juncture, companies often opt for outsourcing to obtain professional services and turn to logistics firms. The visibility of logistics companies directly influences their ability to attract customers. With the increasing prevalence of digitalization, it is evident that interactions in today's business world are predominantly conducted through digital channels. When companies seek logistics providers, their first point of reference is often the providers' websites. Websites serve as the first point of contact and interaction for companies with their customers, acting as a critical interface that should encompass numerous features contributing to quality. They represent the promotion and presentation of a company's activities. As a result, websites must continuously update themselves by keeping pace with advancements in digitalization. This study aims to analyze the websites of logistics companies operating in Turkey using an artificial intelligence-supported application. The websites of logistics companies were evaluated based on eleven criteria. The results indicate that the companies with the highest average scores are K4, K2, and K1. The top three criteria with the highest overall average were corporate information, mobile compatibility and user-friendly interface, while the criteria with the lowest average scores were customer feedback, language options and ease of communication. In conclusion, companies should develop user-friendly websites and, in this context, enhance trust and accessibility.

**Keywords:** Logistics, Website, Artificial intelligence, ChatGPT.



## Giriş

Ticaretin küreselleşmesiyle mal ve hizmet hareketinin artması ve dijitalleşmenin ekonomik faaliyetler içerisinde önemli bir yer edinmesi ticarete rekabetin zorlayıcı olmasına neden olmaktadır. Bu durum, işletmeleri sürdürülebilirlik sağlamaları için bazı rekabet stratejilerine odaklanmaya yönlendirmektedir. Bu odak noktaların bir tanesi de lojistik açıdan rekabettir. Günümüzde lojistiğin önemi birçok ekonomik dalda, özellikle sanayi ve iş dünyasında artmaktadır. Lojistik, tedarikçilerden girdi malzemelerinin dönüşümü yoluyla nihai tüketiciye kadar tüm malzeme ve ilgili bilgi akışının entegre yönetimiyle ilgilenen bir bilim olarak kabul edilmektedir (Kukovič vd., 2014). Lojistik, malların menşe noktasından tüketim noktasına kadar olan taşınması ve depolanması süreçlerini, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla etkili ve verimli bir şekilde planlayan, uygulayan ve kontrol eden bir süreçtir. Bu süreç, hizmetler ve ilgili bilgiler dahil olmak üzere, giriş, çıkış, dahili ve harici hareketleri kapsamaktadır (CSCMP, 2013).

Günümüz dünyasında hızla büyüyen sektörlerle baktığımızda lojistik sektörü de kendini göstermektedir. Ülkeler arasındaki sınırların ortadan kalkması ve ticaretin küresel bir boyuta ulaşması, lojistik hizmetlerinin önemini önemli ölçüde artırmıştır. Bugün, sanal ortamda dakikalar içinde milyonlarca dolar değerinde anlaşmalar yapıldığında, lojistik sektörü ticaretin temel dinamiği haline gelmiştir (UTİKAD, 2012). Bu da işletmelere rekabette en önemli strateji alanlarından birinin lojistik olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda lojistik faaliyetleri, işletmelerin doğrudan bir rekabet unsuru haline gelmiştir. İşletmelerin, eş zamanlı olarak üretim faaliyetleri ve pazarlama etkinliklerinin yanı sıra lojistik faaliyetlerine de önem vermeleri kaçınılmaz olmuştur (Çekerol & Kurnaz, 2011). İşletmeler, ürün ve hizmet üretiminde tüm süreçlerin aksamadan sürdürülmesini sağlamak için kilit operasyonlardan birinin lojistik faaliyetler olduğunun her geçen gün daha çok farkına varmakta ve bu alanda rekabet stratejileri belirlemektedirler. Bu kapsamda dijitalleşmenin de süreçlere hızla girmesi bilgi iletişim

sistemlerini daha aktif kullanmaya zorlamaktadır. Lojistik sektörü son yıllarda yaşanan pandemi, deprem, sel vb. doğal afetlerin de etkisiyle hızla kendini göstererek önde gelen sektörlerden biri olmuştur (sbb.gov.tr, 23.12.2024). Durum böyle olunca var olan lojistik firmalarının kendini geliştirmeleri ve sektöre yeni firmaların girmesi lojistik faaliyetlerin daha profesyonel gerçekleştirilmesine yönelik adımlar atılmasını sağlamıştır. Bu noktada işletmeler kendi asıl faaliyet alanlarına yoğunlaşmakta ve lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımını tercih etmektedirler. Bu da karşımıza lojistik firmalarını çıkarmaktadır. Lojistiğin etkin bir şekilde yönetilmesi, maliyetlerin düşürülmesi, üretimin artırılması, kalitenin iyileştirilmesi ve müşteri memnuniyetinin yükseltilmesi gibi avantajlar sağlarken, aynı zamanda pazar payının genişlemesine ve rekabet gücünün artmasına katkıda bulunmaktadır (Çekerol & Kurnaz, 2011).

İnternetin ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasıyla birlikte, iş dünyasında firmalar web siteleri aracılığıyla müşterileri başta olmak üzere tüm sosyal paydaşlarıyla küresel çapta iletişim kurma fırsatı elde etmiştir (Duygun & Alnıpak, 2017). İnternet üzerinden yazı, animasyon gibi çeşitli öğelerin bir görüntüleyici aracılığıyla kullanıcıya sunulduğu ve belirli bilgilerin bir bütünlük içinde aktarıldığı etkileşimli sayfalar, web sitesi olarak adlandırılmaktadır (Özbek & Engür, 2018). Lojistik sektöründeki dijitalleşme ihtiyaçlarıyla tamamen iç içe geçmiş bir dijital pazarlama ekosistemi kurmak, çevrimiçi görünürlüklerini artırmayı ve bu rekabetçi pazarda başarılı olmayı hedefleyen firmalar için çok önemlidir (Sakas vd., 2023). Lojistik firmaları, marka bilinirliklerini artırmak, mevcut ve potansiyel müşterileriyle etkili bir şekilde bilgi paylaşmak ve bazı hizmetlerini çevrimiçi platformlar üzerinden sunmak amacıyla web sitelerini kullanmaktadır. Web siteleri, müşteriler ile firma arasındaki temel etkileşim noktasıdır. Bu nedenle, web sitelerinin kullanıcı dostu, etkili bir yapıda tasarlanması ve müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde yüksek performans sunması kritik bir gerekliliktir (Büyüközkan & Gülerüz, 2016). Web siteleri, son yıllarda elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla firmalar için vazgeçilmez bir iletişim ve tanıtım aracı haline gelmiştir. Lojistik firmaları söz konusu olduğunda bu durum daha da kritik bir önem taşımaktadır. Çünkü uluslararası boyuta ulaşan işlem ağlarında, en hızlı ve etkili iletişim web siteleri aracılığıyla sağlanmaktadır (Özbek & Engür, 2018).

