PROCEEDING BOOK

AKDENİZ
10. ULUSLARARASI
SOSYAL BİLİMLER
KONGRESİ



AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
NOVEMBER 2 - 5, 2023
KYRENIA

www.akdenizkongresi.org

AKDENIZ
10TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
NOVEMBER 2-5, 2023
KYRENIA

ORGANIZED BY
SELCUK UNIVERSITY
UNIVERSITY OF KYRENIA
ACADEMY GLOBAL CONFERENCES & JOURNALS

PROCEEDING BOOK
ISBN: 978-625-6830-46-2
ISSUED : 10.12.2023

All rights of this book belong to Academy Global Publishing House
Without permission can't be duplicate or copied.
Academy Global–2022 ©

CONFERENCE ID

AKDENIZ
10TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES

DATE – PLACE

NOVEMBER 2-5, 2023
KYRENIA

EVALUATION PROCESS

All applications have undergone a double-blind peer review process.

PARTICIPATING COUNTRIES

Turkey – Azerbaijan Malaysia – Nigeria- Serbia - South Africa. - Lebanon – China - Saudi Arabia - Korea – Cyprus –Kazakhstan-Greece – Romania - India - Indonesia - Czech Republic – Pakistan – Libya – Almaty –Ireland – Taiwan – Russia – Switzerland – Spain – Hungary – Slovenia - México, –- Croatia - Tanzania. –Brazil

ASSOCIATION & ACADEMIC INCENTIVES :

158 papers presented from Turkey and 219 papers from other Countreies
Members of the organizing committees of the conference perform their duties with an "official assignment letter"

LANGUAGES

Turkish, English, Russian, Persian, Arabic

Congress Honorary Presidents:

President Of Northern Cyprus: Ersin Tatar

Prof. Dr. Metin feyzioğlu

Prof. Dr. Metin AKSOY

Prof. Dr. İlkay Salihoğlu

Assoc. Pğrof. Dr Cemre Suat Günsel Haskasap

ORGANIZING COMMITTEE

Head of Conference: Asst. Prof. Dr. Naci Büyükkaraciğan

Head of Organizing Board: Prof. Dr. Ali Şahin

Head of Academy Global Board: Asst. Prof. Dr. Gültekin Gürçey

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Mehmet Altinay

Organizing Committee Member: Prof.Dr.Gökmen Dağlı.

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Zehra Altınay

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Fahriye Altınay

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Akbar Abbasi

Organizing Committee Member: Doç.Dr.Didem Aydındağ

Organizing Committee Member: Doç.Dr.Eser Gemikonaklı

Organizing Committee Member: Doç.Dr.Nurdan Atamtürk

Organizing Committee Member: Doç.Dr.Mustafa Yeniasır

Organizing Committee Member: Doç.Dr.Burak Gökbulut

Organizing Committee Member: Yard.Doç.Dr.Mutlu Soykurt

Organizing Committee Member: Yard.Doç.Dr.Erinç Erçağ

Organizing Committee Member: Yard.Doç.Dr.Mehmet Beyazsaçlı

Organizing Committee Member: Yard.Doç.Dr.Ayhan Çakıcı

Organizing Committee Member: Yard.Doç.Dr.Emete Toros

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Dr. Buchari Lapau

Organizing Committee Member: Prof. Meri Mohammed

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Gilead Duvhsani

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Saih Mohamed

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Paulo Batista

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Hajar Huseynova

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Hülya Çiçek

Organizing Committee Member: Prof. Dr. Dwi Solisworo

Organizing Committee Member: Prof. Raihan Yusoph

Organizing Committee Member: Asst. Prof. Dr. Mehmet Nuri Ödük.

Organizing Committee Member: ASSOC. PROF. DR. HSIEN-CHEN, KO

Organizing Committee Member: Senior Lecture Dr. Achintya Mahapatra

Organizing Committee Member: Dr. Veena Soni

Organizing Committee Member: Dr. Dr. Goh Pey Yun

Organizing Committee Member: Doç. Dr. Nazile Abdullazade

Organizing Committee Member: Doç. Dr. Ivaylo Staykov

Organizing Committee Member: Assist. Prof. K. R. Padma

Organizing Committee Member: Dr. Aynura Aliyeva

Organizing Committee Member: Amaneh Manafidizaji

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Ali BILGILI – Turkiye
Prof. Dr. Naile BİLGİLİ – Türkiye
Prof. Dr. Başak HANEDAN – Türkiye
Prof. Dr. Hülya Çiçek KANBUR – Turkiye
Prof. Dr. Emine KOCA – Turkiye
Prof. Dr. Fatma KOÇ – Turkiye
Prof Dr. Bülent KURTİŞOĞLU – Turkiye
Prof. Dr. Hajar Huseynova – Azerbaijan
Prof. Dr. Dwi SULISWORO – Indonesia
Prof. Dr. Natalia LATYGINA – Ukraina
Prof. Dr. Yunir ABDRAHIMOV – Russia
Prof. Muntazir MEHDI – Pakistan
Prof. Dr. Raihan YUSOPH – Philippines
Prof. Dr. Akbar VALADBIGI – Iran
Prof. Dr. F. Oben ÜRÜ – Turkiye
Prof. Dr. T.Venkat Narayana RAO – India
Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ – Turkiye
Prof. Dr. Mustafa BAYRAM – Turkiye
Prof. Dr. Saim Zeki BOSTAN – Turkiye
Prof. Dr. Hyeonjin Lee – China
Assoc. Prof. Dr. Abdulsemet AYDIN – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat BARAN - Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Dilorom HAMROEVA - Ozbekstan
Assoc. Prof. Dr. Abbas GHAFFARI – Iran
Assoc. Prof. Dr. Yeliz ÇAKIR SAHİLLİ - Turkiye
Assoc. Prof. Ivaylo STAYKOV - Bulgaria
Assoc. Prof. Dr. Dini Yuniarti – Indonesia
Assoc. Prof. Dr. Ümit AYATA – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Okan SARIGÖZ – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Eda BOZKURT – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Ahmet TOPAL – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir Kırbaş – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Mesut Bulut – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Fahriye Emgili – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Sandeep GUPTA – India
Assoc. Prof. Dr. Veysel PARLAK – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Mahmut İSLAMOĞLU – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Nazile Abdullazade – Azerbaijan
Assist. Prof. Dr. Göksel ULAY – Turkiye
Assist. Prof. K. R. PADMA – India
Assist. Prof. Dr. Omid AFGHAN - Afghanistan
Assist. Prof. Dr. Maha Hamdan ALANAZİ - Saudi Arabia
Assist. Prof. Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Amina Salihi BAYERO – Nigeria
Assist. Prof. Dr. Baurcan BOTAKARAEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Ahmad Sharif FAKHEER - Jordania
Assist. Prof. Dr. Gültekin GÜRÇAY – Turkiye
Assist. Prof. Dr. Dody HARTANTO - Indonesia
Assist. Prof. Dr. Mehdi Meskini HEYDALOU – Iran

Assist. Prof. Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Keles Nurmaşulı JAYLIBAY - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Mamatkuli JURAYEV – Ozbekistan
Assist. Prof. Dr. Kalemkas KALIBAEVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Bouaraour KAMEL – Algeria
Assist. Prof. Dr. Alia R. MASALİMOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Amanbay MOLDIBAEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Ayslu B. SARSEKENOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Bhumika SHARMA - India
Assist. Prof. Dr. Gulşat ŞUGAYEVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. K.A. TLEUBERGENOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA – Kirgizia
Assist. Prof. Dr. Hoang Anh TUAN - Vietnam
Assist. Prof. Dr. Botagul TURGUNBAEVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Dinarakhan TURSUNALİEVA - Kirgizia
Assist. Prof. Dr. Yang ZİTONG – China
Assist. Prof. Dr. Gulmira ABDİRASULOVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Imran Latif Saifi – South Africa
Assist. Prof. Dr. Zohaib Hassan Sain – Pakistan
Assist. Prof. Dr. Murat GENÇ – Turkiye
Assist. Prof. Dr. Monisa Qadiri – India
Assist. Prof. Dr. Vaiva BALCIUNIENE – Lithuania
Assist. Prof. Dr. Meltem AVAN – Turkiye
Aynurə Əliyeva - Azerbaijan
Sonali MALHOTRA - India

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023
KYRENIA

Join Zoom Meeting
https://us02web.zoom.us/j/88193707664?pwd=MEZBL3M0SlArNWVsMjV0YUJkR3lIQT09

Meeting ID: 881 9370 7664
Passcode: 123456



ÖNEMLİ AÇIKLAMA (Lütfen okuyunuz)

- ZOOM bağlantısı için yukarıda verilen bağlantıyı veya yine yukarıda verilen giriş bilgilerini kullanabilirsiniz.
- gerekmektedir. Moderatörün oturum düzenini gözetmesi, akademisyen adaylarını yönlendirmesi beklenmektedir.
- Oturuma bağlanmadan önce Oturum ve Salon numaranızı adınızın önüne aşağıdaki gibi ekleyiniz. Bu sayede kongre açılışında beklemeden oturumlarınıza gönderilebileceksiniz. Ör. 1 – 5 Ahmet Ahmetoglu
- Sunum süresi 10 dakikadır. Bu sürenin aşılmamasını moderatörler temin edecektir.
- Sunum sonrası 5 dakikayı geçmeyen soru-cevap, tartışma süresi verilmektedir.
- Sunumlar TÜRKÇE veya İNGİLİZCE yapılabilmektedir.
- Kameralar, oturum süresince toplam % 70 oranında açık olmak zorundadır.
- Sunum yapan katılımcının kamerası açık olmak zorundadır.
- Sunum yapmak zorunludur. Herhangi bir nedenle sunum yapmamış olan katılımcıya sertifika verilmesi ve çalışmasının yayınlanması sözkonusu olamaz.
- Katılımcı, bulunduğu oturumda, oturum bitene kadar bulunmak zorundadır.
- Katılımcıların kendi oturumları dışındaki oturumlara katılma zorunluluğu yoktur.
- ZOOM platformunun kapasite sınırı nedeniyle, DİNLEYİCİ, sadece kapasite izin verdiği sürece kabul edilebilmektedir.

AÇILIŞ PROGRAMI

3 Kasım/ November 3, 2023 / 10:00 – 11:30 Time zone in Girne (GMT+3)
Prof. Dr. İlkay Salihoğlu Konferans Salonu

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA **YÜZYÜZE – ON SITE**				
3 Kasım/ November 3, 2023 / 13:00 – 14:15 Time zone in Girne (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Prof. Dr. Hasan Erdinç KOÇER**	1	OBJECT DETECTION FROM GROUND-PENETRATING RADAR DATA USING A DEEP LEARNING	Prof. Dr. Hasan Erdinç KOÇER Hayri KILIÇ
		2	CREATING IMAGE CAPTIONING WITH A DEEP LEARNING APPROACH	Prof. Dr. Hasan Erdinç KOÇER Abdulrahman Mohamed ALI
		3	AKARSU MAHMUZ YAPILARININ YÜZEN ODUN MALZEMELERİNİN HAREKETİNE OLAN ETKİLERİNİN İNCELENMESİ	İsa CİCİ Ö. Faruk DURSUN
		4	YÜZEN ODUN MALZEMELERİN KÖPRÜ AYAKLARI KESİTLERİNİN TIKANMASINA OLAN ETKİLERİNİN İNCELENMESİ	İsa CİCİ Ö. Faruk DURSUN
		5	A HISTORICAL ANALYSIS ON DEVALUATION DECISIONS OF POLITICAL POWERS FROM THE OTTOMAN EMPIRE TOTHE REPUBLIC OF TURKEY	Doç.. Dr. İsmail Safi Prof. Dr. İsmail Akbal
		6	THE IRAQ REVOLUTION OF 14 JULY 1958 AND ITSEFFECTS ON TURKISH POLITICAL LIFE	Prof. Dr. İsmail Akbal Doç. Dr. İsmail Safi
		7	GREEN PRODUCTION: A LITERATURE REVIEW	Asisstant Prof. Dr., Fulya ODUNCU Research Assistant Dr., İncilay YILDIZ
		8	BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH IN BUSINESS ADMINISTRATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES	Res. Assist. Dr. İncilay YILDIZ Assist. Prof. Dr. Fulya ODUNCU

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA

YÜZYÜZE – ON SITE

3 Kasım/ November 3, 2023 / 13:00 – 14:15 Time zone in Girne (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Doç. Dr. Fatih VAROL**	1	Rekreasyonel Faaliyetlere Katılım Şekli ve Süresinin Alkol Kullanım Bozukluğu Üzerindeki Etkisine Yönelik bir Araştırma	Doç. Dr. Fatih VAROL Arş. Gör. Hasan Suat AKSU
		2	THE ASSESSMENT OF TURKEY'S TAX REVENUE PERFORMANCE BY LEVEL 1 AND LEVEL 2 STATİSTİCAL REGİONAL UNİTS	Lecturer PhD, Metin ALLAHVERDİ
		3	OPERATION AND ACCOUNTING OF ACCOUNTS THAT ARE IMPORTANT IN FOREIGN TRADE TRANSACTIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF ACCOUNTING STANDARDS OF TURKEY	Assoc. Prof. Dr. Ali ANTEPLİ Lecturer Memiş KARAER
		4	EVALUATION OF THE INCREASE IN TAX RATE WITH THE LAFFER CURVE	Öğr. Gör. Serhat KURT Öğr. Gör. Şükrü GÜVEN
		5	Fiziksel Şiddete Yönelik Tutumlar Ciddi Serbest Zaman Faaliyet Seçimi Üzerinde Etkili midir?	Arş. Gör. Hasan Suat AKSU Doç. Dr. Fatih VAROL Arş. Gör. Hasan Tahsin KAVLAK
		6	A THEORETICAL STUDY ON THE EFFECTS OF DEVELOPMENTS IN AI AND DIGITALIZATION ON THE FUTURE OF THE ACCOUNTING PROFESSION	Öğr.Gör. Memiş KARAER Doç.Dr. Ali Antepli
		7	USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FRAMEWORK OF PUBLIC RELATIONS	Öğr. Gör. Şükrü GÜVEN Öğr. Gör. Serhat KURT
		8	ERP AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM and SELECTION OF THE ERP SYSTEM TO BE USED IN BUSINESSES	Doç. Dr. Semih BÜYÜKİPEKCİ Sümeyye Nur TOPKARA

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA **YÜZYÜZE – ON SITE**				
3 Kasım/ November 3, 2023 / 13:00 - 14 :15 Time zone in Girne (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Doç. Dr. M.Erhan SUMMAK**	1	PROPOSAL OF INTERNAL CRISIS MANAGEMENT MODEL BASED ON MOTIVATIONAL LANGUAGE THEORY	Doç. Dr. M.Erhan SUMMAK
		2	PARASOCİAL INTERACTİON: A POWERFUL TOOL TO DRİVE CONSUMER BEHAVİOR	Dr. E. Erdal YÖRÜK
		3	THE ROLE OF INTERNAL PUBLIC RELATIONS IN THE OVERCOMING OF RESISTANCE TO INSTITUTIONAL CHANGE	Dr. E. Fazıl ÇÖLLÜ
		4	REVIEW OF SECTORAL DISTRIBUTION OF BANK LOANS IN TÜRKİYE (2013-2023)	Öğr. Gör. Halil İbrahim YAVUZ Öğr. Gör Turgay YAVUZARSLAN
		5	EFFECTS OF INCREASED USE OF TECHNOLOGY IN THE FINANCE SECTOR ON THE TURKISH BANKING SECTOR (2013-2023)	Öğr. Gör., Turgay YAVUZARSLAN Öğr. Gör., Halil İbrahim YAVUZ
		6	A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AND CONFLICT MANAGEMENT	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe YAVUZ
		7	Measuring and Reporting The Interaction of Business with Their Stakeholders in Creating Sustainable Value: Impact Accounting	Prof. Dr. Durmuş ACAR Doç. Dr. Özlem Nilüfer KARATAŞ ARACI Dr. Kadriye ARISOY
		8	EVALUATION OF AIRLINE CUSTOMERS' PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY IN TRNC ACCORDING TO SOCIO-DEMOGRAPHIC VARIABLES	Mert Ömürlü, Doç. Dr. Ayşen Berberoğlu, Doç. Dr. Tolga Öz,

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA **YÜZYÜZE – ON SITE**				
3 Kasım/ November 3, 2023 / 14:30 - 16:15 Time zone in Girne(GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Prof. Dr. Ali ŞAHİN**	1	EMBRACING THE FUTURE OF PUBLIC ADMINISTRATION: EVALUATING THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF REMOTE WORK	Prof. Dr. Ali ŞAHİN Assoc. Prof. Dr. Adnan SÖYLEMEZ
		2	Green Buildings and the Role of Municipalities	Assoc. Prof. Dr. Adnan SÖYLEMEZ Prof. Dr. Ali ŞAHİN
		3	THE PRACTICES OF LOCAL GOVERNMENTS FOR THE PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE IN CITIES AND THE ACTIVITIES OF ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPALITY	Doç. Dr. Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ Öğr. Gör. Nihal GÜNEŞ AY
		4	TÜRKİYE'DE AFET YÖNETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	Prof. Dr. Mehmet GÖKÜŞ Nurullah KAYA
		5	HEALTH NEWS AND ETHICS IN MEDIA	Prof.Dr., Makbule Evrim GÜLSÜNLER Doç.Dr., Gözde KOSA
		6	CARİ İŞLEMLER DENGESİ VE DIŞ BORÇ YÜKÜNÜN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ; DOĞRUSAL OLMAYAN ARDL YAKLAŞIMI	Arş. Gör. Emre DEVECİ Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK
		7	DIGITAL COMMUNICATION AND CRISIS MANAGEMENT	Doç. Dr., Gözde KOSA Prof. Dr., Makbule Evrim GÜLSÜNLER
		8	BELEDİYELERİN ENGELSİZ YAŞAM UYGULAMALARI VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ	Prof.Dr., Hakkı M. AY Doç.Dr., Adnan SÖYLEMEZ
		9	SU VERİMLİLİĞİNDE BELEDİYELERİN UYGULAMALARI VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ	Prof.Dr., Hakkı M. AY Öğr. Gör., Nihal GÜNEŞ AY

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA **YÜZYÜZE – ON SITE**				
3 Kasım/ November 3, 2023 / / 14:30 – 16: 15 Time zone in Girne (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Assit.Prof.Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN**	1	REAL ESTATE DEVELOPMENT AND LEGISLATION IN TURKEY	Assit.Prof.Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN Lect. Mehmet Nuri ÖDÜK
		2	EVALUATION OF CURRENT URBANIZATION AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS IN TURKEY	Öğr. Gör. Mehmet Nuri ÖDÜK Dr.Öğr. Üyesi Naci BÜYÜKKARACIĞAN
		3	AKADEMİSYENLERİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK ALGILARINI BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	Öğr. Gör. Dr., Fatih İbrahim KURŞUNMADEN
		4	EMOJİLERİN PAZARLAMA İLETİŞİMİNDEKİ ROLÜ	Doktora Öğrencisi, Leman ÜNSAL ACET Prof. Dr., Süleyman KARAÇOR
		5	DROUGHT AND EVALUATION OF DROUGHT MANAGEMENT PRACTICES IN TURKEY	Assit.Prof.Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN Lect. Mehmet Nuri ÖDÜK
		6	URBAN TRANSFORMATION APPLICATIONS AND PROBLEMS IN TURKEY	Öğr. Gör. Mehmet Nuri ÖDÜK Dr.Öğr. Üyesi Naci BÜYÜKKARACIĞAN
		7	CYBERLOAFING PRACTICES OF STUDENTS TAKING COMPUTER COURSES DURING COURSE HOURS: AN EXAMPLE OF VOCATIONAL SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES	Lecturer . Dr., Fatih İbrahim KURŞUNMADEN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA **YÜZYÜZE – ON SITE**				
3 Kasım/ November 3, 2023 / 14:30 - 16:15 Time zone in Girne (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Prof. Dr. Evren TERCAN KAAS**	1	ONLINE ASSESMENT AND EVOLUATION IN K-12 EDUCATION: A REVIEW ON EBA ASSESMENT TOOLS	Dr. Emin ÖZEN Emre GÜVEN Burhan BOZTAŞ Ali ÇAM
		2	SINIRLARI AŞAN EĞİTİM: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN SOSYO-EKONOMİK PROBLEMLERİNİ ANLAMAK VE ÇÖZMEK	Prof. Dr. Özer KÖSEOĞLU Arş. Gör. Yunus Emre TURAN Öğr. Gör. Salih TUTAR Öğr. Gör. Muhammed KALAYCI
		3	SPOR YÖNETİCİSİ ADAYLARININ MAKYAVELİZM, SPORTMENLİK VE ÖZGECİLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ	Dilara ÜŞÜMÜŞ Prof. Dr. Evren TERCAN KAAS
		4	STRESS AND STRESS MANAGEMENT IN STUDENTS ACROSS THE WORLD	Dr. Ganna POLA
		5	TANZİMAT ROMANINDA KADIN YAKLAŞIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME	Dr. Öğr.Üyesi Gülsün KOÇER
		6	Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Yapay Zekâ Kullanımın İncelenmesi	Doç. Dr. Devkan Kaleci Öğr. Gör. Burcu Kaban
		7	Uzaktan Eğitimde Oyunlaştırma Araçlarından Rozet Tasarımı	Doç. Dr. Devkan Kaleci Nesril Sezer
		8	LEISURE INVOLVEMENT IN INDIVIDUALS PLAYING DIGITAL GAMES	Dr. Öğr. Üyesi Tolga BEŞİKÇİ Prof. Dr. Pınar GÜZEL GÜRBÜZ
		9	RINGELMAN EFFECT: DOES THE İDENTİFİABİLİTY OF INDIVIDUAL CONTRIBUTION AFFECT PERFORMANCE	Doç.Dr.Nihal DAL Doç.Dr.Aylin Zekioğlu Dr.Arş.Gör.İlker BALIKÇI Dr.Şenol GÜVEN Prof.Dr.Serdar TOK

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Doç. Dr. Betül Şeyma ALKAN**	1	YEŞİL ÜRÜN SATIN ALMADA YEŞİL REKLAM VE ÇEVRE BİLİNCİNİN ETKİSİ	Yüksek Lisans, Esra Çakır ÇELİK Doç. Dr., Bülent YILDIZ
		2	THE CURRENT DISTRIBUTION OF SHOES CONSUMPTION IN THE WORD AND IN TURKEY	Dr. Öğr. Üyesi Hatice ER Öğr. Gör. Ertan EROL
		3	THE EFFECT OF POLITICAL EVENTS ON THE EXPORT OF LEATHER AND LEATHER PRODUCTS; THE CASE OF NOVEMBER 25, 2015	Dr. Öğr. Üyesi Hatice ER Öğr. Gör. Ertan EROL
		4	E-COMMERCE CARGO GIANTS: TRENDYOL EXPRESS AND HEPSİJET	Öğr. Gör. Berivan KIZILIRMAK
		5	INTEGRATION OF NATURAL DISASTERS INTO SOCIAL MEDIA PLATFORMS AND DISINFORMATION DURING DISASTER	Prof. Dr. Handan ERTAŞ Mehtap YAĞAR
		6	SUSTAINABILITY IN HEALTH SERVICES: COMPARISON OF FINANCIAL SUSTAINABILITY POLICIES OF HEALTH SERVICES OF EUROPEAN COUNTRIES AND TURKEY	Prof. Dr. Handan ERTAŞ Muhammet Raşit AKSOY
		7	ULUSLARARASI DÜZENLEMELER ÇERÇEVESİNDE KRİPTO VARLIKLARIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ	Doç. Dr. Betül Şeyma ALKAN
		8	E-TİCARETTE MEVCUT VE ALTERNATİF ÖDEME SİSTEMLERİ; GÜVENLİK VE FRAUD YÖNETİMİ	Yasemin KEMAL

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Prof. Dr. Emine NAS**	1	UZAKDOĞU ÇİÇEK DÜZENLEME SANATI "İKEBANA"	Prof. Dr. Emine NAS
		2	SANATTA ESTETİK DUYARLILIK VE ETİK İLİŞKİSİ	Prof. Dr. Emine NAS
		3	FLOWER MOTIFS ON HAGIASOFIA'S VESBITULE DOOR (BEAUTIFUL DOOR)	Dr. Öğr. Üyesi Hamide Nur ÖZSOY
		4	GRAPE MOTIF USED IN OUR TRADITIONAL ARTS	Dr. Öğr. Üyesi Hamide Nur ÖZSOY
		5	MODA TASARIM KALIP HAZIRLAMA-I DERSİNDE ÖĞRENCİLERİN ZORLANDIKLARI KONULAR	Prof. Dr., Birsen ÇİLEROĞLU Öğr. Gör., Ayfer İNCİ
		6	INVESTIGATION OF HIGH SCHOOL AND MIDDLE SCHOOL STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS ART	Assoc. Prof. Dr., Firdevs SAĞLAM
		7	CLAYS AND CERAMICS INDUSTRY IN HAKKARI REGION	Assoc. Prof. Dr., Firdevs SAĞLAM

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Prof. Dr. Erdem ÜNVER**	1	TARİHSEL SÜREÇTE SANATÇI KİMLİĞİ ÜZERİNE	Prof. Dr. Erdem ÜNVER
		2	SEYDİŞEHİR ETİBANK FABRİKASI KIRMIZI ÇAMUR ATIĞININ SANATSAL SERAMİK ÜRETİMİNDE SIR OLARAK KULLANIMI	Öğr.Gör. Emine CANTÜRK
		3	PORSELEN BÜNYEDE SIR ÜSTÜ FIRÇA DEKORLARI	Doçent, Fidan TONZA HELVACIKARA Elvan GÖKMEN
		4	YİXİNG SERAMİKLERİNDE SEMBOLİK BİR İMGE OLARAK LOTUS ÇİÇEĞİ	Doçent, Fidan Tonza Helvacıkara
		5	EXAMINING COSPLAY PRODUCTION METHODS FROM THE PERSPECTIVE OF COSTUME DESIGN FIELD	Assistant Professor, Dr. Cantürk ÖZ
		6	“GOLDEN AGE (1947-1957)” IN PARIS AND LONDON FASHION	Assistant Professor, Dr. Nursen GEYİK DEĞERLİ
		7	GİYSİ MODASINDA YENİDEN YAPILANMA (REKONSTRÜKSİYON)	Dr. Öğr. Ü. Bahar YILDIZ
		8	INVESTIGATION OF CITTASLOW (SLOW CITY) IZNIK IN THE CONTEXT OF URBAN QUALITY LIFE POLICIES AND SUSTAINABILITY	Öğr. Gör. Muazzez ÖZDEMİR

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Doç. Dr. Salih MEMİŞ**	1	MAĞAZA ATMOSFERİNİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ	Dr. Öğretim Üyesi Elif KARA
		2	ÜRÜN TASARIMININ TÜKETİCİ SADAKATİNE ETKİSİ	Dr. Öğretim Üyesi Elif KARA
		3	INVESTIGATION OF TRADITIONAL ADVERTISING AND ADVERTORIAL ADVERTISING IN THE CONTEXT OF ADVERTISING ACCEPTANCE AND ADVERTISING AVOIDANCE BEHAVIOR	Yüksek Lisans Öğrencisi Yaşar TUNCEL Doktor Öğretim Üyesi Burcu ALTIPARMAK
		4	A STUDY ON CİTİZEN SATİSFACTİON İN THE CONTEXT OF CİTY MARKETİNG: AMASYA MUNİCİPALİTY EXAMPLE	Yüksek Lisans Öğrencisi Gülpamuk GÖKÇE Doktor Öğretim Üyesi Burcu ALTIPARMAK
		5	YEŞİL AKLAMA KAVRAMI VE PAZARLAMA ALANINDA BAZI UYGULAMALAR	Doç. Dr. Salih MEMİŞ
		6	ALIŞVERİŞ MERKEZİ YER SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİNİN AHP İLE ÖLÇÜLMESİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ	Doç. Dr. Salih MEMİŞ
		7	THE EFFECT OF ADVERTISING ON THE PRODUCT PREFERENCES OF PEOPLE LIVING IN RURAL AREAS	Dr. Nurgül Erdal, Dr. Öğretim Üyesi Filiz Sivaslıoğlu,
		8	CONSUMERS' ATTİTUDES AND INTENTİONS TOWARDS RECYCLİNG BEHAVİOR WİTHİN THE SCOPE OF ZERO WASTE PROJECT	Prof.Dr.Salih YILDIZ, Özlem ŞİBİL
		9	THE EFFECTS OF SOCİAL MEDİA MARKETİNG ON BRAND IMAGE, BRAND LOYALTY AND BRAND EQUİTY: AN APPLİCATİON ON DİGİTAL BROADCAST PLATFORM USERS	Özlem ŞİBİL Prof.Dr.Salih YILDIZ

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Doç. Dr. Daimi Koçak**	1	ORTALAMA-VARYANS STRATEJİSİNE KARŞI 1/N STRATEJİSİ: BASİT BİR PORTFÖY DAHA İYİ PERFORMANS GÖSTERİR Mİ? BİST 100 UYGULAMASI	Öğr. Gör. Dr., Çiğdem YERLİ
		2	SEKTÖREL RİSK ÇEŞİTLENDİRMESİ: YATIRIMCILAR İÇİN BİR ÇÖZÜM	Öğr. Gör. Dr., Çiğdem YERLİ
		3	ENDÜSTRİLER ARASI STRATEJİK GEÇİŞKENLİK: TEORİK BİR ARAŞTIRMA	Dr. Öğr. Gör. Bilgen Gaye YALPA Dr. Öğr. Üyesi, Alptuğ AKSOY
		4	BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES RELATED TO THE CONCEPT OF GREEN MANAGEMENT WITH VOSVIEWER	Res. Assist. Havva Nur ATALAY Prof. Dr. Recep YUCEL
		5	BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES RELATED TO THE CONCEPT OF MEDICAL TOURISM USING VOSVIEWER	Res. Assist. Havva Nur ATALAY Prof. Dr. Recep YUCEL
		6	TÜRKİYE'DE İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİLERİNİN İŞ GÜVENCESİ	Muhammet Enes Demir
		7	İŞ TATMİNİNİN SANAL KAYTARMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN ROLÜ	Doktora Öğrencisi, İskender KOYUNCU Doç. Dr., Canan YILDIRAN
		8	Mütevazılık bilgi paylaşımını nasıl etkiler? Prososyal motivasyonun düzenleyici rolü	Doç. Dr. Daimi Koçak Doç. Dr. Gökhan Kerse
		9	SPOR EKSENİNDE İYİ YÖNETİŞİM İLKELERİNİN İNCELENMESİ: ANTRENÖRLERE YÖNELİK BİR UYGULAMA	Gülşah AKKAYA Doç. Dr. , Aytekin ALPULLU

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Doç. Dr. Şükran KARACA**	1	THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS ON SECTORS	Öğr. Gör. Dr. Ahmet TAŞ,
		2	OTEL İŞLETMELERİNİN WEB ORTAMINDA ENGELLİ BİREYLERE SUNDUĞU HİZMETLERİN İNCELENMESİ	Öğretim Görevlisi, Dilek EREN Öğretim Görevlisi, Hatice Zeynep ÖZTÜRK Prof. Dr., Ruziye COP
		3	SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA MANTAR YÖNETİM ALGISI: BİR SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI	Dr. Öğr. Üyesi, Sait SÖYLER
		4	INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN HEALTH BELIEF AND THE INTENTION TO ADOPTE WEARABLE TECHNOLOGIES IN HEALTH	Doç. Dr. Şükran KARACA Doç. Dr. Yusuf ÖCEL
		5	A STUDY TO DETERMINE THE PRELIMINARIES OF URBAN COMPETITIVENESS IN HEALTH TOURISM	Doç. Dr. Yusuf ÖCEL Doç. Dr. Şükran KARACA
		6	STRATEJİK PERSPEKTİFTEN SPOR PAZARLAMASI VE SPONSORLUK	Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN
		7	DUYGUSAL VE MANEVİ PAZARLAMANIN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ	Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN
		8	KATILIM BANKACILIĞINDA MÜŞTERİLERİN BANKA TERCİHLERİNİN ANALİZİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA	Doç. Dr. Bulut DÜLEK Prof. Dr. Reha SAYDAN
		9	BİR TÜKETİCİ SENDROMU OLARAK FOMO (GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU) VE PAZARLAMA ALANINDA KULLANIMI	Doç. Dr. Bulut DÜLEK Prof. Dr. Reha SAYDAN
		10	A RESEARCH ON THE RECOGNITION OF NIGDE LOCAL CULINARY CULTURE FROM THE PERSPECTIVE OF LOCAL CULINARY MARKETING	Öğr. Gör. İsa Serhan CİHANGİR Doç. Dr. Kadriye Alev AKMEŞE Doç. Dr. Halil AKMEŞE

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	**Dr. Öğr. Ü. Arzu ULVİ**	1	PREPARATION AND HYDROGENATION OF SCHIFF BASES METAL COMPLEXES	A.R.Rahimova, Y.K.Jafarova, H.A.Huseynova, J.I.Jafarov
		2	KATI ATIK SIZINTI SUYUNDA MİKROKİRLETİCİLER	Dr. Öğr. Ü. Arzu ULVİ Prof. Dr. Senar AYDIN Prof. Dr. Mehmet Emin AYDIN
		3	ARITMA ÇAMURU KULLANIMININ TOPRAK ÜZERİNE ETKİLERİ	Dr. Öğr. Ü. Arzu ULVİ Prof. Dr. Senar AYDIN Prof. Dr. Mehmet Emin AYDIN
		4	INCREASING OF THE FUNCTIONALITY OF A LOW LEVEL ALPHA COUNTER DEVICE USED IN THERMOLUMINESCENCE DATING	Dr. Gözde TEKTAŞ Dr. Cüneyt ÇELİKTAŞ
		5	AN INCREASING FREQUENCY DRIVER WITH VOLTAGE MULTIPLIER FOR AN INDUCTION LAUNCHER	Assoc. Prof. Dr. Uğur HASIRCI Çağdaş TUNCEROĞLU
		6	INVESTIGATION OF BUBBLE BEHAVIOR IN MICROCHANNEL HEAT SINKS	RA, Alperen EVCİMEN Assoc. Prof., Burak MARKAL
		7	INVESTIGATION THE EFFECT OF A DISTRIBUTOR USING A SUPERSONIC NOZZLE ON THE COOLING SYSTEM	Msc. İlker COŞAR Prof. Dr. Ali PINARBAŞI

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 8	**Assoc. Prof.,Funda ÖZPULAT**	1	SPEXIN: A NEW BIOMARKER FOR OBESITY AND OBESITY-RELATED CARDIOMETABOLIC DISEASES	Dr. Buket AKCAN Dr. Yahya ALTINKAYNAK
		2	ACCESS TO ORPHAN DRUGS FOR INDİVİDUALS WİTH RARE DİSEASES AND ORPHAN DRUG COVERAGE	Prof. Dr. Handan ERTAŞ Reyhan YETKİN
		3	SECONDARY RISKS AFTER A DISASTER	Prof. Dr. Handan ERTAŞ Emre KARATAŞ
		4	ROLES AND RESPONSİBİLİTİES OF THE SCHOOL NURSE İN ATTENTİON DEFİCİT HYPERACTİVİTY DİSORDER	Assoc. Prof.,Funda ÖZPULAT Assist. Prof.,Melike TAŞDELEN BAŞ
		5	NURSİNG STUDENTS' INTEREST İN ART AND PROSOCİAL BEHAVİORS	Assoc. Prof.,Funda ÖZPULAT Assist. Prof.,Melike TAŞDELEN BAŞ
		6	SAĞLIK OKURYAZARLIĞI VE ÖZEL HASTANE SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ	Muhlise SOLAR Doç.Dr. Üyesi Seda Kumru

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 9	**Prakash Singh**	1	COOPERATIVE LEARNING: A CASE STUDY ON TEAMWORK THROUGH COMMUNITY SERVICE PROJECT	Priyadharshini Ahrumugam
		2	CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA BY BUSINESS EDUCATION STUDENTS IN NIGERIA UNIVERSITIES	Titus Amodu Umoru
		3	MOBILE COLLABORATION LEARNING TECHNIQUE ON STUDENTS IN DEVELOPING NATIONS	Amah Nnachi Lofty, Oyefeso Olufemi, Ibiam Udu Ama
		4	COMPLEXITY LEADERSHIP AND KNOWLEDGE MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATION	Prabhakar Venugopal Gantasala
		5	EDUCATIONAL PLAN AND PROGRAM OF THE SUBJECT MAINTENANCE OF ELECTRIC POWER EQUIPMENT	Rade Ciric, Sasa Mandic
		6	TEACHERS' PERCEPTIONS OF THEIR PRINCIPALS' INTERPERSONAL EMOTIONALLY INTELLIGENT BEHAVIOURS AFFECTING THEIR JOB SATISFACTION	Prakash Singh
		7	DESIGNING SOCIAL MEDIA INTO HIGHER EDUCATION COURSES	Thapanee Seechaliao
		8	TEACHER PROFESSIONAL DEVELOPMENT–CURRENT PRACTICES IN A SECONDARY SCHOOL IN BRUNEI DARUSSALAM	Shanthi Thomas
		9	CREATING ENTREPRENEURIAL UNIVERSITIES: THE SWEDISH APPROACH OF TRANSFORMATION	Fawaz Saad, Hamid Alalwany
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 10	**Nidhi Gadura**	1	RELATIONSHIP BETWEEN GENDER AND PERFORMANCE WITH RESPECT TO A BASIC MATH SKILLS QUIZ IN STATISTICS COURSES IN LEBANON	Hiba Naccache
		2	VOICES AND PICTURES FROM AN ONLINE COURSE AND A FACE TO FACE COURSE	Eti Gilad, Shosh Millet
		3	LEARNERS' PERCEPTIONS OF TERTIARY LEVEL TEACHERS' CODE SWITCHING: A VIETNAMESE PERSPECTIVE	Hoa Pham
		4	IMPLEMENTING LEARNER-CENTERED TEACHING APPROACH IN HIGHER EDUCATION	Iman Ali Ahmed Al-Rashed
		5	INTEGRATING HOTS ACTIVITIES WITH GEOGEBRA IN PRE-SERVICE TEACHERS' PREPARATION	Wajeeh Daher, Nimer Baya'a
		6	A FLIPPED CLASSROOM APPROACH FOR NON-SCIENCE MAJORS	Nidhi Gadura
		7	THE TECHNO-PEDAGOGICAL PIVOT: DESIGNING AND IMPLEMENTING A DIGITAL WRITING TOOL	Justin D. Olmanson, Katrina S. Kennett, Bill Cope
		8	ANALYSIS OF SUITABILITY OF ONLINE ASSESSMENT BY MAINTAINING CRITICAL THINKING	Mohamed Chabi, Mohammad Shahid Jamil, Mahmoud I Syam
		9	FACTORS OF ENGLISH LANGUAGE LEARNING AND ACQUISITION AT BISHA COLLEGE OF TECHNOLOGY	Khalid Albishi
		10	MOTIVATING THE INDEPENDENT LEARNER AT THE ARAB OPEN UNIVERSITY, KUWAIT	Hassan A. Sharafuddin, Chekra A. Allani

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 11	**Haiyan Wang**	1	OPEN EDUCATIONAL RESOURCE IN ONLINE MATHEMATICS LEARNING	Haohao Wang
		2	MEANINGFUL GENERAL EDUCATION REFORM: INTEGRATING CORE CURRICULA AND INSTITUTIONAL VALUES	Michael W. Markowitz
		3	APPLICATIONS OF BIG DATA IN EDUCATION	Faisal Kalota
		4	USING FACEBOOK AS AN ALTERNATIVE LEARNING TOOL IN MALAYSIAN HIGHER LEARNING INSTITUTIONS: A STRUCTURAL EQUATION MODELING APPROACH	Ahasanul Haque, Abdullah Sarwar, Khaliq Ahmad
		5	FOCUSING ON THE UTILIZATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY FOR IMPROVING CHILDREN'S POTENTIALS IN SCIENCE: CHALLENGES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN NIGERIA	Osagiede Mercy Afe
		6	TRANSNATIONAL HIGHER EDUCATION: DEVELOPING A TRANSNATIONAL STUDENT SUCCESS 'SIGNATURE' FOR PRE-CLINICAL MEDICAL STUDENTS – AN ACTION RESEARCH PROJECT	W. Maddison
		7	COLLABORATIVE TEAM WORK IN HIGHER EDUCATION: A CASE STUDY	Swapna Bhargavi Gantasala
		8	THE ANALYSIS OF TEACHER TALK IN "LEARNER-CENTERED" TEACHING MODE	Haiyan Wang
		9	ON THE CONSTRUCTIVIST TEACHING OF EXTENSIVE READING FOR ENGLISH MAJORS	Haiyan Wang
		10	VIRTUAL SCIENCE HUB: AN OPEN SOURCE PLATFORM TO ENRICH SCIENCE TEACHING	Enrique Barra, Aldo Gordillo, Juan Quemada

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 12	**Duangkamol Thitivesa**	1	ACCESS TO HIGHER EDUCATION IN NIGERIA: THE UNIVERSITY OF CALABAR PRE-DEGREE PROGRAM EXPERIENCE	Eni I. Eni, James Okon, Ashang J. Ashang
		2	THE COOPERATIVE LEARNING MANAGEMENT IN THE COURSE OF PRINCIPLES OF MATHEMATICS FOR GRADUATE LEVEL	Komon Paisal
		3	RELATIONSHIP OF ARM ACUPRESSURE POINTS AND THAI TRADITIONAL MASSAGE	Boonyarat Chaleephay
		4	RUBRIC IN VOCATIONAL EDUCATION	Azmanirah Ab Rahman, Jamil Ahmad, Ruhizan Muhammad Yasin
		5	DRUG USE KNOWLEDGE AND ANTIMICROBIAL DRUG USE BEHAVIOR	Pimporn Thongmuang
		6	THE USE OF PROJECT TO ENHANCE LEARNING DOMAINS STATED BY NATIONAL QUALIFICATIONS FRAMEWORK: TQF	Duangkamol Thitivesa
		7	A DEVELOPMENT OF ONLINE LESSONS TO STRENGTHEN THE LEARNING PROCESS OF MASTER'S DEGREE STUDENTS MAJORING IN CURRICULUM AND INSTRUCTION AT SUAN SUNANDHA RAJABHAT UNIVERSITY	Chaiwat Waree
		8	COLLABORATIVE ONLINE LEARNING FOR LECTURERS	Lee Bih Ni, Emily Doreen Lee, Wee Hui Yean
		9	A DEVELOPMENT OF PERSONALIZED EDUTAINMENT CONTENTS THROUGH STORYTELLING	Min Kyeong Cha, Ju Yeon Mun, Seong Baeg Kim
		10		

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 13	**Shireen Panchoo**	1	VOICE IN PRE-SERVICE TEACHER DEVELOPMENT	Pintipa Seubsang, Suttipong Boonphadung
		2	DEVELOPING STUDENT TEACHERS TO BE PROFESSIONAL TEACHERS	Suttipong Boonphadung
		3	A TRAINING COURSE DEVELOPMENT TO PROMOTE LEARNING ACTIVITIES OF 2ND YEAR, FACULTY OF EDUCATION STUDENTS USING MULTIPLE INTELLIGENCES THEORY	Chaiwat Waree, Kalanyoo Petcharaporn
		4	LEARNING STYLES OF UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK: THE CHARACTERISTICS AND THE RELEVANT INSTRUCTIONAL CONTEXT	Chaiwat Tantarangsee
		5	THE LINK BETWEEN DISTRIBUTED LEADERSHIP AND EDUCATIONAL OUTCOMES: AN OVERVIEW OF RESEARCH	Maria Eliophotou Menon
		6	THE EFFICACY OF NEUROLOGICAL IMPRESS METHOD AND REPEATED READING ON READING FLUENCY OF CHILDREN WITH LEARNING DISABILITIES IN OYO STATE, NIGERIA	A. O. Oladele
		7	E- CAMPUS AS AN ENVIRONMENTAL AND PEDAGOGICAL TOOL FOR ONLINE SUPPORT	Shireen Panchoo
		8	CONFIRMING THE IDENTITY OF THE INDIVIDUAL USING REMOTE ASSESSMENT IN E-LEARNING	Olaf Hallan Graven, Lachlan MacKinnon
		9	THE ROLE OF INTRINSIC MOTIVATION IN EXPLAINING STUDENTS- WILLINGNESS TO USE SOFTWARE APPLICATIONS	Anne Sorebo, Oystein Sorebo
		10	ARABIC AND ISLAMIC EDUCATION IN NIGERIA: THE CASE OF AL-MAJIRI SCHOOLS	Abdul Ganiy A. S. Oladosu
		11	KNOWLEDGE SHARING BEHAVIOUR AMONG ACADEMIC STAFF AT A PUBLIC HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN MALAYSIA	Noor Asilah Nordin, Normala Daud, Wan Ummi Kalsom Meor Osman

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 14	**Hélder Spínola**	1	THE TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF THE MANAGEMENT IN THE EDUCATION SYSTEM OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	Altynai Zhaitapova, Aizhan Satyvaldiyeva
		2	REAL TIME CONTROL LEARNING GAME - SPEED RACE BY LEARNING AT THE WHEEL - DEVELOPMENT OF DATA ACQUISITION SYSTEM	Konstantinos Kalovrektis, Chryssanthi Palazi
		3	ANALYSIS AND CATEGORIZATION OF E-LEARNING ACTIVITIES BASED ON MEANINGFUL LEARNING CHARACTERISTICS	Arda Yunianta, Norazah Yusof, Mohd Shahizan Othman, Dewi Octaviani
		4	EXPLANATORY OF RELATIONSHIP BETWEEN LEARNING MOTIVATION AND LEARNING PERFORMANCE	Chih Chin Yang
		5	TECHNOLOGY INTEGRATED EDUCATION – SHAPING THE PERSONALITY AND SOCIAL DEVELOPMENT OF THE YOUNG	R. Ramli, S. Sameon
		6	THE EFFECT OF CONTRIVED SUCCESS IN CALCULATION TASKS ON THE SELF-EFFICACY OF JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS	Akitoshi Uchida, Kazuo Mori
		7	IMPROVING TEACHER PROFESIONALISM THROUGH CERTIFICATION PROGRAM: AN INDONESIA CASE STUDY	Triyanto
		8	STRUCTURE OF DOCTORAL STUDENTS- RESEARCH COMPETENCES IN SUSTAINABILITY CONTEXT	I. Bolgzda, E. Olehnovica
		9	SUSTAINABLE DEVELOPMENT CONTRIBUTIONS AMONG UNIVERSITY OF MADEIRA (PORTUGAL) STUDENTS	Hélder Spínola
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 15	**Nicoletta Adamo-Villani**	1	OMMUNITIES OF INTEREST: THREE UNIQUE CASE STUDIES IN WIDER UNIVERSITY AND SCHOOL PARTNERSHIPS IN AUSTRALIA	M. Zeegers, D. Barron
		2	ENHANCING LEARNING EXPERIENCES IN OUTCOMEBASED HIGHER EDUCATION: A STEP TOWARDS STUDENT CENTERED LEARNING	K. Kumpas
		3	KEY FACTORS OF CURRICULUM INNOVATION IN LANGUAGE TEACHER EDUCATION	Liliana Mâță
		4	IMPROVING THE QUALITY OF E-LEARNING COURSES IN HIGHER EDUCATION THROUGH STUDENT SATISFACTION	Susana Lemos, Neuza Pedro
		5	THE DEVELOPMENT OF A TEACHERS- SELF-EFFICACY INSTRUMENT FOR HIGH SCHOOL PHYSICAL EDUCATION TEACHER	Yi-Hsiang Pan
		6	CREATIVITY: A MOTIVATIONAL TOOL FOR INTEREST AND CONCEPTUAL UNDERSTANDING IN SCIENCE EDUCATION	Thienhuong Hoang
		7	A VIRTUAL LEARNING ENVIRONMENT FOR DEAF CHILDREN: DESIGN AND EVALUATION	Nicoletta Adamo-Villani
		8	DIGITAL NARRATIVE AS A CHANGE AGENT TO TEACH READING TO MEDIA-CENTRIC STUDENTS	Robert F. Kenny
		9	THE EFFECTS OF THE IMPACT OF INSTRUCTIONAL IMMEDIACY ON COGNITION AND LEARNING IN ONLINE CLASSES	Glenda A. Gunter
		10		

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 16	**Mauricio Otaíza Morales**	1	ACCOUNTING RESEARCH FROM THE GLOBALIZATION PERSPECTIVE	Paul Diaconu, Nicoleta Coman
		2	DEVELOPMENT, DISPLACEMENT AND REHABILITATION: AN ACTION ANTHROPOLOGICAL STUDY ON KOVVADA RESERVOIR IN WEST GODAVARI AGENCY OF ANDHRA PRADESH, INDIA	Ram Babu Mallavarapu
		3	TRUSTWORTHY IN VIRTUAL ORGANIZATION	Abdolhamid Fetanat, Mehdi Naghian Feshaareki
		4	THE EPISTEMOLOGICAL CRISIS IN THE THEORY OF VITTORIO GUIDANO	Mauricio Otaíza Morales
		5	MARITAL DURATION AND SEXUAL FREQUENCY AMONG THE MUSLIM AND SANTAL COUPLES IN RURAL BANGLADESH: A CROSS-CULTURAL PERSPECTIVE	Md. Emaj Uddin
		6	MOBILITY ANALYSIS OF THE POPULATION OF RABAT-SALÉ-ZEMMOUR-ZAER	F. Ghaiti
		7	STUDY ON DIVERSIFIED DEVELOPMENTS IMPROVING ENVIRONMENTAL VALUES-IN CASE OF UNIVERSITY CAMPUS -	Kuriko Iwai, Michihiro Kita
		8	SPATIAL THINKING ISSUES: TOWARDS RURAL SOCIOLOGICAL RESEARCH AGENDA IN THE THIRD MILLENNIUM	Abdel-Samad M. Ali
		9	IN SEARCH OF EXCELLENCE – GOOGLE VS BAIDU	Linda, Sau-ling LAI
		10	APPRECIATING, INTERPRETING AND UNDERSTANDING POSTERS VIA LEVELS OF VISUAL LITERACY	Mona Masood, Zakiah Zain

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Doç. Dr. Neşe ÇÖLÇİMEN**	1	Hastalıklar için Biyobelirteç Keşfinde Multi Omik Yaklaşımlar	Dr. Şeyma YAŞAR
		2	Kanserde Multi Omik Yaklaşımlar	Dr. Şeyma YAŞAR
		3	THE ROLE OF ANKLE JOINT RANGE OF MOTION IN FOOT POSTURE IN HEALTHY ADULTS: A PILOT STUDY	Arş. Gör. Gülçin RAY Dr. Öğr. Abdullah RAY Dr. Öğr. Üyesi Gamze TAŞKIN ŞENOL Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
		4	DETERMINATION OF FOOT ANGLES IN A HEALTHY ADULT TURKISH POPULATION: A PILOT STUDY	Dr. Öğr. Abdullah RAY Arş. Gör. Gülçin RAY Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL Dr. Öğr. Üyesi Gamze TAŞKIN ŞENOL
		5	VÜCUT KOMPOZİSYONU VE İZOMETRİK KUVVET İLİŞKİSİ: SEDANTER YETİŞKİN BİREYLERE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME	Doç. Dr. UMUT CANLI
		6	SEDANTER POPÜLASYONDA EKLEM HAREKET AÇIKLIĞI VE VÜCUT KOMPOZİSYONU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ	Doç. Dr. UMUT CANLI
		7	DİABETES MELLİTUS, KARDİYOVASKÜLER HASTALIKLAR VE ÇİNKO	Öğr. Gör, Burcu YÖN
		8	BISPHENOL A AND ITS EFFECTS ON THE FEMALE REPRODUCTIVE SYSTEM	Doç. Dr. Neşe ÇÖLÇİMEN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Prof.Dr. Ayşe GÜREL İNANLI**	1	KURAK KOŞULLARDA YETİŞTİRİLEN MAKARNALIK BUĞDAY GENOTİPLERİNİN VERİM VE KALİTE PERFORMANSININ İNCELENMESİ	Dr. Seval ELİŞ Prof. Dr. Mehmet YILDIRIM Doc. Dr. Ferhat KIZILGEÇİ
		2	EKMEKLİK BUĞDAY GENOTIPLERİNİN VERİM VE KALİTE PERFORMANSININ FARKLI ANALİZ YÖNTEMLERİNE GÖRE İNCELENMESİ	Dr. Seval ELİŞ Doc. Dr. Ferhat KIZILGEÇİ
		3	MERCİMEK ÇEŞİTLERİNDE BAZI VERİM ÖĞELERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN KORELASYON VE PATH ANALİZİ İLE BELİRLENMESİ	Doç. Dr., ÖMER SÖZEN Prof. Dr., UFUK KARADAVUT
		4	YETİŞTİRİCİLİĞİ YAPILAN NOHUT BİTKİSİNİN ÜRETİM DEĞERLERİNİN ZAMAN SERİSİ İLE ANALİZİ	Doç. Dr., ÖMER SÖZEN Prof. Dr., UFUK KARADAVUT
		5	ANTIMICROBIAL EFFECT of CHITOSAN COATING ENRICHED with Goji berry	Prof.Dr. Ayşe GÜREL İNANLI
		6	NUTRIONAL COMPOSITION AND PROCESSING TECHNIQUES OF SEA SNAIL (Rapana venosa, Valenciennes, 1846)	Nusret KÖSE Prof.Dr. Ayşe GÜREL İNANLI
		7	TUZ STRESİ ALTINDA KIRMIZI BAŞ LAHANANIN (Brassica oleracea var. Capitata f. rubra) IN VITRO KOŞULLARDA GELİŞİM PERFORMANSININ BELİRLENMESİ	Arş. Gör. Ecem KARA Doç. Dr. Gökhan BAKTEMUR
		8	FARKLI TUZ SEVİYELERİNİN IN VITRO KOŞULLARDA HAVUÇ (Daucus carota L.) BİTKİSİ ÜZERİNE ETKİLERİNİN BELİRLENMESİ	Arş. Gör. Ecem KARA Doç. Dr. Gökhan BAKTEMUR

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Prof. Dr. Asiye BAŞUSTA**	1	A STUDY ON THE OTOLITH BIOMETRY OF SELLAL BLEAK (ALBURNUS SELLAL) CAPTURED FROM MURAT RIVER (MUŞ, TÜRKİYE)	Prof. Dr. Asiye BAŞUSTA Prof. Dr. Nuri BAŞUSTA
		2	OTOLITH BIOMETRY OF RED BANDFISH (CEPOLA MACROPHTALMA) INHABITING ISKENDERUN BAY	Prof. Dr. Nuri BAŞUSTA Prof. Dr. Asiye BAŞUSTA
		3	LENGTH-WEIGHT RELATIONSHIP OF RED BANDFISH (CEPOLA MACROPHTALMA) INHABITING ISKENDERUN BAY	Prof. Dr. Nuri BAŞUSTA Prof. Dr. Asiye BAŞUSTA
		4	A STUDY ON LENGTH-WEIGHT RELATIONSHIP OF TWAITE SHAD (ALOSA FALLAX) INHABITING MERSIN BAY	Prof. Dr. Nuri BAŞUSTA Prof. Dr. Asiye BAŞUSTA
		5	COMPARISON OF FEAR RESPONSES AND DEVELOPMENTAL STABILITY CHARACTERISTICS IN FEMALE AND MALE JAPANESE QAILS	Doç. Dr. Doğan NARİNÇ
		6	THE EFFECTS OF CAGE TYPE AND STOCKING DENSITY ON DEVELOPMENTAL STABILITY IN JAPANESE QUAILS	Doç. Dr. Doğan NARİNÇ
		7	FATTY ACID PROFILE IN FISH SPERM	Arş. Gör. Dr. Esin ÖZÇİÇEK Doç. Dr. Filiz KUTLUYER KOCABAŞ Prof. Dr. Mehmet KOCABAŞ
		8	FATTY ACID PROFILE IN EGG OF SALMONID FISH	Arş. Gör. Dr. Esin ÖZÇİÇEK Doç. Dr. Filiz KUTLUYER KOCABAŞ Prof. Dr. Mehmet KOCABAŞ

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Doç. Dr. Mustafa İNCE**	1	HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ	Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ Öğr. Gör. Murat Can BAŞARAN
		2	ÜNİVERSİTELERİN TANITIMINDA OYUNLAŞTIRMANIN KULLANIMI: İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	Öğr. Gör. Murat Can BAŞARAN Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ
		3	DİJİTAL MÜZİĞİN SİNEMA ÜZERİNDE ETKİSİ	Yüksek Lisans Öğrencisi - Khatire Gamkharova
		4	Relationship between Football, Media and Politics in Turkey	Yüksek Lisans Öğrencisi Ahmet Batuhan POLAT
		5	THE EFFECTS OF TELEVISION SERIES ON TOURISM SECTOR IN TURKEY	Doç. Dr. Hakan YÜKSEL
		6	DATA JOURNALISM IN THE CONTEXT OF DIGITAL MEDIA	Doç. Dr. Hakan YÜKSEL
		7	TELEVİZYONLARDA YAYINLANAN DİNİ İÇERİKLİ PROGRAMLARIN MANEVİ DANIŞMANLIK VE REHBERLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ	Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL Mustafa KARTAL
		8	Sunu Programlarının Değerler Eğitimi Kapsamında Kullanımı: Din Görevlileri Örneğinde	Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL Mustafa KARTAL
		9	İNGİLİZ KÜLTÜREL ÇALIŞMALARI BAĞLAMINDA YAPI ÇAPKINI DİZİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	Doç. Dr. Mustafa İNCE Doç. Dr. Mevlüt Can KOÇAK Öğr. Gör. Olgun KÜÇÜK
		10	YAPAY ZEKÂ GAZETE HABERİ YAZABİLİR Mİ?	Doç. Dr. Mustafa İNCE

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK**	1	THE ROLE OF MONOPOLIES IN THE ECONOMY OF A COUNTRY	Dr. Khwaja Walid SHİRPOR Saeid TAKARLI Mohammad Nasib Nasiry Nawid Ahmad SEDİQİ KHWAJA OMID SHIRZAD
		2	INFLATION, ECONOMIC GROWTH AND UNEMPLOYMENT: ANALYSIS OF THE INTERACTION IN THE TURKISH ECONOMY	Assist. Prof. Mustafa NAİMOĞLU Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK
		3	EXAMINING THE GREEN FUTURE INDEX WITH MULTIDIMENSIONAL SCALING ANALYSIS: THE CASE OF OECD COUNTRIES	Res. Assist. Dilek VEYSİKARANİ Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK
		4	TÜRKİYE'DE J-EĞRİSİ HİPOTEZİNİN GEÇERLİLİĞİ: AMPİRİK BİR İNCELEME	Prof. Dr., Murat CANITEZ Yüksek Lisans Öğrencisi, Ahmet İhsan KAR
		5	TEMEL MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER İLE TÜRKİYE'NİN PERFORMANSININ ÖLÇÜMÜ (2010 – 2022)	Öğr. Gör. Dr. Abdulbaki PINAR Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN
		6	BRICS ÜLKELERİNİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSLARININ CRITIC VE TOPSIS YÖNTEMLERİ İLE ÖLÇÜLMESİ (2018 – 2022)	Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN Öğr. Gör. Dr. Abdulbaki PINAR

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Doç. Dr. Ersin MÜEZZİNOĞLU**	1	Muğla İli Yatağan İlçesi Yüzey Araştırmasında Tespit Edilen Seramik Malzeme	Dr. Öğr. Üyesi Zafer Korkmaz
		2	MEMLÜKLÜ BİR SEYYAH: ABDÜLBÂSIT EL-MALATÎ	Dr. Öğretim Üyesi, Nihat FIRAT
		3	A VERSATILE SOCIAL SCIENTIST: WALTER RUBEN'S OBSERVATIONS ON KIRŞEHİR	Doç. Dr. Güneş ŞAHİN
		4	FATİH DÖNEMİ MİMARİSİNİN OSMANLI MEDENİYETİNE KATKILARI	Emine PAPATYA
		5	SAMET AĞAOĞLU'NUN GÖZÜYLE "SOVYET RUSYA İMPARATORLUĞU"	Doç. Dr. Ersin MÜEZZİNOĞLU
		6	Mehmet Emin Resulzade ve Müsavat Partisinde Açık Söz Gazetesinin Yeri	Durmaz Yaren Büşra Kormaz Telli

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	**Prof. Dr. Yılmaz TONBUL**	1	CIRCULAR ECONOMY AND EMIGRATION DURING POST-PANDEMIC PERIOD: ALBANIAN YOUTH CASE	Ph.D. MATILDA LIKAJ
		2	TEACHERS' VIEWS ON THE LEARNING LOSSES OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS DURING THE COVID-19 EPIDEMİC: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF READING SKILLS	Dr. Öğr. Üyesi Tuğba PÜRSÜN Arş. Gör. Gizem TÜRKOĞLU BOYVAT
		3	ÖZEL OKULLARDA TÜBİTAK 2204 ÖĞRENCİ PROJELERİ YARIŞMALARININ YÖNETİMİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Prof. Dr. Yılmaz TONBUL Bahar YORGUN
		4	MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN OKUL TERKLERİNİN NEDENLERİ VE SONUÇLARI	Prof. Dr. Yılmaz TONBUL İpek ÇAM,
		5	AN EXAMINATION OF STUDENT ATTITUDES AND TEACHERS' OPINIONS TOWARDS THE USE OF SMART BOARDS IN SECONDARY SCHOOL ENGLISH LESSONS	Yüksek Lisans Öğrencisi, Kübra LALE Prof.Dr., ŞENEL ELALDI
		6	AN INVESTIGATION OF IN-SERVICE TRAINING OF TEACHERS THROUGH THE TEACHER INFORMATION NETWORK (ÖBA)	Yüksek Lisans Öğrencisi, Çağatay BİRİNCİ Prof. Dr., Şenel ELALDI

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 8	**Dr. Hale SAVCI**	1	FACTORS AFFECTING MATHEMATICS ACHIEVEMENT ACCORDING TO 5TH GRADE STUDENTS' OPINIONS	Yüksek Lisans Öğrencisi, Kader KARTAL Prof. Dr., ŞENEL ELALDI
		2	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ORİGAMİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	Gülsüm Deniz ÖZMUTLU Dr.Öğr.Üyesi ZUHAL ÜNAN
		3	CUMHURİYETTEN GÜNÜMÜZE MATEMATİK EĞİTİMİNDE KULLANILAN CEBİRSEL TERİMLERDEKİ DEĞİŞİM	Nefise OLTULU Dr. Öğr. Üyesi Ahmet CİHANGİR Dr. Öğr. Üyesi Şaban Can ŞENAY
		4	KEMAN EĞİTİMİ ALAN BİREYLERİN YAY ÇEKMEYE İLİŞKİN YAKLAŞIMLARI	Yüksek Lisans Öğrencisi, Melis BARAN Prof. Dr., Begüm ÖZ
		5	ANNELERİN ÇOCUKLARINI SEVME STİLLERİ: BİR NİTEL ARAŞTIRMA	Dr. Hale SAVCI Prof. Dr. Ferda AYSAN
		6	ERGENLERİN RİSKLİ DAVRANIŞLARINDA EBEVEYN STİLLERİNİN ROLÜ	Dr. Hale SAVCI Prof. Dr. Ferda AYSAN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 9	**Sumita Chowhan**	1	THE PROJECT EVALUATION TO DEVELOP THE COMPETENCIES, CAPABILITIES, AND SKILLS IN REPAIRING COMPUTERS OF PEOPLE IN JOMPLUAK LOCAL MUNICIPALITY, BANG KHONTHI DISTRICT, SAMUT SONGKRAM PROVINCE	Wilailuk Meepracha
		2	INVESTIGATING INTERFERENCE ERRORS MADE BY AZZAWIA UNIVERSITY 1ST YEAR STUDENTS OF ENGLISH IN LEARNING ENGLISH PREPOSITIONS	Aimen Mohamed Almaloul
		3	ENTREPRENEUR UNIVERSAL EDUCATION SYSTEM: FUTURE EVOLUTION	Khaled Elbehiery, Hussam Elbehiery
		4	GUIDELINES FOR DEVELOPING, SUPERVISING, ASSESSING AND EVALUATING CAPSTONE DESIGN PROJECT OF BSC IN ELECTRICAL AND ELECTRONIC ENGINEERING PROGRAM	Muhibul Haque Bhuyan
		5	ON THE ALLOPATRY OF NATIONAL COLLEGE ENTRANCE EXAM IN CHINA: THE ROOT, POLICY AND STRATEGY	Shi Zhang
		6	COMPUTER AIDED LANGUAGE LEARNING SYSTEM FOR ARABIC FOR SECOND LANGUAGE LEARNERS	Osama Abufanas
		7	ACADEMIC PERFORMANCE OF ENGINEERING STUDENTS: THE ROLE OF ABILITIES & LEARNING STYLE	Sumita Chowhan
		8	PAY DIFFERENTIALS AND EMPLOYEE RETENTION IN THE STATE COLLEGES OF EDUCATION IN THE SOUTH-SOUTH ZONE, NIGERIA	Emmanuel U. Ingwu
		9	PRE-SERVICE TEACHERS' ASSESSMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY APPLICATION TO INSTRUCTION	Adesanya Anuoluwapo Olusola
		10	E-LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS GENERAL FRAMEWORK	Hamed Fawareh

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 10	**Chaiwat Waree**	1	DETERMINATION OF SKILLS GAP BETWEEN SCHOOL-BASED LEARNING AND LABORATORY-BASED LEARNING IN OMAR AL-MUKHTAR UNIVERSITY	Aisha Othman, Crinela Pislaru, Ahmed Impes
		2	THE HDH MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE STRUCTURAL THINKING AND ITS APPLICATIONS TO OTHER SYSTEMS	Mosseri Avraham
		3	TEACHING APPROACH AND SELF-CONFIDENCE EFFECT MODEL CONSISTENCY BETWEEN TAIWAN AND SINGAPORE MULTI-GROUP HLM	PeiWen Liao, Tsung Hau Jen
		4	EFFECTIVENESS OF ICT TRAINING WORKSHOP FOR TUTORS OF ALLAMA IQBAL OPEN UNIVERSITY, PAKISTAN	Muhammad Javid Qadir, Abdul Hameed
		5	A DEVELOPMENT OF THE MULTIPLE INTELLIGENCES MEASUREMENT OF ELEMENTARY STUDENTS	Chaiwat Waree
		6	A FORMATIVE ASSESSMENT TOOL FOR EFFECTIVE FEEDBACK	Rami Rashkovits, Ilana Lavy
		7	ACTIVE LEARNING STRATEGIES AND ACADEMIC ACHIEVEMENT AMONG SOME PSYCHOLOGY UNDERGRADUATES IN BARBADOS	Grace Adebisi Fayombo
		8	A LEARNER-CENTRED OR ARTEFACT-CENTRED CLASSROOM? IMPACT OF TECHNOLOGY, ARTEFACTS, AND ENVIRONMENT ON TASK PROCESSES IN AN ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE CLASSROOM	Nobue T. Ellis
		9	CURRICULUM OF ETHICAL EDUCATION IN SLOVAKIA	Petra Fridrichová, Eva Balážová
		10	INCREASE SUCCESS BY DECREASING ADMISSION FOR MATHS– FAIRYTALE OR REALITY?	L.A du Plessis

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 11	**Chantana Insra**	1	COMPUTER GRAPHICS AND UNDERSTANDING SEMIOTICS IN DESIGN	Manoj Majhi, Debkumar Chakrabaty
		2	STUDENT SATISFACTION DATA FOR WORK BASED LEARNERS	Rosie Borup, Hanifa Shah
		3	AN EVALUATION OF THE USABILITY OF IT FACULTY EDUCATIONAL PORTAL AT UNIVERSITY OF BENGHAZI	Nasser M. Amaitik, Mohammed J. El-Sahli
		4	CREATING A SPACE FOR TEACHING PROBLEM SOLVING SKILLS TO ENGINEERING STUDENTS THROUGH ENGLISH LANGUAGE TEACHING	Mimi N. A. Mohamed
		5	HIMMAPAN CREATURES: THE TACTILE TEXTURE DESIGNED FOR THE BLIND	Chantana Insra
		6	TEACHING ENGLISH UNDER THE LMD REFORM: THE ALGERIAN EXPERIENCE	Naouel Abdellatif Mami
		7	METHODS OF FORMING INFORMATIONAL CULTURE STUDENTS	Altynbek Moshkalov
		8	ONLINE COLLABORATION LEARNING: A WAY TO ENHANCE STUDENTS' ACHIEVEMENT AT KINGDOM OF BAHRAIN	Jaflah H. Al-Ammary
		9	MOTIVATION FACTORS IN DISTANCE EDUCATION	Sheila R. Bonito
		10	PHARMACOLOGY APPLIED LEARNING PROGRAM IN PRECLINICAL YEARS – STUDENT PERSPECTIVES	Amudha Kadirvelu, Sunil Gurtu, Sivalal Sadasivan

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 12	**Gaysu R. Arvind**	1	TOWARD A MODEL FOR KNOWLEDGE DEVELOPMENT IN VIRTUAL ENVIRONMENTS: STRATEGIES FOR STUDENT OWNERSHIP	N.B. Adams
		2	THE PROSPECTS AND CHALLENGES OF OPEN LEARNING AND DISTANCE EDUCATION IN MALAWI	Andrew Chimpololo
		3	BETWEEN POLICY OPTIONS AND TECHNOLOGY APPLICATIONS: MEASURING THE SUSTAINABLE IMPACTS ON DISTANCE LEARNING	Subramaniam Chandran
		4	ACADEMIC STAFF PERCEPTIONS OF THE VALUE OF THE ELEMENTS OF AN ONLINE LEARNING ENVIRONMENT	Stuart Palmer, Dale Holt
		5	USING THE STUDENTS-AS-CUSTOMERS CONCEPT IN TECHNOLOGY DISCIPLINES: STUDENTS- PERSPECTIVES	Boonlert Watjatrakul
		6	USING WEBLOG TO PROMOTE CRITICAL THINKING – AN EXPLORATORY STUDY	Huay Lit Woo, Qiyun Wang
		7	THE EXPERIENCES OF SOUTH-AFRICAN HIGH-SCHOOL GIRLS IN A FAB LAB ENVIRONMENT	Nomusa Dlodlo, Ronald Noel Beyers
		8	EXPLORING SELF-DIRECTED LEARNING AMONG CHILDREN	Mariani Md Nor, Y. Saeednia
		9	THE STATE, LOCAL COMMUNITY AND PARTICIPATORY GOVERNANCE PRACTICES: PROSPECTS OF CHANGE	Gaysu R. Arvind
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 13	**Chutarat Boontho**	1	INTELLIGENT MOBILE SEARCH ORIENTED TO GLOBAL E-COMMERCE	Abdelkader Dekdouk
		2	IS MANAGEMENT SCIENCE DOING ENOUGH TO IMPROVE HEALTHCARE?	Lalit Garg, Sally McClean, Maria Barton
		3	MCRM-S NEW OPPORTUNITIES OF CUSTOMER SATISFACTION	Cheng Fang Hsu, Shinn-Jong Lin
		4	AN ECONOMIC ANALYSIS OF PHU KRADUENG NATIONAL PARK	Chutarat Boontho
		5	THE INVESTIGATION OF THE ROLE OF INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF GROWTH AND DEVELOPMENT OF ECONOMY	Seyed Mohammad Reza Hosseini
		6	PROPOSING A CONCEPTUAL MODEL OF CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT: A STUDY OF CKM TOOLS IN BRITISH DOTCOMS	Mehdi Shami Zanjani, Roshanak Rouzbehani, Hosein Dabbagh
		7	REGINA CONNOLLY, FRANK BANNISTER	Regina Connolly, Frank Bannister
		8	ETAX FILING AND SERVICE QUALITY: THE CASE OF THE REVENUE ONLINE SERVICE	Regina Connolly, Frank Bannister
		9	DESIGN AN ELECTRONIC MARKET FRAMEWORK USING JADE ENVIRONMENT	Mohammad Ali Tabarzad, Caro Lucas
		10		

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 14	**Jan Zeman**	1	THE INTERNET AND SMALL MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMES) IN JORDAN	Sattam Allahawiah, Haroon Altarawneh, Sameer Alamro
		2	FINANCIAL ANALYSIS ANALOGIES FOR SOFTWARE RISK	Masood Uzzafer
		3	AN EVALUATION OF THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF WI-FI ADOPTION IN MALAYSIAN INSTITUTIONS	Subrahmanyam Kodukula, Nurbiya Maimaiti
		4	TOWARDS A SYSTEMATIC, COST-EFFECTIVE APPROACH FOR ERP SELECTION	Hassan Haghighi, Omid Mafi
		5	INFLUENCE OF LOCUS OF CONTROL AND JOB INVOLVEMENT TO ORGANIZATIONAL CULTURE APPLIED BY EMPLOYEES ON BANK X	Sri Suwarsi, Nadia Budianti
		6	DYNAMIC INTERACTION NETWORK TO MODEL THE INTERACTIVE PATTERNS OF INTERNATIONAL STOCK MARKETS	Laura Lukmanto, Harya Widiputra, Lukas
		7	FUTURES TRADING: DESIGN OF A STRATEGY	Jan Zeman
		8	MULTIDIMENSIONAL PERFORMANCE MANAGEMENT	David Wiese
		9	THE IMPACT OF SUBSEQUENT STOCK MARKET LIBERALIZATION ON THE INTEGRATION OF STOCK MARKETS IN ASEAN-4 + SOUTH KOREA	Noor Azryani Auzairy, Rubi Ahmad
		10	INSTITUTIONAL ASPECTS OF INFORMATION SECURITY IN RUSSIAN ECONOMY	Mingaleva Zhanna, Kapuskina Tatiana

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 15	**Mohd Iskandar bin Illyas Tan**	1	A SURVEY ON SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND E COMMERCE TECHNOLOGY ADOPTION AMONG LOGISTICS SERVICE PROVIDERS IN JOHOR	Mohd Iskandar bin Illyas Tan, Iziati Saadah bt Ibrahim
		2	FROM MICRO TO NANOSYSTEMS: AN EXPLORATORY STUDY OF INFLUENCES ON INNOVATION TEAMS	Norbert Burger, Thorsten Staake
		3	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND E-COMMERCE TECHNOLOGY ADOPTION AMONG LOGISTICS SERVICE PROVIDERS IN MALAYSIA	Mohd Iskandar bin Illyas Tan, Iziati Saadah bt Ibrahim
		4	THE IMPACT OF PRODUCT PACKAGE INFORMATION ON CONSUMER BEHAVIOR TOWARD GENETICALLY MODIFIED FOODS	Yu-Syuan Chang, Li-Chun Huang
		5	ECOLABELING AND GREEN CERTIFICATION FOR EFFECTIVE FISHERIES MANAGEMENT – AN ANALYSIS	A. Ramachandran
		6	APPLICATION OF FEED-FORWARD NEURAL NETWORKS AUTOREGRESSIVE MODELS IN GROSS DOMESTIC PRODUCT PREDICTION	E. Giovanis
		7	DETERMINING THE ONLINE PURCHASING LOYALTY FOR THAI HERBAL PRODUCTS	Chummanond Natchaya, Rotchanakitumnuai Siriluck
		8	A STUDY OF PANEL LOGIT MODEL AND ADAPTIVE NEURO-FUZZY INFERENCE SYSTEM IN THE PREDICTION OF FINANCIAL DISTRESS PERIODS	E. Giovanis
		9	A NEW DIMENSION IN SOFTWARE RISK MANAGEMENT	Masood Uzzafer
		10	PRIORITIZING SERVICE QUALITY DIMENSIONS:A NEURAL NETWORK APPROACH	A. Golmohammadi, B. Jahandideh

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 16	**Trish O'Sullivan**	1	DURATION ANALYSIS OF NEW FIRMS IN THE BANKING INDUSTRY	Jesus Orbe, Vicente Nunez-Anton
		2	ENHANCING CUSTOMER LOYALTY TOWARDS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THAI MOBILE SERVICE PROVIDERS	Wichai Onlaor, Siriluck Rotchanakitumnuai
		3	THE SERVICE FAILURE AND RECOVERY IN THE INFORMATION TECHNOLOGY SERVICES	Jun Luo, Weiguo Zhang., Dabin Qin
		4	OPERATIONAL RISK – SCENARIO ANALYSIS	Milan Rippel, Petr Teply
		5	THE APPLICATION OF REAL OPTIONS TO CAPITAL BUDGETING	George Yungchih Wang
		6	ROLE OF INVESTMENT IN THE COURSE OF ECONOMIC GROWTH IN PAKISTAN	Maqbool Hussain Sial, Maaida Hussain Hashmi, Sofia Anwar
		7	A FRAMEWORK OF MONTE CARLO SIMULATION FOR EXAMINING THE UNCERTAINTY-INVESTMENT RELATIONSHIP	George Yungchih Wang
		8	THE EXCLUSION OF CONSUMER RIGHTS IN E-AUCTIONS – IS AN E-AUCTION REALLY AN AUCTION AT ALL?	Trish O'Sullivan
		9	A HYPERMAP FOR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	James K. Ho
		10	THE PATH TO WEB INTELLIGENCE MATURITY	Zeljko Panian

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

4 Kasım/ November 4, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 17	**Aries Susanty**	1	E-COMMERCE ADOPTION AND IMPLEMENTATION IN AUTOMOBILE INDUSTRY: A CASE STUDY	Amitrajit Sarkar
		2	STOCHASTIC MIXED 0-1 INTEGER PROGRAMMING APPLIED TO INTERNATIONAL TRANSPORTATION PROBLEMS UNDER UNCERTAINTY	Y. Wu
		3	THE ROLE OF INTERNAL FUNCTION OF ORGANIZATION FOR THE SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE	Aries Susanty
		4	CORPORATE FRAUD: AN ANALYSIS OF MALAYSIAN SECURITIES COMMISSION ENFORCEMENT RELEASES	Raziah Bi Mohamed Sadique, Jamal Roudaki, Murray B. Clark, Norhayati Alias
		5	INDUSTRIAL DEVELOPMENT, ENVIRONMENT AND OCCUPATIONAL PROBLEMS: THE CASE OF IRAN	Ghaffari, H., Changi Ashtiani, A., Younessi,
		6	BENCHMARKING CLEANER PRODUCTION PERFORMANCE OF COAL-FIRED POWER PLANTS USING TWO-STAGE SUPER-EFFICIENCY DATA ENVELOPMENT ANALYSIS	Shao-lun Zeng, Yu-long Ren
		7	STRATEGY ANALYSIS AND CREATION BY SIMULATION IN THE GENERAL GAME	Gábor Szűcs, Gábor Neszveda, Xin Fang
		8	A SIMULATION MODEL FOR BID PRICE DECISION MAKING	R. Sammoura
		9		
		10		