İnternetin kullanım alanlarının hızla yaygınlaşması, nesnelerin interneti kavramının ortaya çıkması, dijitalleşmenin her alanda kendini göstermesi ile birlikte yapay zeka kavramı da öne çıkan konulardan biri olmuştur. Yapay zeka uygulamalarının kullanım alanı genişlemiş ve bir çok alanda başvurulan bir araç haline gelmiştir. Gartner, yapay zeka odaklı geliştirmeyi "Gartner En İyi 10 Stratejik Teknoloji Trendi 2020" de (Gartner 2020) önde gelen bir trend olarak belirlemiştir. İstatistikler, Yapay zekanın dünya çapında halihazırda yaygın olarak benimsendiğini ve yapay zekanın hızlı yayılmasının toplum üzerinde büyük bir etkisi olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, insanlar giderek daha fazla yapay zekanın verdiği kararlara bağımlı hale gelmekte; bu kararlar ürün önerileri, film önerileri ve arkadaş önerileri gibi basit kararlardan, ulaşımda otonom araçlar gibi karmaşık kararlara kadar uzanabilmektedir (Minh vd., 2022). Yapay zeka insan zekasını taklit edebilen, insan zekasına özgü yetenekleri geliştirebilen ve otomatikleşmiş sistemi içermektedir. İnsan zekasına özgü yetenekleri olan bir robota benzetilmektedir. İnsan zekasına özgü yeteneklerden olan; problem çözme, mantık, görsel analiz, akıl yürütme, karar verme ve dil anlama gibi yeteneklere sahiptir. Bu nedenle birçok alanda karar verme ve problem çözme gibi durumlarda başvurulmaktadır. Eğitim, sağlık, lojistik, finans, turizm,

üretim vb. her alanda başvurulan bir araç olmaktadır (Dalgıç, 2023; Erdem, 2024; Kutlucan & Seferoğlu, 2024; Öztürk & Ergin, 2024).

Türkiye'nin lojistik ve taşımacılık sektörünün hizmet ihracatındaki payı istikrarlı bir şekilde artmaktadır. 2021 yılında hizmet ihracatının %39'u (61 milyar doların 24 milyar doları) bu sektörlerden sağlanmıştır. 2022 yılında toplam hizmet ihracatı 89 milyar dolara yükselmiş ve bunun %39,6'sı (35,3 milyar dolar) lojistik ve taşımacılık sektöründen elde edilmiştir. 2023 yılı sonunda ise toplam 100 milyar dolarlık hizmet ihracatının %35'i (35 milyar dolar) bu sektörlerden gelmiştir. Türkiye, lojistik hizmet ihracatında %2,5'lik küresel payıyla dünya sıralamasında 11. Sıradadır (ticaret.gov.tr, 2024). Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığının 2024 Nisan ayında yayınlamış olduğu dış ticaret raporuna göre, gelecek dönemde, lojistik sektörüne verilen desteklerin artarak devam edeceği, taşımacılık faaliyetlerini engelleyen sorunların çözüme kavuşturulacağı ve ihracat ürünlerinin daha hızlı, daha ekonomik ve güvenli bir şekilde hedef pazarlara ulaştırılmasını sağlayacak çalışmaların sürdürüleceği bir süreç yaşanacağı ifade edilmiştir (ticaret.gov.tr, 2024). Bu noktada lojistik ve taşımacılık sektörüne önemli desteklerin sağlanmasıyla birlikte bu sektörde yer alan lojistik firmalarının görünürlüğünün de artırılması bu sektörün ihracat rakamlarının artmasını sağlayacaktır. Bu noktadan hareketle bu çalışmada Türkiye'deki lojistik firmalarının görünürlükte en önemli araçlardan biri olan web sitelerinin incelenmesi amaçlanmış ve Türkiye'deki 7 lojistik firmasının web siteleri analiz edilmiştir. Araştırmada analizler yapay zeka destekli uygulama aracılığıyla yapılmıştır. Çalışma 4 bölümden oluşmaktadır. İlk olarak giriş bölümü ve ardından ikinci bölüm olarak literatür taraması verilmiştir. Daha sonra üçüncü bölümde metodoloji bölümüyle araştırmanın analiz ve bulguları yer almaktadır. Son olarak ise sonuç bölümünde elde edilen bulguların genel bir değerlendirmesi verilmiş ve tartışma ve önerilerle çalışma sonlandırılmıştır.

## A. LİTERATÜR TARAMASI

Yapılandırılmamış bilginin hakim olduğu bir dünyada, lojistik şirketleri yeni müşteriler kazanmak ve mevcut müşterileri elde tutmak için giderek daha fazla web sitelerine bağımlı hale gelmektedir. Bu doğrultuda, bir lojistik web sitesini diğerlerinden ayıran temel bir zemin oluşturabilecek teknik unsurlar bulunmaktadır (Sakas vd., 2022). Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte artık internetsiz bir iş dünyası düşünülmemektedir. Dahası internet bilgisayarlardan çıkmış artık nesnelerin interneti kavramına ulaşmıştır. Bu noktada tüm işletmeler süreçlerini internetle yönetmekte, takip ve izlenebilirliğini sağlamaktadır. İşletmeler teknolojinin ilerlemesiyle birlikte geleneksel yöntemleri bırakmakta dijital yöntemlere geçmektedir. Ancak bu geçiş süreci her işletmede durum ve imkanlarına göre değişmektedir. Hal böyle olunca rekabet ortamında yeni müşteriler çekmek ve pazar payını arttırmaya yönelik pazarlama aracı olarak da interneti kullanmaktadırlar.

İşletmeler faaliyet içeriklerini, süreç yönetimini, sahip oldukları teknolojik imkanlarını vb. rekabet unsuru yaratacak imkanları paylaşma gereği duymaktadırlar. Bu noktada web sitelerinin önemli bir yeri vardır. Müşterilerin çalışacakları işletmeleri araştırırken ilk başvurdukları yer işletmelerin web siteleridir. Bu nedenle lojistik işletmeleri de web sitelerini güncel, kullanımı kolay, erişilebilir, vb. faktörlerden yana geliştirmelidir. Literatürde lojistik firmaları web sitelerine yönelik yapılmış bazı çalışmalar şunlardır; Büyüközkan ve Gülerüz (2016) Türk lojistik firmalarının web sitelerini kalite

açısından değerlendirmişlerdir. Bu amaçla firmaların kalite performanslarını e-hizmet kalitesi anlayışı ile incelemişlerdir. Çok kriterli karar verme yöntemlerinden bulanık AHP ve bulanık TOPSIS yöntemlerinden yararlanmışlardır. Lojistik web sitelerinin önem sıralamasını yapmışlar ve sonuç olarak en önemli kriterlerin sırasıyla fiziksel yapı, bilgi kalitesi ve karşılık verebilme olduğunu belirlemişlerdir. Bir diğer çok kriterli karar verme yöntemleriyle yapılmış benzer bir çalışma ise Özbek ve Engür (2017) tarafından yapılmıştır. Özbek ve Engür lojistik web sitelerini ARAS yöntemiyle değerlendirmişler ve web sitesi en iyi olan firmaları belirlemişlerdir. Çok kriterli karar verme tekniklerinden yararlanan bir diğer çalışma da Özbek (2020) tarafından Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) ve MULTIMOORA yöntemlerini kullanarak yapmış olduğu çalışmadır. Kullanıcılar için web sitelerinin değerlendirme kriterlerinden en önemlileri olarak yabancı dil seçeneği, kullanım kolaylığı ve online sipariş kabul kriterleri olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Literatürde lojistik web sitelerini içerik analiziyle değerlendiren bazı çalışmalara da rastlanmıştır. Bunlardan Aydın ve Altınok (2019) lojistik şirketlerinin web sitelerini yapmış oldukları faaliyetler açısından değerlendirmişlerdir. Araştırma sonucunda lojistik firmalarının web sitelerinde mevcut bazı faaliyetlerine yer vermediklerini tespit etmişlerdir. Duygun ve Alnıpak (2017) lojistik firmalarının web sitelerini pazarlama iletişim araçları açısından ne kadar etkin kullandıklarını içerik analiziyle araştırmışlardır. Çalışma sonucunda web sitelerini orta seviyede reklam amaçlı, düşük seviyede ise halka ilişkiler ve doğrudan pazarlama aracı olarak kullandıklarına ulaşmışlardır.

Sakas vd. (2022), dünya lideri lojistik firmalarının web siteleri üzerine karma farklı yöntemleri kullanmışlardır. Hem betimsel analiz hem de istatistiksel analiz kullandıkları bu çalışmada, lojistik web sitelerinin teknik faktörleri ile kurumsal marka adının büyümesi arasında önemli bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Sakas vd. (2023) lojistik firmalarının hem web sitelerini hem de sosyal medya hesaplarını incelemişlerdir. Karma yöntemler kullanarak simülasyon modeli geliştirmişlerdir.

Bu çalışmanın analizlerinde yararlanan yapay zeka araçlarından olan ChatGPT uygulamasıyla ilgili literatürde incelendiğinde bu uygulamanın farklı alanlarda akademik çalışmalarda kullanıldığı görülmüştür. Bunlar; Dalgıç (2023), restoran işletmelerinin müşteri şikayetlerini yönetme ve telafi süreçlerinde yapay zeka tabanlı bir uygulama olan ChatGPT'nin etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmayacağı incelemiştir. Öztürk ve Ergin (2024), sağlık sektöründe kullanmışlar ve ChatGPT'nin kadınlarda alt ürünler sistem semptomlarına ilişkin soruları yanıtlama becerisinin değerlendirmesini yapmışlardır. Kutlucan ve Seferoğlu (2024), eğitim sektöründe yararlanmış ve ChatGPT'nin öğrenme-öğretme süreçlerine yansımaları üzerine bir araştırma yapmışlardır. Erdem (2024), yapay zekanın sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda kullanılabilirliği üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırmasında üç adet yapay zeka uygulamasını incelemiş ve karşılaştırma yapmıştır. Bu çalışmaya göre, ChatGPT ve Bing, genel olarak tüm kategorilerde neredeyse tamamen yetkin olarak değerlendirilirken, YouChat daha sınırlı bir yetkinlik seviyesinde kalmıştır. Bu durumda, ChatGPT ve Bing'in daha üstün analitik becerilere sahip olduğunu ve bilimsel araştırmalar için daha kapsamlı ve doğru bilgi sunduğunu ifade etmiştir. ChatGPT'nin analizlerde tam yeterli olduğunu gösteren sonuçlara ulaşmıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmada yapay zeka araçlarından ChatGPT tercih edilmiştir. Yapılan literatür taramasında lojistik firmalarının web sitelerinin değerlendirmesinde yapay zeka uygulamalarının kullanılmadığı görülmüş



ve literatürdeki bu boşluğu tamamlayacağı düşüncesiyle bu çalışmada yapay zeka ile içerik analizi yapılması planlanmıştır.

## B. METODOLOJİ

Çalışmanın amacı Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların internet sitelerinin yapay zeka destekli uygulama aracılığıyla analiz edilmesidir. Bu kapsamda Türkiye’de ulusal ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren 7 lojistik şirketinin internet sitesi incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen lojistik firmaları çeşitli akademik çalışmalar (Büyüközkan & Güteryüz, 2016; Özbek & Engür, 2018; Ulutaş, 2018) ve raporlar (Fortune Türkiye, 2023) doğrultusunda belirlenmiştir. Lojistik firmalarının internet siteleri 11 kriter üzerinden değerlendirme tabii tutulmuştur. Analizler 18.10.2024-01.11.2024 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırma kapsamında firmaların internet siteleri analiz edilirken ChatGPT uygulaması kullanılmıştır. ChatGPT, araştırmacıların iş yükünü hafifletme ve araştırmanın çeşitli yönlerini geliştirme potansiyeline sahiptir. Özellikle veri analizinde destek, klinik deneyler için protokollerin formülasyonu ve bilimsel çalışmaların tasarımında kullanılmaktadır (AlZaabi vd., 2023). Bu bakımdan ChatGPT uygulaması kullanım kolaylığı, veriye erişim imkanları, zamandan tasarruf sağlama ve verimlilik açısından oldukça önemlidir (Erdem, 2023).

Öncelikle ChatGPT uygulamasından kriterlerin standardize edilmesi ve 100 puan üzerinden bir değerlendirme tablosu hazırlanması istenmiştir. Daha sonra standardize edilmiş kriter tablosu üzerinden firmaların internet siteleri analiz edilmiştir. Nitel araştırmalarda araştırmacının olayın içinde olması ve öznel yargılarını araştırmaya dahil edebilme ihtimali olması en önemli eleştirilerden biri olarak gösterilmektedir (Sığırı, 2018). Bu çalışmada standart bir değerlendirme tablosu oluşturulması ve analizin yapay zeka destekli ChatGPT uygulamasının kullanılması bu eleştiriyi ortadan kaldırmaktadır. Araştırma kapsamında analiz edilen lojistik firmaları K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7 olarak kodlanmıştır.