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Asst. Prof. Duygu TAŞ KÜTEN**	1	SINGULAR TWO-INTERVAL STURM-LIOUVILLE PROBLEMS WITH TRANSMISSION CONDITIONS	Prof., Kadriye AYDEMİR Prof., Oktay Sh. MUKHTAROV Asst. Prof., Merve YÜCEL
		2	COMPARİSON RESULTS FOR TWO-INTERVAL DIFFERENTIAL EQUATİONS	Prof., Oktay Sh. MUKHTAROV Prof., Kadriye AYDEMİR Asst. Prof., Merve YÜCEL
		3	FEKETE-SZEGÖ PROBLEM FOR SUBCLASSES OF ANALYTIC FUNCTIONS INCLUDING THE COMBINATION OPERATOR	Prof. Dr. Erhan DENİZ Dr. Sercan KAZIMOĞLU Ali İhsan KOÇ
		4	SUFFICIENT CONDITIONS FOR UNIVALENCE OF A GENERAL DIFFERENTIAL OPERATOR	Prof. Dr. Erhan DENİZ Dr. Sercan KAZIMOĞLU Ufuk ÖZTÜRK
		5	FORECASTING FOR GDP USING MULTIPLIER PERCEPTRON AND GATED RECURRENT UNIT	Fabrice MUGENZI Asst. Prof. Dr. İsmail YENİLMEZ
		6	PERFORMANCE OF PARTICLE SWARM OPTIMIZATION AND GENETIC ALGORITHM FOR TUNING OF k-NN HYPERPARAMETERS	Asst. Prof. Dr. İsmail YENİLMEZ Erdem Korhan AKÇAY
		7	The Energy Consumption Related to Internet Usage and Awareness of Digital Footprint of University Students: A Qualitative Research	Dr. Öğr. Üyesi Gamze YAKUT Dr. Öğr. Üyesi Hilal YAKUT İPEKOĞLU
		8	A TABU SEARCH ALGORITHM FOR A CAPACITATED LOT SIZING PROBLEM WITH STOCHASTIC TIMES AND BOUNDED INVENTORY	Asst. Prof. Duygu TAŞ KÜTEN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Doç. Dr. Arzu GÜLER**	1	YUMUŞAK GÜCÜN ÇİN DİPLOMASİSİNDE ARTAN GÜCÜ	Dr. Öğr. Üyesi, Seda Gozde TOKATLI,
		2	GLOBALIZATION AND THE DIMENSIONS OF GLOBALIZATION	Besra TOKTAŞ
		3	İLTİCA HAKKI: BAĞLAYICILIK, KAPSAM VE ERİŞİM TARTIŞMALARI	Doç. Dr. Arzu GÜLER
		4	TURKISH LOCAL ADMINISTRATIONS AND OMBUDSMAN SYSTEM	Erol KARACAN Doç. Dr. Sanem BERKÜN
		5	MILITARY CULTURE AND VALUES	Doç. Dr. Murat ŞAHİN
		6	ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING USERS' ADOPTION OF E-GOVERNMENT APPLICATION IN TURKEY: A SECTIONAL STUDY	Doç.Dr., Halim TATLI
		7	THE EFFECT OF FIXED INVESTMENTS BASED ON INVESTMENT INCENTIVE CERTIFICATES ON REGIONAL UNEMPLOYMENT: AN APPLICATION ON TURKEY'S LEVEL 2 REGİONS	Doç.Dr., Halim TATLI
		8	TÜRKİYE EKONOMİSİNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİNİN BELİRLEYİCİLERİ	Prof. Dr. Murat ÇETİN Uğur ÇINAR
		9	ÇEVRE POLİTİKASI-ÇEVRESEL BOZULMA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	Prof. Dr. Murat ÇETİN Uğur ÇINAR

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Doç.Dr. Birol BÜYÜKDOĞAN**	1	CRISIS SAY I'M COMING? INTERNAL AND EXTERNAL SOURCES OF THE CRISIS	Doç. Dr. Sezen GÜNGÖR Dr. Kader EROL
		2	A Narrative with Visual Examples for Social Cognition and Altruistic Behavior	Dr. Kader EROL Doç. Dr. Sezen GÜNGÖR
		3	INVESTIGATION OF FACTORS AFFECTING AND SUPPORTING THE REAL ESTATE MARKET IN TURKEY	Assit.Prof.Dr. İsa ALTINIŞIK
		4	EVALUATION OF COMPANIES' WEBSITES IN TERMS OF CORPORATE IDENTITY: A COMPARISON BETWEEN COUNTRIES	Doç.Dr. Birol BÜYÜKDOĞAN
		5	TANKER GEMİ DENETLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ	Dr. Ozan Hikmet ARICAN Dr. Ali Umut ÜNAL
		6	LİMANLARA KONTEYNER TEDARİĞİNDE KARAYOLU TAŞIMACILIĞINA ALTERNATİF OLARAK DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞININ ÖNEMİ VE TÜRKİYE ANALİZİ	Dr. Ali Umut ÜNAL Dr. Ozan Hikmet ARICAN
		7	EVALUATION OF HEALTH SERVICE PERFORMANCE	Res. Asst., Gökçen ÖZLER Res. Asst., Ferda IŞIKÇELİK
		8	DEMAND FORECASTING IN HOSPITALS: AN APPLICATION ON ANTIBIOTIC CONSUMPTION	Res. Asst., Ferda IŞIKÇELİK Res. Asst., Gökçen ÖZLER

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Arş.Gör.Dr., Gülizar Gülcan ŞERMET**	1	SAĞLIK EŞİTSİZLİKLERİNİN SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	Arş.Gör.Dr., Gülizar Gülcan ŞERMET
		2	ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND URBAN SERVICES IN SMART CITIES	Dr., Duygu AKSU
		3	THE IMPACT OF URBAN SERVICES ON SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT: STRATEGIC APPROACHES AND PRACTICAL EXAMPLES	Dr., Duygu AKSU
		4	MEDENİ USUL HUKUKUNDA ÖN İNCELEME AŞAMASI İLE İDARİ YARGIDA DÜZENLENMİŞ OLAN ÖN İNCELEME AŞAMASININ KARŞILAŞTIRILMASI	Arş. Gör. Ufuk DEMİRKAN
		5	CONFLICTING AND INTEGRATING CONSTITUTION	Dr, Önder K. KESKİN
		6	PROFESSIONALISED TERROR AND PREVENTIVE SAFETY (THE BALANCE OF CONSTITUTIONAL VALUES, PRINCIPLES AND PRINCIPLES)	Dr, Önder K. KESKİN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Doç. Dr. SERHAT BERAT EFE**	1	GÜÇ SİSTEMLERİNDE YÜK TALEBİ İLE HARMONİK SEVİYESİ İLİŞKİSİNİN ANALİZİ	Doç. Dr. SERHAT BERAT EFE
		2	YÜKSEK GERİLİM İZOLATÖRLERİNDE YÜZEY KAÇAK AKIMLARININ KESTİRİMİ İÇİN KULLANILAN YAPAY ZEKÂ YÖNTEMLERİ	Doç. Dr. SERHAT BERAT EFE
		3	LED ARMATÜRLERDE TERMAL ÖZELİKLERİNİN İYİLEŞTİRİLMESİ İÇİN TERMOELEKTRONİK SOĞUTUCULARIN KULLANIMI	Onur ÇELİK Tülay BAYRAKDAR Enes ADIGÖZEL Burak DEMİROK Melikenur YILDIRIM Samet ZENGİN
		4	GÜNEŞ ENERJİSİNDE SPEKTRAL ETKİLER	Gencer SARIOĞLU Rüştü EKE
		5	LİTYUM TABANLI İKİNCİL ÖMÜR BATARYALARININ MOBİL ŞARJ İSTASYONU OLARAK DEĞERLENDİRMESİ	Elektrik-Elektronik Mühendisi, Kübra DEMİREL Mekatronik Mühendisi, Berkay MENGÜŞ Elektrik-Elektronik Mühendisi, Uğur ÖLMEZ Doç. Dr. Ahmet FEYZİOĞLU
		6	The Ethical Implications of Rapid Advancements in Artificial Intelligence	Dr. Sedat Golgiyaz

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Prof.Dr. Hamza Yaşar OCAK**	1	ARAMİD FİBER KATKILI YAPIŞTIRICI VE YAPIŞTIRMA BAĞLANTISINDA KİMYASAL YÜZEY İŞLEMİNİN ETKİSİ	Dr, İclal AVİNÇ AKPINAR
		2	$Be_xZn_{(1-x)}O$ BİLEŞİĞİNDE OPTİK ÖZELLİKLERİN TEORİK OLARAK İNCELENMESİ	Prof.Dr. Hamza Yaşar OCAK
		3	$Be_xZn_{(1-x)}O$ BİLEŞİĞİNDE ELEKTRONİK ÖZELLİĞİN TEORİK OLARAK İNCELENMESİ	Prof.Dr. Hamza Yaşar OCAK
		4	Povidon İyot İçerikli Antiseptik Sabun Emdirilmiş El ve Cilt Temizleyici Üründe İyot Uçuculuğunun Raf Ömrüne Etkisinin İncelenmesi ve Stabilite Problemlerinin Engellenmesi	Ar-Ge Mühendisi, Nazlıcan Çevik
		5	Fabrication and Characterization of AA5083-Ni Metal-Metal Composites	Dr.Öğr.Üyesi, Serdar ÖZKAYA Prof.Dr.Aykut ÇANAKÇI Arş.Gör.Müslim ÇELEBİ Arş.Gör.A.Hasan KARABACAK
		6	AA5083-Cr Composite Example in terms of Production and Investigation of Metal-Metal Composites	Dr.Öğr.Üyesi, Serdar ÖZKAYA Prof.Dr.Aykut ÇANAKÇI Arş.Gör.Müslim ÇELEBİ Arş.Gör.A.Hasan KARABACAK

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 7	**Bostjan Antoncic**	1	DECISION SUPPORT FRAMEWORK IN MANAGERIAL LEARNING ENVIRONMENT FOR ORGANIZATION	M. Mazhar Manzoor, Nasar.A, A. Sattar
		2	BARRIERS AND OPPORTUNITIES FOR THE ADOPTION OF E-GOVERNANCE SERVICES	Haroula N. Delopoulos
		3	OPTIMIZATION OF TRANSFER PRICING IN A RECESSION WITH REFLECTION ON CROATIAN SITUATION	Jasminka Radolović
		4	OVERCOMING BARRIERS TO OPEN INNOVATION AT APPLE, NINTENDO AND NOKIA	Erik Pontiskoski, Kazuhiro Asakawa
		5	EXPLORING THE PROFESSIONAL COMPETENCY CONTENTS FOR INTERNATIONAL MARKETER IN TAIWAN	Shu-Ning Liou
		6	SIMULTANEOUS TERM STRUCTURE ESTIMATION OF HAZARD AND LOSS GIVEN DEFAULT WITH A STATISTICAL MODEL USING CREDIT RATING AND FINANCIAL INFORMATION	Tomohiro Ando, Satoshi Yamashita
		7	THE ENTREPRENEUR'S GENERAL PERSONALITY TRAITS AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS	Bostjan Antoncic
		8	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN CHINA APPAREL INDUSTRY	Zhao Linfei, Gu Qingliang
		9	THE IMPACT OF SEMANTIC WEB ON E-COMMERCE	Karim Heidari
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 8	**Tunjo Peric, Zoran Babic**	1	APPLICATIONS OF STABLE DISTRIBUTIONS IN TIME SERIES ANALYSIS, COMPUTER SCIENCES AND FINANCIAL MARKETS	Mohammad Ali Baradaran Ghahfarokhi, Parvin Baradaran Ghahfarokhi
		2	MULTI-ENTERPRISE TIE AND CO-OPERATION MECHANISM IN MEXICAN AGRO INDUSTRY SME'S	Tania Elena González Alvarado, Ma. Antonieta Martín Granados
		3	USING STRUCTURAL EQUATION MODELING IN CAUSAL RELATIONSHIP DESIGN FOR BALANCED-SCORECARDS' STRATEGIC MAP	A. Saghaei, R. Ghasemi
		4	THE COMPLEMENTARITIES OF MULTI-LATERALISM, ANDREGIONALISM AND INCOME CONVERGENCE: ASEAN AND SAARC	Kankesu Jayanthakumaran, Shao-Wei Lee
		5	DETERMINING OPTIMAL PRODUCTION PLAN BY REVISED SURROGATE WORTH TRADE-OFF METHOD	Tunjo Peric, Zoran Babic
		6	CREATION OF ECONOMIC AND SOCIAL VALUE BY SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT	Ahaskar Pandey, Gaurav Mukherjee, Sushil Kumar
		7	STOCK PRICE FORECAST BY USING NEURO-FUZZY INFERENCE SYSTEM	Ebrahim Abbasi, Amir Abouec
		8	ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY AND FIRM PERFORMANCE: EVIDENCE FROM NIGERIA	Collins C. Ngwakwe
		9	VALUE–BASED GROUP DECISION ON SUPPORT BRIDGE SELECTION	Christiono Utomo, Arazi Idrus
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 9	**Oliver Radolović**	1	CUSTOMER VALUE CREATION BY CRM SYSTEM IN ELECTRONIC DEVICE COMPANIES	Hideki.Kobayashi, Hiroshi.Osada
		2	THE EFFECTS OF MISSPECIFICATION OF STOCHASTIC PROCESSES ON INVESTMENT APPRAISAL	George Yungchih Wang
		3	HOTEL GUEST'S LIABILITY FOR NON-PAYMENT OF HOTEL SERVICES IN COMPARATIVE LAW	Oliver Radolović
		4	THE IMPACT OF WEBSITE PERSONALITY ON CONSUMERS' INITIAL TRUST TOWARDS ONLINE RETAILING WEBSITES	Jasmine Yeap Ai Leen, T. Ramayah, Azizah Omar
		5	CONTINUAL IMPROVEMENT WITH INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM	Sharareh Mirsaeidi Farahani , Gholamreza Chitsaz
		6	THE INTRODUCTION OF COMPULSORY ELECTRONIC EXCHANGE OF DOCUMENTS IN THE CZECH REPUBLIC: COMPARING EXPECTATION AND REALITY	Kamila Tišlerová
		7	ROLE OF CREDIT ON PRODUCTION EFFICIENCY OF FARMING SECTOR IN PAKISTAN(A DATA ENVELOPMENT ANALYSIS)	Saima Ayaz, Zakir Hussain, Maqbool Hussain Sial
		8	FACTORS PAVING THE WAY TOWARDS ISLAMIC BANKING IN PAKISTAN	Muhammad Mazhar Manzoor, Muhammad Aqeel, Abdul Sattar
		9	EFFECTS OF THE STOCK MARKET DYNAMIC LINKAGES ON THE CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN CAPITAL MARKETS	Ioan Popa, Cristiana Tudor, Radu Lupu
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 10	**Yasuhito Tanaka**	1	CONSTRUCTIVE PROOF OF THE EXISTENCE OF AN EQUILIBRIUM IN A COMPETITIVE ECONOMY WITH SEQUENTIALLY LOCALLY NON-CONSTANT EXCESS DEMAND FUNCTIONS	Yasuhito Tanaka
		2	THE THEORETICAL FRAMEWORK OF THE NECESSITY OF CONDUCTING OPERATIONAL AUDITING IN IRAN	Arash Derakhshanmehr
		3	EVALUATION OF MARKET LIMITATIONS IN THE CASE OF ECOSYSTEM SERVICES	Giani Gradinaru
		4	WHY DEVELOPING COUNTRIES ARE LESSER INNOVATORS	Abdul Waheed
		5	PROJECT MANAGEMENT IN STUDENT SATELLITE PROJECTS: A UNIVERSITY – INDUSTRY COLLABORATION VIEW	Muhammad Fiaz, Naqvi Najam Abbas, Baseerat Rizwan, Yang Naiding
		6	WHY DO PAKISTANI CUSTOMERS PATRONIZE ISLAMIC BANKS- AN EMPIRICAL ANALYSIS	Farjana Mumu, Jia Guozho
		7	SIMULATION-BASED OPTIMIZATION IN PERFORMANCE EVALUATION OF MARSHALING YARD STORAGE POLICY IN A CONTAINER PORT	Mohammad Reza Ghanbari, Parham Azimi, Farrokh Abdollahi
		8	ROLES AND RESPONSIBILITIES TO SUCCESS OF IT PROJECT IN AN ORGANIZATION	Vahhab Attar Olyaee, Fouad Attar Olyaee
		9	A NEW HYBRID MODEL WITH PASSIVE CONGREGATION FOR STOCK MARKET INDICES PREDICTION	Tarek Aboueldahab
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 11	**Honorata Howaniec**	1	PROBLEMS OF MEASURING EFFECTIVENESS OF INNOVATION PERFORMANCE	Aziza S. Zhuparova
		2	TOWARDS A NEW ERA OF SUSTAINABILITY IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY: STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND GREEN TECHNOLOGY INNOVATION	Reihaneh Montazeri Shatouri, Rosmini Omar, Kunio Igusa
		3	PEOPLE EMPOWERMENT IN LIVELIHOOD ACTIVITIES TOWARD SUSTAINABLE COASTAL RESOURCE MANAGEMENT IN INDONESIA	Achmad Zamroni, Masahiro Yamao
		4	BIOETHANOL - A VIABLE ANSWER TO INDIA-S SURGING ENERGY NEEDS	Pranav Raghav Sood
		5	KNOWLEDGE SHARING: A SURVEY, ASSESSMENT AND DIRECTIONS FOR FUTURE RESEARCH: INDIVIDUAL BEHAVIOR PERSPECTIVE	Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani
		6	THE MODELING OF BRAND LOYALTY IN THE BREWING MARKET IN POLAND	Honorata Howaniec
		7	DIRECTION TO MANAGE OTOP ENTREPRENEURSHIP BASED ON LOCAL WISDOM	Witthaya Mekhum
		8	A REVIEW OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT PRACTICES AMONG MALAYSIAN PUBLIC LISTED COMPANIES	Fong-Woon Lai
		9	THE USE OF DYNAMICALLY OPTIMISED HIGH FREQUENCY MOVING AVERAGE STRATEGIES FOR INTRADAY TRADING	Abdalla Kablan, Joseph Falzon
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 12	**Claudiu Brandas**	1	THE IMPACT OF HIGH PERFORMANCE WORK SYSTEMS- ON FIRM PERFORMANCE IN MNCS AND LOCAL MANUFACTURING FIRMS IN MALAYSIA	Shaira Ismail
		2	INFORMATION SYSTEM SECURITY EFFECTIVENESS ATTRIBUTES: A TANZANIAN COMPANY CASE STUDY	Nerey H. Mvungi, Mosses Makoko
		3	COMPARATIVE ANALYSIS OF COMMERCIAL PROPERTY AND STOCK-MARKET INVESTMENTS IN NIGERIA	Bello Nurudeen Akinsola
		4	A NOVEL APPROACH TO HANDLE UNCERTAINTY IN HEALTH SYSTEM VARIABLES FOR HOSPITAL ADMISSIONS	Manisha Rathi, Thierry Chaussalet
		5	BRAND EQUITY AND FACTORS AFFECTING CONSUMER-S PURCHASE INTENTION TOWARDS LUXURY BRANDS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA	Sumalee Lekprayura
		6	A REFINED APPLICATION OF QFD IN SCM, A NEW APPROACH	Nooshin La'l Mohamadi
		7	GREEN LEAN TQM HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICES IN MALAYSIAN AUTOMOTIVE COMPANIES	Noor Azlina Mohd Salleh, Salmiah Kasolang, Ahmed Jaffar
		8	A MODEL OF MARKET SEGMENTATION FOR THE CUSTOMERS OF MELLAT BANK IN IRAN	Nader Gharibnavaz, Hossein Yazdi
		9	IMPROVING THE DECISION-MAKING PROCESS AND TRANSPARENCY OF CORPORATE GOVERNANCE USING XBRL	Claudiu Brandas
		10	THE INFLUENCE OF INSTITUTIONAL SHAREHOLDER ACTIVISM AS A CORPORATE GOVERNANCE MONITORING MECHANISM IN MALAYSIA	Maizatul A. Musa

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 13	**Mara Gubaidullina**	1	THE SHANGHAI COOPERATION ORGANIZATION: CHINA'S GRAND STRATEGY IN CENTRAL ASIA	Mara Gubaidullina, Aigerim Yelibayeva
		2	THE ROLE OF HUMAN RESOURCE SYSTEM ON CRISIS RESOLVE	Abbas Haddadzadeh, Marzieh Sharif Paghaleh
		3	STRUCTURAL FUNDS OF POLISH AGRICULTURE	Agata Niewiadomska, Adam Niewiadomski
		4	CORPORATE GOVERNANCE PRACTICES AND AUDIT QUALITY: AN EMPIRICAL STUDY OF THE LISTED COMPANIES IN EGYPT	Mohamed Moustafa Soliman, Mohamed Abd Elsalam
		5	IMPROVEMENT OF NEW GOVERNMENT R&D PROGRAM PLANS THROUGH PRELIMINARY FEASIBILITY STUDIES	Hyun-Kyu Kang
		6	IMPACT OF THE AMENDMENTS OF MALAYSIAN CODE OF CORPORATE GOVERNANCE (2007) ON GOVERNANCE OF GLCS AND PERFORMANCE	Azmi Hamid, Rozainun Aziz
		7	PROBLEMS THAT IMPEDE SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN EGYPT	Essam Abdel-Salam Gouda
		8	ENGAGEMENT STRATEGIES FOR STAKEHOLDER MANAGEMENT IN NEW TECHNOLOGY DEVELOPMENT IN THE FERTILIZER INDUSTRY – A CONCEPTUAL FRAMEWORK	Ammar Redza Ahmad Rizal
		9	INVESTIGATING FINANCIAL LITERACY AMONG EMIRATIS	Ashraf Khalil, Salam Abdallah, Khalil Al-hilo, Ebere Iroadu
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 14	**Kevin Moustapha**	1	MUSICAL NOTATION READING VERSUS ALPHABET READING - COMPARISON AND IMPLICATIONS FOR TEACHING MUSIC READING TO STUDENTS WITH DYSLEXIA	Ora Geiger
		2	COMPARATIVE STUDY OF FATIGUE AND DROWSINESS IN THE NIGHT-TIME PASSENGER TRANSPORTATION INDUSTRY IN JAPAN	Hiroshi Ikeda
		3	PSYCHOPATHIC DISORDERS AND JUDGES SENTENCING: CAN NEUROSCIENCES CHANGE THIS AGGRAVATING FACTOR IN A MITIGATING FACTOR?	Kevin Moustapha
		4	PECULIARITIES OF COMPREHENDING THE SUBJECTIVE WELL-BEING BY STUDENT WITH HIGH AND LOW LEVEL OF EMOTIONAL INTELLIGENCE	Veronika Pivkina, Alla Kim, Khon Nataliya
		5	TYPES OF EPILEPSIES AND FINDINGS EEG- LORETA ABOUT EPILEPSY	Leila Maleki, Ahmad Esmali Kooraneh, Hossein Taghi Derakhshi
		6	CASE STUDIES IN THREE DOMAINS OF LEARNING: COGNITIVE, AFFECTIVE, PSYCHOMOTOR	Zeinabsadat Haghshenas
		7	ADDICTIVE USE DUE TO PERSONALITY: FOCUSED ON BIG FIVE PERSONALITY TRAITS AND GAME ADDICTION	Eui Jun Jeong, Hye Rim Lee
		8	THE USE OF EMOTICONS IN POLITE PHRASES OF GREETINGS AND THANKS	Zuzana Komrsková
		9	CHILDREARING STYLES AND FAMILY COMMUNICATION PATTERNS AMONG UNIVERSITY STUDENTS	Pegah Farokhzad
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 15	**Norma Rodrigues Gomes**	1	EVALUATION OF THE EFFECTS OF CLIMATE CHANGE IN DESTRUCTION PROCEDURE ON IRAN-S HISTORIC BUILDINGS	Firouz Parvizian Ganje, Emad Hezbkhah, Behbood Maashkar
		2	OPTIMAL USE OF CLIMATE IN THE CONSTRUCTION OF TRADITIONAL HOUSING AS A GREENHOUSE IN IRAN	Emad Hezbkhah, Ebrahim Akhlaghi
		3	THE INTERNET, ITS SOCIAL AND ETHICAL PROBLEM TO THE YOUNG AND HOW CURRICULUM CAN ADDRESS THE ISSUE	R. Ramli
		4	LEAN THINKING PROCESS IN THE DETERMINATION OF DESIGN SUGGESTIONS TO OPTIMIZE TREATMENT OF WEEE	Anastasia Katsamaki, Nikolaos Bilalis, Vassilis Dedoussis
		5	CORPORATE SUSTAINABLE DEVELOPMENT ASSESSMENT BASE ON THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	Sun Mei, Nagata Katsuya, Onoda Hiroshi
		6	KNOWLEDGE MANAGEMENT APPLIED TO FORENSIC SCIENCES	Norma Rodrigues Gomes
		7	SELECTION OF EXTRACURRICULAR EDUCATION FACILITIES AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE ANALYSIS OF MEG-CITY SPATIAL SYSTEM	Chen Zhang, Wei Yaping
		8	THE USED OF ENVIRONMENTAL ETHICS IN METHODS AND TECHNIQUES OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT	Amir Hossein Davami, Ali Gholami, Ebrahim Panahpour
		9	SYSTEMS AND SOFTWARE SAFETY AND SECURITY	Marzieh Mokhtaripour
		10		

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Doç. Dr. Abdullah KARATAŞ**	1	TOPLUMSAL CİNSİYETE DAYALI AYRIMCILIK: TÜRKİYE'DE SURİYELİ KADIN GÖÇMENLER ÖZELİNDE BİR İRDELEME	Dr. Cahide GÖĞÜSDERE
		2	LOOKING AT SOCIAL WORK IN TERMS OF VALUES AS A TOOL OF SOCIAL CONTROL	Assoc. Prof. Dr. Melahat DEMİRBİLEK
		3	RESILIENT CITIES FROM SOCIAL WORK PERSPECTIVE	Assoc. Prof. Dr. Melahat DEMİRBİLEK
		4	ZAMAN YÖNETİMİNİN VERİMLİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA	Öğr. Gör. Gökhan BİLİCİ Doç. Dr. Sefa USTA
		5	LOCAL GOVERNMENTS IN THE TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS: A COMPARATIVE ANALYSIS WITH TÜRKİYE	Doç. Dr. Sefa USTA Öğr. Gör. Gökhan BİLİCİ
		6	HOW DOES AN ARCHITECT COMMUNICATE WITH THE BUILDING: INTERPRETATION ON THE EXAMPLE OF SVETI STEFAN CHURCH	Res. Assist. Elif ATICI
		7	DIGITAL TRANSFORMATION IN TURKIYE: ADDRESSING THE CHALLENGES OF AN AGING POPULATION	Dr, Yelda BEKTAŞ
		8	THOUGHTS OF SOCIOLOGISTS WORKING IN MUNICIPALITY OF MARDİN ON THE SOCIAL ASSISTANCE PROVIDED TO SYRIAN IMMIGRANTS BY THE MUNICIPALITY	Doç. Dr. Cemil İNAN Rena YASİN
		9	CIVIL SOCIETY AFTER EARTHQUAKE DISASTER MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS: EXAMPLE OF MARDIN PROVINCE	Doç. Dr. Cemil İNAN Halil KÖSESOY
		10	DEPREMLER KONUSUNDA TOPLUMSAL BİLİNÇLENME SAĞLANMASINDA EĞİTİM FAALİYETLERİNİN ÖNEMİ	Doç. Dr. Abdullah KARATAŞ
		11	2050 YILI HEDEFLERİNDE KENT İÇİ ULAŞIMIN ROLÜ VE ÖNEMİ	Doç. Dr. Abdullah KARATAŞ

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Doç. Dr. Banu ÖZBUCAK ALBAR**	1	THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS ON SECTORS	Öğr. Gör. Dr. Ahmet TAŞ,
		2	OTEL İŞLETMELERİNİN WEB ORTAMINDA ENGELLİ BİREYLERE SUNDUĞU HİZMETLERİN İNCELENMESİ	Öğretim Görevlisi, Dilek EREN Öğretim Görevlisi, Hatice Zeynep ÖZTÜRK Prof. Dr., Ruziye COP
		3	WORKING LIFE PROBLEMS OF DIGITAL PLATFORM EMPLOYEES	Doç. Dr. Banu ÖZBUCAK ALBAR
		4	DIGITAL TRANSFORMATIONS IN CUSTOMER RELATIONS MANAGEMENT	Doç. Dr. Banu ÖZBUCAK ALBAR
		5	ETİK İKLİMİN CAM TAVAN SENDROMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI	Prof.Dr. İsmail BAKAN Prof.Dr. Burcu ERŞAHAN Doç.Dr. Arif Selim EREN Elife Nesibe KEKEÇ
		6	SOSYAL AĞLAR ÜZERİNDEN KURULAN YÖNETİCİ VE YÖNETİLEN BAĞLANTILARININ YÖNETİLENİN KİMLİK YÖNETİMİNE OLASI ETKİLERİ	Birsel TEPEBAŞI Feyza ALTUN Dr. Öğr. Üyesi Adem YAVAŞ
		7	ETNOSENTERİZMİN TÜKETİCİ BOYKUTU ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE TÜKETİCİ DÜŞMANLIĞININ ARACI ROLÜ: İSRAİL MANŞEİ ÜRÜNLERE YÖNELİK KUŞAKLAR ARASI KARŞILAŞTIRMA	Doç. Dr. Emel YILDIZ Doktora Öğrencisi, Halil Hakdan ÖZ
		8	TÜRKİYE GENELİNDEKİ EN BÜYÜK BEŞ MARKET ZİNCİRİNDE İLİŞKİSEL PAZARLAMA VE KURUMSAL İMAJIN POZİTİF AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA VE SADAKAT ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE İLİŞKİ KALİTESİNİN ARACI ETKİSİ: BAYBURT İLİ ÖRNEĞİ	Doç. Dr. Emel YILDIZ Doktora Öğrencisi, Halil Hakdan ÖZ
		9	THE EFFECTS OF DIGITAL TRANSFORMATION ON MANAGEMENT ACCOUNTING	Dr. Zeynep GİZER

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Doç. Dr. Gazanfer ANLI**	1	THE EFFECT OF ATTENTİON DEFİCİT AND IMPULSİVE TRAİTS ON SOCİAL ANXİETY İN ADOLESCENTS	Aybüke OZAN,
		2	EVALUATION OF POSTGRADUATE THESES ON HOPE AND OPTIMISM WRITTEN IN TURKEY	Doç. Dr. Gazanfer ANLI
		3	KİMLİK VE MESLEKİ KİMLİĞİN OLUŞUMUNDA GİYİMİN ROLÜ	Öğr. Gör. Melike CİLOŞOĞLU Prof. Dr. Nurgül KILINÇ
		4	KARAR VERME SÜRECİNDE SEZGİLERİN ÖNEMİ VE ROLÜ	Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi İslim Deniz KARATEL
		5	ANNELERİN EBEVEYNLİK STİLLERİNİN KUŞAKLARARASI AKTARIMININ İNCELENMESİ: KİŞİLİĞİN ARACILIK ETKİSİ	Dr. Hale SAVCI Prof. Dr. Ferda AYSAN
		6	ERGENLERİN ÇOCUKLUK ÇAĞI ÖRSELENME YAŞANTILARI İLE GELECEK BEKLENTİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ	Dr. Hale SAVCI Doç. Dr. Arzu GÜLBAHÇE

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Doç. Dr. Serdal KARA**	1	DİALECT ELEMENTS İN THE NOVEL / DRAMA TENEKE	Doç. Dr. Serdal KARA
		2	A MYTHOLOGICAL PERSON IN THE DIVAN OF ŞEYHÜLİSLÂM YAHYÂ EFENDİ: CEM	Dr. Öğr. Üyesi, Abdulsamet DEMİRBAĞ
		3	TRAKHİSLİ KADINLAR 1021-1022: HERAKLES'İ KURTARMAK	Doç. Dr. Esengül AKINCI ÖZTÜRK
		4	MANTIKSAL KÖTÜLÜK PROBLEMİ: MACKIE VE FLEW BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME	Dr. Fatma Nur AĞCA
		5	HEGEL FELSEFESİ'NDE EFENDİ-KÖLE DİYALEKTİĞİ	Seda YURTSEVEN
		6	İŞTE'NİN SÖZCÜK TÜRÜ ÜZERİNE	Doç.Dr. Burhan BARAN
		7	KUR'ÂN-I ANLAMADA TAHLİLÎ TEFSİR METODUNUN İŞLEVİ: FECR SÛRESİ ÖRNEĞİ	Yüksek Lisans Öğrencisi, Ahmet BÜLBÜL
		8	İSLAM TEFEKKÜRÜNDE ELEŞTİREL DÜŞÜNME VAR MI? GAZÂLÎ ÖRNEĞİ	Arş. Gör. Sinem ÖNDEŞ

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YILDIRIMÇAKAR**	1	DÜNYA EKONOMİSİNDE MERKANTİLİZMİN AYAK SESLERİ	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YILDIRIMÇAKAR Prof. Dr. Zafer KANBEROĞLU
		2	AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE TÜRKİYE ARASINDAKİ ULUSLARARASI TİCARET ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	Yüksek Lisans Öğrencisi, Yasin KARA Yüksek Lisans Öğrencisi, Ece KORKMAZ
		3	Çelik Sektörünün İhracatı Üzerine Bir Değerlendirme	Yüksek Lisans Öğrencisi, Ece KORKMAZ Yüksek Lisans Öğrencisi, Yasin KARA
		4	PUBLIC DEBT and ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE from JAPAN	Özgür Özaydın Can Apaydın
		5	THE RELATIONHIP between TOTAL DEBT SERVICE and INCOME: An ARDL APPROACH for the CASE of BRAZIL	Özgür Özaydın Can Apaydın
		6	BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER İLE İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÜZERİNE EKONOMETRİK BİR UYGULAMA	Dr. Cemalettin LEVENT Doç. Dr. Fatma Fehime AYDIN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:00 – 17:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Assist. Prof., Mahmut BİNGÖL**	1	INVESTIGATION OF THE EFFECT OF THE USE OF DIFFERENT RESINS IN SMC COMPOSITES ON MECHANICAL PROPERTIES	Assist. Prof., Mahmut BİNGÖL
		2	A MINI-REVIEW ON APPLICATIONS OF COMPOSITE MATERIALS FOR BRAIDING TECHNOLOGIES	Ph.D. Candidate, Ömer Fırat TURŞUCULAR Ph.D. Candidate, Elif Dicle TURŞUCULAR
		3	SPİN-ON TİP FİLTRELERDE İÇ ELEMANDA METAL KAPAK YERİNE EKO TİP ERİTME KAPAK KULLANIMININ ARAŞTIRILMASI	Hasan CANIMOĞLU Eylül Büşra TAPANYİĞİT Mehmet ÖZDEMİR
		4	SERT ELOKSAL KAPLAMA UYGULAMASININ A356-T6 ALAŞIMININ KOROZYON DİRENCİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ	Arge Mühendisi, Burçak Kardelen KÖROĞLU Arge Teknikeri, Caner KALENDER
		5	LASTİK YANAK KALINLIĞININ JANTIN DAYANIMI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ	Arge Kıdemli Uzmanı, Meriç Işık Arge ve Çözüm Merkezi Kıdemli Müdürü, Ömer Burak Çe Arge Teknikeri, Caner KALENDER
		6	Extraction of Low Sulfur Diesel-Like Fuel from Waste Engine oil by Pyrolytic Distillation and Sulfurization Process of this fuel	Abdulkerim YILDIZ Doç. Dr. Selman AYDIN
		7	Experimental Analysis of Combustion Characteristics of Low Sulfur Diesel-Like Fuel from Waste Engine Oils and Waste Tire Oils at Idle Operation Condition of a CI Engine	Abdulkerim YILDIZ Doç. Dr. Selman AYDIN

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	**Doç.Dr. Serhat ÇELİKTEN**	1	ATIK BAZALT TOZU, BAZALT LİFİ VE BAZALT KUMU İLE ÜRETİLEN GEOPOLİMER HARÇLARIN DAYANIM GELİŞİMLERİNİN ARAŞTIRILMASI	Doç.Dr. Serhat ÇELİKTEN Berfun ÇAVUŞOĞLU
		2	ATIK BAZALT TOZU ESASLI GEOPOLİMERLERİN ORTAM KÜRÜ KOŞULLARINDAKİ DAYANIM GELİŞİMİNE YÜKSEK FIRIN CÜRUFU ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI	Doç.Dr. Serhat ÇELİKTEN
		3	KENT, KENTLEŞME VE KENTLİLEŞME ÜZERİNE KAVRAMSAL İNCELEME	Yüksek Şehir ve Bölge Plancısı Hüsne TEMUR Doç. Dr. Seçil Gül MEYDAN YILDIZ
		4	KENTSEL DÖNÜŞÜMÜN ÇERÇEVESİ: KENTSEL DÖNÜŞÜM NEDİR NE DEĞİLDİR?	Doç. Dr. Seçil Gül MEYDAN YILDIZ Yüksek Şehir ve Bölge Plancısı Hüsne TEMUR
		5	RESEARCH OF WOMEN'S ATTİTUDE TOWARD THE USE OF BİCYCLES	Dr. Öğr. Üyesi, Ayşe ÜNAL İsmail ÖNER
		6	OFİS FONKSİYONLU YÜKSEK BİNALARDA TERAS BAHÇELERİNİN SÜRDÜRELEBİLİR MEKÂN YAKLAŞIMLARI: AMERİKA ÖRNEKLERİ	Dr. Öğr. Üyesi Emre ÇUBUKÇU
			OFİS FONKSİYONLU YÜKSEK BİNALARDA TERAS BAHÇELERİNİN SÜRDÜRELEBİLİR MEKÂN YAKLAŞIMLARI: UZAKDOĞU ÖRNEKLERİ	Dr. Öğr. Üyesi Emre ÇUBUKÇU
			SEDDÜLBAHİR CASTLE OPEN-AIR MUSEUM EXAMPLE IN THE CONTEXT OF CULTURAL LANDSCAPE	Arş. Gör. Dr. Necla Ece ÖNCÜL Arş. Gör. Tuğçenur METİN PARLAK
			EXAMINATION OF ÇANAKKALE KİLİTBAHİR CASTLE MUSEUM IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE LANDSCAPE DESIGN PRINCIPLES IN HISTORICAL AREAS	Arş. Gör. Dr. Necla Ece ÖNCÜL

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 8	**Zhankuliyeva S. A.**	1	A STUDY OF THE DAMAGES TO HISTORICAL MONUMENTS DUE TO CLIMATIC FACTORS AND AIR POLLUTION AND OFFERING SOLUTIONS	Shoureshe Kanani, Hassan Zandi
		2	THE CONCEPT OF PLACE AND SENSE OF PLACE IN ARCHITECTURAL STUDIES	Mina Najafi, Mustafa Kamal Bin Mohd Shariff
		3	TOWARDS A UTAUT-BASED MODEL FOR THE STUDY OF EGOVERNMENT CITIZEN ACCEPTANCE IN SAUDI ARABIA	Alzahrani.M.E, Goodwin.R.D
		4	FEATURES OF PARTY CONSTRUCTION IN THE COURSE OF POLITICAL MODERNIZATION OF KAZAKHSTAN	Zhankuliyeva S. A.
		5	DESIGNING A RESCUE SYSTEM FOR EARTHQUAKE-STRICKEN AREA WITH THE AIM OF FACILITATION AND ACCELERATING ACCESSIBILITIES (CASE STUDY: CITY OF TEHRAN)	Naeleh Motamedi, Masoud Mahmoudkhan Shirazi, Nima Nouraei
		6	AGED SOCIETY: A PITFALL	Siti Norfazlina Yusoff, Noorlailahusna Mohd Yusof
		7	DRIVING BEHAVIORS AT INTERSECTIONS (CASE STUDY-TEHRAN-ZONE 3-REGION 3)	A. Mansour Khaki, A. E. Forouhid, S. Hemmati, M. Rahnamay-Naeini
		8	A QUANTITATIVE ASSESSMENT OF THE SOCIAL MARGINALIZATION IN ROMANIA	Andra Costache, Rădiţa Alexe
		9		
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 9	**Ilze Stokmane**	1	DIFFERENCE IN THE COLOR PREFERENCE BY A GEOGRAPHICAL FACTOR	Kazuko Sakamoto
		2	INFLUENCE OF CITY ENVIRONMENT TO THE REGIONAL DEVELOPMENT IN BALTIC COUNTRIES	Ilze Stokmane
		3	BORIA: A CONVENTIONAL THEATRE IN MALAYSIA	Farideh Alizadeh, Mohd Effindi Samsuddin
		4	THE ROLE OF THE INDIGENOUS LANGUAGES IN POLICY PLANNING AND IMPLEMENTATION: A SOCIOLINGUISTIC APPRAISAL OF THE NATIONAL REBRANDING PROGRAMME OF NIGERIA	Anayochukwu Leonard Okoli
		5	CITIZENS' PERCEPTIONS TOWARDS E-GOVERNANCE: FIELD STUDY	Alaa-Aldin Abdul Rahim A. Al Athmay
		6	A STUDY OF PRIORITY EVALUATION AND RESOURCE ALLOCATION FOR REVITALIZATION OF CULTURAL HERITAGES IN THE URBAN DEVELOPMENT	Wann-Ming Wey, Yi-Chih Huang
		7	RESIDENTIAL SELF-SELECTION AND ITS EFFECTS ON URBAN COMMUTE TRAVELS IN IRANIAN CITIES COMPARED TO US, UK, AND GERMANY	Houshmand E. Masoumi
		8	COMPARATIVE ANALYSIS OF MEASURES TO SECURE TWO-WAY EVACUATION ROUTES FOR VULNERABLE PEOPLE DURING LARGE DISASTERS IN A HISTORIC AREA	Nobuo Mishima, Naomi Miyamoto, Yoko Taguchi
		9	THE CITIZEN PARTICIPATION IN PREVENTING ILLEGAL DRUGS PROGRAM IN BANGKOK, THAILAND	Ratthapong Bunyanuwat
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 10	**moderatör**	1	GREEN BUILDING AND ENERGY SAVING	Nahed Ayedh Al-Hajeri
		2	FEMALE EXECUTIVE CAREER SUCCESS AND SATISFACTION IN BANGKOK, THAILAND	ipon Sasithornsaowapa
		3	AN APPROACH TO CONSTRUCT CRITERIA FOR EVALUATING ALTERNATIVES IN DECISION-MAKING	Niina M. Nissinen
		4	THE DOCUMENTARY ANALYSIS OF META-ANALYSIS RESEARCH IN VIOLENCE OF MEDIA	Proud Arunrangsiwed
		5	THE THOUGHT OF ISLAMIC LITERATURE IN MODERN MALAYSIAN LITERATURE	Rosni bin Samah
		6	THE ENTHRONEMENT OF TURKIC-MONGOL RULERS AND KAGAN FUNCTIONS	Zhanar Kozhabekova
		7	THE ROLE OF MIDDLE CLASS IN FORMING OF CONSUMPTION HABITS OF MARKET INSTITUTIONS AMONG KAZAKH HOUSEHOLDS IN TRANSITION PERIOD	Daurenbek Kuleimenov, Elmira Otar
		8	A WAY OF CONVERTING COLOR IMAGES TO GRAY SCALE ONES FOR THE COLOR-BLIND -APPLYING TO THE PART OF THE TOKYO SUBWAY MAP-	Katsuhiro Narikiyo, Shota Hashikawa
		9	SATISFACTION SURVEY OF A DISPLACED POPULATION AFFECTED BY A NEW PLANNED DEVELOPMENT OF NAYA RAIPUR, INDIA	Sagar Jajoo
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 11	**Paola Lecca**	1	USE OF CURCUMIN IN RADIOCHEMOTHERAPY INDUCED ORAL MUCOSITIS PATIENTS: A CONTROL TRIAL STUDY	Shivayogi Charantimath
		2	PROTEINS LENGTH AND THEIR PHENOTYPIC POTENTIAL	Tom Snir, Eitan Rubin
		3	MODELING AND ANALYSIS OF THE EFFECTS OF NEPHROLITHIASIS IN KIDNEY USING A COMPUTATIONAL TACTILE SENSING APPROACH	Elnaz Afshari, Siamak Najarian
		4	COMPUTATIONAL IDENTIFICATION OF BACTERIAL COMMUNITIES	Eleftheria Tzamali, Panayiota Poirazi, Ioannis G. Tollis, Martin Reczko
		5	ON THE MATHEMATICAL STRUCTURE AND ALGORITHMIC IMPLEMENTATION OF BIOCHEMICAL NETWORK MODELS	Paola Lecca
		6	BLOOD LYMPHOCYTE AND NEUTROPHIL RESPONSE OF CULTURED RAINBOW TROUT, ONCORHYNCHUS MYKISS, ADMINISTERED VARYING DOSAGES OF AN ORAL IMMUNOMODULATOR – 'FIN-IMMUNE™'	Duane Barker, John Holliday
		7	MULTIWAVELET AND BIOLOGICAL SIGNAL PROCESSING	Morteza Moazami-Goudarzi, Ali Taheri, Mohammad Pooyan, Reza Mahboobi
		8	DETECTION AND CORRECTION OF ECTOPIC BEATS FOR HRV ANALYSIS APPLYING DISCRETE WAVELET TRANSFORMS	Desmond B. Keenan
		9	SAF: A SUBSTITUTION AND ALIGNMENT FREE SIMILARITY MEASURE FOR PROTEIN SEQUENCES	Abdellali Kelil, Shengrui Wang, Ryszard Brzezinski
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 12	**Bhaskar Thakker**	1	EFFECT OF COLD PLASMA-SURFACE MODIFICATION ON SURFACE WETTABILITY AND INITIAL CELL ATTACHMENT	Masao Yoshinari, Jianhua Wei, Kenichi Matsuzaka, Takashi Inoue
		2	SURFACE CHARGE BASED RAPID METHOD FOR DETECTION OF MICROBIAL CONTAMINATION IN DRINKING WATER AND FOOD PRODUCTS	Kandpal M. , Gundampati R. K , Debnath M.
		3	ONE-DOF PRECISION POSITION CONTROL USING THE COMBINED PIEZO-VCM ACTUATOR	Yung-Tien Liu, Chun-Chao Wang
		4	OUTLIER PULSE DETECTION AND FEATURE EXTRACTION FOR WRIST PULSE ANALYSIS	Bhaskar Thakker, Anoop Lal Vyas
		5	VISCOELASTIC MODELING OF BRAIN MRE DATA USING FE METHOD	H. Ajabi Naeeni, M. Haghpanahi
		6	COMPUTATIONAL ANALYSIS OF THE MEMBRANETARGETING DOMAINS OF PLANT-SPECIFIC PRAF PROTEINS	Ewa Wywial, Shaneen M. Singh
		7	A NEW RIGID FISTULECTOMY SET FOR MINIMALLY INVASIVE “CORE-OUT“ EXCISION OF HIGH ANAL FISTULAS	Siamak Najarian, Meysam Esmaeili, Mohsen Towliat Kashani
		8	PRESENTING A COMBINATORIAL FEATURE TO ESTIMATE DEPTH OF ANESTHESIA	Toktam Zoughi, Reza Boostani
		9	WASP VENOM PEPTIDES MAY PLAY A ROLE IN THE PATHOGENESIS OF ACUTE DISSEMINATED ENCEPHALOMYELITIS IN HUMANS: A STRUCTURAL SIMILARITY ANALYSIS	Permphan Dharmasaroja
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 13	**Kateřina Sekulová,**	1	A HEURISTIC STATISTICAL MODEL FOR LIFETIME DISTRIBUTION ANALYSIS OF COMPLICATED SYSTEMS IN THE RELIABILITY CENTERED MAINTENANCE	Mojtaba Mahdavi, Mohamad Mahdavi, Maryam Yazdani
		2	DYNAMICS IN PRODUCTION PROCESSES	Marco Kennemann, Steffen C. Eickemeyer, Peter Nyhuis
		3	THE CLASSIFICATION MODEL FOR HARD DISK DRIVE FUNCTIONAL TESTS UNDER SPARSE DATA CONDITIONS	S. Pattanapairoj, D. Chetchotsak
		4	THE LINK BETWEEN ERGONOMICS AND OCCUPATIONAL DISEASES	Kateřina Sekulová, Michal Šimon
		5	A STUDY ON A DISCRETE EVENT SIMULATION MODEL FOR AVAILABILITY ANALYSIS OF WEAPON SYSTEMS	Hye Lyeong Kim, Sang Yeong Choi
		6	RESEARCH ON THE LAYOUT OF GROUND CONTROL POINTS IN PLAIN AREA 1:10000 DLG PRODUCTION USING POS TECHNIQUE	Dong Ming, Chen Haipeng
		7	PROJECT COMPLEXITY INDICES BASED ON TOPOLOGY FEATURES	Amer A. Boushaala
		8	PREDICTING THE LIFE CYCLE OF COMPLEX TECHNICAL SYSTEMS (CTS)	Khalil A. Yaghi, Samer Barakat
		9	APPLICATION OF MACHINE LEARNING METHODS TO ONLINE TEST ERROR DETECTION IN SEMICONDUCTOR TEST	Matthias Kirmse, Uwe Petersohn, Elief Paffrath
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 14	**Shailendra Kumar**	1	AREAS OF LEAN MANUFACTURING FOR PRODUCTIVITY IMPROVEMENT IN A MANUFACTURING UNIT	Hudli Mohd. Rameez, K.H.Inamdar
		2	AI APPLICATIONS TO METAL STAMPING DIE DESIGN– A REVIEW	Vishal Naranje, Shailendra Kumar
		3	SPAM E-MAIL: HOW MALAYSIAN E-MAIL USERS DEAL WITH IT?	Yanti Rosmunie Bujang, Husnayati Hussin
		4	INTER-ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE TRANSFER THROUGH MALAYSIA E-GOVERNMENT IT OUTSOURCING: A THEORETICAL REVIEW	Nor Aziati Abdul Hamid, Juhana Salim
		5	USING MULTI-OBJECTIVE PARTICLE SWARM OPTIMIZATION FOR BI-OBJECTIVE MULTI-MODE RESOURCE-CONSTRAINED PROJECT SCHEDULING PROBLEM	Fatemeh Azimi, Razeeh Sadat Aboutalebi, Amir Abbas Najafi
		6	A ROUGH-SET BASED APPROACH TO DESIGN AN EXPERT SYSTEM FOR PERSONNEL SELECTION	Ehsan Akhlaghi
		7	SCHEDULING A PROJECT TO MINIMIZE COSTS OF MATERIAL REQUIREMENTS	Amir Abbas Najafi, Nima Zoraghi, Fatemeh Azimi
		8	DIAGNOSING THE CAUSE AND ITS TIMING OF CHANGES IN MULTIVARIATE PROCESS MEAN VECTOR FROM QUALITY CONTROL CHARTS USING ARTIFICIAL NEURAL NETWORK	Farzaneh Ahmadzadeh
		9	AN MCDM APPROACH TO SELECTION SCHEDULING RULE IN ROBOTIC FLEXIBE ASSEMBLY CELLS	Khalid Abd, Kazem Abhary, Romeo Marian
		10		

AKDENIZ 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 15	**Dylan M. Copeland**	1	A TWO-STAGE MULTI-AGENT SYSTEM TO PREDICT THE UNSMOOTHED MONTHLY SUNSPOT NUMBERS	Mak Kaboudan
		2	STEPSIZE CONTROL OF THE FINITE DIFFERENCE METHOD FOR SOLVING ORDINARY DIFFERENTIAL EQUATIONS	Davod Khojasteh Salkuyeh
		3	GROEBNER BASES COMPUTATION IN BOOLEAN RINGS IS P-SPACE	Quoc-Nam Tran
		4	A MULTI-PERIOD PROFIT MAXIMIZATION POLICY FOR A STOCHASTIC DEMAND INVENTORY SYSTEM WITH UPWARD SUBSTITUTION	Soma Roychowdhury
		5	OPTIMAL CONTROL OF VISCOELASTIC MELT SPINNING PROCESSES	Shyam S.N. Perera
		6	A COMPLETED ADAPTIVE DE-MIXING ALGORITHM ON STIEFEL MANIFOLD FOR ICA	Jianwei Wu
		7	BOUNDARY-ELEMENT-BASED FINITE ELEMENT METHODS FOR HELMHOLTZ AND MAXWELL EQUATIONS ON GENERAL POLYHEDRAL MESHES	Dylan M. Copeland
		8	A MULTIVARIATE MOVING AVERAGE CONTROL CHART FOR PHOTOVOLTAIC PROCESSES	Chunchom Pongchavalit
		9	FURTHER INVESTIGATIONS ON HIGHER MATHEMATICS SCORES FOR CHINESE UNIVERSITY STUDENTS	Xun Ge
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 16	**Miloš Šeda**	1	OPTIMIZING OF GAS CONSUMPTION IN GAS-BURNER SPACE HEATER	Saead Negahdari, Davood Jalali Vahid
		2	A SUPERVISORY SCHEME FOR STEP-WISE SAFE SWITCHING CONTROLLERS	Fotis N. Koumboulis, Maria P. Tzamtzi
		3	FLEXIBLE HEURISTICS FOR PROJECT SCHEDULING WITH LIMITED RESOURCES	Miloš Šeda
		4	CLASSIC AND HEURISTIC APPROACHES IN ROBOT MOTION PLANNING A CHRONOLOGICAL REVIEW	Ellips Masehian, Davoud Sedighizadeh
		5	STABILIZER FILLET WELD STRENGTH UNDER MULTIAXIAL LOADING (EFFECT OF FORCE, SIZE AND RESIDUAL STRESS)	Iman Hadipour, Javad Marzbanrad
		6	INTELLIGENT ABS FUZZY CONTROLLER FOR DIVERSE ROADSURFACES	Roozbeh Keshmiri, Alireza Mohamad Shahri
		7	A VARIABLE STRUCTURE MRAC FOR A CLASS OF MIMO SYSTEMS	Ardeshir Karami Mohammadi
		8	NEURO-HYBRID MODELS FOR AUTOMOTIVE SYSTEM IDENTIFICATION	Ventura Assuncao
		9	AN EXPERT SYSTEM FOR CAR FAILURE DIAGNOSIS	Ahmad T. Al-Taani
		10		

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 17	**Tadatsugu Kitamoto**	1	MODELING HYBRID SYSTEMS WITH MLD APPROACH AND ANALYSIS OF THE MODEL SIZE AND COMPLEXITY	H. Mahboubi, B. Moshiri, A. Khaki Seddigh
		2	INTER-PHASE MAGNETIC COUPLING EFFECTS ON SENSORLESS SR MOTOR CONTROL	N. H. Mvungi
		3	T-DOF PI CONTROLLER DESIGN FOR A SPEED CONTROL OF INDUCTION MOTOR	Tianchai Suksri, Satean Tunyasrirut
		4	USING FUZZY CONTROLLER IN INDUCTION MOTOR SPEED CONTROL WITH CONSTANT FLUX	Hassan Baghgar Bostan Abad, Ali Yazdian Varjani, Taheri Asghar
		5	A METHOD FOR QUALITY INSPECTION OF MOTORS BY DETECTING ABNORMAL SOUND	Tadatsugu Kitamoto
		6	INFORMATION SYSTEM FOR DATA SELECTION AND NEW INFORMATION ACQUISITION FOR RECONFIGURABLE MULTIFUNCTIONAL MACHINE TOOLS	Sasho Guergov
		7	PERFORMANCE EVALUATION OF POWDER METALLURGY ELECTRODE IN ELECTRICAL DISCHARGE MACHINING OF AISI D2 STEEL USING TAGUCHI METHOD	Naveen Beri, S. Maheshwari, C. Sharma, Anil Kumar
		8	KINEMATIC MODELING AND WORKSPACE ANALYSIS OF A SPATIAL CABLE SUSPENDED ROBOT AS INCOMPLETELY RESTRAINED POSITIONING MECHANISM	Jahanbakhsh Hamedi, Hassan Zohoor
		9	MODELING PARAMETRIC VIBRATION OF MULTISTAGE GEAR SYSTEMS AS A TOOL FOR DESIGN OPTIMIZATION	James Kuria, John Kihiu
		10	FREE VIBRATION ANALYSIS OF SMART FGM PLATES	F.Ebrahimi, A.Rastgo

AKDENIZ
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AKDENIZArt 1st INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
NOVEMBER 2 - 5, 2023 - KYRENIA
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

5 Kasım/ November 5, 2023 / 15:30 – 17:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL 18	**Vu Ngoc Pi**	1	ASYMPTOTIC STABILIZATION OF AN ACTIVE MAGNETIC BEARING SYSTEM USING LMI-BASED SLIDING MODE CONTROL	Abdul Rashid Husain, Mohamad Noh Ahmad, Abdul Halim Mohd. Yatim
		2	DESIGN OF A 5-JOINT MECHANICAL ARM WITH USER-FRIENDLY CONTROL PROGRAM	Amon Tunwannarux, Supanunt Tunwannarux
		3	OPTIMAL CALCULATION OF PARTIAL TRANSMISSION RATIOS OF FOUR-STEP HELICAL GEARBOXES FOR GETTING MINIMAL GEARBOX LENGTH	Vu Ngoc Pi
		4	FUZZY WAVELET PACKET BASED FEATURE EXTRACTION METHOD FOR MULTIFUNCTION MYOELECTRIC CONTROL	Rami N. Khushaba, Adel Al-Jumaily
		5	VIBRATION BASE IDENTIFICATION OF IMPACT FORCE USING GENETIC ALGORITHM	R. Hashemi, M.H.Kargarnovin
		6	FRACTURE TOUGHNESS CHARACTERIZATION OF CARBON-EPOXY COMPOSITE USING ARCAN SPECIMEN	M. Nikbakht, N. Choupani
		7	UNIFIED FUSION APPROACH WITH APPLICATION TO SLAM	Xinde Li, Xinhan Huang, Min Wang
		8	AN EXAMPLE OF OPEN ROBOT CONTROLLER ARCHITECTURE - FOR POWER DISTRIBUTION LINE MAINTENANCE ROBOT SYSTEM -	Yingxin He, Kyouichi Tatsuno
		9	GENERALIZATION OF SGIP SURFACE TENSION FORCE MODEL IN THREE-DIMENSIONAL FLOWS AND COMPARE TO OTHER MODELS IN INTERFACIAL FLOWS	Afshin Ahmadi Nadooshan, Ebrahim Shirani
		10		

AKDENIZArt 1st International Group Exhibition					
Salon / Hall	**Oturum Başkanı / Session Chair**		**Eser Adı / Art Work**	Artist	**Tema / Theme**
		1	DİNO	Gülay Beyzanur ALTUNBAŞ	
		2	Kemeraltı	Doç. Dr. Hilal Süreyya Yılmaz	
		3	OttomaNeon: Illuminating Heritage in Digital Fusion | OsmaNeon: Dijital Füzyonda Mirası Aydınlatmak	Jörn Fröhlich	
		4	Katre	Doç. Dr. Nermin ÖZCAN ÖZER	
		5	Katreli Gölge	Doç. Dr. Nermin ÖZCAN ÖZER	
		6	Hurde Rumi	Dr. Öğr. Üyesi Hamide Nur ÖZSOY	
		7	Yalın Rumi	Dr. Öğr. Üyesi Hamide Nur ÖZSOY	
		8	biyogGRAFİ / bioGRAPHY	Doç. Dr. Haydar BALSEÇEN	
		9	Güneş/Sun	Neslihan Şahin	
		10	Köprü/Bridge	ADİL ŞAHİN	
		11	isimsiz	Aysel Sevgi ÖZTEN	
		12	Manifesto III	Dr. Öğr. Üyesi Gökçe Coşkun	
		13	GÜLDESTE / ROSARY	Dr.Öğr.Ü.Nursen GEYİK DEĞERLİ	
		14	Kırılma	Dr. Öğr. Üyesi Bahar Yıldız	
		15	AKDENİZ / MEDITERRANEAN	Öğr. Gör. Dilek AKDEMİR	
		16	Bahar / Spring	Dr. Öğr. Ü. Cantürk ÖZ	
		17	Kestane	Dr. Öğretim Üyesi Mustafa TUNÇ	

18	Kutnu	Arş. Gör. Dr. Arzu BOR KOCAMANf
19	Yaşam Alanı II	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KOCALAN
20	Şiirsel Kent Yazıları	Doç. Ayşegül Türk
21	Beyaz Bisiklet	Dr. Öğretim Üyesi, Mehmet Ceyhan

Photo Gallery








Dünyadaki her şey için,
medeniyet için,
hayat için,
başarı için,
en hakiki mürşit bilimdir,
fendir.
M.Kemal Atatürk











https://kktcb.org/tr/cumhurbaskani-ersin-tatar-10uluslararasi-sosyal-ve-uygulamali-bilimler-kongresine-katildi-11658?fbclid=IwAR3vJyeSFziKwcKyFh2ah12hSDG69PpMS_RN8rubTNW0UlqwAkYPClUuK78

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02pKv56TqRiE2ke8o8SN3ruUzXWwxVu49jLNRYU3BtSX7j7TJM7oY36e7iGELv7iApl&id=100064728576864&sfnsn=wa&mibextid=RUbZ1f

https://fb.watch/o4VCdChClH/?mibextid=RUbZ1f

https://tak.gov.ct.tr/haber-detay/tore--akdeniz-10--uluslararasi-sosyal-ve-uygulamali-bilimler-kongresi-ne-katildi

https://www.kibrisgenctv.com/kibris/tore-akdeniz-10uluslararasi-sosyal-ve-uygulamali-bilimler-kongresine-h122693.html

https://www.kibristurk.com/haber/tore-akdeniz-10-uluslararasi-sosyal-ve-uygulamali-bilimler-kongresine-katildi-32541

Contents

AKILLI ŞEHİRLERDE ÇEVRE YÖNETİMİ VE KENTSEL HİZMETLER 1

KENTSEL HİZMETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE YÖNETİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: STRATEJİK YAKLAŞIMLAR VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ 13

OSMANLI DEVLETİ'NDEN TÜRKİYE CUMHURIYETİ'NE SİYASAL İKTIDARLARIN DEVALÜASYON KARARLARI ÜZERİNE TARİHSEL BİR ANALİZ 26

14 TEMMUZ 1958 IRAK İHTİLALİ VE TÜRK SİYASAL HAYATINA ETKİLERİ 39

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH IN BUSINESS ADMINISTRATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES 51

GREEN PRODUCTION: A LITERATURE REVIEW 62

FİZİKSEL ŞİDDETE YÖNELİK TUTUMLAR CİDDİ SERBEST ZAMAN FAALİYET SEÇİMİ ÜZERİNDE ETKİLİ MİDİR? 75

TÜRKİYE'NİN VERGİ GELİRİ PERFORMANSININ DÜZEY 1 VE DÜZEY 2 İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ 86

YAPAY ZEKA VE DİJİTALLEŞMEDEKİ GELİŞMELERİN MUHASEBE MESLEĞİNİN GELECEĞİNE ETKİLERİ ÜZERİNE TEORİK BİR ÇALIŞMA 100

TÜRKİYE MUHASEBE STANDARTLARI ÇERÇEVESİNDE DIŞ TİCARET İŞLEMLERİNDE ÖNEM ARZ EDEN HESAPLARIN İŞLEYİŞİ VE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ 110

EVALUATION OF THE INCREASE IN TAX RATES USING THE LAFFER CURVE 127

HALKLA İLİŞKİLER ÇERÇEVESİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI 133

ERP VE MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ: İŞLETMELERDE KULLANILACAK ERP SİSTEMİNİN SEÇİMİ 142

MOTİVASYONEL DİL TEORİSİ TEMELLİ KURUM İÇİ KRİZ YÖNETİM MODELİ ÖNERİSİ 161

PARASOSYAL ETKİLEŞİM: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI YÖNLENDİREN GÜÇLÜ BİR ARAÇ 176

THE ROLE OF INTERNAL PUBLIC RELATIONS IN THE OVERCOMING OF RESISTANCE TO INSTITUTIONAL CHANGE 186

TÜRKİYE'DE BANKA KREDİLERİNİN SEKTÖREL DAĞILIMININ İNCELEMESİ (2013-2023) 196

FİNANS SEKTÖRÜNDE ARTAN TEKNOLOJİ KULLANIMININ TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİLERİ (2013-2023) 209

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AND CONFLICT MANAGEMENT 223

THE PRACTICES OF LOCAL GOVERNMENTS FOR THE PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE IN CITIES AND THE ACTIVITIES OF ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPALITY 232

GREEN BUILDINGS AND THE ROLE OF MUNICIPALITIES 237

EMBRACING THE FUTURE OF PUBLIC ADMINISTRATION: EVALUATING THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF REMOTE WORK 249

TÜRKİYE'DE AFET YÖNETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ 259

MEDYA DA SAĞLIK HABERLERİ VE ETİK 269

DİJİTAL İLETİŞİM VE KRİZ YÖNETİMİ 277

SU VERİMLİLİĞİNDE BELEDİYELERİN UYGULAMALARI VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ. 290
BELEDİYELERİN ENGELSİZ YAŞAM UYGULAMALARI VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ 306
REAL ESTATE DEVELOPMENT AND LEGISLATION IN TURKEY 321
EVALUATION OF CURRENT URBANIZATION AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS IN TURKEY 328
AKADEMİSYENLERİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK ALGILARINI BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ 335
EMOJİLERİN PAZARLAMA İLETİŞİMİNDEKİ ROLÜ 344
SINIRLARI AŞAN EĞİTİM: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN SOSYO-EKONOMİK DURUMUNA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA..... 359
DİJİTAL OYUN OYNAYAN BİREYLERDE SERBEST ZAMAN İLGİLENİMİ 372
RİNGELMAN ETKİSİ: BİREYSEL KATKININ GÖRÜNÜR OLMASI PERFORMANSI ETKİLER Mİ? 378
THE EFFECT OF GREEN ADVERTISING AND ENVIRONMENTAL AWARENESS ON GREEN PRODUCT PURCHASING 385
DOĞAL AFETLERİN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINA ENTEGRASYONU VE AFETLERDE YAŞANAN DEZENFORMASYON..... 398
SAĞLIK HİZMETLERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: AVRUPA ÜLKELERİ VE TÜRKİYE SAĞLIKTA FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK POLİTİKALARI KARŞILAŞTIRMASI..... 414
ULUSLARARASI DÜZENLEMELER ÇERÇEVESİNDE KRİPTO VARLIKLARIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ 427
SAĞLIK EŞİTSİZLİKLERİNİN SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ ... 436
E-TİCARETTE MEVCUT VE ALTERNATİF ÖDEME SİSTEMLERİ; GÜVENLİK VE FRAUD YÖNETİMİ 447
MEASURING AND REPORTING THE INTERACTION OF BUSINESS WITH THEIR STAKEHOLDERS IN CREATING SUSTAINABLE VALUE: IMPACT ACCOUNTING..... 460
SANATTA ESTETİK DUYARLILIK VE ETİK İLİŞKİSİ 476
UZAKDOĞU ÇİÇEK DÜZENLEME SANATI “İKEBANA” 486
MODA TASARIM KALIP HAZIRLAMA-I DERSİNDE ÖĞRENCİLERİN ZORLANDIKLARI KONULAR 497
LİSE VE ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SANATA KARŞI TUTUMLARININ İNCELENMESİ..... 511
HAKKÂRİ YÖRESİNDEKİ KİLLER VE SERAMİK SEKTÖRÜ..... 519
YİXİNG SERAMİKLERİNDE SEMBOLİK BİR İMGE OLARAK LOTUS ÇİÇEĞİ..... 531
PORSELEN BÜNYEDE SIR ÜSTÜ FIRÇA DEKORLARI 546
KENTSEL YAŞAM KALİTESİ POLİTİKALARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA CİTTASLOW (YAVAŞ ŞEHİR) İZNİK’İN İNCELENMESİ 558
KENT PAZARLAMASI BAĞLAMINDA VATANDAŞ MEMNUNİYETİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: AMASYA BELEDİYESİ ÖRNEĞİ 568
GELENEKSEL REKLAM VE ADVERTORİAL REKLAMIN REKLAMDA KABUL VE REKLAMDAN KAÇINMA DAVRANIŞI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ 583
ALIŞVERİŞ MERKEZİ YER SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİNİN ENTROPİ YÖNTEMİ İLE ÖLÇÜLMESİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ 598
YEŞİL AKLAMA KAVRAMI VE PAZARLAMA ALANINDA BAZI UYGULAMALAR 607

KIRSAL BÖLGEDE YAŞAYAN HALKIN ÜRÜN TERCİHLERİNDE REKLAMLARIN ETKİSİ 615

SOSYAL MEDYA PAZARLAMA FAALİYETİNİN MARKA İMAJI, MARKA SADAKATİ VE MARKA DEĞERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: DİJİTAL YAYIN PLATFORM KULLANICILARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA..... 630

SIFIR ATIK PROJESİ KAPSAMINDA TÜKETİCİLERİN GERİ DÖNÜŞÜM DAVRANIŞINA YÖNELİK TUTUM VE NİYETLERİ..... 637

SEKTÖREL RİSK ÇEŞİTLENDİRMESİ: YATIRIMCILAR İÇİN BİR ÇÖZÜM..... 645

ORTALAMA-VARYANS STRATEJİSİNE KARŞI 1/N STRATEJİSİ: BASİT BİR PORTFÖY DAHA İYİ PERFORMANS GÖSTERİR Mİ? BİST 100 UYGULAMASI..... 656

MEDİKAL TURİZM KAVRAMI İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN VOSVİEWER İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 664

TÜRKİYE'DE İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİLERİNİN İŞ GÜVENCESİ..... 672

İŞ TATMİNİNİN SANAL KAYTARMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN ROLÜ 684

MÜTEVAZILIK BİLGİ PAYLAŞIMINI NASIL ETKİLER? PROSOSYAL MOTİVASYONUN DÜZENLEYİCİ ROLÜ 695

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN SEKTÖRLER ÜZERİNDEKİ ÖNEMİ 704

OTEL İŞLETMELERİNİN WEB ORTAMINDA ENGELLİ BİREYLERE SUNDUĞU HİZMETLERİN İNCELENMESİ 713

SAĞLIK İNANCI İLE SAĞLIKTA GİYİLEBİLİR TEKNOLOJİLERİ BENİMSEME NİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ..... 727

SAĞLIK TURİZMİNDE KENT REKABETÇİLİĞİNİN ÖNCÜLLERİNİ BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA . 733

DUYGUSAL VE MANEVİ PAZARLAMANIN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ..... 745

STRATEJİK PERSPEKTİFTEN SPOR PAZARLAMASI VE SPONSORLUK 752

YÖRESEL MUTFAKLARIN PAZARLANMASI PERSPEKTİFİNDE NİĞDE YÖRESEL MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TANINIRLIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA..... 759

HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ 773

ÜNİVERSİTELERİN TANITIMINDA OYUNLAŞTIRMANIN KULLANIMI: İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ 784

DİJİTAL MÜZİĞİN SİNEMA ÜZERİNDE ETKİSİ 793

TÜRKİYE'DE FUTBOL, MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ 808

TELEVİZYON DİZİLERİNİN TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ..... 830

DİJİTAL MEDYA EKSENİNDE VERİ GAZETECİLİĞİ..... 840

SUNU PROGRAMLARININ DEĞERLER EĞİTİMİ KAPSAMINDA KULLANIMI: DİN GÖREVLİLERİ ÖRNEĞİNDE..... 850

TELEVİZYONLARDA YAYINLANAN DİNİ İÇERİKLİ PROGRAMLARIN MANEVİ DANIŞMANLIK VE REHBERLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ 865

İNGİLİZ KÜLTÜREL ÇALIŞMALARI BAĞLAMINDA YALI ÇAPKINI DİZİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 875

YAPAY ZEKÂ GAZETE HABERİ YAZABİLİR Mİ? 886

INFLATION, ECONOMIC GROWTH AND UNEMPLOYMENT: ANALYSIS OF THE INTERACTION IN THE TURKISH ECONOMY..... 894

EXAMINING THE GREEN FUTURE INDEX WITH MULTIDIMENSIONAL SCALING ANALYSIS: THE CASE OF OECD COUNTRIES 906

TEMEL MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER İLE TÜRKİYE'NİN PERFORMANSININ ÖLÇÜMÜ (2010 – 2022) 920

BRICS ÜLKELERİNİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSLARININ CRITIC VE TOPSIS YÖNTEMLERİ İLE ÖLÇÜLMESİ (2018 – 2022) 933

FATİH DÖNEMİ MİMARİSİNİN OSMANLI MEDENİYETİNE KATKILARI 946

MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN OKUL TERKLERİNİN NEDENLERİ VE SONUÇLARI 955

ÖZEL OKULLARDA TÜBİTAK 2204 ÖĞRENCİ PROJELERİ YARIŞMALARININ YÖNETİMİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLARA İLİŞKİN ÖĞRETMEN VE YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ 969

5. SINIF ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE MATEMATİK BAŞARISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER 982

ORTAOKULDA İNGİLİZCE DERSİNDE AKILLI TAHTA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRENCİ TUTUMLARININ VE ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ 996

ÖĞRETMENLERİN HİZMET İÇİ EĞİTİMLERİNİN ÖĞRETMEN BİLİŞİM AĞI (ÖBA) ÜZERİNDEN YAPILMASININ İNCELENMESİ 1013

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ORİGAMİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ 1024

KEMAN EĞİTİMİ ALAN BİREYLERİN KEMANDA YAY ÇEKMEYE İLİŞKİN YAKLAŞIMLARI 1035

YUMUŞAK GÜCÜN ÇİN DİPLOMASİSİNDE ARTAN GÜCÜ 1046

ASKERÎ KÜLTÜR VE DEĞERLER 1054

YATIRIM TEŞVİK BELGELERİNE DAYALI SABİT YATIRIMLARIN BÖLGESEL İŞSİZLİĞE ETKİSİ: TÜRKİYE DÜZEY 2 BÖLGELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA 1070

TÜRKİYE'DE KULLANICILARIN E-DEVLET UYGULAMASINI BENİMSEMELERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: BİR KESİT ÇALIŞMASI 1084

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİNİN BELİRLEYİCİLERİ 1102

ÇEVRE POLİTİKASI-ÇEVRESEL BOZULMA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA 1111

SOSYAL BİLİŞ VE ÖZGECİ DAVRANIŞ İÇİN GÖRSEL ÖRNEKLERLE BİR ANLATI 1120

KRİZ GELİYORUM DER Mİ? KRİZİN İÇ VE DIŞ KAYNAKLARI 1141

LİMANLARA KONTEYNER TEDARİĞİNDE KARAYOLU TAŞIMACILIĞINA ALTERNATİF OLARAK DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞININ ÖNEMİ VE TÜRKİYE ANALİZİ 1152

TANKER GEMİ DENETLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ 1167

SAĞLIK HİZMETİ PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİ 1181

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN ORGANİZSYON PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 1190

TEKNİK BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN İLKYARDIM BİLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ 1199

SAĞLIK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN SANATA İLİŞKİN EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİ 1206

GENDER DISCRIMINATION: AN EXAMINATION SPECIFIC TO SYRIAN FEMALE MIGRANTS IN TÜRKİYE 1224

SOSYAL HİZMET PERSPEKTİFİNDEN DAYANIKLI KENTLER 1239

BİR SOSYAL KONTROL ARACI OLARAK DEĞERLER AÇISINDAN SOSYAL HİZMETE BAKMAK 1249
ZAMAN YÖNETİMİNİN VERİMLİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA 1260
KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİNDE YEREL YÖNETİMLER: TÜRKİYE İLE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ 1272
BİR MİMAR YAPIYLA NASIL İLETİŞİM KURAR: SVETI STEFAN KİLİSESİ ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN YORUMLANMASI 1287
2050 YILI HEDEFLERİNDE KENT İÇİ ULAŞIMIN ROLÜ VE ÖNEMİ 1299
DEPREMLER KONUSUNDA TOPLUMSAL BİLİNÇLENME SAĞLANMASINDA 1307
EĞİTİM FAALİYETLERİNİN ÖNEMİ 1307
MEHMET EMİN RESULZADE VE MÜSAVAT PARTİSİNDE AÇIK SÖZ GAZETESİNİN YERİ 1316
DİJİTAL PLATFORM ÇALIŞANLARININ ÇALIŞMA HAYATI SORUNLARI 1328
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMLER 1335
ETİK İKLİMİN CAM TAVAN SENDROMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI 1341
SOSYAL AĞ SİTELERİ ÜZERİNDEN KURULAN YÖNETİCİ VE YÖNETİLEN BAĞLANTILARININ YÖNETİLENİN KİMLİK YÖNETİMİNE OLASI ETKİLERİ 1356
ETNOSENTERİZMİN TÜKETİCİ BOYKUTU ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE TÜKETİCİ DÜŞMANLIĞININ ARACI ROLÜ: İSRAİL MENŞEİ ÜRÜNLERE YÖNELİK KUŞAKLAR ARASI KARŞILAŞTIRMA 1367
TÜRKİYE GENELİNDEKİ EN BÜYÜK BEŞ MARKET ZİNCİRİNDE İLİŞKİSEL PAZARLAMA VE KURUMSAL İMAJIN POZİTİF AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA VE SADAKAT ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE İLİŞKİ KALİTESİNİN ARACI ETKİSİ: BAYBURT İLİ ÖRNEĞİ 1374
TÜRKİYE'DE YAZILMIŞ OLAN UMUT VE İYİMSERLİK KONULU LİSANSÜSTÜ TEZLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ 1382
KİMLİK VE MESLEKİ KİMLİĞİN OLUŞUMUNDA GİYİMİN ROLÜ 1390
KARAR VERME SÜRECİNDE SEZGİLERİN ÖNEMİ VE ROLÜ 1399
TENEKE ADLI ROMANDA / OYUNDA YER ALAN AĞIZ UNSURLARI 1408
TRAKHİSLİ KADINLAR 1021-1022: HERAKLES'İ KURTARMAK 1421
HEGEL'NİN FELSEFESİ'NDE EFENDİ-KÖLE DİYALEKTİĞİ 1427
İŞTE'NİN SÖZCÜK TÜRÜ ÜZERİNE 1445
DÜNYA EKONOMİSİNDE MERKANTİLİZMİN AYAK SESLERİ 1453
PUBLIC DEBT and ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE from JAPAN 1464
THE RELATIONHIP between TOTAL DEBT SERVICE and INCOME: An ARDL APPROACH for the CASE of BRAZIL 1474
BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER İLE İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÜZERİNE EKONOMETRİK BİR UYGULAMA 1483
STRESS AND STRESS MANAGEMENT IN STUDENTS ACROSS THE WORLD 1491
BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES RELATED TO THE CONCEPT OF GREEN MANAGEMENT WITH VOSVIEWER 1496
HASTANELERDE TALEP TAHMİNİ: ANTİBİYOTİK TÜKETİMİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA 1502

BİR TÜKETİCİ SENDROMU OLARAK FOMO (GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU) VE PAZARLAMA ALANINDA KULLANIMI 1514

KATILIM BANKACILIĞINDA MÜŞTERİLERİN BANKA TERCİHLERİNİN ANALİZİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA 1

AKILLI ŞEHİRLERDE ÇEVRE YÖNETİMİ VE KENTSEL HİZMETLER

Dr., Duygu AKSU
Bağımsız Araştırmacı, duygaksu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8603-9074.