**Tablo 1.** Değerlendirme Kriterleri

Kriter Kategorisi	Değerlendirme Kriterleri
Genel Bilgiler	Firmanın adı ve kuruluş yılı Miyon ve vizyon bilgisi Hizmet kapsamı (uluslararası, yerel, e-ticaret vb.)
Kullanıcı Deneyimi	- Web sitesinin navigasyonu kolay mı? - Arayüz düzeni ve tasarımı kullanıcı dostu mu? - Site hızı tatmin edici mi? - Mobil uyumluluk mevcut mu?
Hizmet Bilgileri	- Lojistik hizmet türleri açıkça belirtilmiş mi? (kargo, depo, nakliye, taşımacılık vb.) - Fiyat veya teklif alma seçenekleri sunuluyor mu?
Müşteri İletişimi	- İletişim bilgileri kolayca bulunabiliyor mu? - Canlı destek veya chatbot mevcut mu? - Geri bildirim veya şikayet formu var mı?
Güvenilirlik ve Şeffaflık	- Sertifikalar ve referanslar belirtilmiş mi? - Müşteri yorumları veya başarı hikayeleri yer alıyor mu? - Gizlilik politikası ve şartlar açıkça paylaşılmış mı?
Teknolojik Özellikler	- Takip sistemi (kargo takibi, sipariş takibi) sunuluyor mu? - Online ödeme seçenekleri mevcut mu? - Dijital izleme ve raporlama sistemleri belirtilmiş mi?

İçerik Kalitesi	- Güncel blog, haberler veya sektörel makaleler var mı? - Bilgilendirici içerikler (SSS, hizmet detayları vb.) var mı? - Metin ve görsel içerik yeterli ve özgün mü?
SEO ve Sosyal Medya	- Arama motoru optimizasyonu (SEO) uyumlu mu? - Sosyal medya bağlantıları mevcut ve aktif mi? - Google Maps veya harita bağlantısı yer alıyor mu?
Dijital Güvenlik	- SSL sertifikası mevcut mu? - Veri güvenliği ve kullanıcı gizliliğine dair önlemler açıkça belirtilmiş mi?
Dil Seçenekleri	- Birden fazla dil seçeneği var mı? - Hedeflenen pazarlarla uyumlu dil seçenekleri sunulmuş mu?

Araştırma kapsamında incelenen lojistik firmaları Tablo 1’de yer alan değerlendirme kriterleri ve her bir kritere yönelik soruları çerçevesinde incelenmiştir. Tablo 2’de yer alan Standart Değerlendirme Tablosunda ifade edildiği gibi kriterler 10 ve 15 puan aralığında değerler içermektedir. Kriterlerin puan aralıklarının (1-15 veya 1-10) farklı verilmesi, kriterlerin öncelik düzeyi, değerlendirme kapsamı ve etki alanıyla ilgilidir (Bazı kriterler, daha nesnel ve ölçülebilir olduğu için geniş puan aralıklarıyla (1-15) değerlendirilmiştir. Örneğin, "Dil Seçenekleri" yalnızca belirli bir müşteri segmenti için kritik önemdeyken, "Mobil Uyumluluk" tüm kullanıcı deneyimini etkilemektedir). Firmaların internet siteleri ilgili kriter kategorisi bağlamında aldığı puanla değerlendirilmiştir. Bu kapsamda siteleri yapay zekaya analiz ettirmek araştırmacının öznel değerlendirmesini ortadan kaldırarak nesnel bir bakış açısı sağlamaktadır. Erdem (2024), yapmış olduğu araştırmada yapay zekanın özgün değerlendirmeler sonucuna ulaşmıştır. Bunun yanı sıra, insanların zihinsel olarak yaptıkları işlerde beceri göstermeyi başaran yapay zeka sistemlerinin, yargılama ve hüküm verme sanatında önemli gelişmeler gösterdiğini ifade eden Bilgin (2022) yapay zekanın mahkeme kararlarında kullanımına yönelik bir araştırma yapmıştır. Bu nedenle yapay zekanın sadece sunulan bilgiler kapsamında değerlendirme yapacağı ve yanlı olmayacağı düşünülmektedir.

**Tablo 2.** Standart Değerlendirme Tablosu

Kriter	Kategori	Puan Aralığı	Kriter Açıklaması
Kullanıcı Dostu Arayüz	Kullanıcı Deneyimi	1-15	Sitenin kolay kullanım sağlama düzeyi; gezinme, arayüz tasarımı ve erişilebilirlik değerlendirilir.
Mobil Uyumluluk	Teknik Performans	1-15	Mobil cihazlarda kullanıcı deneyimini destekleme, siteye mobil uyumlu tasarım sağlama durumu.
İçerik Çeşitliliği	İçerik	1-15	Firma hakkında bilgi, hizmetlerin kapsamı ve içerik türlerinin (blog, video, makale) çeşitliliği.
Dil Seçenekleri	Erişilebilirlik	1-10	Farklı dillerde hizmet sunarak uluslararası müşteri kitlesine erişim sağlama kapasitesi.
İletişim Kolaylığı	Müşteri Hizmetleri	1-10	Firma ile iletişime geçme kolaylığı; hızlı geri dönüş ve iletişim kanallarının erişilebilirliği.
E-Ticaret/Online İşlem	İşlem Kolaylığı	1-15	Müşterilerin online işlem yapabilme olanakları; sipariş, ödeme ve diğer işlemlerin online erişilebilirliği.
Kurumsal Bilgi	Güvenilirlik	1-15	Şirket geçmişi, misyon-vizyon bilgisi ve güven verici kurumsal bilgilerin sunulması.
Hız ve Performans	Teknik Performans	1-15	Site açılış hızı, sunucu yanıt süresi ve genel performans değerlendirmesi.
Güvenlik Özellikleri	Güvenlik	1-10	Veri güvenliği ve kullanıcı bilgilerinin korunmasına yönelik alınan güvenlik önlemleri.
Müşteri Geri Bildirimleri	Sosyal Kanıt	1-10	Kullanıcı yorumları, geri bildirimlerin entegre edilmesi; müşteri memnuniyeti göstergeleri.
SEO Performansı	Pazarlama	1-10	Sitenin arama motoru görünürlüğü; SEO optimizasyon düzeyi.

Araştırmanın deseni durum çalışmasıdır. Durum çalışması, istatistiksel analizlerle bulguların elde edildiği deneysel çalışmalar yerine kişi, olay veya kurumu derinlemesine incelenmesidir. Durum çalışması dört grupta incelenmektedir. Bu çalışma bütüncül çoklu durum deseni içerisinde yer almaktadır. Bütüncül çoklu durum deseninde her bir durum kendi başına bütüncül olarak ele alınır ve daha sonra birbirleriyle karşılaştırılır. Bu noktada araştırmacı her bir durum için aynı araçlarla veri toplamaktadır. Daha sonra ulaşılan sonuçlar karşılaştırılabilmektedir (Paker, 2015). Bu araştırmada da Tablo 2’de yer alan standart değerlendirme tablosu kullanılmıştır.

Son olarak araştırmada güvenilirlik ve geçerliliğine ilişkin değerlendirme yapılmıştır. Güvenilirlik, araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği, geçerlilik ise, sonuçların doğruluğu konu edinmektedir. Nitel araştırmalarda dış güvenilirlik ve iç güvenilirlik olarak analiz yapılmıştır. Dış güvenilirlik (teyit edilebilirlik- zamana bağlı güvenilirlik), için ulaşılan sonuçların toplanan verilerle teyit edilmesini ifade etmektedir. Araştırma kapsamında veri toplama sürecinde (18.10.2024-01.11.2024) farklı zaman dilimlerinde araştırma tekrarlanmıştır. Farklı zaman dilimlerinde yapılan analizlerde benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bu durum çalışmanın dış güvenilirliğini temsil etmektedir. İç güvenilirlik ise, başka bir araştırmacının aynı veriyi kullanarak farklı zamanda aynı sonuca ulaşması olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda araştırma sürecinde ChatGPT tarafından ulaşılan sonuçlar araştırmacı tarafından ayrıca incelenmiştir. Bu durum da çalışmanın iç güvenilirliğini (tutarlılık) göstermektedir. Geçerlilik, ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı olguyu doğru ölçmesiyle alakalıdır. Bu kapsamda araştırmada kullanılan ölçme aracı ilgili literatür destekli hazırlanmış ve alanında uzman 3 akademisyen aracılığıyla son şekli verilmiştir. Bu durum çalışmanın geçerliliğini yansıtmaktadır. Ayrıca çalışmada ilgili lojistik firmalarının internet sitelerinin belirli bir zaman dilimindeki durumu incelendiğinden analiz sürecindeki durumu belirlenmiştir. İnternet sitelerinin dinamik yapısı düşünüldüğünde lojistik firmaları sitelerini güncellemiş olabilir. Bu durum araştırmanın sınırlılığını ortaya koymaktadır.

### C. BULGULAR

Araştırma kapsamında 7 lojistik firmasının internet sitesi analize tabi tutulmuştur. Lojistik firmalarına yönelik değerlendirmeler ayrı ayrı olarak tablolarda sunulmaktadır. Bununla birlikte araştırmada bundan sonra lojistik firmalarının isimleri doğrudan kullanılmayacaktır. Lojistik firmaları Tablo 1’de ifade edildiği gibi belirlenen kodlarla isimlendirilmiştir. Çalışmada K1, K2, K3, K4, K5, K6 ve K7 olarak ifade edilecektir. Öncelikle yapılan analiz neticesinde K1 lojistik firmasına ilişkin yapılan analiz Tablo 3’de gösterilmektedir.

**Tablo 3.** K1 Lojistik Firmasına Yönelik Değerlendirme

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	12	9,76	Arayüz sade ancak bazı menülerin daha belirgin olması gerekmektedir.
Mobil Uyumluluk	13	10,57	Mobil cihazlarda iyi bir deneyim sunuyor, ancak bazı görseller optimize edilmelidir.
İçerik Çeşitliliği	14	11,38	Blog, video ve makale çeşitliliği tatmin edici düzeydedir.
Dil Seçenekleri	10	8,13	İnternet sitesinde birkaç dil seçeneği mevcuttur.
İletişim Kolaylığı	8	6,50	İletişim bilgilerine kolay erişilebilmektedir.
E-Ticaret/Online İşlem	12	9,76	Online işlem yapılabilir ama sınırlı seçenek bulunmaktadır.
Kurumsal Bilgi	14	11,38	Şirket geçmişi ve güvenilir bilgiler sunulmaktadır.
Hız ve Performans	13	10,57	Site açılış hızı iyi, fakat zaman zaman yavaşlayabilmektedir.
Güvenlik Özellikleri	9	7,32	Temel güvenlik önlemleri mevcut ama daha fazla ayrıntı istenebilir.
Müşteri Geri Bildirimleri	8	6,50	Kullanıcı yorumları var ama daha fazla geri bildirim eklenebilir.
SEO Performansı	10	8,13	SEO açısından görünürlük ortalamanın üzerindedir.
<b>Toplam Puan</b>	<b>123</b>	<b>100</b>	

K1 lojistik firmasına yönelik yapılan değerlendirme incelendiğinde kurumsal bilgi (11,38 puan) ve içerik çeşitliliği (11,38 puan) en yüksek puanları alırken iletişim kolaylığı (6,50 puan) ve müşteri geri bildirimleri (6,50 puan) en düşük puanı almış olduğu görülmektedir. Tablo 4'te ise K2 lojistik firmasına yönelik değerlendirme tablosu yer almaktadır.

**Tablo 4.** K2 Lojistik Firmasına Yönelik Değerlendirme Tablosu

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	14	10,77	Kullanıcı arayüzü oldukça kullanıcı dostu ve sezgiseldir.
Mobil Uyumluluk	15	11,54	Mobil cihazlarda mükemmel bir deneyim sunmaktadır.
İçerik Çeşitliliği	12	9,23	Çeşitli içerikler mevcut ancak daha fazla video içerik eklenebilir.
Dil Seçenekleri	9	6,92	Farklı diller mevcut ama daha fazla seçenek sunulabilir.
İletişim Kolaylığı	10	7,69	İletişim bilgileri net ve kolayca bulunabiliyor.
E-Ticaret/Online İşlem	13	10,00	Online işlem yapma seçenekleri oldukça geniştir.
Kurumsal Bilgi	14	10,77	Şirketin geçmişi ve güvenilirliği hakkında yeterli bilgi sunulmaktadır.
Hız ve Performans	14	10,77	Site açılış hızı oldukça iyidir.
Güvenlik Özellikleri	10	7,69	İyi bir güvenlik yapısı mevcut.
Müşteri Geri Bildirimleri	9	6,92	Kullanıcı yorumları mevcut fakat daha fazla sayıda olabilir.
SEO Performansı	10	7,69	Arama motorları için optimize edilmiştir.
<b>Toplam Puan</b>	<b>130</b>	<b>100</b>	

Yukarıdaki tablo incelendiğinde K2 lojistik firmasının internet sitesi, Mobil Uyumluluk (11,54 puan) ile en yüksek puanı alırken dil seçenekleri (6,92 puan) müşteri geri bildirimleri (6,92) en düşük puanları almıştır. Kullanıcı Dostu Arayüz (10,77 puan), Kurumsal Bilgi (10,77 puan), Hız ve Performans (10,77 puan) yüksek ikinci puanları almıştır. Ayrıca K2 lojistik firmasının genel değerlendirmede puanı 15,64'dür. Tablo 5'te K3 lojistik firmasına yönelik değerlendirme tablosu yer almaktadır.