ÖZET
Kentleşme dünya çapında hızlanmaya devam ettikçe, sürdürülebilir ve verimli kentsel hizmetlere duyulan ihtiyaç da giderek artmaktadır. En son teknolojilerin ve veri odaklı çözümlerin entegrasyonu ile karakterize edilen akıllı şehirler, bu zorlukların üstesinden gelmek için büyük umut vaat etmektedir. Bu çalışma, akıllı şehirler bağlamında çevre yönetimi ve kentsel hizmetlerin kritik kesişimini araştırmaktadır. Yenilikçi teknolojilerin ve veri analitiğinin geleneksel kentsel hizmet sunumunu nasıl yeniden şekillendirdiğini ve çevresel sürdürülebilirliği nasıl geliştirdiğini incelemektedir. Ayrıca çalışmada, atık yönetimi, enerji verimliliği, su kaynakları yönetimi ve ulaşım gibi temel çevre yönetimi bileşenlerinin derinlemesine bir analizini sunmakta ve teknolojinin bu hizmetleri optimize etmedeki önemli rolünü vurgulamaktadır. Özellikle, akıllı şehirlerin karbon emisyonlarının azaltılması, hava ve su kalitesinin iyileştirilmesi, afetlere hazırlığın artırılması ve kent sakinleri için yaşam kalitesinin yükseltilmesi gibi faydaları da tartışılmaktadır. Akıllı şehirlerin potansiyel faydaları açık olsa da bu çalışma aynı zamanda bunların geliştirilmesiyle ilgili zorlukları ve hususları da incelemektedir. Etik ve mahremiyet kaygıları, altyapı gereksinimleri ve dijital uçurum, kentsel planlama ve yönetişim için bütüncül bir yaklaşım ihtiyacına ışık tutarak incelenen konular arasındadır. Sonuç olarak bu çalışma, kentsel hizmetleri ve çevresel sürdürülebilirliği geliştirmek için teknolojik yeniliklerin entegrasyonunu vurgulayarak akıllı şehirlerin geliştirilmesinde çevre yönetiminin oynadığı hayati rolün altını çizmektedir. Akıllı şehirlerin sunduğu karmaşıklıkları ve fırsatları ele alarak, daha sürdürülebilir, verimli ve yaşanabilir şehirlere giden yolda ilerlemek isteyen şehir planlamacıları, politika yapıcılar ve araştırmacılar için değerli bir kaynak sunmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Akıllı Şehir, Çevre, Çevre Sorunları, Çevre Yönetimi ve Kentsel Hizmetler.

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND URBAN SERVICES IN SMART CITIES

ABSTRACT
As urbanization continues to accelerate worldwide, there is a growing need for sustainable and efficient urban services. Smart cities, characterized by the integration of cutting-edge technologies and data-driven solutions, hold great promise in addressing these challenges. This study explored the critical intersection of environmental management and urban services in the context of smart cities. It examines how innovative technologies and data analytics reshape traditional urban service delivery and improve environmental sustainability. It also provides an in-depth analysis of key environmental management components, such as waste management, energy efficiency, water resources management, and transport, and highlights the important role of technology in optimizing these services. In particular, the benefits of smart cities are discussed, such as reducing carbon emissions, improving air and water quality, enhancing

disaster preparedness, and improving the quality of life for urban residents. While the potential benefits of smart cities are clear, this study examines the challenges and considerations associated with their development. Ethical and privacy concerns, infrastructure requirements, and the digital divide are among the issues explored, highlighting the need for a holistic approach to urban planning and governance. This study highlights the vital role of environmental management in the development of smart cities, emphasizing the integration of technological innovations to improve urban services and environmental sustainability. Addressing the complexities and opportunities presented by smart cities provides a valuable resource for urban planners, policymakers, and researchers who want to navigate the path toward more sustainable, efficient, and livable cities.

Keywords: Smart City, Environment, Environmental Problems, Environmental Management and Urban Services.

1. GİRİŞ

Hızlı kentleşme ve kent nüfusunun durmaksızın artmasıyla tanımlanan bir çağda, kentsel hizmetlerin verimli ve sürdürülebilir bir şekilde sağlanması büyük bir zorluk olarak ortaya çıkmaktadır. Dünyanın dört bir yanındaki kentler, atık yönetimi ve enerji tüketiminden ulaşım ve su kaynakları yönetimine kadar gelişen kentsel yaşamın talepleriyle boğuşmaktadır. İnsanlığın faaliyetlerinin büyük bir kısmının kesişme noktası olan kentler, giderek daha da acil hale gelen bu sorunlara çözüm arayışında inovasyon ve deneyler için birer pota haline gelmiştir. Bu bağlamda, en son teknolojilerin ve veri odaklı çözümlerin kusursuz entegrasyonu ile karakterize edilen akıllı şehirlerin ortaya çıkışı, kentsel yönetişimin ufkunda bir umut ışığı sunmaktadır.

Akıllı şehirler kavramı, kentsel gelişime yönelik vizyoner ve dönüştürücü bir yaklaşımı temsil etmektedir. Özünde, verimlilik, sürdürülebilirlik ve kent sakinlerinin yaşam kalitesinin iyileştirilmesine vurgu yaparak, kentsel yaşamın çeşitli yönlerini optimize etmek için ileri teknolojilerin ve veri analitiğinin kullanılmasını öngörmektedir. Bu şehirler, kamu hizmetlerini kolaylaştırmak, kentsel zorluklara proaktif bir şekilde yanıt vermek ve yalnızca yaşanabilir değil aynı zamanda ekolojik olarak da sorumlu ortamlar yaratmak için dijital zekadan yararlanmaktadır. İklim değişikliğinden kaynak kıtlığına kadar giderek artan çevresel kaygılar karşısında akıllı şehirler, inovasyon için kritik bir laboratuvar ve kentsel bilmecenin potansiyel bir panzehir olmaya hazırlanmaktadır.

Bu çalışma, akıllı şehirler bağlamında çevre yönetimi ve kentsel hizmetler arasındaki dinamik kesişimi incelemektedir. Yenilikçi teknolojiler geleneksel kamu hizmetleri sunumunu yeniden şekillendirirken kentsel yönetişim alanında ortaya çıkan derin dönüşümleri, özellikle çevresel sürdürülebilirliği artırmaya odaklanarak incelemektedir. Atık yönetimi, enerji verimliliği, su kaynakları ve ulaşım da dahil olmak üzere çevre yönetiminin kritik bileşenleri, teknolojinin optimizasyondaki önemli rolü merceğinden incelenmektedir. Bunu yaparak, akıllı şehirlerin karbon emisyonlarını azaltmak, hava ve su kalitesini iyileştirmek, afetlere hazırlığı artırmak ve şehir merkezlerindeki genel yaşam kalitesini yükseltmek gibi sunduğu potansiyel faydaların ortaya çıkması amaçlanmaktadır.

Ancak bu faydaların hayata geçirilmesinde çeşitli zorluklar ortaya çıkmaktadır. Birçok fırsatın yanı sıra, akıllı şehirlerin geliştirilmesi benzersiz bir dizi zorluk ve hususla doludur. Akıllı şehir sistemleri tarafından üretilen büyük miktarda veriyle ilişkili etik ve gizlilik

endişeleri, bu tür yenilikleri desteklemek için zorlu altyapı gereksinimleri ve dijital bir uçurum şehir planlamacıları, politika yapıcılar ve araştırmacıların karşılaştığı engellerden sadece birkaçıdır. Bu karmaşıklıkların ve fırsatların kapsamlı bir şekilde anlaşılması, daha sürdürülebilir, verimli ve yaşanabilir şehirlere doğru bir rota çizmek için elzemdir.

Bu çalışmanın ana ilkesi, çevre yönetiminin akıllı şehirlerin geliştirilmesinde temel bir unsur olarak kabul edilmesidir. Hem kentsel hizmetleri hem de çevresel sürdürülebilirliği geliştirmek için teknolojik yenilikleri kentsel dokuya entegre etmenin derin etkilerini vurgulamaktadır. Bu keşif, şehirlerimizi daha sürdürülebilir, daha verimli ve nihayetinde sakinlerinin refahı için daha elverişli bir geleceğe doğru yönlendirmek gibi ortak bir arzuyu paylaşan şehir planlamacıları, politika yapıcılar ve araştırmacılar için değerli bir kaynak olarak hizmet etmeye çalışmaktadır. Bir sonraki başlıkta akıllı şehir kavramına yer verilmiş ve akıllı şehirlerin temel bileşenleri üzerinde durulmuştur.

2. AKILLI ŞEHİRLERİN TEMEL BİLEŞENLERİ

Akıllı şehirler, sakinlerinin yaşam kalitesini artırmak için teknoloji ve veriden yararlanan kentsel alanlardır (Townsend, 2013). Bu şehirler, sürdürülebilir ve verimli bir ortam yaratmak için çeşitli unsurları ve bileşenleri bir araya getirmektedir. Akıllı şehirlerin temel unsurlarından bazıları, akıllı binalar ve ulaşım sistemleri gibi akıllı altyapıların yanı sıra yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını da içermektedir.

Akıllı şehir, maliyet ve kaynak tüketimini azaltmak için kablosuz sensör ağları (WSN) gibi gelişmekte olan teknolojileri kullanan bir kavramdır (Hashem vd., 2016). İşlevselliğine ve verimliliğine katkıda bulunan çeşitli bileşenlerden oluşur. Bu bileşenler arasında hareketlilik, yönetişim, çevre ve akıllı insanlar yer almaktadır (Nuaimi vd., 2015). Akıllı bir şehrin tanımlanan diğer bazı bileşenleri arasında kamu hizmetleri, politikalar ve kurumsal düzenlemeler, hükümet, kamu etkileşimi ve işbirliği, insan sermayesi ve yaratıcılık, bilgi ekonomisi ve profesyonel iş ortamı, yapılı çevre ve kentsel altyapı, doğal çevre ve çevresel sürdürülebilirlik, bilgi ve iletişim teknolojisi ile veri ve bilgi analizi yer almaktadır (Attaran vd., 2022). Bu bileşenler toplamda akıllı şehri ve akıllı şehrin unsurlarını oluşturmaktadır.

Akıllı bir şehrin unsurları, başarısı için temeldir. Bu unsurlar arasında teknoloji, yönetim ve organizasyon, politika, yönetişim, akıllı insanlar ve topluluklar, ekonomi, inşa edilmiş altyapı ve doğal çevre yer almaktadır (Kilicay-Ergin ve Barb, 2021). Entelektüel sermaye ve sosyal sermaye gibi sosyal altyapılar da insanları birbirine bağladıkları ve ilişkiler kurdukları için akıllı şehirlerin temel unsurları olarak kabul edilmektedir (Myeong vd., 2018).

Akıllı şehirlerin etkinliğini ve birlikte çalışabilirliğini sağlamak için standartlar gereklidir. Ancak, şu anda akıllı şehirler için standartlaştırılmış çerçevelerin eksikliği söz konusudur (Toli ve Murtagh, 2020). Akıllı şehir standartlarını karşılayabilmek için belirli kriterlere ve ilkelere uyulması gerekmektedir. Bu standartlar, şehir operasyonlarını ve hizmetlerini iyileştirmek için teknoloji ve verilerin entegrasyonunun yanı sıra vatandaş katılımı ve angajmanının dahil edilmesini içerir (Bingöl, 2021). Ayrıca, akıllı şehirler sürdürülebilirliğe ve çevrenin korunmasına öncelik vererek enerji tüketimini ve karbon emisyonlarını azaltmayı hedeflemektedir (Townsend, 2013).

Akıllı yönetişim kavramı, akıllı karar alma, akıllı yönetim ve akıllı işbirliği gibi terimler kullanılarak daha akıllı şehirler yaratmak için giderek daha fazla kullanılmaktadır (Jiang vd., 2020). Buna ek olarak, sürdürülebilirlik kavramı akıllı şehir yönetiminde önemli bir rol

oynamakta ve BİT ve sürdürülebilirlik entegrasyonuna duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (Bifulco vd., 2016). Akıllı şehirlerin geliştirilmesi ve uygulanmasına rehberlik eden çeşitli ilkeler vardır. Bu ilkeler arasında vatandaş merkezlilik, sosyal refah, yalın düşünme ve çevresel sürdürülebilirlik yer almaktadır (İsmail vd., 2022). Doğa ve teknolojinin entegrasyonu da kentsel dayanıklılığı artırmada ve biyofilik akıllı şehirler yaratmada önemli hale gelmektedir (Tarek ve Ouf, 2021).

Dünya çapında çok sayıda akıllı şehir örneği bulunmaktadır. Örneğin Tokyo, gelişmiş ulaşım sistemi ve şehir hizmetlerini geliştirmek için teknolojiyi kullanmasıyla bilinmektedir (Kekillioğlu ve Kekillioğlu, 2022). İstanbul ise vatandaş katılımı ve angajmanını vurgulayan akıllı şehir projelerini hayata geçirmiştir (Bingöl, 2021). Barselona, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması yoluyla yeni kapsayıcı ve düşük karbonlu ekonomik büyüme biçimlerini birleştirmeyi amaçlayan akıllı şehir girişimleriyle tanınmaktadır (March ve Ribera-Fumaz, 2016). Diğer örnekler arasında e-devlet araçlarının ve enerji verimliliği önlemlerinin geliştirilmesine odaklanan Ukrayna'daki Lviv Oblastı (Lozynskyy vd., 2021) ve akıllı yönetişim, akıllı teknoloji, akıllı kaynaklar, akıllı köy hizmetleri, akıllı yaşam ve akıllı turizm uygulayan Endonezya'daki Tuban Regency yer almaktadır (Iswanto, 2022). Bu örnekler, akıllı şehir konseptlerinin farklı yaklaşım ve uygulamalarını göstermektedir.

Akıllı şehir, maliyet ve kaynak tüketimini azaltmak için gelişmekte olan teknolojileri kullanan bir kavramdır. Hareketlilik, yönetişim, çevre ve insan gibi çeşitli bileşenlerden oluşmaktadır. Bu bileşenler ayrıca alt kategorilere ve ana kategorilere ayrılabilir. Akıllı bir şehrin unsurları arasında teknoloji, yönetim ve organizasyon, politika, yönetişim, insanlar ve topluluklar, ekonomi, inşa edilmiş altyapı ve doğal çevre yer almaktadır. Vatandaş odaklılık ve sürdürülebilirlik gibi standartlar ve ilkeler, akıllı şehirlerin geliştirilmesi ve uygulanmasına rehberlik etmektedir. Dünya genelinde her biri kendi odağına ve girişimlerine sahip çeşitli akıllı şehir örnekleri bulunmaktadır. Bir sonraki başlıkta akıllı şehirlerde çevre yönetimi konusu ele alınmış ve çevre yönetimi konusunda atılması gereken adımlar incelenmiştir.

3. AKILLI ŞEHİRLERDE ÇEVRE YÖNETİMİ

Akıllı şehirler, kentsel alanların verimliliğini, sürdürülebilirliğini ve yaşanabilirliğini artırmayı amaçlayan ve giderek büyüyen bir olgudur (Joshi vd., 2016). Akıllı şehirlerin önemli bir yönü de çevre yönetimi ve sürdürülebilirliğe odaklanmalarıdır (Allam ve Newman, 2018). Çevre standartları, akıllı şehirlerin çevreye öncelik vermesini sağlamada çok önemli bir rol oynamaktadır (Midor vd., 2021). Bu standartlar genellikle uluslararası standardizasyon kuruluşları tarafından önerilmektedir. Akıllı şehirler, çevre yönetimi ve çevre standartları konuları günümüzde büyük önem taşımaktadır. Akıllı şehirler, teknolojik altyapı ve veri analitiği kullanarak çevresel sürdürülebilirlik ve çevre kalitesini iyileştirmeyi hedeflemektedir (Aydınoğlu vd., 2022). Bu kapsamda, akıllı şehirlerde çevreye verilen önem artmaktadır (Cömertler ve Cömertler, 2021). Akıllı şehirlerde çevre standartları, çevresel kirliliği azaltmak, enerji verimliliğini artırmak ve sürdürülebilirlik sağlamak için belirlenmektedir (Koca ve Sevinç, 2022). Ayrıca, akıllı şehirlerde çevre kanunları ve yönetmelikler de bulunmaktadır (Öner ve Şen, 2022).

Çevre kanunları ve yönetmelikler, akıllı şehirlerde çevre koruma önlemlerini düzenlemek ve uygulamak için önemlidir (Grishin vd., 2021). Bu yasalar, akıllı şehirlerin

sürdürülebilir uygulamalara bağlı kalmasını ve çevresel etkilerini en aza indirmesini sağlamaya yardımcı olmaktadır.

Akıllı şehirlerde çevre yönetimi, büyük veri analitiği ve sensör teknolojileri gibi akıllı teknolojilerin kullanılmasıyla gerçekleştirilmektedir (Özcan, 2022). Bu teknolojiler, hava kalitesi, su yönetimi, atık yönetimi ve enerji verimliliği gibi çevresel faktörlerin izlenmesini ve yönetilmesini sağlamaktadır (Aydınoğlu vd., 2022). Akıllı şehirlerde çevre yönetimi, çevresel sorunların tespit edilmesi, kaynakların etkin kullanımı ve çevresel sürdürülebilirlik için stratejilerin geliştirilmesini içermektedir (Demirkıran vd., 2021). Akıllı şehirlerde çevre yönetimi, çeşitli çevresel unsurları izlemek ve kontrol etmek için bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) kullanılmasını içermektedir (Singh vd., 2022). Örneğin, akıllı şehirler su kaynaklarını, atık yönetimini ve enerji tüketimini yönetmek için BİT kullanabilirler (Ramos vd., 2019). Ancak, BİT'in akıllı şehirlerde çevresel sürdürülebilirliği iyileştirme potansiyeline rağmen, genellikle göz ardı edilmektedir. Literatür, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için BİT'e öncelik verilmesi gerektiğinin altını çizmektedir.

Akıllı şehirlerde çevre standartları ve çevre yönetimi, çevresel sürdürülebilirlik ve insan sağlığı açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, akıllı şehirlerde çevre kanunları ve yönetmeliklerin olması gerekmektedir (Öner ve Şen, 2022). Bu kanunlar ve yönetmelikler, çevresel kirliliği azaltmak, doğal kaynakları korumak ve sürdürülebilirlik sağlamak için çeşitli önlemler içermektedir (Koca ve Sevinç, 2022). Ayrıca, akıllı şehirlerde çevre standartları, çevresel kaliteyi iyileştirmek ve insan sağlığını korumak için belirlenmektedir (Cömertler ve Cömertler, 2021). Aşağıda yer alan çizelgede akıllı şehirlerde çevre yönetiminin temellerine yer verilmiştir.

Çizelge 1. Akıllı Şehirlerde Çevre Yönetiminin Temelleri

Çevre Yönetimi Bileşenleri	Akıllı Şehirlerde Yapılması Gerekenler
Akıllı Şehirler ve Çevre	Akıllı şehirlerin, sürdürülebilir bir çevreye nasıl katkı sağlayabileceği ve çevre üzerindeki etkileri incelenmelidir.
Akıllı Şehirler ve Çevre Yönetimi	Akıllı şehirlerin, çevresel kaynakların yönetimi ve korunması konusundaki rolleri ve stratejileri ele alınmalıdır.
Akıllı Şehirlerde Çevre Standartları	Akıllı şehirlerde çevre ile ilgili hangi standartların uygulandığını ve bu standartların nasıl sürdürülebilirliği teşvik ettiği açıklanmalıdır.
Akıllı Şehirlerde Çevreye Verilen Önem	Akıllı şehir projelerinde çevrenin ne kadar önemli olduğunu vurgulanmalıdır. Çevresel sürdürülebilirliğin akıllı şehirlerin temel hedeflerinden biri olarak nasıl ele alındığı incelenmelidir.
Akıllı Şehirlerde Çevre Yasaları	Akıllı şehirlerde çevreyi korumak ve düzenlemek için hangi yasal çerçevelerin kullanıldığı açıklanmalıdır. Çevresel mevzuatın akıllı şehirlerin gelişimine nasıl katkı sağladığına odaklanılmalıdır.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge de yer alan maddeler akıllı şehirler ve çevre ilişkisini çeşitli açılardan ele almaktadır. "Akıllı Şehirler ve Çevre" başlığı, bu şehirlerin çevresel etkilerini ve

sürdürülebilirlik ilkesine katkılarını vurgulamaktadır. "Akıllı Şehirler ve Çevre Yönetim" başlığı, akıllı şehirlerin çevresel kaynakları nasıl yönettiğini ve koruduğunu incelemektedir. "Akıllı Şehirlerde Çevre Standartları" başlığı, çevresel sürdürülebilirliği teşvik eden standartları ele almaktadır. "Akıllı Şehirlerde Çevreye Verilen Önem" başlığı, çevresel hedeflerin akıllı şehir projelerinde ne kadar kritik olduğunu vurgulamaktadır. "Akıllı Şehirlerde Çevre Yasaları" başlığı, çevre düzenlemeleri için kullanılan yasal çerçeveyi açıklamaktadır. Çizelge çevresel kaynakların nasıl yönetildiğini ve sürdürülebilirlik hedeflerinin nasıl gerçekleştirildiğini detaylı olarak incelemektedir ve atılması gereken adımları maddeler halinde açıklamaktadır. Bu maddeler akıllı şehirlerin çevresel yönetim ve sürdürülebilirlik konularını kapsayan geniş bir perspektif sunmaktadır. Sonuç olarak, akıllı şehirler çevre yönetimi ve sürdürülebilirliğe önem vermektedir. Çevresel standartlara ve yasalara uymayı ve çeşitli çevresel unsurları izlemek ve kontrol etmek için çeşitli starndatları ve teknolojileri kullanmayı amaçlamaktadırlar. Bununla birlikte, akıllı şehirlerin çevresel sürdürülebilirliğe ulaşma potansiyelini tam olarak gerçekleştirmek için teknolojiye öncelik verilmesi gerekmektedir.

4. AKILLI ŞEHİRLERDE KENTSEL HİZMETLER

Akıllı şehirlerde sağlanan kentsel hizmetler ulaşım, sağlık, enerji, kamu güvenliği, yönetişim ve altyapı yönetimi gibi çok çeşitli alanları kapsamaktadır (Fang vd., 2021). Bu hizmetler, bilgi ve iletişim teknolojileri ve nesnelerin interneti entegrasyonu ile sağlanmaktadır (Pasolini vd., 2018).

Akıllı şehirler, modern şehirlerde sunulan kentsel hizmetlerin bir parçasıdır. Bu şehirlerde, akıllı atık yönetimi, akıllı turizm uygulamaları, akıllı ev uygulamaları, akıllı kentsel iyileştirmeler, akıllı şebekeler ve akıllı kent sistemleri gibi çeşitli hizmetler bulunmaktadır (Özcan, 2022; Özpınar vd., 2022; Sengör ve Sungun, 2022; Taştan, 2019). Akıllı şehirlerde kentsel hizmetler sunulurken, sürdürülebilirlik, enerji verimliliği, çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik, güvenlik, stratejik yönetim ve planlama gibi unsurlara dikkat edilmektedir (Sengör ve Sungun, 2022; Demirkıran vd., 2021; Cömertler ve Cömertler, 2021; Bayraktar vd., 2022).

Akıllı şehirlerdeki ulaşım hizmetleri, hareketliliği iyileştirmeyi ve trafik sıkışıklığını azaltmayı amaçlamaktadır. Buna akıllı trafik yönetim sistemleri, gerçek zamanlı toplu taşıma bilgileri, akıllı park çözümleri ve elektrikli araç şarj altyapısı dahildir (Toš, 2021). Akıllı şehirlerdeki sağlık hizmetleri, sağlık hizmetlerine erişimi, uzaktan hasta izlemeyi ve kişiselleştirilmiş sağlık hizmetlerini geliştirmek için BİT'lerden yararlanmaktadır (Lepekhin vd., 2018). Enerji hizmetleri, enerji tüketimini optimize etmeye, yenilenebilir enerji kaynaklarını teşvik etmeye ve verimli enerji dağıtımı için akıllı şebekeler uygulamaya odaklanmaktadır (Xie vd., 2021).

Akıllı şehirlerdeki kamu güvenliği hizmetleri, suç önleme, acil durum müdahalesi ve afet yönetimini geliştirmek için video gözetimi, sensör ağları ve veri analitiği gibi teknolojileri kullanır (Al-Turjman vd., 2019). Yönetişim hizmetleri, vatandaş katılımını, e-yönetişimi ve kamu hizmeti sunumunu iyileştirmek için dijital platformların ve veri odaklı karar alma süreçlerinin kullanılmasını içermektedir (Liu, 2022).

Akıllı şehirler, teknoloji ve veri analitiği kullanarak kentsel sorunları çözmeyi hedeflemektedir (Demirkıran vd., 2021). Bu sayede, şehirlerin yaşam kalitesi artırılmakta ve sürdürülebilir bir gelecek sağlanmaktadır (Özpınar vd., 2022; Tutar vd., 2022; Çetin vd., 2020).

Akıllı şehirler, büyük veri yönetimi ve analizi gibi teknolojileri kullanarak kentsel hizmetlerin etkin bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır (Aydınoğlu vd., 2022). Bu sayede, şehirlerdeki hizmetler daha verimli ve etkili bir şekilde yönetilebilmektedir.

Akıllı şehirlerdeki altyapı yönetimi hizmetleri, IoT sensörleri ve veri analitiği kullanılarak yollar, binalar ve kamu hizmetleri gibi fiziksel altyapının izlenmesini ve bakımını kapsamaktadır (Pasolini vd., 2018). Ayrıca, akıllı şehirler karbon emisyonlarını azaltmayı, yeşil alanları teşvik etmeyi ve ekolojik sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlayarak sürdürülebilirliğe ve çevre yönetimine öncelik vermektedir (Fang vd., 2021).

Akıllı şehirlerde kentsel hizmetler sağlanırken çeşitli faktörler göz önünde bulundurulmaktadır. Bunlar arasında BİT altyapısının kullanılabilirliği ve güvenilirliği, veri gizliliği ve güvenliği, vatandaş katılımı ve etkileşimi, sistemlerin ve cihazların birlikte çalışabilirliği ve çeşitli paydaşların ve sektörlerin entegrasyonu yer almaktadır (Neirotti vd., 2014). Ayrıca, ekonomik uygulanabilirlik, ölçeklenebilirlik ve sürdürülebilirlik gibi faktörler de akıllı şehirlerde kentsel hizmetlerin başarılı bir şekilde uygulanması için çok önemlidir (Çelikyay ve Çelikyay, 2023).

Akıllı şehirlerdeki kentsel hizmetler, şehirlerin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlamakta ve yaşam kalitesini artırmaktadır (Tutar vd., 2022; Öztopcu ve Salman, 2019). Ancak, akıllı şehirlerin başarılı olabilmesi için çeşitli zorluklar ve eleştiriler bulunmaktadır. Örneğin, akıllı şehirlerin herkes için eşit erişilebilir olması, veri güvenliği ve gizliliği gibi konular eleştirilmektedir (Ateş, 2018). Bu nedenle, akıllı şehirlerin planlanması ve yönetimi dikkatli bir şekilde yapılmalıdır (Bulut ve Adıgüzel, 2023; Memiş, 2022). Akıllı şehirler, geleceğin şehirlerinin altyapısını oluşturacak ve yaşam kalitesini iyileştirecek önemli bir rol oynamaktadır. Aşağıda yer alan çizelgede akıllı şehirlerde sunulan kentsel hizmetlere ve bu hizmetlerin içeriğine yer verilmiştir.

Çizelge 2. Akıllı Şehirlerde Sunulan Kentsel Hizmetler

Sunulan Kentsel Hizmet	Kentsel Hizmetin İçeriği
Akıllı Ulaşım	Akıllı şehirler genellikle trafik akışını optimize eden, sıkışıklığı azaltan ve yolculara gerçek zamanlı bilgi sunan akıllı ulaşım sistemleri kullanır. Bu, akıllı trafik ışıkları ve öngörülü toplu taşıma planlaması gibi özellikleri içerir.
E-Devlet Hizmetleri	Akıllı şehirlerde yaşayanlar, izin ve ruhsat almaktan vergi ödemeye kadar çeşitli devlet hizmetlerine çevrimiçi olarak erişebilir ve idari süreci daha verimli hale getirebilir.
Akıllı Sağlık Hizmetleri	Akıllı şehirler, uzaktan konsültasyon ve sağlık takibi de dahil olmak üzere erişilebilir ve verimli sağlık hizmetleri sağlamak için teletıp ve dijital sağlık çözümlerinden yararlanır.
Enerji Yönetimi	Akıllı şebekeler ve enerji tasarruflu teknolojiler, enerji tüketiminin yönetilmesine ve optimize edilmesine yardımcı olarak enerji maliyetlerinin düşmesini ve çevresel faydalar elde edilmesini sağlar.

Atık Yönetimi	Atık toplama ve bertarafı, akıllı atık kutuları ve toplama rotalarını optimize eden izleme sistemleri ile iyileştirilerek maliyetler ve çevresel etki azaltılır.
Su Temini ve Kalite İzleme	Akıllı sensörler su tedarikini izlemek ve su kalitesini sağlamak için kullanılır, su israfını azaltır ve sakinler için güvenli içme suyu sağlar.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akıllı şehirlerde, kentsel yaşamın ihtiyaçlarını ve zorluklarını ele almak için çok çeşitli kentsel hizmetler sunulmaktadır. Bu hizmetler ulaşım, sağlık, kamu güvenliği, enerji yönetimi, atık bertarafı, su temini ve daha fazlası gibi alanları kapsamaktadır. Bu hizmetlerin altında yatan temel ilke, veri ve teknolojiyle sorunsuz bir şekilde bütünleşerek verimli bir şekilde çalışmalarını ve kentsel taleplere dinamik bir şekilde yanıt vermelerini sağlamaktır. Akıllı şehirlerde kentsel hizmetler planlanırken ve sağlanırken aşağıdakiler de dahil olmak üzere çeşitli faktörler göz önünde bulundurulmalıdır:

- ***Teknoloji Entegrasyonu:*** Gelişmiş teknolojilerin sorunsuz entegrasyonu, hizmetlerin verimli bir şekilde sunulması için çok önemlidir.
- ***Veri Yönetimi:*** Etkili veri toplama, analiz ve güvenlik, bilinçli kararlar almak ve hizmet kalitesini artırmak için gereklidir.
- ***Sürdürülebilirlik:*** Kentsel hizmetler, enerji tüketimini ve emisyonları azaltmak gibi çevresel sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu olmalıdır.
- ***Erişilebilirlik:*** Hizmetlerin tüm sakinler için erişilebilir olması ve dijital uçurumla ilgili sorunların ele alınması gerekir.
- ***Ölçeklenebilirlik:*** Nüfus artışını ve değişen kentsel ihtiyaçları karşılamak için hizmetleri ölçeklendirme yeteneği hayati bir husustur.
- ***Maliyet Verimliliği:*** Hizmet kalitesinin maliyet etkinliği ile dengelenmesi, kent sakinleri için uygun fiyatlı ve erişilebilir hizmetlerin sağlanması açısından kritik öneme sahiptir.

Akıllı şehirler, daha yaşanabilir, sürdürülebilir ve verimli kentsel ortamlar yaratmak için kentsel hizmetleri yenilemeye ve optimize etmeye odaklanarak gelişmeye devam etmektedir. Akıllı şehirlerde sağlanan kentsel hizmetler ulaşım, sağlık, enerji, kamu güvenliği, yönetişim ve altyapı yönetimi gibi çeşitli alanları kapsamaktadır. Bu hizmetler, kentsel alanlarda verimliliği, sürdürülebilirliği ve yaşam kalitesini artırmak için BİT'lerden ve IoT'den yararlanmaktadır. Akıllı şehirlerde bu hizmetler sağlanırken BİT altyapısı, veri gizliliği ve güvenliği, vatandaş katılımı, birlikte çalışabilirlik ve ekonomik uygulanabilirlik gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Akıllı şehirler, kentsel hizmetlerin kalitesini ve verimliliğini artırmak için teknolojiden ve veri odaklı çözümlerden yararlanarak kentsel gelişimin ön saflarında yer almaktadır. İleri teknolojilerin kentsel altyapıya entegrasyonu, şehirlerin sakinlerine temel hizmetleri sağlama şeklini dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, genel kentsel yaşam deneyimini iyileştirmek için tasarlanmış çok çeşitli kentsel hizmetleri içermektedir.

Genel olarak akıllı şehirler, kent sakinlerinin yaşam kalitesini önemli ölçüde artırma potansiyeliyle kentsel gelişimde büyüyen bir trenddir. Bu şehirler teknoloji, veri ve sürdürülebilir uygulamaları bir araya getirerek daha verimli ve yaşanabilir ortamlar yaratmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte, veri gizliliği ve eşitlikle ilgili endişeler gibi akıllı şehir girişimleriyle ilgili potansiyel zorlukları ve eleştirileri dikkate almak önemlidir. Akıllı şehirler gelişmeye devam ettikçe, bu sorunları ele almak ve bu gelişmelerin faydalarının tüm sakinler için erişilebilir olmasını sağlamak çok önemli bir hale gelmiştir.

Bu çalışma, akıllı şehirlerin, çevre yönetimi ve kentsel hizmetlerin dönüşümünde oynadığı kritik rolü incelemiştir. Akıllı şehirler, teknoloji ve veri odaklı çözümlerle çevre yönetimi ve kentsel hizmetlerin daha sürdürülebilir, verimli ve etkili bir şekilde sunulmasına olanak tanımaktadır. Bu dönüşüm, örneklerle vurgulandığı gibi, ulaşım, enerji, atık yönetimi, su temini ve daha fazlasını içeren geniş bir yelpazede gerçekleşmektedir.

Akıllı şehirler, geleceğin kentlerinin tasarımında önemli bir ilham kaynağıdır. Ancak bu dönüşümün başarısı, teknoloji entegrasyonu yanı sıra sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve maliyet-etkinlik gibi faktörlerin dikkate alınmasına bağlıdır. Bu nedenle, kent planlamacıları, karar vericiler ve araştırmacılar için, akıllı şehirlerin çevre yönetimi ve kentsel hizmetlerin geleceği üzerindeki etkilerini daha derinlemesine incelemek büyük bir öneme sahiptir.

Sonuç olarak, akıllı şehirler, kentsel hizmetlerin dönüşümünde önemli bir rol oynamaktadır. Bu şehirler, teknoloji ve veri odaklı çözümlerle kentsel yaşamın kalitesini ve verimliliğini artırmak için gelişmektedir. Ulaşım, sağlık hizmetleri, enerji yönetimi, atık bertarafı, su temini gibi birçok kentsel hizmet, akıllı şehirlerde daha etkili bir şekilde sunulmaktadır. Özellikle bu hizmetlerin verimli çalışabilmesi ve şehir sakinlerinin ihtiyaçlarına dinamik bir şekilde cevap verebilmesi için teknoloji ve veri entegrasyonu büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik, erişilebilirlik, ölçeklenebilirlik ve maliyet-etkinlik gibi faktörler de kentsel hizmetlerin akıllı şehirlerde sunulmasında göz önünde bulundurulan temel konulardır. Akıllı şehirler, geleceğin kentlerini daha yaşanabilir, sürdürülebilir ve verimli hale getirme amacıyla sürekli olarak gelişmektedir. Bu dönüşüm, kentsel yaşam kalitesini artırmak ve çevreye daha duyarlı bir yaklaşım benimsemek isteyen şehirler için önemli bir ilham kaynağı olmaya devam etmektedir.

KAYNAKÇA

Allam, Z. vee Newman, P. (2018). Redefining The Smart City: Culture, Metabolism and Governance. Smart Cities, 1(1), 4-25. https://Doi.Org/10.3390/Smartcities1010002

Al-Turjman, F., Zahmatkesh, H., ve Shahroze, R. (2019). An Overview of Security And Privacy in Smart Cities' IoT Communications. Transactions On Emerging Telecommunications Technologies, 33(3). https://Doi.Org/10.1002/Ett.3677

Ateş, M. (2018). The Concept Of 'Smart City' and Criticism Within The Context of its Transforming Meaning. Megaron / Yıldız Technical University Faculty of Architecture E-Journal. https://Doi.Org/10.5505/Megaron.2018.45087

Attaran, H., Kheibari, N., ve Bahrepour, D. (2022). Toward Integrated Smart City: A New Model for İmplementation and Design Challenges. Geojournal, 87(S4), 511-526. https://Doi.Org/10.1007/S10708-021-10560-W

Aydınoğlu, A., Bovkir, R., ve Bulut, M. (2022). Akıllı Şehirlerde Büyük Coğrafi Veri Yönetimi ve Analizi: Hava Kalitesi Örneği. Geomatik, 7(3), 174-186. https://Doi.Org/10.29128/Geomatik.938855

Bayraktar, H., Gülşen, B., Sengör, E., ve Badem, H. (2022). Akıllı Şehirlerde Stratejik Yönetim ve Strateji Hazırlama. https://Doi.Org/10.15659/Uzalcbs2022.13021

Bifulco, F., Tregua, M., Amitrano, C., ve D'auria, A. (2016). Ict and Sustainability in Smart Cities Management. International Journal of Public Sector Management, 29(2), 132-147. https://Doi.Org/10.1108/İjpsm-07-2015-0132

Bingöl, E. (2021). Akıllı Şehir Projelerine Vatandaş Katılımı: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(4), 1251-1275. https://Doi.Org/10.25287/Ohuiibf.848261

Bulut, A. ve Adıgüzel, Ş. (2023). Akıllı Kent Yaklaşımı ve Büyükşehir Belediyelerinde Uygulama İmkânları: Gaziantep ve Hatay Büyükşehir Belediyeleri Örnekleri. Uluslararasi Akademik Birikim Dergisi. https://Doi.Org/10.53001/Uluabd.2023.63

Cömertler, S. ve Cömertler, N. (2021). Akıllı Kentlerde Çevresel, Sosyal ve Ekonomik Sürdürülebilirlik, Kopenhag Örneği. Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi (Mbud), 6(1), 178-194. https://Doi.Org/10.30785/Mbud.780116

Çelikyay, H. ve Çelikyay, M. (2023). A Brief Review on Green Economy in Smart City Applications. Journal of Global Strategic Management. Https://Doi.Org/10.20460/Jgsm.2023.313

Çetin, D., Kara, Y., ve Correia, Z. (2020). The Sustainable and Smart Cities: Marmara Earthquake. İdealkent, 11(31), 1933-1958. https://Doi.Org/10.31198/İdealkent.734993

Demirkıran, S., Yücel, M., Terzioğlu, M., ve Selvi, A. (2021). Dijital Dönüşüm Sürecinde Akıllı Yönetişim. Tesam Akademi Dergisi, 8(2), 489-519. https://Doi.Org/10.30626/Tesamakademi.971899

Fang, Y., Shan, Z., ve Wang, W. (2021). Modeling and Key Technologies of A Data-Driven Smart City System. Ieee Access, 9, 91244-91258. https://Doi.Org/10.1109/Access.2021.3091716

Grishin, O., Nesterchuk, O., Popov, S., Толочко, A., and Levashova, O. (2021). Smart City Technologies in The Context of Ensuring Environmental Safety And Political Stability. E3s Web Of Conferences, 311, 07004. https://Doi.Org/10.1051/E3sconf/202131107004

Hashem, M., Chang, V., Anuar, N., Adewole, K., Yaqoob, I., Gani, A., … and Chiroma, H. (2016). The Role of Big Data in Smart City. International Journal of Information Management, 36(5), 748-758. https://Doi.Org/10.1016/J.İjinfomgt.2016.05.002

Ismail, N., Kalach, M., and Kleib, Y. (2022). Towards A Citizen Centered Smart City: İntegrating Leanthinking and Social Wellbeing. https://Doi.Org/10.24928/2022/0149

Iswanto, D. (2022). Smart Village Governance Through The Village İnformation System in Tuban Regency. Natapraja, 10(1), 44-57. https://Doi.Org/10.21831/Natapraja.V10i1.46619

Jiang, H., Geertman, S., and Witte, P. (2020). Smart Urban Governance: an Alternative to Technocratic "Smartness". Geojournal, 87(3), 1639-1655. https://Doi.Org/10.1007/S10708-020-10326-W

Joshi, S., Saxena, S., and Godbole, T. (2016). Developing Smart Cities: An Integrated Framework. Procedia Computer Science, 93, 902-909. https://Doi.Org/10.1016/J.Procs.2016.07.258

Kekillioğlu, H. ve Kekillioğlu, A. (2022). Akıllı Şehir Uygulamaları: Tokyo Örneği. https://Doi.Org/10.15659/Uzalcbs2022.13042

Kilicay-Ergin, N. and Barb, A. (2021). Semantic Fusion With Deep Learning and Formal Ontologies for Evaluation of Policies and Initiatives in the Smart City Domain. Applied Sciences, 11(21), 10037. Https://Doi.Org/10.3390/App112110037

Koca, A. and Sevinç, D. (2022). Validity of The Environmental Kuznets Curve in Brics-T Countries and The Impact of Financial Development and Trade Openness on Environmental Pollution. İzmir İktisat Dergisi, 37(2), 318-333. https://Doi.Org/10.24988/İje.816882

Lepekhin, A., Borremans, A., and Iliashenko, O. (2018). Design and Implementation of It Services as Part of the "Smart City" Concept. Matec Web of Conferences, 170, 01029. https://Doi.Org/10.1051/Matecconf/201817001029

Liu, Y. (2022). Analysis of Government Public Management Information Service and Computer Model Construction Based on Smart City Construction. Mathematical Problems In Engineering, 2022, 1-9. Https://Doi.Org/10.1155/2022/4544439

Lozynskyy, R., Hrymak, O., Kushnir, L., Terletska, O., and Vovk, M. (2021). City Size and Functional Specialization as Factors of Smart Management: A Case Of Lviv Oblast, Ukraine. Problems and Perspectives In Management, 19(2), 384-397. Https://Doi.Org/10.21511/Ppm.19(2).2021.31

March, H. and Ribera-Fumaz, R. (2016). Smart Contradictions: The Politics Of Making Barcelona A Self-Sufficient City. European Urban And Regional Studies, 23(4), 816-830. https://Doi.Org/10.1177/0969776414554488

Memiş, L. (2022). Kentlerin Çocuklarından Çocukların Kentlerine: "Çocuk Dostu Akıllı Kentler". Pamukkale University Journal Of Social Sciences Institute. Https://Doi.Org/10.30794/Pausbed.941484

Midor, K., Kuzior, A., Płaza, G., Molenda, M., and Krawczyk, D. (2021). Reception Of The Smart City Concept in The Opinion Of Local Administration Officials – A Case Study. Management Systems in Production Engineering, 29(4), 320-326. https://Doi.Org/10.2478/Mspe-2021-0040

Myeong, S., Jung, Y., and Lee, E. (2018). A Study On Determinant Factors in Smart City Development: An Analytic Hierarchy Process Analysis. Sustainability, 10(8), 2606. Https://Doi.Org/10.3390/Su10082606

Neirotti, P., Marco, A., Cagliano, A., Mangano, G., and Scorrano, F. (2014). Current Trends İn Smart City Initiatives: Some Stylised Facts. Cities, 38, 25-36. Https://Doi.Org/10.1016/J.Cities.2013.12.010

Nuaimi, E., Neyadi, H., Mohamed, N., & Al-Jaroodi, J. (2015). Applications Of Big Data To Smart Cities. Journal Of Internet Services And Applications, 6(1). Https://Doi.Org/10.1186/S13174-015-0041-5

Ozpınar, A., Bayraktar, H., Bayar, D., ve Bilgin, G. (2022). Yeni Nesil Akıllı Şehir Mimarisinde Güvenli Çok Taraflı Hesaplama Uygulamaları. https://Doi.Org/10.15659/Uzalcbs2022.12932

Öner, Ş. and Şen, M. (2022). Smart Solution To Urban And Environmental Problems: Open Data Platform (İzmir Example). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(Özel Sayı), 286-321. https://Doi.Org/10.16953/Deusosbil.1191310

Özcan, T. (2022). Nesnelerin İnterneti Özellikli Sensörlerin Akıllı Atık Yönetimine Katkısı. Yapı Bilgi Modelleme, 4(1), 14-22. https://Doi.Org/10.53033/Ybm.1104953

Öztopcu, A. ve Salman, A. (2019). Sürdürülebilir Kalkınmada Akıllı Kentler. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, (41), 167-188. Https://Doi.Org/10.17498/Kdeniz.476335

Pasolini, G., Buratti, C., Feltrin, L., Zabini, F., Castro, C., Verdone, R., … and Andrisano, O. (2018). Smart City Pilot Projects Using Lora And İeee802.15.4 Technologies. Sensors, 18(4), 1118. https://Doi.Org/10.3390/S18041118

Ramos, H., Mcnabola, A., Jiménez, P., and Sánchez, M. (2019). Smart Water Management Towards Future Water Sustainable Networks. Water, 12(1), 58. Https://Doi.Org/10.3390/W12010058

Sengör, E. ve Sungun, S. (2022). Şehirlerin Geleceği İçin Sürdürülebilir ve Akıllı Kentsel İyileştirmeler. https://Doi.Org/10.15659/Uzalcbs2022.12997

Sharma, C., Sharma, S., ve Gill, D. (2023). Reassessing Smart City Components: An Overview Of The Dynamic Nature Of Smart City Concept. Iop Conference Series Earth And Environmental Science, 1186(1), 012017. Https://Doi.Org/10.1088/1755-1315/1186/1/012017

Singh, S., Singh, P., Ohri, A., and Singh, R. (2022). Development Of Environmental Decision Support System For Sustainable Smart Cities in India. Environmental Progress & Sustainable Energy, 41(5). https://Doi.Org/10.1002/Ep.13817

Tarek, S. and Ouf, A. (2021). Biophilic Smart Cities: The Role Of Nature And Technology in Enhancing Urban Resilience. Journal Of Engineering And Applied Science, 68(1). https://Doi.Org/10.1186/S44147-021-00042-8

Taştan, M. (2019). Akıllı Ev Uygulamaları İçin Yeni Nesil IoT Denetleyici İle Gerçek Zamanlı Uzaktan İzleme ve Kontrol Uygulaması. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 23(2), 481-487. https://Doi.Org/10.19113/Sdufenbed.524110

Toli, A. and Murtagh, N. (2020). The Concept Of Sustainability in Smart City Definitions. Frontiers in Built Environment, 6. Https://Doi.Org/10.3389/Fbuil.2020.00077

Toš, I. (2021). Use Of Technology İn İmproving Urban Transport. https://Doi.Org/10.7307/Ptsm.2020.9

Townsend, A. (2013). Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, And The Quest For A New Utopia. https://Doi.Org/10.48558/Bxte-Bq78

Tutar, F., Canbulut, S., ve Tutar, N. (2022). Yerel Ekonomik Kalkınmada Sürdürülebilir Bir Hayat İçin Akıllı Şehirler. International Journal Of Disciplines İn Economics And Administrative Sciences Studies (Ideastudies), 43(43), 472-495. Https://Doi.Org/10.29228/İdeas.63683

Xie, Q., Li, K., Tan, X., Han, L., Tang, W., and Hu, B. (2021). A Secure And Privacy-Preserving Authentication Protocol For Wireless Sensor Networks in Smart City. Eurasip Journal On Wireless Communications And Networking, 2021(1). Https://Doi.Org/10.1186/S13638-021-02000-7

KENTSEL HİZMETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE YÖNETİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: STRATEJİK YAKLAŞIMLAR VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Dr., Duygu AKSU
Bağımsız Araştırmacı, duygaksu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8603-9074.

ÖZET
Kentleşme hızında yaşanan artış, kentsel alanlarda sürdürülebilir çevre yönetiminin önemini artırmıştır. Kentlerin yaşanılabilir olması ve dirençli kent kavramının korunması için sürdürülebilirlik önemli bir ilke haline gelmiştir. Bu bağlamda, kentsel hizmetler, kentsel çevre yönetimi üzerinde daha önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bu çalışma, kentsel hizmetlerin çevre yönetimi ve sürdürülebilirlikle olan ilişkisini incelemekte ve stratejik yaklaşımları ile uygulama örneklerini ele almaktadır. Kentsel hizmetler, atık yönetimi, su temini, enerji verimliliği ve ulaşım gibi birçok alanda çevresel etkilere sahiptir. İyi tasarlanmış ve etkili bir kentsel hizmetler stratejisi, çevre ve çevre yönetimi üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır. Çevre yönetimi konusunda önemli hale gelen bu etkinin araştırılması adına bu çalışma, kentsel hizmetlerin çevresel etkilere olan katkılarını ve sürdürülebilirlik perspektifini derinlemesine analiz etmektedir. Ayrıca, dünya genelinde çeşitli şehirlerden alınan uygulama örnekleri aracılığıyla kentsel hizmetlerin çevre yönetimine nasıl katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Bu örnekler, atık azaltma, yeşil enerji kullanımı ve toplu taşıma geliştirmeleri gibi çeşitli stratejik yaklaşımları içermektedir. Bu uygulamaların başarısı, sürdürülebilir çevre yönetimi için bir model oluşturması açısından oldukça önemlidir. Sonuç olarak, bu çalışma, kentsel hizmetlerin çevre yönetimi ve sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini anlamak ve iyileştirmek için geliştirilen stratejik yaklaşımları ve uygulama örneklerini incelemekte ve analiz etmektedir. Kentsel alanlardaki sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için kentsel hizmetlerin önemli bir rol oynadığına dikkat çekerek, bu alandaki araştırmaları ve politika geliştirmeyi teşvik etmektedir.
Anahtar Kelimeler: Çevre, Çevre Yönetimi, Çevre Sorunları, Kentleşme ve Kentsel Hizmetler.

THE IMPACT OF URBAN SERVICES ON SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT: STRATEGIC APPROACHES AND PRACTICAL EXAMPLES

ABSTRACT
The increase in the rate of urbanization has increased the importance of sustainable environmental management in urban areas. Sustainability has become an important principle for cities to be livable and to maintain the concept of resilient cities. In this context, urban services have a significant impact on urban environmental management. This study examines the relationship between urban services and environmental management and sustainability and discusses their strategic approaches and implementation examples. Urban services have environmental impacts in many areas such as waste management, water supply, energy efficiency, and transportation. A well-designed and effective urban service strategy has a positive impact on the environment and environmental management. To investigate this increasingly important impact on environmental management, this study analyzes the

contribution of urban services to environmental impacts and the sustainability perspective in depth. It also demonstrates how urban services can contribute to environmental management through case studies of various cities around the world. These examples include a variety of strategic approaches such as waste reduction, green energy use, and public transportation improvements. The success of these practices is important for sustainable environmental management. Consequently, this study examined and analyzed strategic approaches and implementation examples developed to understand and improve the impact of urban services on environmental management and sustainability. This draws attention to the important role of urban services in achieving sustainability goals in urban areas and encourages research and policy development in this field.

Keywords: Environment, Environmental Management, Environmental Problems, Urbanization and Urban Services.

1. GİRİŞ

Artan küresel kentleşme olgusu, sürdürülebilir çevre yönetimi arayışına eşi benzeri görülmemiş bir meydan okuma sunmaktadır. Dünya nüfusu kent merkezlerine doğru amansız kayışını sürdürdükçe, insan faaliyetleri, altyapı gelişimi ve çevre yönetiminin kesişmesi daha da belirgin hale gelmektedir. Bu derin kentsel dönüşüm, kentsel hizmetler ile çevresel sürdürülebilirliğin kapsayıcı hedefi arasındaki karmaşık etkileşimin kapsamlı bir şekilde araştırılmasını gerektirmektedir.

Su temini, atık yönetimi, enerji tedariki, ulaşım sistemleri ve kamu sağlığı gibi bir dizi temel işlevi kapsayan kentsel hizmetler, modern kentlerin temel hizmetlerini oluşturmaktadır. Bu hizmetler, kent sakinlerinin refahı ve kentsel peyzajın işlevselliği ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Bununla birlikte, bu hizmetlerin sunumu ve işletilmesi önemli ekolojik ve çevresel etkiler yaratmakta ve genellikle ekosistemlerin, biyoçeşitliliğin ve iklim sistemlerinin dengesini zorlamaktadır. Bu nedenle karşılaşılan zorluk, bu vazgeçilmez hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimi ilkeleriyle uyumlu hale getirilmesinde yatmaktadır.

Bu çalışma, görünüşte birbirinden farklı olan bu zorunlulukları uzlaştırma vaadinde bulunan stratejik yaklaşımları inceleyerek kentsel hizmetler ve sürdürülebilir çevre yönetimi arasındaki çok yönlü ilişkiyi çözmeye çalışmaktadır. Bunu yaparken, kentsel hizmetlerin hem çevresel stresin birincil itici gücü hem de eko-merkezli inovasyon için potansiyel bir katalizör olarak oynadığı önemli rolü aydınlatmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, dünyanın dört bir yanındaki kent merkezlerinden alınan pratik örnekler ve vaka çalışmaları aracılığıyla, belediyelerin bu karmaşık arazide nasıl gezindiklerine dair bir rehberlik sağlamayı amaçlamaktadır.

Sürdürülebilir çevre yönetiminin temelini oluşturan kapsayıcı ilkeleri incelemek, kentsel hizmetlerin çevresel sonuçlarını analiz ederek ekolojik ayak izlerini azaltmak için tasarlanmış bir dizi stratejik yaklaşımı açıklamaya destek olmaktadır. İleri görüşlü kentlerin deneyimlerinden yararlanarak, sürdürülebilirliği tasarım ve uygulamalarının ayrılmaz bir bileşeni olarak benimseyen yenilikçi kentsel hizmet modellerinin somut örneklerini bu çalışmada konu edinilmiştir.

Kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimi üzerindeki etkisinin araştırılması kentlerin geleceği açısından oldukça önemlidir. Kentlerin geleceğinin bağlı olduğu kırılgan ekolojik sistemleri korurken gelişen kentsel ortamları teşvik etmeyi amaçlayan kentsel hizmet sunumunda bir paradigma değişikliğine duyulan acil ihtiyacın bir kanıtı niteliğindedir. Kentsel

hizmetler ve çevresel sürdürülebilirlik arasındaki karmaşık dinamikleri anlamanın sadece akademik bir uğraş değil, şimdiki ve gelecek nesillerin refahı için gerekli olan pratik bir zorunluluk olduğunu çalışmada vurgulanmak istenmektedir.

2. KENTSEL HİZMETLERİN EKOLOJİK DÖNÜŞÜMÜ

Kent, bir yerleşim alanıdır ve genellikle büyük bir nüfusa sahip olan, ticaret, sanayi, kültür ve sosyal faaliyetlerin yoğun olduğu bir bölgedir (Kuter ve Kaya, 2019). Kentsel alanlar, teknolojik gelişmeler, sermaye yatırımları ve nüfus göçleri gibi faktörlerden etkilenen çeşitli ve dinamik yapılarıyla karakterize edilir (Ward ve Fischer, 1978). Kentsel hizmetler, kentsel deneyimin desteklenmesi ve geliştirilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu hizmetler, kentsel toplulukların işleyişi ve refahı için gerekli olan çok çeşitli işlev ve faaliyetleri kapsamaktadır.

Kentsel hizmetler, kentte yaşayan insanların ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam kalitesini artırmak için sunulan hizmetlerdir (Erten ve Aktel, 2020). Kentsel hizmetler geniş anlamda kentsel nüfusun ihtiyaç ve taleplerini karşılamak için sağlanan hizmetler olarak tanımlanabilir. Kentsel hizmetler arasında su temini, kanalizasyon, elektrik, gaz, ulaşım, eğitim, sağlık hizmetleri, parklar ve yeşil alanlar, kentsel dönüşüm, engelli erişimi gibi birçok farklı alan bulunmaktadır (Türkoğlu ve Bayar, 2022; Bayram ve Çoban, 2022). Kentsel hizmetler arasında yer alan altyapı geliştirme, ulaşım, sağlık, eğitim, su ve kanalizasyon, atık yönetimi, kamu güvenliği ve rekreasyon tesisleri yaşanabilir ve sürdürülebilir kentsel çevreler yaratmak için elzemdir (Luederitz vd., 2015; Shah vd., 2016; Rossi vd., 2022).

Kentsel hizmetlerin amacı, kentte yaşayan insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak, yaşam kalitesini artırmak, kentsel alanların verimli bir şekilde işlemesini sağlamak, kent sakinlerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak, çevreyi korumak ve sürdürülebilir bir kent oluşturmaktır (Özdede vd., 2021; Yıldırım, 2022). Temel kolaylıkları sağlayarak ve ekonomik, sosyal ve kültürel faaliyetleri kolaylaştırarak kentlerdeki genel yaşam kalitesine katkıda bulunurlar (Chang vd., 2017). Kentsel hizmetler, kentte yaşayan herkesin eşit erişimine ve kullanımına olanak sağlamalıdır (Erten ve Aktel, 2020). Kentsel hizmetler, tüm kent sakinlerinin temel hizmetlere ve kalkınma fırsatlarına erişimini sağlayarak eşitlik ve sosyal içermenin teşvik edilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Shah vd., 2016; Ghanekar, 2022).

Kentsel hizmetler, çeşitli düzeylerdeki (yerel, bölgesel ve ulusal) devlet kurumları, özel sektör kuruluşları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve toplum temelli girişimler de dâhil olmak üzere bir dizi aktör tarafından sağlanmaktadır (Shah vd., 2016; Eastman ve Bunch, 2007). Kentsel hizmetleri sağlama sorumluluğu genellikle bu hizmetleri diğer paydaşlarla işbirliği içinde planlamak, uygulamak ve yönetmekle görevli olan yerel yönetimlere aittir (Hall vd., 2006). Türkiye'de ise kentsel hizmetler, genellikle yerel yönetimler tarafından sağlanır ve planlanır (Türkoğlu ve Bayar, 2022).

Kentsel hizmetler sağlanırken, çeşitli hususların dikkate alınması gerekir. Bunlar arasında, tüm sakinlerin eşit erişimini sağlamak için hizmetlerin mekânsal dağılımı, verimliliği ve etkinliği teşvik etmek için hizmetlerin entegrasyonu, kaynak kullanımı ve çevresel etki açısından hizmet sunumunun sürdürülebilirliği ve kentsel nüfusun değişen ihtiyaç ve isteklerine yanıt verme yer almaktadır (Blanchart vd., 2018; Allan vd., 2018, ve Sekban, 2022). Satın alınabilirlik, kültürel uygunluk ve yerel toplulukların karar alma süreçlerine katılımı gibi hususlar, kentsel hizmetlerin kapsayıcılığını ve etkinliğini sağlamak için önemlidir (Shah vd.,

2016; Ghanekar, 2022; Eastman ve Bunch, 2007). Ayrıca, kentsel hizmetlerin sürdürülebilirlik ilkesine uygun olması ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurması önemlidir (Yıldırım, 2022; Kaya ve Uzun, 2019).

Kentsel hizmetlerin sağlanması ve planlanması, kentte yaşayan insanların ihtiyaçlarını ve beklentilerini dikkate almalıdır (Önder, 2020). Engelli erişimi gibi dezavantajlı grupların ihtiyaçları da göz önünde bulundurulmalıdır (Erten ve Aktel, 2020; Türkoğlu ve Bayar, 2022). Ayrıca, kentsel hizmetlerin etkili bir şekilde sunulabilmesi için yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer paydaşların işbirliği yapması önemlidir. Kentsel hizmetlerin planlanması ve sunulması aşamasında, krizlerin fırsata dönüştürülebileceği öngörüsüyle hareket etmek gerekmektedir.

Sonuç olarak, kent bir yerleşim alanıdır ve kentsel hizmetler, kentte yaşayan insanların ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam kalitesini artırmak için sunulan hizmetlerdir. Bu hizmetler, su temini, kanalizasyon, elektrik, gaz, ulaşım, eğitim, sağlık hizmetleri, parklar ve yeşil alanlar gibi birçok farklı alanda sağlanır. Kentsel hizmetlerin amacı, kentte yaşayan insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak, yaşam kalitesini artırmak, çevreyi korumak ve sürdürülebilir bir kent oluşturmaktır. Bu hizmetler genellikle yerel yönetimler tarafından sağlanır ve planlanır. Kentsel hizmetlerin sunulması ve planlanması aşamasında, çevresel, sosyal ve ekonomik faktörlere dikkat edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, kentsel hizmetlerin sürdürülebilirlik ilkesine uygun olması ve dezavantajlı grupların ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurması önemlidir. Bu süreçte yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer paydaşların işbirliği yapması önemlidir. Bir sonraki başlıkta sürdürülebilir çevre yönetimi ve hedeflerine yer verilmiştir.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE YÖNETİMİ VE HEDEFLERİ

Çevre yönetimi, çevrenin korunması ve muhafaza edilmesini amaçlayan faaliyetlerin geliştirilmesi, uygulanması, yönetilmesi, koordine edilmesi ve izlenmesi uygulamalarını ifade eder (Dubravská vd., 2020). Çevre yönetimi, çevrenin korunması, sürdürülebilir kullanımı ve çevresel etkilerin azaltılması için yapılan planlama, uygulama ve aynı zamanda denetim sürecidir (Bilgili, 2020). Denetim sürecinin çevre yönetimini içermesi çevre üzerinde önemli bir etkisi olan insan faaliyetlerinin kontrolünü içermektedir (Rowland-Jones vd., 2005).

Çevre yönetimi, çevresel sorunların çözümünde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, çevre yönetimi politikaları ve yasaları, çevresel etkilerin azaltılması ve sürdürülebilir bir çevrenin korunması için önemlidir. Çevre yönetimi yasaları, çevresel etkilerin kontrol altına alınmasını ve çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını sağlamak için çeşitli düzenlemeler içermektedir (Özel, 2018).

Çevre yönetiminin amacı, çevrenin korunması, sürdürülebilir kullanımı ve çevresel etkilerin azaltılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, çevre yönetimi politikaları ve uygulamaları, çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını ve çevresel etkilerin minimize edilmesini hedefler (Bilgili, 2020). Çevre yönetiminin diğer bir amacı, çevresel değişkenlerle ilgili belirli hedeflere ulaşmaktır (Pereira vd., 2013). Bu hedefler ekolojik sürdürülebilirlik, sürdürülebilir performans ve çevresel stratejileri içerebilir (Rehman vd., 2020). Çevre yönetimi, sürdürülebilirliği teşvik eden ilkeler ve uygulamalar tarafından yönlendirilmelidir (Turner, 1988).

Çevre yönetiminin etkinliğini sağlamak için, çevresel uygulamaları yönetmek ve uygulamak üzere kanun ve yönetmelikler mevcuttur (Widodo ve Hossain, 2022). Bu yasalar

farklı yetki alanlarına göre değişiklik gösterir ve atık yönetimi, kirlilik kontrolü ve kaynakların korunması gibi alanları kapsayabilir (Schwartz vd., 2014). Bu yasalara uyum, sürdürülebilir çevre yönetimi için çok önemlidir (Hernanda vd., 2020).

Sürdürülebilir çevre yönetimi, çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması ve çevresel etkilerin minimize edilmesi için yapılan planlama, uygulama ve denetim sürecidir. Sürdürülebilir çevre yönetimi, çevresel, ekonomik ve sosyal faktörleri dikkate alarak çevrenin korunmasını ve sürdürülebilir kullanımını sağlamayı amaçlar (Bahçeci ve Görmez, 2019). Sürdürülebilir çevre yönetimi, çevresel stratejilerin genel yönetim uygulamalarına entegre edilmesini içermektedir (Lee ve Rhee, 2007). Çevre yönetimi kontrol sistemlerinin geliştirilmesini ve uygulanmasını gerektirir. Bu sistemler, çevresel stratejileri yönetsel performansa dönüştüren mekanizmalar olarak hizmet eder (Rötzel vd., 2018). Kuruluşlar, çevresel yönetim kontrol sistemlerini entegre ederek çevresel uygulamalara olan bağlılıklarını güçlendirebilirler.

Sürdürülebilir çevre yönetimi, çevresel etkilerin azaltılması ve çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması için çeşitli stratejiler ve politikalar gerektirir. Bu stratejiler arasında atık yönetimi, enerji verimliliği, su kaynaklarının korunması, çevresel eğitim ve farkındalık gibi konular yer almaktadır (Vatansever, 2019). Sürdürülebilir çevre yönetimini başarmak için örgütsel destek, bireysel bağlılık ve çevre yönetimine yatırılan kaynakların düzeyi gibi faktörleri dikkate almak önemlidir (Cantor vd., 2013). Ayrıca, iş stratejisi ile çevresel sürdürülebilirlik performansı arasındaki ilişkide çevresel yönetim sürecinin aracı rolü de kabul edilmelidir (Tjahjadi vd., 2022).

Sürdürülebilir çevre yönetimi için çevre dostu uygulamaların yaygınlaşması ve çevresel bilincin artması önemlidir. Bu nedenle, çevre yönetimi politikaları ve uygulamaları, çevresel eğitim ve farkındalık çalışmalarını desteklemeli ve teşvik etmelidir (Sağbaş vd., 2022). Yükseköğretim kurumları bağlamında, sürdürülebilir çevre yönetimi, sürdürülebilir kalkınma için bilgi ve becerilerin dağıtılmasında çok önemli bir rol oynamaktadır (Roos ve Guenther, 2020). Bu kurumlar, sürdürülebilirliği teşvik etme ve çevre yönetimi uygulamalarını faaliyetlerine dahil etme sorumluluğuna sahiptir.

Sürdürülebilir çevre yönetimi, çevresel etkilerin azaltılması ve çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması için çeşitli politikalar ve stratejiler gerektirir. Bu politikalar ve stratejiler, çevresel etkilerin kontrol altına alınmasını, çevresel kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasını hedefler (Süer, 2022). Sürdürülebilir çevre yönetimi için çevresel etkilerin azaltılması ve çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması önemlidir. Bu nedenle, çevre yönetimi politikaları ve uygulamaları, çevresel etkilerin azaltılması ve çevresel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması için çeşitli stratejiler ve politikalar içermelidir (Demir, 2019).

Çevre yönetimi, çevreyi korumak ve muhafaza etmek için faaliyetler geliştirme, uygulama, yönetme, koordine etme ve izleme uygulamasıdır. Sürdürülebilirliği teşvik eden ilkeler ve uygulamalar tarafından yönlendirilmelidir. Yasa ve yönetmelikler çevre yönetimi uygulamalarını düzenler ve sürdürülebilir çevre yönetimi için uyum esastır. Çevre stratejilerinin genel yönetim uygulamalarına entegre edilmesi ve çevre yönetimi kontrol sistemlerinin uygulanması, sürdürülebilir çevre yönetimine ulaşmanın anahtarıdır. Yükseköğretim kurumları da sürdürülebilir çevre yönetiminin teşvik edilmesinde hayati bir rol oynamaktadır. Bir sonraki

başlıkta kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisini araştırmak için stratejik yaklaşımlar ve uygulama örneklerine yer verilmiştir.

4. KENTSEL HİZMETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE YÖNETİMİNE ETKİSİ: STRATEJİK YAKLAŞIMLAR VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimi üzerindeki etkisi, stratejik yaklaşımlar ve uygulamalar gerektiren karmaşık ve çok yönlü bir konudur. Çeşitli referanslar bu konuya ilişkin içgörü sağlamaktadır. Konu özelinde literatürde yer alan çalışmalar şu şekildedir;

- Alshuwaikhat ve Abubakar (2008) tarafından yapılan çalışmada çevre yönetimine ilişkin uluslararası bir standart olan ISO 14001'in kuruluşlara çevresel etkilerini yönetme konusunda rehberlik etmedeki rolünü vurgulanmıştır. Bu standart, çevre yönetimi süreçlerinin değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi için bir çerçeve sunmaktadır. Kuruluşlar ISO 1400'i benimseyerek ve çevre yönetimi uygulamalarını hayata geçirerek kentsel alanlarda sürdürülebilir çevre yönetimine katkıda bulunabilecekleri belirtilmiştir.
- Coutinho ve arkadaşları (2018), yapmış oldukları bir çalışmada yeni şehirlerin sürdürülebilir kalkınmasında stratejik çevresel değerlendirme ve çevre yönetimi uygulamalarının önemini tartışmıştır. Stratejik çevresel değerlendirme etki minimizasyonu ve izleme gibi çevresel yönetim uygulamalarını kentsel planlara dahil eden bir araç olduğunu belirtip, bu yaklaşımın, kentsel hizmetlerin sürdürülebilir kalkınma üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirecek şekilde tasarlanmasını ve uygulanmasını sağladığı sonucuna ulaşmışlardır.
- Gustafsson ve arkadaşları (2018), çevresel sürdürülebilirliğin stratejik mekânsal planlamaya entegre edilmesinde yönetimin önemini vurgulamaktadır. Etkili yönetim uygulamaları, sürdürülebilir uygulamaların ve dönüştürücü stratejilerin hayata geçirilmesi için çok önemlidir. Stratejik mekânsal planlamada çevresel sürdürülebilirlik göz önünde bulundurularak, kentsel hizmetler sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecek şekilde tasarlanabilir ve yönetilebilir olduğuna işaret etmektedir.
- Semeraro ve arkadaşları (2020), ekosistem hizmetlerinin kent çevresi kalkınma planlarının stratejik çevresel değerlendirmesine entegrasyonu tartışılmıştır. Bu yaklaşım, planlama sürecinin sürdürülebilir kalkınma ve çevresel hedeflerin yanı sıra bölgenin bağlamını da dikkate almasını sağlamaktadır. Planlama sürecinde ekosistem hizmetlerine öncelik verilerek, kentsel hizmetler sürdürülebilir çevre yönetimini destekleyecek şekilde tasarlanabilir ve yönetilebilir olduğunu göstermektedir.
- Zucaro ve arkadaşları (2022) tarafından hazırlanan çalışmada sürdürülebilir çevre yönetimini sağlamak için kapsamlı kentsel kaynak yönetimine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır. Bu ihtiyaç, kentin kaynaklarının ve enerji sistemlerinin izlenmesini ve yönetilmesini, kentsel ekosistem hizmetlerinin korunmasını ve restore edilmesini ve katılımcı yönetişim süreçlerinin uygulanmasını içermektedir. Çalışmada stratejik yaklaşımlar ve uygulamaların, kaynakların sürdürülebilir tahsisi ve kentsel alanların genel refahı için gerekli olduğu vurgulanmıştır.

Literatürde yer alan bu çalışmalar, kentsel alanlarda sürdürülebilir çevre yönetimini sağlamak için uygulanabilecek stratejik yaklaşımlar ve uygulamalar hakkında kapsamlı bir anlayış sağlamaktadır. Stratejik çevresel değerlendirme, ISO 14001 ve ekosistem hizmetleri gibi araçlar bir araya getirilerek kentsel hizmetler, çevresel etkiyi en aza indirecek ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecek şekilde tasarlanabilir ve yönetilebilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisi olduğunu gösteren ilk stratejik yaklaşım ve uygulama örneği eko-kentlerdir. Bu sebeple sürdürülebilir kentsel kalkınmanın sağlanmasına yönelik yaklaşımlardan ilki eko-kentler kavramıdır. Eko-kentler, ekolojik ayak izlerini en aza indirecek ve yenilenebilir kaynak kullanımını en üst düzeye çıkaracak şekilde tasarlanmıştır. Yeşil bina tasarımı, verimli ulaşım sistemleri, atık yönetimi ve yenilenebilir enerji kaynakları gibi çeşitli stratejileri içerirler.

Kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisi olduğunu gösteren diğer bir stratejik yaklaşım ve uygulama örneği atık yönetimidir. Atık yönetimi, kentsel çevre yönetiminin önemli bir bileşenidir. Gelişmekte olan birçok ülkede yerel yönetim bütçelerinin %10 ila %40 arasında değişen önemli bir kısmı atık yönetimi hizmetlerine ayrılmaktadır. Ancak bu hizmetler genellikle istenen standartları karşılamakta yetersiz kalmaktadır (Demirarslan ve Demirarslan, 2016). Şehirlerde yeni yerleşim alanlarının geliştirilmesi katı atık sorununu daha da kötüleştirebilir. Örneğin İzmit/Yahyakaptan mahallesi örneğinde, hızlı kentleşme katı atık yönetiminde zorluklara yol açmıştır.

Kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisi olduğunu gösteren başka bir stratejik yaklaşım ve örnek uygulama su yönetimidir. Su yönetimi, sürdürülebilir kentsel kalkınmanın bir diğer önemli boyutudur. Atık suyun yeniden kullanımının pestisit üretiminde koagülasyon/flokülasyon süreçleri ile değerlendirilmesi, arıtılmış suyun geri dönüştürülebileceğini ve üretim süreçlerinde kullanılabileceğini göstermiştir (Katip, 2019). Bu yaklaşım sadece tatlı su kaynaklarına olan talebi azaltmakla kalmaz, aynı zamanda atık su deşarjının çevresel etkisini de en aza indirir.

Kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisi olduğunu gösteren atık ve su yönetimine ek olarak ulaşım planlamaları da stratejik yaklaşım ve uygulama örnekleri arasında yer almaktadır. İstanbul Sürdürülebilir Kentsel Hareketlilik Planı, kentsel hareketlilik yönetimine stratejik bir yaklaşım örneğidir (Ayaz, 2023). Plan, toplu taşıma, bisiklet ve yürüyüş gibi sürdürülebilir ulaşım türlerini teşvik ederek trafik sıkışıklığını ve bunun olumsuz çevresel etkilerini ele almayı amaçlamaktadır.

Genel olarak, kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisinin ortaya konması için ekonomik, sosyal ve çevresel faktörleri dikkate alan bütüncül ve entegre bir yaklaşım gerekmektedir (Erdoğan ve Öztürk, 2019). Kaynak verimliliğini teşvik eden, kirliliği azaltan ve kent sakinlerinin yaşam kalitesini artıran strateji ve uygulamaların hayata geçirilmesini gerekir (Hanaki, 2008). Stratejik yaklaşımları benimseyerek ve atık yönetimi, su yönetimi ve ulaşım planlaması gibi alanlarda sürdürülebilir uygulamaları hayata geçirerek şehirler hem çevrenin hem de sakinlerinin uzun vadeli refahına katkıda bulunabilir.

Aşağıda yer alan çizelgede kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisi görsel olarak sunulmuştur.

Çizelge 1. Kentsel Hizmetlerin Sürdürülebilir Çevre Yönetimine Etkisi

Stratejik Yaklaşım ve Uygulama Örneği	Örnekler

Bütünleşik Kentsel Planlama	Curitiba, Brezilya: Toplu taşıma ve yeşil alanlarla entegre kentsel planlama.
Çevre Dostu Toplu Taşıma	Stockholm, İsveç: Trafik sıkışıklığı fiyatlandırması ve kapsamlı bir toplu taşıma ağı.
Atıktan Enerjiye ve Geri Dönüşüm Programları	San Francisco, California: Geri dönüşüm ve kompostlaştırmaya odaklanan kapsamlı atık yönetimi.
Yeşil Bina Uygulamaları	Singapur: Çevre dostu inşaat için katı yeşil bina standartları ve teşvikler.
Akıllı Şebekeler ve Enerji Verimliliği	Kopenhag, Danimarka: Verimli enerji dağıtımı ve yenilenebilir enerji kullanımı için akıllı şebeke sistemi.
Kentsel Biyoçeşitliliğin Korunması	Melbourne, Avustralya: Biyoçeşitliliği desteklemek için şehir parklarının ve yeşil koridorların korunması.
Su Yönetimi ve Yağmur Suyu Hasadı	Berlin, Almanya: Kamu altyapısında yağmur suyu toplama sistemleri.
Topluluk Katılımı ve Eğitim	Portland, Oregon: Sürdürülebilirlik için topluluk programları ve eğitim.
Emisyon Azaltım Hedefleri	Paris, Fransa: Emisyon azaltma hedefleri ve yüksek düzeyde kirlilik yaratan eski araçların yasaklanması.
Kentsel Tarım ve Gıda Sürdürülebilirliği	Havana, Küba: Yerel gıda üretimi için kentsel tarımın teşvik edilmesi.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıda yer alan çizelgede kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimine etkisi için on stratejik yaklaşım ve uygulama örneğine yer verilmiştir. Bütünleşik kentsel planlama yaklaşımı özel araçlara olan bağımlılığı azaltıp hava kirliliğini en aza indirir ve şehirdeki yeşil alanları korur. Çevre dostu toplu taşıma yaklaşımı, otobüs, tramvay ve metro sisteminin kullanımını teşvik ederek hava kalitesinin iyileştirilmesine ve çevresel etkinin azaltılmasına katkıda bulunmaktadır. Atıktan enerjiye ve geri dönüşüm programları yaklaşımı, çöp depolama alanlarına gönderilen atık miktarını önemli ölçüde azalarak sera gazı emisyonları azaltır ve sürdürülebilir atık yönetimi destekler. Yeşil bina uygulamaları, enerji tüketimini azaltır, su tasarrufu sağlar ve kentsel ısı adası etkisini en aza indirerek daha sürdürülebilir bir kentsel çevreye katkıda bulunur. Akıllı şebekeler ve enerji verimliliği yaklaşımı, enerji israfını azaltarak ve temiz enerji üretimini teşvik ederek, karbon emisyonlarının azaltılmasına ve çevresel sürdürülebilirliğin iyileştirilmesine katkıda bulunur. Kentsel biyoçeşitliliğin korunması yaklaşımı, yerli türler için yaşam alanı sağlar ve şehrin genel ekolojik sağlığına katkıda bulunur. Su yönetimi ve yağmur suyu hasadı yaklaşımı, yerel su kaynakları üzerindeki baskıyı azaltır ve sorumlu su kullanımını teşvik ederken sel riskini de en aza indirir. Topluluk katılımı ve eğitim yaklaşımı, çevresel sorumluluk kültürünü teşvik eder ve sakinleri sürdürülebilir kentsel hizmetlere katılmaya teşvik eder. Emisyon azaltım hedefleri yaklaşımı, daha temiz ulaşım seçeneklerinin kullanımını teşvik ederken, hava kalitesi ve iklim değişikliği endişelerini de ele almaktadır. Kentsel tarım ve gıda sürdürülebilirliği yaklaşımı, yerel gıda

üretimini artırmak ve uzun mesafeli gıda taşımacılığıyla ilgili çevresel ayak izini azaltmak için çatı bahçeleri ve topluluk çiftlikleri de dahil olmak üzere kentsel tarımı teşvik etmektedir. Bu örnekler, dünya genelindeki şehirlerin, kentsel hizmetlerin sürdürülebilir çevre yönetimi üzerindeki etkisini ele almak için kullandığı bir dizi stratejik yaklaşım ve uygulamayı göstermektedir. Kent merkezleri bu girişimleri uygulayarak çevresel ayak izlerini azaltabilir, kent sakinlerinin yaşam kalitesini artırabilir ve daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir geleceğe katkıda bulunabilir.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Kentsel hizmetler kentsel alanların işleyişi ve refahı için oldukça önemlidir. Kentsel nüfusun ihtiyaç ve taleplerini karşılayan çok çeşitli işlev ve faaliyetleri kapsamaktadır. Bu hizmetler, yerel yönetimlerin merkezi bir rol oynadığı çeşitli aktörler tarafından sağlanır. Kentsel hizmetler sağlanırken eşit erişim, entegrasyon, sürdürülebilirlik ve değişen ihtiyaçlara cevap verebilirlik gibi hususlar çok önemlidir. Kentsel hizmetler, bu hususları ele alarak yaşanabilir, sürdürülebilir ve kapsayıcı şehirler yaratılmasına katkıda bulunabilir.