**Tablo 5.** K3 Lojistik Firmasına İlişkin Değerlendirme

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	11	10,00	Kullanıcı dostu ama bazı bölümler daha iyi tasarlanabilir.
Mobil Uyumluluk	12	10,91	Mobil uyumluluğu iyi ama bazı sorunlar mevcut.
İçerik Çeşitliliği	10	9,09	İçerik çeşitliliği yeterli değil.
Dil Seçenekleri	8	7,27	Yabancı dil seçeneği sınırlı düzeydedir.
İletişim Kolaylığı	9	8,18	İletişim bilgileri belirgin ama daha fazla alternatif sunulabilir.
E-Ticaret/Online İşlem	11	10,00	Online işlem seçenekleri sınırlıdır.
Kurumsal Bilgi	12	10,91	Şirket bilgileri var ama daha detaylı olmalı.
Hız ve Performans	12	10,91	Site açılış hızı ortalamanın üzerindedir
Güvenlik Özellikleri	9	8,18	Temel güvenlik önlemleri mevcut ama geliştirilmesi gerekmektedir.
Müşteri Geri Bildirimleri	7	6,36	Geri bildirim alanı zayıf.
SEO Performansı	9	8,18	SEO açısından gelişmeye açık.
<b>Toplam Puan</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	

K3 lojistik firmasına yönelik yapılan değerlendirmede firmanın internet sitesi 13,24 puan almıştır. İlgili firmasının sitesine yönelik birtakım öneriler açıklama kısmında verilmiştir. Tablo 6’da K4 firmasına ilişkin değerlendirme bulunmaktadır.

**Tablo 6.** K4 Lojistik Firmasına Yönelik Değerlendirme Tablosu

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	15	11,36	Harika bir kullanıcı deneyimi sağlıyor.
Mobil Uyumluluk	14	10,61	Mobil deneyim çok iyi.
İçerik Çeşitliliği	13	9,85	İçerik çeşitliliği tatmin edici düzeyde.
Dil Seçenekleri	9	6,82	Birkaç dil seçeneği mevcut.
İletişim Kolaylığı	9	6,82	İletişim bilgileri kolayca erişilebilir.
E-Ticaret/Online İşlem	14	10,61	Online işlem seçenekleri iyi şekilde dizayn edilmiş
Kurumsal Bilgi	15	11,36	Detaylı ve güvenilir bilgiler sağlanmış.
Hız ve Performans	13	9,85	İyi bir hız sunuyor.
Güvenlik Özellikleri	10	7,58	Güvenlik önlemleri yeterli.
Müşteri Geri Bildirimleri	10	7,58	Kullanıcı yorumları mevcut ve çeşitlilik gösteriyor.
SEO Performansı	10	7,58	Arama motoru görünürlüğü yeterli.
<b>Toplam Puan</b>	<b>132</b>	<b>100</b>	

Tablo 6’te yer alan değerlendirme tablosu incelendiğinde lojistik firmasının internet sitesinin genel olarak tatmin edici bilgiler sağladığı görülmektedir. K4 lojistik firması yapılan değerlendirme neticesinde 15,88 puan almıştır. K4 lojistik firması internet sitesi genel olarak tüm kriterlerden tam ya da tama yakın puanlar almıştır. Aşağıdaki Tablo 7’de ise K5 lojistik firmasına yönelik değerlendirme yer almaktadır.

**Tablo 7.** K5 Lojistik Firmasının İnternet Sitesi Analizi

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	12	10,91	Kullanıcı deneyimi ortalama düzeydedir.
Mobil Uyumluluk	12	10,91	Mobil deneyim iyi ama optimize edilmelidir.
İçerik Çeşitliliği	10	9,09	İçerik çeşitliliği yeterli düzeyde değildir.
Dil Seçenekleri	8	7,27	Dil seçenekleri kısıtlıdır.
İletişim Kolaylığı	9	8,18	İletişim bilgileri açık ama daha fazla alternatif sunulabilir.
E-Ticaret/Online İşlem	11	10,00	Online işlem seçenekleri yeterli değildir.
Kurumsal Bilgi	11	10,00	Şirket bilgileri yeterli ama geliştirilebilir.
Hız ve Performans	12	10,91	İyi bir hız sunmaktadır.
Güvenlik Özellikleri	9	8,18	Temel güvenlik önlemleri mevcut ama genişletilmelidir.
Müşteri Geri Bildirimleri	7	6,36	Geri bildirim alanı sınırlı düzeydedir.
SEO Performansı	9	8,18	SEO açısından geliştirilmesi gereken alanlar mevcuttur.
<b>Toplam Puan</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	

K5 lojistik firmasına ilişkin yapılan değerlendirme sonucunda geliştirilmesi gereken özelliklerin mevcut olduğu tespit edilmiştir. Yapılan değerlendirme neticesinde K5 lojistik firması 13,24 puan almıştır. Aşağıdaki Tablo 8’de K6 lojistik firmasına ilişkin değerlendirme tablosu bulunmaktadır.

**Tablo 8.** K6 Lojistik Firmasına Yönelik Yapılan Değerlendirme

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	13	10,83	İyi bir kullanıcı deneyimi sunmaktadır
Mobil Uyumluluk	12	10,00	Mobil uyumluluk iyi ama daha fazla test edilmelidir.
İçerik Çeşitliliği	12	10,00	Çeşitli içerikler yer almaktadır
Dil Seçenekleri	9	7,50	Farklı diller mevcut ama sınırlı düzeydedir.
İletişim Kolaylığı	10	8,33	İletişim bilgileri belirgin ve ulaşılabilir düzeydedir.
E-Ticaret/Online İşlem	12	10,00	Online işlem yapma seçenekleri yeterli düzeydedir.
Kurumsal Bilgi	13	10,83	Şirket bilgileri detaylı ve güvenilirdir.
Hız ve Performans	12	10,00	Site hızlı açılmaktadır.
Güvenlik Özellikleri	10	8,33	Güvenlik önlemleri yeterli seviyededir.
Müşteri Geri Bildirimleri	8	6,67	Kullanıcı geri bildirimleri mevcut ama sınırlı düzeydedir.
SEO Performansı	9	7,50	SEO açısından orta düzeyde görünürlük sağlamaktadır.
<b>Toplam Puan</b>	<b>120</b>	<b>100</b>	

K6 lojistik firması yapılan genel değerlendirme neticesinde 14,44 puan almıştır. Son olarak aşağıdaki Tablo 9’de K7 lojistik firmasına yönelik değerlendirme bulunmaktadır.

**Tablo 9.** K7 Lojistik Firmasına Yönelik Değerlendirme Tablosu

Kriter	Puan	Normalize Edilmiş Puan	Açıklama
Kullanıcı Dostu Arayüz	11	10,38	Kullanıcı arayüzü ortalama düzeydedir.
Mobil Uyumluluk	12	11,32	Mobil cihazlarda işlevsel ama optimize edilmesi gerekmektedir.
İçerik Çeşitliliği	10	9,43	İçerik çeşitliliği yetersizdir.
Dil Seçenekleri	8	7,55	Farklı dil seçenekleri sınırlıdır.
İletişim Kolaylığı	9	8,49	İletişim bilgileri bulunabilir ama ek alternatifler olmalıdır.
E-Ticaret/Online İşlem	10	9,43	Online işlemler mevcut ama kısıtlı düzeydedir.
Kurumsal Bilgi	12	11,32	Kurumsal bilgiler yeterli ama daha fazla detay sunulabilir.
Hız ve Performans	11	10,38	Site açılış hızı ortalamanın üzerindedir.
Güvenlik Özellikleri	8	7,55	Temel güvenlik önlemleri mevcut ama geliştirilmesi gerekmektedir.
Müşteri Geri Bildirimleri	6	5,66	Geri bildirim alanı oldukça sınırlıdır.
SEO Performansı	9	8,49	SEO optimizasyonu yetersizdir.
<b>Toplam Puan</b>	<b>106</b>	<b>100</b>	

Yapılan değerlendirme neticesinde en düşük genel ortalama puanına sahip olan lojistik firma sitesi K7'dir. Analiz neticesinde lojistik firmasının internet sitesi 12,76 puan almıştır. Tablo 9'da tüm lojistik firmalarına yönelik yapılan değerlendirme sonrası aldıkları puanlar genel olarak sunulmaktadır.

**Tablo 10.** Genel Puanlama Tablosu

Firma	Toplam Puan	Normalize Edilmiş Toplam Puan
K1	123	14,80
K2	130	15,64
K3	110	13,24
K4	132	15,88
K5	110	13,24
K6	120	14,44
K7	106	12,76
<b>Toplam</b>	<b>831</b>	<b>100</b>

Tablo 10 incelendiğinde sırasıyla K4 (15,88 puan), K2 (15,64 puan) ve K1 (14,80 puan) lojistik firmaları en yüksek genel ortalamaya sahip ilk 3 lojistik firmasıdır. Ayrıca daha iyi bir değerlendirme kıyaslama yapabilmek için kriterler bazında tüm lojistik firmalarının yer aldığı Tablo 11 aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 11.** Tüm Lojistik Firmaları ve Kriterlerin Genel Değerlendirmesi

Firma	Kullanıcı Dostu Arayüz	Mobil Uyumluluk	İçerik Çeşitliliği	Dil Seçenekleri	İletişim Kolaylığı	E-Ticaret/ Online İşlem	Kurumsal Bilgi	Hız ve Performans	Güvenlik Özellikleri	Müşteri Geri Bildirimleri	SEO Performansı	Toplam
K1	9,76	10,57	11,38	8,13	6,5	9,76	11,38	10,57	7,32	6,5	8,13	100
K2	10,77	11,54	9,23	6,92	7,69	10,00	10,77	10,77	7,69	6,92	7,69	100
K3	10,00	10,91	9,09	7,27	8,18	10,00	10,91	10,91	8,18	6,36	8,18	100
K4	11,36	10,61	9,85	6,82	6,82	10,61	11,36	9,85	7,58	7,58	7,58	100
K5	10,91	10,91	9,09	7,27	8,18	10,00	10,00	10,91	8,18	6,36	8,18	100
K6	10,83	10,00	10,00	7,5	8,33	10,00	10,83	10	8,33	6,67	7,5	100
K7	10,38	11,32	9,43	7,55	8,49	9,43	11,32	10,38	7,55	5,66	8,49	100
Kriter bazlı puanlamalar	<b>74,01</b>	<b>75,86</b>	68,07	51,46	54,19	69,8	<b>76,57</b>	73,39	54,83	46,05	55,75	

Tablo 11 incelendiğinde kriterler bazında en yüksek genel ortalamaya sahip olan (firmaların internet sitelerinde yoğun olarak kullandıkları) ilk üç kriter kurumsal bilgi (76,57), mobil uyumluluk (75,86) ve kullanıcı dostu arayüz (74,01) olurken, en düşük puan ortalamasına sahip kriterler müşteri geri bildirimleri (46,05), dil seçenekleri (51,46) ve iletişim kolaylığı (54,19) olmuştur.

### Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmada Türkiye'deki lojistik firmalarının web sitelerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Analizler yapay zeka uygulaması olan ChatGPT ile yapılmıştır. Araştırmada firmaların web siteleri 11 kriter üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, En yüksek ortalamaya sahip firmaların K4, K2 ve K1 olduğu tespit edilmiştir. Firmalar tarafından internet sitelerinde en fazla yer verilen ve kullanılan ilk üç kriter kurumsal bilgi, mobil uyumluluk ve kullanıcı dostu arayüz, en düşük puan

ortalamasına sahip kriterler müşteri geri bildirim, dil seçenekleri ve iletişim kolaylığı olduğu belirlenmiştir. İletişim kolaylığı müşteri hizmetleri kalitesini içermekte olup müşterilere hızlı geri dönüşün olmasının önemli olduğunu göstermiştir. Bu açıdan özellikle web sitesine iletişim kolaylığı sağlamaya yönelik bir planlama yapılabilir. Web sitesinin kullanımını verimli hale getirebilmek için görünürlük ve hız açısından iyileştirici düzenlemelerde bulunulabilir. Ayrıca müşteriler her zaman güvenliği ön planda tutmaktadır. Çünkü müşteriler özellikle teknolojinin ilerlemesiyle birlikte siber saldırıların kurbanı olmaktan kaçınmakta ve kişisel verilerin korunmasına dikkat ederek küçük bir güvenlik açığında bile güven kaybı yaşamaktadır. Sonuç olarak firmalar kullanıcı dostu web siteleri oluşturmalı ve bu kapsamda erişilebilirliği de arttırmalıdır. Ayrıca SEO performansını müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik en optimum seviyeye getirmelidir. Önceki araştırmalar, web siteleri hızlı yüklendiğinde, bunun kullanıcı deneyimini artırabileceğini ve marka ismini güçlendirebileceğini göstermektedir (Sakas vd., 2022). Ayrıca, Büyüközkan ve Gülerüz'ün (2016) ve Özbek ve Engür'ün (2018) çok kriterli karar verme yöntemiyle yapmış oldukları çalışma lojistik firma web sitelerinin değerlendirilmesinde firma sıralaması yapmışlardır.

Lojistik web sitelerinin değerlendirilmesi yapılarak hem web sitelerinin optimize edilmesini sağlamak hem de müşteri deneyimini iyileştirmek adına önemlidir. Bu çalışmalarla potansiyel sorunlar belirlenebilmekte ve iyileştirme önerilerinde bulunmaktadır. Bu iyileştirmeler sağlandığında, web siteleri daha kullanıcı dostu olmakta, daha verimli içerikler sunmakta, daha güvenli hale getirmekte, firmanın yeni müşteriler tarafından bulunabilirliği artırılmakta ve müşteri geri bildirimlerini hızlandırmaktadır.