Önceki bölümlerde tartışılan stratejik yaklaşımlar ve uygulama örnekleri ışığında, kentsel hizmetler ve sürdürülebilir çevre yönetimi arasındaki ilişkinin hem karmaşık hem de etkili olduğu ortaya çıkmaktadır. İyi planlanmış kentsel hizmetlerin çevresel sürdürülebilirlik ilkeleriyle bütünleştirilmesi, hızlı kentleşme ve buna bağlı çevresel sonuçların yarattığı zorluklara karşı zorunlu bir yanıttır.

Dünyanın çeşitli kentlerinden sunulan stratejik yaklaşım ve uygulama örnekleri, kentsel yaşamın genel kalitesini artırırken kentsel hizmetlerin çevresel ayak izini azaltan önlemlerin uygulanabilirliğini ve arzu edilirliğini vurgulamaktadır. Bu vaka çalışmaları, sürdürülebilir kentsel hizmet modellerinin çeşitli bağlamlara uyarlanabilirliğini göstermekte ve farklı kentsel ortamlarda çoğaltma ve özelleştirme potansiyelini ortaya koymaktadır.

Entegre şehir planlaması, çevre dostu toplu taşıma, atık yönetimi ve geri dönüşüm programları, yeşil bina uygulamaları ve sunulan tabloda ele alınan diğer girişimler, kentsel hizmetlerin dönüştürücü potansiyelinin somut kanıtlarını sunmaktadır. Bunlar yalnızca kaynak tüketimini azaltmak, emisyonları düşürmek ve biyolojik çeşitliliği korumakla kalmayıp aynı zamanda kentsel alanların iklim değişikliği de dahil olmak üzere çevresel zorluklara karşı direncini de artırmaktadır.

Bununla birlikte, kentsel hizmetler yoluyla sürdürülebilir çevre yönetimine giden yolculukta zorluklar da yok değildir. Siyasi iradenin, mali kaynakların ve toplum katılımının uyumlaştırılmasını gerektirmektedir. Ayrıca, sürekli yenilik, teknolojik ilerleme ve değişen çevresel önceliklere uyarlanabilirlik gerektirir. Tabloda vurgulanan uygulama örneklerinden çıkarılan dersler, bu zorlukların ele alınmasına yönelik değerli bilgiler sunmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışmada incelenen stratejik yaklaşımlar ve uygulama örnekleri, kentsel hizmetlerin kent merkezlerinin çevresel kaderini şekillendirmede oynadığı önemli rolü vurgulamaktadır. Küresel nüfusumuz kentleşmeye devam ederken, sürdürülebilir kentsel hizmetlerin sunduğu fırsatları değerlendirmek politika yapıcıların, şehir planlamacılarının ve toplumların görevidir. Kentler bu uygulamaları benimseyerek ve yerel ihtiyaç ve koşullara uygun hale getirerek sadece kentleşmenin çevresel etkilerini hafifletmekle kalmaz, aynı zamanda doğal dünyaya saygı duyan ve onu canlandıran kentsel gelişime doğru bir yol çizebilirler. Bunu yaparak, kentsel hizmetlerin ve çevre yönetiminin uyumlu bir şekilde bir

arada var olmasının sadece bir vizyon değil, somut bir gerçeklik olduğu daha sürdürülebilir ve dirençli bir kentsel geleceğin yolunu açarlar.

KAYNAKÇA

Allan, J., Kenway, S., and Head, B. (2018). Urban water security - what does it mean?. Urban Water Journal, 15(9), 899-910. https://doi.org/10.1080/1573062x.2019.1574843

Alshuwaikhat, H. and Abubakar, I. (2008). An integrated approach to achieving campus sustainability: assessment of the current campus environmental management practices. Journal of Cleaner Production, 16(16), 1777-1785. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2007.12.002

Ayaz, Ç. (2023). Kentsel hareketlilik yönetimine stratejik bir bakış: istanbul sürdürülebilir kentsel hareketlilik planı üzerine nitel bir analiz. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(1), 41-55. https://doi.org/10.17494/ogusbd.1201818

Bahçeci, H. ve Görmez, K. (2019). Sürdürülebilir kalkınma vs. ekolojik düşünce. Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 2299-2323. https://doi.org/10.26466/opus.537418

Bayram, Z. ve ÇOBAN, E. (2022). Accessibility for the orthopedic disabled individuals: the case of trabzon ortahisar. İdealkent, 13(36), 622-656. https://doi.org/10.31198/idealkent.1078252

Bilgili, M. (2020). Katı atık yönetiminde kullanılan bazı kavramlar ve açıklamaları. Avrasya Terim Dergisi, 8(2), 88-97. https://doi.org/10.31451/ejatd.773288

Blanchart, A., Séré, G., Cherel, J., Warot, G., Marie, S., Noël, C., … and Schwartz, C. (2018). Towards an operational methodology to optimize ecosystem services provided by urban soils. Landscape and Urban Planning, 176, 1-9. https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2018.03.019

Cantor, D., Morrow, P., McElroy, J., and Montabon, F. (2013). The role of individual and organizational factors in promoting firm environmental practices. International Journal of Physical Distribution and Logistics Management, 43(5/6), 407-427. https://doi.org/10.1108/ijpdlm-03-2012-0071

Chang, J., Qu, Z., Ru, X., Pan, K., Xu, B., Min, Y., … and Ge, Y. (2017). Assessing the ecosystem services provided by urban green spaces along urban center-edge gradients. Scientific Reports, 7(1). https://doi.org/10.1038/s41598-017-11559-5

Coutinho, P., Silva, N., Fulgêncio, C., Cañas, A., and Alcobia, S. (2018). Environmental management practices for the sustainable development of a new city in mozambique. Brazilian Journal of Operations and Production Management, 15(1), 112-126. https://doi.org/10.14488/bjopm.2018.v15.n1.a10

Demir, S. (2019). Sürdürülebilir kalkınma eğitimi açısından sosyal bilgiler dersi öğretim programının değerlendirilmesi. Diyalektolog- Ulusal Hakemlin Sosyal Araştırmalar Dergisi, 22(22), 211-225. https://doi.org/10.29228/diyalektolog.39810

Demirarslan, K. ve Demirarslan, D. (2016). Kentlerde yeni yerleşim alanlarının gelişimi ve katı atık sorunu: izmit-yahyakaptan mahallesi örneği. Doğal Afetler ve Çevre Dergisi, 2(2), 108. https://doi.org/10.21324/dacd.11236

Dubravská, M., Marchevská, M., Vašaničová, P., and Kotulič, R. (2020). Corporate social responsibility and environmental management linkage: an empirical analysis of the slovak republic. Sustainability, 12(13), 5431. https://doi.org/10.3390/su12135431

Eastman, B. and Bunch, S. (2007). Providing services to survivors of domestic violence. Journal of Interpersonal Violence, 22(4), 465-473. https://doi.org/10.1177/0886260506296989

Erdoğan, G. ve Öztürk, B. (2019). Sürdürülebilir kentleşme: dokuma kenti buldan örneği. Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi (Mbud), 4(0), 51-68. https://doi.org/10.30785/mbud.443568

Erten, Ş. ve Aktel, M. (2020). Right of accessibility of people with disabilities: an assessment in the framework of barrier-free city approach. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11(28), 898-912. https://doi.org/10.21076/vizyoner.691690

Ghanekar, A. (2022). Capacity building of community health workers: one size does not fit all. Indian Journal of Medical Ethics, 7(4), 272-279. https://doi.org/10.20529/ijme.2022.078

Gustafsson, S., Hermelin, B., and Smas, L. (2018). Integrating environmental sustainability into strategic spatial planning: the importance of management. Journal of Environmental Planning and Management, 62(8), 1321-1338. https://doi.org/10.1080/09640568.2018.1495620

Hall, S., Kaufman, J., and Ricketts, T. (2006). Defining urban and rural areas in u.s. epidemiologic studies. Journal of Urban Health, 83(2), 162-175. https://doi.org/10.1007/s11524-005-9016-3

Hanaki, K. (2008). Urban environmental management and technology.. https://doi.org/10.1007/978-4-431-78397-8

Hernanda, T. and Ayub, M. (2020). Enforcement of environmental law in the field of waste management is in accordance with the principles of good governance in kudus regency. https://doi.org/10.2991/ahsr.k.200723.055

Katip, A. (2019). Evaluation of wastewater reuse with coagulation/flocculation process in pesticide production. Doğal Afetler ve Çevre Dergisi, 5(1), 94-100. https://doi.org/10.21324/dacd.433279

Kaya, M. ve Uzun, O. (2019). Ekosistem hizmetleri ve mekânsal planlama ilişkisinin peyzaj planlama çerçevesinde değerlendirilmesi. Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 7(3), 2166-2193. https://doi.org/10.29130/dubited.546496

Kuter, N. and Kaya, Z. (2019). Evaluation of urban furniture from the aspect of landscape architecture: case of çankiri. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 21(1), 81-96. https://doi.org/10.24011/barofd.501770

Lee, S. and Rhee, S. (2007). The change in corporate environmental strategies: a longitudinal empirical study. Management Decision, 45(2), 196-216. https://doi.org/10.1108/00251740710727241

Luederitz, C., Brink, E., Gralla, F., Hermelingmeier, V., Meyer, M., Niven, L., … and Wehrden, H. (2015). A review of urban ecosystem services: six key challenges for future research. Ecosystem Services, 14, 98-112. https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2015.05.001

Önder, H. (2020). Kadın duyarlı ulaşım önceliklerinin belirlenmesi ve politika üretimi: Ankara örneği. Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 1-1. https://doi.org/10.26466/opus.632122

Özdede, S., Kalonya, D., ve Aygün, A. (2021). Pandemi sonrası dönemde kişi başına düşen kentsel yeşil alan ihtiyacını yeniden düşünmek. İdealkent. https://doi.org/10.31198/idealkent.843386

Özel, S. (2018). Sürdürülebilir çevre koruma için çevresel etkiler boyutunda Türkiye'de deponi alanları, atıkları, yönetimi ve izleme çalışmaları üzerine bir değerlendirme. European Journal of Science and Technology, 31-38. https://doi.org/10.31590/ejosat.394890

Pereira, G., Jabbour, C., Oliveira, S., and Teixeira, A. (2013). Greening the campus of a brazilian university: cultural challenges. International Journal of Sustainability in Higher Education, 15(1), 34-47. https://doi.org/10.1108/ijshe-10-2011-0067

Rehman, S., Bhatti, A., Kraus, S., and Ferreira, J. (2020). The role of environmental management control systems for ecological sustainability and sustainable performance. Management Decision, 59(9), 2217-2237. https://doi.org/10.1108/md-06-2020-0800

Roos, N. and Guenther, E. (2020). Sustainability management control systems in higher education institutions from measurement to management. International Journal of Sustainability in Higher Education, 21(1), 144-160. https://doi.org/10.1108/ijshe-01-2019-0030

Rossi, L., Menconi, M., Grohmann, D., Brunori, A., and Nowak, D. (2022). Urban planning insights from tree inventories and their regulating ecosystem services assessment. Sustainability, 14(3), 1684. https://doi.org/10.3390/su14031684

Rowland-Jones, R., Pryde, M., and Cresser, M. (2005). An evaluation of current environmental management systems as indicators of environmental performance. Management of Environmental Quality an International Journal, 16(3), 211-219. https://doi.org/10.1108/14777830510591642

Rötzel, P., Stehle, A., Pedell, B., and Hummel, K. (2018). Integrating environmental management control systems - boosting the translation of environmental strategy into environmental managerial performance. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.3237376

Rötzel, P., Stehle, A., Pedell, B., and Hummel, K. (2019). Integrating environmental management control systems to translate environmental strategy into managerial performance. Journal of Accounting and Organizational Change, 15(4), 626-653. https://doi.org/10.1108/jaoc-08-2018-0082

Sağbaş, M., Erdoğan, F., ve Sundu, M. (2022). Yeşil insan kaynakları yönetimi: sistematik içerik analizi yöntemi ile alan yazının incelenmesi (green human resources management: examining the literature with systematic content analysis method). Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(3), 236-257. https://doi.org/10.26677/tr1010.2022.931

Schwartz, M., Dell'Aglio, D., Nickle, R., and Hornsby-Myers, J. (2014). Federal environmental and occupational toxicology regulations and reporting requirements: a practical approach to what the medical toxicologist needs to know, part 1. Journal of Medical Toxicology, 10(3), 319-330. https://doi.org/10.1007/s13181-014-0410-7

Sekban, D. (2022). Spontane bitkilerin varlığını ve yayılımını etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi. The Journal of Academic Social Sciences, 134(134), 309-321. https://doi.org/10.29228/asos.64836

Semeraro, T., Radicchio, B., Medagli, P., Arzeni, S., Turco, A., and Geneletti, D. (2020). Integration of ecosystem services in strategic environmental assessment of a peri-urban development plan. Sustainability, 13(1), 122. https://doi.org/10.3390/su13010122

Shah, T., Bell, S., and Wilson, K. (2016). Spatial accessibility to health care services: identifying under-serviced neighbourhoods in canadian urban areas. Plos One, 11(12), e0168208. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0168208

Süer, S. (2022). Döngüsel ekonomi anlayışı ile otel işletmeciliği uygulamaları: bir doküman analizi çalışması. Journal of Academic Tourism Studies, 1(1), 13-31. https://doi.org/10.29228/jatos.57785

Tjahjadi, B., Soewarno, N., Karima, T., and Sutarsa, A. (2022). Business strategy, spiritual capital and environmental sustainability performance: mediating role of environmental management process. Business Process Management Journal, 29(1), 77-99. https://doi.org/10.1108/bpmj-11-2021-0718

Turner, R. (1988). Sustainable environmental management: principles and practice. Choice Reviews Online, 26(02), 26-1153-26-1153. https://doi.org/10.5860/choice.26-1153

Türkoğlu, H. and Bayar, R. (2022). Evaluation of urban quality regarding disadvantaged groups. İdealkent, 13(37), 2129-2151. https://doi.org/10.31198/idealkent.1108841

Vatansever, Ç. (2019). Çalışanların sürdürülebilirlik davranışları ve sürdürülebilir çalışma yaşamı için insan kaynakları yönetimi: Türkiye'den iki kesit. İstanbul Management Journal, 29(85), 7-39. https://doi.org/10.26650/imj.2018.29.85.0007

Ward, S. and Fischer, C. (1978). The urban experience. Contemporary Sociology a Journal of Reviews, 7(1), 104. https://doi.org/10.2307/2065971

Widodo, A. and Hossain, M. (2022). The reconstructing legal policies of the management and control of environmental impacts for industrial areas in urban of central java. International Journal of Law Reconstruction, 6(2), 241. https://doi.org/10.26532/ijlr.v6i2.26422

Yıldırım, K. (2022). Sürdürülebilir kentsel politikalara açılan yeni bir pencere: kentsel dirençlilik. Kent Akademisi, 15(4), 1522-1546. https://doi.org/10.35674/kent.1009701

Zucaro, A., Maselli, G., and Ulgiati, S. (2022). Insights in urban resource management: a comprehensive understanding of unexplored patterns. Frontiers in Sustainable Cities, 3. https://doi.org/10.3389/frsc.2021.807735

OSMANLI DEVLETİ'NDEN TÜRKİYE CUMHURIYETİ'NE SİYASAL İKTIDARLARIN DEVALÜASYON KARARLARI ÜZERİNE TARİHSEL BİR ANALİZ

Doç. Dr. İsmail Safi
Doç. Dr. Cumhurbaşkanlığı Güvelik ve Dış Politikalar Kurulu, 0000-0002-3672-5754,

Prof. Dr. İsmail Akbal
Prof. Dr. Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, 0000-0003-4703-2766,

Özet

Siyasal iktidarların plansız ve vizyonsuz ekonomi politikaları sonucunda, dış ticaret dengesini sağlamak adına ulusal paralarının değerini düşürmek yolunda tercihleri neticesinde devalüasyon kararı almışlardır. Devalüasyon kararı ülke ekonomisi açısından sebepleri ve sonuçları bakımından bağlayıcılığı olan bir mekanizmanın uygulanmasına izin verilmesi anlamına gelmektedir. Sürekli değişken bir yapıya sahip ve ekonomik istikrarın sağlanamadığı, ekonomik gelişmişliğin zayıf olduğu ülkelerde başvurulan bir yöntem olarak devalüasyon, döviz girişini arttırmak ve döviz çıkışını azaltmak amacıyla dış fiyatlara yönelik düzenleme yapılması gerekliliğinden ve zorunluluğundan kaynaklanmaktadır.

Devalüasyon ile hedeflenen ekonomik kararlar spesifik bir amaca yönelik olarak alınsa dahi ekonomideki diğer birçok dinamiği harekete geçirme potansiyeli vardır. Dolayısı ile devalüasyon kararının en önemli çıktısı dış ticaret avantajı yaratması iken diğer yandan çeşitli ekonomik zorlukları ve zorunlulukları da beraberinde getirmesi muhtemeldir. Hükümetler devalüasyonun bu bağlamda ekonomiye yükleyeceği maliyetler konusunda gerekli tedbirleri almalıdır. Bu tedbirler alınmadığı takdirde mevcut ekonomik sorunların çözülmesi bir yana daha da şiddetlenmesine yol açabilmektedir.

Türk iktisat tarihi kaynaklarına bakıldığında Türkiye Cumhuriyeti'ndeki ilk devalüasyon 1931 yılında yapılmıştır. Doların fiyatının 211 kuruş olarak ayarlandığı bu ilk devalüasyon kararının devalüasyon mu yoksa o yılların ekonomik şartları gereği kısa vadeli olarak Türk Lirasının değerinin düzenlenmesi mi olduğu hala tartışmalıdır. Çünkü iktisat tarihi literatürlerinde tanımlanan devalüasyon teorilerin en fazla uyan iktisadi kararın, 7 Eylül 1946 tarihli Recep Peker Hükümeti'nin kararı olduğu görüşü ağırlık kazanmıştır. Elbette devalüasyon Türkiye Cumhuriyeti için yen, bir olgu değildi. Osmanlı Devleti iktisat politikalarından miras olarak devir alınmıştı. 15. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sık sık başvurulmuş bir iktisat politikası idi.

Bu çalışma kapsamında, Osmanlı Devleti'nden Cumhuriyete siyasal iktidarları devalüasyon kararı almaya iten sürecin analizi yapılmıştır. Devalüasyon kararlarının alınmasında rol oynayan nedenler, etkenler, unsurlar, ve devalüasyonla birlikte ekonomik yapının dönüşüm sürecine ilişkin ekonomi politik tarihsel bir yöntemler analiz edilecektir. Çalışma literatür tarama yöntemi ve istatistiksel veriler üzerinden yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Devalüasyon, Siyasal İktidar, Ekonomi, İktisat Tarihi.

A HISTORICAL ANALYSIS ON DEVALUATION DECISIONS OF POLITICAL POWERS FROM THE OTTOMAN EMPIRE TO THE REPUBLIC OF TURKEY

As a result of political governments' unplanned and visionless economic policies, they decided to devalue their national currencies in order to maintain foreign trade balance. The devaluation decision means allowing the implementation of a mechanism that is binding in terms of its causes and consequences for the country's economy. Devaluation, as a method used in countries with a constantly changing structure where economic stability cannot be achieved and economic development is weak, arises from the necessity and necessity of making regulations on foreign prices in order to increase foreign exchange inflow and reduce foreign exchange outflow.

Even if the economic decisions targeted by devaluation are taken for a specific purpose, they have the potential to activate many other dynamics in the economy. Therefore, while the most important outcome of the devaluation decision is to create a foreign trade advantage, it is also likely to bring about various economic difficulties and obligations. In this context, governments should take the necessary measures regarding the costs that devaluation will impose on the economy. If these measures are not taken, the existing economic problems may be exacerbated rather than resolved.

Looking at Turkish economic history sources, the first devaluation in the Republic of Turkey was made in 1931. It is still controversial whether this first devaluation decision, in which the price of the dollar was set at 211 Kuruş, was a devaluation or a short-term adjustment of the value of the Turkish Liras due to the economic conditions of those years. Because the opinion that the economic decision that best fits the devaluation theories defined in the economic history literature is the decision of the Recep Peker Government dated September 7, 1946, has gained weight. Of course, devaluation was not a new phenomenon for the Republic of Türkiye. It was inherited from the economic policies of the Ottoman Empire. It was an economic policy that was frequently used since the second half of the 15th century.

Within the scope of this study, the process that led the political powers from the Ottoman Empire to the Republic to take devaluation decisions was analyzed. The reasons, factors, elements that play a role in making devaluation decisions, and a political economy historical method regarding the transformation process of the economic structure with devaluation will be analyzed. The study was conducted using the literature review method and statistical data.

Key Words: Devaluation, Political Power, Economy, Economic History.

Giriş

İnsanlık tarihine bakıldığında, toplumlarının henüz gelişkin olmadığı, ilkel toplumsal formasyonun hakim olduğu, kısaca sanayi ve hizmet sektörü olarak adlandırılan sektörlerin oluşmadığı dönemlerde bireylerin geçim tarzlarının ağırlıklı olarak avcılık, tarım ve hayvancılık olduğu görülmektedir. Bu dönemde geçimlik ekonomi; yani herkesin kendi ihtiyacı olan ürünleri üretmesi esastı. Ancak yine de insanlar, doğaları gereği iş bölümüne, dayanışmaya ve başkalarının sahip olduğu şeylere ihtiyaç duymaktaydı. Söz konusu dönemde alışverişler mübadele ya da takas denilen yöntemlerle yapılmaktaydı. Daha açık bir ifadeyle bir mala veya hizmete ihtiyacı olan kimse kendi ürettiği veya sahip olduğu mal ya da hizmetten bir miktar vererek ihtiyacı olan mal ya da hizmetten alabiliyordu. Mal ve hizmetlerin sayıca az, iş bölümünün gelişmemiş ve nüfusun çok artmamış olduğu bu dönemde ortak bir alışveriş maddesi henüz yoktu.

Geçim türlerinin sayıca artması, bireylerin kentlerde toplanmaya başlaması, sanayi ve hizmetler sektörünün gelişmesi, iş bölümünün yaygınlaşması ve benzeri faktörler sonucu, herkesin kendi ihtiyacı olan mal ve hizmetleri üretmesini zorlaştırdı. Alım gücüne sahip olduğu halde karşılıklı olarak istediği mallara sahip olmayan veya birbirinden çok uzakta bulunan bireylerin alışveriş ihtiyacı sonucu, herkesin üzerinde anlaştığı ortak bir mübadele aracı olan para icat edildi. Paranın icadı uygarlığın önemli aşamalarından birini oluşturmaktadır. Alışverişlerde büyük kolaylıklar sağlamasının doğal bir sonucu olarak para ticaretin gelişmesine yol açtı. Paranın ilk defa icat edilip kullanılmaya başlanmasının Anadolu'da İ.Ö. 7. yüzyılda yaşamış olan Lidya'lılar döneminde olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir (Pamuk, 1999: 3). Tarihsel olarak ilk paralar altın, gümüş gibi değerli madenlerden yapılan madeni paralardı. Kağıt paranın icadı oldukça sonralarıdır. 17. yüzyılda İngiltere'de kullanılmaya başlanmıştır (Mansfield, 1977: 276).

Madeni paraların basılmasında kullanılan madenin esasında bir değeri, bir alım gücü vardı. Tamamen sembolik bir alım gücünden ibaret değildi. Oysa kağıt paranın maddesinin, yani kağıdın herhangi bir değeri yoktur. Kağıt para tamamen sembolik bir değeri ifade etmektedir. Tek değeri, alım gücünü temsil etmek, ortak mübadele (değiş-tokuş) aracı olmaktan ibarettir ve insanlar arasında kurulmuş bulunan ortak kanaati ve güveni temsil etmektedir (Tarlan, 1992: 20). Para yalnızca bir mübadele aracı değildir; zamanla ortaya çıkmış birden fazla fonksiyona sahiptir. Mübadele aracı olması yanında para, belli bir alım gücünün el altında likidite olarak tutulması, tasarrufların korunma aracı olarak da kullanılmaktadır (Pamuk, 1999: 2).

Kapitalist düzenin gelişip hakim bir toplumsal formasyon haline gelmesiyle, paranın önemi ve fonksiyonları artmıştır. Özellikle de finans kapitalizminin gelişmesi parayı başlı başına bir değer durumuna getirmiştir. Özellikle borsa ve bankalardan oluşan para piyasaları günümüzde reel üretime katkıda bulunmaktan çok paranın değeri üzerindeki spekülasyonlar, faizler, hisse senetleri ve devlet tahvilleri kanalıyla ayrı bir sektör ve geçim alanı oluşturmuştur.

Tarihsel süreçte para sistemlerinin gelişimine bakıldığında 19. yüzyılın tamamı ve 20. yüzyılın ilk çeyreğinde, Birinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar İngiltere'nin hakim olduğu *"altın para sistemi"nin* yürürlükte olduğu tespiti yapılabilir. Altın para sisteminde, paraların değeri, karşılık gösterilen altın miktarı ile ölçülmekte idi. Dolayısıyla bir ülkenin parasının değeri sahip olduğu altın stokları ile ölçülüyordu. *Pax Britanica* adı verilen bu sistem Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra İngiltere'nin sömürgelerini kaybetmesi, dolayısıyla Britanya Adası dışına yaptığı yatırımlarını kaybetmesi sebebiyle etkisini kaybetmeye başladı. İkinci Dünya Savaşı'nda sonrasında ise paranın tarihsel gelişimi açısından yeni bir dönem başlamakta idi. İkinci Dünya Savaşı'nı bitiren ve süper bir güç olarak yükselen Amerika Birleşik Devletleri 19. yüzyıldaki İngiltere'nin yerini almıştır. Amerika Birleşik Devletleri hegemonyasında başlayan bu yeni dönemin adı ***Pax Americana*** idi. 1944 yılında yapılan ***Bretton Woods Anlaşması*** ile paralar artık altına endeksli değil Amerikan dolarına endeksleniyordu. Dolara endeksli para sistemi olan Pax Americana günümüzde yürürlüğünü devam ettirmektedir (Sönmezoğlu, 2005: 144).

1. Osmanlı Devleti Para Sistemi

Türk tarihinde paranın gelişimine bakıldığında, Türkiye Cumhuriyeti'nin mirasını devraldığı Osmanlı Devleti'nin para sistemi İslami esaslar ölçüsünde belirlenmişti ve hutbeyle beraber egemenliğin simgesi olmuştu (Pamuk, 1999: 19). Uzun dönem boyunca Osmanlı Devleti'nin madeni para sistemini kullandığı görülmektedir (Tabakoğlu,deeer 2005: 291). Madeni paraların ana maddesi daha çok altın ve gümüşe dayanmaktaydı. Daha sonra bakırın kullanıldığı görülmektedir.

Osmanlı Devleti'nde ***"gümüş sikke"***nin 1327'de Orhan Bey zamanında; ***"altın sikke"***nın ise Fatih Sultan Mehmet zamanında basıldığı görülmektedir. Osmanlı Devleti'nde 16. yüzyıla kadar gümüş sikke ve altın sultaniye temelli para düzeni bulunmaktaydı. 16. yüzyıla kadar bu sistem çeşitli merkezi müdahalelerle korunmuş, bu yüzyıl boyunca yapılan fetihlerle imparatorluğun sınırları genişlemiş, farklı para bölgelerine ve farklı ticari komşulara sahip olunca yabancı paralar da sisteme dâhil olmuştur.

Siyasi ve iktisadi politikalardan dolayı Osmanlı Devleti altın sikkesi olan "Sultani", devlet içerisinde tek altın sikke pozisyonuna getirildi. Sultani'nin bu dönemde deniz ticaretinde en yaygın parası olan Venedik Dukası ile eşitlendiği görülmektedir. Osmanlı Devleti'nde daha çok dolaşımda olan para aslında Sultani değil gümüş sikke idi. Gümüş sikkenin ticaretteki öneminin yanında Yeniçerilerin maaşları da bu para üzerinden ödeniyordu. Asker maaşlarının bu para üzerinden ödenmesi gümüş sikkenin değerini daha da artırıyor ve siyasi bir boyut katıyordu. Gümüş sikkenin değeri, aynı zamanda esnafı da ilgilendiriyordu. Çünkü başkentteki askerlerde ekonomik darlık doğrudan İstanbul'un küçük esnafını olumsuz yönde etkiliyordu. Bu arada kırsal bölgelerde yavaş yavaş ticari hayata dahil olmaya başlamış, paraya daha fazla ihtiyaç duyulmaya başlamış, gümüş akçe ve bakır mangır kullanılmaya başlanmıştır.

Osmanlı Devleti zamanında ilk kağıt para ise ***"kaime"*** adıyla 1840 yılında basılmıştır. "Kaime" zamanla akçeyi piyasadan kovmuştur. Birinci Dünya Savaşı'na girildiğinde ülkede tedavüldeki para "kaime" idi. Kaimenin akçenin yerine geçmesi, ülkenin peş peşe girdiği savaşlarda aldığı yenilgilerden dolayı paranın değerindeki düşmeden kaynaklanmıştır. Yani kötü para iyi parayı kovar kuralı işlemiştir.

Osmanlı kredi ve finans kurumları 17.yüzyıl sonuna kadar İslam geleneği içinde kalmıştır. 18.yüzyıldan itibaren Osmanlı ekonomisi, Avrupa ile bütünleşme süreci içine girmiş ve bu arada hem mali hem de finans alanındaki kurumları önemli bir evrim geçirmiştir. Kamu maliyesi alanında devlet zihniyet değiştirmiş, uzun vadeli borçlanma stratejileri uygulamıştır. Esham, Cihadiye ve Kaime adı verilen devlet kağıtlarıyla iç borçlanmanın çeşitli biçim ve evreleri yaşanmıştır. Devletin yoğun borçlanması sonucunda, İstanbul'un geleneksel sarrafları da gelişerek finans burjuvazisine dönüşmüşlerdir (Pamuk, 1999: 244).

Zamanla piyasada kullanılan paralar yıpranmış; değişim değerleri değişmeye başlamış ya da yeni paraların basılması gerekmiştir. Tecdit-i sikke kavramı ortaya çıkmıştır. Sikkelerin yenilenmesi anlamına gelen bu kavrama göre, değişik sebeplerden dolayı, sikkeler yenilenmektedir. En genel değişim sebebi, tahtın değişimi ile yeni padişahın adına yeni sikke basılması ve eski sikkelerin toplanması sürecidir. Diğer sebepler ise, sikkelerin eskimesi, bozulması gibi sebeplerdir. Bir de tashih-i sikke kavramı vardır. Tedavüldeki sikkelerin her hangi bir sebeple Standard olmaktan çıkması sonucu, tekrar standart hale getirmek için, devletin uyguladığı para politikasının adıdır. Yani paraları yenileyip bir denge tayin edilmesi durumudur.

Son olarak tağşiş-i sikke kavramı rotaya çıkmıştır. Tağşiş-i sikke, sikkelerin devalue edilmesi, yani değerinin düşürülmesi durumudur. Para içindeki bakır oranın artırılıp değerli maden oranının azaltılması durumudur ki buna "akçe" denmiştir. Tağşişe uğrayan sikke halk arasında önce akçe, sonra da kuruş olarak adlandırılmıştır. İlk zamanlar Osmanlı Devleti'nde nüfus artışına paralel gelir artışı gerçekleşmiş, kısaca ekonomik büyüme gerçekleşmiş daha fazla paraya ihtiyaç duyulmuştu. Devletin daha fazla para basabilmesi için yeterince altın ve gümüş gibi değerli madeni olmadığı için tağşişe başvurmuştur. İlerleyen dönemlerde ise artan kamu harcamalarını finanse etmek için ek gelir ihtiyacından tağşişe başvurmuştur. Kısaca Osmanlı Devleti çareyi sikkeleri incelterek, böylece piyasaya daha fazla sikke arzı sağlayarak, bulmuştur.

2. Tağşiş Nedir?

Kelime anlamı ile tağşiş değerli olan bir şeyi değersiz bir şeyle karıştırarak saflığını bozmaktır; değerini düşürmektir (Develioğlu, 2013:1184). Ekonomik bir kavram olarak ise, Osmanlı Devleti'nde devalüasyon karşılığı olarak kullanılmıştır. Madeni paraların (sikke), değerli madeni paraların çeşitli yöntemlerle değerlerinin düşürülmesidir. Bu yöntemler, paralar inceltilerek ağırlığını azaltmak, madeni ayarını-derecesini düşürmek ya da nominal değerini gerçek değerinden daha üst düzeye çıkarmak şeklinde olmaktadır. Tağşiş sonrasında aynı devalüasyonda olduğu gibi paranın değer kaybı söz konusudur ve satın alma gücü düşmektedir. Kısaca tağşiş üç şekilde yapılmıştır:

1. Madeni paranın ağırlığını düşürerek, incelterek;

2. Paranın içindeki değerli maden oranlarını değiştirerek; sikkelerin krat ve ayarlarını düşürerek,

3. Muhasebe sikkesinin dengesini artırarak (Berkes, 2013: 204).

2.1. Tağşişin Amaç, Sebep ve Sonuçları

Tağşiş uygulamamasındaki temel amaç, devletin ekonomik zorlukların altında kalması ve bunun sonucunda bireylerin tüketim seviyelerini düşürmesi, tüketim alışkanlıklarını daraltması ve daha önce gerçekleşmiş değer kaybının yasal hale getirilmesidir. Ayrıca devletin finansal ihtiyaçlarının karşılanması için en temel araçlardan bir tanesidir. Genellemek gerekirse devlet ek gelire ihtiyaç duyduğu için tağşiş yapmıştır (Pamuk, 1999: 79). Tağşişten beklenen bir başka amaç da madeni paraların içinde bulunan değerli madenlerin değerinin altına çekilmesi; böylece madeni paraların eritilip yurt dışına çıkarılmasının ya da başka amaçlarla eritilip kullanılmasının önüne geçmektir.

Tağşiş uygulamalarına bakıldığında tarihsel olarak tağşiş kararı alınmasına yol açan nedenler şunlardır:

1. Para talebinin nüfus artışı ve ekonomik büyümeyle artması ve para arzının bunu karşılaması konusunda yetersiz kalması. Başka bir ifadeyle, tağşişin temel nedeni para arzı ile para talebi arasındaki dengesizliktir (Güran, 1995: 60).

2. Kamu harcamalarındaki artış sonucu bütçe açığının artmasıdır. Kamu harcamalarının artmasının sebebi ya savaş ekonomisi ya da israfa varan harcamaların kaynaklanmaktadır. Kamu ödemelerindeki açığı kapatmak için devlet ek gelire ihtiyaç duymaktadır (Pamuk, 1999: 55).

3. Ticaret dengesindeki bozulmalar. İç ve dış ticaret açığı, ödemeler dengesinin bozulması ve burada oluşan açığın para talebinde artışa neden olmasıdır.

4. Toplumda yüksek enflasyon yaşanan dönemlerde bazı sosyal grupların kar elde etmek amaçlı baskıları sonucu,

5. Madeni para basımının kötü yapılması; darphanenin kötü yönetimi, tedavüldeki sikkelerin eskimesi ve yıpranmasından kaynaklanan para talebidir (Pamuk, 1999: 55),

Tağşişin sonuçları ise maddeler halinde şöyle sıralanabilir:

1. Mevcut maden ağırlığından daha fazla sikke basılması söz konusudur. Başta enflasyon olmak üzere bir çok ekonomik problemin sebebi olmaktadır.

2. Piyasadaki para talebinin karşılanması bırakın; daha fazla para talebine neden olmaktadır.

3. Uzun dönemde finansal açıklara sebep olmaktadır

4. Vergi artışına neden olmuştur.

5. Yeni sikkelerin yani tağşişe uğramış sikkeler ile eski sikkelerin aynı anda piyasada yer alması, eski sikkelerin yastık altına gitmesine, gömülmesine ya da külçe olarak eritilip başka amaçlarla kullanılmasına ya da yurt dışına çıkarılmasına neden olmaktadır. Bunun ekonomik kavramlarla ifadesi "kötü para iyi parayı kovar" prensibidir. Kısaca buna Gresham Kanunu denemektedir (Tarlan, 1992: 116).

6. Ulusal paranın değer kaybetmesi sonucu halk daha fazla istikrarlı paralara yönelebilmektedir. Para teorisinde buna "para ikamesi" denmektedir.

7. Dış ticaret üzerindeki etkilerine gelince malların yerliler için daha pahalı, yabancılar için daha ucuz hale gelmesi söz konusudur. Bu durum ihracatı teşvik ederken ithalatı kısıtlayıcı sonuçlar doğurmaktadır.

8. Tağşiş, toplumsal sınıflar arasında uçurumu derinleştirmektedir. Paranın değeri düştüğü için borçlular lehinde alacaklılar aleyhinde bir durum yaratmaktadır. Ödemeler paranın nominal değeri üzerinden olacağı için büyük servet kayıplarına ya da kazançlara neden olmaktadır. Asıl etkilediği kesim ise ücretli çalışanlar üzerinde olmuştur. Paranın alım gücü düştüğü için ücretlilerin fakirleşmesine neden olmuştur.

9. Toplumsal huzursuzlukları artırdığı için isyanların, ordu içindeki isyanların başlıca nedenidir.

2.2. Osmanlı Devleti'nde Tağşiş Uygulamaları

Osmanlı Devleti çağdaşı olan bütün devletler gibi tağşiş uygulaması yapmak zorunda kalmıştır. Osmanlı Devleti zamanında tağşişlerinin yoğunlaştığı üç dönem vardır:

1. 15. yüzyılın ikinci yarısı yani II. Mehmet dönemi,
2. 1580-1640 arası mali ve parasal istikrarsızlık dönemi,
3. Osmanlı tarihinin en hızlı tağşiş ve enflasyon dönemi 19.yüzyıl başlarıdır; yani II Mahmut dönemidir.

Osmanlı Devleti'nde fiyatlar üzerinde yapılan araştırmalarda, tağşişlerin uzun dönemde fiyat artışlarının önemli nedeni olduğu, fiyat artışlarının hızlı olarak tağşiş dönemlerinde olduğunu görmekteyiz (Pamuk, 1999: 245). Osmanlı tağşişlerinin ardında şüphesiz bir dizi neden bulunmaktaydı. Ancak tağşişlerin büyük çoğunluğunu ortak bir çerçeve de incelemek ve birkaç boyutunu öne çıkarmak mümkündür. Bu genel boyutlar, yani Osmanlı Devleti'nde tağşişin nedenleri şunlardır:

1. Osmanlı tağşişlerinin büyük bölümü mali nedenlerden kaynaklanmıştır. Sikke hacmini artırarak ek gelir sağlamak için. Başka bir ifadeyle devlet bütçe açıklarını kapatmak için ek para basmaktadır. Devlet yeni para basarak hem iç piyasaya borçlarını ödemekte hem de yatırımlar için yeni kaynak yaratmış oluyordu. Osmanlı devleti zamanında yapılan tağşişlere genel olarak bakıldığında çoğunun bütçe açığını kapatmak için olduğu görülebilir. Yeni harcamalar karşısında devletin gelirleri aynı oranda artmamış, aradaki açığı kapatmak için tağşiş yapılmıştır.

2. Tağşişler gelişi güzel uygulamalar değil, tersine, devlet açısından belirli bir yarar-zarar hesabının sonucu gerçekleşmiştir. Osmanlı Devleti'nde para arzı para talebini karşılayamadığı için tağşiş yapılmıştır. Para arzının yetersiz kalmasının çeşitli nedenleri vardır: Sikkeye olan güvensizlik bu nedenlerden en önemlisidir. Güvensizlik, sikkelerin yastık altına gitmesine neden olmuştur.

3. Devletin tağşişlerden en önemli beklentisi kısa vadeli ek mali gelirdi. Özellikle II. Mahmut, tağşiş sayesinde, aynı miktarda gümüşle itibari değeri daha fazla sikke basmakta ve o para birimi cinsinden ifade edilen ödemelerin daha büyük bir bölümünü karşılayabilmekteydi.

4. Devlet iç borçlanmaya gidemeyince tağşiş yapmak zorunlu hale gelmiştir. Osmanlı Devleti'nde, 19.yüzyıl başlarında, özellikle de II. Mahmut döneminde, eğer başka seçenekler, özellikle iç borçlanma, mümkün olsaydı, dönemin hızlı tağşişlerine gidilmeyecekti. Ancak savaşlar ve askeri reformlar nedeniyle devletin ek kaynak ihtiyacı daha önce hiçbir dönemde görülmemiş boyutlara ulaşmıştı. Kredi ve finans kurumları bu dönemde gelişmelerine rağmen bu talebi karşılayamamışlardır.

Tağşişin Osmanlı İmparatorluğuna getirdiği maliyetlerde vardır. Bunlar;

1. İlk olarak devletin topladığı vergiler içinde miktarları para birimi cinsinden sabitlenmiş olanlar, tağşiş sırasında fiyatların artmasıyla reel olarak azalmıştır. Yani devletin gelirleri zaman içerisinde azalmıştır. Buna engel olacak gerekli düzenlemeyi Osmanlı Devleti (yani vergi artırımı) yapamamıştır.

2. Tağşiş sonrasında halk, sikke ve gümüşlere güvenini kaybettiği için, yabancı sikkelere, özellikle II. Mahmut döneminde, yönelmiştir (para ikamesi).

3. Osmanlı tağşişlerinin üçüncü önemli maliyeti ise, kalpazanlığın artmasıdır. Her tağşişten sonra kalpazanlar, devletin ürettiği sikkelerden daha fazla gümüş içeriği olan sikkeler ürettiği için, devletin ek gelirine ortak olmuşlardır.

4. Tağşişlerin olumsuz bir diğer sonucu da devletin iç piyasalardan borç almasını güçleştirmesidir. Piyasalar tağşişlerin tekrarlanacağını düşüneceğinden devlete borç vermekten vazgeçmişlerdir.

5. Bu maliyetlere bir de savaşları katmak gerekir. Çünkü savaşlar devletin kaynak ihtiyacını artırırken diğer yandan halkın olağanüstü önlemleri kabul etme eğilimini yükseltiyordu. Bu nedenle ek gelir bulma ihtiyacı arttıkça devlet piyasaya düşük standartlı sikkeler sürmekte ve ya hazine kağıtlarını, Cihadiye adında, kabul ettiriyordu (Pamuk, 1999: 215).

6. Sikkeye olan güvensizlik devletin iç piyasaya borçlanması zorlaşmış; dış borçlanma trendini artırmıştır. 1830'ların sonuna gelindiğinde parasal sıkıntılar iyice artmıştı ve sık sık tağşişlere başvuruluyordu ve neticesinde enflasyon olmuştur. Avrupa'nın baskısıyla ve yardımıyla çift metalli (altın-gümüş) ticaret sistemine geçildi. Bunun sonucu olarak da sikkelerde istikrar amacıyla, tağşişe 1844'te son verildi. Ancak yeni sikkelerle istikrar sağlanması, ne mali güçlükleri ne de ek gelir ihtiyacını sona erdirmişti. Osmanlı mali bütçeyi denetim altına almakta oldukça zorlandı ve mali sorunlarla başa çıkmak için çeşitli yöntemlere başvurmak zorunda kaldı. İlk yöntem kaime adı verilen ve faiz geliri de sağlayan kağıt para basmak oldu. Böylece devletin Galata Bankerleri' ne borcu birikiyordu. Devletin bunlardan borç alabilmek için girişimleri yetersiz kalınca faiz geliri sağlamak için yeni kağıtlar bastı. Yüksek faiz ve buna ek olarak aracılık işlemleriyle komisyon gelirleri ödemesi sonucu bütçe açıkları oluşmaktaydı. Tüm bunlara ek bir gelişmede bu dönemde bankacılık sisteminin gelişmesiydi. Bütçe açıkları sonucu, başvurulacak en belirgin yöntem, dış borçlanma idi. Karşılık gösterilerek alınan yüksek miktarlarda dış borç, kötü koşullarda ve çok az bir kısmı alt yapı yatırımına giden bir borçlanma vardı. 1860'ların ikinci yarısında artık dış borç ödemek için, yeni dış borç ihtiyacı doğmuş, dış borçlar ertelenmek istenmiştir. Ancak dış borçlanma ciddi maliyetleri de beraberinde getirmiştir. Devletin önde gelen gelir kaynaklarının Avrupalı alacaklıların denetimine girmesi ve olumsuz mali koşulların ,özellikle 20.yüzyıl başında, yarattığı iktisadi ve siyasal bağımlılıklar, Osmanlı İmparatorluğunun bütçe açıklarını denetim

altına almadan büyük miktarlarda dış borçlanmaya girişmelerinin oldukça pahalıya mal olduğunu göstermektedir (Pamuk, 1999: 239).

7. Tağşişin elbette en genel maliyeti fiyat artışı ve enflasyon olmaktadır.

8. Tağşişin toplumsal sonuçlarına gelince, maddeler halinde şöyle sıralanabilir:

- Tağşiş ile birlikte vergilerin artması, toplumda devlete olan güveni sarsmıştır.

- Tımarlı sipahilerin ve vakıfların iflasa sürüklenmesi, tımar sisteminin itibarsızlaşması söz konusu olmuştur.

- Dükkan sahipleri ve tüccarlar tağşişten karlı çıkan kesimlerdir. Sınıf atlamışlardır.

- Maaşlılar en büyük zararı gören kesimdir ve fakirleşmişlerdir.

- Başkentte siyasal muhalefetin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tağşişin kentli-maaşlı kesimi, lonca üyeleri ve küçük esnaf ile bürokratlar, ulema ve yeniçerileri zarara uğratması ve bundan sonra iktidara muhalif tavır sergilemelerine neden olmuştur. Başka bir ifadeyle tağşişlerin uzun vadede ortaya çıkan ciddi bir siyasal muhalefetin nedeni olduğu tespiti yapılabilir. Osmanlı tağşişlerinden tüccar, esnaf ve kamu bürokrasisi hoşnut değildi; ama en büyük muhalefet Yeniçerilerden geldi. 17. ve 18. yüzyılda Yeniçerilerin büyük bir bölümünün ise esnaf ve zanaatkar olmasıyla muhalefet odağı olmuşlar ve tağşişlerin daha az kullanılmasına neden olmuştur. Aslında uzun vadede tağşişlerin yapılmasını engelleyen ayaklanma değil ayaklanma beklentisi olmuştur.

- Artan vergiler sonrası köylülerin köylerini terk etmeye başlamışlardır.

- Rüşvet artmıştır (Pamuk, 1999: 216).

Birinci Dünya Savaşı'nda yenilen devletler arasında yer alan Osmanlı Devleti, geniş topraklarının çoğunu boşaltmak zorunda kalmış ve kendisine kalan Anadolu toprakları üzerinde yeni bir devlet kurmuştur. Yeni devlet Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlıdan birçok sorunu devraldığı gibi para meselesinde de önceki dönemin sorunlarını, ekonomi politikalarını miras olarak devralmıştır. Kısaca tağşişin yerini devalüasyon almıştır.

3. Devalüasyon

Sabit kur sisteminde bizzat ekonomiyi yöneten siyasal iktidar tarafından döviz kurunun yükseltilip ulusal para değerinin düşürülmesine verilen addır. Serbest piyasa sisteminin benimsendiği ekonomilerde ise döviz fiyatlarının artması nedeniyle ulusal paranın değersizleşmesine, kendiliğinden paranın değerinin düşmesine karşılık gelen kavramdır. Başka bir ifadeyle devalüasyon, ulusal para değerinin para politikasını yöneten siyasal otorite tarafından düşürülmesi demektir. Bu durum sabit kur sisteminin geçerli olduğu ülkelerde geçerlidir. Esnek kur sisteminin geçerli olduğu ülkelerde ise siyasi otoritenin müdahalesi olmadan kur üzerinden kendiliğinden paranın değer kaybı gerçekleşmektedir. Genel olarak tağşiş ve devalüasyon "paranın değer kaybetmesi anlamında aynı anlama gelen iki kavramdır. Ancak temelde farklı iki kavramdır. Tağşiş paranın hem gerçek hem de itibari değerinin düşürülmesi iken devalüasyonda yalnızca itibari değer kaybı söz konusudur.

3.1. Devalüasyonun Amaç, Sebep ve Sonuçları

Amaç, sebep ve sonuçları tağşiş ile yakın olmasının haricinde daha somut olarak temel iki neden devalüasyona yol açmaktadır:

1. Enflasyonun yüksek olduğu ülkelerde, ulusal paranın diğer ülke paraları karşısında, çeşitli nedenlerle, değer kaybını gerçekleştirememiş olması nedeniyle döviz kurunun değer kazanması ve yabancı paralar karşısında suni olarak aşırı değerli olmasıdır (Ertürk, 2010: 28).

2. Dış ticaret açığı, yani dış ödemeler bilançosundaki açık devalüasyonun bir başka sebebidir. Daha özel bir anlamla, tüketim ve yatırım harcamalarının artması ve bunun sonucunda artan döviz ihtiyacıdır (Seyidoğlu, 2013: 82).

Devalüasyonun sonuçlarına gelince,

1. En önemli etkisi dış ticaret hadleri üzerinedir. Öncelikli olarak ülkenin malları diğer ülkelere göre ucuzlamakta, ihracat hacmi genişlemektedir. İthal mallar da pahalılaşmakta ve ithalat hacmi daralmaktadır. Bu bağlamda dış ticaret bilançosu üzerinde olumlu etkide bulunmaktadır.

2. Ödemeler bilançosu bakımından da olumlu etkisi olmaktadır. Devalüasyon öncesi aşırı tüketim yapan bireylerin alım güçleri düştüğü için tüketimi azaltıcı etkisi, para stoklarında genişleme etkisi ile ticaret dengesini olumlu etkilemektedir.

3. Enflasyonu tetiklemektedir.

4. Bireyler paranın alım gücünü korumak için dövize ve altına yönelmektedirler.

5. Döviz birikimi yapanlar, devalüasyonla birlikte daha çok servet kazandıkları için zenginleşmektedirler. Paralarını ulusal para biriminde, faizde tutanlar ise servet kaybetmekte ve fakirleşmektedirler.

6. Ulusal paranın değerinin düşmesi ile yerli mallar yabancı mallara göre daha fazla ucuzlayacağı için döviz talebinde daralma olmakta, milli geliri ve istihdamı artırıcı etkide bulunmaktadır.

7. Devalüasyonun siyasi etkisine gelince, siyasal iktidara olan güveni azaltmakta, ancak politikacılar popülist amaçlarında dolayı vergilendirmede isteksiz davranmaktadırlar; ne enflasyonu ne de devalüasyonu tercih etmektedirler. Kısaca malumun ilanı popülist gayelerle geciktirilmektedir. Eğer bir de seçim varsa durum daha da vahim hale gelmektedir.

3.2. Türkiye Cumhuriyeti'nde Devalüasyon Uygulamaları

Daha önce Osmanlı Devleti'nin her alanda olduğu gibi ekonomi politikalarını da miras olarak devralan Türkiye Cumhuriyeti, hep aynı gerekçelerin, hep aynı gelişmelerin ve en önemlisi hep aynı hataların, bilerek yada bilmeyerek tekrarlamış, Osmanlı Devleti'nde olduğu gibi siyasal iktidarlar sık sık devalüasyona gitmiştir. Türk lirasının Amerikan doları karşısındaki değer kaybına göre devalüasyon yapılmış ve çapraz kurlar dolara göre tayin edilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu 1923 yılında Türk lirası dolardan daha değerli idi;1 dolar 0,75 kuruşa karşılık geliyordu. Zaman içinde siyasal iktidarların yanlış ekonomik kararları sonucunda istikrarsız ekonomik durum devalüasyonu da beraberinde getirmiştir.

Cumhuriyet döneminin ilk devalüasyonu 1931 yılındaki devalüasyonudur. Türk lirasında dolar karşısında ayarlamaya gidildi. 1 dolar 211 kuruş olarak belirlendi. Aslında 1931 yılındaki bu karar tartışmalıdır. Çünkü buradaki eylem devalüasyon teorisine pek uymamaktadır. 1940 yılından itibaren resmi kurun yanında ek olarak döviz satışlarında yüzde 48 oranında prim uygulanmasına karar verilmiş ve 1 dolar 1,11 Türk lirası, 1945 yılında da 1,31 Türk lirası olmuştur.

O halde Cumhuriyet tarihindeki ilk devalüasyonu "7 Eylül Kararları" olarak da bilinen 1946 devalüasyonudur. 1946 yılı iktisat tarihi bakımından bir dönüm noktasıdır. Uzun süre kesintisiz olarak izlenen kapalı, korumacı, dış dengeye dayalı ve içe dönük iktisat politikalarından vaz geçilmiş; serbest piyasa ekonomisine doğru iktisat politikaları gevşetilmiş, ithalat serbestisine gidilip ithalat artırılmış, dış açıklar verilmeye başlanmıştır. Hatta kronik dış açıklar oluşmaya başlamış, dolayısıyla dış yardım, kredi ve yabancı sermaye yatırımları ile ayakta durmaya başlayan bir ekonomik yapı yerleşmeye başlamıştır. Dış ticaret açıkları

nedeniyle dışa bağımlı hale gelen ekonomik yapı bundan sonra Türkiye ekonomisinin kalıcı bir özelliği olmuştur.

7 Eylül 1946 tarihinde 1 dolar 2,8 Türk lirası olarak belirlenmiş ve Cumhuriyet tarihinin ilk devalüasyonu gerçekleşmiştir. Siyasal iktidarda Recep Peker hükümeti vardı. Devalüasyon ile Türk lirası dolar karşısında %40 civarında değer kaybetmiştir. Devalüasyona gidilmesinin sebebi ise, İkinci Dünya Savaşı'nın getirdiği zorluklardır. Beklenti ise dış ticaret dengesini sağlamak ve iç üretimi artırmaktı. Türkiye ekonomisini dünya ekonomisine entegre edebilmek için dış yardım arayışlarına gidilmiştir. Bu gelişmenin perde arkasında özel sermaye grupları ve yabancı uyruklu sermayedarın olduğu da bir gerçektir. 1946 yılında 100 milyon $'dan fazla ticaret fazlası veren Türkiye hiçbir ekonomik mantığa dayanmadan dış yardım arama çabasına girmiştir. Bu tarihten sonra yabancı sermayenin ekonomiye katkısı abartılmış ve bundan sonra siyasal iktidarlar teşvik kanunları çıkartılmaya başlanmıştır. (Boratav, 1987: 79). Sonuçta Peker hükümeti beklenen sonucu alamamış ve etkisi elbette çok ağır olmuştur. CHP bundan sonra hiçbir zaman tek başına iktidara gelememiş ve DP iktidarının yolunu açmıştır.

İkinci devalüasyon kararı 1958 yılındadır. 1953-1958 yılları arasında ithalatın yarı yarıya düşmesi, döviz sıkıntısı, dış baskıların giderek artan dozu ve borçlar 4 Ağustos 1958 devalüasyonunu getirmiştir. 1958 devalüasyonu aynı zamanda "4 Ağustos Kararları" olarak da bilinmektedir. 4 Ağustos 1958'de Demokrat Parti lideri ve Başbakan Adnan Menderesin "İktisadi İstikrar Tedbirleri" olarak açıkladığı bu devalüasyonla Türk lirası dolar karşısında %220 değer kaybetmiş ve 1 dolar 9 Türk lirası olarak ayarlanmıştır. Dış baskı ile alınan 4 Ağustos kararları, devalüasyonun yanı sıra tekrar dış ticarette liberalizasyona dönüş kararı almış, bütçe açıklarının daraltılmasını hedeflemiştir. Bunların karşılığında Avrupa ve ABD 600 milyon $ olan dış borcun ertelenmesini kabul etmiş ve 359 milyon $ yeni kredi taahhüdüne girmişlerdir. Bu dönem ve sonrasındaki üç yıl, hep deflasyonist istikrar politikalarına sahne olmuştur. Sanki Osmanlı Devleti'nin son dönemindeki iktisat politikalarını çağrıştıran bir durum söz konusudur. Borçların ertelenmesi, müdahale ve istikrar arayışı gibi; yalınızca dış denetimi yapan kurumun adı değişmiştir: Düyun-u Umumiye'nin yerini IMF'nin alması söz konusudur. Elbette etkileri ağır olmuştur ve 1960 darbesine kapı aralanmıştır. 1960 darbesi sonrasında ülkede yaprak kıpırdamaması yani halkta darbeye ve darbecilere karşı tepkisizliğin muhtemel sebebidir.

1960'ların sonu ve 1970'lerin başında ekonomi tekrar daralmaya başlamış ve ardından 1970 devalüasyonu gelmiştir. Dönemin siyasal iktidarı Adalet Partisi ve onun lideri Süleyman Demirel'in ilan ettiği 10 Ağustos Kararları olarak iktisat tarihi literatürüne geçen bu devalüasyon klasik bir IMF paketidir. Özetle ekonominin daraltılması, bütçe dengesi oluşturulması, yeni vergi paketi ve parasal rejimden ibarettir. Devalüasyon kararına neden olan ekonomik krizin genel nedeni, Osmanlı Devleti'nden Cumhuriyete uzanan ödeme sıkıntısıdır. Dünyada genel bir ekonomik kriz yaşanırken Türkiye ekonomisini rahatlatan bir gelişme olmuştur. 1960'lı yıllarda yurt dışına giden işçilerden döviz gelmeye başlamıştır ki bu durum ülkenin mali anlamda nefes almasına neden olmuştur. Nihayetinde 1970 devalüasyonu ile 1 dolar 15 Türk lirası olarak ayarlanmış ve Türk lirası dolar karşısında % 70 değer kaybetmiştir. Ardından 1977 yılına kadar değişik zamanlarda küçük devalüasyonlar yapılmıştır.

1973-74 yılları arasında, dünyada petrol kaynaklı genel bir ekonomik kriz yaşanmaktadır ve kriz nedeniyle kısa vadeli borçlanmalar gelmiş ve dış ticaret açığı kronikleşmiştir. Bu durumu Kıbrıs Savaşı nedeniyle uygulanan ambargo biraz daha ağırlaştırmıştır. 1975 yılındaki Milliyetçi Cephe hükümeti devalüasyon kararı alıp reform yapmak yerine, dış borca yönelmiştir. Yani dışa bağımlı büyüme kararında ısrarcı olmuştur. 1977-1979 arası sürekli devalüasyon uygulamaları olmuştur. Artık 1977 yılından itibaren yılda

birkaç kez başvurulan kısa vadeli bir ayarlama haline gelmiştir. Bu devalüasyonun siyasete ve topluma maliyeti ise 1980 ihtilali olmuştur.

Hayekçi ekonomik liberalizmin ilkelerini benimseyen ve gece bekçisi devlet modelini savunan zamanın bürokratı Turgut Özal ile 1980 devalüasyonu gelmiştir. O zaman kadar yaşanan en büyük devalüasyon olan ve 24 Ocak Kararları olarak bilinen bu devalüasyon, kademeli olarak 3 yıl üst üste uygulanmıştır. 1980, 1981 ve 1982 yıllarında yapılan devalüasyonlar ile Türk lirasının değeri sürekli düşürülmüştür. Başlangıçta Türk lirasında öngörülen % 33'lük bir değer kaybı olmasına rağmen 1980 yılında 1 dolar 90 Türk lirası; 1981 yılında 1 dolar 133 Türk lirası ve 1982 yılında da 1 dolar 191 Türk lirası olarak ayarlanmıştır. Devalüasyon kararının ardından bankerler krizi gelmiştir.

24 Ocak Kararları ile faizler serbest bırakılmıştı. Bu kararla birlikte ekonomide döviz ve faiz en kazançlı elementler olmuştur. Bunun sonucu olarak da bankerler ve faizle yaşayan bankalar ortaya çıkmıştır. İhtilalin ardından siyasal iktidarı emaneten devralan askeri rejim ise, genel seçimlerden beklenti içine girdiği için popülist amaçla vergi yükünü düşürmüştür. Bu durum ileride daha büyük sorunların yaşanmasına neden olmuştur.

Siyasal iktidarlar tarafından Türkiye ekonomisinin ve para politikasının kötü yönetimi ve uyguladıkları popülist politikaların yol açtığı krizlerden bir tanesi de 1994 krizidir. Bu krizle birlikte 5 Nisan Kararları ve yeni bir devalüasyon uygulaması gelmiştir. Bu yılların yani 1990'lı yılların ekonomisinin genel özelliği artan kamu harcamalarının finansmanı için bizzat devletin kamu bankalarından borç kullanmaya başlaması ve çok ciddi bir borç yükünün altına girmesidir. Dönemin Başbakanı Tansu Çiller kamunun borç yükünü azaltmak için faizleri düşürdü. Kaynak yaratmak için de özelleştirmeye yöneldi. Fakat bu girişim Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilince Türkiye'den çok ciddi bir sermaye çıkışı görüldü ve uluslararası kredi derecelendirme kuruluşları da Türkiye'nin kredi notunu düşürdü. Sermaye çıkışıyla birlikte Ocak 1994'te Türk lirası dolar karşısında bir günde % 14 değer kaybetti. Nisan ayına gelindiğinde Türk lirasının dolar karşısındaki kaybı %160'ı geçmişti. Tansu Çiller hükümeti, 5 Nisan Kararları olarak literatüre geçen ekonomik önlem paketini açıkladı. 5 Nisan Kararları ile devalüasyona gidilmiş, ciddi bir vergi paketi ilan edilmiştir. Mayıs ayında da Uluslararası Para Fonu (IMF) ile 14 aylık bir stand-by anlaşması imzalanmıştır.

5 Nisan Kararları'nın ardından ekonomide geçici bir rahatlama yaşanmış olsa da ekonomi yönetiminde yapısal reformların yapılmamış olması sorunu tam olarak çözülememişti. Bu dönemde serbest faiz, sabit kur rejimi uygulanıyordu. Kur, Merkez Bankası tarafından günlük olarak açıklanmakta ve faiz oranları da piyasa tarafından belirlenmekte idi.

1998 yılında Türkiye'nin ihracatında önemli yer edinen Rusya'nın krize girmesi ve 1999 yılındaki Marmara Depremi'nin getirdiği ek maiyetlerin bütçe üzerinde yarattığı baskı Türkiye ekonomisinin krize girmesine sebebiyet vermiştir. Krizin ilk ayağı Kasım ayında yaşanan likidite krizi olmuştur. Bankacılık sektöründe yaşanan bu krizin nedeni, bankaların yıl sonu doğru açık pozisyonlarını kapatmak için likidite ihtiyacından dolayı faizlerin aşırı bir şekilde yükselmesi durumu ortaya çıkmıştır. Bankalar arası piyasada gecelik faiz oranları yüzde 1000'in üzerine çıkmıştır. Daha önce yüklü miktarda hazine tahvili alan Demirbank, bu likidite krizinden en çok etkilenen banka olmuş ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF) devredilmiştir. Merkez Bankası'nın piyasayı fonlaması bile faizleri düşürememiş; bankalar üzerindeki baskı devam etmiştir.

Bu arada 19 Şubat 2001 tarihinde yapılan Milli Güvenlik Kurulu (MGK) toplantısı dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in Başbakan Bülent Ecevit'e Anayasa fırlatması ve Başbakanın da bu durumu millete açıklaması malumun ilanı olmuş ve Türkiye ekonomisi yeni bir kriz yaşamıştır. Piyasadan çok ciddi bir yabancı sermaye çıkışı olmuş (7 Milyar dolar);

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB), bir günde yüzde 20'nin üzerinde değer kaybetmiş; siyasal iktidarın uyguladığı ekonomik program ciddi güven kaybına uğramıştır.

Krizin ardından sabit kur rejiminden dalgalı kur rejimine geçilmiştir. Bu karar öncesi 684 bin TL olan dolar kuru, dalgalı kura geçilmesi kararıyla 1,2 milyon Türk lirasına yükselmiştir. Mart 2001'de Dünya Bankası Başkan Yardımcısı Kemal Derviş, ekonomiden sorumlu devlet bakanlığına atanmış ve ekonomik önlem paketini uygulamaya koymuştur. Kemal Derviş'in ilk icraatı IMF ile stand-by imzalamak olmuş ve bankacılık sektöründe reforma gitmiştir. Ardından yeni ekonomik programını yürürlüğe koymuştur. 2001 devalüasyonunun bedeli, dönemin iktidar ortaklarını Meclis dışına atması ve AKP'nin iktidarını hazırlaması olmuştur.

Sonuç

Türkiye'deki devalüasyon uygulamaları ile Osmanlı Devleti'nin tağşiş uygulaması, nedenleri ve sonuçları bakımından benzerlikler arz etmektedir. Kamu harcamalarının finansmanı için ek gelir yaratmak, dış ticaret dengesini sağlamak, yabancı sermeye çekmek gibi bir çok benzerlik sıralanabilir; ancak en temel benzerlik siyasal iktidarların plansız ve vizyonsuz ekonomi politikalarıdır. Bunun sonucunda daha çok yabancı sermaye, daha çok dış borç, dış ticaret açığı ve bu açığı kapatmak için ulusal paranın değerini düşürmek yani devalüasyon uygulaması kararı alınmıştır. Ekonomik istikrarını sağlayamamış, kişisel egoları öne çıkan siyasal otoritelerin yönetiminin olduğu, sürekli değişken bir yapıya sahip olan ve ekonomik gelişmişliğin zayıf olduğu ülkelerde başvurulan bir yöntem olarak devalüasyon yabancı sermeye girişini sağlamak ve yabancı sermeyenin çıkışını azaltmak asıl amacıyla yapılmıştır. Kısa vadede olumlu etkileri olsa da uzun vadede ekonomide ciddi tahribata yol açmaktadır. İdeolojik ya da dini kaygılarla ya da popülist amaçlarla, yani oy kaybı korkusuyla, zamanında kemer sıkmaktan, vergilerde artışa gitmekten kaçınan siyasal iktidarlar, sonunda devalüasyon kararını kaçınılmaz olarak almak zorunda kalmışlardır. Bunun yanında siyasal iktidarların iç borçlanma seçeneğine başvurmaması ya da başvuramaması da devalüasyon kararına zorlamıştır. Kötü ekonomi yönetiminden dolayı yüksek enflasyon, ulusal paraya halkın güvenini azalttığı için iç borçlanma seçeneğini siyasal iktidarlar kullanamamışlardır. İç borçlanma yapılamayınca da dış borçlanma yolunu tercih etmişler; fakat bu durumda kredilendirme firmaları tarafından kredi notu düşürüldüğü için dış borç bulmak zor olduğu için devalüasyonun etkisi yıkıcı olmaktadır. Bu durumda siyasal iktidarlar dış borç bulmak için dış politikada tavize zorlanmakta ve ülkenin stratejik kaynaklarını feda etmektedir. Üstelik yüksek faizle bulunan dış borç bütçe dengesini alt üst etmekte dış borçları ödemek neredeyse imkansız hale gelmektedir. İkiye katlayan oranlarda dış borç artırılması; alınan borçların verimli alanlara ve yatırıma yöneltilememesi durumu da söz konusudur. Kısaca dış borçlanmalar, dış baskılar ve dış politikada tavizlere neden olmuştur ve bu durum kaçınılmazdır. Yine devalüasyon uygulamasıyla birlikte ortaya çıkan yüksek faiz ve yüksek döviz döngüsünün yok edici sonuçları olmaktadır. Bu arada devalüasyondan sermayedar kesimleri ve üst düzey bürokratlar karlı çıkarken ücretliler ve emekliler fakirleştirilmektedir. Sonuçta toplumsal sınıflar arasında uçurum artmakta, orta sınıf tasfiye edilmekte, büyük bir kısmı alt sınıfa dahil olmakta, siyasal iktidara yakınlığı olan çok az bir kesim de üst sınıf olarak konumlanmaktadır.

Sonuç itibariyle, vizyonsuz ve plansız bir ekonomi anlayışı, Osmanlı'dan günümüze kalan en kötü miraslardan biri olmuştur. Devalüasyon uygulamaları yapmak zorunda kalan her iktidar nihayetinde siyasal iktidardan uzaklaştırılmak zorunda kalmıştır.

Kaynakça

Berkes, Niyazi, 2013, **Türkiye İktisat Tarihi,** Yapı Kredi Yay, İstanbul.

Develioğlu, Ferit, 2013, **Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat**, Aydın Kitapevi Yay, Ankara.

Ertürk, Emin, 2010, **Uluslararası İktisat,** Alfa Yay, İstanbul.

Güran, Tevfik, 1995, **İktisat Tarihi,** Acar Matbaacılık Yay, İstanbul.

Mansfield, Edwin, 1977, **Principles of Macroeconomics**, W.W. Norton & Company, Inc, New York.

Pamuk, Şevket, 1999, **Osmanlı İmparatorluğu'nda Paranın Tarihi,** Tarih Vakfı Yurt Yay, İstanbul.

Seyidoğlu, Halil, 2013, **Uluslararası Finans,** Güzem Can Yay, İstanbul.

Sönmezoğlu, Faruk, 2005, **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi,** Filiz Kitabevi Yay, İstanbul.

Tarlan, Selim, 1992, **Tarihte Para**, Maliye ve Gümrük Bakanlığı Yay, Ankara.

14 TEMMUZ 1958 IRAK İHTİLALİ VE TÜRK SİYASAL HAYATINA ETKİLERİ

Prof. Dr. İsmail Akbal
Prof. Dr. Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi,
0000-0003-4703-2766,

Doç. Dr. İsmail Safi
Doç. Dr. Cumhurbaşkanlığı Güvelik ve Dış Politikalar Kurulu,
0000-0002-3672-5754,

Özet
14 Temmuz 1958 günü sabahı Bağdat Radyosu, her zamankinden farklı olarak "Burası Irak Cumhuriyeti Radyosu" anonsuyla yayını açtı. Bu anons darbenin yapıldığının ve monarşiden cumhuriyete geçildiğinin, kısaca rejim değişikliğinin ilanı idi. O gün Kral Faysal, Başbakan Nuri el -Said ve Prens Veliaht Abdülillah öldürülmüş ve siyasal iktidar askerlerin eline geçmişti. Türkiye'deki siyasal iktidarla yakın ilişkileri olan monarşi yönetiminin yıkılması, Türkiye'yi rahatsız etmiş, iç ve dış politikasına ciddi etkileri olmuştur.
27 Mayıs 1960'ta gerçekleşen ve Cumhuriyet döneminde darbe geleneğini başlatan askeri darbenin önemli nedenlerinden birisi de Irak'taki darbedir. Askerlerin siyasete müdahalesi, vesayet altına alması bundan sonra sık sık gündeme gelmiştir. Kısacası Cumhuriyet döneminde askerin siyasete müdahalesi 1960 İhtilali ile başlamıştır. Yakın tarihimizdeki darbelerden en kanlı geçenlerden birisi olan 1960 İhtilali'nin nedenleri, sonuçları ve etkenleri hakkında farklı görüşler ileri sürülebilir. Ancak bu ihtilalin tartışmasız nedenlerinden ve etkileyenlerinden bir tanesi de 14 Temmuz 1958 tarihinde gerçekleşen Irak İhtilali olmuştur.
Irak İhtilali olarak siyaset bilimi literatürüne geçen bu askeri darbe ve darbenin Türk siyasal yaşamına etkileri hakkında yapılan çalışmalara bakıldığında, yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu bakımdan Türk siyasal yaşamına etki eden, siyasal iktidar muhalefet ilişkilerine derinden etkileyen böyle önemli bir olay hakkında çalışmaların artırılması ve derin analizler içeren çalışmaların yapılması gerektiği inancıyla bu çalışma icra edilmiştir. Irak ihtilali ile ilgili olarak bu güne kadar yapılan çalışmaların sayısı bir elin parmaklarını geçmeyecek kadardır. Abdülgani Bozkurt'un "Monarşiden Cumhuriyete, 1958 Darbesi", Mustafa Bostancı'nın "Irak'ta Monarşinin Sonu", Melek Fırat ve Ömer Kürkcüoğlu, İsmail Soysal ve bir kaç yazarın daha çalışması mevcuttur. Bunun yanında Türk Dış politikası kitaplarında kısaca değinilen bir olaydır. Bunların dışında Irak İhtilali'ni ciddi bir şekilde irdeleyen ve analiz eden çalışma mevcut değildir. Bu çalışmalarda İhtilal, genel olarak tarihçi gözüyle anlatılmış, düz vakıa anlatımı olarak irdelenmiş, siyasi tarihçi yaklaşımıyla ele alınıp ciddi bir siyasi analize tabi tutulmamıştır. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak İhtilalin sebep ve sonuçları ile Türk siyasal yaşamına ne tür etkileri olduğu konusu ele alınmıştır. Türk siyasal yaşamına etkisinden şüphe edilmeyen İhtilalin, hangi boyuta etkilediği bu çalışmamanın odak noktasıdır.
Sonuç olarak bu çalışmada 1958 tarihli Irak İhtilali'nin siyasi analizi yapılmış ve ihtilalin nedenleri, süreçleri incelenerek Türk siyasal yaşamına etkileri incelenmiştir. Çalışmada yöntem olarak literatür tarama modeli, basın taraması, arşiv belgeleri ve hatıratlar gibi birincil ve ikincil kaynaklar üzerinden geçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Irak İhtilali, 1960 İhtilali, Menderes, İnönü, Demokrat Parti.

THE IRAQ REVOLUTION OF 14 JULY 1958 AND ITS EFFECTS ON TURKISH POLITICAL LIFE

On the morning of July 14, 1958, Baghdad Radio started broadcasting with the announcement "This is the Radio of the Republic of Iraq", unlike usual. In short, this announcement is a declaration of a coup and the transition from Monarchy to Republic, in short, a regime change. That day, King Faisal, Prime Minister Nuri al-Said and the Crown Prince were killed and they were taken over by political soldiers. The collapse of the monarchy, which had close relations with the political power in Turkey, disturbed Turkey and led to serious changes in its domestic and foreign policies.

One of the important reasons for the military coup that took place on May 27, 1960 and started the coup tradition in the Republic period was the coup in Iraq. Soldiers' intervention in politics and their tutelage has been on the agenda frequently since then. In short, the military's intervention in politics during the Republic period started with the 1960 military coup. Different opinions can be put forward about the causes, results and factors of the "1960 Military Coup", one of the bloodiest coups in our recent history. However, one of the undisputed reasons and influences of this revolution was the Iraq Military Coup that took place on July 14, 1958.

When we look at the studies on this military coup, which went down in the political science literature as the Iraqi military coup, and its effects on Turkish political life, it is seen that they are insufficient. In this regard, this study was carried out with the belief that studies should be increased and studies containing in-depth analysis should be carried out on such an important event that affects Turkish political life and deeply affects the relations between political power and opposition. The number of studies carried out so far regarding the Iraqi revolution can be counted on the fingers of one hand. There are works by Abdülgani Bozkurt, "From Monarchy to Republic, 1958 Coup", by Mustafa Bostancı, "The End of Monarchy in Iraq", Melek Fırat and Ömer Kürkcüoğlu, İsmail Soysal and a few other authors. In addition, it is an event briefly mentioned in Turkish Foreign Policy books. Apart from these, there is no study that seriously examines and analyzes the Iraqi military coup. In these studies, the Coup was generally described from the perspective of a historian, examined as a straight-line narrative, and was not approached with a political historian approach and was not subjected to a serious political analysis. Based on this need, the causes and consequences of the Coup and its effects on Turkish political life were discussed. The focus of this study is the extent to which the Revolution, whose impact on Turkish political life is unquestionable, affected it.

As a result, in this study, the political analysis of the Iraqi military coup of 1958 was made and the causes and processes of the revolution were examined and its effects on Turkish political life were examined. As a method, the study was carried out through primary and secondary sources such as literature review model, press scanning, archive documents and memoirs.

Key Words: Iraq Military Coup, 1960 Revolution, Menderes, İnönü, Democrat Party.

Giriş

Soğuk Savaş'ın özelliği dünyanın sonunu getirecek bir savaşı çağrıştırıyor olması değildi. Savaşın galibi iki büyük süper gücün küresel güç dağılımında birbirlerine hegemonya alanlarını kabul ettirme süreciydi. SSCB dünyanın bir bölümünü denetim altına alırken, ABD de emperyalist hegemonya bölgelerini aldı. Ne var ki bu iki süper gücün keskin çizgilerle paylaşamadığı, kendilerine bağlı, itaatkar hükümetlerle idare ettikleri Orta Doğu vardı.

Dünyadaki yeni güç dağılımı ile süper güç haline gelen ABD ve SSCB, Orta Doğu'da hegemonik bölge yaratmak, dolaylı sömürü sistemi kurmak ve kendilerine yakın idareler tesis etmek için yoğun bir çaba içerisine girmişlerdi. Böylece Orta Doğu, Soğuk Savaş'ta her iki süper güç için önemli bir bölge haline gelmişti. Ortadoğu ülkelerinin yönetimlerine sık sık

müdahale etmişler; kendi çıkarlarına uymayan yönetimleri değiştirmek için ihtilal yöntemine başvurmuşlardır. Soğuk Savaş'ın hegemonya savaşında mücadele yerlerinden bir tanesi de Irak'tı. 14 Temmuz 1958'de Sovyet destekli askerlerin yaptığı ihtilal ile Amerika destekli Monarşi rejimi yıkılmış; Sovyet destekli Cumhuriyet rejimi kurulmuştur.

1950'li yıllar soğuk savaşın etkisini derinden hissettirdiği yıllardır ve tüm dünyada olduğu gibi Orta Doğu'da da cepheleşmeler yaşanmaktadır. Orta Doğu'da ABD ve SSCB arasındaki hegemonya mücadelesi, 1948 yılında İsrail Devleti'nin kurulmasıyla Arap milliyetçiliğinin artması, emperyalizm ve komünizm tehdidine karşı Ortadoğu'da cepheleşmeler olmuştur. ABD, Sovyetlerin yayılmacılığına karşı Ortadoğu'da blok oluşturma projeleri üretirken buna karşı Sovyetlerin de karşı blok oluşturma çabaları görülmektedir. Aynı zamanda soğuk savaş döneminde; SSCB ve ABD'nin ülke yönetimlerine doğrudan müdahaleleri, bölge ülkeleri arasında SSCB ve ABD'ye yakınlık durumuna göre bloklaşmalar, İsrail ve Komünizm tehdidine karşı duyulan endişeler ve bu bağlamda saf tutmalar 1950'li yıllarda Orta Doğu'da askeri ihtilalleri tetikleyen en önemli unsurdur. Bu dönemde askeri müdahaleleri için kısaca şöyle bir sonuca varılabilir: Daha çok dış dinamiklerin tetiklediği ve desteklediği darbelerdir. Özellikle soğuk savaşın şekillendirdiği süper güçlerin dolaylı müdahaleleri olan darbelerdir.

Tarihteki kanlı darbelerden bir tanesi olan Irak İhtilali yalnızca Irak'ın siyasal yaşamını etkilememekle kalmamış; komşu ülkelerde de etkilerini hissettirmiştir. İhtilalin etkilediği ülkelerden bir tanesi de Türkiye'dir.

Türk siyasal hayatı literatüründe, 1958 Irak ihtilâli ve Türk siyasal yaşamına etkililerini ele alan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. 1950'li yılların sonunda siyasal-iktidar muhalefet ilişkilerinin çok sertleşmesinin, hatta kan davasına dönüşmesinin temel nedenlerinden birisi olan Irak ihtilalinin incelenmesinin faydalı olacağı ortadadır. Üstelik 1960 ihtilaline de etkisinden şüphe edilmeyen Irak ihtilâli ile ilgili olarak literatüre bakıldığında Abdulgani Bozkurt'un "Monarşi'den Cumhuriyet'e 1958 Irak Darbesi" isimli makalesinden başka Hüseyin Bağcı'nın "Türk Dış Politikasında 1950'li Yıllar", Ömer Kürkçüoğlu'nun "Türkiye'nin Arap Ortadoğu'suna Karşı Politikası", Mustafa Bostancı'nın "Bağdat Paktı'na Etkisi Bakımından 1958 Irak Darbesi" ve "Irak'ta Monarşinin Sonu (1958 Irak İhtilâli)" isimli çalışmaları mevcuttur. Bostancı'nın haricinde Irak ihtilalini ciddi ve ayrıntılı bir şekilde analiz eden çalışma mevcut değildir. Fakat Bostancı da Irak ihtilalini bir tarihçi gözüyle ele almış, siyasi tarihçi hassasiyetiyle siyasi analize tabi tutmamıştır. Bu yüzden Irak ihtilalinin siyasi siyasi tarih analiz yöntemiyle incelenmesine ihtiyaç vardır. Çalışmada alandaki bu ihtiyacı gidermek amacıyla yapılmıştır ve Irak İhtilali'nin Türk siyasal yaşamına etkisi, özellikle de iç politikaya yansımaları ortaya koyulmak istenmiştir. Çalışma literatür taraması yönteminin yanında dönemin basın organlarının taranması ve arşiv belgelerine ulaşılması sonucu gerçekleştirilmiştir.

1. Soğuk Savaşta Ortadoğu Cepheleşmesi: Bağdat Paktı'na Karşı Birleşik Arap Cumhuriyeti Projesi

Soğuk Savaş döneminin iki büyük aktöründen birisi olan ABD, 1947'den sonra Sovyetler Birliği'nin Orta Doğu politikasına karşı Truman Doktrini ile karşılık vermiştir. Devlet Başkanı Truman'ın 12 Mart 1947'de yürürlüğe koyduğu Doktrin' in amacı Sovyetlerin ve komünizmin olası yayılmacılığına karşı "Çevreleme" yapmak; böylece dünya çapında büyük bir güç olmasının engellemekti. (Yeşilbursa, 1999: 24).

1950'li yıllar Sovyet tehdidine karşı, Sovyetlerin çevresini ittifaklarla çevirmek için çalışmaların yapıldığı yıllardır. Bu konuda Amerika Birleşik Devletleri'nin ciddi girişimleri olmaktaydı. Amerika Birleşik Devletleri'nin bu bağlamda geliştirdiği dış politika argümanlarının odağında iki Orta Doğu ülkesi vardı: Türkiye ve Pakistan (Soysal, 1991: 187).

Bu iki ülke ile birlikte diğer Ortadoğu ülkelerinin de içerisinde yer alacağı bir ittifak kurulması hedefleniyordu.

Sovyetlerin yayılmacı hedeflerine karşı, Amerika Birleşik Devletleri'nin öncülüğünde oluşturulan ilk girişim Truman Doktrini'dir. Ancak bu yeterli görülmüyordu; Ortadoğu'da güçlü bir pakt kurulmalıydı. Kısaca" kuzey kuşağı" olarak da anılan bu projenin içinde Türkiye, Pakistan, İran ve Irak'ın bir birlik oluşturması için girişimler yapıldı. Bu girişimler sonucunda 24 Şubat 1955 tarihinde Türkiye, Pakistan, İran ve Irak'ın katıldığı Bağdat Paktı'nı kuran anlaşma imzalandı. Paktın amacı Sovyet tehdidine ve saldırı ihtimaline karşı ortak savunma ve işbirliği bloğu oluşturmaktı (Fırat ve Kürkçüoğlu, 2008: 623). Bağdat Paktı'na karşı başta Mısır olmak üzere bazı Arap ülkelerinden tepkiler gecikmedi. Sovyetlerin de desteğiyle karşı girişim başlatıldı.

1 Şubat 1958 günü Mısır'ın başkenti Kahire'de, Sovyet yanlısı iki Ortadoğu lideri, Mısır Devlet Başkanı Cemal Abdülnasır ve Suriye Devlet Başkanı Şükrü el- Kuvvetli bir araya geldi. Irak, Pakistan, İran ve Türkiye'nin oluşturduğu Amerikan projesine karşı Sovyet projesini uygulamak için anlaştılar. Abdülnasır, 1952'de Faruk'un krallık rejimine aşamalı olarak son verip, ülkesinde Cumhuriyet ilan eden subaylardandı. Cumhuriyet'in ilk başkanı General Necib'in yerine geçmişti ve kısa zamanda Mısır'ın en popüler lideri olmuştu (Öymen, 2013: 430). Suriye'deki yönetimlere gelince, malum hep Sovyetlerin denetiminde olan bir ülke olmuştur.

Arap dünyasında da popülaritesi artan Abdülnasır, 1956 yılındaki Süveyş Kanalı olayını da kullanarak İngilizler ve onlardan farklı görmedikleri ABD düşmanlığı üzerinden Arap dünyasını bir araya getirmek istiyordu. Bu konuda ilk temas kurulan ülke Suriye oldu. Devlet Başkanı Şükrü el-Kuvvetli, Arap politikacıları arasında Sovyetler Birliği'ne yakınlığı bilinen bir liderdi. Ülkesinin Fransız egemenliği altındaki dönemde politikaya girmiş, bakanlık görevinde bulunmuştu. Suriye'nin Fransız egemenliğinden kurtulması için mücadele eden bir politikacıydı. Suriye'nin bağımsızlığını kazanmasının ardından ikinci kez Cumhurbaşkanlığına seçilmişti.

Nasır'ın karşı Arap Birliği oluşturmak için oluşturduğu slogan da günümüzde oldukça tanıdık gelen bir slogandı: "Tek millet, tek devlet, tek bayrak, tek lider ve tek diplomasi…". Bu arada "Millet"ten kasıt elbette "ümmet" idi. Nasır'ın tezi, Arap ülkeleri bu görüş etrafında birleşirlerse, o birliktelik, dünya ölçüsünde büyük bir güç oluşturabilir ve o zamana kadar dünyayı etkileri altında tutan büyük ülkeleri hizaya getirebilirdi (Öymen, 2013: 432).

Nasır'ın davetlisi olarak 31 Ocak 1958 günü bir araya gelen iki lider daha önce hazırlanmış olan "Birleşik Arap Cumhuriyeti" projesini görüştüler ve 1 Şubat 1958'de imzalayarak uluslararası kamuoyuna ilan ettiler. Bu projeye göre;

- Mısır ve Suriye bir devletin çatısı altında birleşiyorlar ve bu devletin adı "Birleşik Arap Cumhuriyeti" (BAC) oluyordu.
- Yeni devlet, "tek bayrak, tek ordu, tek diplomasi" ilkesi etrafında kurulacaktı.
- Aynı zamanda iki ülkenin vatandaşları BAC'ın vatandaşı olacaktı. Ortak devletin hükümetinde, iki ülkeden de bakanları bulunacaktı.
- Birleşik Arap Cumhuriyeti, öteki Arap devletlerinin katılımına açık olacaktı (Öymen, 2013: 433)

Birleşik Arap Cumhuriyeti'ne kısa bir süre sonra Yemen de katıldı. Daha sonra BAC'nin cumhurbaşkanlığı seçimi yapıldı. Oylama sonucunda oyların %99,9'unu alan Cemal Abdülnasır cumhurbaşkanı seçildi. Nihayetinde Ortadoğu'da Sovyetlerin talep ettiği blok oluşturulmuş oluyordu.

2. 14 Temmuz 1958 Irak İhtilali

Eisenhower'ın "Kore Savaşı'ndan bu tarafa yaşanan en büyük kriz" olarak nitelendirdiği Irak İhtilâli 14 Temmuz 1958'de General Abdülkerim Kasım önderliğindeki darbeciler tarafından

gerçekleştirildi (Erkmen, 2008: 76). Ortadoğu'daki bütün askeri ihtilaller gibi, İsrail ve Komünizm tehdidine karşı endişe duyulduğu için SSCB ve ABD yanında bloklaşma amacıyla yapılmış askeri bir ihtilaldir. Dönemin askeri darbelerinin karakteristik özelliği, bu darbe de dış dinamiklerin tetiklediği ve desteklediği bir darbedir (Öztürkci, 2017: 375-376).

İhtilal sabaha karşı gerçekleşmişti; ancak Türkiye dahil bölge ülkelerinin henüz haberleri yoktu. 14 Temmuz 1958 sabahı, İstanbul/Yeşilköy Havaalanı'nda Irak heyeti beklenmekteydi. Çünkü o gün Bağdat Paktı'nın İstanbul Zirvesi olarak bilinen toplantısı yapılacaktı. Cumhurbaşkanı Celal Bayar, Başbakan Adnan Menderes ve Dışişleri Bakanı Fatih Rüştü Zorlu, karşılama için hava alanına gelmişlerdi. Irak Kralı Faysal ile beraberlerindeki heyeti getirecek olan özel uçak beklenmekteydi (Öymen, 2013: 436).

Kral Faysal'ın özel uçağının saat 11:00'da gelmesi bekleniyordu. Kral Faysal ile birlikte veliahdı Prens Abdülillah ve Başbakanı Nuri el-Said de gelecekti. Bağdat'tan Kral'ın uçağının kalkışı bir türlü bildirilmemişti ve herhangi bir haberleşme de yapılamıyordu. Muhtemeldir ki uçağın Bağdat'tan kalkış saati değişmiş veya haberleşmede bir aksaklık çıkmıştı. Diplomasi gereği uçağın kalkış saati dış işlerine bildirilmeliydi. Uçağın kalkış saati 8.30'du; ancak saat 09:30 olduğu halde bir tülü haber gelmemişti. Irak Dış İşleri Bakanlığı da haberleşme kanallarını kapatmıştı.

Bu arada Yeşilköy Havaalanı'na saat 9.30'da Irak Hava Yolları'nın Bağdat-İstanbul seferini yapan yolcu uçağı iniş yaptı. Uçaktan, yolculardan önce uçağın kaptanı indi ve Türk Dışişleri görevlileri ile görüşmek istediğini söyledi. Uçağın kaptanı, Bağdat'tan kalkış yaptıktan sonra uçağın telsizine "*Bağdat'ta ihtilal- Halk düşmanları kurşuna dizildi-Kral'ın sarayı işgal edildi. "mesajının geldiğini yetkililere iletti* (Öymen, 2013: 437).

Pilotun mesajı ilettiği saatlerde hava alanında bulunan Dışişleri Bakanı Fatih Rüştü Zorlu'ya Dışişleri Bakanlığı'ndan, Irak radyosu üzerinden darbeyi doğrulayan bilgi notu ulaştı. Türkiye'nin Bağdat Büyükelçiliği de radyonun darbe duyurusunu doğruladı. Darbe öğrenilmişti; ancak Kral, Başbakan ve diğer heyet üyeleri hakkında herhangi bir bilgi yoktu. Türk heyeti Kral'ın akıbeti hakkında önceleri iyimserdi; fakat sonradan ajanslardan gelen haberlerden Irak Kralı II. Faysal, oğlu Veliaht Prens Abdülillah ve Başbakan Nuri el-Said Paşa'nın kurşuna dizilerek öldürüldüğü anlaşılmıştır. İhtilalci askerler, Kral ve Veliaht Prens Abdülillah'ın cesedini Milli Savunma Bakanlığı önünde sergilemişlerdir (Milliyet, 15/7/1958).

Irak Bağdat Radyosu 14 Temmuz 1958 sabahı "*Burası Irak Cumhuriyet Radyosu*" anonsuyla yayına başladı ve ihtilal bildirisini yayınladı (Ulus, 15/7/1958, 1). Radyodan duyurulan ihtilal bildirisi ile rejim değişikliği uluslararası kamuoyuna duyurulmuş oluyordu. Bildiride, "*Allah'ın yardımı, halk ile silahlı kuvvetlerin desteği ile emperyalistler tarafından başa getirilmiş, doğru yoldan uzak yöneticiler grubunun tahakkümünden Irak'ın kurtarıldığı*" söyleniyordu. Bildirinin devamında, halk ile ordu arasında tam birliktelik olduğu, ülkede milli birliğin korunacağı, diğer Arap devletleri ile kardeşlik bağlarının kurulacağı ve Bandung Konferansı kararları ile Birleşmiş Milletler Antlaşması'na uygun ve Irak'ın menfaatine olan bütün milletlerarası yükümlülüklere sadık kalınacağı ve Cumhuriyet rejiminin kurulduğu duyurulmuştu.

Bağdat Paktı'nın "İstanbul Zirvesi" olarak adlandırılan toplantısının gerçekleşeceği gün yapılan bu askeri darbe ile Irak'ta monarşi rejimi yıkılmış ve Cumhuriyet rejimine geçilmişti. Darbenin yapıldığı gün Irak radyosu Kral Faysal, Başbakan Nuri el-Said ve Veliahdın öldüğünü bildirmişti. İhtilal sonrasında Kral Faysal ve ailesinin öldürülmesiyle monarşi devri de kapanmıştır. İhtilalin hemen ardından Bağdat Paktı'nın tek Arap üyesi olan Irak, hemen Pakt 'tan ayrılmamış, Batılı ülkeler kendisini tanıyıncaya kadar beklemiş; sonra parktan ayrılmıştır. Açıkçası ihtilalin gerekçesi monarşi rejiminin İngiltere ve ABD yanlısı olması, Bağdat Paktı'nın da bu düşüncenin bir ürünü olarak görülmesi olduğu anlaşılıyordu. İhtilalden hemen sonra sokağa çıkan göstericilerin de İngiltere ve ABD karşıtı slogan atması, Sovyet yanlısı Mısır Devlet Başkanı Nasır lehinde slogan atmaları bunun bir göstergesiydi (Bostancı , 2018: 123-154).

Irak'taki askeri darbe ve rejim değişikliği yalnızca Türkiye'de değil, dünyanın her tarafında büyük bir şaşkınlık yaratmıştı. Türkiye, 1955 yılından beri, Bağdat Paktı'nın kurucu üyelerinden birisiydi. Üstelik, DP hükümeti hem Kraliyet ailesiyle hem de Başbakan ile yakın ilişki içindeydiler. Üstelik Türkiye'nin dış politikasındaki argümanların, özellikle de Ortadoğu politikasının çöküşü anlamına geliyordu. Çünkü Türkiye, Ortadoğu politikasını yakın ilişkilerden olsa gerek hep Irak üzerinden kurguluyordu (Öymen, 2013: 439).

Irak İhtilali yalnız Türkiye üzerinde değil Bağdat Paktı'nın diğer üyeleri arasında da endişe uyandırmış ve tepki ile karşılanmıştır. İhtilalin Pakta karşı yapıldığı kanısı doğmuştu. Çünkü ihtilal gününün 14 Temmuz olarak seçilmesi, ki o gün "İstanbul Zirvesi" toplantısı yapılacaktı, oldukça manidardı. Devlet Başkanları, Irak'ın Pakt'tan ayrılıp ve karşı cepheye geçmesinden endişe ediyorlardı.

Bağdat Paktı'nın belirsizliği endişe yaratıyordu. Yeni yönetim Irak'ı Batı Bloku'ndan ayırıp Nasır'ın çizgisine yaklaştırabilirdi ve bu durum ABD ve Türkiye tarafından büyük bir kayıp olarak değerlendiriliyordu. Amerikan projesinin çıkmaza girmesi durumu söz konusu idi. Irak'ın Mısır ve Sovyetler Birliği çizgisine kayması Türkiye'nin Ortadoğu politikasının yeniden kurgulanması anlamına geliyordu. Güç dengeleri değişecek; taşlar yeniden dizilecekti.

Irak'ta ihtilal olduğu ve rejim değişikliğine gidildiği kesinleşince, havaalanında bulunan Pakistan ve İran Devlet Başkanları Cumhurbaşkanı Celal Bayar ve Başbakan Adnan Menderes ile beraber askeri bir uçakla Ankara'ya geçtiler (Öymen, 2013: 438). Her şeye rağmen İstanbul Zirvesi Irak olmadan yapıldı. Türkiye, İran ve Pakistan devlet başkanları Irak ihtilali üzerinde değerlendirmeler yapıp bir bildiri yayınladılar. 17 Temmuz 1958 tarihli bildiride Bağdat Paktı'nın devam edeceğini ve Irak'ın iç işlerine karışmayacaklarını beyan ettiler. Ayrıca ihtilal hükümetini yaptığı katliamlardan dolayı kınadılar. (Hürriyet,18/7/1955,1)

Bağdat Paktı üyelerinin çok da sert olmayan bildirisine rağmen, darbeden sonra kurulan yeni ihtilal hükümeti her ne kadar yönünü Batıya çevirmiş olduğunu bildirmiş olsa da, aslında niyeti doğuya dönük olduğunu gösterdi ve Sovyetler tarafına yakınlaşmak niyetini gösterdi. Bu niyetini de 19 Temmuz 1958'de Birleşik Arap Cumhuriyeti ile bir karşılıklı savunma antlaşması imzalayarak gösterdi.20 Temmuz 1958 akşamı da Irak radyosunda yapılan duyuruyla Bağdat Paktı'ndan Irak'ın resmen çekildiği bildirildi ve bu durumun büyükelçiliklere resmi bir yazıyla ertesi gün duyuruldu (Hürriyet 21/7/1958, 5).

3. İhtilalin Türk Siyasal Yaşamına Etkileri

İhtilal'in Türkiye'de siyasal yaşama ve iç politikaya etkilerine bakıldığında, siyasal iktidar ve muhalefetin ihtilale karşı tamamen farklı yaklaşım sergiledikleri görülmektedir. Siyasal iktidar tamamen İhtilalin karşısında bir duruş sergilerken; muhalefet İhtilalin haklılığı üzerinden politika üretmiş ve ihtilalcileri destekleyen bir tutum sergilemiştir.

3.1. Siyasal İktidar ve Muhalefetin Irak İhtilaline Karşı Tutumu

Türkiye'de siyasal iktidarın sahibi DP hükümeti darbeyi bir komünist komplo olarak değerlendirmiştir. Siyasal iktidar çevreleri, Irak ihtilalini tamamen dış güçlere bağlamışlar ve ihtilali *Hariçten mülhem yıkıcı faaliyetlerin bir tecellisi*" olarak değerlendirmişlerdir. Siyasal iktidarın yandaş yayın organları, Irak ihtilalini gerçekleştiren kadroları "*siyaset eşkıyaları, katiller*" olarak değerlendirmiş, ihtilalin amacının da Orta Doğu'daki barış ve istikrarı hedef aldığını, bu bağlamda asıl hedefin Bağdat Paktı olduğunu, ihtilal gününün (İstanbul Zirvesi günü) tayin şeklinin de bunun kanıtı olduğunu yayınlarında ifade etmişlerdir.

Irak ihtilaline ve ihtilalci hükümete karşı iki zıt yaklaşım, basına da yansımıştır. Türk basınının darbeye yaklaşımına bakıldığında basın organları arasındaki kamplaşma dikkat çekmektedir. Başka bir ifadeyle hükümet yanlısı ve hükümet karşıtı basının darbeyi manşetlerde duyurma tarzı zıtlık arz etmektedir. Örneğin hükümet yanlısı Bugün, Telgraf ve Zafer gazeteleri (15 Temmuz 1958) " *Irak'ta kanlı hükümet darbesi*" manşetini atarlarken muhalefet yanlısı

Cumhuriyet gazetesi "*Irak'ta saltanat yıkıldı; Cumhuriyet kuruldu*" manşetiyle ihtilali duyurmuştur (Cumhuriyet, 15 Temmuz 1958, 1).

Irak'taki ihtilal hükümetini tanıma konusunda hükümetin görüşünü Dış İşleri Bakanı Fatin Rüştü Zorlu gazetelere verdiği beyanatta duyurmuştur. DP hükümetine göre, Irak'taki ihtilal hükümeti birtakım asi ve haydutların kurduğu hükümettir ve Türkiye tarafından kesinlikle tanınmayacaktır (Ulus, 22/7/1958, 1,6). Hükümetin bu kadar sert ve katı yaklaşım sergilemesini nedenleri konusunda önce, olayın duygusal boyutu olduğunu söylemek gerekmektedir. Çünkü eski rejimin üyeleri Başbakan Menderes ile kişisel dostluk ve ilişki kurmuşlardı. Kral Faysal ve Başbakan Nuri el-Said sık sık Türkiye'ye ziyaretler gerçekleştirmekte ve Menderes'e buluşup zaman geçirmekte idiler (Yeşilbursa, 2010: 90). Muhtemelen Menderes'in aklına Irak'a müdahale etme fikrini bu yakın dostluk getirmişti. Yassıada yargılamalarında ele geçirilen bir belgede, Menderes'in Meclise ve hükümete danışmadan Irak ihtilalini bastırmak için teşebbüse geçtiğine dair bir belge bulunmuştu. DP'nin önemli bürokratlarından Hayrettin Erkmen'in not defterinde, *"Menderes, hükümeti ve meclisi tanımadan karar veriyor ve harekete geçiyor"* ifadeleri yer almakta ve Irak ihtilalinin bastırılması teşebbüsü ile ilgili bilgi verilmektedir. Bu konuyla ilgili kabine toplantısında, Menderes yaptığı konuşmada, Irak ihtilalini bastırmak ve askeri müdahalede bulunmak için teşebbüse geçtiğini; fakat Amerikalıların kendisini bu kararından vaz geçirdiğini ifade etmiştir. (Milliyet, 16.05.1961).

Gerçekten de Başbakan Adnan Menderes'in Irak'a müdahale etmeye niyeti vardı. Hatta bu konuda teşebbüse geçmek için Amerika Birleşik Devletleri Büyükelçisi ile görüşmüş, büyükelçinin kendisini durdurduğu söylenmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin Rusya ile soğuk savaşı devam ettirmek istemesi; yani sıcak savaş ihtimalini istememesi üzerine Menderes'in durdurulduğu söylenmektedir. Amerikalıların müdahalesinden olsa gerek DP hükümeti Irak'taki yeni hükümete karşı yumuşamaya başlamış, 26 Temmuz 1958'de İçişleri Bakanı Namık Gedik Irak'taki yeni hükümet ile iyi ilişkiler kurmak niyetinde olduklarını beyanatını vermiştir (Vatan, 27/7/1958, 1). Nihayetinde. Bu açıklamadan dört gün sonra Türkiye, yeni Irak hükümetini, Londra'da yapılan Bağdat Paktı Bakanlar Konseyi toplantısının ardından-, 31 Temmuz 1958'de tanımıştır (Milliyet ve Cumhuriyet, 1/8/1958, 1).

DP hükümetinin aksine muhalefet, en başından beri Irak'taki ihtilal hükümetinin lehinde bir tutum takınmıştır. Muhalefete göre İhtilal, İngiliz ve Amerikan emperyalizmine karşı bir özgürlük hareketi idi (Çelebi, 2017: 46). Başta ana muhalefet olmak üzere muhalefet ve yandaşı yayın organları Irak ihtilalini bir dış güçlerin oyunu değil, istibdat ve baskıya karşı direniş hareketi olarak nitelendirmişlerdir. Bu bağlamda hükümetin Irak'taki yeni hükümete karşı tutumunu da sert bir şekilde eleştirmişlerdir. CHP lideri İnönü, dış politikada hükümetin maceraya atılmaması gerektiğini, Ortadoğu politikasının tarafsızlık üzerine kurulması gerektiğini ve derhal Irak'taki yeni hükümetin tanınması gerektiğini gazetelere verdiği beyanat ile duyurmuştur (Akşam, Vatan, 28/7/1958, 1). Kısaca muhalefet Irak politikası yüzünden hükümeti eleştiri bombardımana tutmakta ve politika değişikliği yapması konusunda baskı kurmaya çalışıyordu.

Muhalefet Irak'taki ihtilalci hükümeti ve ihtilali haklı gören söylemlerde bulunmuştur. CHP Genel sekreteri Kasım Gülek 3 Ağustos 1958'de yaptığı açıklamada Irak'taki eski hükümeti yani monarşi rejimini" *Halkın sevmediği müstebit bir idare*" olarak nitelendirmiştir. Gülek sözlerine şöyle devam etmiştir: "*Irak'taki bu harekat halkını sevmediği müstebit bir idareyi devirmek için yapılmıştır. İhtilâli yapanlara katiller, caniler demek doğru değildir… ihtilal sonucu ölenler de bizimkilerin akıl hocası idi… onların bu akıbeti bizimkilere büyük ders olmalıdır. Şahsi dostu öldü diye Irak'ı tanımamak olmaz*.." (Ulus, 4 /8/1958, 1,3).

Cumhuriyetçi Millet Partisi de 4 Ağustos 1958'de yayınladığı bildiride, Kasım Gülek ile benzer ifadelerde bulunmuştur. Bildiride, "Irak'ta, istibdat ve baskıya karşı son çare olarak ayaklanmaya başvuranların hareketlerini şekavet diye vasıflandırmak basiret ile kabili telif değildir…" denmektedir (Ulus, 5 /8/1958, 3).

Muhalefetin açıklamaları hükümet tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Özellikle Kasım Gülek'in açıklamaları hükümet tarafından çok sert eleştirilmiş, hükümetin resmi yayın organı gibi yayın faaliyetini yürüten Zafer gazetesi tarafından Gülek" salon ihtilalcisi" olarak nitelendirilmiştir (Zafer, 5 /8/1958, 1). Aynı şekilde Zafer gazetesi aracılığıyla muhalefet, yalan ve tahrik edebiyatı yapmakla" itham eden hükümet, ana muhalefeti gayrimeşru yollarla iktidara gelmek ve ihtilal seviciliği ile de suçlanmıştır (Zafer, 7/8/1958). Bunun yanında muhalefetin İhtilali sürekli olarak kamuoyunun gündeminde tutması da hükümet tarafından eleştirilmiştir. Başbakan Menderes, Balıkesir parti il kongresinde yaptığı konuşmada, muhalefeti ihtilal istemekle suçlamıştır: "*Komşu bir memlekette öldürülenlerin cesetlerini haftalarca gazetelerinde neşretmek ve Irak ihtilalinden imalı bir şekilde bahiste ısrar etmek suretiyle, yurdumuzda da bir serdengeçtinin harekete geçmesini kışkırtmak istemektedirler. Bu iktidarın da her çareye başvurup yere vurulması icap ettiğini telkine çalışmaktadırlar. Adeta 'Bunları da öldürecek bir serseri çıkmayacak mı?' demektedirler"* (Öymen, 2013: 459). Ertesi gün Akhisar kongresinde de ihtilal isteyen muhalefeti tehdit etmekten çekinmemiştir: *"Memleketi ihtilallere, kardeş kavgalarına sürüklememek için azim sahibiyiz. Böyle bir hareketi katiyetle ve azami surette kahretmeye hazırız."* (Öymen, 2013: 460).

Hükümetin bu kadar sert ve saldırgan tutumuna karşı cevap, ana muhalefetten önce muhalefetin diğer üyesi olan Cumhuriyetçi Millet Partisi lideri Osman Bölükbaşı'ndan gelmiştir. Muhalefeti ihtilal sevicilik ekle halkı ihtilale teşvikle suçlayan hükümete karşı Bölükbaşı asıl ihtilal ortamını iktidarın yarattığını sorunların kaynağının iktidar olduğunu ileri sürmüştür: "*İhtilal muhalefetin arzusu değildir; muhalefettekiler çıkaramaz; çünkü ihtilal millete yapılan baskı ile onun tahammülü arasındaki dengenin bozulmasından çıkar. O halde baskıyı yani zulmü yapmak muhalefetin elinde olmadığına göre ihtilal yapmak da o halde iktidar partisinin eseri olabilir*" (Akşam, 11/8/1958, 1).

Ana muhalefet partisi CHP de bu kadar sert, suçlayıcı ve tahkir edici ifadeler karşısında hükümeti iç politikada yeni bir şiddet devri hevesine kapılmakla suçlamıştır. CHP'nin Meclis Grubu'nun 16 Eylül tarihli bildirisi bu ifadelerle doluydu: "*İktidar partisi idarecileri iç politikada yeni bir şiddet ve baskı devri açmak hevesine kapılmış görünüyorlar. Halkın dikkatini hakiki dert ve davalarından uzaklaştırmak için muhalefete ihtilalcilik isnat ediliyor."* (Öymen, 2013: 460).

3.2. Irak İhtilali Öncesi Orduda Darbe Hazırlıkları: 9 Subay Olayı

Irak İhtilalinden hemen önce Türkiye'de orduda kaynaşmalar başlamıştı. 1957 Aralık ayında "9 subay olayı" ortaya çıktı. Kurmay Yüzbaşı Samet Kuşçu'nun ihbarıyla, darbe hazırlığı içinde olan biri emekli albay olmak üzere dokuz subay tutuklandı ve mahkemeye sevk edildi. Tutukluların askeri bir darbeyle hükümeti devirme planları yaptıkları bu ihbarda iddia ediliyordu. Fakat böyle bir iddia kanıtlanamadığından tutuklular beraat etmiş; ihbarcı subay iftiradan mahkum edilmiştir. Oysa bu ihbar gerçekti. Bu gerçek 27 Mayıs'tan sonra anlaşılabilmiştir (Birand, 1991: 142). Irak İhtilalinden hemen önce kış aylarında ortaya çıkan bu olay DP hükümetini ve Adnan Menderes'i tedirgin etmiş, darbe korkusu yaratmıştır. Başlarda çok fazla tedbir alınmasa da Irak İhtilali sonrasında tedbir alam gereği duyan Menderes, birçok üst rütbeli subayın yerlerini değiştirilmiş; merkezden uzak yerlerde görevlendirmiştir (Cumhuriyet, 21/11/1958, 1; Milliyet, 21/11/1958, 1). Ancak asıl darbe korkusunu yaratan Irak İhtilali idi. Irak'taki askeri darbe Başbakan Adnan Menderes ve Demokrat Partililerde darbe korkusu yaratmış; aynı durumun yani Irak'ta yaşanan durumun Türkiye'de olacağı endişesini artırmıştır.

Hem "9 subay" olayı hem de ardından gerçekleşen Irak İhtilali Menderes'te darbe korkusunu daha da artırıp bir fobi haline gelmesine sebep oldu. İhtilal sözcüğü de baskı tedbirleriyle

birlikte bu dönemde siyasi literatürümüze girmiştir. Ancak, Irak İhtilali bunu somut ve kanlı bir örnek olarak gözler önüne sermiştir. O tarihten sonra ihtilal, Menderes'in gözünde her geçen gün korkunçluğunu artıran bir serap haline gelmiştir. Bunun içindir ki Menderes, ihtilal korkusunu yenebilmek için muhalefete yüklenmeye başlamış ve muhalefet ile birlikte basını ihtilal ortamını yaratmakla suçlamıştır. Menderes 11 Ağustos 1958 tarihli DP Meclis Grubu toplantısında CHP'yi ihtilale çanak tutmakla, İnönü'yü de diktatörlük hevesiyle suçluyordu: *"Siz bir sabık diktatörün eline fırsat geçtiği taktirde neler yapmağa muktedir olduğunu öğrenmek istiyorsanız tarihin sayfalarını karıştırınız. İşin şakaya tahammülü yoktur. Bu devir çoktan geçmiştir. Eğer vaktinde tedbirlerimizi alsaydık iş buraya gelmezdi*"(Kılçık, C:8: 315).
Menderes alınması gereken tedbirler olduğunun altını çiziyor ve zaman kaybetmeden tedbirlerin zeminini oluşturma çalışmasına girişiyordu. Bunun için DP Meclis Grubu bir tebliği kamuoyuna duyuruldu. Bu tebliğ, 27 Mayıs'ın en önemli nedenini teşkil edecek olan Tahkikat Komisyonu girişimine dayanak teşkil etmiştir. Tebliğ, aynı gün yapılan toplantıdaki konuşmaların bir nevi özetinden ibaretti ve CHP'ne karşı suçlamalarla doluydu. Böyle bir tebliğin çağdaş demokrasilerde görülmesi pek mümkün değildir. Tebliğin amacı "*Gayri meşru bir muhalefeti tasfiye etmek meşru bir harekettir"* tezinden ibaretti. Muhalefetin meşrutiyetinin tek kıstası da iktidarın kanaati olunca, bu tutumun keyfi bir idareye yol açması kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır (Eroğul, 1970; 161). Menderes, muhalefete karşı tedbir almanın haklılığını halk önünde de savunmuştur. 6 Eylül 1958'de Balıkesir'de yaptığı konuşmada muhalefeti Irak'taki darbenin bir benzerini yapmakla suçlamakta ve açıkça tehdit etmektedir: *"Burada sormak lazımdır : Bir zamanlar Atatürk'e dahi suikast tertiplenmiş olduğunu neden gözden uzak tutuyorsunuz? Demek ki suikastlar, milletin göz bebeği gibi ve bugün dahi arkasından ağlamakta olduğumuz büyük kurtarıcıya, vatanın yaratıcısına karşı tertipleniyormuş. Bunu göz önüne getirseler ya... Buna cüret edenlerin idam sehpalarında can verdiklerini hatırlasalar ve ondan ibret alsalar ya...*"(Kılçık, 1992: C:8: 343*).*
Menderes muhalefete idam sehpalarını hatırlatmış ve diktatörlükle itham eden sözler sarf etmeye başlamıştı. Zaten büyük bir diktatör olan De Gaulle'yi öven sözlerini de 15 gün sonra İzmir'de söyleyecekti (Kılçık, 1992: C:8: 362-363).
Menderes'in idam sehpalarını hatırlatan sözlerine karşılık İnönü'den cevap gecikmemiştir: "*İdam sehpaları kurulunca nasıl işleyeceğini kimse bilemez. İhtilal mevzuuna gelince, bazen sokak serserileri yasal hükümete karşı ayaklanmaya kalkışırlar. Ama bir başka türlü ihtilal daha vardır. O ihtilal, insan hakları dışında iktidar sürmek sevdasına kapılan siyaset, serserileri zorla meydana getirirler*" (Toker, 1990: 162)
Sonuçta siyasal iktidar-muhalefet ilişkileri Irak İhtilâli sonrası iyice kötüleşmiş ve iktidar muhalefete karşı tahripkâr ve saldırgan bir tutum takınmıştır. Demokrat partililere göre artık bu tür bir muhalefet ile demokratik bir yönetimin tesisi mümkün değildir ve verimli bir çalışma ortamı yakalamak mümkün değildir. Milli iradeye, milletin gücüne itaatkar ve hürmetkar bir muhalefet için gerekli tedbirlerin alınması zamanı gelindiğine inanılmaktadır. Bu konuda muhalefetin son kez uyarıldığı da gazetelere verilen beyanatla duyurulmuştur (Zafer, 12/8/1958, 1,4).

3.3. Muhalefet Birliği

DP iktidarının tehditleri karşısında muhalefet ise iktidara karşı birlikte hareket etme kararı almıştır. Menderes'in "Nifak İttifakı" olarak nitelendirildiği ittifak konusunda ilk girişim Cumhuriyetçi Millet Partisi ile Hürriyet Partisi'nden gelmiştir (Akşam, 14/8/1958, 1). Kısaca bu saatten sonra siyasette saflar netleşmeye ve belirmeye başlamış; ana muhalefet partisi CHP de muhalefetin sözcüsü durumuna gelmiştir.
1957 seçimlerinde denenen ve iktidar tarafından, ivedilikle çıkartılan bir yasayla, geçici bir süre engellenen güç birliği denemesi, Irak İhtilali sonrasında siyasal iktidarın tehditleri karşısında, bu kez kalıcı olarak denendi ve partiler arası birleşmeler şeklinde gerçekleşti. 16 Ekim 1958'de

Türkiye Köylü Partisi, Cumhuriyetçi Millet Partisi ile birleşti. Bu birleşmeyi takiben, 24 Kasım 1958'de Hürriyet Partisi CHP ile birleşme kararı aldı.
Muhalefet bu birleşme kararlarının ardından mücadele hedeflerini tespit etmeye başladı. Bu tespit edilen hedefler, 12-15 Ocak 1959 tarihleri arasında toplanan CHP 14. Kurultayı'nda somutlaştırdı. Bu kurultayın kabul ettiği **"İlk Hedefler Beyannamesi"** muhalefet güç birliğinin varmak istediği hedefleri 10 madde halinde sıralamıştı (Gevgili, 1987: 123):

- Partizanlığın kaldırılması
- İkinci meclisin kurulması
- Seçim güvenliği ve mal beyanında bulunulması
- Anayasa Mahkemesi'nin kurulması
- Yüksek Hakimler Kurulu'nun kurulması
- Memurlara mahkemeye başvurma hakkının verilmesi
- Üniversite özerkliği
- Basın hürriyetinin anayasada teminat altına alınması ve ispat hakkı
- Yüksek iktisat şurasının kurulması
- Sosyal Adalet kavramının anayasaya girmesi

Bunlar, daha sonra 1961 Anayasasının temelini oluşturacak temel esaslardı. Muhalif safların sıklaştırılması, mücadele esaslarının tespiti ve İnönü'nün eleştirilerinin sertleşmesi muhalefetin genel bir taarruz hazırlığının açık işaretleriydi.
Muhalefetin birleşme kararına Menderes, çok sert bir yanıt verdi : "*Onların güç birliği adı altında giriştikleri faaliyetin amacı şudur : Bir ehli salip çetesi ile karşımıza dikileceklerdir*" (İleri, 1996: 58).

3.4. Vatan Cephesi

İktidarın muhalefetin güç birliğine karşı ürettiği çözüm Vatan Cephesi oldu. Aslında Vatan Cephesi formülünü Menderes, Türkiye'deki muhalefet partilerini "ihtilalcilikle", Irak İhtilali'nin bir benzerini gerçekleştirmek istemekle suçlayarak 1958 yılında ortaya atmıştı. *"Biz de o ihtilalcilereler karşı vatanseverleri harekete geçiririz*" sözlerini Irak İhtilali'nden birkaç ay sonra ortaya atmıştı (Öymen, 2013: 458). Açıkçası muhalefetin güç birliği girişimleri Menderes'i oldukça tedirgin etmiş ve alternatifler yaratmaya yöneltmişti. Menderes, 12 Ekim 1958 günü Manisa'da halka hitaben yaptığı konuşmasında Vatan Cephesi'nden bahsediyordu : *"Politika ve ihtirastan vareste vatandaşlardan kurulmuş olan kin ve husumet cephesine karşı, vatanperverane gayretlerini birleştirip eserlerinin müdafaasını azmetmiş bir Vatan Cephesi'nin kurulması zarureti kendini göstermiştir... Bu güzel masum eserleri, ihtirastan azade vatandaşların vatan ve terakki cephesinde birleştirmek suretiyle, kin ve nifak yaratıcı, bozguncu, iptidai geri ve tahripkar propagandalara karşı aslanlar gibi müdafaa etmek lazım geliyor"*(Kılçık, 1992: C.8: 385-386).
Bu tarihten sonra ülkenin her yanında Vatan Cephesi örgütleri kurulması çalışmaları başlıyordu. Üyeleri aslında DP içerisinden seçiliyor; fakat katıldıkları örgüte Vatan Cephesi deniyordu. Vatan Cephesi'ni kuranlar ve katılanların isimleri her gün radyodan saatlerce ilan ediliyor ve övgüler yağdırılıyordu. Hatta Devlet İktisadi Teşebbüsleri'nin mensuplarına Vatan Cephesi'ne geçmeleri için baskılar yapılıyordu. Valilerin de Vatan Cephesi mensuplarıyla dirsek temasında olduğu apaçık belliydi. Zaten devlet memurlarına Vatan Cephesi'ne katılmaları için baskılar valiler aracılığıyla yapılıyordu (Nutku, 1979: 370-371).
Bu dönemden sonra muhalefet iktidar ilişkileri bir mücadele tarzı olmaktan çıkmış, artık kan davasına dönüşmüştü. Menderes tehdit ediyor, muhalefet ise çok sert karşılık verip bütün gücüyle saldırıyordu. Siyaset sahnesindeki husumet, artık sınırlarının dışına taşmış bizzat

toplumda örgütlenmelere yol açmış, halkı ikiye bölmüştü. Artık büyük fırtınanın kopması an meselesiydi.

Sonuç

14 Temmuz 1958'de gerçekleştirilen Irak'taki ihtilal Türk siyasal hayatını derinden etkilemiştir. Siyasal iktidar-muhalefet ilişkilerinin sertleşmesine ve tahripkâr bir durum almasına yol açmıştır. İktidar ile muhalefet arasındaki siyasi gerginlik kutuplaşmalara yol açmış; muhalefetin de birleşmesine sebebiyet veren bir durum almıştır. Bu durumu karşısında iktidardaki Demokrat Parti'nin yanıtı da" Vatan Cephesi" adı altında bürokrasiyle birlikte muhalefete karşı mücadele etme şeklinde olmuştur. 1959'daki uçak kazası muhalefetle iktidar ilişkilerindeki sertleşmeyi bir süre ötelese de engelleyememiştir. İktidar ve muhalefet arasındaki kutuplaşma, ötekileştirme; hatta şiddet eylemleri Meclis sınırlarının dışına taşmış, toplumsal kesimlere de yansımıştır. Halk vatan cephesi ve muhalefet birliği adı altında kutuplaşmıştır. Bu kutuplaşma basına da yansımıştır; hatta öğrencisine hocasına kadar kutuplaşmalar yaşanmıştır. Sonuçta, 1958 Irak İhtilali, 27 Mayıs 1960 darbesini hazırlayan önemli etkenlerden birisi olmuştur. Bu durum Türkiye'de parlamenter rejimin varlığını ve çok partili siyasi yaşamı tehlikeye atmıştır.

Kaynakça

Akşam Gazetesi

Birand, Mehmet Ali-Can Dündar ve Bülent Çaplı, 1991, "**Demirkırat**", Milliyet Yayınları, İstanbul.

Bostancı, Mustafa-Erdem Karaca, 2018, "Bağdat Paktı'na Etkisi Bakımından 1958 Irak Askeri Darbesi", **Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi,** Yıl:14, S: 27, Bahar-2018, s.123-154.

Bostancı, Mustafa, 2017, **Irak'ta Monarşinin Sonu,** Berikan Yay, İstanbul.

Cumhuriyet Gazetesi

Çelebi, Onur, 2017, "14 Temmuz 1958 Irak Darbesinin Türk İç Politikasına Yansımaları" **Turkish Studies,** V:12, S:31, s.41-60.

Eroğul, Cem, 1970, **Demokrat Parti (Tarihi ve İdeolojisi)**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yay, Ankara.

Fırat, Melek-Ömer Kürkçüoğlu, 2008, "Orta Doğuyla İlişkiler", **Türk Dış Politikası,** Ed: Baskın Oran, C:1, İletişim Yay, Ankara.

Gevgili, Ali, 1987, **Yükseliş ve Düşüş**, İstanbul, Bağlam Yayınları.

Hürriyet Gazetesi

İleri, Rasuh Nuri, 1996, **Örtülü Ödenek**, İstanbul, Scala Yayınları, 1996.

Kılçık, Haluk, 1992, **Adnan Menderes'in Konuşmaları, Demeçleri ve Makaleleri**, C:8, Demokratlar Kulübü Yayınları, Yayın No:3, Ankara.

Milliyet Gazetesi

Nutku, Emrullah, 1979, **Demokrat Parti Neden Çöktü ve Politikada Yitirdiğim Yıllar**, İstanbul, Fakülteler Matbaası.

Öymen, Altan, 2013, **Ve İhtilal**, Doğan Kitap Yay, İstanbul.

Öztürkci, Alpaslan, 2017, "Soğuk Savaş'ın 1950'li Yıllarda Orta Doğu'da Yaşanan Askeri Darbelere Etkileri", **Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi-Journal of Modern Turkish History Studies**, XVII/34 (2017-Bahar/Spring), s. 373-394.

Serhat Erkmen, 2008, "1945-1989 Yılları Arasında ABD'nin Kuzey Irak Politikası", **Akademik Ortadoğu**, C: III, S:1, s.70-80.

Soysal, İsmail, 1991, "Bağdat Paktı", **Belleten,** C:IV, S: 212, TTK Yay, Ankara.

Toker, Metin, 1990, **Demokrasimizin İsmet Paşalı Yılları, Demokrasiden Darbeye 1957-1960**", İstanbul, Bilgi Yayınları.

Ulus Gazetesi
Vatan Gazetesi
Yeşilbursa Behçet Kemal, 1999, "Britain's Post-War Defence Policy in The Middle East and Its Impact on Turkey, 1945–1950", **Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi,** Cilt: XV, Sayı: 45, s.11-27.
Yeşilbursa Behçet Kemal, 2010, "Demokrat Parti Dönemi Türkiye'nin Ortadoğu Politikası", **History Studies,** Ortadoğu Özel Sayısı, s.87-105.
Zafer Gazetesi

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH IN BUSINESS ADMINISTRATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES

Res. Asst. Dr. İncilay YILDIZ
Altınbaş University, , 0000-0001-5572-5058
Asst. Prof. Dr. Fulya ODUNCU
Altınbaş University, , 0000-0002-1340-9273

ABSTRACT

In today's rapidly evolving landscape, technology is advancing swiftly, gaining paramount importance in the realm of business administration through information technologies. The aim of this study is to analyze research conducted in the fields of business management and information technologies. Using the Scopus database, research has been conducted within the fields of article titles, abstracts, and keywords. The bibliometric library of R software version 4.3.1 has been utilized for analysis. The library's components including an overview, sources, authors, documents, conceptual structure, and social structure groups have been analyzed. As a result of the analysis, it has been determined that 1817 studies have been conducted from 1968 to the present. The most prolific publication years are 2011 (122), 2022 (116), and 2019 (109). The most published journals are 'Lecture Notes in Computer Scıence' (27) and 'ACM Internatıonal Conference Proceedıng Serıes' (25). The publication with the highest number of citations, amounting to 2153 citations, is the work titled 'Data-intensive applications, challenges, techniques and technologies: A survey on Big Data' published by Chen and Zhang in the journal 'Information Sciences'. The most cited author with 7 citations is Charalabıdıs Y. The leading contributing countries are the USA (174) and China (108). The most cited countries are the USA (3070) and Germany (1698). The predominant keywords used are 'Information technology' (284) and 'Information Management' (214). While it was determined that 4426 authors have contributed to studies in this domain and 4364 keywords have been employed, the annual growth rate of research in this area has been calculated as 7.41%.

Keywords: Business Administration, Information Technologies, Bibliometric Analysis, Scopus

1. INTRODUCTION

Management can be defined as the systematic and deliberate application of concepts, principles, theories, models, and techniques pertaining to the planning, organization, guidance, coordination, and control of activities. Its purpose is to efficiently and harmoniously utilize tangible resources and time, with a particular focus on people, in order to facilitate the achievement of an organization's objectives in a swift and effective manner. It is essentially the process of execution, involving the formulation and implementation of decisions that integrate human resources, financial assets, equipment, and time cohesively and efficiently to realize the organization's common objectives. Management science is a social science that integrates and applies knowledge and analytical methods derived from various disciplines to study the nature of management, the ideal principles of management, the structure and operation of institutions, and the performance of personnel [1]. On the other hand, business management can be described as the systematic orchestration of planning, organizing, directing, and controlling the operations within an organization, all aimed at the efficient and effective achievement of its objectives and goals. This multifaceted discipline entails supervising a variety of aspects within a business, such as its workforce, resources, processes, and strategies. Business administration (BA) is a discipline that involves the process of planning, organizing, directing, coordinating and controlling the activities of a business. BA ensures that a business achieves its set goals by using its resources effectively. BA covers many activities that interact with the internal and external environment of the business.

Information is created as a result of processing and interpreting data. Information processing systems, such as humans or computers, receive, organize, analyze, and extract information from data. Information technologies (IT) are the use of hardware, software, communication tools and their supporting resources and personnel in technology-based business processes to collect data and transform it into information [2]. It is a platform that processes customer, employee and organization data simultaneously with its technology, communication and information. Technology is the fundamental power in accessing and obtaining information [3]. IT refer to technological tools, systems and processes used to process, communicate, store and manage information. These technologies are involved in a range of processes from collecting, processing, storing and transmitting information and data. IT includes computers, software, networks, databases, internet, cloud computing and other related technologies.

Studies in business administration and information technologies help businesses become more competitive, efficient, sustainable and environmentally and socially responsible. Therefore, examining and understanding these two areas together is critical for the success and future of the business world. Therefore, in this study, a bibliometric analysis of studies conducted in the field of business administration and information technologies was conducted.

2. DATASET AND METHOD

Scopus is a prestigious bibliographic database that enables comprehensive tracking and analysis of multidisciplinary scientific literature. Scopus encompasses a wide spectrum of academic content, including scientific research, articles, conference papers, patents, and more. This database facilitates researchers, academicians, and institutions in monitoring, evaluating, and comparing their scientific endeavors. [4].

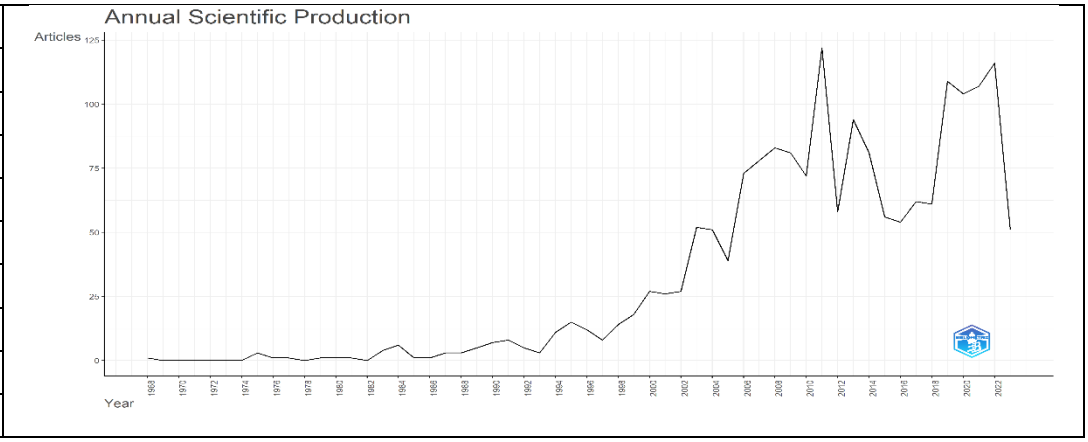
Bibliometric analysis refers to the process of conducting quantitative and qualitative analysis of scientific publications and academic literature. This analysis is carried out using bibliographic data of scientific research, articles, journals, authors, institutions and disciplines. Bibliometric analysis is used for purposes such as measuring research performance, evaluating scientific impacts and interactions, monitoring academic trends and developments, creating research policies and determining scientific strategies [5]. The inception of bibliometrics can be traced back to 1963 when Derek de Solla Price introduced the concept in his seminal work, 'Little Science, Big Science' (1963) De Solla Price pioneered the notion of quantifying scientific endeavors through the application of statistical methodologies to scientific publications and citation patterns. This pioneering study served as the cornerstone for the establishment of the practice of bibliometric analysis [6].

The scope of this study, studies in the field of business management and information technologies were examined using the Scopus database. Studies in the data set were collected by searching article titles, abstracts and keywords. For bibliometric analysis, the bibliometric library of R software version 4.3.1 was used. Components of the library such as overview, resources, authors, documents, conceptual structure and social structure groups were analyzed.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Figure 1. Annual Scientific Production

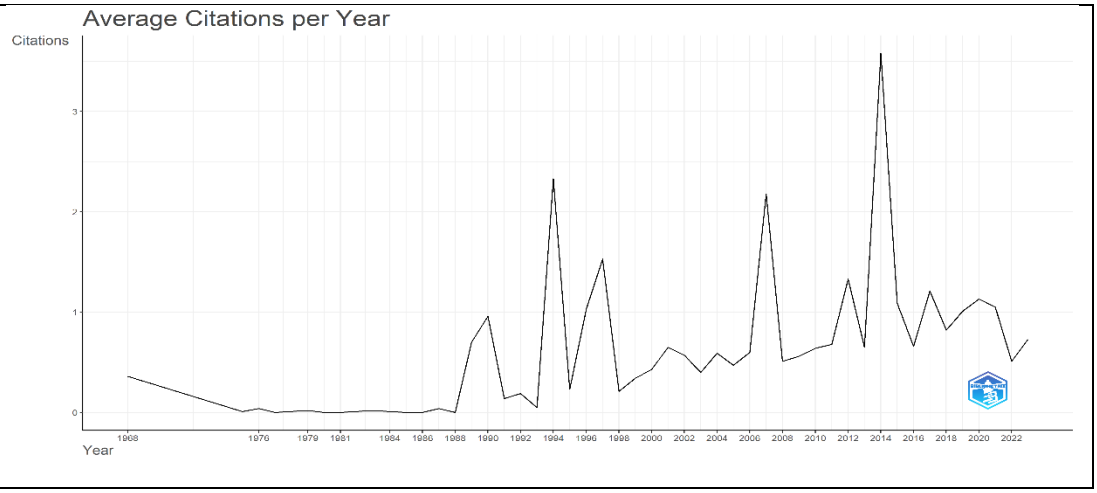
2011	122
2022	116
2019	109
2021	107
2020	104
2013	94
2008	83
2009	81
2014	81
2007	78



According to Figure 1, the most studied publication in 2011 was 122 studies. In 2022, 116 studies were carried out. 109 studies were conducted in 2019. There were no publication. between 1968-2023. It has been observed that the number of publications has increased since the 2000s. While the number of publications was 22 in 2000, it reached 116 in 2022. It is observed that the popularity of the subject increases over the years.

Figure 2. Average Citations per Year

2014	3,58
1994	2,33
2007	2,18
1997	1,53
2012	1,33
2017	1,21
2020	1,13
2015	1,09
2021	1,05
1996	1,03



Publications were not cited at all in 1977, 1980, 1981, 1985, 1988. According to Figure 2, the annual average number of citations reached the highest rate in 2014 with 3.58. The 10 years with the highest annual average citations are listed. Except for the ratio of 2.33 in 1994 and 1.03 in 1996, the remaining 8 years are the 2000s with the highest number of publications.

Table 1: Countries' Scientific Production

Region	Freq
USA	728
CHINA	265
INDIA	162
GERMANY	116
SPAIN	104
ITALY	103
UK	97
AUSTRALIA	60
BRAZIL	58
GREECE	58

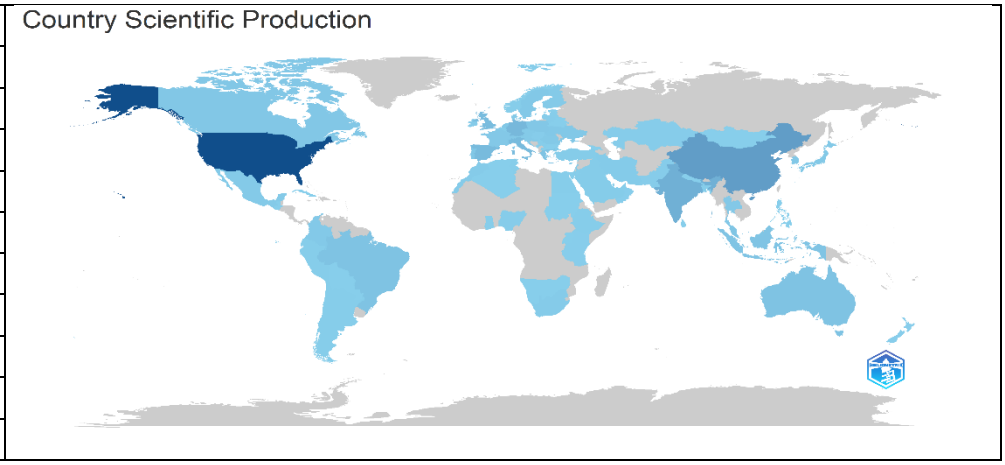
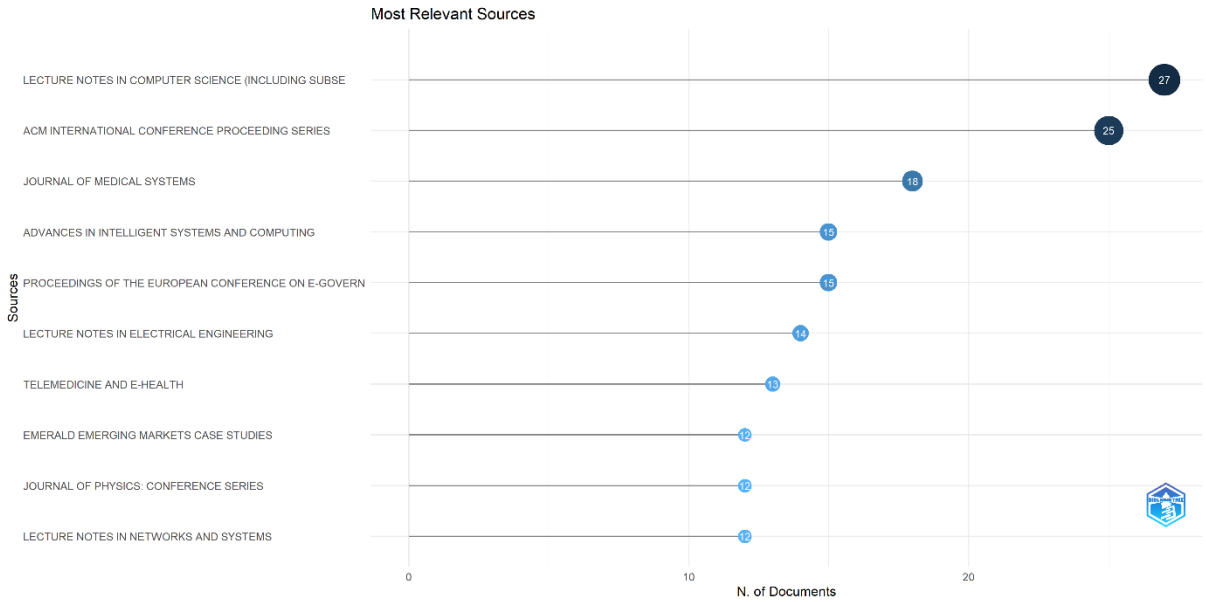


Table 1 lists the 10 countries with the most publications. Accordingly, USA ranks first with 728 publications, China ranks 2nd with 265 and India ranks 3rd with 162 publications Countries with the highest number of publications are shown in dark blue. As the number of publications decreases, the blue color fades to gray.

Figure 3. Most Relevant Sources



According to Figure 3, the most published journals are 'Lecture Notes in Computer Science' (27) and 'ACM International Conference Proceeding Seriıes' (25) and Journal of Medical Systems (18).

Table 2. Sources' Local Impact

Journal	TC	PY_start	h_index
INFORMATION SCIENCES	2153	2014	1
BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: CONCEPTS, LANGUAGES, ARCHITECTURES	1254	2007	1
MANAGEMENT SCIENCE	736	1994	1
COMPUTERS AND EDUCATION	569	2007	2
JOURNAL OF MEDICAL SYSTEMS	568	2001	10
PHARMACEUTICAL RESEARCH	491	2005	4
BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: CONCEPTS, LANGUAGES, ARCHITECTURES, SECOND EDITION	488	2012	1
HARVARD BUSINESS REVIEW	408	1989	3
INTERNATIONAL REVIEW OF ADMINISTRATIVE SCIENCES	370	2002	4
JOURNAL OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS	282	1995	3

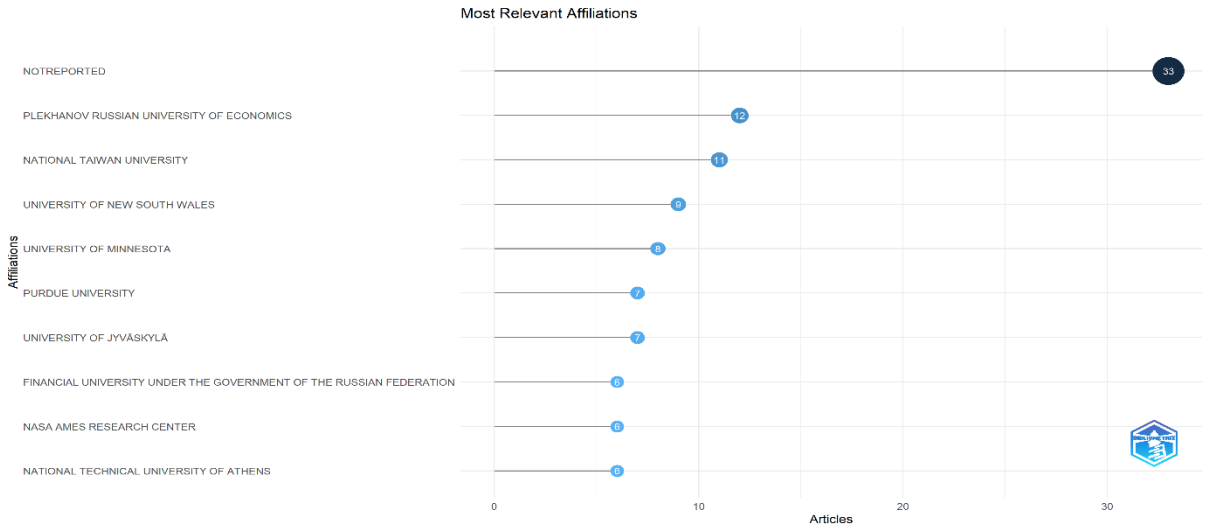
When Table 2 is examined, the "Information Sciences" journal, which started publication in 2014, received 2153 citations, and the "Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures" journal, which started publication in 2007, received 1254 citations. The journal "Management Science", which started publication in 1994, ranks third with 736 citations. Among the 10 most cited journals, the journal with the highest h index citation is the "Journal of Medical Systems". The journal with the oldest publication date is in the 8th place in the list, in 1989, while the journal with the newest publication date is in the 1st place, in 2014. Although the journal ranked 1st has only been published for 9 years, it appears to be the most influential journal in this field with 2153 citations.

Table 3. Sources' Local Impact

Authors	Impact
CHARALABIDIS Y	7
LIU J	5
ZHANG L	5
HAIDER A	4
KIM S	4
KRCMAR H	4
POLZONETTI A	4
TARABANIS K	4
WANG H	4
ZA S	4

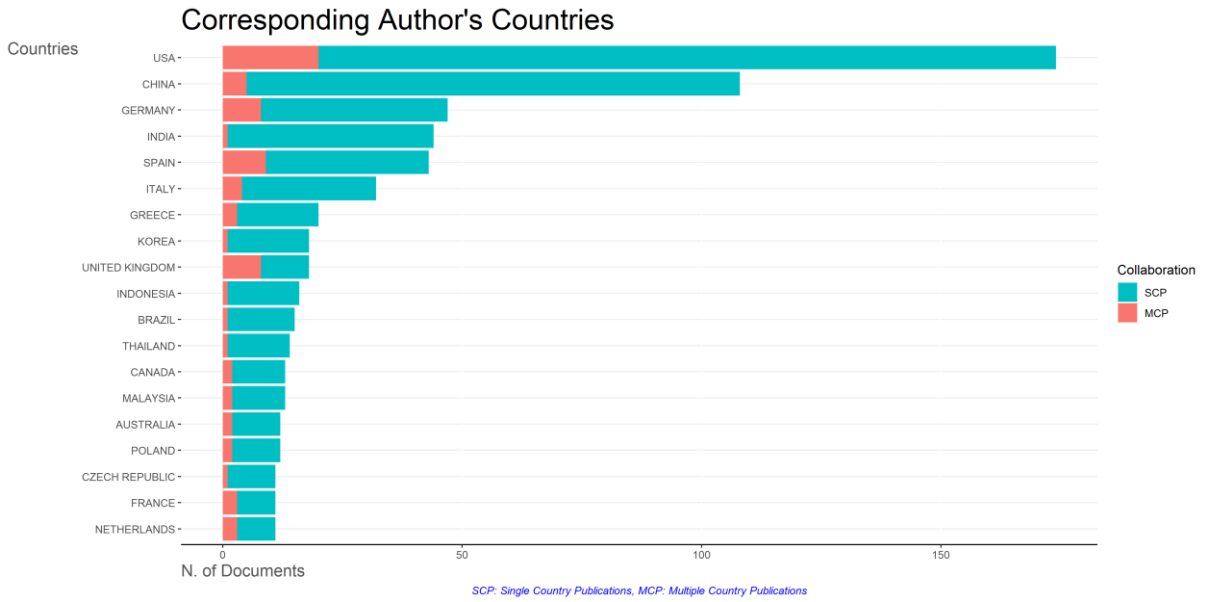
According to Table 3, when anonymous publications are excluded, it is observed that the author who published the most is CHARALABIDIS Y with 7 documents, followed by LIU J and ZHANG L with 5 documents each.

Figure 4. Most Relevant Affiliations



The universities where the authors work and publish the most are shown in Figure 4. Notreported seems to be the place with the most publications, with 33 publications. Plekhanov Russian University of Economics ranks second with 12 publications. National Taiwan University appears in the 3rd place with 11 publications.

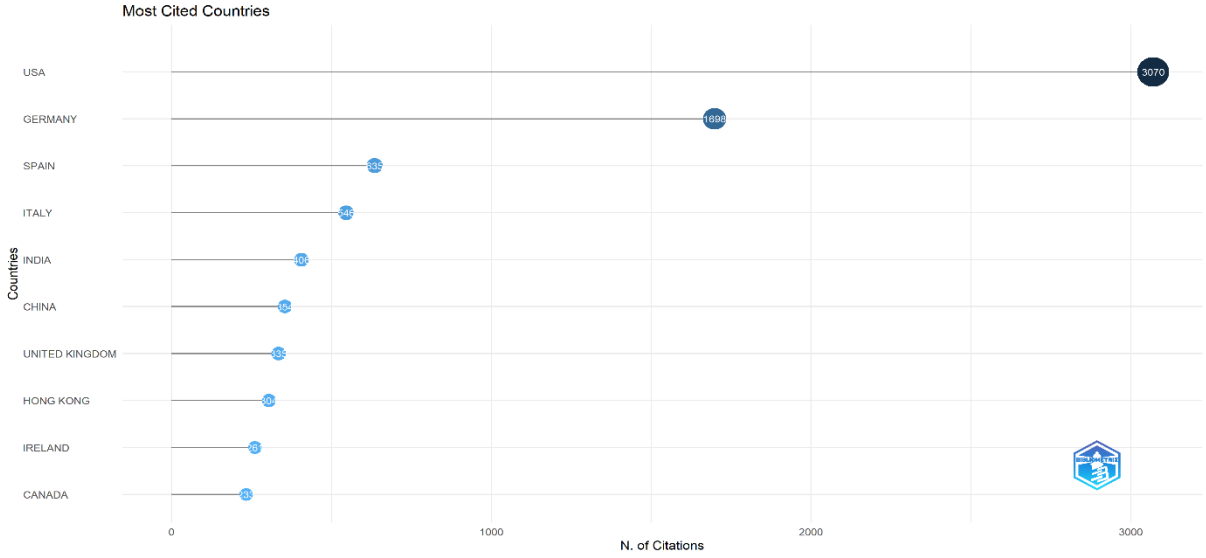
Figure 5. Corresponding Author's Countries



The countries where the corresponding authors are located appear in Figure 5 as the 20 countries with the highest number of publications. The countries with the most documents are USA (174), China (108), Germany (47), India (44), Spain (43). While the parts shown in red in the chart are publications made jointly with other countries, the blue parts represent publications made

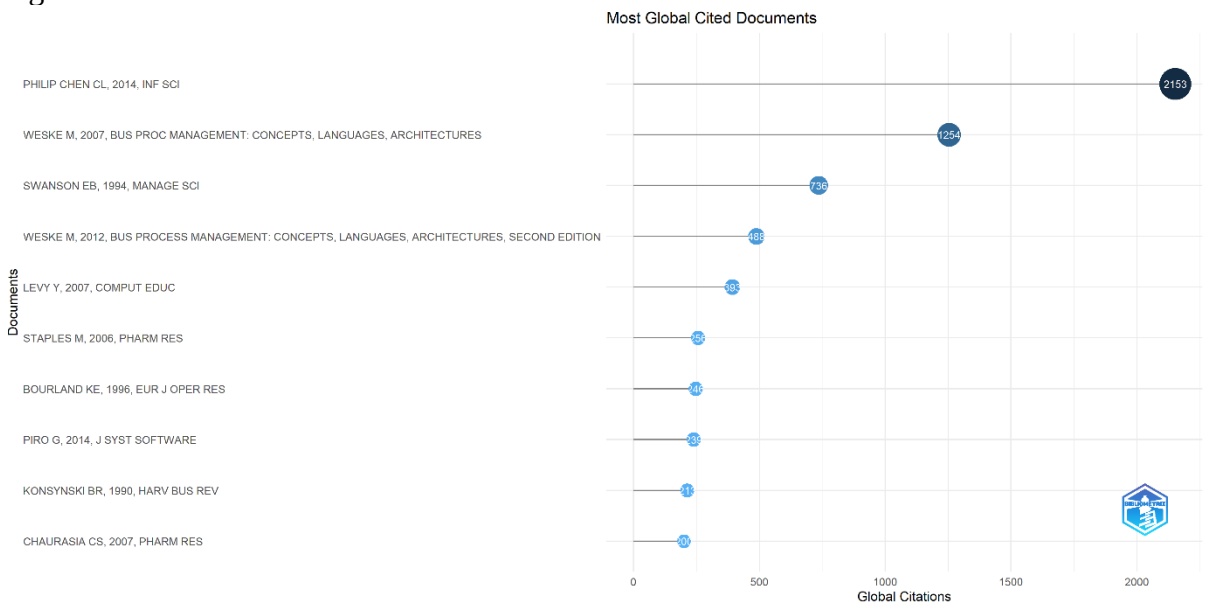
only with authors from that country. Accordingly, USA (20), Spain (9), Germany (8), United Kingdon (8), China (5) were made jointly with other countries.

Figure 6. Most Cited Countries



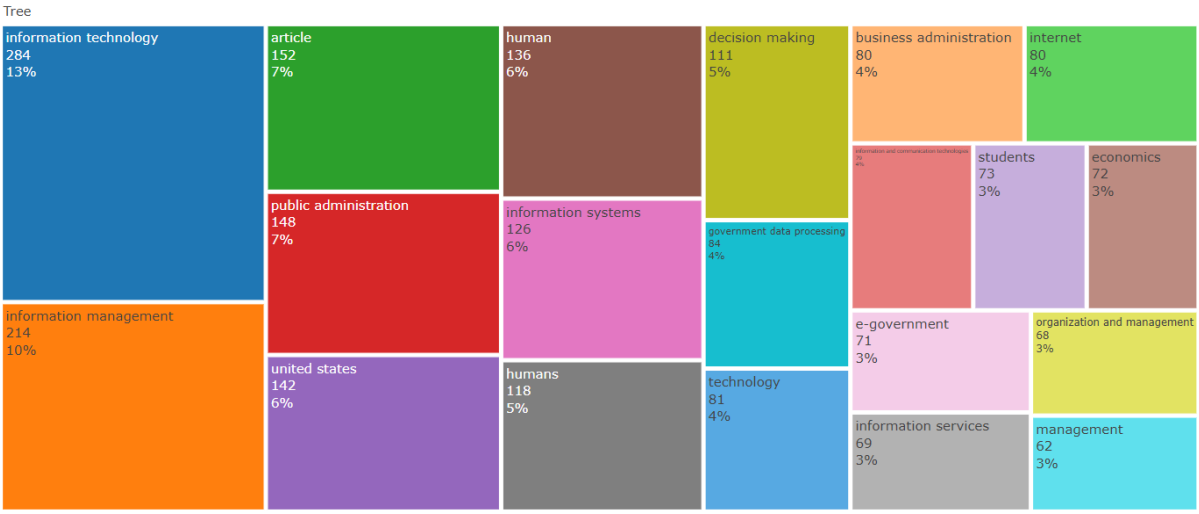
According to Figure 6, the countries with the most cited publications are USA with 3070 citations, Germany with 1698 citations and Spain with 635 citations.

Figure 7. Most Grobal Cited Documents



According to Figure 7, The most cited publication was by Chen and Zhang in 2014 with 2153 citations. In second place was the book written by Weske in 2007 with 1254. In the 3rd place is the article published by Swanson in 1994 with 736 citations.

Figure 8. Word Tree



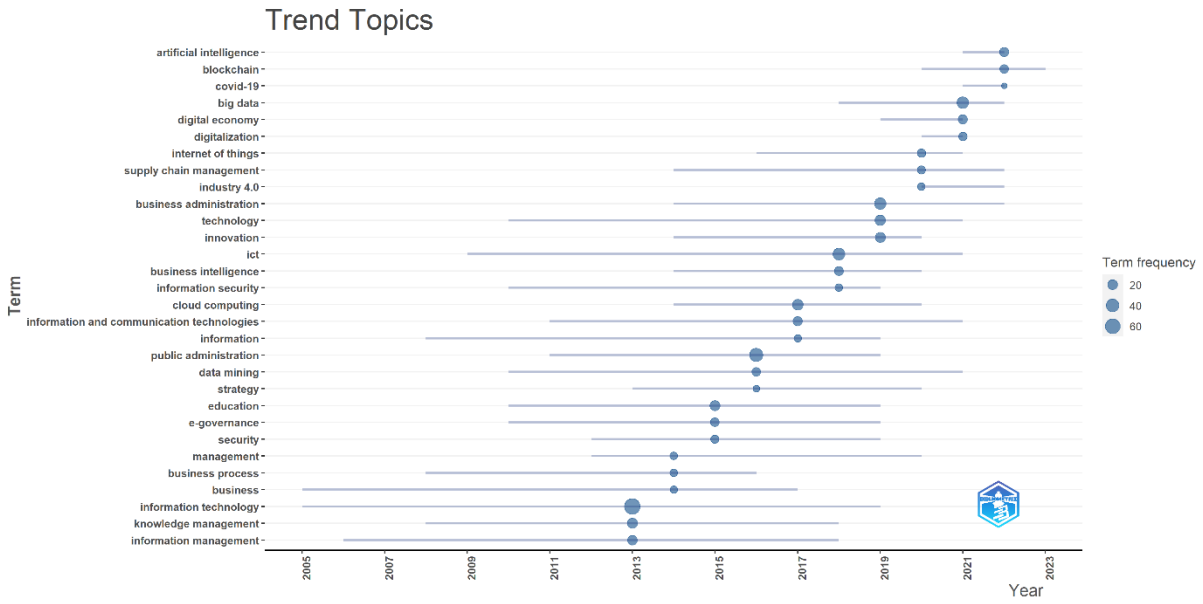
The most used keywords are shown in figure 8. “Information Technology” was used 284 times, and the frequency of use in 20 words was calculated as 13%. “Information Management” has been used 214 times, and the frequency of use in 20 words is calculated as 10%.

Figure 9. Word Cloud



The word cloud containing the 50 most used keywords is shown in figure 9. Information Technology appears to be the most emphasized keyword.

Figure 10. Words Frequency Over Time



According to Figure 10, the keywords most used by authors in the last the last 10 years. Accordingly, artificial intelligence, blockchain, covid-19, big data and digital economy are the most used author keywords in 2022.

4. CONCLUSION

According to the findings of the study, 1817 studies have been conducted in the field of business management and information technologies since 1968. It was determined that 785 of 1817 studies were articles, 46 were books, 166 were book chapters, 657 were conference papers, the others were compilations, editor's notes, etc. The annual growth rate of the number of studies is 7.41. 8485 keywords were detected (keyword plus) and the number of keywords used by the authors is 4364. 4426 authors have published on this subject. While it was observed that the number of studies on this subject increased in the 2000s, it was determined that the most effective country was the USA. The years with the most publications were observed as 2011-2022-2019. The most used keyword was determined to be Information Technology. The increasing use of information technologies in businesses due to the development of technology and therefore its increasing importance in business management coincides with the results of bibliometric analysis.

REFERANCES

[1] Arslan, M. (2012). İşletme Yönetimi-I. *Şanlıurfa: Harran Üniversitesi Birecik Meslek Yüksekokulu Ders Notları*.

[2] Selahattin, K. O. Ç., Şeker, S., & Şeker, F. Bilişim Teknolojileri (Bt) Denetiminde Bilgi Güvenliği İle İlgili Uluslararası Standartlar Ve Türkiye'deki Uyum Çabalarının İncelenmesi. *Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi*, *1*(2), 121-139.

[3] Barutçugil, İ. (2002). Bilgi yönetimi. Kariyer Yayıncılık

[4] https://www.scopus.com/search (Avaliable: 01.08.2023)

[5] Oduncu F., Aydemir M. and Yildiz I. (2023). Bibliometric analysis of studies on digitalization in local governments. Applied Research in Administrative Sciences, vol. 4, 2/2023, 47-61. DOI: 10.24818/ARAS/2023/4/2.04

[6] De Solla Price, D. J. (1963). Little science, big science--and beyond. Columbia University Press.