Bu çalışmada yapay zeka uygulaması aracılığıyla lojistik firmalarının web sitelerinin , on bir kriter üzerinden değerlendirilmesi yapılmıştır. İnternet sitelerinin dinamik yapısı düşünüldüğünde lojistik firmaları sitelerini güncellemiş olabilir. Bu durum araştırmanın sınırlılığını ortaya koymaktadır. Konuyla ilgili bundan sonra yapılacak çalışmalara karma yöntemleri kullanarak karşılaştırmalı değerlendirmeler yapmaları ya da firmaların müşterilerine doğrudan ulaşarak nitel araştırma yöntemleriyle müşteriler açısından bir analiz ve değerlendirme yapmaları önerilebilir.

### **Etik Kurul İzni**

Bu çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir





## Kaynakça

- AlZaabi, A., ALamri, A., Albalushi, H., Aljabri, R., & AalAbdulsalam, A. (2023). ChatGPT applications in academic research: A review of benefits, concerns, and recommendations. *bioRxiv*, 2023-08. <https://doi.org/10.1101/2023.08.17.553688>
- Aydın, H., & Altınok, H. (2019). İşletmelerin internet entegrasyonu: Lojistik işletmelerin web sitelerinin değerlendirilmesi. *Scientific Committee, II. International Conference on Empirical Economics and Social Science (ICEESS' 19)*, Bandırma – Turkey, 656.
- Bilgin, H. (2022). Yapay zekânın mahkeme kararlarında kullanımına uluslararası bir bakış ve robot hâkimler hakkında düşünceler. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 13(2), 405-419. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2569201>
- Büyüközkan, G., & Güteryüz, S. (2016). Lojistik firma web sitelerinin performanslarının çok kriterli değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 31(4). <http://dx.doi.org/10.17341/gazimmfd.278444>
- CSCMP - Council of Supply Chain Management Professionals, (2013). Supply chain management terms and glossary. [https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM\\_Definitions\\_and\\_Glossary\\_of\\_Terms/CSCMP/Educate/SCM\\_Definitions\\_and\\_Glossary\\_of\\_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921](https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921)
- Çekerol, G. S., & Kurnaz, N. (2011). Küresel kriz ekseninde lojistik sektörü ve rekabet analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 47-59. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1724390>
- Dalgıç, A. (2023). Restoran işletmelerine yapılan olumsuz yorumları ChatGPT değerlendirebilir mi? TripAdvisor'da bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(4), 3069-3080. <https://doi.org/10.20491/isarder.2023.1766>
- Duygun, A., & Alnıpak, S. (2017). Web sitelerinin pazarlama iletişim aracı olarak içerik analizi ile değerlendirilmesi: Yük taşımacılığı yapan firmalar üzerine bir araştırma. *Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, 7(3), 409-417. doi: 10.7456/10703100/003
- Erdem, A. (2023). Akıllı turizmin ChatGPT tarafından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 3298-3313. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1343>
- Erdem, E., (2024). Yapay zeka uygulamalarının sosyal bilim alanında yapılan çalışmalarda uygulanabilirliği: chatgpt, bing ve youchat örneği. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 218-234. Doi: 10.5281/zenodo.13254214
- Fortune Türkiye, (2023). Fortune 500 Türkiye. <https://www.fortuneturkey.com/fortune500?yil=2023&tip=1>
- | 1098 | Gartner (2020). Gartner identifies the top 10 strategic technology trends for 2020. <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2019-10-21-gartner-identifies-the-top-10-strategic-technology-trendsfor-2020>

- Kukovič, D., Topolšek, D., Rosi, B., & Jereb, B. (2014). A comparative literature analysis of definitions for logistics: between general definition and definitions of subcategories. *Business Logistics in Modern Management*, 111-122.
- Kutlucan, E., & Seferoğlu, S. S. (2024). Eğitimde yapay zekâ kullanımı: ChatGPT'nin KEFE ve PEST analizi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(2), 1059-1083. <https://doi.org/10.37217/tebd.1368821>
- Minh, D., Wang, H. X., Li, Y. F., & Nguyen, T. N. (2022). Explainable artificial intelligence: a comprehensive review. *Artificial Intelligence Review*, 3503-3568. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10088-y>
- Özbek, A., & Engür, M. (2017). Lojistik firma web sitelerinin Aras yöntemi ile değerlendirilmesi. *The International New Issues In Social Sciences*, 5(5), 105-118. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tinisos/issue/52902/699379>
- Özbek, A., & Engür, M. (2018). EDAS yöntemi ile lojistik firma web sitelerinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21(2), 417-429. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.454013>
- Özbek, A. (2020). Web sitesi kalitesinin MULTIMOORA yöntemi ile değerlendirilmesi. *International Journal of Engineering Research and Development*, 12(2), 479-491. <https://doi.org/10.29137/umagd.659595>
- Öztürk, A., & Ergin, İ. E. (2024). ChatGPT'nin kadınlarda alt ürünler sistem semptomları ile ilgili soruları yanıtlama performansının değerlendirilmesi. *Androloji Bülteni*, 26(3), 173-178. <https://doi.org/10.24898/tandro.2024.53486>
- Paker, T. (2015). Durum çalışması. İçinde F. N. Seggie ve Y. Bayyurt (Eds.), *Nitel araştırma yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* (ss. 124-139). Anı Yayıncılık.
- Sakas, D. P., Reklitis, D. P., Trivellas, P., Vassilakis, C., & Terzi, M. C. (2022). The effects of logistics websites' technical factors on the optimization of digital marketing strategies and corporate brand name. *Processes*, 10(5), 892. <https://doi.org/10.3390/pr10050892>
- Sakas, D. P., Reklitis, D. P., & Terzi, M. C. (2023). Leading logistics firms' re-engineering through the optimization of the customer's social media and website activity. *Electronics*, 12(11), 2443.
- Sığrı, Ü. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri*. Beta yayınevi.
- Ulutaş, A. (2018). Entropi tabanlı edas yöntemi ile lojistik firmalarının performans analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (23), 53-66. DOI: 10.18092/ulikidince.458754
- UTİKAD, (2012). Büyüyen ve büyüten sektör: Lojistik. <https://www.utikad.org.tr/Detay/Sektor-Haberleri/9852/buyuyen-ve-buyuten-sektor:-lojistik-ticaret.gov.tr,https://ticaret.gov.tr/data/5b87bf9113b8761160fa1258/D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20Lojisti%C4%9Fi%202024.pdf> (10.10.2024)
- [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani\\_2024-2028\\_11122023.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf), On ikinci Kalkınma Planı (2024-2028)