[7] Chen, C. P., & Zhang, C. Y. (2014). Data-intensive applications, challenges, techniques and technologies: A survey on Big Data. *Information sciences*, *275*, 314-347.

[8] Weske, M. (2007). Business Process Management–Concepts, Languages, Architectures, Verlag. *Berlin*.

[9] Swanson, E. B. (1994). Information systems innovation among organizations. *Management science*, *40*(9), 1069-1092.

GREEN PRODUCTION: A LITERATURE REVIEW

Asisstant Prof. Dr. Fulya ODUNCU
Altınbas University, - ORCID ID: 0000-0002-1340-9273
Research Assistant Dr. İncilay YILDIZ
Altınbas University, ORCID ID: 0000-0001-5572-5058

ABSTRACT

Green production is one of the green activities carried out within the green supply chain management. With the green management practices, which have become even more important with the increase in environmental awareness, especially in terms of businesses, the subject of production has started to evolve into green production. Due to the increasing expectations of customers from businesses, especially in terms of protecting the environment, the green perspective in production has become increasingly important. For this reason, if businesses want to be successful, they should consider minimizing environmental damage not only in purchasing, packaging, distribution and logistics but also in the production phase. It is important to use resources effectively and efficiently at all stages of green production. In addition, apart from the goal of protecting the environment, it emerges as a green supply chain component that has adopted the necessary strategies in the production and design stages due to innovation and new production systems. In addition to all these, green production aims to reduce environmental waste and environmental pollution by acting with an environmentally friendly perspective. In addition, green production includes a production process with a sustainable perspective. The aim of the study is to examine the research on the concept of green production in the literature and to determine what research has been done on green production. In the study, firstly, the concept and definition of green production was made, and the importance and purpose of green production was mentioned. Then, the concepts of production and green production were compared. Finally, the study was completed by examining who carried out the studies on green production, in which journals they were published, what they researched, which methods were used and the research results.

Keywords: Green Production, Production, Sustainability, Environment.

1. INTRODUCTION

Although green production has become increasingly important in the world, the first developed countries have also emerged. Nowadays, with the increasing interest in the environment, businesses have started to be environmentally sensitive with green production. Minimizing negative impacts on the environment and protecting resources that are important for businesses are the most important issues that environmentally conscious businesses pay attention to. Businesses should determine and implement policies such as producing sustainable and recyclable products and reducing waste in production. In addition, green production ensures the sustainable use of natural resources. Businesses should also support and realize green production in order to fulfill their environmental responsibilities and to leave a good environment for future generations.

GP not only protects the environment, but now the increasing number of businesses nationally have become aware that recycling and waste reduction or elimination will provide them with positive contributions. While the number of customers of businesses that attach importance to green production increases, their profitability also increases proportionally. In addition, the workforce is also positively affected by this situation and its organizational commitment increases. Thus, the workforce also improves its relationship with customers.

2. GREEN PRODUCTION CONCEPT, IMPORTANCE AND PURPOSE

In short, green production means minimizing the damage and negative situations caused to the environment at all stages of production (Korkmaz, 2015). According to another definition, green production refers to pollution-free production processes that prefer inputs that are less harmful to the environment, are highly efficient, contain little or zero waste (Uygun et al., 2016).

Green production is a business strategy that attaches importance to environmentally friendly production stages and high profitability. While environmentally compatible production stages are created with green production, profitability is also high by minimizing waste and resources used. In green production stages, it is understood as reducing or recycling the waste generated during production. But this is only the part we see. In one of the first studies, green production is defined as the stages in which production stages and technologies used are designed, developed and applied to eliminate waste (Soyer and Türkay, 2020). As can be understood from here, green production acts from an environmentally friendly perspective at every stage of production.

Green production means using less raw materials by employees, minimizing environmental pollution and environmental waste, recycling and reusing materials, and trying to keep emissions in balance throughout the stages (Yurtsever, 2023).

Green production is a form of production that enables the natural resources, semi-raw materials and materials used in production to be transformed into green products to meet the needs of customers (Önel, 2021). Green production is a production activity that takes into account all environmental and social aspects, from natural resource supply to quality inspection, packaging, logistics and storage, including waste, recycling and reverse logistics (Tunç, 2019).

After defining the concept of green production, it is useful to look at the importance and purpose of this concept. To express the importance of green production; It leads to lower natural resource costs, efficient production, reduced environmental and occupational safety costs and an improved corporate image (Gilanlı, 2018).

The purpose of green production is; It is to minimize the damage to the environment by reproducing materials used for other purposes and to reduce the use of natural resources (Köse and Sayın, 2019). Another of its main objectives is to use recycling, remanufacturing and reuse opportunities, starting from product design. In green production, it is important not to harm nature and living creatures in nature. In addition, it is aimed to protect energy and raw materials while meeting the demands and expectations of consumers (Akbal, 2022).

3. COMPARISON OF PRODUCTION AND GREEN PRODUCTION CONCEPTS

In Table 1, the concepts of production and green production are compared.

Table 1. Comparison of Production And Green Production Concepts

FEATURES OF PRODUCTION	FEATURES OF GREEN PRODUCTION
Benefit	Providing benefits based on protecting the environment
Producing goods and services	Producing green goods and green services
Meeting customer requests and needs	Meeting customer demands and needs based on environmental protection
Natural resource use	Less natural resource use
Little or no sensitivity to the environment	Being highly sensitive to the environment
Not paying enough attention to reducing or eliminating environmental pollution	Reducing or eliminating environmental pollution

High levels of waste	Reducing or eliminating waste
Workforce has little or no environmental awareness	High level of environmental awareness of the workforce
Do not change production processes	Being open to changing production processes in an environmentally friendly way
No attention is paid to low or high energy usage	Using less energy is important
Recycling is not important, it does not contribute to the business economically	Recycling is important, thus contributing to the business economically
Being environmentally friendly is not important in product design	Being environmentally friendly is important in product design

4. LITERATURE REVIEW

Studies on green production are becoming increasingly widespread. However, as a method, it was preferred to conduct literature review based on publications in the Web of Science database. Accordingly, the literature review was completed by stating the author or authors who conducted the research, the date the research was conducted, the title of the study, the place where the study was published, the focus of the study, the method of the study, the findings of the study and the definitions of green production in the study. To take a look at the studies on green production;

TABLE 2. Studies on Green Production

WRITERS	YEAR	FOCUS	METHOD	RESULTS
Hossam A. Gabbar	2007	The research provides a new operating framework by demonstrating a virtual plant design that can enable the operation of green production systems in the future.	Modelling	Operator tasks are modeled based on production, waste, water treatment and energy-related production processes. Human factors and data element visualization mechanisms are recommended to ensure problem-free interaction in green production systems.
Kjell Arne Brekke and Karine Nyborg	2008	This research has shown that even if there is a balance between socially responsible (green) and non-socially responsible (brown) businesses, the workforce with more employees and high moral motivation will choose which business.	Modelling	As a result of the analysis, they concluded that businesses can use their corporate social responsibilities to obtain a productive workforce. They stated that green companies will ensure long-term continuity by obtaining a productive workforce. Employees with high labor productivity prefer to work in green companies rather than brown companies.
Nicole Darnall	2009	The research also measures whether companies' strict environmental policies are related to their profitability rates and the desire of companies that act with green production to improve their environmental performance.	Survey	Research results have shown that companies have turned to strict environmental policies due to decreasing profits. In addition, companies that implement green production have a high desire to improve their environmental performance.

Shaofeng Liu, Mike Leat and Melanie Hudson Smith	2011	The article examines challenges, perspectives and innovations in decision-making in sustainable manufacturing operations.	Multi-Criteria Decision Analysis	The research concludes that integrated sustainability analysis can support complex decision-making processes in sustainable production operations to be more efficient and effective.
Tim Baines, Steve Brown, Ornella Benedettini and Peter Ball	2012	The focus of the article is to review the current literature and contribute to a number of findings that will enable you to see the current situation about green production.	Literature Review	The paper concludes that green manufacturing is an unrecognized topic in mainstream operations management research and is an area that will provide opportunities for future research.
J.K. Li, J. Zhang, Z. H. Gao, Q. Chen and Z. X. Liu	2017	The focus of the study is to define the green production system, create the green production evaluation index system, and empirically evaluate the stage of green production in developed regions in China.	Analytic Hierarchy Process (AHP)/ Factor Analysis	It was concluded that the Haidan region is in a better condition than other regions in terms of indicators and has reached a high level in terms of technology.
Wen-Hsien Tsai	2018	The research discusses the combination of methods used in mathematical programming and Industry 4.0 to achieve the goal of green production planning and green production control for the textile industry in the future.	Mathematical Programming Model	As a result of the research, textile company managers need to apply the decision model in the article in order to obtain the most appropriate product mix for high profits due to some restrictions and to determine the impact of carbon emissions, energy recycling, waste reuse and material quantity reduction on textile products.
Chao Wang and Yue-Jun Zhang	2019	The research aimed to determine the impact of environmental regulation (ER) policy on	Difference Method And System Generalised Method Of Moment Method	As a result, implementing the ER policy did not sufficiently improve GPP in heavily polluting sectors. Secondly, ER does not have

		green production performance (GPP) in sectors that cause intense pollution in China.		a delaying effect on the GPP of the 38 industrial sectors, and the increase in investments to improve it does not sufficiently improve the GPP. As a result, foreign investors supported the GPP in industrial sectors in China, albeit to a small extent.
Hashim Zameer, Ying Wang and Humaira Yasmeen	2020	The research examines the key factors that reinforce the green competitive advantage among manufacturing enterprises in China.	Survey	It is concluded that customer, regulatory pressures and green creativity have positive effects on green production.
Jingxiao Zhang, Sen Ouyang, Simon P. Philbin, Xiaojing Zhao, Pablo Ballesteros-Pérez and Hui Li	2020	The focus of the study is to analyze how green dynamic talent can be promoted by businesses.	Survey/ Structuralequation Modelling	As a result, business model is positively related to green dynamic capabilities, and green production affects green dynamic capability both indirectly and directly through the positive mediating role of the business model.
Riccardo Gianluigi Serio, Maria Michela Dickson, Diego Giuliani and Giuseppe Espa	2020	The article investigates the differences in existence between green and non-green businesses, with data expressing the characteristics of Italian innovation-focused enterprises between 2009 and 2018.	Survival Analysis	Italian entrepreneurs who give importance to the efficiency of their research and production can survive longer than Italian entrepreneurs who only care about their production.
Jie Sheng, Arshad Ahmad Khan, Shaofeng Zheng and Qian Lu	2021	The article analyzed the impact of the use of information communication technologies on the net income of farmers in vegetable growing regions in Shandong, Hebei and Shaanxi provinces.	Theoretical Analysis/Survey	A significant and positive relationship emerged between the degree to which farmers use information and communication technologies in sales, production and net income.

Liwei Yu, Wenxin Liu, Shaoxiong Yang, Rong Kong and Xuesong He	2022	In the article, the effect of environmental literacy on farmers' agricultural green production behavior and the mechanism of effect were investigated.	Survey	Three results were reached in the research. The first of these is that farmers' environmental literacy and green production behaviors are at an average level and need to be strengthened. Secondly, environmental literacy positively affects farmers' agricultural green production behaviors. Finally, environmental literacy has positively affected farmers' agricultural green production behavior, as well as agricultural green production knowledge and agricultural green production desire.
Georgeta-Mădălina Meghișan-Toma, Silvia Puiu, Nicoleta Florea, Flaviu Meghișan, Roxana Bădîrcea and Alina Manta	2022	The article aims to develop an econometric model to reveal the impact of green performance on digitalization, green production and environmental commitment.	Survey/ Structuralequation Modelling	As a result of the research, it was revealed that Romanian companies have a positive impact on their green performance, green production, digitalization and environmental commitment
Dan Qiao, Shuting Xu, Tao Xu, Qinchuan Hao and Zhen Zhong	2022	The research analyzes the factors that enable farmers to deviate from their desire to demonstrate green production behaviors.	Field Research/Modelling	The study concluded that there are deviations between farmers' willingness and their behavior supporting green production. The reasons for these deviations are; age, the number of people they care for, the influence of peers and social communication.
Hao Yu, Xiuguang Bai and Han Zhang	2022	The research aimed to calculate green production efficiency in line with the data	Observation/Modelling	According to the results of the research, if farmers who do not use the internet use the

		obtained by observing farmers living in Shaanxi, Shanxi and Henan provinces.		internet, agricultural green production efficiency will increase.
Yufeng Li, Zihan Zhu, and Pu Xu	2022	The research aims to measure the willingness of new agricultural enterprises to produce green.	Survey	Perception of benefits and environmental regulation increases the willingness of new agricultural enterprises to be involved in green production.
Qiang Huang, Huizhu Wang and Chao Chen	2022	The article measures the effects of government regulations on green production.	Survey/Modelling	Government regulations have a positive impact on peach farmers.
Qinqi Zou, Zewei Zhang, Xiaoyan Yi and Changbin Yin	2023	The aim of the research is to analyze the green production behavior of small farmers by revealing their acceptance behavior of agricultural green production technologies (AGPT) and the reasons that encourage them.	Zero-İnflated Poisson (ZIP) Regression Model	As a result, it has been concluded that small farmers' participation in cooperatives and their transformation into family farms are two basic aspects that enable them to accept agricultural green production technologies (AGPT).
Lianjie Zhou and Yuhui Dai	2023	This research article investigates the relationship between green production management and corporate innovation in technology-based small and medium-sized enterprises (SMEs) in China.	Survey	In the research, positive leadership skills of business managers emerged with the principle of person-environment harmony. In addition, it was concluded that businesses should reform management, organization and supervision, thus increasing management efficiency, and in this case, SMEs should be re-optimized.
Chen Qing, Wenfeng Zhou, Jiahao Song, Xin Deng, Dingde Xu	2023	The article attempted to analyze the impact of outsourced machinery services on farmers' green production behavior.	Field Research	Outsourced machinery-related services indirectly affect farmers' green production behavior by providing employment outside

				agriculture and expanding the scale of agricultural land, and it is not significant among male farmers and those with agricultural machinery at home.
Biao Zhang and Sang Fu	2023	The focus of the research is to investigate the effects of policy structure and implementation on farmers' satisfaction with green production policies in Anhui province, China.	Field Research/Observation	It was concluded that farmers are highly dissatisfied with green production policies.
Linwei Wang, Yixin Hu and Rong Kong	2023	The study investigates the impact of bancassurance on the adoption of green production technology on family farms.	Survey	The study concluded that the effect of bancassurance on the adoption of green production technology in family farms is positive.

5. CONCLUSION

As a result, green production is a subject that has just begun to be studied. However, it seems that more studies have been done in the literature, especially in the last 2 years. Of course, we can point to increased environmental awareness as the reason for this situation. In addition, businesses have begun to have the desire to produce by taking measures to protect the environment due to the pressure and demands of both the government and customers. It is possible to summarize the remarkable points in the literature review as follows: Modeling, econometric methods, survey, field research, observation, literature review and analysis methods are mostly used as methods in green production research. While research is mostly done on businesses and farmers; The country with the most research is China. Studies carried out especially in the provinces of China direct green production. China is followed by countries such as India, USA, Spain, England, Iran and Italy. The results of the research emphasize that countries will be successful in green production with environmentally friendly government policies, businesses' green production, and farmers' agricultural green production implementation. Results have been obtained that the productive workforce prefers businesses that engage in green production, and that businesses that implement green production increase their income. There are studies stating that even better results will be obtained, especially when green production is implemented with digitalization and Industry 4.0 methods.

REFERENCES

Akbal, H. (2022). Sürdürülebilir lojistik kapsamında yeşil lojistik uygulamaları. *Kapadokya Akademik Bakış*, *6*(1), 15-23.

Baines, T., Brown, S., Benedettini, O., & Ball, P. D. (2012). Examining green production and its role within the competitive strategy of manufacturers. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 53-87.

Brekke, K. A., & Nyborg, K. (2008). Attracting responsible employees: Green production as labor market screening. *Resource and Energy Economics*, *30*(4), 509-526.

Darnall, N. (2009). Regulatory stringency, green production offsets, and organizations' financial performance. *Public administration review*, *69*(3), 418-434.

Gabbar, H. A. (2007). Design of virtual plant environment for future generation green production systems. *Systems engineering*, *10*(2), 155-166.

Gilanlı, E. (2018). Sürdürülebilir yeşil tedarik zinciri kavramı çerçevesinde yapılan çalışmalar. *IV. International Caucasus-Central Asıa Foreign Trade And Logistics Congress,* 902-909.

Huang, Q., Wang, H., & Chen, C. (2022). The influence of Government regulation on farmers' green production behavior—from the perspective of the market structure. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *20*(1), 1-23.

Korkmaz, M. K. (2015). Yeşil tedarik zinciri yönetimi ve sürdürülebilir uygulamalar. *V. Ulusal Lojistik Ve Tedarik Zinciri Kongresi,* 1-13.

Köse, M. & Sayın, A.A. (2019). Yeşil tedarik zinciri uygulamalarının işletme performansı ve rekabet edebilirliğe etkisi- imalat sanayisinde bir firma analizi ve uygulaması, *International Social Sciences Studies Journal,* 5(49): 6422-6434.

Li, J. K., Zhang, J., Gao, Z. H., Chen, Q., & Liu, Z. X. (2017). An evaluation system of ecology-safe and environment-friendly society—Green production system. *Bulgarian Chemical Communications*, *49*, 107-112.

Li, Y., Zhu, Z., & Xu, P. (2022). Research on the Green production motivation of new agricultural business entities: Benefit perception and environmental regulation. *Journal of Environmental and Public Health*, 1-10.

Liu, S., Leat, M., & Smith, M. H. (2011). State-of-the-art sustainability analysis methodologies for efficient decision support in green production operations. *International Journal of Sustainable Engineering*, *4*(3), 236-250.

Meghişan-Toma, G. M., Puiu, S., Florea, N., Meghişan, F., Bădîrcea, R., & Manta, A. (2022). Sustainable transformation of Romanian companies through ındustry 4.0, green production and environment commitment. *Amfiteatru Economic*, *24*(59), 46-60.

Önel, B. (2021). İşletmelerin yeşil yönetim algıları ve sürdürülebilirlik bilinci. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, *6*(11), 21-33.

Qiao, D., Xu, S., Xu, T., Hao, Q., & Zhong, Z. (2022). Gap between willingness and behaviors: Understanding the consistency of farmers' green production in Hainan, China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(18), 1-18.

Qing, C., Zhou, W., Song, J., Deng, X., & Xu, D. (2023). Impact of outsourced machinery services on farmers' green production behavior: Evidence from Chinese rice farmers. *Journal of Environmental Management*, *327*, 1-11.

Serio, R. G., Dickson, M. M., Giuliani, D., & Espa, G. (2020). Green production as a factor of survival for innovative startups: Evidence from Italy. *Sustainability*, *12*(22), 1-12.

Sheng, J., Khan, A. A., Zheng, S., & Lu, Q. (2021). Evaluating adoption of information communication technology in agricultural green production to increase net returns. *Polish Journal Environmental Studies*, *30*, 5723-5738.

Soyer, A., & Türkay, B. (2020). Yeşil satın alma ve yeşil tedarikçi seçimi: beyaz eşya sektöründe bir uygulama. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, *8*(4), 1202-1222.

Tsai, W. H. (2018). Green production planning and control for the textile industry by using mathematical programming and industry 4.0 techniques. *Energies, 11* (8), 1-24.

Tunç, T. (2019). *Yeşil işletme stratejileri ve uygulamaları üzerine nitel bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora tezi). Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Niğde.

Uygun, Ö., Erkan, E. F., & Topçuoğlu, B. (2016). Bulanık bilişsel haritalar temelli yeşil tedarik zinciri yönetimi değerlendirme modeli. *3rd International Symposium on Environment and Morality (ISEM2016),* 1025-1035.

Wang, C., & Zhang, Y. J. (2020). Does environmental regulation policy help improve green production performance? Evidence from China's industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(2), 937-951.

Wang, L., Hu, Y., & Kong, R. (2023). The impact of bancassurance ınteraction on the adoption behavior of green production technology in family farms: Evidence from China. *Land*, *12*(5), 1-26.

Yu, H., Bai, X., & Zhang, H. (2022). Strengthen or weaken? Research on the influence of internet use on agricultural green production efficiency. *Frontiers in Environmental Science*, *10*, 1-16.

Yu, L., Liu, W., Yang, S., Kong, R., & He, X. (2022). Impact of environmental literacy on farmers' agricultural green production behavior: Evidence from rural China. *Frontiers in Environmental Science*, *10*, 1-19.

Yurtsever, M. (2023). Yeşil dönüşüm: Endüstri 5.0'ın sürdürülebilir işletmelere etkisi. *Sosyal, İnsan ve İdari Bilimlerde Yenilikçi Çalışmalar*, ed. Serap Sarıbaş ve Turgay Akkuş, 673-689.

Zameer, H., Wang, Y., & Yasmeen, H. (2020). Reinforcing green competitive advantage through green production, creativity and green brand image: implications for cleaner production in China. *Journal of cleaner production*, *247*, 1-15.

Zhang, B., & Fu, S. (2023). Can farmers' satisfaction with green production policies be explained by policy structure and policy ımplementation? Evidence from China. *Sustainability*, *15*(12), 1-19.

Zhang, J., Ouyang, Y., Philbin, S. P., Zhao, X., Ballesteros-Pérez, P., & Li, H. (2020). Green dynamic capability of construction enterprises: Role of the business model and green production. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(6), 2920-2940.

Zhou, L., & Dai, Y. (2023). Green production management and ınnovation nexus: Evidence from technology-based SMEs of China. *Sustainability*, *15*(6), 1-14.

Zou, Q., Zhang, Z., Yi, X., & Yin, C. (2023). The direction of promoting smallholders' adoption of agricultural green production technologies in China. *Journal of Cleaner Production*, 1-9.

FİZİKSEL ŞİDDETE YÖNELİK TUTUMLAR CİDDİ SERBEST ZAMAN FAALİYET SEÇİMİ ÜZERİNDE ETKİLİ MİDİR?

Arş. Gör. Hasan Suat AKSU
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0001-8196-129X
Doç. Dr. Fatih VAROL
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-0258-5220
Arş. Gör. Hasan Tahsin KAVLAK
Sinop Üniversitesi, - 000-0003-0036-9652

ÖZET

Her yıl dünya genelinde 1,6 milyondan fazla insan şiddet nedeniyle hayatını kaybetmektedir. Bu oran şiddet olgusunu dünyada önde gelen ölüm nedenlerinden biri haline getirmekle birlikte gerek ekonomik gerekse sosyal hayat üzerinde bir baskı unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Şiddet olgusuna yönelik çözüm önerileri disiplinler arası bir bakış açısı ile değerlendirilmesi ve farmakolojik olmayan yöntemlere yönelim son yıllarda artış göstermiştir. Farmakolojik olmayan yöntemlerden biri olan ciddi serbest zaman faaliyetleri ile şiddet arasında bir ilişki olduğu varsayılmaktadır. Bu noktadan hareketle oluşturulan bu ilişkisel tarama araştırmanın amacı, ciddi serbest zaman katılımcılarının cinsiyet, haftalık ciddi serbest zaman etkinliklerine katılım süresinin ve fiziksel şiddet algılarının, ciddi serbest zaman faaliyet seçimi olasılıklarını ne düzeyde etkilediğini belirlemektir. Araştırmada ilişkisel tarama deseni ile basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, faaliyet süresi ile şiddet algısı arasında negatif bir korelasyon tespit edilmiştir. Sonuç olarak, açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine katılım sağlayan bireylerin fiziksel şiddete yönelik tutumlarının kapalı alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine katılım sağlayan bireylere kıyasla daha düşük seviyelerde seyrettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fiziksel Şiddet, Ciddi Serbest Zaman, Açık Alan Rekreasyon Faaliyetleri, Kapalı Alan Rekreasyon Faaliyetleri, Lojistik Regresyon

Do attitudes toward physical violence affect serious leisure activity choices?

ABSTRACT

More than 1.6 million people worldwide lose their lives every year due to violence. This rate makes the phenomenon of violence one of the leading causes of death in the world and emerges as a pressure factor in both economic and social life. Solution proposals for the phenomenon of violence have been evaluated from an interdisciplinary perspective, and the tendency towards non-pharmacological methods has increased in recent years. It is assumed that there is a relationship between serious leisure activities, one of the non-pharmacological methods, and violence. From this point of view, the aim of this correlational survey research is to determine the extent to which gender, weekly participation time in serious leisure time activities, and perceptions of violence affect the likelihood of choosing serious leisure time activities. A relationship survey model and a simple random sampling method were used in the study. According to the findings, a negative correlation was found between activity duration and perceptions of violence. As a result, it was revealed that the attitudes towards violence of individuals participating in outdoor serious leisure time activities were at a lower level compared to individuals participating in indoor serious leisure time activities.

GİRİŞ

İnsan sosyal bir varlıktır (Kılınç vd., 2021; Demirel vd., 2021). Sosyal olma özelliği gereği çevresel unsurlardan etkilenerek çeşitli davranış kalıpları ve karakter oluşturmakta, sürekli olarak mental ve duygusal değişim döngüsü içerisinde bulunmakta, bu sayede farklı alışkanlıklar ve hobiler de edinebilmektedir (Aksu vd., 2022; Demirel vd., 2022). Öte yandan insanın doğasında "savaş ya da kaç" olarak kodlanmış zihinsel bir işleyişin var olduğunu da ifade etmek gerekir. Nitekim bu kod insana varoluşuyla birlikte otonom bir davranış olarak verilmiştir. Dolayısıyla davranışları etkileyen çevresel unsurların yanı sıra içsel bir motivasyon unsurunun da varlığından söz edilebilmektedir (Porges, 1997). Yani insanın çevresindeki olaylara tepki olarak şiddet davranışı sergileyebildiği söylenirken, tamamen içsel olarak da şiddete eğilim gösterebildiği kabul edilmelidir. Bu nedenle şiddetin ortaya çıkışının insanın var oluşuyla birlikte geldiği düşünülmektedir. Dini perspektiften bakılacak olursa, dünya üzerinde en yaygın olduğu düşünülen Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam dininde ilk şiddet olayının, ilk insan olarak kabul edilen Âdem ve Havva'nın iki çocuğu Habil ile Kabil arasında olduğu belirtilmektedir (Blenkinsopp, 2011).

Şiddet, insanlığın var olduğu andan beri süregelmesine rağmen 21. yüzyıl bilimiyle bile ortadan kaldırılamayan toplumsal bir sorundur. Söz konusu bu toplumsal sorun Dünya Sağlık Örgütü tarafından "kendine, başka bir kişiye veya bir grup ve topluluğa karşı yaralama, ölüm, psikolojik zarar, gelişme geriliği veya yoksunluk ile sonuçlanan veya sonuçlanma olasılığı yüksek olan güç veya bu gücün fiili olarak kasıtlı kullanımı" olarak tanımlanmıştır (WHO,

2022). Şiddetin verilen tanımından anlaşılacağı üzere insanın kendi gücünü bilinçli olarak kullanma durumu söz konusudur. Yani şiddet, zihinsel bir sürecin sonucu olarak ön plana çıkmaktadır. Şiddete yatkınlığın genetik olduğunu savunan çalışmalar da bulunmaktadır (Viding ve Frith, 2006; Tharshini, 2019). Şiddetin genler aracılığıyla sonraki nesillere aktarılıyor olması da yine bu olgunun insanın var oluşundan bu yana süregeldiğini işaret etmektedir.

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu dünyanın her yerinde her yedi dakikada, bir ergen bireyin şiddetten ötürü öldüğünü, herhangi bir şekilde şiddete maruz kalan 1-14 yaş arasındaki çocukların ise %80'in üzerinde bir orana sahip olduğunu ifade etmektedir (UNICEF, 2022). Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 2022) ise her üç kadından birinin şiddete maruz kaldığını bildirmektedir. Dolayısıyla şiddetin önüne geçmek için kanunlarla desteklenmiş cezalardan fazlası gerekmektedir. Bu noktada bireylerin agresiflik düzeylerini en aza indirerek şiddete yönelimlerini azaltacak uygulamalara yönelmek gerekmektedir.

Birey, şiddet davranışına karar verirken, gerçekleştirirken veya gerçekleştirdikten sonra anatomik yapısı içerisinde kimyasal bir döngü yaşamaktadır. Bu kimyasal döngüde seratonin, dopamin, oksitosin, testosteron, endorfin gibi birçok hormonun ve nörotransmitterlerin etkili olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla bireyin anatomik yapısında bir hormonun eksikliği veya fazlalığı şiddete yönelik tutumu etkileyebilmektedir. Örneğin; anatomik yapı içerisinde testesteron, norepinefrin ve hipogliseminin artması şiddete yönelik eğilimi de arttırmaktadır. Ancak seratonin, dopamin ve vasopressinin artması bireye sakinlik vermekte ve agresiflik düzeylerini azaltmaktadır (Abay ve Tuğlu, 2000). Egzersizlerin hormonları düzenlediği, fiziksel aktivitenin ise seratonin ve dopamin üzerinde olumlu etki ettiği (Terlemez, 2019), testosteron hormonuna etki ettiği (Bhasin vd., 2001) yapılan çalışmalarca ortaya konulmuştur. Dolayısıyla bir rekreasyon faaliyeti olarak da değerlendirilen fiziksel aktivite ve egzersizin mutlu edici bir etkisi olduğunu ifade edilebilir. Rekreasyona katılımın şiddet, agresiflik, saldırganlık gibi atipik davranışları azalttığı da yapılan çalışmalarca ortaya konulmuştur (Aksu ve Varol, 2022; Berdychevsky vd., 2022).

Psikolojik iyi oluş ve atipik davranışlardan uzaklaşmanın yanı sıra bireysel yeteneklerin de geliştirilebildiği rekreasyon aktivitelerinde, aktiviteye katılım şekli ve sıklığı da söz konusu psikolojik durumların ve bireysel yeteneklerin gelişme derecelerine etki edebilmektedir. Bu noktada rekreasyon aktivitelerinin gelişigüzel ve seyrek bir şekilde mi yoksa planlı, düzenli ve belli aralıklarla mı yapıldığı önemlidir. Bu konu hakkında 30 yılı aşkın çalışmalar sonucunda Stebbins (2011), bireylerin rekreasyona katılımda ciddi, gündelik ve proje tabanlı olmak üzere üç farklı zaman diliminin olduğunu savunarak "Ciddi Serbest Zaman" olgusunu ortaya koymuştur. Stebbins'e göre ciddi serbest zaman; "özel bilgi, beceri ve deneyim gerektiren, oldukça önemli, ilginç ve tatmin edici olan amatör, hobi ya da gönüllü faaliyetler ile ilgili kariyer elde etmek amacıyla, seçilen etkinliğe sistematik bir şekilde katılım göstererek takip etmek için harcanan zaman dilimi"dir (Stebbins, 1982; 2011). Gündelik serbest zaman; "çok az özel eğitim gerektiren veya hiç gerektirmeyen nispeten daha kısa süren ve anlık tatmin sağlamaya dönük olduğu için de kısa sürede haz sağlayan etkinlikler için harcanan zaman dilimi" olarak tanımlanmıştır (Stebbins, 1997). Proje tabanlı serbest zaman ise; "kısa vadeli, makul ölçüde karmaşık, bir kereye mahsus veya seyrek olsa da ara sıra serbest zamanda veya nahoş yükümlülüklerden uzan bir zamanda gerçekleştirilen etkinlikler için harcanan zaman

dilimi" olarak ifade edilmektedir (Stebbins, 2011). Stebbins (1982) özellikle ciddi serbest zaman üzerinde daha fazla durmuş ve ciddi serbest zamanın diğer serbest zaman dilimlerinden şu özelliklerle ayrıldığını ifade etmiştir:

- Bireyin yöneldiği rekreasyon etkinliğinde istikrarlı olması,
- Rekreasyon etkinliklerinin mesleki gelişime veya yeni bir meslek edinmeye imkân sağlaması,
- Bir dizi beceriyi geliştirmek için kişisel çaba gerektirmesi,
- Bireyin öz gelişimine fayda sağlaması,
- Ciddi serbest zaman etkinliklerinin kendine has değerleri, inançları, ilkeleri ve normlarıyla farklı bir kültüre sahip sosyal bir yapı olması,
- Bireylerin etkinlikleri benimsemesi ve etkinlikle aralarında güçlü bir bağ kurulmasına imkân sağlaması

Ciddi serbest zamanı diğer serbest zaman diliminden ayıran özelliklere bakıldığında; bireyin etkinliğe yönelik eğilimin artabilmesi, kişisel beceri sağlayabilmesi, yeni bir kültür ve değerler sisteminde yer alabilmesi ve öz gelişimsel faaliyetlerde bulunabilmesi, bireyin akışta kalmasını ve serbest zamanını atipik davranışlardan ziyade rekreasyonel anlamda değerlendirmesi gerektiğini savunmaktadır. Verilmiş olan bilgilerden hareketle bu ilişkisel tarama araştırmanın amacı; bireylerin cinsiyet, haftalık ciddi serbest zaman etkinliklerine katılım süresi ve şiddet algılarının, ciddi serbest zaman faaliyet seçimi olasılıklarını ne düzeyde etkilediğini belirlemektir. Bu kapsamda araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır:

- Bireylerin sahip olduğu şiddet tutumları, ciddi serbest zaman faaliyet seçimi üzerinde etkili midir?
- Cinsiyet ve ciddi serbest zaman faaliyetlerine haftalık katılım süresi değişkeni ciddi serbest zaman faaliyet seçiminde etkili midir?
- Yordayıcı değişkenlerin yordama düzeyine ilişkin önem sırası nedir?

YÖNTEM

Bu araştırmada, bireylerin cinsiyet, haftalık ciddi serbest zaman etkinliklerine katılım süresi ve fiziksel şiddet tutumlarının, ciddi serbest zaman faaliyet seçimi olasılıklarını hangi düzeyde etkilediğinin tespit edilmesi amaçlandığından dolayı, araştırma nicel araştırma desenlerinden ilişkisel tarama modeline göre yürütülmüştür.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni İzmir'in en yüksek nüfus yoğunluğuna sahip merkez ilçesi olan Buca'da (İzmir Valiliği, 2022) bulunan Fitness merkezleri ve Doğa kulüplerinin katılımcıları oluşturmaktadır. Fitness merkezlerinin tespit edebilmek amacıyla Google haritalar uygulaması kullanılmıştır. Araştırma sürecinde 36 adet Fitness salonu ve 8 adet Doğa kulübü tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda Fitness salonlarına ait 3.221 üyenin bulunduğu ve Doğa kulüplerine ait toplamda 297 üyenin bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın örneklemi %95 güven aralığı ve %5 hata payı formülü ile hesaplandığında evreni oluşturan (3.221+297) 3.518 denek için 372 kişilik bir örneklem büyüklüğünün yeterli olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Örnekleme yöntemi olarak olasılığa dayalı basit rastgele örnekleme tekniği kullanılmıştır (Aslan, 2018). Fitness merkezleri ve doğa kulüplerine düzenli olarak katılım gösteren bireyleri betimleyebilmek adına, katılımcılar araştırmanın geri kalan kısmında

açık (doğa kulüpleri) ve kapalı alan (fitness) ciddi serbest zaman etkinliklerine katılım gösteren bireyler olarak adlandırılmıştır.

Katılımcılara ait demografik bilgiler incelendiğinde deneklerin %44,33'ünün kadın, %45.67'sinin ise erkek olduğu, açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine katılım gösterenlerin oranının %39,29, kapalı alan ciddi serbest zaman katılımcılarının ise %60,71 oranında olduğu tespit edilmiştir. Haftalık katılım süresi değişkenine göre ise 120-179 dakikalık süre ile faaliyette bulunan grubun oranı %27,96 iken, 240-299 dakika ile katılım gösteren grubun ise %25,94 olarak tespit edilmiştir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Katılımcı Formuna Yönelik Bulgular

Değişkenler	**Gruplar**	**n**	**%**
Cinsiyet	Kadın	176	44,33
	Erkek	221	45,67
	Toplam	**397**	**100**
Ciddi Serbest Zaman Faaliyeti	Kapalı Alan	241	60,71
	Açık Alan	156	39,29
	Toplam	**397**	**100**
Haftalık Katılım Süresi	60-119	59	14,89
	120-179	111	27,96
	180-239	103	25,94
	240-299	76	19,10
	300 ve üzeri	48	12,11
	Toplam	**397**	**100**

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacılar tarafından oluşturulan katılımcı formu kullanılmakla birlikte ilgili formda ciddi serbest zaman katılımcılarının cinsiyet, eğitim durumu, katılım göstermiş olduğu ciddi serbest zaman faaliyeti ve haftalık katılım süresine yönelik bilgileri içermektedir.

Araştırmanın verileri Velicer vd., (1989) tarafından geliştirilen, Anderson vd., (2006) tarafından güncellenen, Özkan vd., (2018) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği sağlanarak Türkçeye uyarlaması yapılan "Şiddete İlişkin Tutumlar Ölçeği" kullanılarak toplanmıştır. İlgili ölçek 46 maddeden oluşmakla birlikte "Yakın ve Kişiler Arası Şiddet" (14 madde), "Fiziksel Şiddet" (10 madde), "Savaş Kodlu Şiddet" (11 madde), "Ceza Kodlu Şiddet" (8 madde), "Diğer Şiddet" (3 madde) alt boyutlarından oluşmaktadır. Likert tipli olarak oluşturulan ölçek 5'li derecelendirmeye sahiptir. Özkan vd., (2018) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılan çalışmada ölçeğin bütününe ait Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0,93 olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı tüm ölçek için 0,95 hesaplanmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcı formu ve ilgili ölçek 10.05.2023 ve 07.07.2023 tarihleri arasında yüz yüze anket tekniği kullanarak elde edilmiştir. %95 güven aralığı ve %5 hata payı formülü ile hesaplandığında 372 kişilik bir örneklem büyüklüğünün yeterli olacağı tespit edilmiştir. Elde edilen 416 form ön değerlendirmeye tabi tutulduktan sonra 19 formun eksik ve hatalı

işaretlendiği tespit edilmiştir. Eksik ve hatalı formlar analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Geriye kalan 397 form "Jamovi" paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Analizlere başlamadan önce ciddi serbest zaman katılımcılarının fiziksel şiddet algısını tespit etmek için "Şiddete İlişkin Tutumlar Ölçeği" "Fiziksel Şiddet" alt boyutu puan ortalamaları hesaplanmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri olan ciddi serbest zaman faaliyetlerine haftalık katılım süresi, ciddi serbest zaman faaliyet türü ve cinsiyet değişkeninin hangi ciddi serbest zaman faaliyetini seçme olasılıklarını yordadığını tespit etmek amacıyla "İkili Lojistik Regresyon" analizi gerçekleştirilmiştir. "İkili lojistik regresyon" analizi öncesinde birtakım varsayımların kontrol edilmesi gerekmektedir (King, 2008). Bunlar uç değerlerden arınıklık, yordayıcı değişkenlerin VIF değerlerinin istenilen aralıkta olması ve çoklu bağlantı sorununun olmaması şeklindedir (King, 2008). Analiz öncesinde, uç değerlerden arınıklık ve çoklu bağlantılılık varsayımlarının kontrolleri sağlanmıştır. Uç değerleri kontrol etmek maksadıyla nicel yordayıcı değişkenlerin Z skorları incelenmiş ve ± 3 değeri aralığında olan herhangi bir değere rastlanılmamıştır. Ek olarak yordayıcı değişkenlerin VIF değerlerinin 10'dan küçük ve Tolerans değerlerinin ise 0.2'den büyük olması, çoklu bağlantı sorununun olmadığını kanıtlamıştır.

BULGULAR

Analiz sonucunda elde edilen modeldeki yordayıcı değişkenlerin bireyin açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerini tercih etme olasılıklarını anlamlı bir düzeyde yordadıkları (X2 = 246, p<.05) tespit edilmiştir. Haftalık katılım süresi, fiziksel şiddet tutumu ve cinsiyet değişkenlerinden oluşan modelin, açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerini tercih etme durumundaki varyansın %39'unu (Nagelkerkes's R2) açıkladığı görülmektedir. Modeldeki yordayıcılara ilişkin regresyon katsayılarının anlamlılığı incelendiğinde, önem sırasına göre haftalık katılım süresinin (z=3.996, p<0.05) anlamlı yordayıcı olduğu; cinsiyet (z=1.351, p>0.05) ve fiziksel şiddetin (z=-0.277, p>0.05) ise anlamlı bir yordayıcı olmadığı tespit edilmiştir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Bireylerin ilgilendiği ciddi serbest zaman tercihlerine ilişkin lojistik regresyon analizi sonuçları

Yordayıcı Değişken	B	Sh	z	p	Odds Ratio	Confidence Interval (%95)	
						Lower	Upper
Predictor	-5.214	1.117	-4.464	**<.001***	0.003	1.81e-4	0.022
Haftalık Katılım Süresi	0.366	0.106	3.996	**<.001***	1.453	1.216	1.808
Fiziksel Şiddet	-0.196	0.277	-0.754	0.245	0.824	0.591	1.221
Cinsiyet (Erkek-Kadın)	0.426	0.361	1.351	0.176	1.547	0.887	2.446
Deviance = 562; AIC = 407			R^2 (Nagelkerkes's) = 0,39		X^2 = 246	***p<.05**	

Yordayıcı değişkenlere ait olabilirlik (Odds) oranları dikkate alındığında, modelde erkeklerin kadınlara oranla açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine yönelme olasılıklarının 1.547 kat daha fazla olduğu; fiziksel şiddet tutumu anlamında ise açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine katılım gösteren bireylerin, diğer grup ile karşılaştırıldığında 0.824 oranında fiziksel şiddet tutumu eğiliminin azaldığı söylenebilir (Çizelge 3).

Çizelge 3. Açık alan serbest zaman faaliyet seçimine ilişkin sınıflandırma tablosu

		Yordanan			Predicted (%)
Gözlenen		Açık Alan	Kapalı Alan	Toplam	
	Açık Alan	**127**	29	156	79 (Correct)
	Kapalı Alan	29	**176**	241	84 (Correct)
	Toplam	156	241	**397**	91 (Accuracy)

Not: Kesme noktası .05 olarak alınmıştır.

Tablo 3'te görüldüğü gibi model genel olarak bireylerin %91'inin açık alan ciddi serbest zaman faaliyet tercihlerini doğru sınıflandırabilmiş, özelde ise açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine olan eğilimin düzeyini %79'unu ve kapalı alan ciddi serbest zaman faaliyetlerinin de %84'ünü doğru tahmin edebilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Şiddete yönelik tutumların ölçümlendiği araştırmalarda amaç, birey tutumların ölçümlenmesi ve hangi değişkenlerin bireyi şiddete yönelttiğini ya da hangi araçların şiddet eğilimi ile ilişkili olduğunu tespit edip, gerekli önlemlerin alınabilmesidir (Kreager, 2007; Iannotti vd., 2009; Ybarra &Thompson, 2018; Naseri vd., 2023). Şiddet olgusu farklı disiplinlerin bakış açısıyla birçok araştırma ile incelenmiş ve incelenmeye devam etmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün 2002 yılında yayımladığı "World Report on Violence and Health" raporda bu durum ortaya koyulmakta ve konu ile ilgili günümüze kadar yapılmış olan araştırmalarda da sürekli vurgulanmaktadır (WHO, 2002; WHO, 2022; WHO, 2021; WHO, 2021a). Bu noktan hareketle, bireylerin cinsiyet, haftalık ciddi serbest zaman etkinliklerine katılım süresi ve fiziksel şiddet tutumlarının, ciddi serbest zaman faaliyet seçimi üzerinde nasıl bir etkisinin olduğu anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Ciddi serbest zaman faaliyeti kapsamında açık alanları tercih eden bireylerin fiziksel şiddet eğiliminin kapalı alanları seçen bireylere kıyasla daha düşük olduğu araştırma bulgularında ortaya konulmuştur (Tablo 2). Kaplan (1995), tarafından gerçekleştirilen öncü çalışmada ortaya konulan "Dikkati Yeniden Kurma Teorisi"nde de belirtildiği gibi doğada zaman geçirmek, tutarlı olumlu duyguların yanı sıra stres azaltma ve artan dikkat kapasitesi gibi faydalara neden olmaktadır. Giderek artan sayıdaki araştırmalar, doğada özellikle fiziksel rekreasyon faaliyetleri yoluyla zaman geçirmenin olumlu psikolojik sonuçlara katkıda bulunduğunu göstermektedir (Keniger vd., 2013). Psikolojik durumun ise şiddet eğilimleri üzerinde etkisi olduğu bilinmekle (Anderson & Kiehl, 2014) birlikte psikolojik iyi oluş düzeyi normal seviyelerde olan bireylerin daha az şiddet eğilimi içerisinde olabileceği gösterilmiştir (Vollhardt vd., 2014). Ek olarak Nattiv vd., (1997) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada üniversite sporcularında silah kullanma ve fiziksel kavgalara karışmanın, dolayısıyla şiddet eğiliminin kapalı alan sportif faaliyetlerine katılım gösteren bireylerde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada araştırmamızda elde edilen bulgu literatürü destekler niteliktedir.

Ciddi serbest zaman faaliyetlerine haftalık katılım süresinin açık alanda gerçekleştirilen ciddi serbest zaman faaliyet seçiminin ve fiziksel şiddet tutumunun bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Gerek ciddi serbest zaman faaliyetlerine gerekse fiziksel aktivitelere katılım, yüksek

bir sağlık farkındalığı duygusu ile ilişkili olduğu belirtilmektedir (Lamb vd., 1990). Bu farkındalıkların ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerden biri ise aktivite esnasında salgılanan hormonlardır (Chauntry vd., 2022). Ciddi serbest zaman faaliyetleri esnasında salgılanan hormonlar aracılığı ile vücut üzerinde birtakım kimyasal mekanizmalar harekete geçerek bireyi mental ve fiziksel anlamda iyi oluşa geçirebilmektedir. Örneğin fiziksel aktivite esnasında salgılanan endorfin hormonu mutluluğa (Yuliadarwati vd., 2022), adrenalin ve noradrenalin hormonu enerjiye (Chauntry vd., 2022), kortizol hormonu ise kan şekeri seviyelerinin stabilizasyonuna (Jia vd., 2022) katkı sağlamaktadır. Bireyin fiziksel ve mental olarak kendisini iyi hissetmesinin ise şiddete yönelik tutum eğilimini azaltabileceği düşünülmektedir.

Çalışma verilerimiz, bireylerin katılım sağladığı ciddi serbest zaman faaliyetlerini açık ve kapalı alan şeklinde gruplandırmanın yanında bireylerin spesifik bir faaliyet seçimi noktasında bilgi içermemektedir. Bu nokta araştırmamızın eksikliğini olarak ortaya koymaktadır. Ek olarak araştırmamız yalnızca ciddi serbest zaman faaliyet katılımcıları üzerine gerçekleştirilmiştir. Bireylerin ciddi serbest zaman faaliyet seçiminde önemli bir etkisi olduğu tahmin edilen ekonomik durum değişkeni araştırmamızda kapsam dışı bırakılmıştır. Bu durum araştırmamızın bir diğer eksikliği olarak ortaya çıkmaktadır. Son olarak kapalı alanlara kıyasla açık alanlarda gerçekleştirilen ciddi serbest zaman faaliyet seçiminde etkili olan unsurların nedenini anlamaya yönelik nitel araştırma tasarımlarına ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu sayede olguların altında yatan nedenler derinlemesine incelenerek literatüre katkı sağlanabilecektir. Sonuç olarak, bireylerin kapalı alanlara kıyasla açık alanda gerçekleştirilen ciddi serbest zaman faaliyetlerini seçmesi noktasında, faaliyeti katılım süresinin etkili bir yordayıcı olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, açık alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine katılım sağlayan bireylerin şiddete yönelik tutumlarının kapalı alan ciddi serbest zaman faaliyetlerine katılım sağlayan bireylere kıyasla daha düşük seviyelerde seyrettiği ortaya konulmuştur.

KAYNAKÇA

Abay, E., & Tuğlu, C. (2000). Neurobiology of Violence and Aggression. Clinical Psychiatry, 3, 21-26.

Aksu, H. S., & Varol, F. (2022). Investigation of Perception of Violence in Adolescents and Early Adults According to Recreational Physical Activity, Harmful Habits and Demographic Variables. GSI Journal Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences, 5(2), 269-281. https://doi.org/10.53353/atrss.1101769

Aksu, H. S., Güneş, S. G., & Kaya, A. (2022). Covid-19 küresel salgını sürecinde rekreasyona aktif katılımın yalnızlık algısına etkisi. Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, 5(2), 83-97.

Anderson, C., Benjamin, A., Wood, P., & Bonacci, A. (2006). Development and testing of the velicer attitudes toward violence scale: evidence for a four-factor model. Aggressive Behavior, 32(2), 122-136. https://doi.org/10.1002/ab.20112

Anderson, N. E., & Kiehl, K. A. (2014). Psychopathy: Developmental perspectives and their implications for treatment. Restorative Neurology and Neuroscience, 32(1), 103-117. https://doi.org/10.3233/RNN-139001

Aslan, Ş. (2018). Research Methods in Social Sciences. Konya: Eğitim Pub.

Berdychevsky, L., Stodolska, M., & Shinew, K. J. (2022). The Roles of Recreation in the Prevention, Intervention and Rehabilitation Programs Addressing Youth Gang Involvement and Violence. Leisure Sciences, 44(3), 343-365. https://doi.org/10.1080/01490400.2019.1571966

Bhasin, S., Woodhouse, L., & Storer, T. W. (2001). Hormones and Sport: Proof of the Effect of Testosterone on Skeletal Muscle. Journal of Endocrinology, 170, 27-38. https://doi.org/10.1677/joe.0.1700027

Blenkinsopp, J. (2011). Creation, Un-Creation, Re-Creation: A Discursive Commentary on Genesis. London: T&T Clark International.

Chauntry, A. J., Bishop, N. C., Hamer, M., & Paine, N. J. (2022). Sedentary behaviour, physical activity and psychobiological stress reactivity: A systematic review. Biological Psychology, 108374. https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2022.108374

Demirel, M., Kaya, A., Budak, D., Bozoğlu, M. S., & Er, Y. (2021). Effect of Covid-19 pandemic on recreational awareness and quality of life. Turkish Journal of Sport and Exercise, 23(2), 197-207.

Demirel, M., Varol, F., Bozoğlu, M. S., Alper, K., & Aksu, H. S. (2022). Rekreatif Amaçlı Tenis Oynayan Bireylerde Akış Deneyimi ve Serbest Zaman İlgilenimi. Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, (9), 54-66.

Iannotti, R. J., Kogan, M. D., Janssen, I., & Boyce, W. F. (2009). Patterns Of Adolescent Physical Activity, Screen-Based Media Use, and Positive and Negative Health Indicators in the US and Canada. Journal of Adolescent Health, 44(5), 493-499. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2008.10.142

İzmir Valiliği. (2022). *Türkiye'nin 3. Büyüğü.* http://www.izmir.gov.tr/demografik-bilgiler

Jia, R., Carlisle, S., & Vedhara, K. (2022). The association of lifestyle and mood with long-term levels of cortisol: a systematic review. Cogent Psychology, 9(1), 2036487. https://doi.org/10.1080/23311908.2022.2036487

Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. Journal of environmental psychology, 15(3), 169-182. https://doi.org/10.1006/jevp.1997.0051

Keniger, L. E., Gaston, K. N. Irvine, & Fuller, K.A. (2013). "What are the Benefits of Interacting with Nature?" International Journal of Environmental Research and Public Health, 10, 913–935. https://doi.org/10.3390/ijerph10030913

Kılınç, S., Bozoğlu, M. S., Tükel, Y., & Büyükipekci, S. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Değerlendirme Tercihlerine Göre Mutluluk Düzeylerinin Tespiti. Sportive, 4(2), 88-97.

King, J. E. (2008). Binary logistic regression. *Best practices quantitative methods* içinde (s. 358-384). Sage Publications.

Kreager, D. A. (2007). Unnecessary Roughness? School Sports, Peer Networks, and Male Adolescent Violence. American Sociological Review, 72(5), 705-724. https://doi.org/10.1177/000312240707200503

Lamb, K. L., Roberts, K., & Brodie, D. A. (1990). Self-perceived health among sports participants and non-sports participants. Social science & Medicine, 31(9), 963-969. https://doi.org/10.1016/0277-9536(90)90105-2

Naseri, Z., Farzan, F., & Razavi, S. M. H. (2023). Comparison of Life Satisfaction and Aggression Dimensions of Soldiers Serving in Prisons Based on Marital Status and Type of Sport (Water or Land). Journal of Marine Medicine, 5(1), 47-55.

Nattiv, A., Puffer, J. C., & Green, G. A. (1997). Lifestyles and health risks of collegiate athletes: a multi-center study. Clinical Journal of Sport Medicine, 7(4), 262-272. https://doi.org/10.1097/00042752-199710000-00004

Özkan, Y., Uysal, M., Topçu, G., Sevin, M. D., & Koçak, Y. E. (2018). Validity and Reliability Study of the Turkish Adaptation of the Attitudes Towards Violence Scale. Turkish Journal of Social Research, 22(4), 821-844.

Porges, S. W. (1997). Emotion: An Evolutionary By-Product of the Neural Regulation of the Autonomic Nervous System. C. S. Carter, I. I. Lederhendle and B. Kirkpatrick (Ed.) The Intergative Neurobıology of Affiliation.içinde (s. 65-80). London: A Badford Book.

Stebbins, R. A. (1982). Serious Leisure: A Conceptual Statement. Pacific Sociologicsl Review, 25(2), 251-272. https://doi.org/10.2307/1388726

Stebbins, R. A. (1997). Casual Leisure: A Conceptual Statement. Leisure Studies, 16(1), 17-25. https://doi.org/10.1080/026143697375485

Stebbins, R. A. (2011). The Semiotic Self and Serious Leisure. The American Sociologist, 42, 238-248. https://doi.org/10.1007/s12108-011-9126-1

Terlemez, M. (2019). The Effect of Sport Activity on Self-Confidence, Serotonin and Dopamine. International Journal of Social Sciences, 2(2), 1-6.

Tharshini, N. K., Ibrahim, F., Kamaluddin, M. R., Rathakrishnan, B., & Che Mohd Nasir, N. (2021). The link between individual personality traits and criminality: A systematic review. International journal of environmental research and public health, 18(16), 8663. https://doi.org/10.3390/ijerph18168663

UNICEF (2022). Violen discipline database. https://data.unicef.org/wp-content/uploads/2019/10/XLS_Violent-discipline-database_May-2022.xlsx

Velicer, W., Huckel, L., & Hansen, C. (1989). A measurement model for measuring attitudes toward violence. Personality and Social Psychology Bulletin, 15(3), 349-364. https://doi.org/10.1177/0146167289153006

Viding, E. ve Frith, U. (2006). Genes for Susceptibility to Violence Lurk in the Brain. Proceedings of the National Academy of Sciences, 103, 6085-6086. https://doi.org/10.1073/pnas.0601350103

Vollhardt, J. R., Mazur, L. B., & Lemahieu, M. (2014). Acknowledgment after mass violence: Effects on psychological well-being and intergroup relations. Group Processes & Intergroup Relations, 17(3), 306-323. https://doi.org/10.1177/1368430213517270

WHO, (2002). World report on violence and health: summary. Geneva: World Health Organization.

WHO, (2021). Violence against women. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women

WHO, (2021a). Gender based violence is a public health issue: using a health systems approach. https://www.who.int/news/item/25-11-2021-gender-based-violence-is-a-public-health-issue-using-a-health-systems-approach

WHO. (2018) Violence against women. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women

WHO. (2022). The VPA Approach. https://www.who.int/groups/violence-prevention-alliance/approach

Ybarra, M. L., & Thompson, R. E. (2018). Predicting The Emergence of Sexual Violence in Adolescence. Prevention Science, 19(4), 403-415. https://doi.org/10.1007/s11121-017-0810-4

Yuliadarwati, N. M., Rahmanto, S., & Oktavianti, F. (2022). The Relationship Between Physical Activity and Sleep Quality in the Elderly in the Malang City Community. KnE Medicine, 93-96. https://doi.org/10.18502/kme.v2i3.11856

TÜRKİYE'NİN VERGİ GELİRİ PERFORMANSININ DÜZEY 1 VE DÜZEY 2 İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Grv. Dr., Metin ALLAHVERDİ

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-8247-4167

ÖZET

Vergi geliri, bir ülkede vergi kanunlarına göre belirli bir sürede tahakkuk etmiş verginin tahsil edilmiş kısmı olup, vergi performansının ölçülmesinde önemli bir göstergedir. Bu çalışmada Türkiye'de kamu harcamalarının finansmanını sağlayan en büyük gelir kaynağı olan vergi gelirlerinin bölgesel olarak performansı ölçülmüş ve değerlendirilmiştir.

Çalışmada Türkiye'nin vergi geliri istatistiki bölge birimi olan Düzey 1 ve Düzey 2 bölgelerine göre 2008-2022 yılları arasındaki verileri betimleme analizi kullanılarak performans ölçümü yapılmıştır. Ölçüm sonucu elde edilen değerler veri görselleştirme metodu ile değerlendirilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre Türkiye'nin bölgesel olarak vergi geliri performansının heterojen bir yapıda olduğu ve özellikle bölgelere ait ekonomik, sosyal ve kültürel faktörlerin performansı etkilediği tespit edilmiştir. Bu durumun tespiti ülkenin doğru mali politika geliştirilmesine ve uygulanmasına katkıda bulunacağı için önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Geliri, Vergi Performansı, İBBS 1, İBBS 2, Türkiye

THE ASSESSMENT OF TÜRKİYE'S TAX REVENUE PERFORMANCE BY LEVEL 1 AND LEVEL 2 STATISTICAL REGIONAL UNITS

ABSTRACT

Tax revenue is the collected portion of taxes accrued in a country in a certain period according to tax laws and is an important indicator in measuring tax performance. In this study, the regional performance of tax revenues, which is the largest source of revenue to finance public expenditures in Turkey, is measured and evaluated.

This study measured Türkiye's tax revenue through descriptive analysis of data from 2008 to 2022 by regional statistical units, NUTS 1 and NUTS 2 regions. The values obtained from the measurements were evaluated using data visualization techniques.

According to the results obtained, it has been determined that Türkiye's regional tax revenue performance is heterogeneous, and especially the economic, social, and cultural factors of the regions affect the performance. The determination of this situation is important as it will contribute to the development and implementation of the country's correct fiscal policy.

Key Words: Tax Revenue, Tax Performance, NUTS 1, NUTS 2, Türkiye

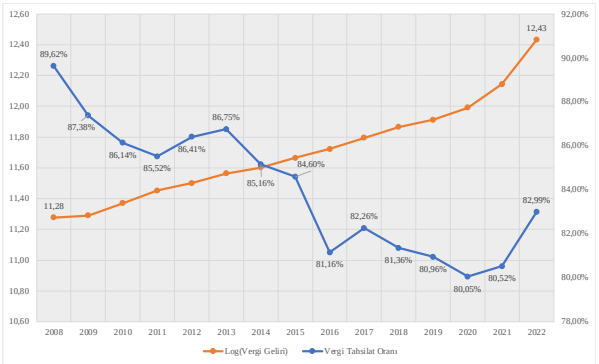
1. GİRİŞ

Bir bölgenin belirli bir dönemdeki vergi performansını ölçmek için kullanılan en temel gösterge vergi geliri göstergesidir. Bölgelerin vergi gelirlerini azaltan veya artıran çeşitli ekonomik, kurumsal, sosyal ve kültürel faktörler vardır (Karabulut & Şeker, 2018: 1050). Bu faktörler aynı zamanda vergi gelirlerinin ülkedeki dağılımını ve dolayısıyla performansını da belirlemektedir. Bu durumun belirlenmesi, doğru politika tasarımı ve uygulaması açısından önemlidir (Öztürk vd., 2019: 40).

OECD (2023) tarafından yapılan tanıma göre vergi gelirleri "gelir ve kazanç üzerinden alınan vergiler, sosyal güvenlik katkı payları, mal ve hizmetler üzerinden alınan vergiler, bordro vergileri, mülkün mülkiyeti ve devri üzerinden alınan vergiler ve diğer vergilerden elde edilen gelirler"dir. Diğer bir tanıma göre ise vergi geliri, gayrisafi yurtiçi hasıla, dış ticaret düzeyi ve yabancı sermaye akışının temsil ettiği ekonomik faaliyetin bir fonksiyonudur (Asrat & Olubusoye, 2009: 78). Türk vergi sisteminin yapısında ise vergi gelirleri; gelir üzerinden alınan vergiler, harcamalar üzerinden alınan vergiler ve mülkiyet üzerinden alınan vergilerden şeklinde üç alandan elde edilen gelirlerden oluşmaktadır (Akar, 2013: 31).

Vergi gelirleri, bir ülkenin belirli bir dönem içerisinde tahakkuk ettirdiği ve vergi kanununda belirtilen süre içerisinde tahsil ettiği verginin bir kısmı olup, vergi performansının ölçülmesinde önemli bir göstergesidir (Ömür, 2019: 38). Vergi geliri bir bölgenin belirli bir dönemine ait performansın ölçümü için gerekli olan göstergelerin çoğunda yer aldığı için anahtar gösterge niteliğindedir. Vergi gelirinin işlevleri arasında vergi matrahı, geçerli vergi oranı ve devletin vergi toplama yeteneği yani tahsilat oranı yer almaktadır (Kelly, 2000: 39-41).

Vergi gelirinin ortaya çıkmasında (hesaplanmasında) önemli rolü olan göstergelerden birisi tahsilat oranıdır. Ülkelerin etkin bir vergi performansı sağlaması için bu oranının yüksek olması gerekmektedir (Rakıcı & Aydoğdu, 2017: 233). Bu dönemde beyana usulü vergilerde ödeme refleksinin zayıflığı, ekonomik göstergelerin bozulması, vergi idare etkinliğinin düşmesi, kamu alacaklarının takibine ilişkin kararlılığın azalması, mükelleflerin gönüllü uyum düzeyi, vergi afları ve yapılandırmalar gibi nedenler Türkiye'de tahsilat oranlarında ciddi bir düşüş trendine girmesine neden olmuştur (Aykın, 2018). Türkiye'nin 2008-2022 yıllarına ait vergi gelirleri (logaritmik) ve vergi tahsilat oranı aşağıdaki görselde verilmiştir.



Görsel 1. Türkiye'nin Toplam Vergi Geliri ve Vergi Tahsilat Oranı (2008-2022)

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı (2023). Bütçe Gelirleri İstatistikleri. Erişim Adresi: https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, Erişim Tarihi: 10/10/2023, yazar tarafından oluşturulmuştur.

Son 15 yıldaki veriler incelendiğinde Türkiye'nin vergi tahsilat oranının 2008 yılından 2020 yılına kadar düşme trendinde olduğu, 2020 yılından sonra ise son üç yılda yükseliş trendine geçtiği anlaşılmaktadır. Tahsilat oranlarındaki düşüşe rağmen vergi gelirleri yükseliş trendinde olduğu, 2020 yılından sonra ise bu yükselişin daha da hızlandığı görülmektedir. Bu durumun son dönemde enflasyonun yükselmesi ve vergi matrahlarının buna bağlı olarak artmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Vergi tahsilat oranlarındaki düşüşlerin özellikle mükelleflerin vergi affı ve yeniden yapılandırma beklentisinden kaynaklandığı bazı çalışmalarda (Edizdoğan & Gümüş, 2013: 108; Çelikay & Doğankollu, 2023: 92) belirtilmiştir. Özellikle hazine ve maliye bakanlığı tarafından yayınlanan bütçe geliri verileri incelendiğinde[1] beyana dayalı vergilerde tahsilat oranındaki azalmalar dikkat çekicidir. Son dönemlerde tahsilat etkisizliğine rağmen gelirin artması ise vergi oranlarındaki artışlara, bazı vergi matrahlarının yükseltilmesine ve tevkifat usulü toplanan vergilerdeki tahsilat oranlarının yükselmesine bağlı olmuştur.

Türkiye'de bölgesel gelişmiş farklı yoğun olan ülkelerden birisidir. Genel olarak ülkenin batısı gelişmiş bölge olarak bilinirken, doğusu ise en az gelişmiş göstergelere sahip illerden oluşmaktadır. Bu durum doğal olarak vergi göstergelerine de yansımaktadır. Bu çalışmada Türkiye'nin vergi geliri ve vergi tahsilat oranı açısından bölgesel durumu ele alınmıştır.

2. LİTERATÜR

Tekbaş ve Dökmen (2007) çalışmalarında 1990-2001 yıllarını kapsayan verilerle Türkiye'nin toplam vergi yükü ve bölgesel (coğrafi bölge) vergi yükünü hesaplanmıştır. Yazarların elde ettikleri sonuçlara göre vergi yükünün en yüksek olduğu bölgelerin Marmara Bölgesi ve İç Anadolu Bölgesi olduğu, vergi yükünün en düşük olduğu bölgenin ise Güneydoğu Anadolu Bölgesidir. Çalışmada ayrıca bölgelerin vergi esnekliği de hesaplanmıştır. Yapılan hesaplamalara göre Marmara ve İç Anadolu Bölgeleri'ndeki 12 yıllık (1991-2001) vergi esnekliği ortalamasının Türkiye ortalamasının üstünde olduğu; diğer bölgelerin ise ortalamanın altında olduğu görülmektedir. Yazarlar elde ettiklerin sonuçlara göre Türkiye'de vergi yükünün bölgelerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmişliğe paralel olarak dengesiz bir yapıda dağıldığını belirtmişlerdir (Tekbaş & Dökmen, 2007: 212).

Mascagni (2014) ve diğerleri, gelişmekte olan ülkelerdeki vergi gelirlerinin artırılması önünde yer alan sorunlar ve zorluklar hakkında çalışma yapmışlardır. Buna göre gelişmekte olan ülkelerdeki hükümetler, vergi gelirlerini harekete geçirme konusunda büyük zorluklarla karşılaşmakta, bu da toplayabilecekleri ile fiilen topladıkları arasında bir uçurum oluşmasına neden olmaktadır. Yazarlar bu duruma neden olan faktörlerin vergi kaçakçılığı ve vergiden kaçınma, vergi muafiyetlerini görmüştür.

Aizenman (2015) ve arkadaşları Asya ve Latin Amerika ülkelerinin vergi gelirlilerin eğilimlerini incelemiş ve karşılaştırmıştır. Çalışmada gelişmekte olan ülkelerin gelir performansında ve bölgeler arasında büyük ölçüde heterojenlik olduğu ve bunun sağlıklı bir karşılaştırma yapılmasına engel olduğu bilgisi verilmiştir (Aizenman vd., 2015: 13). Ayrıca çalışmadaki ampirik bulgulara göre Asya ve Latin Amerika ülkelerinde hükümetin etkinliği ve

[1] https://muhasebat.hmb.gov.tr/genel-butce-gelirlerinin-iller-itibariyle-tahakkuk-ve-tahsilati-2004-2019

kurumsal kalitesinin vergi performansı ile pozitif ilişkili olduğunu bulunmuştur (Aizenman vd., 2015: 12-13).

Gupta (2015) tarafından yapılan çalışmada Güney Asya ülkelerinde vergi gelirlerini incelemiştir. Yazara göre Güney Asya ülkelerinin vergi geliri yaratmadaki düşük performansın, vergi politikasındaki reformlarının yetersizliğinden kaynaklanmadığını belirlemiştir (Gupta, 2015: 1). Ülkeler reformlara rağmen vergi tabanlarını genişletme, vergi idaresini güçlendirme ve uyumu iyileştirme konusunda daha az başarılı olmuşlardır. Buna ek olarak, tarımın büyük payı, düşük okuryazarlık ve büyük kayıt dışı sektörler gibi yapısal faktörler vergi tahsilatını engellemiştir. Gupta (2015: 16) ülkelerin vergi sistemlerinin basitleştirilmesi, vergi idaresinin güçlendirilmesi ve vergi tabanının genişletilmesi gerektiği konusunda tavsiyede bulunmuştur.

Sağdıç (2019) yaptığı araştırmada Türkiye'nin Düzey 2 bölgelerine ait vergi gelirlerini belirleyen faktörleri incelenmiştir. Araştırmada 1990-2001 ve 2004-2011 olmak üzere iki döneme ait veri setleri kullanılmıştır. Buna göre araştırma sonuçları, kişi başına düşen milli gelir düzeyi, sanayinin milli gelir içindeki payı, hizmet sektörünün milli gelir içindeki payı ve ticari açıklık düzeyinin Düzey 2 bölgelerinin vergi gelirleri üzerindeki etkisinin olumlu olduğu belirlenirken, tarım sektörü ve kamu harcamalarının ise olumsuz etkilediği belirlenmiştir.

Ömür ve Bellikli (2019) Doğu Karadeniz bölgesinde vergi tahsilat oranları ile sosyal faktörlerin ilişkisini incelemiştir. Çalışmada seçilmiş illere (Giresun, Trabzon ve Samsun) vergi bilinci, vergi ahlakı ve vergileme konusunda kamu otoritesine duyulan güven ile vergi tahakkuk-tahsilat oranları arasında da anlamlı bir uyum olduğu tespit edilmiştir (Ömür & Bellikli, 2019: 263).

Ömür (2020) yaptığı doktora tezi çalışmasında Türkiye'de Düzey 1 bölgelerine yapılan kamu yatırım harcamaları ile bölgelerden tahsil edilen vergi gelirleri arasında istatiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olup olmadığını panel veri analizi yöntemiyle incelemiştir. İnceleme sonucu elde edilen bulgular bölgesel açıdan değerlendirilmiştir (Ömür, 2020: 118-119).

Ay (2021) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'nin son otuz yıl içerisindeki vergi tahsilat oranı incelenmiştir. Çalışmada vergi tahsilat oranı iki kısımda değerlendirilmiştir. Buna göre 1900-2008 yılları arasında vergi tahsilat oranının düzenli olmasa da arttığı, 2008'den günümüze ise oranın düşüşe geçmeye başladığı belirtilmiştir. İl düzeyi yapılan değerlendirmelerde ise özellikle beyana dayalı gelir vergisinde birtakım problemler olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte demografik yapıları ve mükellef sayıları birbirine yakın olan bazı illerin vergi tahsilat oranlarında çok ciddi farklar olduğu belirlenmiştir.

Çadırcı ve Kaya (2023) yaptıkları çalışmada Türkiye'de kentleşmenin vergi gelirleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmada elde edilen ampirik sonuca göre kentleşme ve vergi gelirleri arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. Kent nüfusunun toplam nüfus içindeki payında meydana gelen %1'lik bir artış, vergi gelirlerinin GSYİH içindeki payını yaklaşık olarak %0,08 oranında arttırmaktadır (Çadırcı & Kaya, 2023: 601).

3. ARAŞTIRMA

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'nin vergi geliri göstergelerini bölgesel düzeyde ölçmek ve değerlendirmektir. Araştırmada vergi gelirleri analiz edilirken, Düzey 1 ve Düzey 2 istatistiki

bölge sınıflandırmaları esas alınmıştır. 2003 yılında yürürlüğe giren[2] istatistiki bölge birimleri sınıflandırması (İBBS) ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu iller, bölgesel kalkınma planları ve nüfus büyüklükleri dikkate alınarak oluşturulmuştur (Yılmaz, 2014: 65). Buna göre 81 ilin her biri bir bölge olarak kabul edilmiş ve Düzey 3 (İBBS 3) olarak adlandırılmıştır. Bu illerin sınıflandırılmasıyla 26 bölgeden oluşan Düzey 2 (İBBS 2) ve bu 26 bölgenin sınıflandırılmasıyla 12 bölgeden oluşan Düzey 1(İBBS 1) ortaya çıkarılmıştır.

3.1. Araştırmada Kullanılan Veriler ve Değişkenler

Araştırmada Türkiye'nin 2008-2022 yıllarına ait ve Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yayınlanan "iller itibariyle genel bütçe vergi gelirleri" verileri kullanılmıştır. Çalışmada ayrıca elde edilen sonuçların karşılaştırılmasında kullanılan ekonomik, demografik, sosyokültürel veriler "Türkiye İstatistik Kurumu" tarafından yayınlan "il göstergeleri" istatistiklerinden ulaşılmıştır. Tüm veriler il düzeyi düzenlenmiş ve daha sonra Düzey 1 ve Düzey 2 bölgesi bazında hazırlanmıştır. Kullanılan değişkenler aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir.

Çizelge 1. Araştırmada Kullanılan Değişkenler

Gösterge	Değişkenler	Formül	Açıklama
Düzey 1	Vergi Geliri İçindeki Pay (%)	Eşitlik 1	Düzey 1 Bölgelerinin Vergi Geliri Payı
	Tahsilat Oranı (%)	Eşitlik 2	Düzey 1 Bölgelerinin Vergi Tahsilat Oranı
	Kişi Başına Düşen Vergi Geliri	Eşitlik 3	Düzey 1 Bölgelerinin Kişi Başına Düşen Vergi Geliri
Düzey 2	Vergi Geliri İçindeki Pay (%)	Eşitlik 1	Düzey 2 Bölgelerinin Vergi Geliri Payı
	Tahsilat Oranı (%)	Eşitlik 2	Düzey 2 Bölgelerinin Vergi Tahsilat Oranı
	Kişi Başına Düşen Vergi Geliri	Eşitlik 3	Düzey 2 Bölgelerinin Kişi Başına Düşen Vergi Geliri

Araştırmada üçü Düzey 1 bölgelerine, üçü ise Düzey 2 bölgelerine ait olmak üzere toplam altı değişken kullanılmıştır. Değişkenlerin hesaplanması için kullanılan veri sayısı 3645'tir. Hesaplamalarda aşağıdaki formüller kullanılmıştır.

$$Vergi\ Payı = \frac{İl\ Düzeyi\ Vergi\ Tahsilat\ Tutarı}{Toplam\ Vergi\ Tahsilat\ Tutarı}\ x\ 100 \quad (1)$$

$$Tahsilat\ Oranı = \frac{İl\ Düzeyi\ Vergi\ Tahsilat\ Tutarı}{İl\ Düzeyi\ Vergi\ Tahakkuk\ Tutarı}\ x\ 100 \quad (2)$$

$$Kişi\ Başına\ Düşen\ Vergi\ Geliri = \frac{İl\ Vergi\ Tahsilat\ Tutarı}{İl\ Nüfusu}\ x\ 100 \quad (3)$$

Hesaplamaların tamamı il düzeyi yapılmış daha sonra bölgesel olarak dönüştürülmüştür. Örneğin, Batı Anadolu bölgesinin vergi geliri payı, bu bölgeyi oluşturan Ankara, Konya ve Karaman ilinin vergi payının toplamından oluşmuştur. Tahsilat oranı ve kişi başına düşen vergi geliri hesaplamalarında ise hem Düzey 1 hem de Düzey 2 seviyesinde bölgeleri oluşturan illerin ortalama verileri kullanılmıştır. Örneğin Batı Anadolu bölgesinin vergi tahsilat oranı, bu

[2] Resmi Gazete (2002). 28/8/2002 Tarihli ve 2002/4720 Sayılı Kararnamenin Eki (2002, 22 Eylül). Resmi Gazete (Sayı: 24884). Erişim adresi: https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/09/20020922.htm

bölgeyi oluşturan Ankara, Konya ve Karaman ilinin vergi tahsilat oranının ortalamasından oluşmuştur.

3.2. Bulgular

Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur. Analizlerin tamamı Microsoft Excel 365 programı kullanılarak yapılmış ve görselleştirilmiştir.

Çizelge 2. Düzey 1 ve Düzey 2 Bölgelerine Göre Vergi Geliri İstatistikleri

Düzey 1 ve Düzey 2 Bölgeleri	Toplam Tahsilat Payı	Ortalama Tahsilat Payı	Standart Sapma	En Küçük Top. Pay	En Büyük Top. Pay	2008-2012 Top. Pay	2013-2017 Top. Pay	2018-2022 Top. Pay
Akdeniz	**6,14%**	**0,77%**	**0,0071**	**0,06%**	**2,33%**	**5,85%**	**5,83%**	**6,76%**
Adana Alt Bölgesi	2,92%	1,46%	0,0071	0,84%	2,33%	2,83%	2,74%	3,20%
Antalya Alt Bölgesi	1,56%	0,52%	0,0071	0,06%	1,50%	1,60%	1,58%	1,50%
Hatay Alt Bölgesi	1,66%	0,55%	0,0061	0,07%	1,88%	1,43%	1,51%	2,05%
Batı Anadolu	**12,24%**	**4,08%**	**0,0631**	**0,05%**	**12,99%**	12,34%	12,38%	12,00%
Ankara Alt Bölgesi	11,35%	11,35%	-	10,61%	12,99%	11,50%	11,48%	11,07%
Konya Alt Bölgesi	0,89%	0,44%	0,0054	0,05%	0,95%	0,84%	0,89%	0,93%
Batı Karadeniz	**1,79%**	**0,18%**	**0,002**	**0,03%**	**0,87%**	**1,79%**	**1,72%**	**1,87%**
Kastamonu Alt Bölgesi	0,20%	0,07%	0,0004	0,03%	0,13%	0,21%	0,20%	0,19%
Samsun Alt Bölgesi	0,88%	0,22%	0,0023	0,05%	0,60%	0,90%	0,90%	0,85%
Zonguldak Alt Bölgesi	0,71%	0,24%	0,0027	0,04%	0,87%	0,68%	0,62%	0,83%
Batı Marmara	**2,11%**	**0,42%**	**0,0037**	**0,10%**	**1,32%**	**2,08%**	**2,05%**	**2,20%**
Balıkesir Alt Bölgesi	0,73%	0,37%	0,0017	0,21%	0,56%	0,75%	0,70%	0,74%
Tekirdağ Alt Bölgesi	1,38%	0,46%	0,0051	0,10%	1,32%	1,33%	1,35%	1,46%
Doğu Karadeniz	**0,88%**	**0,15%**	**0,0012**	**0,01%**	**0,41%**	**0,90%**	**0,89%**	**0,86%**
Trabzon Alt Bölgesi	0,88%	0,15%	0,0012	0,01%	0,41%	0,90%	0,89%	0,86%
Doğu Marmara	**15,12%**	**1,89%**	**0,038**	**0,05%**	**13,57%**	**16,33%**	**15,14%**	**13,89%**
Bursa Alt Bölgesi	3,30%	1,10%	0,0147	0,05%	3,09%	3,27%	3,25%	3,37%
Kocaeli Alt Bölgesi	11,83%	2,37%	0,0484	0,08%	13,57%	13,06%	11,90%	10,52%
Ege	**12,91%**	**1,61%**	**0,0358**	**0,07%**	**11,27%**	**12,66%**	**12,91%**	**13,15%**
Aydın Alt Bölgesi	1,37%	0,46%	0,0011	0,30%	0,68%	1,39%	1,31%	1,42%
İzmir Alt Bölgesi	10,47%	10,47%	-	9,63%	11,27%	10,20%	10,58%	10,63%
Manisa Alt Bölgesi	1,07%	0,27%	0,0023	0,07%	0,75%	1,08%	1,02%	1,10%
Güneydoğu Anadolu	**1,81%**	**0,20%**	**0,0023**	**0,02%**	**1,01%**	**1,57%**	**1,83%**	**2,01%**
Gaziantep Alt Bölgesi	0,87%	0,29%	0,004	0,02%	1,01%	0,73%	0,87%	1,02%
Mardin Alt Bölgesi	0,34%	0,08%	0,0003	0,04%	0,17%	0,31%	0,35%	0,36%
Şanlıurfa Alt Bölgesi	0,59%	0,30%	0,0004	0,21%	0,39%	0,54%	0,62%	0,63%
İstanbul	**44,49%**	**44,49%**	-	**43,42%**	**46,25%**	**43,91%**	**44,73%**	**44,82%**
İstanbul Alt Bölgesi	44,49%	44,49%	-	43,42%	46,25%	43,91%	44,73%	44,82%
Kuzeydoğu Anadolu	**0,42%**	**0,06%**	**0,0006**	**0,01%**	**0,21%**	**0,41%**	**0,43%**	**0,42%**
Ağrı Alt Bölgesi	0,16%	0,04%	0,0002	0,01%	0,11%	0,14%	0,17%	0,18%
Erzurum Alt Bölgesi	0,26%	0,09%	0,0009	0,01%	0,21%	0,26%	0,26%	0,24%
Orta Anadolu	**1,39%**	**0,17%**	**0,002**	**0,04%**	**0,79%**	**1,48%**	**1,40%**	**1,29%**
Kayseri Alt Bölgesi	0,91%	0,30%	0,0032	0,04%	0,79%	0,93%	0,91%	0,89%

Kırıkkale Alt Bölgesi	0,48%	0,10%	0,0004	0,04%	0,26%	0,55%	0,49%	0,40%
Ortadoğu Anadolu	**0,70%**	**0,09%**	**0,0007**	**0,01%**	**0,25%**	**0,67%**	**0,71%**	**0,73%**
Malatya Alt Bölgesi	0,42%	0,11%	0,0009	0,01%	0,21%	0,41%	0,44%	0,41%
Van Alt Bölgesi	0,28%	0,07%	0,0006	0,03%	0,25%	0,26%	0,27%	0,32%
Türkiye Ortlaması	**100,00%**	**1,23%**	**0,0526**	**0,01%**	**46,25%**	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

Çizelge 2'ye göre Türkiye'de son 15 yılda toplanan 100 TL'lik verginin yaklaşık 85 TL'si dört bölgeden elde edilmektedir. Bu tutarın 45 TL'si İstanbul'dan, 15 TL'si Doğu Marmara bölgesinden, 13 TL'si Ege bölgesinden ve 12 TL'si ise Batı Anadolu bölgesinden karşılanmaktadır. Bu durum Çizelge 3'te verilen bilgilerle ele alındığında bu dört bölgenin diğer bölgelerden hem ekonomik hem de sosyokültürel ve demografik yönden pozitif ayrıştığı görülmektedir. Dönemsel veriler incelendiğinde ise İstanbul ve İzmir bölgelerinin katkılarının giderek arttığı, Ankara ve Kocaeli bölgelerinde ise azalma olduğu görülmektedir. Bu dört ilin 100 TL'lik vergi gelirine yıllık ortalama katkısı 69 TL'dir.

Akdeniz, Batı Marmara, Batı Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri ise 100 TL'lik vergi gelirine yaptıkları 12 TL'lik katkı ile ilk dört bölgeden sonra gelen ikinci bölgelerdir. Türkiye'de en düşük vergi geliri payına sahip dört bölge ise Orta Anadolu, Doğu Karadeniz, Ortadoğu Anadolu ve Kuzeydoğu Anadolu bölgeleridir. Bu bölgelerin 100 TL'lik toplanan vergi gelirlerine katkısı ise sadece 3 TL'dir.

Çizelge 2'de bölgelerin standart sapması, minimum ve maksimum değerlerine bakıldığında Düzey 1 bölgelerini oluşturan alt bölgelerin aralarında çok farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Çizelgeye göre kendi bölge ortalamasına en yakın değerlere sahip bölgeler en düşük vergi gelirleri payına sahip olan Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Doğu Karadeniz bölgeleri iken, vergi gelirleri payı arttıkça verilerin ortalamadan uzaklaştığı görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, Batı Anadolu, Doğu Marmara ve Ege bölgesini oluşturan alt bölgelerin verileri arasında önemli farklılıkların olduğu görülmektedir. Burada en yüksek standart sapmaya sahip olan Batı Anadolu bölgesinde, Ankara ilinin, Doğu Marmara bölgesinde Kocaeli ilinin, Ege bölgesinde ise İzmir'in diğer alt bölgelerden ayrıştığı görülmektedir.

Çizelgedeki üç dönemli veriler incelendiğinde ise, Doğu Marmara, Orta Anadolu, Doğu Karadeniz ve Batı Anadolu bölgelerinin vergi geliri payları azalış eğilimindeyken; diğer bölgelerin hepsinde vergi gelirleri payının artış eğiliminde oldukları görülmektedir.

Türkiye'de toplanan verginin büyük çoğunluğunun dört ilden elde edilmesi ve diğer illerin vergi gelirlerine katkısının çok düşük olması, vergi geliri adaletindeki dağılımının dengesiz olduğunu göstermektedir. Bunun en temel nedeni, birçok ilde faaliyette bulunan işletmelerin merkez yönetimlerinin metropollerde olmasıdır (Sağbaş & Saruç, 2014: 505). Bu durum vergi olaylarının gerçekleştiği ve vergilerin toplandığı alanlarda farklılıklara yol açarak vergi gelirlerinin büyük şehirlerde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Türkiye'deki ekonomik faaliyetlerin büyük bir kısmı metropol bölgelerde yoğunlaştığından vergi gelirlerinin payı da bu bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Türkiye'nin sürekli olarak kalkınma bölgelerinde ekonomik faaliyet kurma çabalarına rağmen verilen teşvik ve destekler vergi harcamalarının artmasına neden olurken, elde edilen gelirler vergi gelirine dönüşmemektedir. Ayrıca kişi başına düşen

gelir düzeyindeki dengesizliğin de adaletsiz vergilendirmenin bir diğer nedeni olduğu söylenebilir.

Aşağıda düzenlenen Çizelge 3'te, Düzey 1 bölgelerine göre yüksek düzeyde vergi geliri elde edilen, orta düzeyde vergi geliri elde edilen ve düşük düzeyde vergi geliri elde edilen bölgeler diğer ekonomik, demografik, sosyokültürel özellikleri ile birlikte verilmiştir.

Çizelge 3. Düzey 1 Bölgelerinin Ekonomik ve Sosyo-Demografik Durumu

Düzey 1 Bölgeleri	**TR1-İstanbul TR4-Doğu Marmara TR3-Ege TR5-Batı Anadolu**	**TR6-Akdeniz TR2-Batı Marmara TR8-Batı Karadeniz TRC-Güneydoğu Anadolu**	**TR7-Orta Anadolu TR9-Doğu Karadeniz TRB-Ortadoğu Anadolu TRA-Kuzeydoğu Anadolu**
Vergi Geliri Toplam Payı	**84,75%**	**11,85%**	**3,40%**
İl Sayısı	20	32	29
GSYİH Payı (2021)	66,87%	24,04%	9,09%
Nüfus Yoğunluğu (2022)	51,18%	33,70%	15,12%
Kişi Başına Gelir (TL, 2021)	69.256	67.759	62.413
İhracat Oranı (2022)	20,37%	3,80%	0,83%
İthalat Oranı (2022)	21,03%	3,63%	0,34%
Tarımın Payı (2021)	35,58%	41,71%	22,71%
İmalat Sanayinin Payı (2021)	69,57%	24,82%	5,61%
Kamu Harcamaları Payı (2022)	55,17%	27,48%	17,35%
Kayıt Dışı İstihdam Oranı (2022)	22,54%	37,04%	53,89%
Aktif Sigortalı Oranı (2022)	34,16%	26,92%	24,37%
Kentleşme Oranı (2022)	75,81%	75,28%	65,56%
Okuma Yazma Oranı (2022)	98,34%	97,05%	96,13%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2023). İl Düzeyi Göstergeler. Erişim Adresi: https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr, Erişim Tarihi: 10/10/2023; Sosyal Güvenlik Kurumu (2023). SKG Veri Uygulaması. Erişim Adresi: https://veri.sgk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 10/10/2023; T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı (2023). İller İtibariyle Bütçe İstatistikleri. Erişim Adresi: https://muhasebat.hmb.gov.tr/genel-yonetim-butce-istatistikleri, Erişim Tarihi: 10/10/2023, yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapılan araştırmalara göre (Tekbaş & Dökmen, 2007; Ekici, 2009; Le, vd. 2012) vergi gelirleri bir bölgenin ekonomik, sosyokültürel, demografik gibi gelişmişlik göstergesi olarak bilinen değişkenlerin etkisine göre belirlenmektedir. Çizelge 3'te de görüldüğü gibi en yüksek vergi gelirine sahip bölgeler en az il sayısına sahip olmasına ekonomik, sosyokültürel, demografik göstergelerde de en yüksek düzeydedir. Göstergeler incelendiğinde bölgelerin vergi geliri kayıt dışı istihdam oranı ve tarımın payı ile ters orantılı iken diğer göstergeler doğru orantılı görünmektedir.

Çizelge 4. Düzey 1 ve Düzey 2 Bölgelerine Göre Vergi Tahsilat Oranı İstatistikleri

Düzey 1 ve Düzey 2 Bölgeleri	**Vergi Tahsilat Oranı**	**Standart Sapma**	**En Küçük**	**En Büyük**	**2008-2012**	**2013-2017**	**2018-2022**
Akdeniz	**77,85%**	**0,0727**	**61,62%**	**90,04%**	**80,15%**	**77,20%**	**76,19%**
Adana Alt Bölgesi	78,58%	0,1221	64,67%	90,04%	79,87%	77,22%	78,67%
Antalya Alt Bölgesi	75,46%	0,0362	63,05%	82,61%	78,19%	75,29%	72,89%
Hatay Alt Bölgesi	79,75%	0,0910	61,62%	88,93%	82,30%	79,10%	77,85%
Batı Anadolu	**77,49%**	**0,0235**	**67,68%**	**86,81%**	**80,88%**	**77,07%**	**74,50%**
Ankara Alt Bölgesi	79,87%	-	67,68%	86,81%	81,41%	82,32%	75,88%
Konya Alt Bölgesi	76,29%	0,0159	69,40%	83,39%	80,62%	74,44%	73,82%
Batı Karadeniz	**76,78%**	**0,0396**	**57,26%**	**90,21%**	**80,60%**	**74,97%**	**74,78%**

Kastamonu Alt Bölgesi	77,59%	0,0330	71,15%	84,79%	79,89%	76,35%	76,54%
Samsun Alt Bölgesi	75,18%	0,0493	62,23%	85,99%	79,94%	73,38%	72,22%
Zonguldak Alt Bölgesi	78,11%	0,0379	57,26%	90,21%	82,19%	75,71%	76,42%
Batı Marmara	**78,09%**	**0,0621**	**57,07%**	**88,72%**	**81,45%**	**77,73%**	**75,10%**
Balıkesir Alt Bölgesi	79,06%	0,0053	73,39%	88,05%	80,51%	78,02%	78,66%
Tekirdağ Alt Bölgesi	77,44%	0,0869	57,07%	88,72%	82,07%	77,53%	72,72%
Doğu Karadeniz	**79,14%**	**0,0409**	**68,59%**	**89,31%**	**81,81%**	**78,59%**	**77,02%**
Trabzon Alt Bölgesi	79,14%	0,0409	68,59%	89,31%	81,81%	78,59%	77,02%
Doğu Marmara	**74,08%**	**0,1000**	**51,32%**	**95,86%**	**76,64%**	**73,31%**	**72,29%**
Bursa Alt Bölgesi	75,05%	0,0774	55,13%	87,78%	79,98%	75,10%	70,08%
Kocaeli Alt Bölgesi	73,50%	0,1199	51,32%	95,86%	74,63%	72,23%	73,62%
Ege	**74,73%**	**0,0574**	**59,85%**	**91,91%**	**78,30%**	**73,74%**	**72,15%**
Aydın Alt Bölgesi	72,30%	0,0311	65,34%	82,10%	74,97%	70,92%	71,01%
İzmir Alt Bölgesi	87,48%	-	83,55%	91,91%	89,86%	87,46%	85,12%
Manisa Alt Bölgesi	73,36%	0,0280	59,85%	82,62%	77,90%	72,42%	69,76%
Güneydoğu Anadolu	**67,81%**	**0,0566**	**17,26%**	**83,99%**	**75,99%**	**67,93%**	**59,51%**
Gaziantep Alt Bölgesi	68,51%	0,0761	17,26%	82,20%	76,66%	70,88%	58,01%
Mardin Alt Bölgesi	67,26%	0,0677	44,82%	83,99%	75,87%	65,97%	59,93%
Şanlıurfa Alt Bölgesi	67,86%	0,0045	55,94%	81,79%	75,22%	67,44%	60,91%
İstanbul	**86,69%**	-	**82,43%**	**92,53%**	**89,78%**	**86,33%**	**83,95%**
İstanbul Alt Bölgesi	86,69%	-	82,43%	92,53%	89,78%	86,33%	83,95%
Kuzeydoğu Anadolu	**76,26%**	**0,0484**	**21,49%**	**86,18%**	**77,14%**	**76,75%**	**74,88%**
Ağrı Alt Bölgesi	74,89%	0,0580	21,49%	83,72%	75,45%	76,28%	72,94%
Erzurum Alt Bölgesi	78,08%	0,0334	73,10%	86,18%	79,40%	77,37%	77,48%
Orta Anadolu	**71,29%**	**0,0554**	**48,20%**	**89,48%**	**76,89%**	**70,09%**	**66,89%**
Kayseri Alt Bölgesi	68,76%	0,0878	48,20%	85,00%	74,44%	67,89%	63,94%
Kırıkkale Alt Bölgesi	72,81%	0,0275	55,83%	89,48%	78,36%	71,41%	68,66%
Ortadoğu Anadolu	**74,98%**	**0,1111**	**36,19%**	**92,16%**	**80,87%**	**72,30%**	**71,77%**
Malatya Alt Bölgesi	81,67%	0,0601	67,86%	92,16%	84,02%	81,32%	79,66%
Van Alt Bölgesi	68,29%	0,1151	36,19%	84,81%	77,73%	63,28%	63,87%
Türkiye Ortalaması	**84,06%**	**0,12109**	**80,05%**	**89,62%**	**87,01%**	**83,99%**	**81,17%**

Çizelge 4'e göre Türkiye'nin son 15 yılda toplam vergi tahsilat oranının ortalaması %84,06 olmuştur. Dönemsel olarak incelendiğinde, 2008-2012 döneminde %87,01, 2013-2017 döneminde %83,99 ve 2018-2022 döneminde ise %81,17 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre, ilk döneme nazaran ikinci dönemde %3,48, üçüncü dönemde %6,71 oranında düşüş meydan gelmiştir. Türkiye'nin vergi tahsilat oranındaki standart sapmasına göre bölgeler arası tahsilat oranında oldukça farklılaşmıştır.

Türkiye'de en yüksek ortalama tahsilat oranı, Ege bölgesi ve İzmir alt bölgesinden elde edilmektedir. İzmir ilinin tahsilat oranının son 15 yıldaki ortalaması %87,48 olmuştur. Ancak dönemlik verilere bakıldığında İzmir'in tahsilat oranının giderek azaldığı görülmektedir. İzmir ilini takip eden bölge ise %86,69 oranla İstanbul ili olmuştur. Dönemlik verilere göre İstanbul'un tahsilat oranı son 5 yılda ilk 5 yıla göre yaklaşık %6,5 oranında azalmıştır.

Tahsilat oranı açısından dikkat çeken bir durumda %81,67 tahsilat oranına sahip olan Ortadoğu Anadolu bölgesinde yer alan Malatya alt bölgesidir. Bu alt bölgenin ayrıntılı verileri

incelendiğinde, bölge illerinden Tunceli'nin %90 oranıyla Türkiye ortalamasının üzerinde bir tahsilat oranına sahip olduğu görülmektedir. Bölgedeki Bingöl ve Elazığ illerinin tahsilat oranları da birçok doğu bölgesi illerinden daha yüksektir. Bu durum, bölgede vergi uyumu, vergi ahlakı ve kültürünün yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Ortadoğu Anadolu bölgesinin diğer alt bölgesi olan Van alt bölgesi ise en düşük üçüncü tahsilat oranı ortalamasına sahiptir. Bu bölgenin standart sapması yüksek olduğu için alt verileri incelenmiştir. Buna göre bölgeyi oluşturan Van ve Hakkari illeri negatif yönde bölgeyi oluşturan diğer iller olan Bitlis ve Muş'tan ayrışmıştır. Van ve Hakkari illerinin tahsilat oranları yaklaşık %58'dir.Van ilinin 2011 yılında yaşamış olduğu depremin etkisi verilerden negatif olarak yansımıştır.

En düşük tahsilat oranına sahip bölge Güneydoğu Anadolu bölgesidir. Bu bölge aynı zamanda son 15 yıldaki en düşük değer olan %17,26 tahsilat oranına da sahiptir. Bu oran 2019 yılı için Kilis iline aittir. Gaziantep alt bölgesinde yer alan Kilis %58,90 oranla Türkiye'deki en düşük ortalama tahsilat oranına sahip ilimiz olmuştur. Bu ilin son beş yıldaki tahsilat ortalaması ise %31,46'dır. Bu durumun yoğun göç nedeniyle demografik yapının bozulması ve kayıt dışılığın buna bağlı olarak yükselmesinin bir yansıması olarak düşünülmektedir.

Güneydoğu Anadolu bölgesi bünyesinde Gaziantep, Diyarbakır ve Şanlıurfa gibi büyükşehirler barındırmasına rağmen özellikle son beş yıllık ortalama oranlar dikkate alındığında bölgedeki savaşların ve göçlerin etkisi ile birlikte kayıt dışılığın yükseldiği ve bununda vergi uyumunu azalttığı söylenebilir.

Tahsilat oranlarındaki düşüşü Türkiye ortalamasının altında kalan bölgeler en az düşen bölgeler Kuzeydoğu Anadolu, Akdeniz, Doğu Marmara, Doğu Karadeniz ve İstanbul bölgeleri olmuştur. Özellikle Kuzeydoğu Anadolu bölgesinin alt bölgesi olan Erzurum alt bölgesi Türkiye'nin doğu bölgesindeki vergi uyumu yüksek olan bölgelerden birisidir.

Tüm bunlar içerisinde en az azalma Adana alt bölgesinde %1,5 oranla olmuştur. Bu orandaki en yüksek pay Mersin ilinde yer alan limanın etkisi pozitif yönde olduğu tahmin edilmektedir.

Bölgesel tahsilat oranlılarının düşük veya yüksek olmasında bölgenin diğer ekonomik, demografik, sosyokültürel özellikleri gibi faktörler etkili olsa da, Rakıcı ve Aydoğdu'ya (2017: 234) göre tahsilat oranının yüksek olması bölgenin dolaylı vergi gelirleri ile kaynakta kesinti yoluyla elde edilen vergi gelirlerinin toplam vergi gelirleri içindeki payının yüksek olmasına, tahsilat oranının düşük olması ise vergi idaresinin etkisizliğine ve kayıt dışı ekonominin o bölgede yüksek olması nedenlerine bağlıdır.

Çizelge 5. Düzey 1 ve Düzey 2 Bölgelerine Göre Kişi Başına Düşen Vergi Geliri

Düzey 1 ve Düzey 2 Bölgeleri	Kişi Başına Düşen Vergi Geliri	2008-2012	2013-2017	2018-2022
Akdeniz	**₺ 3.498,56**	**₺ 1.272,63**	**₺ 2.329,90**	**₺ 6.893,15**
Adana Alt Bölgesi	₺ 5.509,78	₺ 1.955,57	₺ 3.464,69	₺ 11.109,07
Antalya Alt Bölgesi	₺ 2.516,44	₺ 1.106,61	₺ 1.992,27	₺ 4.450,43
Hatay Alt Bölgesi	₺ 3.139,87	₺ 983,36	₺ 1.911,00	₺ 6.525,25
Batı Anadolu	**₺ 6.085,07**	**₺ 2.471,03**	**₺ 4.480,91**	**₺ 11.303,27**
Ankara Alt Bölgesi	₺ 13.971,00	₺ 5.806,10	₺ 10.313,76	₺ 25.793,15
Konya Alt Bölgesi	₺ 2.142,10	₺ 803,49	₺ 1.564,48	₺ 4.058,33

Batı Karadeniz	**₺ 2.375,27**	**₺ 862,04**	**₺ 1.592,78**	**₺ 4.670,98**
Kastamonu Alt Bölgesi	₺ 1.537,23	₺ 645,78	₺ 1.161,32	₺ 2.804,59
Samsun Alt Bölgesi	₺ 1.753,09	₺ 706,50	₺ 1.345,17	₺ 3.207,59
Zonguldak Alt Bölgesi	₺ 4.042,88	₺ 1.285,68	₺ 2.354,40	₺ 8.488,56
Batı Marmara	**₺ 3.754,88**	**₺ 1.528,54**	**₺ 2.624,76**	**₺ 7.111,33**
Balıkesir Alt Bölgesi	₺ 3.010,99	₺ 1.116,77	₺ 1.977,63	₺ 5.938,57
Tekirdağ Alt Bölgesi	₺ 4.250,80	₺ 1.803,05	₺ 3.056,19	₺ 7.893,17
Doğu Karadeniz	**₺ 2.047,12**	**₺ 834,66**	**₺ 1.539,94**	**₺ 3.766,75**
Trabzon Alt Bölgesi	₺ 2.047,12	₺ 834,66	₺ 1.539,94	₺ 3.766,75
Doğu Marmara	**₺ 7.641,34**	**₺ 3.506,99**	**₺ 5.777,02**	**₺ 13.639,99**
Bursa Alt Bölgesi	₺ 3.890,86	₺ 1.614,68	₺ 2.849,61	₺ 7.208,27
Kocaeli Alt Bölgesi	₺ 9.891,62	₺ 4.642,37	₺ 7.533,47	₺ 17.499,02
Ege	**₺ 4.262,27**	**₺ 1.684,63**	**₺ 3.057,71**	**₺ 8.044,47**
Aydın Alt Bölgesi	₺ 3.099,19	₺ 1.248,36	₺ 2.118,76	₺ 5.930,44
İzmir Alt Bölgesi	₺ 16.537,55	₺ 6.372,15	₺ 12.057,19	₺ 31.183,30
Manisa Alt Bölgesi	₺ 2.065,76	₺ 839,94	₺ 1.512,05	₺ 3.845,29
Güneydoğu Anadolu	**₺ 1.287,82**	**₺ 439,49**	**₺ 905,48**	**₺ 2.518,51**
Gaziantep Alt Bölgesi	₺ 1.788,46	₺ 549,34	₺ 1.146,66	₺ 3.669,40
Mardin Alt Bölgesi	₺ 998,49	₺ 371,20	₺ 757,18	₺ 1.867,08
Şanlıurfa Alt Bölgesi	₺ 1.115,53	₺ 411,28	₺ 840,30	₺ 2.095,02
İstanbul	**₺ 20.152,85**	**₺ 8.028,39**	**₺ 14.512,91**	**₺ 37.917,24**
İstanbul Alt Bölgesi	₺ 20.152,85	₺ 8.028,39	₺ 14.512,91	₺ 37.917,24
Kuzeydoğu Anadolu	**₺ 1.147,21**	**₺ 424,01**	**₺ 875,25**	**₺ 2.142,37**
Ağrı Alt Bölgesi	₺ 986,43	₺ 328,28	₺ 738,92	₺ 1.892,10
Erzurum Alt Bölgesi	₺ 1.361,58	₺ 551,64	₺ 1.057,03	₺ 2.476,07
Orta Anadolu	**₺ 1.878,85**	**₺ 874,56**	**₺ 1.480,10**	**₺ 3.281,88**
Kayseri Alt Bölgesi	₺ 1.997,63	₺ 810,21	₺ 1.499,19	₺ 3.683,50
Kırıkkale Alt Bölgesi	₺ 1.807,58	₺ 913,18	₺ 1.468,65	₺ 3.040,90
Ortadoğu Anadolu	**₺ 1.155,04**	**₺ 429,91**	**₺ 873,55**	**₺ 2.161,67**
Malatya Alt Bölgesi	₺ 1.474,30	₺ 570,15	₺ 1.142,27	₺ 2.710,47
Van Alt Bölgesi	₺ 835,78	₺ 289,67	₺ 604,82	₺ 1.612,87
Türkiye Ortalaması	**₺ 8.340,32**	**₺ 3.298,92**	**₺ 6.024,24**	**₺ 15.697,80**

Kişi başına düşen ortalama vergi geliri verilerine göre Kocaeli yılda 37.079 TL ile ilk sırada yer alırken ilin bulunduğu Kocaeli alt bölgesinin diğer illerin de etkisiyle bölgesel kişi başına düşen vergi geliri yaklaşık 9.900 TL'de kalmıştır. Çizelgeye göre bölgesel bazda ilk sıra İstanbul ilinindir. İstanbul'u 16.537 TL ile İzmir, 13.791 TL tutarla da Ankara illeri takip etmektedir. Bu illerde kişi başına düşen vergi geliri, Türkiye ortalamasının 4,45 katı düzeyinde gerçekleşti. Bu bölgeleri sırasıyla Akdeniz, Batı Karadeniz ve Doğu Karadeniz bölgeleri takip etmektedir. Çizelgeye göre Van, Mardin, Ağrı alt bölgelerinin kişi başına düşen vergi gelirleri ise 1.000 TL'nin altında kalmıştır.

Kişi başına düşen vergi gelirini en fazla artıran bölgeler Gaziantep, Hatay ve Zonguldak alt bölgeleri olurken, en az artıran bölgeler ise Kırıkkale, Kocaeli ve Antalya alt bölgeleri olmuştur. En yüksek vergi payına sahip İstanbul'un kişi başına düşen vergi geliri artışı ise 3,72 kat olmuştur.

4. SONUÇ

Ülkelerin vergi yapısı, ekonomik durumları, gelişmişlik düzeyleri ve sosyal yapıları ile önemli bir ilişkiye sahiptir. Tüm bu ilişkiler vergilendirme kaynağı üzerinde de doğrudan bir etki yaratarak bölgesel vergi performansının farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'nin vergi performansındaki bölgesel farklılığı ortaya koymak adına toplanan verilerle birlikte 2008-2022 dönemlerine ait betimleme analizi yapılmıştır. Analizde Türkiye'nin İstatistiki Bölge Birimleri olan Düzey 1 ve Düzey 2 bölgelerinin vergi gelirleri, vergi tahsilat oranları ve kişi başına düşen gelirleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre öncelikle tüm veriler arasında heterojenlik tespit edilmiştir. Türkiye bölgeler arasında ekonomik gelişmişlik farklılıkların yoğun yaşandığı bir ülke konumundadır. Bu durum genel olarak vergi göstergeleri için de geçerli olmuştur. Çalışmada elde edilen sonuca göre ülkenin batı bölgesinde vergi göstergeleri diğer bölgelerden daha öndedir. Ancak bu sonuç ülkenin batı bölgelerinin doğu bölgelerine daha iyi bir performans gösterdiği anlamına gelmemektedir. Bu durum vergilemede adalet ilkesi ile bağdaşmamaktadır. Buna göre bölgesel olarak aynı ödeme gücüne sahip kişilerin vergi yükümlülüğünün de aynı olması beklenmektedir. Çalışmada incelenen göstergelerin özellikle standart sapmalarının yüksekliği adil dağılımın olmadığını ortaya çıkarmıştır.

Vergi gelirleri açısından sonuçlar incelendiğinde Türkiye'nin vergi gelirlerinin %78'nin İstanbul, Kocaeli, Ankara ve İzmir bölgelerinden elde edildiği, kalan %26 nın ise diğer bölgelerden elde edildiği tespit edilmiştir. Bu dört bölgenin gelişmişlik seviyesi diğer bölgelerin çok üstündedir. Örneğin dört bölgenin kişi başına geliri diğer bölgelerin 1,19 katı, aynı şekilde gayrisafi yurt içi hasılası da 1,10 katıdır. Bu oranlara göre dört bölgedeki mükelleflerin vergi ödeme gücü diğer bölgelere göre daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuca göre hükümetlerin aldığı kararların etkisi ödeme gücü daha fazla olan batı bölgelerini, doğu bölgelerine göre daha az yükümlülük açısından daha az etkilemektedir. Burada vergilemede dikey adalet sistemi mevcuttur.

Vergi tahsilatı açısından çalışmada elde edilen sonuca göre Düzey 1 seviyesinde tüm bölgelerin oranlarında düşüş tespit edilmiştir. Özellikle Ortadoğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin alt bölgelerinde bu düşüş diğerlerinden daha fazla olmuştur. Burada bölgelerin ekonomik gelişmişlik seviyelerinin düşük olması, kayıt dışı istihdamın yüksekliği ve eğitim seviyesinin düşüklüğünün vergi tahsilat oranlarını da düşürdüğü söylenebilir. Bunun dışında Irak ve Suriye sınırı bölgesindeki karışıklıkların bölgeyi etkilediği de değerlendirilebilir.

Kişi başına düşen vergi geliri açısından incelendiğinde ise çdeme gücünün artmasıyla birlikte kişi başına düşen vergi gelirlerinin de arttığı, son üç yılda ise diğer dönemlerden daha hızlı arttığı tespit edilmiştir. Burada özellikle kişi başına vergi yükü açısından incelendiğinde Ankara ve İstanbul bölgelerinin %50'yi aştığı; Konya, Samsun, Malatya, Erzurum, Mardin, Ağrı, Şanlıurfa ve Van alt bölgelerinin ise %5'i geçmediği bir durum oluşmuştur.

Gelişmekte olan ülkelerde vergi gelirlerinin belirli bir bölgede toplanma özelliği kronik problemlerden birisi olarak söylemek mümkündür. Bu özellikle ülkenin ekonomik, demografik, sosyokültürel, eğitim ve teknolojisi alt yapısı ile ilgili olduğu gibi, hükümetlerin uyguladıkları politikalar sonucu da gelirin belirli bir bölgede toplanması sonucu oluşmaktadır. Araştırma sonuçları, Türkiye'de vergi kültürü ve vergi uyumu iyi olan bölgelerin bulunduğu ancak

ekonomik kabiliyetleri nedeniyle vergi göstergelerinin hâlâ düşük olduğu belirtiliyor. Bu alanların ekonomik kapasitelerini geliştirecek ve dolayısıyla vergi kapasitelerini artıracak politikalara ihtiyaç vardır. Özellikle batı bölgesinde sanayileşmenin ülkenin diğer bölgelerine yayılması, vergi yükünün de diğer bölgelere kaydıracak ve diğer bölgelerde vergi kültürünü geliştirecektir.

KAYNAKÇA

Akar, S. (2013). Vergi Gelirlerinin Esnekliği ve İstikrarı: Merkezi Bütçe Sınıflandırmasına Dayalı Ampirik Bir Analiz. *Maliye Dergisi, 165,* 27-37.

Aizenman, J., Jinjarak, Y., Kim, J., & Park, D. (2015). *Tax revenue trends in Asia and Latin America: A comparative Analysis (No. w21755)*. National Bureau of Economic Research.

Asrat, A. A., & Olubusoye, O. E. (2009). A Comparison of Alternative Estimators of Macro-Economic Model of Ethiopia. *Ethiopian Journal of Economics, 18*(1), 70-98.

Aykın, H. (2018). *Vergi Gelirlerinde Tahsilat/Tahakkuk Oranında Trend Ne Yönde? (1970-2017 Dönemi)*. Erişim Adresi: https://vergidosyasi.com/2018/09/24/vergi-gelirlerinde-tahsilat-tahakkuk-oraninda- trend-ne-yonde-1970-2017-donemi/, Erişim Tarihi: 18/09/2023

Ay, Ş. (2021). Vergi Tahakkuk/Tahsil Oranları Üzerine Bir Değerlendirme. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 6*(2), 40-53.

Çadırcı, Ç. & Kaya, L. (2023). Türkiye'de Kentleşmenin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi: 1972-2021 Dönemi İçin Bir İnceleme. *Journal of Economics and Administrative Sciences, 24*(4), 595-604.

Çelikay, F., & Doğankollu, A. (2023). Türkiye'de Mali Af Programlarının Vergi Sistemi Üzerindeki Etkileri. *Maliye Çalışmaları Dergisi-Journal of Public Finance Studies, 2023; 69,* 71-98

Çobanoğulları, G., & Eroğlu, E. (2018). *Maliye Politikası Çerçevesinde Türkiye'de Bölgesel Gelir Dağılımının Vergi Tahsilatı Açısından Değerlendirilmesi*. 2.Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi.

Edizdoğan, N., & Gümüş, E. (2013). Vergi Afları ve Türkiye'de Vergi Aflarının Değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi, 164,* 99-119.

Ekici, M., S. (2009). Vergi Gelirlerini Etkileyen Ekonomik ve Sosyal Faktörler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(30), 200-223.

Gelir İdaresi Başkanlığı (2023). *Bütçe Gelirleri İstatistikleri*. Erişim Adresi: https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, Erişim Tarihi: 10/10/2023

Gupta, P. (2015). *Generating Larger Tax Revenue in South Asia*. MPRA Paper No. 61443, The World Bank.

Karabulut, R., & Şeker, K. (2018). Belirlenmiş Değişkenlerin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi: Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23*(3), 1049-1070.

Kelly, R. (2000). Designing a Property Tax Reform Strategy for Sub-Saharan Africa: An Analytical Framework Applied to Kenya. *Public Budgeting & Finance, 20*(4), 36-51.

Le, T. M., Moreno-Dodson, B., & Bayraktar, N. (2012). *Tax capacity and tax effort: Extended cross-country analysis from 1994 to 2009*. World Bank Policy Research Working Paper, (6252).

Mascagni, G., Moore, M., & McCluskey, R. (2014). *Tax Revenue Mobilistation In Developing Countries: Issues and Challenges*. European Union (Belgium).

OECD (2023). *Tax Revenue*. Erişim Adresi: https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/tax-revenue/indicator/english_d98b8cf5-en, Erişim Tarihi: 15/10/2023.

Ömür, Ö. M., & Bellikli, U. (2019). Vergiye Gönüllü Uyumu Etkileyen Sosyal Faktörlerin Vergi Tahsilat Oranları ile İlişkisi: Doğu Karadeniz Bölgesindeki Seçilmiş İllerde Bir Araştırma. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 17*(2), 241-266.

Ömür, Ö. M. (2020). *Türkiye'de Kamu Yatırım Harcamalarında Verimliliğin Bölgesel Bazda Toplam Vergi Hasılatı ile Karşılaştırmalı Analizi*. Bursa Uludağ Üniversitesi, Doktora Tezi, Bursa.

Öztürk, Ö. F., Şaşmaz, M. Ü., Bayar, Y., & Odabaş, H. (2019). Türkiye'de Başlıca Ekonomik Değişkenlerin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi: Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi. *Sayıştay Dergisi, (115),* 37-53.

Rakıcı, C., & Aydoğdu, C. (2017). 2000 Yılı Sonrası Türkiye'de Vergi Performansının Değerlendirilmesi. *Sosyoekonomi, 25*(33), 221-239.

Sağbaş, İ., & Saruç, N., T. (2014). *Türkiye'de Bölgesel Vergi Yüküne Formül Yöntemiyle Vergi Tahsisi ile Farklı Bir Bakış*. 29. Türkiye Maliye Sempozyumu, Antalya, s. 505-517.

Sağdıç, E., N., (2019). Vergi Gelirlerini Belirleyen Faktörlerin Bölgesel Analizi: Türkiye Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 60,* 155-178.

Sosyal Güvenlik Kurumu (2023). *SKG Veri Uygulaması*. Erişim Adresi: https://veri.sgk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 10/10/2023.

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı (2023). *İller İtibariyle Bütçe İstatistikleri*. Erişim Adresi: https://muhasebat.hmb.gov.tr/genel-yonetim-butce-istatistikleri, Erişim Tarihi: 10/10/2023.

Tekbaş, A., & Dökmen, G. (2007). Türkiye'de Vergi Yükünün Bölgesel Dağılımı. *Maliye Dergisi, 153,* 195-214.

Türkiye İstatistik Kurumu (2023). *İl Düzeyi Göstergeler*. Erişim Adresi: https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr, Erişim Tarihi: 10/10/2023.

Yılmaz, C., Y. (2014). *İllerin İBBS 3. Düzeye Göre Bölgesel Etkinlik Ölçümü ve Mekansal Komşuluğun İncelenmesi*. Yayınlanmammış Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.

YAPAY ZEKA VE DİJİTALLEŞMEDEKİ GELİŞMELERİN MUHASEBE MESLEĞİNİN GELECEĞİNE ETKİLERİ ÜZERİNE TEORİK BİR ÇALIŞMA

Öğr.Gör. Memiş KARAER
Selçuk Üniversitesi, - ORCID ID:0000-0001-5187-3790
Doç.Dr. Ali Antepli
Selçuk Üniversitesi, - ORCID ID:0000-0001-9939-2443

ÖZET

Dünyada ki teknolojik gelişmeler bütün sektörler tarafından yakından takip edilmektedir. Endüstri 4.0 ile de hız kazanan teknolojik gelişmeler sadece iş dünyasında değil, insan yaşamlarında da değişiklere neden olmaya başlamıştır. Bilgisayarın yaygınlaşması ve özellikle internetin tüm dünyada hızla kullanılmaya başlamasıyla birlikte gelişmeler hız kazanmıştır. Yapay zeka da bilgisayarın ve internet ağlarının hızla gelişmesiyle birlikte gündemde ki yerini almıştır. İnsanların uzun zamandır, özellikle akıllı robot yapma istekleri yapay zeka ile gelişmektedir. Belki ilk çıkış noktası akıllı robot yapımında kullanılmak üzere düşünülen yapay zeka farklı bir çok alanda da karşılık görmüştür.İş hayatında ve çok farklı sektörlerde de yapay zeka kullanımları çeşitli kolaylıklar sağlamaktadır. Belki de gelecekte ki bir çok mesleği de tehdit etmektedir. 2000'li yıllardan beri dijitalleşen dünyada muhasebe mesleği de yerini almıştır. Günümüzde, bilişim teknolojilerdeki gelişim, yapay zeka ve otomasyon, internet ve sosyal medya ağları üzerinden büyük hacimli ve çok çeşitli bilgiyi hızlı bir şekilde elde etme olanağına sahip olma, her alanda olduğu gibi muhasebe ve denetim uygulamalarını da etkilemekte ve muhasebe mesleğinde yeni yeteneklere sahip olmayı gerekli kılmaktadır. Yapay zekanın da muhasebe uygulamalarına ve muhasebe denetimine etkileri nasıl olacaktır. Muhasebe meslek mensuplarını yapay zeka ne kadar tehdit etmektedir. Bu çalışmamızda bu konular üzerine bir araştırma yaparak dijitalleşme ve yapay zekanın muhasebe mesleğine olumlu ve olumsuz etkilerini ortaya koymaya çalıştık.

Anahtar Kelimeler : Yapay Zeka, Muhasebe Mesleği, Muhasebe

A THEORETICAL STUDY ON THE EFFECTS OF DEVELOPMENTS IN AI AND DIGITALIZATION ON THE FUTURE OF THE ACCOUNTING PROFESSION

ABSTRACT

Technological developments in the world are closely followed by all sectors. Technological developments, which accelerated with Industry 4.0, have begun to cause changes not only in

the business world, but also in human lives. With the widespread use of the computer and especially the rapid use of the internet all over the world, the developments have accelerated. Artificial intelligence has also taken its place on the agenda with the rapid development of computers and internet networks. People's desire to make smart robots has been developing with artificial intelligence for a long time. Perhaps the first point of departure is artificial intelligence, which was thought to be used in the construction of smart robots, and it has received a response in many different fields. The use of artificial intelligence in business life and in many different sectors provides various conveniences. Perhaps it also threatens many future professions. The accounting profession has taken its place in the digitalized world since the 2000s. Today, the development in information technologies, artificial intelligence and automation, having the opportunity to quickly obtain large volumes of information through the internet and social media networks affect accounting and auditing practices as in every field, and it is necessary to have new skills in the accounting profession makes it. How will artificial intelligence affect accounting practices and auditing. How much does artificial intelligence threaten accounting professionals? In this study, we tried to reveal the positive and negative effects of digitalization and artificial intelligence on the accounting profession by conducting a research on these issues.

Keywords : Artificial Intelligence, Accounting Profession, Accounting

1.GİRİŞ

Muhasebe çok uzun bir geçmişe sahip bir bilim ve meslektir. Çok eskilerden kil tabletler üzerinde tutulan muhasebe kayıtları artık bilgisayarlar ve programları sayesinde dijital ortamlarda kaydediliyorlar. Gelişen dünyadan her meslek grubu etkilendiği gibi muhasebe meslek grubu da etkilenmektedir. Ticari ve ekonomik alanlarda ki gelişmeler muhasebe mesleğinin de kendini hızlı bir şekilde geliştirmesine neden olmuştur. Ticari hayatın bir çok yerinde bilgisayarların kullanılmaya başlaması ve internetin her geçen gün giderek yaygınlaşması bir çok yeniliği de beraberinde getirmiştir. Özellikle 2000 yılından sonra internetin dünyada ve ülkemizde çok hızlı yaygınlaşması bir çok uygulamanın internet üzerinden gerçekleştirilmesini sağlamıştır.

Devletlerin ve kurumların E-dönüşüm sürecine girmesiyle birlikte, muhasebe alanında da bir çok işlem dijital ortamlar da yapılmaya başlanmıştır. Bu uygulamaların ilk başlangıçları ise kamu kurumlarına aylık, üç aylık ve yıllık verilmesi gereken beyannamelerin artık internet ortamında gönderilmeye başlamasıyla olmuştur. Bu uygulamalar ile muhasebe meslek mensuplarının yükleri büyük ölçüde azalmıştır.

Dijitalleşmenin yanında konuşulmaya başlayan başka bir terimde yapay zeka olmuştur. Yapay zeka kavramı her ne kadar 1950'li yıllardan beri kullanılmakta olsada; 2000 yılından sonra daha çok gündemi meşgul etmiştir. Yapay zeka ve dijitalleşmeyle birlikte muhasebe mesleği ne kadar kolaylaşacaktır veya hataları ne kadar minimize edilecektir. Doğru tanımlamaları ve verileri kaydederek yapay zeka ve dijitalleşme yardımıyla muhasebe mesleğinin yükü biraz daha azalacağı kanısındayız. Meslek mensubunu tamamen ortadan kaldırma gibi bir durum söz konusu olmazken, teknolojiyi daha iyi kullanabilicek meslek mensuplarına ihtiyaç vardır. Meslek mensupları kendilerini çağın kurallarına göre geliştirmeleri gerekmektedir. Muhasebe meslek eğitimi veren kurumlarda teknolojik gelişmelere göre müfredatları yenilemeleri ve öğrencileri yapay zeka ve dijitalleşmeye göre hazır hale getirmeleri gerekmektedir. Bu hazırlanan çalışmada yapay zeka, dijitalleşme ve bu oluşumların muhasebe mesleğine etkileri üzerine dikkat çekmeye çalışılmıştır.

2. YAPAY ZEKA

Yapay Zekânın (YZ) öncüsü John McCarthy'ye göre, " Akıllı makineler, özellikle akıllı bilgisayar programları yapma bilimi ve mühendisliğidir". Yapay zekâ, bilgisayar kontrollü bir robotun, bir bilgisayarın veya herhangi bir yazılımın insanlar gibi düşünüp karar verebilme biçimidir.Yapay zeka olaylar karşısında nasıl hareket edeceğini insanların düşünce tarzlarına göre yorumlayarak karar vermektedir. Yapay zekanın temel amaçları akıllı davranışlar sergileyen, öğrenen, gösteren, açıklayan ve kullanıcılarına tavsiyelerde bulunan uzman sistemler yaratmak ve insan zekâsına benzer şekilde anlayan, düşünen, öğrenen ve davranan makine sistemleri oluşturmaktır(Varol,2023:170). Yapay zekâ çalışmalarında, bilgi teknolojisi anlamında ileri derecede gelişmiş donanım ve yazılımlar kullanılmak suretiyle insanlar tarafından yapılan mantık yürütme faaliyetleri, algoritmalar yardımıyla bilgisayar üzerinde çalışan sistemlerle ve makinelerle hayata geçirilmektedir (Sevim ve Bülbül, 2017: 7).

Yapay zekâ, bilim ve mühendislikteki en yeni alanlardan biri olarak bilinse de yapay zekâ teknolojilerine ilişkin ilk ciddi çalışmaların 1950'li yıllara dayandığını söylemek mümkündür. Turing tarafından bir makinenin düşünebildiğini söylemenin mantıksal olarak mümkün olup olmadığının ortaya koyulması amacı ile yapılan test, yapay zekâ teknolojileri açısından bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Turing Testi'nde yazılı sorulara verilen yazılı yanıtlar bir insan tarafından sorgulanıyor ve yanıtların bir bilgisayar tarafından mı yoksa bir insan tarafından mı verildiği saptanmaya çalışılıyor. Eğer testin sonucunda yanıtların bir bilgisayar ya da insan tarafından verilip verilmediği anlaşılmıyorsa bilgisayar testi geçmiş sayılıyor. Turing, çalışmasında "yapay zekâ" terimini kullanmasa da düşünebilen bilgisayarların sahip

olması gereken yetenekler hakkında fikir vermiştir. Bu noktada yapay zekâ açısından bir bilgisayarın sahip olması gereken temel yetenekler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Russell & Norvig, 2016:2):

- Başarılı bir şekilde iletişim sağlamak için doğal dil işleme
- Bildiklerini veya duyduklarını depolama için bilgi gösterimi (sunumu)
- Soruları yanıtlamak, bilgileri kullanmak ve yeni sonuçlar çıkarmak için otomatik muhakeme
- Yeni koşullara uyum sağlamak, kalıpları tespit etmek ve tahmin etmek için makine öğrenimi

3. DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Özellikle milenyum çağı olan, 21. yüzyılla birlikte daha çok etkili olan teknolojik gelişmeler, toplum yaşamını etkilemektedir. Geleneksel olarak yapılan işleri kolaylaştırmakta ve yeni iş modellerinin gelişmesine yol açmaktadır. Teknoloji çağı olarak da anılan bu dönemde "dijitalleşme" ön plana çıkmıştır.

Dijitalleşme, basit bir ifadeyle manuel olarak işlenen bilgilerin, bilgisayar ve dijital ortamlar aracılığı ile işlenmesi ve takip edilmesi olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle dijitalleşme, gerçek verilerin fiziksel bir yere bağlı olmadan sunulabilmesi biçimidir. Dijitalleşme alanında meydana gelen gelişmeler günümüzde insanların yaşamını, kişilerin dünyasını ve mesleklerin işleyişini, yeniden tasarlanması ve inşa edilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Dijital sistemlere uyum, bulunduğumuz zamanın zorunluluğu haline gelmiştir (Azaltun, Kurnaz ve Tekbaş, 2018).

Günümüzde yaşanan değişim ve gelişmeler hayatımızın büyük alanında çok büyük etkilere sebep olmuştur. Bütün insanlar zamana ayak uydurabilmek amacıyla yaşanan bu yeniliklerin bir parçası olmaktadır.

İnsanlığın yaradılışından günümüze kadar meydana gelen değişim ve gelişimin hızını göz önünde aldığımızda, özellikle 2000'li yıllar sonrası bu hızın çok daha fazla arttığını görmekteyiz. (Yücel ve Adiloğlu, 2019)

Dünyada ki bu değişim görülmemiş bir hıza ulaşmıştır. Bu değişim bilgi toplumu olarak adlandırılan bir kavramı da beraberinde getirmiştir. Günümüz bilgi toplumlarında başarıyı daha çabuk elde edebilmek için güncel bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun içinde sürekli bir değişim ve ilerleme içinde olan teknolojinin devamlı takip edilmesi gerekmektedir. Kişilerin ve işletmelerin zamana ayak uydurabilmeleri için çağdaş bilgi teknolojilerini ve iletişim tekniklerini bilmeleri ve bunları akıcı bir şekilde kullanabilmeleri gerekmektedir. Teknoloji

artık insan yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelerek, dünya üzerinde ki coğrafi sınırları da kaldırmıştır. Teknoloji sayesinde, küresel anlamda hızlı bir şekilde bilgiye ulaşabilmek çok daha kolay hale gelmiştir (Azaltun vd., 2018).

3. MUHASEBE MESLEĞİ

13.06.1989 yılında yürürlüğe giren 3568 sayılı meslek yasası ile birlikte muhasebe mesleğinin ciddiyeti ve önemi artmaya başlamıştır. Muhasebe mesleğinin en önemli özellikleri dürüstlük, güvenirlik ve tarafsızlıktır. Muhasebe meslek mensupları topluma ve devlete karşı da sosyal sorumluluk bilinciyle mesleklerini yapmak zorundadır. İş sahipleri olan işletmelere karşıda sorumluluk duygusuyla dürüst, doğru ve güvenilir kişiler olmaları gerekmektedir. Bu nedenlerden dolayı ruhsat sahibi olmayan kişilerin mesleki faaliyette bulunmalarına izin verilmemeye başlanmıştır. Muhasebe mesleğini etik kurallara uyan sosyal sorumluluklarını bilen ve dürüst güvenilir kişiler tarafından belirli standartlarda yürütülmesi hedeflenmiştir. Muhasebe eğitimi verilen okullar da ve staj uygulamasından dolayı mesleğe adım atacak kişiler buralarda mesleğin krititilerini öğrenmiş oluyorlar. Bu sayede mesleki kalite de daha fazla yükselmiş oluyor (Civan & Yıldız,2003:18).

20. yüzyılın başlarında muhasebe konusunda önemli gelişmeler yaşanmıştır. Alman Profesör Schmalenbach tarafından 1919 yılında yapılan çalışmalarda, hesapların yeni bir tasnife tabi tutulduğu görülmektedir. Bu tasnifin bugünkü hesap planlarının oluşturulmasına dayanak olduğu anlaşılmaktadır. Son yıllarda ise dijital çağın gereksinimlerine ayak uyduran muhasebe, bilgisayar destekli paket programların devreye girmesiyle teknolojik bütünleşmeye dönüşmüştür(Antepli,2020:27)

Bilgisayar ve paket programları, bugün artık faaliyetlerin her aşamasında muhasebe meslek mensupları tarafından en üst düzeyde kullanılmaktadır. Örneğin; Faturaların kaydedilmesi, borç ve alacakların izlenmesi, beyannamelerin düzenlemesi, stokların takibi, mali tabloların düzenlenmesi, analizi ve ihtiyaç duyulan raporların hazırlanması gibi birçok alanda muhasebe meslek mensupları muhasebe paket programlarından faydalanmaktadır (Çetin ve Eren: 2015).

Bütün bu gelişmeler neticesinde muhasebe mesleği de gelişen çağa ayak uyduruyordur. Özellikle teknolojik ve dijital gelişmeler muhasebe mesleğini de oldukça geliştirmiştir(Antepli,: 2018). Öncesinde birçok işlem fiziki ve matbu olarak gerçekleşirken artık dijital ortamda çok daha rahat ve hızlı bir şekilde halledilebiliyor. Bilgisayar ve internet ağının çok yaygınlaşması ve devletlerinde bu gelişmelere ayak uydurması sonucunda muhasebe işlemleri neredeyse tamamen dijital ortama taşınmış durumda diyebiliriz (Temelli, 2018).

4. YAPAY ZEKA VE MUHASEBE

Yapay zekâ kavramı artık günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Örnek vermek gerektiğinde, Amazon şirketinin kasiyersiz olan marketleri, ünlü birçok mağazanın yapay zekâ satış danışmanları, yapay zekâ avukatlar, yargıçlar, cerrahlar, televizyon sunucuları ve son olarak yapay zekâ öğretim üyesi gibi örnekler ile karşılaşılmaya başlanılmıştır (Yücel ve Adiloğlu, 2019: 49). Böylelikle yapay zekâ, insanın olduğu her an her yerde insanın yerini artık alabilmektedir. Muhasebe mesleği de tüm bunlara paralel olarak etkilenmeden payını almaktadır (Gacar, 2019: 391).

Tüm bu verilen örnekler, yapay zekânın her mesleği ve her meslekte faaliyet göstermekte olan iş görenleri etkileyebilecek kadar güçlü olduğunu kanıtlar niteliktedir. Gelişmelerin tümü elbette akıllarda soru işareti oluşturmaktadır. Bunlardan ilki de borçlu-alacaklı hesapların işlenmesi, tedarikçi seçimi, satın alma, hesapların kapatılması, gider yönetimi ve denetimler gibi işlemleri yapan yazılımların ortaya çıkması durumunda ‘‘Muhasebe Mesleğine Ne Olacak?’’ tam da bu konu üzerinde çalışılması gereklilik arz etmektedir (Serçemeli, 2018: 377). Sonrasında ise muhasebe profesyonellerinin çağın yeniliklerine uyum sağlaması gerekmektedir (Üçoğlu, 2020: 20). Yapay zekâ konusunun gelecek için soru işaretleri oluşturan bir konu halini alması bu konuda yürütülen birçok fikir ve görüşlerin ortaya çıkmasına ve tartışılmasına neden olmuştur.

Google Çin’in kurucu başkanı Lee bu konu hakkında şunları belirtmiştir; muhasebe mesleğinin geçmişi çok eskilere dayanmaktadır. Gelişerek değişen teknoloji ile birlikte sadece muhasebe mesleğinin işleyiş tarzı değişmiştir. Yapay zekânın muhasebe alanında verimli olacağı düşünülebilir çünkü insandan kaynaklanabilen hataları minimum düzeye indirebilir. sıfıra indirme ihtimalinin üzerinde durulmama sebebi ise algoritmayı yazanda sonuç olarak bir insandır. Diğer bir taraftan, olumlu yönleri üzerinde durulduğunda denetimleri sağlıklı ve hızlı bir hale getirebilecektir. Raporlayarak analiz etme, sınıflandırıp işleme gibi algoritmalar ile muhasebedeki iş yükünü hafifletebilecektir. Ama yine de yapay zekâ muhasebe mesleğini hiçbir zaman yok edebilecek nitelikte değildir şeklinde görüşlerini paylaşmıştır. (Yardımcıoğlı&Çıtak,2020:347)

5. DİJİTAL MUHASEBE

Dijital dönüşüm; geleneksel iş modellerini etkilemiş, değişen müşteri ve çalışanların ihtiyaçlarını karşılayabilmek için dijital işletmelere dönüşmüştür. Organizasyonlar, müşteriler ve rekabet koşulları hakkında daha çok bilgiyi saklamak ve analiz etmek için daha büyük veri kullanıldıkça, alışveriş gibi pazarlama faaliyetleri de daha çok özelleşmiştir. Dijital değişimin

iş dünyası için getirdiklerine bakacak olursak; - Büyük veri, (Big Data) - Dijital analiz, - Bulut Bilişim, - E- Fatura, E- Dönüşüm, - Siber Güvenlik, - Endüstri 4-0, 5-0, - Yeni nesil ERP, - Nesnelerin İnterneti, gibi kavram ve oluşumlar iş modellerini etkilemiştir. Çeşitli alanlarda görülen bu değişim, muhasebe ve denetim uygulamalarını da etkilemiştir (Akdoğan ve Akdoğan,2018)

Tüm mesleklerde olduğu gibi muhasebe mesleği de dijital gelişim ve değişimden fazlasıyla etkilenmiştir. Bu teknolojik gelişmelerin ışığında, günümüzde muhasebe mesleğinde yeni devir başlamış olup, gelişen teknolojinin ve bilginin kullanılması üst seviyeye çıkmıştır (Azaltun vd.,2018).

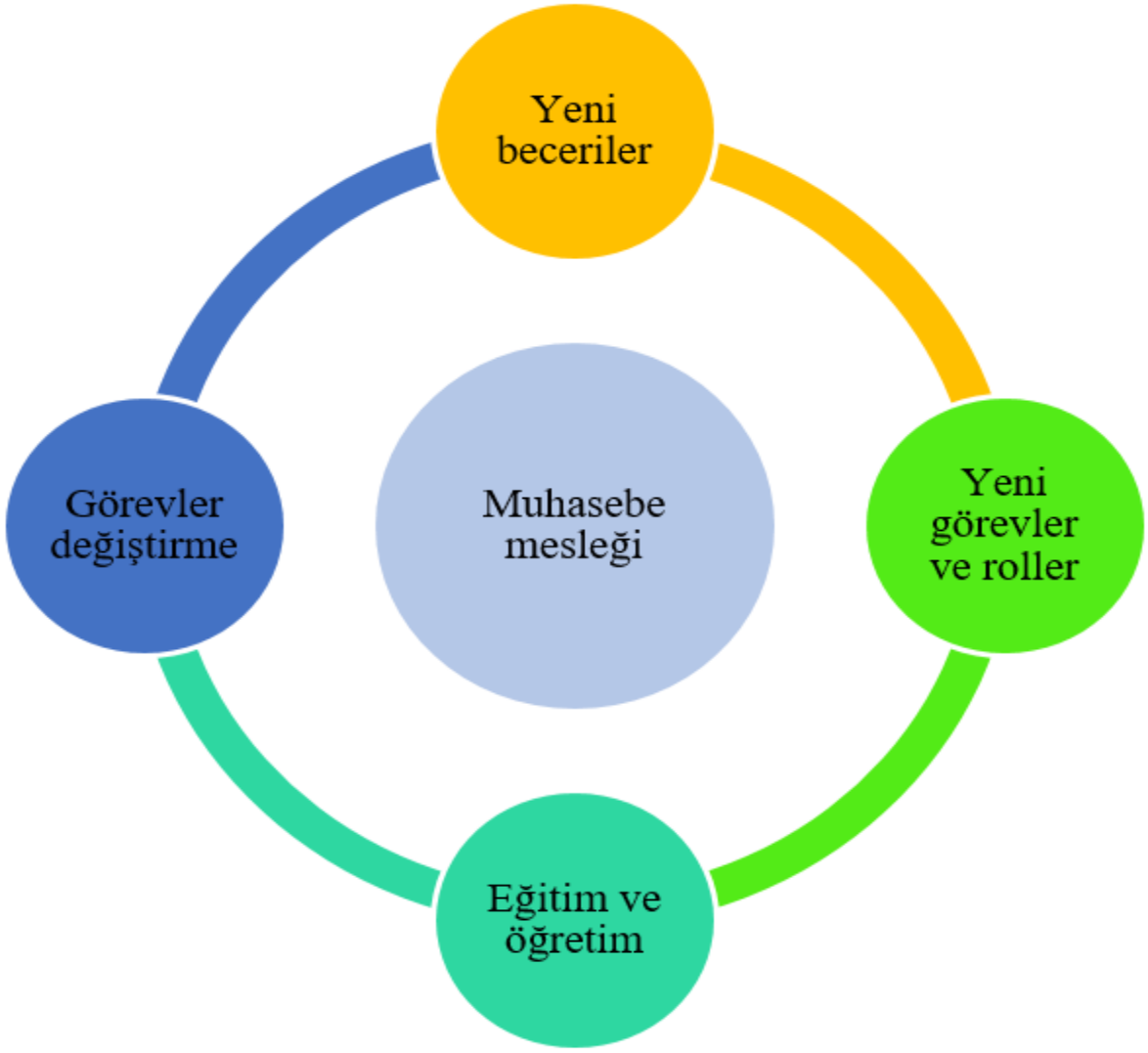
Muhasebe meslek mensupları teknolojideki bu değişim ve gelişmeleri yakından takip etmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Artık muhasebe meslek mensupları bu tür bilgi sistemlerini belirli seviyelerde kullanmakla kalmamalı, bu sistemlerin işletmelere uyarlanmasında ve kullanımının geliştirilmesinde de bilgi sahibi olmalıdırlar (Azaltun vd., 2018).

Bilgisayarın hayatımıza girmesiyle birlikte muhasebe mesleğinde ki yeri de çok önemli olmuştur. Muhasebe meslek mensupları elle kâğıt ve defterler üzerinde tuttukları muhasebeyi artık dijital ortamlara taşıyarak bilgisayarlarda tutmaya başlamışlardır. Dijital gelişimle birlikte muhasebe mesleği de içerik değiştiren mesleklerden birisi olmuştur. Kâğıt ve defter esaslı muhasebeye klasik muhasebe, buna karşılık dijital veri, dijital belge, dijital kayıt, dijital defter gibi modern içerikleri taşıyan muhasebeye ise dijital muhasebe diyebiliriz. Dijital muhasebe ile birlikte muhasebe kayıt ve raporlamalarının çok daha hızlı olması, geçmişe yönelik bilgilerin sunulmasının çok çabuk olması ve geleceğe yönelik alınacak kararlar için raporlar ve analizler de daha kolay bir şekilde elde edilmektedir (URL 1).

6. YAPAY ZEKA VE DİJİTALLEŞMENİN MUHASEBE MESLEĞİNE ETKİLERİ

Muhasebe alanındaki yapay zekâ uygulamalarının geçmişi 1980'lere kadar uzanmaktadır. Bu kapsamda denetim, vergilendirme, finansal muhasebe, yönetim muhasebesi ve kişisel finansal planlama konularında araştırmalar yapılmıştır (Baldwin vd. 2007: 77). Muhasebe mesleğine yapay zekânın girmesiyle beraber iş ortamında ve yönetimdeki olası değişikliklere uyum sağlanmaya çalışılmalıdır (Şekil1). Muhasebecilerin yeteneklerinin yapay zekâ ile birleştirmesiyle; daha iyi ve ucuza mal olan veriler sağlanarak işletmede karar verme aşaması desteklenmektedir. Bu bağlamda muhasebe meslek mensupları; verilerin derinlemesine analizini yapma, mesleki yeni bilgiler elde etme ve yapay zekânın uygulanması ile çalışma sürelerinde meydana gelen azalmadan dolayı başka görevlere odaklanma gibi fırsatlar elde edebilecektir (ICAEW, 2018).

Şekil 1. Yapay Zekânın Muhasebe Mesleği Üzerindeki Etki Alanları



Kaynak: Stancheva-Todorova, 2018: 135.

Günümüzde işletmelerin muhasebe verileri hızla artmakta ve bu veriler Big data kavramını oluşturmaktadır. Big data bilgisayar sistemleri ya da bulut teknolojisi gibi dijital yapılarda depolanmaktadır. Ancak Big data ile işletmeler ya da kurumların daha etkin iş kararları almak için geleneksel yazılım veya teknolojileri kullanarak büyük ölçekli verileri analiz etmesi zorlaşmaktadır. Bu yüzden büyük verilerin analizi için derin öğrenmenin kullanılması ile yüksek seviyeli özellikler çıkartılmış olacaktır. Bunun nedeni ulaşılan performans değerinin iyi olması ile büyük verilerin daha etkili bir şekilde kullanılmasıdır(Büyükarıkan,2021:278).

7. SONUÇ

Dünyada meydana gelen teknolojik gelişmeler her sektörü yakından ilgilendirdiği gibi muhasebe mesleğini de yakından ilgilendirmiştir. Muhasebe mesleği çağa ayak uydurmada geri

kalmamıştır. Yapay zeka ve dijital alanda meydana gelen gelişmeler muhasebe mesleğinin de gelişmesine katkı sağlamıştır. Daha öncelerden matbu ve fiziki olarak yapılan bir çok işlem dijital atmosfere taşınmıştır. Yapay zeka ve dijitalleşme ile insan eliyle yapılan hatalarda minimize edilmesi amaçlanmaktadır.

Yapay zeka ve dijitalleşme de yaşanan gelişmeler muhasebe mesleğine çok faydalar sağlamaktadır. Fakat tek başına yapay zeka ve dijital dönüşümler muhasebe meslek mensuplarının işlerini kolaylaştırsa da insan faktörü olmadan çok anlamlı olmamaktadırlar. Bilgisayarlar, teknolojiler ne kadar çok gelişirse gelişsin tek başlarına sonuç odaklı olamamaktadır.

Muhasebe meslek eğitimleri de çağın yeniliklerine göre uyarlanmalıdır. Teknolojinin getirdiği yeniliklere göre müfredatlar yenilenmelidir.Çağın gerisinde kalan eğitim sistemleri ve meslek mensupları eksik kalmış olacaklardır. Mesleğe yeni nesilden yetişen gençler çok fazla gelmemektedir. Sektörde ve okullarda gözlemlediğimiz duruma göre gençler mesleği zor ve stresli bulmasından dolayı çok ilgi göstermemektedir. Bu durumda mesleğin geleğini tehlikeye sokmaktadır. Yapay zeka ve dijital gelişmeler mesleği biraz daha kolay hale getirdiği kabul edilebilir bir gerçektir. Gelişen çağ da meydana gelen yenilikler muhasebe meslek mensuplarına kolaylıklar sağlamaktadır. Fakat meslek mensuplarını tamamen ortadan kalkması gibi bir durum söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Akdoğan, N. ,& Akdoğan, M. U. (2018). Büyük Veri-Bilişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Muhasebe Uygulamalarına ve Muhasebe Mesleğine Etkisi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*,(55)

Antepli, A. (2018). Endüstri 4 0 Muhasebe eğitimine ve muhasebecilik mesleğine yansımaları. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(29), 3506–3514.

Antepli, A. (2020). Muhasebede Güncel Konular, *Eğitim Yayınevi*, ISBN: 978-625-7915-15-1, 1-14

Azaltun, M.& Kurnaz, E. & Tekbaş, İ. (2018). *Dijital Muhasebe Okuryazarlığı: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma.* 5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18) 17-20 October 2018

Baldwin, A.A., Brown, C.E. ve Trinkle, B.S. (2007). Opportunities for Artificial Intelligence Development in the Accounting Domain: The Case for Auditing. *Intelligent Systems in Accounting, Finance & Management: International Journal*, 14 (3), 77-86.

Büyükarıkan, U. (2021). Teknolojik Gelişmelerin Muhasebe Mesleği Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 269-288

Civan, M.,&Yıldız, F. (2003). Globalleşme sürecinden muhasebe meslek eğitiminin etkilenmesi. *Muhasebe Denetimi Sempozyumu*, 16, 19

Çetin, H., & Eren, T. (2015). Muhasebe Meslek Mensupları Tarafından Bürolarda Kullanılan Muhasebe Paket Programı Seçimi Konya İline Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdariBilimler Dergisi*, 29(1), 89–100.

Gacar, A. (2019). Yapay Zekâ ve Yapay Zekânın Muhasebe Mesleğine Olan Etkileri: Türkiye'ye Yönelik Fırsat ve Tehditler. Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, 8(Eurefe'19), 389-394. ICAEW (Institute of Chartered Accountants in England and Wales)(2018). Big Data and Analytics - What's New?. https://charteredaccountantsworldwide.com/wpcontent/ uploads/2018/07/what-is-new-about-big-data-v2-2.pdf (Erişim Tarihi: 6.6.2020).

Russel, S. & Norving, P. (2016). Artificial Intelligence: A Modern Approach. 3rd ed. Pearson Education.

Serçemeli, M. (2018). Muhasebe ve Denetim Mesleklerinin Dijital Dönüşümünde Yapay Zekâ. Turkish Studies, 13(30), 369-386.

Sevim, A. ve Bülbül, S. (2017). Kurumsal kaynak planlaması (enterprise resource planning/ERP) sistemlerinin sürekli denetiminde yapay zekâ kullanımı. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), 1-12.

Stancheva-Todorova, E. (2018). How Artificial Intelligence Is Challenging Accounting Profession. *Journal of International Scientific Publications Economy & Business*, 12, 126-141.

Temelli, F. (2018). 'İİBF Öğrencilerinin Muhasebe Derslerinde Teknoloji Kullanımı ile İlgili Görüşleri,Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, Özel Sayı.

Üçoğlu, D. (2020). Yapay Zeka Teknolojisinin Muhasebe Mesleğine ve Eğitimine Etkileri. 6th Global Business Research Congress, 11(1), 16-21.

Varol, N. (2023). Dijital dönüşüm ve yapay zekâ: muhasebenin ve denetimin geleceği. Denetim ve Güvence Hizmetleri Dergisi, 3(2), 162-184.

Yardımcıoğlu, M., & Şıtak, B. (2020). Yapay zekâ teknolojisinin muhasebe alanına yansımaları: Literatür incelemesi. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 342-353.

Yücel, G., & Adiloğlu, B. (2019). Dijitalleşme-yapay zeka ve muhasebe beklentiler. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 17, 47-60.

URL 1. ekonomikarastirmalar.org/index.php/bilgisayarda muhasebe tutmanın önemi. Erişim tarihi: 07.10.2019

TÜRKİYE MUHASEBE STANDARTLARI ÇERÇEVESİNDE DIŞ TİCARET İŞLEMLERİNDE ÖNEM ARZ EDEN HESAPLARIN İŞLEYİŞİ VE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Ali ANTEPLİ
Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, ,
orcid no0000-0001-9939-2443.
Memiş KARAER
Öğretim Görevlisi, Selçuk Üniversitesi, Akören Meslek Yüksek Okulu,
orcid no 0000-00001-5187-3790.

Öz

Küresel dünyada nüfusun hızlı bir artış göstermesi ve insan ihtiyaçlarının aşırı esnek oluşu, işletmeleri şiddetli bir rekabet ortamı içine sokmaktadır. Arz kaynakları tek başına, artan ve sürekli değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap veremediğinden, ülkeler arası mal ve hizmetlerin alım ve satım işlemleri hızlanmıştır. Bu durum dış ticaretin önemini dünya çapında arttırmıştır. Artık işletmelerin hayatta kalabilmeleri ve geleceğe emin adımlarla yürüyebilmeleri için süreç ve maliyete odaklanmaları zorunlu hale gelmiştir. Bunun yanı sıra etkin çalışan bir muhasebe sistemine her zamankinden çok daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır.

Çalışmada Türkiye Muhasebe Standartları'na genel bakış ve dış ticaret işlemlerinde önem arz eden hesaplara değinilerek, dış ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi ile ilgili örnek uygulamalara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye Muhasebe Standartları, Dış Ticaret İşlemleri, Dış Ticaret Muhasebesi.

OPERATION AND ACCOUNTING OF ACCOUNTS THAT ARE IMPORTANT IN FOREIGN TRADE TRANSACTIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF ACCOUNTING STANDARDS OF TURKEY

Abstract

The rapid increase in population in the global world and the extreme flexibility of human needs put businesses in a fierce competitive environment. Since the supply sources alone cannot meet the increasing and constantly changing consumer demands and needs, the purchase and sale of goods and services between countries has accelerated. This situation has increased the importance of foreign trade worldwide. Now, it has become imperative for businesses to focus on process and cost in order to survive and walk confidently into the future. In addition, an effective accounting system is needed more than ever.

In the study, an overview of the Turkish Accounting Standards and the accounts that are important in foreign trade transactions are mentioned, and sample applications related to the accounting of foreign trade transactions are included.

Keywords: Turkish Accounting Standards, Foreign Trade Transactions, Foreign Trade Accounting.

1. Giriş

Günümüzde küreselleşmenin etkileri ile ülkeler arası coğrafi sınırlar işlevini kaybetmiştir. Bu durumun ortaya çıkardığı fırsatlar, rekabet içinde olan küresel ölçekli ticari işletmelerin iştahlarını kabartmış ve ihracat ve ithalat bağlamında ciddi yatırımlara yöneldikleri görülmüştür.

Fırsatı kara dönüştürme konusunda oldukça maharetli olan bu İşletmeler, dış ticaret yapmak için arayışlara girmişler, ithalat ve ihracata yönelmişlerdir. Son zamanlarda dış ticaret yapan işletmelerin sayısı artmış, yerel rekabet ortamı yerini küresel rekabete bırakmıştır. Bu bağlamda küçük ticari işletmeler de gelirlerini, karlarını ve varlıklarını sürdürebilmek için daha önceleri büyük firmaların yaptığı gibi dış ticarete yönelmişler ve böylece dış ticaret genele yayılmaya başlamıştır. Rekabetin çetin bir hale gelmesinden dolayı çok daha kaliteli mal ve hizmetler tüketicilere arz edilmeye başlanmıştır. Aynı zamanda mal ve hizmetleri çok sayıda satıcı firmadan temin edebilme imkânına kavuştuğunun farkına varan bilinçli tüketici toplumu oluşmuştur.

Dış ticaretin önemine bağlı olarak dış ticaret işlemlerinin temelini oluşturan unsurlar, dış ticarette işlem türleri, ödeme ve teslim şekilleri, yürürlükteki mevzuat, işlemler gerçekleştirilirken izlenmesi gereken yollar ve faaliyetlerin doğru bir şekilde takip edilebilmesi, muhasebeleştirilmesi gibi konuların önemine istinaden üzerinde durulması gereken konulardandır.

2. Dış Ticaret İşlemleri Çerçevesinde Muhasebenin Önemi

Muhasebe, mali niteliğe sahip olayların belgelendirilmesi, sınıflandırılması, kaydedilmesi, analiz ve raporlandırılması işlemlerini kapsayan bir süreç olarak tanımlanır. Muhasebenin temel amacı, işletmenin sürekliliğini sağlamak ve gerekli finansman imkânlarından faydalanmak için ilgili kişilere yeterli derecede açık ve doğru finansal raporların düzenlenmesi için gerekenleri sağlamaktır (Bekçi ve Akçi, 2012, s. 143).

Akgül ve Akay (2009)'a göre; "Muhasebe uygulamalarının kaynağını, muhasebenin temel kavramları, genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri ve muhasebe standartları oluşturur. Muhasebe uygulamalarının belli temellere dayanması zorunluluğu vardır. Bu nedenle

muhasebe kavram ve ilkelerine dayanarak muhasebe standartları geliştirilmiştir" (akt. Büyüktopçu, 2009, s. 2-3).

Dış ticaret, bir ülkenin ithalat ve ihracat işlemlerinin toplamından oluşur. Dış ticaret ödemeler dengesi unsurudur. Ekonomik açıdan güçlü ülke demek ödemeler dengesinde açık vermeyen ülke demektir. İhracatın ithalattan fazla olması ödemeler dengesinin açık vermemesi anlamına gelir. Hızla gelişen dünya ekonomisinde ülkeler, üretimi artırarak ürettiği mal ve hizmetleri dış ülke pazarlarında satarak döviz girdisinin elde etmesi gerekir. Bu bağlamda ülkelerdeki yerli işletmelerin, başka ülkelerdeki işletmelerle olan ilişkileri dış ticaret ile geliştikçe, kambiyo mevzuatı, ihracat yönetmeliği, ihracat işlemleri, dış ticaret teslim ve ödeme şekilleri büyük bir ölçüde önem kazanmaktadır. Dış ticaret işlemlerinde kullanılan belgeler işletmenin türüne ve özelliğine göre değiştiğinden belgelerin sistemli şekilde kayıt altına alınması gerekir. TDHS (Tekdüzen Hesap Sistemine)'ye uyumlu ithalat ihracat kayıt sürecinin gerçekleştirilmesi için dış ticaret ile ilgili muhasebe işlemlerinin muhasebenin temel ilke ve kavramlarına muhasebe standartlarına uygun yapılması gerekir. Bu da uzmanlık alanı olarak görülen "Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi" ile yapılır (MEGEP, 2011, s. 2).

Dış ticaret işlemleri, işlemin gerçekleştiği tarihteki döviz kurundan TL. (Türk lirası)'ye çevrilerek muhasebe kaydı yapılır. Bu işlem mevcut TDHS' deki ana defteri kebir hesaplarının birer alt hesabı yardımıyla gerçekleştirilir. TDHS' de yurt dışı ile gerçekleştirilen satış işlemlerinin müstakil bir defteri kebir hesabında izlenmesine imkân veren hesap "601 Yurt Dışı Satışlar" hesabıdır. Bunun dışındaki işlemlere dair muhasebe kayıtları TDHS' de yer alan ana hesapların altında açılan yardımcı hesaplarda izlenir. Bu işlemler dikkatle uygulandığında bir dış ticaret firması, yurt içi işlemlerini de rahat bir şekilde yerine getirir ve zamanı geldiğinde düzgün bir biçimde mali tablolarını düzenleyip ilgililere sunabilir. Firmanın uğraş alanına, dış ticaret hacmine, teslim ve ödeme şekline göre birçok hesap kullanılabilir ve ilaveler yapılabilir (Kökeş, 2014, s. 75-76).

3. Dış Ticaret İşlemlerinde Önem Arz Eden Hesapların İşleyişi

Bu bölümde dış ticaret işlemlerinde önem arz eden hesapların uygulamadaki kullanım ve isleyiş esasları üzerinde durulacaktır. Her hesaba ilişkin uygulama ayrı başlıklar halinde yapılacak ve hesapların genel muhasebe esaslarında kullanımı açıklanacaktır.

3.1.Yabancı Paralar Kasası Hesabı

Yabancı Paralar Kasası Hesabı, Tek Düzen Hesap Planı içerisinde yer alan "100 Kasa" hesabının alt hesabı olarak işlemektedir. Yabancı Paralar Kasası Hesabının görevi; kasaya giren veya çıkan dövizlerin takibini sağlamaktır. Döviz giriş ya da çıkışları, işlemin yapıldığı tarihteki kur üzerinden hesaplanacak ve Türk lirasına çevrilerek kaydedilecektir. Ayrıca, kasaya giren

döviz için eğer dövizin kaynağı iç piyasa ise o tarihteki döviz alış kuru, yurt dışından gelen döviz olduğunda ise gelen kurumun efektif döviz satış kuru esas alınmaktadır. Bununla birlikte döviz çıkış işlemlerinde de uygulama bunun tersi olmaktadır. Kasadan çıkan döviz yurt içinde bir finans kurumunda Türk lirasına çevriliyor ise finans kurumunun efektif döviz alış; finans kurumu dışında bir yerde Türk lirasına çevriliyor ise de Merkez Bankası'nın efektif alış kuru dikkate alınarak kayıtlar gerçekleştirilmektedir (Ortaç, 2010, s. 134-135).

Değerleme zamanında kayıtlı dövizler kayda alındığı günkü kurun altına düşmesi halinde kambiyo zararı oluşur ve 656 Kambiyo Zararı Hesabına borç kaydedilir. Tersi durumda kar oluşur ve olumlu kur farkları 646 Kambiyo Kârları Hesabına alacak kaydedilir (Kaya, 2011, s. 11).

Yabancı Paralar Kasa Hesabının işleyişine ait bir örnek uygulama aşağıdaki gibidir:

ABC İşletmesi, XYZ Döviz İşletmesinden ihtiyacı olan 1.000 Euro (€) tutarındaki dövizi satın almıştır. XYZ Döviz İşletmesi bu satışı 1 Euro (€) = 21,50 Türk lirası (₺) üzerinden gerçekleştirmiştir. Buna göre ABC Firmasının Döviz Alış Kaydı şu şekilde olacaktır:

1.000€ X 21,50₺ = 21.500₺

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
..	27.04.2023 100 KASA Hesabı 100.02 Yabancı Paralar Kasa Hesabı 100.02.01 Euro Kasası Hesabı 100 KASA Hesabı 100.01 TL Kasası Hesabı	21.500	 21.500

3.2. Yabancı Paralı Bankalar Hesabı

Yabancı Paralı Bankalar Hesabının isleyişine ait bir örnek uygulama şöyledir:

ABC İşletmesi ihraç ettiği 5.000 Amerikan doları ($) tutarındaki mal bedelini yurt dışındaki müşterisinden tahsil ederek bankaya yatırmıştır. İşlem tarihindeki dolar efektif alış kuru ise 1 $= 19,50 ₺ 'dir. Buna göre firmanın muhasebe kaydı şu şekilde olacaktır:
1$:19,50₺ ise 5.000$X19,50₺=97.500₺'dir.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	28.04.2023 102 BANKALAR Hesabı 102.02 Döviz Tevdiat Hesabı 120 ALICILAR Hesabı 120.02 Yurt Dışı Alıcılar Hesabı	97.500	 97.500

3.3. Yurt Dışı Alıcılar Hesabı

Bu hesap, yurt dışına mal ve hizmet ihracı sebebiyle ortaya çıkan, gerçek ve tüzel kişilerden olan alacakların takip edildiği hesaptır. Yurt dışından bir alacak doğduğunda bu hesap işlem tarihindeki döviz alış kuru üzerinden borçlandırılmaktadır. Yurt dışından doğan alacak tahsil edildiğinde ise bu hesap fatura tarihindeki döviz alış kuru ile alacaklandırılmaktadır (Kaya, 2008, s. 224).

Yurt dışı Alıcılar Hesabının isleyişine ile ilgili bir örnek verelim (Kaya, 2011, s. 23-24);

Örnek: Aydın A.Ş. nin ticari olarak faaliyetleri aşağıdaki gibidir.

1. Aydın A.Ş. Almanya'da bulunan bir firmaya 28/11/2022 tarihinde 100.000 dolar ($) değerinde kredili olarak mobilya ihracatı gerçekleştirmiş ve faturalandırmıştır. Gümrük çıkış beyannamesinin düzenlendiği tarihteki döviz kuru 1 dolar=19,50 TL'dir.
2. 31/12/2022 tarihinde Aydın A.Ş. VUK (Vergi Usul Kanunu)'un 280. maddesine göre bilanço gününde 1 dolar = 19,00 TL. olarak senetsiz alacaklarını değerlemeye tabi tutmuştur.

Verilenlere göre, yevmiye kayıtları ve cari dönem sonunda değerleme kayıtları şu şekilde olacaktır:

1. Aydın A.Ş.'nin 100.000 dolar tutarında kredili mobilya ihracatı aşağıdaki gibidir.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	28.11.2022 120 ALICILAR Hesabı 120.03 Yurt Dışı Alıcılar 120.03.02 Almanya 601 YURT DIŞI SATIŞLAR Hesabı	1.900.000	 1.900.000
Açıklama	Almanya'ya mobilya ihracatı için gümrük çıkış beyannamesi düzenlenmesinden sonra yapılan muhasebe kaydı. 100.000$X19,00TL=1.900.000 TL.		

Satışı yapılan malların maliyet hesaplarına devri;

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	31.12.2022 152 MAMÜLLER Hesabı 152.01 İhracat için 152 MAMÜLLER Hesabı 152.03 İhracat	xx.xxx	 xx.xxx
Açıklama			

2. 31/12/2022 tarihinde 1 dolar 19,00 TL olması halinde dönem sonu değerleme kaydı şu şekildedir.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	31.12.2019 612 DİĞER İNDİRİMLER Hesabı 612.09.01 İhracat Kur Farkı Gideri 120 ALICILAR Hesabı 120.03 Yurt Dışı Alıcılar 120.03.02 Almanya	 50.000	 50.000
Açıklama	Yurt dışı alıcılar cari hesabının 31/12/2022 tarihinde dönem sonu itibari ile değerleme kaydı. (19,00-19,50= -0,50 ; 100.000X-0,50= -50.000)		

* Fiili ihracatın gerçekleşmesi ile daha önce gümrüğe sevk edilen mallar maliyet hesabına aşağıdaki gibi devredilir.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	31.12.2019 620 SATILAN MAMÜLLER MALİYETİ 152 MAMÜLLER Hesabı 152.01 İhracat için	 xx.xxx	 xx.xxx
Açıklama			

Yurt dışında bırakılan dövizlerin tutarları işlem günündeki Merkez Bankası alış kuru ile çarpılarak yurt dışı alıcılar hesabından alınıp "127 Diğer Ticari Alacaklar" hesabı altında "Yurt Dışında Bırakılan İhracat Mal Bedelleri" hesabının borcunda izlenmesi gerekmektedir.

Utkulu (2000)' nun, yurt dışında bırakılan ihracat bedelleri hesabının isleyişine ilişkin örnek uygulama şu şekildedir (akt. Ortaç, 2010, s. 143);

Bir Dış Ticaret Firması olan X A.Ş. İngiltere'ye 30.000 avroluk mermer ihraç etmiş olup ithalatçı firmadan 25.000 avro tutarı mal tesliminde tahsil etmiştir. Kalan 5.000 avro tutarı ise firma gelecek dönemde İngiltere'ye yapacağı fuar gezisinde değerlendirmeyi planlamış bulunmaktadır. Mal bedelinin tahsil edildiği tarihte Merkez Bankası döviz alış kuru 1 avro = 21,00 TL'dir. Firmanın kalan 5.000 avro tutarı yurt dışında kullanmaya karar verdiği tarihteki avro kuru 21,50 TL'dir. Buna göre muhasebe kayıtları şu şekilde olacaktır.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	.../.../…		
	100 KASA Hesabı	475.000	
	100.02 Yabancı Paralar Kasa Hesabı		
	100.02.01 Avro Kasa Hesabı		
	120 ALICILAR Hesabı	105.000	
	120.02 Yurt Dışı Alıcılar Hesabı		
	601 YURT DISI SATISLAR Hes.		580.000
	601.01 İngiltere İhracat Hesabı		
Açıklama	1 Avro = 21,00 TL X 5000 = 105.000 TL, 21,00 X 25.000 = 475.000		

İhracatçı firmanın İngiltere'de kalmış olan 5.000 avro tutarındaki alacağını yurt dışında kullanmaya karar vermesi durumunda kayıtlarına şöyle bir yansıma olacaktır:

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	.../.../…		
	127 DİĞER TİCARİ ALACAKLAR HS.	107.500	
	127.02 Yurt Dışında Bir. İhr. Mal Bed. Hs.		
	120 ALICILAR Hs.		105.000
	120.02 Yurt Dışı Alıcılar Hs.		
	601 YURT DISI SATISLAR Hs.		2.500
	601.01 İhracat Kur Gelirler Hs.		
Açıklama	5.000 avro x 21,00 = 105.000 TL, 21,50 – 21,00 = 0,50 TL x 5000 = 2.500		

3.4. Yabancı Paralı Alacak Senetleri Hesabı

Yabancı Paralı Alacak Senetleri Hesabı "121 Alacak Senetleri" hesabının bir alt hesabı olarak işlem görür. Bu bağlamda, ihracatçı işletme satmış olduğu mal veya hizmet bedelini, senet ya da senet hükmünde bir evrakı ithalatçı işletmeden almış olabilir. Bu bir işlem ise daha çok vesaik mukabili satışlarda görülmektedir. Senet alt hesap olan "Yabancı Paralı Alacak Senetleri" hesabı Merkez Bankası'nın o tarihteki döviz alış kuru esas alınarak borçlandırılır. Senedin tahsil veya ciro edildiği tarihteki Türk lirası karşılığı ile alındığı tarihteki Türk lirası tutarı karşılığı arasındaki fark kambiyo zararı veya kambiyo karıdır. Bu kar veya zarar ihracatın yapıldığı dönem içinde ortaya çıkıyorsa "601 Yurt Dışı Satışlar" hesabına kaydedilmesi gerekmektedir (Ataman ve Sümer 2006, s. 306). Ayrıca, senedin tahsili veya devri söz konusu olduğunda işlem günündeki döviz kuru üzerinden alacaklandırılmalıdır.

Yabancı paralı alacak senetleri hesabının işleyişine ait örnek uygulama aşağıda verilmiştir.

ABC Firması Rusya'ya 20.000 avro tutarında otomobil yedek parçası ihraç etmiş olup 10.000 avro tutarı mal tesliminde almış, kalan 10.000 avro (€) için ise 60 gün vadeli bir senet kabul etmiştir. Mal tesliminin gerçekleştirildiği tarihte Merkez Bankası döviz alış kuru 1 € = 21,50 ₺'dir.

Muhasebe kayıtları şu şekilde gerçekleşir;

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	.../.../…		
	100 KASA Hesabı	215.000	
	100.02 Yabancı Paralar Hesabı		
	100.02.01 Avro Kasa Hesabı		
	121 ALACAK SENETLERİ Hesabı	215.000	
	121.02 Yabancı Paralı Alacak Sen. Hesabı		
	121.02.01 Avro Hesabı		
	601 YURT DISI SATISLAR Hs.		430.000
	601.02 Rusya İhracat Hesabı		
Açıklama	20.000 € X 21,50₺ = 430.000₺, 10.000 € X 21,50₺ = 215.000₺ (Senet Alınan Tutar)		

Firma, alacak senedini vadesinde ithalatçı firmadan tahsil etmiştir. Tahsilattan gelen dövizi ise bankaya yatırmıştır. (Döviz kuru 1€= 21,55₺'dir.)

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	.../.../…		
	102 BANKALAR HS.	215.500	
	102.02 Yabancı Paralı Bankalar Hesabı		
	102.02.01 Avro Hesabı		
	121 ALACAK SENETLERİ Hesabı		215.000
	121.02 Yabancı Paralı Alacak Sen. Hs.		
	121.02.01 Avro Hesabı		
	646 KAMBİYO KARLARI		500
Açıklama	10.000 € X 21,55 = 65.000₺. 21,55-21,50= 0,05₺ Olumlu Fark. 10.000X0,05=500₺		

Dönem sonunda mevcut senetler Vergi Usul Kanunu'nun 280. maddesi gereği Maliye Bakanlığı ve Gümrük Müsteşarlığı tarafından Vergi Usul Kanunu Tebliğleri ile ilan edilen döviz kurları ile değerlenmektedir. Buna göre vadesi gelmemiş senede bağlı alacak ve borçlar, bu kanunun 281 ve 285. maddeleri gereğince değerleme günü kıymetine göre irca edilebilir. Ancak senette faiz oranının yazılı olmadığı durumlarda değerleme gününde geçerli olan Londra Bankalar Arası Faiz Oranı (LIBOR) esas alınır. Değerlemede kullanılan iç iskonto oranında ise senedin itibari değeri değil tasarruf değeri esas alınmaktadır (Ataman ve Sümer 2006, s. 306).

Alacak senet tutarının 1.000 avro, dönem sonu avro kurunun 21,10 TL, Merkez Bankasının yabancı paralı senetlere uyguladığı iskonto oranının %5, vadenin ise 90 gün kabul edildiği bir durumda yapılması gereken muhasebe kaydı şöyledir;

Buna göre senedin iç iskonto oranına göre tasarruf değeri:

[1.000€ X 36.000 (gün)] / [36.000 + (5 X 90)] = 987,65 €'dır.

Reeskont tutarı ise; 1.000 – 987,65 = 12,35 $ X 21,10 = 260,59₺'dir.

Alacak senetlerinin tasarruf değeri ile değerlenmesine ilişkin olarak sene sonunda yapılacak olan kayıt ise şöyledir;

Madde No	**AÇIKLAMA**	**BORÇ**	**ALACAK**
…	.../.../…		
	657 REESKONT FAİZ GİDERLERİ Hesabı	260,59	
	122 ALACAK SENETLERİ REESKONTU HS. 122.50 Alacak Senetleri Reeskontu Döviz		260,59
Açıklama			

Dönem sonunda ise "122 Alacak Senetleri Reeskontu" hesabı bilançonun aktifi içerisinde "121 Alacak Senetleri" hesabı altında (-) olarak yer almaktadır. Ertesi yıl ise bu hesap, "647 Reeskont Faiz Gelirleri" hesabına devredilerek kapatılır.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	.../.../…		
	122 ALACAK SENETLERİ REESKONTU Hesabı 122.50 Alacak Senetleri Reeskontu Döviz	260,59	
	647 REESKONT FAİZ GELİRLERİ Hesabı		260,59
Açıklama			

3.5. Yabancı Paralı Borç Senetleri Hesabı

Dış ticaret yapan bir firma yurt dışından mal veya hizmet ithal etmesi durumunda mal bedeli karşılığında borç senedi düzenleyerek ödeme yapmasıdır. Bu tür işlemler muhasebe kaydı açısından "321 Borç Senetleri" hesabının alt hesaplarındaki hesaplarda takip edilir ve yabancı paralı borç senetleri hesabı alacaklandırılır.

3.6. Verilen İthalat Sipariş Avansları Hesabı

İşletmelerin yurt içi veya yurt dışından satın aldıkları 15'li stoklar grubunda yer alan hesaplar ile ilgili olarak yapılan ön ödemelerin (avans) takip edildiği hesap "159 Verilen Sipariş Avansları" hesabıdır. Sipariş avansları hesabı, ürünler işletmenin stoklarına dâhil edilmeden önce bedelinin bir miktarının ya da hepsinin ödendiği durumlarda kullanılan bir hesaptır (Kaya, 2011, s. 36).

Verilen ithalat sipariş avanslarının işleyişine ilişkin örnek uygulama ve muhasebeleştirilmesi ise şöyledir:

3.7. Alınan İhracat Sipariş Avansları Hesabı

Bu hesap, işletmelerin ilerde yurt içi ve dışında teslim etmeleri amacıyla alıcılardan mal ve hizmet bedellerinin nakit olarak aldıkları tahsilatların izlendiği hesaplardır. 340 Alınan Sipariş Avansları Hesabı'nda takip edilir. Alıcılardan alınan siparişlere ait avanslar bu hesabın alacağına, mal ve hizmetin tesliminde ise borç yazılarak kapatılır. Yurt dışı alıcılardan tahsilatı yapılan sipariş avansları veya gelen havaleler TCMB (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası)'nin o günkü kuru veya havalenin geldiği bankanın alış kuru ile 340 numaralı hesabın alacağına kaydedilir ve ihracat fiili olarak geçekleştiğinde hesaba borç kaydedilerek kapatılır.

Bu hesabın değerlemesi; Cari dönemde alınan sipariş avanslarının gerçekleştiği tarihteki kayıtlı değeri ile hesabın kapatıldığı tarihteki değeri arasındaki olumlu kur farkı, 601 Yurt Dışı Satışlar hesabının alacağına, olumsuz farklar ise 612 Diğer İndirimler hesabının borcuna kaydedilir.

Avansın alındığı cari dönemi izleyen dönemlerde ise; kayıtlı değer ile hesabın kapatıldığı andaki değer arasındaki olumlu fark 646 Kambiyo Karı hesabına alacak, olumsuz farklar ise 656 Kambiyo Zararı hesabına borç olarak kaydedilir.

Dönem sonlarında yabancı para üzerinden alınan sipariş avansları bilanço gününde TCMB'nin ilan ettiği kurlar üzerinden değerlemeye alınır. Kur artışı 656, kur azalışı 646 numaralı hesaplara kaydedilir (Kaya, 2011, s. 51-52).

Bu hesabın işleyişi ile ilgili örnek uygulama aşağıdaki gibidir (Kaya, 2011, s. 52-53).

3.8. Yabancı Paralı Banka Kredileri Hesabı

Utkulu (2009)'ya göre, bankalardan alınan döviz üzerinden krediler ithalat ya da ihracat sürecinde kullanılabilmektedir. Alınan banka kredileri "300 Banka Kredileri" hesabının alt hesaplarında takip edilir. Alınan döviz kredisi ithalatta kullanılacak ise; duruma göre "159 Verilen Sipariş Avansları" hesabının altında izlenen İthalatta Verilen Sipariş Avansları alt hesabı olarak izlenebilir. Burada amaç fiili ithalatın sonucunda gerçeklesen fiili maliyetin ortaya çıkarılmasıdır. Ancak, bu maliyet hesabını yapmak istemeyen bir firma alınan krediyi banka ve yabancı paralı döviz alt hesaplarına kaydederek de takip edebilecektir. Bu kredilerden dolayı tahakkuk eden faiz ve komisyonlar bu hesaba alacak, ödeme yapıldıkça da borç olarak kaydedilir. İthalatın finansmanı amacıyla kullanılan banka kredileri "159 Verilen Sipariş Avansları" hesabına kaydedilebilirken, bu kredilere işleyen faiz ve diğer ücretler de aynı hesabın alt hesaplarında izlenebilmektedir. İhracatın finansmanında kullanılmak üzere çekilen krediler ise firmanın mevduat hesaplarına aktarılmaktadır. Ayrıca, ihracat için çekilen kredilere tahakkuk eden faiz ve diğer giderler "780 Finansman Giderleri" hesabında takip edilir. Yabancı paralı banka kredileri hesabının işleyişi ile alakalı örnek aşağıdaki gibidir (Ortaç, 2010, s. 155-156);

3D Dış Ticaret A.Ş. üretiminde kullandığı yarı mamullerin ithalatı amacıyla 10.000 Euro tutarında banka kredisi kullanmıştır. Kullanılan kredinin 3.000 Euro tutarını ise firma yurt dışındaki bir başka firmaya gerçekleştireceği ithalat için avans olarak aynı gün ödemiştir. İşlem tarihindeki Merkez Bankası Döviz Alış Kuru olan 1 Euro = 21,50 TL'dir. Bu verilere göre işlemlerin muhasebeleştirilmesi aşağıdaki gibi olmaktadır.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	…/…/… 102 BANKALAR Hesabı 102.02 Yabancı Paralı Döviz Tevdiat 102.02.01 Euro Hesabı 300 BANKA KREDİLERİ 300.02 İthalat Kredileri 300.02.01 İthalat Döviz Kredileri	215.000	 215.000
Açıklama	10.000 Euro x 21,50 = 215.000 TL		

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	…/…/… 159 VERİLEN SİPARİS AVANSLARI HS. 159.02 Verilen Yurt Dışı Sipariş Avansları 102 BANKALAR Hesabı 102.02 Yabancı Paralı Döviz Tevdiat 102.02.01 Euro Hesabı	64.500	 64,500
Açıklama	1 Euro=21,50 TL., 3.000 Euro x 21,50 = 64.500 TL		

3D Firması bu kez de Macaristan'da kurduğu bağlantı sonrasında 19.000 Euro tutarında elektrikli motor parçaları ihracatı yapacaktır. Firma ihracat amacıyla 7.000 Euro kredi kullanmıştır. İşlem tarihinde Merkez Bankası Döviz Alış Kuru olan 1 Euro = 21,50 TL'dir. Çekilen kredi 90 gün vadeli olup, kredi için 400 Euro faiz ödenmiştir. İşlem tarihinde Merkez Bankası Döviz Alış Kuru olan 1 Euro =21,55 TL'dir. Teyitli akreditif şeklinde ödeme yöntemiyle firma ihracat bedelinin tamamını tahsil etmiş ve ihracat kredi hesabını kapatmıştır. İşlem tarihinde Merkez Bankası Döviz Alış Kuru olan 1 Euro = 21,60 TL'dir. Buna göre söz konusu işlemlerin muhasebeleştirilmesi de şu şekilde olacaktır.

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	…/…/… 100 KASA Hesabı 100.02 Yabancı Paralı Kasa Hesabı 100.02.01 Euro Hesabı 300 BANKA KREDİLERİ Hesabı 300.03 İhracat Kredileri 300.03.01 İhracat Döviz Kredileri	150.500	 150,500
Açıklama	1 Euro=21,50 TL., 7.000 Euro x 21,50 = 150.500 TL		

İhracat kredisinin faiz ödemesine ilişkin kayıt;

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	…/…/… 780 FİNANSMAN GİDERLERİ 780.02 Yurt Dışı Finansman Giderleri 780.02.01 İhracat Kredi Faizleri 300 BANKA KREDİLERİ Hesabı 300.02 İhracat Kredileri 300.02.01 İhracat Döviz Kredileri	8.620	 8.620
Açıklama	1 Euro=21,55 TL., 400 Euro x 21,55 = 8.620 TL		

İhracat Bedelinin tahsilinin ve ihracat döviz kredisi ile faizinin ödenmesine ilişkin kayıt;

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	…/…/… 102 BANKALAR Hesabı 102.02 Yabancı Paralar Döviz Tevdiat 601 YURT DISI SATISLAR Hesabı 601.02 Macaristan İhracat Hesabı	409.450	 409.450
Açıklama	1 Euro=21,55 TL., 19.000 Euro x 21,55 = 409.450 TL		

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	…/…/… 300 BANKA KREDİLERİ Hesabı 300.02 İhracat Kredileri 300.02.01 İhracat Döviz Kredileri 656 KAMBİYO ZARARLARI 100 KASA Hesabı 100.02 Yabancı Paralar Kasa Hesabı 100.02.01 Euro Kasa Hesabı	159.840 720	 160.560
Açıklama	1 Euro = 21,60 TL, 7.000 Euro (Ana Para) + 400 Euro (Faiz) = 7.400 Euro (Toplam) 7.400 x 21,60 = 159.840 TL. (Toplam kasadan çıkan tutar) 150.500 + 8.620 = 159,120 TL. (Toplam banka kredisi tutarı) 159.840 – 159.120 = 720 TL (Kur dolayısıyla ortaya çıkan olumsuz fark)		

3.9. Yurt Dışı Satıcılar Hesabı

İşletmelerin ticari faaliyetleri sonucunda oluşan senetli ve senetsiz borçlarının takip edildiği hesaptır. Yurt dışından mal ve hizmet ithalatı yapılması durumunda gerçekleşen borçlar "320 Satıcılar" hesabında takip edilir. Hesabın işleyişi, kredili olarak alınan mal ve hizmetler ile satıcı firmanın alıcı firma adına yaptığı harcamaların olması durumunda hesabın alacağına kaydedilerek gerçekleşir. Borcun ödenmesi, senetli hale dönüştürülmesi veya ürünün iadesi gibi durumlarda hesap borçlandırılır. Yurt dışından alınan mal ve hizmetlerin fiili olarak ithalatının gerçekleştiği, gümrük beyannamesinin düzenlendiği tarihte döviz alış kuru üzerinden 320 numaralı hesaba alacak, diğer ilgili hesaba borç kaydedilir. Oluşan kur farkları "780 Finansman Giderleri" hesabına kaydedilir. Değerlemesi dönem sonlarında Maliye Bakanlığı'nın ilan ettiği kur üzerinden yapılır. Ayrıca Sermaye Piyasası Kurulu'nun yayımladığı 26. Maddesi açısından vadesi 90 günden fazla senetsiz borç ve alacaklar reeskont işlemine tabidir ve tasarruf değeri ile değerlemesi yapılır. Reeskont faiz oranı belirtilmeyen borç ve alacaklarda Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın ilan ettiği faiz oranı kullanılır. Bununla ilgili örnek aşağıda verilmiştir (Kaya, 2011, s. 47).

3.10. Stok Hesapları

Muhasebe standartlarına göre, stoklar; satılmak, üretim için ilk madde ve malzeme, yarı mamul, mamuller, ticari mallar, artık hurda gibi 1 yıldan kısa bir zamanda kullanılması ya da

nakde dönüştürülebileceği düşünülen ve 15'li gruplardan oluşan varlıklardır. Ürünün alınmasından depoya gelmesine kadar birçok giderler oluşur ve maliyetlerin belirlenmesi muhasebe kayıtları açısından oldukça önemli bir konudur. Stoklar hesabı, 150 İlk Madde ve Malzeme, 151 Yarı Mamuller-Üretim, 152 Mamuller, 153 Ticari Mallar, 157 Diğer Stoklar, 158 Stok Değer Düşüklüğü Karşılığı hesaplarından oluşur. Bu hesaplar, aktif karakterli olduklarından ilk kayıtlarından hesabın borcuna, üretime gönderilmesi, satılması, tüketilmesi, devri ya da herhangi bir sebeple ambardan çıktığında hesabın alacağına kaydedilir. İthalat girdisi önce 159 Verilen Sipariş Avansları hesabına kaydedilir. İthalat tamamlandığında 159 hesabı kapatılarak 15 nolu hesaplara aktarılır (Kaya, 2011, s. 33-34). Örnek uygulama şu şekildedir (Kaya, 2011, s. 35).

Mercan Metal A.Ş. Almanya'daki bir firma ile kendi imalatında kullanmak üzere cıvata ithal etmek için anlaşmıştır. Teslimat Mal Mukabili ve toplam tutarı 100.000 Avro'dur. 01.09.2022 tarihinde Mercan Metal 100.000 Avro'luk malzemeyi gümrükten almıştır. Gümrük beyannamesi düzenlenme tarihinde 1 Avro= 21,50 TL'dir. Mercan Metal'ın bankasında bulunan vadesiz tevdiat hesabından mal mukabili olarak yaptığı ithalat için 100.000 Avro göndermesi için talimat vermiştir. Banka transferi gerçekleştirmiş ve 1.000 Avro tutarında işlem vergisini Mercan Metal'ın vadesiz tevdiat hesabından 10.09.2022 tarihinde 1 Avro= 21,60 TL kur üzerinden almıştır.

Madde No	**AÇIKLAMA**	**BORÇ**	**ALACAK**
…	01/09/2022 150 İLK MADDE VE MALZEME Hesabı 150.03 İthal Edilen Malzemeler 150.03.02 İthal Edilen cıvata 320 SATICILAR 320.01 Yurt dışı Satışlar	2.150.000	 2.150.000
Açıklama	1 Avro=21,50TL, 100.000X21,5=2.150.000TL'lik Almanya'daki firmadan mal mukabili 100.000 Avro ithalat kaydı.		

Madde No	AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK
…	01/09/2022 320 SATICILAR 320.01 Yurt dışı Satışlar 150 İLK MADDE VE MALZEME Hesabı 150.05 İşlem vergisi 21.600 150.06 Kambiyo zararı 10.000 102 BANKALAR HS.	2.150.000 31.600	 2.181.600
Açıklama	1 Avro=21,60TL, 1.000X21,6=21.600TL'lik bankanın havale için aldığı işlem vergisi ve 100.000 Avro tevdiat hesabından ödemenin yapılması kaydı. Kambiyo zararı: 21,50-21,60=0,1X100.000=10.000TL.		

3.11. Diğer Gelirler Hesabı

"Diğer Gelirler" hesabı Tek Düzen Hesap Planı içerisinde "602 Diğer Gelirler Hesabı" olarak yer alır. İşletmelerin bazı sebeplerden dolayı düşük hasılatı ya da faaliyet zararını gidermek amacıyla sermaye katkısı niteliğinde olmayanlar 602 Diğer Gelirler Hesabı'nda izlenir. Bu gruba giren hesaplar; mali yardımlar (sübvansiyonlar), devletin bazı malları vergi, resim, harç ve benzeri yükümlülüklerden istisna etmesi yoluyla yaptığı yardımlar, vergi iadeleri ve satış tarihindeki vade farkları, ihracatla ilgili fiyat istikrar destekleme primi gibi hasılat kalemleridir. İhracata yönelik olarak işletmelere sağlanan devlet yardımları da bu hesabın alt hesaplarında izlenmektedir. İhracat teşvikleri kapsamında firmalara sağlanan maddi menfaatler doğrudan firmaya nakit girişi seklinde değil, işletmelerin gerçekleştirdiği harcamaların bir kısmının iadesi yâda mahsubu seklinde gerçekleştirilmektedir. Bu durumda firmalar ilişikli bir faaliyetinden dolayı bir maddi menfaat elde ettiğinden daha önceden gider olarak hesaplarında izlediği bir kaleme yönelik maddi getiriyi bu hesap altında izleyebilecektir. Kredili satışlarda ortaya çıkan vade farkları ise genellikle "601 Yurt Dışı Satışlar Hesabı" alt hesaplarında izlenebilmektedir. Alıcının borcunu vadesinde ödemediği durumlarda oluşan kur farkları bu hesap altında izlenmez. Çünkü bu gelirler önceden yapılan bir faaliyet ile doğrudan bağlantılı olmayışıdır.

Buna göre dönem faaliyetlerden doğan sübvansiyon, vergi iadesi, teşvikler gibi getiriler ilgili hesaba borç kaydı yapılırken bu hesap alakalandırılarak kapatılmaktadır.

4. Sonuç ve Öneriler

Dış ticaret işlemlerine ait sınırsız denecek kadar kaynağın olmasına rağmen, ticaret ortamının hareketliliği sebebiyle uygulamada her geçen gün çok farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu durum güncel mevzuata hâkimiyeti ve yaşanan gelişmeleri sürekli takip etmekle mümkün

olacaktır. Dış ticaret işlemlerini uygulamaya koyacakların, öncelikle bu işlemleri iyi tanıması gerekmektedir. Kendi ülkelerinin ve ticaret yapacakları ülkelerin yükümlülüklerini, dış ticaret işlemlerinde kullanılan belgeler, ödeme şekilleri, kambiyo mevzuatı ve muhasebe standartlarına hâkim olunması gerekir. Bunun yanında işlemlerin kontrolü, takibi, belgelerin düzenli olarak kayıt altına alınması, muhasebeleştirmede muhasebe kurallarının iyi bilinmesi, hesap planı içerisinde dış ticaret işlemlerinde kullanılan hesaplarını düzenlenmesi de önem arz etmektedir. Bütün bunlar dış ticaret işlemleri muhasebesi kapsamındadır. İhracat işlemlerinde muhasebe kaydı yapılırken, fiili gerçekleşen ihracat tarihindeki Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası döviz alış kuru temel alınır.

Çalışma, işletmelerin dış ticaret işlemlerinin muhasebe sürecinde önemli derecede katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

Ataman, Ümit ve Sümer, Haluk (2006). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi* (9. Baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Bekçi, İsmail ve Akçi, Yavuz (2012). Dış ticaret işlemleri muhasebesi. (Editör: İbrahim Halil Ekşi). *A'dan Z'ye Dış Ticaret Uygulamaları* (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık, 143-209.

Büyüktopçu, Halil İbrahim (2009). *Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının Finansal Tablo Düzenlemelerine Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Kaya, Feridun (2008). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kaya, Feridun (2011). *Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kökeş, Elife (2014). *Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Örnek Uygulamalar,* Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

MEGEP, (Meslekî Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi) (2011). Muhasebe-Finansman, Dış Ticaret Muhasebe Sistemi, Ankara, 2.

Ortaç, Serhan (2010). *Dış Ticaret İşlemleri, Muhasebe Uygulamaları ve Uygulamaların Muhasebe Standartları Karsısındaki Durumu,* Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Turna, İrem (2015). *Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi,* Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

EVALUATION OF THE INCREASE IN TAX RATES USING THE LAFFER CURVE

Lec. Serhat KURT
Selçuk University, - 0000-0003-0997-2183

Lec. Şükrü GÜVEN
Selçuk University, -0000-0001-6489-5593

SUMMARY

Tax revenues, which have the largest share among the public revenues obtained by the states, play an important role in the fulfillment of the duties and responsibilities of the states in the economic, financial and social fields. For this reason, states aim to maximize tax revenues by minimizing tax losses and evasion. However, today, the increase in the duties and responsibilities of states also leads to an increase in public expenditures. This increase in public expenditures makes current tax revenues insufficient. Therefore, efforts are being made to increase tax revenues by increasing tax rates or introducing new taxes.

The relationship between tax rates and tax revenues is explained by the Laffer curve developed by Arthur Laffer. According to the Laffer curve, it is predicted that high tax rates will have a reducing effect on tax revenues. Accordingly, an increase in tax rates increases tax revenues up to a certain point. Every proportional increase beyond the tax rate that will maximize tax revenues will lead to a decrease in tax revenues.

In the study, the positive and negative effects of the increase in tax rates in terms of public revenue will be evaluated with the Laffer curve.

Keywords: Tax, Tax rate, Laffer curve

1. Entrance

States finance the majority of their public expenditures with tax revenues while fulfilling their duties and responsibilities. Therefore, taxes are an indispensable type of income. While states can resort to taxes when they seek economic resources, they can also waive taxes due to some social and economic policies.

There may be different reasons for increasing tax rates. These reasons are generally; economic needs are to reduce demand in the fight against inflation or to discourage the use of immoral goods. However, increasing tax rates has positive and negative effects. Positive results can be obtained if tax rates are increased in order to reduce demand in the fight against inflation or to deter the consumption of vices such as alcohol and cigarettes. However, increasing tax rates in order to increase tax revenues does not always have positive results. Although it increases public revenues in the short term, many negative effects may occur in the long term.

In the study, the negative effects of increasing tax rates will be mentioned and this situation will be expressed with the Laffer curve.

2. Importance of Tax

States finance their public expenditures with public revenues to fulfill their duties and responsibilities in the economic, financial and social fields. Tax revenues have the most important share among public revenues. However, taxes should not be considered only as a type of income for states. Taxes are both an important income item for states and a means of intervention in the economy.

Taxes are used both to generate income and to intervene in the economy outside the income function, depending on the economic conditions of the period. Due to its positive effects, it has become an indispensable intervention tool of states. However, tax practices do not always yield positive results. It can have positive and negative consequences due to many factors such as the economic conditions of the period, tax compliance of taxpayers, and tax understanding of states.

2.1.Purposes of Application of Taxes

Taxes are the most important source of income for states. The fact that public expenditures have been increasing from past to present makes taxes indispensable for states. For this reason, the priority in tax practices is generally to obtain public revenue. However, taxes are not always imposed solely for the purpose of generating revenue. Taxes are one of the main areas where the state makes its sovereign power felt (Edizdoğan et al., 2019: 115). Based on this sovereign power, taxes are effectively used as a means of intervention in the economy.

Taxes are applied for many different purposes due to their characteristics. The general purposes for which taxes are applied are; It can be expressed as generating income, fighting inflation, being an incentive tool and creating deterrence in some issues. The purpose of taxes to generate revenue forms the basis of the reason for the existence of taxes. Tax policy is used effectively in the fight against inflation. Inflation; It is defined as an increase in the general level of prices. Tax policies implemented in the form of tax increases during inflationary periods are among the leading anti-inflationary policies with their effect of restricting total demand (Ulusoy, 2018: 194). The use of taxes for incentive purposes is expressed as excluding certain types of earnings from taxes or deferring taxes in different ways (Tekin, 2006: 301). In order to encourage investments in certain areas, especially according to the economic conditions of the period, and to ensure the use of domestic and foreign capital in these sectors, some tax facilities are encouraged. Another use of taxes is to create deterrence in some matters. Taxes are intervened in order to prevent the negative externality that will occur on society after the use of non-virtuous goods. By increasing the tax rates of these goods and reducing their use, it is aimed to reduce the negative externality that they spread to society.

As can be seen, public revenue is not the only purpose of changes in tax rates. Many economic interventions can be made through changes in tax rates. Lowering tax rates in order to protect or encourage certain areas generally has positive effects. However, although increasing tax rates above a certain level may increase tax revenues for a short time, it may also lead to negative consequences in the long term.

3.Course of Tax Rates

The first source of income that states resort to as a result of economic needs is taxes. This is due to the fact that taxes are both the most important public income and have flexibility appropriate to the economic conditions of the period. However, although increasing tax rates may increase public revenues in the short term, it may also have negative effects in the long term. High tax rates affect taxpayers' tax resistance because they increase people's tax burden and directly affect their purchasing power (Gök, 2007: 147). As tax rates increase, the taxpayer's tax burden also increases. For this reason, many problems arise. The most important tax-related problems are tax loss evasion and tax avoidance through legal means. Therefore, states lose large amounts of tax revenue.

As can be seen, trying to finance the economic resources needed after every increase in public expenditures by increasing tax rates does not always yield the desired result. When we look from past to present, it is seen that the problems of states such as globalization, tax competition and tax havens have emerged and increased intensively. Therefore, as a result of the increasing tax competition between states with the influence of globalization, taxes have begun to be applied at lower rates than before.

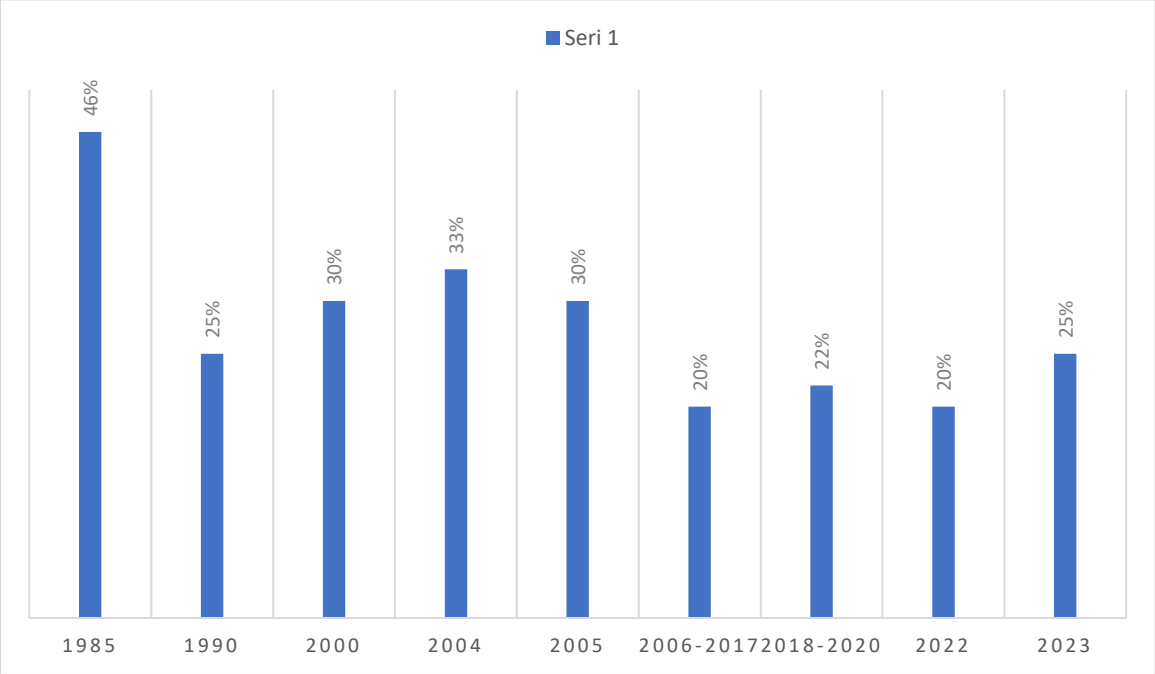
Table 1. Change in Income Tax Brackets in Turkey by Years

Yıl	1.Dilim	2.Dilim	3.Dilim	4.Dilim	5.Dilim	6.Dilim	7.Dilim
1995	25	30	35	40	45	50	55
2000	20	25	30	35	40	45	
2005	20	25	30	35	40		
2006	15	20	27	35			
2023	15	20	27	35	40		

Source: (Armağan, 2007: 229).

When we look at the table in Table 1, we see that income tax brackets vary from year to year. When we look at the highest income tax rates by years, it is seen that it was applied as 7-branch and 55% in 1995, 45% in 2000, 40% in 2005, 35% in 2006 and 40% in 2023. It is understood that the decreasing trend in tax rates seen around the world is also applied to income tax in Turkey.

Table 2. Change in Corporate Tax Rate in Turkey by Years



Source: Adapted from law texts.

Table 2 shows the proportional changes in corporate taxes in Turkey. When looked at, the corporate tax rate, which was 46% in 1985, tends to decrease over the years. The biggest impact on this decrease in tax rates is the global developments.

3.1.Increasing Tax Rates

Today, tax rates appear to be on a downward trend compared to past practices. However, we cannot say that the decreasing trend continues in every period. We see that in some periods, tax rates increase depending on economic needs or tax interventions, resulting in wavy graphs. In 2023, decisions were taken to increase some tax rates in the Turkish tax system. Among these increased tax rates, the most effective ones on the economic structure are increasing value added tax and corporate tax rates**.**

Value added tax rates have been increased by the presidential decree published in the Official Gazette dated 07.07.2023 and numbered 32241. According to this;

The phrase "18%" in paragraph a of the relevant law is replaced by "20%",

The phrase "8%" in paragraph c of the relevant law has been changed to "10%".

Another tax whose rates will increase in 2023 is corporate tax. Published in the Official Gazette dated 15.07.2023 and numbered 32249, the "Law on the Establishment of Additional Motor Vehicle Tax for the Compensation of Economic Losses Caused by the Earthquakes that Occurred on 6/2/2023 and on Amendments to Certain Laws and the Decree Law No. 375" has entered into force. According to Article 21 of the relevant law, it is stated that the corporate tax rate, which is 20%, will be increased by 5 points to 25%, and the corporate tax rate of financial institutions, which is 25%, will be applied at 30%.

3.2. Evaluation of the Increase in Tax Rates

Increasing tax competition around the world has an impact on the tax strategies of states. Reasons for the increase in tax competition; These are cited as factors such as the increase in the circulation of capital and labor and the emergence of tax havens (Aktan and Vural, 2004: 6). We say that there is a decrease in tax rates due to these factors. However, it is seen that states make decisions to increase tax rates in some periods, depending on the economic conditions of the period.

Although increasing tax rates provides positive effects in terms of generating income in the short term, it brings with it many problems when considered in the long term. For example, after the increase in the corporate tax rate; An increase in the informal economy and a decrease in investments are among the possible problems. While states determine policies to encourage domestic and foreign investors by competing with other states under the influence of globalization, on the other hand, increasing the corporate tax rate creates a contradiction. Disadvantages of increasing corporate tax rates; These can be listed as increasing the informal economy, increasing unemployment and decreasing investments.

Increasing value added tax rates may lead to an increase in prices and therefore an increase in tax losses and evasion or tax avoidance through legal means. In this case, as a result of the increase in the state tax rate, tax revenues may decrease, rather than increase.

The relationship between tax rates and tax revenues is most successfully expressed by the Laffer curve. The Laffer curve, which shows the relationship between tax rates and estimated taxable incomes, successfully shows that high tax rates will definitely have a reducing effect on tax revenues (Mıtchell, 2011: 326).

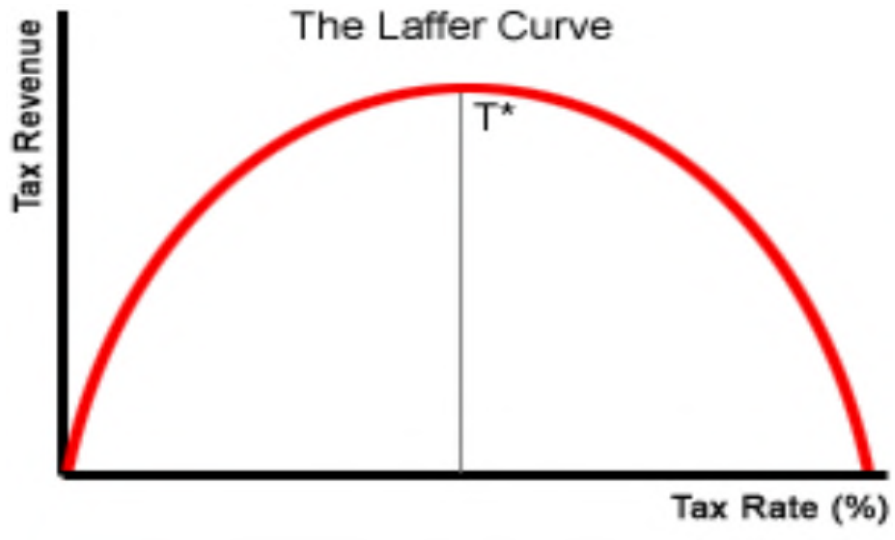


Image 1. The Laffer Curve

According to the Laffer Curve in Visual 1, it is shown that as tax rates increase, tax revenues also increase, but this increase in tax revenues will continue up to a certain point. Maximum tax revenue is obtained with the tax rate applied at point “T”. As the tax rates applied from point "T" continue to be increased, it is seen that there are decreases in tax revenues.

4.Conclusion

States increasing tax rates due to their economic needs may have negative effects in the long term. While there is a decrease in tax rates worldwide due to global tax competition, increasing tax rates will put the country at a disadvantage in the competition. When we evaluate the increase in tax rates within the country, we can say that many contradictions arise. For example; While there is an intense fight against the informal economy, the increase in corporate tax and value added tax rates is likely to increase the informal economy. On the other hand, after the increase in the rates of these taxes, institutions with increased tax burden may contract and therefore make decisions to lay off staff. This situation contradicts the policies implemented by the state to reduce unemployment.

When we evaluate the increase in tax rates with the Laffer curve, we see that tax revenues will be maximum up to a certain tax rate, but with every increase after that rate, tax revenues will decrease. As a result, tax policies are economic decisions that must be implemented by taking into account their negative effects. Although the needed income is obtained in the short term as a result of increasing tax rates, the problems mentioned in the study are likely to arise in the long term.

Source

[1] 07.07.2023 tarihli ve 32241 sayılı Resmi Gazete.

[2] 6/2/2023 Tarihinde Meydana Gelen Depremlerin Yol Açtığı Ekonomik Kayıpların Telafisi İçin Ek Motorlu Taşıtlar Vergisi İhdası ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun

[3] Aktan, C. C., Vural, İ. Y., Vergi Rekabeti. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *22*, 1-18, 2004.

[4] Armağan, R., Türkiye'de Gelir ve Kurumlar Vergisi Oranlarinda İndirimin Vergi Gelirleri Üzerine Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *12*(3), 227-252, 2007.

[5] Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö., Gümüş, E., *Kamu Maliyesi*. Ekin Kitabevi, Bursa, 2019.

[6] Gök, A., Vergi direncinin gelişimi. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, *22*(1), 143-163, 2007.

[7] Mitchell, D. J., Laffer Eğrisi Doğrultusunda Vergi Oranları, Vergilendirilebilir Gelir ve Vergi Gelirleri Arasındaki İlişkinin Anlaşılması. *Maliye Dergisi*, *161*, 326-336, 2011.

[8] Tekin, A., Vergi teşvikleri ve ekonomik etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 2006.

[9] Ulusoy, A., *Maliye Politikası*. Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 2018.

HALKLA İLİŞKİLER ÇERÇEVESİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

Öğr. Gör. Şükrü GÜVEN[1]

[1]*Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, sukruguven@selcuk.edu.tr*
ORCID: 0000-0001-6489-5593

Öğr. Gör. Serhat KURT[2]

[2]*Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, serhat.kurt@selcuk.edu.tr*
ORCID: 0000-0003-0997-2183

Özet

İnsanlık tarihi süreci içerisinde tarımsal üretimle başlayıp sanayi devrimiyle toplumsal yaşama yön veren gelişmeler, bilim ve teknoloji alanında ortaya çıkan unsurlar bilgi ve iletişim teknolojilerinde yeni alanlar oluşturarak, hayatımızın her safhasında etkili olmaya devam etmektedir. Hayatımız içerisinde günlük alışkanlıklarımızla birlikte her faaliyetimizde yeni bir veri üretilmekte, bu verilerin işlenmesi teknolojinin her geçen gün daha da gelişmesini tetiklemektedir. Bu gelişim sosyal-ekonomik hayatımızı derinden etkilemeye başlayan yapay zekâyı ortaya çıkarmıştır.

Halkla ilişkiler uygulamalarında teknolojik gelişimler yapay zekâ ile daha etkili olmaya devam etmektedir. Halkla ilişkiler uygulamalarına dâhil olan yapay zekâ "dijital halkla ilişkiler" kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu süreç yapay zekâ uygulamalarının teknolojik dönüşüm ile ilişkili teknolojilerin adaptasyonunu gerçekleştirmeye başlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla ilişkiler, Yapay Zekâ, Teknoloji.

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FRAMEWORK OF PUBLIC RELATIONS

Abstract

In the course of human history, the developments that started with agricultural production and gave direction to social life with the industrial revolution, the elements that emerged in the field of science and technology continue to be effective in every stage of our lives by creating new fields in information and communication technologies. Along with our daily habits in our lives, new data is produced in each of our activities, and the processing of this data triggers the development of technology day by day. This development has revealed artificial intelligence, which has begun to affect our social-economic life deeply.

Technological developments in public relations practices continue to be more effective with artificial intelligence. Artificial intelligence, which is included in public relations applications, has revealed the concept of "digital public relations". This process has started to realize the adaptation of technologies related to technological transformation of artificial intelligence applications.

Keywords: Public relations, Artificial Intelligence, Technology.

1. GİRİŞ

Bilişim teknolojileri son yıllarda büyük bir gelişim göstermekle birlikte özellikle son 20 yıldır yapay zekânın her alanda kullanılması ile teknoloji alanında gelişmeler daha da artar hale gelmiştir. İnsan zekâsını taklit ederek işlem yapabilen, veriler toplayabilen ve elde edilen verilerle işlem yapabilen yapay zekâ her geçen gün kendini daha da geliştirmektedir. Bu konuda Galloway ve Swiatek (2018) yapay zekânın bir insan ürünü olduğunu belirterek yapay zekânın gelecekte insanın beyninden daha çok çalışacağını ve insan beyninin yapabileceği işlerin daha fazlasını yapabileceğini belirtmektedir. Makine öğrenmesi olarak belirtilen yapay zekâ, derin öğrenme ve veri madenciliği gibi kavramların bir araya getirilerek işlem yapılması süreci olarak da gösterilmektedir. Bu doğrultuda yapay zekâ sağlık, eğitim, mühendislik, iletişim ve daha birçok alanda yeni çalışmalara ve yeni gelişmelere de imkân tanımaktadır. Yapay zekânın bilime olan katkıları özellikle iletişim bilim alanında kendini daha fazla göstermiş olup iletişim bilim alanı altındaki halkla ilişkiler uygulamalarında da yapay zekâ uygulamaları kullanılır hale gelmiştir. Makine öğrenmesi diğer bir ifadeyle derin öğrenme materyallerinin kullanılması ile hem işletmeler hem de kurumlar dış çevreden veri toplayarak rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü elde edebilir hale gelmişlerdir.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin hızla meydana gelmesiyle birlikte yapay zekâ kavramı da toplumlar, bireyleri ve kurumlar için maliyet ve zaman tasarrufu sağlayarak birçok avantajı sağlamaktadır. Buna ek olarak teknolojinin ve yapay zekânın sürekli gelişmesi toplumların kültürel, sosyal, ekonomik ve politik yönlerden gelişmesine de neden olmuştur. Bu durum da her alanda bir değişime ve gelişmeye zemin hazırlamıştır. Özellikle son yirmi yılda dijitalleşme ile bilgi iletişim teknolojileri ve iletişim araçlarında meydana gelen değişim halkla ilişkiler alanında da yoğun olarak görülmeye başlanmıştır. Buhmann ve White (2022: 626), internetin yaygınlaşması ve mobil iletişim araçlarının yoğun bir biçimde kullanılmasıyla birlikte dönüşüme uğrayan iletişim kavramı halka ilişkiler uygulamalarını da dönüşüme uğrattığını ifade etmektedir. Dijital iletişimin gelişmesiyle halka ilişkiler kapsamında çevrimiçi ilişkiler kurularak mevcut kapsama alanı geliştirilmiş, örgüt veya kurumların kurumsal itibarları da gelişime ve dönüşüme uğramıştır (Arief ve Gustomo, 2020; Santa Soriano ve Valdés, 2021; Türksoy, 2022). Bu çerçevede halkla ilişikler uygulamalarına yönelik sosyal medya platformlarının kullanılması ile kurumlar itibar kazanabilmekte ve itibar yönetimini en hızlı ve etkin bir araç olan sosyal medya ile yapabilir hale gelmektedir. Bu çerçevede yapay zekâ kullanımı ile sadece örgütlerin itibarı ön plana çıkmamakta aynı zamanda bireylerin de itibar ve imajları bu platformlar aracılığıyla etkin bir içimde yönetilebilir hale gelmiştir (Munandar ve Irwansyah, 2020).

2. HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler bir bilim olarak multidisipliner bir alan olan iletişim biliminin alt dalı olarak belirtilmekle (Peker, 2016: 98) birlikte 1990 yılında kurulan Foundation for Public Relations Research and Education kuruluşu olan Halkla İlişkiler Araştırma ve Eğitim Vakfı tarafından araştırılmaya başlanan bir bilim olarak ortaya konulmuştur. Bu kuruluşun halkla ilişkiler konusuna yönelik 65 araştırmacı ile yapmış oldukları 472 tanım bulunmaktadır. Bu tanımlardan yapılan genel ve ortak bir tanıma göre halkla ilişkiler; bir örgütün hedef kitleri ile iletişim kurarak karşılıklı anlayış, işbirliği ve faaliyetler kabulünü sağlama ve bu aşamaların sürdürebilirliğinin sağlanmasına yönelik işlemler bütünü olarak ifade edilmiştir (Çakırer, 2018: 15). Diğer bir tanıma göre halkla ilişkiler, bir kuruluş veya örgütün başarılı veya başarısız olmasına bağlı olarak hedef kitleler arasında karşılıklı yarara dayalı ilişkiler kurmayı sağlayan

bir yönetim işlevidir (Anani-Bossman ve Obeng, 2022). Bu çerçevede halkla ilişkiler, örgütlerin davranışlarını öngörerek kontrol edebilmek amacıyla kullanılan, örgüt faaliyetlerinin etkili olmasını sağlayan stratejik bir iletişim aracı olarak da nitelendirilebilir (Aktaş, 2019: 68).

İşletmelerin marka veya ürün tanıtımının yapılması, dış çevreye yönelik duyuruların yapılarak işletmenin ürettiği ürün veya hizmetlerin medyaya yansımalarının belirlenmesi için halkla ilişkiler departmanına büyük işler düşmektedir (Peltekoğlu ve Askeroğlu, 2019). Bu kapsamda halkla ilişkiler departmanının temel işlevi örgütün veya işletmenin tanıtımı ve faaliyetlerin müşterilere anlatılma işlemidir. Bu çerçevede özellikle medyada haber oluşturmanın pazarda daha güçlü bir varlık gösterme anlamına geldiği günümüzde işletmenin satışlarının arttırılması da ancak işletme faaliyetlerinin dış çevreye tanıtılması ile sağlanabilecektir. Medyada haberlerin güvenilir hale gelmesi, ürünün tüketiciye doğrudan ve hızlı bir biçimde tanıtılması ve reklamlardan gelir elde etmek gibi avantajlar oluşturulması bakımından halkla ilişkiler kavramını medyaya evirilmesi önemlidir (Grunig, 2005: 391). Bu doğrultuda günümüzde müşterilerin güvenlerini kazanmak ve kazanılan güvenin de devam ettirilmesini sağlamak, işletmeler açısından önemli olmakla birlikte olumsuz şartlarda müşterilerle olumlu ilişkiler kurmak ve sorumlu davranmak ancak sağlıklı işleyen halkla ilişkiler süreciyle olabilmektedir (İşçi, 1997: 8).

3. YAPAY ZEKÂ

Literatürde “artificial intelligence” olarak belirtilen yapay zekâ, bireylere ait bilinç ve düşünme yapısının makinelere uyarlanması ile oluşturulan bir sistem olmakla birlikte karmaşık işlemleri bilgisayar üzerinde insan beyni yapısına benzeterek çözüme ulaştırmak için kurgulanan bir platform olarak tanımlamak mümkündür (Akalın ve Veranyurt, 2020: 134). Yapay zekâ, bilgisayar sistemi ile oluşturulan robotların bir insan gibi düşünmesini ve insan gibi hareket etmesini sağlamak için oluşturulan teknoloji olarak zekice olsun veya olmasın doğal sistemlerin yapabildiği bilişsel etkinlikleri yerine getiren yapay sistemlerin bütünüdür (Say, 2018: 83). Diğer bir ifadeyle yapay zekâ, bir canlı organizma olmaksızın, tamamıyla yapay araçlar kullanılarak insan gibi davranışlar gösterebilen makinelerin geliştirilmesine yönelik geliştirilen teknolojinin genel adı olup bu teknolojiye robot adı da verilmektedir (Aydın ve Değirmenci, 2018: 20). Whitby (2005: 17)’ye göre yapay zekâ “insanlarda, hayvanlarda ve makinelerde zeki davranışın ne olduğunu inceleyen ve insan yapımı aygıtların nasıl bu tip davranışlar sergileyebileceğini bulmaya çalışan bir bilim dalıdır. İnsanlığın şimdiye kadarki en güç ve belki de en heyecan verici girişimidir” olarak tanımlanmaktadır. Sevim vd. (2022: 14) yapay zekâyı makinelerin verilen görevleri yerine getirebilmeleri amacıyla insanların bilişsel becerilerini ve görevlerini taklit ettiği çıkarım ve öğrenim yapabilen bilgisayar sistemleri olarak tanımlamaktadır.

Yapay zekâ, devrimi makine öğrenmesiyle ortaya çıkan bir durum olmakla birlikte bu öğrenme şekli, bir bilgisayar sisteminde kayıtlı olan verilerden makinenin işlem yapmayı öğrenme durumudur. Diğer bir ifadeyle makineler iş yaparken rastgele verilen komutları yerine getirmek yerine, yeni yöntemleri öğrenerek iş faaliyetinin robotlar tarafından yürütülmesi işlemidir (Aydınalp, 2020: 2288). Bu çerçevede Google firması derin öğrenme olarak nitelendirilen makine öğrenme algoritmalarını kullanmaktadır. Bu algoritmalar büyük miktarda veri yığınları içinden kendini tekrar eden desenleri tespit ederek işlem yapmaktadır (Çolak, 2017).

Yapay zekânın örgütler, kurumlar ve işletmeler açısından daha mikro düzeyde bazı tehlikeleri de bulunmaktadır. Özellikle algoritmik düzenlenen halkla ilişkileri uygulamalarının yanlış ve yanlı bir biçimde oluşturulması kurumların itibarlarını olumsuz yönde etkileyebilecek, kurumların bazı kusurları ile özel sırların rakiplerin eline geçmesine neden olabilecek ve hatta bir işletmenin toplum gözünde değerinin düşerek yok olmasına dahi neden olabilecektir (Collister, 2015; Çolak, 2017). Diğer yandan özellikle derin makine öğrenme algoritmalarının kullanıldığı yapay zekâ sistemlerinde algoritmanın karara varma işleminde nasıl bir yol izlediğinin takip edilememesi ve açıklanamaması gibi durumlar yapay zekâya yöneltilen eleştiriler arasında olmaktadır (Niazi vd., 2019).

Yapay zekânın geliştirilmesi ile artık bilgisayar satranç oyunlarında insanları yenebilmekte, uzman sistemler aracılığıyla uzay araçları ile uzay uyduları yönetilebilir hale gelmekte, internet sitelerinde otomatik olarak yabancı dil tercümesi yapılabilmektedir. Bunlara ek olarak gelişen makineler ile donatılan yapay zekâ ile aşağıdaki işlemler de yapılabilmektedir;

- Uzman sistemler olarak problem çözebilir, yorum yapabilir, ilişki kurabilir ve kendi aralarında konuşabilirler.
- Yapay sinir ağları ile makineler diğer makinelerle öğrenme tekniği kullanarak işlem yapabilirler.
- Bireysel genel bilgisayarların çözemediği karmaşık problemleri çözerek genetik algoritmalar oluşturabilirler.
- Bulanık önermeler mantığı ile problemleri anlayarak işlem yapabilirler.
- Zeki etmenler olarak oluşturulan robotlar merdiven çıkabilir, sorulara cevap verebilir ve hatta top bile oynayabilirler.
- Metinleri okuyarak anlam çıkarabilirler, doğal dil işleme yöntemi ile öğrendikleri bilgiler ile öğretmenlik yapabilirler.
- Yapay zekâ sistemleri görme araçları ile algılayabilirler ve işlemlere odaklanarak önceliklendirebilirler.

4. HALKLA İLİŞKİLER KAPSAMINDA YAPAY ZEKÂ

Halkla ilişkiler örgütlerin yönetimi açısından önemli olmakla birlikte halkla ilişkiler profesyonelleri ve yöneticileri teknolojinin gelişimini ve insan beynini merkeze alarak iletişim stratejilerini tasarlarken yeni teknikler belirlemeleri önemlidir. Bu nedenle halkla ilişkiler uygulamaları güncel yaklaşımları takip etmeli ve gelişen teknoloji ile desteklenmelidir (Polat, 2023: 1749). Halkla ilişkiler uygulamalarının teknolojiyle geliştirilmesinde yapay zekâ kullanımının sağlanması örgütlere avantaj sağlayacaktır. Bu durum özellikle işletmelerin öne çıkmalarına ve rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmelerinde öncü olmalarına imkân sağlayabilir. Diğer yandan dijitalleşmenin ve teknolojik imkânların kullanılması ile yaşanan hızlı değişim ve gelişim, halkla ilişkiler yöneticilerinin işini kolaylaştıracak ve daha etkin örgüt yönetimi sağlanabilecektir (Djeffal vd., 2022; Mohamed ve Bayraktar, 2022; Anshari vd., 2023).

Halkla ilişkiler, kurumlar veya bireyler ile hedef kitleleri arasındaki iletişimi ve itibarı yönetme sürecini kapsayan stratejik bir disiplindir. Yapay zekâ, bu alandaki çeşitli görevleri optimatize etmek, veri analizi yapmak ve halkla ilişkiler stratejilerini daha etkili hale getirmek için kullanılabilir. Halkla ilişkiler örgütler açısından hedef kitlenin özelliklerini tanımaya çalışır, örgütleri hedef kitleye karşı temsil ederek tanıtır ve bunların bileşimi ile yapılan müzakereler

neticesinde örgüt ve çevresine yönelik ortak bir gerçeklik oluşturur (White, 1987). Halkla ilişkiler örgütün dış dünya ile köprüsünü oluşturmakta, kurum veya kuruluşların dış dünyaya açılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu kapsamda halkla ilişkiler uygulamalarında veri tabanları, veri setleri ve algoritmaların kullanılması ile günümüz teknolojileri halkla ilişkiler uygulamalarında kullanılır hale gelmektedir (Lundahl, 2022). Yapay zekâ olarak da bilinen derinlemesine öğrenen sistemler ile halkla ilişkiler faaliyetleri algoritmalar kullanılarak bilgisayara dayalı hesaplamalar süreci ile stratejik iletişimler tanımlanır, elde edilen veriler analiz edilerek kurum itibarı veya bireysel itibarın etkili ve doğru bir biçimde yönetilmesi sağlanmaktadır (Loureiro vd., 2021; Chua, 2023).

Hedef kitleye yönelik verilerin genel olarak dijital platformlardan elde edilmesi ile bu verilerin algoritmalar kullanılarak yapay zekâyla düzenlenmesi mümkündür. Genel olarak verilerin davranış ve işlevlerini yöneten kurallar kümesi olarak algoritmalar dâhilinde sistemi yöneten yapay zekâ yazılımları, internette var olan ve özellikle sosyal medya ortamlarında var olan bilgileri zaman sınırı olmadan çekebilmekte ve örgütün itibarının olumlu yönde etkilenmesine yönelik işlemler yapabilmektedir (Lash, 2007).

Sosyal medya ortamlarında meydana gelen sürekli bir içerik üretimi ve bilgi paylaşımını her an kontrol etmek veya tümüyle kontrol etmek çok zor hatta imkânsızdır. Günümüzde anlık olarak sürekli devam eden bilgi paylaşımları internet platformlarını adeta bir veri madenine dönüştürdüğü için bu veri yığınları ancak algoritmalarla kurum veya örgütü ilgilendiren bilgi ve verilerin seçilmesini sağlayabilir (Egarter Vigl vd., 2021; Nalbant ve Aydın, 2023). Özellikle sosyal medya paylaşımları noktasında yapılan algoritmalar ile işletmeler kendilerini ilgilendiren konular ile paylaşımlardan haberdar olabilecek ve bu bilgileri avantaja dönüştürebileceklerdir. Sağlıklı ve zamanında alabildikleri bu bilgileri halkla ilişkiler departmanına aktarabilen örgütler sürekli değişen dış çevreyi hem zamanında tanıyabilecek hem de dış çevrenin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebileceklerdir (Khan vd., 2023; Simay vd., 2023).

Yapay zekâ, insanların, toplumların ve dünyanın geleceğini "otonom zeki sistemler" olarak tasarlamaya devam etmekle birlikte bunu yaparken bazı olumsuz durumlara ve endişelere de neden olabilmektedir (Köse, 2022). Bu kapsamda yapay zekânın gelecek dönemlerde süper zekâya evirilerek insan zekâsını aşabileceği, kendi başına düşünebileceği, bireysel olarak bağımsız bir biçimde karar verebilecek yetiye ulaşabileceği ve nihayetinde insan zekâsına hükmedebileceği görüşleri uzun zamandan beri tartışılır hale gelmiştir. Neredeyse herkesin tahmin edebildiğinden çok daha fazlasını yapabilir hale gelen günümüz yapay zekâsı, her geçen gün daha fazla işlem yapabilir hale gelerek iyileştirme hızını arttırmaktadır. Bu çerçevede yapay zekânın denetim altında bulundurulması gerekliliği de açıktır. Aksi durumda yapay zekâ insanlığın geleceğine yönelik ciddi riskler bulundurabilecektir (Çolak, 2017: 122; Codella, 2023).

Yapay zekâ, müşteri ilişkileri yönetimi süreçlerini optimize etmek için kullanılabilir. Müşteri verilerini analiz ederek, kişiselleştirilmiş iletişim stratejileri oluşturabilir ve müşteri deneyimini geliştirebilir. Bu doğrultuda yapay zekâ aşağıdaki işlemleri kullanılarak müşteri ilişkilerini yönlendirebilir;

- Chatbotlar: Halkla ilişkilerde chatbotlar, 7/24 müşteri desteği sağlamak ve temel soruları yanıtlamak için kullanılır. Yapay zekâ, bu chatbotları daha akıllı hale getirerek daha karmaşık sorunları çözmelerini sağlayabilir.

- Duygu Analizi: Yapay zekâ, sosyal medya ve diğer platformlardaki duygusal analizlerle marka algısını takip etmeye yardımcı olabilir. Olumlu ve olumsuz geri bildirimleri tespit ederek, kriz yönetimi ve itibar yönetimi konularında hızlı müdahaleler sağlayabilir.
- Öneri Sistemleri: Halkla ilişkiler yöneticileri, yapay zekâ tabanlı öneri sistemleri kullanarak medya ilişkilerini güçlendirebilir. Hangi medya kuruluşlarına hangi hikâyelerin önerileceği konusunda veriye dayalı kararlar alabilirler.
- Sosyal Medya Yönetimi: Yapay zekâ, sosyal medya yönetimini otomatikleştirme ve içerik planlamasını optimize etme konularında yardımcı olabilir. Ayrıca kriz durumlarında hızlı müdahaleler sağlayabilir.
- Eğim Analizi: Yapay zekâ, haber akışlarını ve sosyal medya platformlarını tarayarak sektör eğimleri belirleme konusunda yardımcı olabilir. Bu, halkla ilişkiler stratejilerinin güncellenmesine ve uyum sağlamasına olanak tanıyabilir.
- Metin Madenciliği: Metin madenciliği, medya analizi ve halkla ilişkiler yöneticilerinin basın bültenleri, haber makaleleri ve sosyal medya gönderileri gibi büyük metin verilerini analiz etmelerine yardımcı olabilir. Bu, kamusal algıyı anlamada önemli bir araç olabilir.

5. SONUÇ

Günümüzde toplumların ve örgütlerin yapay zekâ kullanımları her geçen gün artmaktadır. Bu artışta en önemli etken, iş yükünün hafifletilmesinin sağlanmasıdır. Halkla ilişkiler yapay zekâ uygulamaları, daha veri odaklı ve stratejik bir yaklaşım olarak desteklenen bir sistem olmakla birlikte insan dokunuşu ve insana duyarlılık halkla ilişkilerde önemli bir durum haline gelmiştir. Bu nedenle yapay zekâ uygulamaları insana destek olmalı ve insan kaynakları yönetimi için karar alma süreçlerini geliştirmelidir. Yapay zekâ, halkla ilişkiler uygulayıcılarına daha veri odaklı, hızlı ve etkili bir şekilde çalışma imkânı sunar. Ancak, insan dokunuşu ve insana duyarlılık hala bu alandaki en önemli unsurlardır. Yapay zekâ uygulamaları, halkla ilişkiler uzmanlarına veri analizi ve stratejik karar verme süreçlerinde yardımcı olurken, insanların yaratıcılığı ve insan ilişkileri hala kritik bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda halka ilişkiler açısından yapay zekâ kullanımı yöneticilere kolaylık sağlamasına rağmen insan unsurunun göz ardı edilmemesi önemlidir. Öte yandan yapay zekâ kullanımı ile örgütler dış çevrelerini daha iyi tanıyabilecek ve özellikle işletmeler müşterilerini daha iyi tanıyacakları için müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevaplar verebileceklerdir.

Günümüzde ve gelecekte gelişmeye devam edecek olan yapay zekâ kullanımı ile toplumlar ve bireyler daha yararlı hizmetler sağlayabilecektir. Özellikle işletmeler ve devletlerin yapay zekâyı geliştirmeleri ve bu gelişime yönelik desteklerin verilmesi önemlidir. Diğer yandan yapay zekâ işlemlerinin kontrol edilerek amacı dışında kullanılmaması sağlanmalıdır. Yapay zekânın kullanılması ile daha fazla robotlar kullanılabilecek ve bu durum ise insanların bazı işleri robotlara devretmeleri ile farklı işlere zaman harcamaları sağlanabilecektir. Son zamanlarda sosyal medya ve basın bültenlerini takip etmeye yönelik profesyonel işlemlerde yapay zekâ algoritmaları oluşturulmasıyla örgüt veya kurum hakkında elde edilen veriler halkla ilişkiler departmanı aracılığıyla raporlanabilir ve bu iş süreçleri daha profesyonel ve insan eli değmeden yapılabilir. Buna ek olarak 7/24 işlem yapabilen yapay zekâ ile insan gözüyle kaçırılabilecek verilerin de işlenmesi sağlanarak veri kaybının önüne geçilebilir. Diğer yandan bu işlemleri yapacak personelin de daha farklı işlemler yapmaları sağlanabilir. Özellikle sıradan ve rutin işlerin yapay zekâ uygulamaları kullanılarak yapılması ile çalışan insanların daha

önemli ve kritik işlere yöneltilmesi sağlanabilir. İşletmeler açısından halkla ilişkiler uygulamalarının kullanılması ile sosyal medya takibi, reklam takibi, marka yönetimi, insan kaynakları yönetimi, pazarlama ve muhasebe yönetimleri gibi rutin işlemler otomatik olarak yapılarak zaman ve maddi kazanç sağlanabilir. Bu doğrultuda yapay zekâ kullanımı örgütler ve toplumlar açısından önemli olup kontrollü bir biçimde yapay zekâya yatırım yapılması ve bu uygulamaların kullanımının yaygınlaştırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Akalın, B. ve Veranyurt, Ü. (2020). Sağlikta Dijitalleşme Ve Yapay Zekâ. *SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi, 2*(2), 128-137.

Aktaş, M. (2019). Dijital İletişim ve Halkla İlişkiler Araştırmaları: Uluslararası Literatürde Güncel Yönelimler ve Tartışmalar. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2019*(48), 65-78.

Anani-Bossman, A. ve Obeng, S. A. A. (2022). Corporate allies or adversaries: An exploration of the relationship between public relations and marketing among Ghanaian practitioners. *Journal of Marketing Communications*, 1-18.

Anshari, M., Hamdan, M., Ahmad, N., Ali, E. ve Haidi, H. (2023). COVID-19, artificial intelligence, ethical challenges and policy implications. *Ai & Society, 38*(2), 707-720.

Arief, N. N. ve Gustomo, A. (2020). Analyzing the impact of big data and artificial intelligence on the communications profession: A case study on Public Relations (PR) Practitioners in Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology, 10*(3), 1066-1071.

Aydın, İ. H. ve Değirmenci, C. H. (2018). *Yapay Zekâ, İstanbul: Girdap Yayınları*.

Aydınalp, Ş. G. I. (2020). Halkla İlişkiler Perspektifiyle Yapay Zekâ (AI).

Buhmann, A. ve White, C. L. (2022). Artificial intelligence in public relations: role and implications. In *The Emerald handbook of computer-mediated communication and social media* (pp. 625-638): Emerald Publishing Limited.

Chua, S. (2023). Platform Configuration and Digital Materiality: How News Publishers Innovate Their Practices Amid Entanglements with the Evolving Technological Infrastructure of Platforms. *Journalism Studies*, 1-20.

Codella, D., (2023), Business Intelligence Doesn't Need More AI; It Needs More Humans., https://www.business2community.com/business-intelligence/business-intelligencedoesnt-need-more-ai-it-needs-more-humans-02282393: Erişim Tarihi: 12.10.2023

Collister, S. (2015). Analysing algorithms in public relations research: Contexts, challenges and innovative methodologies.

Çakırer, M. A. (2018). Halkla İlişkiler. İzmit: Umuttepe Yayınları.

Çolak, E. (2017). Yapay zeka dost mu düşman mı. *Derin Ekonomi, 28*, 120-127.

Djeffal, C., Siewert, M. B. ve Wurster, S. (2022). Role of the state and responsibility in governing artificial intelligence: A comparative analysis of AI strategies. *Journal of European Public Policy, 29*(11), 1799-1821.

Egarter Vigl, L., Marsoner, T., Giombini, V., Pecher, C., Simion, H., Stemle, E., Tasser, E. ve Depellegrin, D. (2021). Harnessing artificial intelligence technology and social media data to support Cultural Ecosystem Service assessments. *People and Nature, 3*(3), 673-685.

Galloway, C. ve Swiatek, L. (2018). Public relations and artificial intelligence: It's not (just) about robots. *Public relations review, 44*(5), 734-740.

Grunig, J. E. (2005). Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik. *İstanbul: Rota Yayınları*.

İşçi, M. (1997). *Halkla ilişkiler*: Der Yayınları.

Khan, N. F., Ikram, N., Murtaza, H. ve Asadi, M. A. (2023). Social media users and cybersecurity awareness: predicting self-disclosure using a hybrid artificial intelligence approach. *Kybernetes, 52*(1), 401-421.

Köse, M., (2022), Metaverse Nedir ve Neden Çok Önemlidir? Yaşamlarımızı Dijital Bir Evrene Taşıyabilir miyiz, https://evrimagaci.org/meta verse-nedir-veneden-cok-onemlidiryasamlarimizi-

dijital-bir-evrenetasiyabilir-miyiz-11135: Erişim Tarihi: 21.10.2023

Lash, S. (2007). Power after hegemony: Cultural studies in mutation? *Theory, culture & society, 24*(3), 55-78.

Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J. ve Tussyadiah, I. (2021). Artificial intelligence in business: State of the art and future research agenda. *Journal of business research, 129*, 911-926.

Lundahl, O. (2022). Algorithmic meta-capital: Bourdieusian analysis of social power through algorithms in media consumption. *Information, Communication & Society, 25*(10), 1440-1455.

Mohamed, K. ve Bayraktar, Ü. A. (2022). Analyzing the role of Sentiment Analysis in Public Relations: Brand Monitoring and Crisis Management. *SSRG International Journal of Humanities and Social Science, 9*(3), 116-126.

Munandar, D. ve Irwansyah, I. (2020). *Artificial Intelligence disruption on public relations practice: What do practitioners think about it.* Paper presented at the Proceedings of the 5th International Conference on Social and Political Sciences, ICSPS 2019, 12th November 2019, Jakarta, Indonesia.

Nalbant, K. G. ve Aydın, S. (2023). Development and transformation in digital marketing and branding with artificial intelligence and digital technologies dynamics in the Metaverse universe. *Journal of Metaverse, 3*(1), 9-18.

Niazi, M. K. K., Parwani, A. V. ve Gurcan, M. N. (2019). Digital pathology and artificial intelligence. *The lancet oncology, 20*(5), e253-e261.

Peker, H. (2016). İletişim ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Üniversite Yayınları.

Peltekoğlu, F. B. ve Askeroğlu, E. D. (2019). Dijital halkla ilişkiler: fenomenler dijital marka elçisi olabilir mi? *Selçuk İletişim, 12*(2), 1044-1067.

Polat, H. (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 11*(2), 1748-1764.

Santa Soriano, A. ve Valdés, R. M. T. (2021). Engaging universe 4.0: The case for forming a public relations-strategic intelligence hybrid. *Public relations review, 47*(2), 102035.

Say, C. (2018). 50 soruda yapay zekâ. *İstanbul: Bilim ve Gelecek Kitaplığı, 9*.

Sevim, S., Serbes, E. D., Bahadır, M., Kartal, M. S. ve Sak, S. D. (2022). Patolojide Yapay Zeka: Dost mu? Düşman mı? *Journal of Ankara University Faculty of Medicine/Ankara Üniversitesi Tip Fakültesi Mecmuasi, 75*.

Simay, A. E., Wei, Y., Gyulavári, T., Syahrivar, J., Gaczek, P. ve Hofmeister-Tóth, Á. (2023). The e-WOM intention of artificial intelligence (AI) color cosmetics among Chinese social media influencers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 35*(7), 1569-1598.

Türksoy, N. (2022). The Future of Public Relations, Advertising and Journalism: How Artificial Intelligence May Transform the Communication Profession and Why Society Should Care? *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(40), 394-410.

Whitby, B. (2005). *Yapay zekâ: yeni başlayanlar için kılavuz*: İletişim.

White, J. (1987). Public Relations in the Social Construction of Reality: Theoretical and Practical Implications of Berger and Luckmann's View of the Social Construction of Reality. *Eric Publication*.

ERP VE MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ: İŞLETMELERDE KULLANILACAK ERP SİSTEMİNİN SEÇİMİ

Doç. Dr. Semih BÜYÜKİPEKCİ
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-8174-5682
Sümeyye Nur TOPKARA
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-0637-202X

ÖZET

İşletmeler açısından en yüksek avantaj bilgidir. Çok büyük önem taşıyan bilgi kavramı teknolojiyle birleştiğinde işletmeler için büyük faydalar sağlamaktadır. Bilgi teknolojileri artan gelişim ve hızla birlikte Muhasebe Bilgi Sistemlerinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Muhasebe Bilgi Sistemi, işletme yöneticilerinin ihtiyaç duyduğu bilgiyi elde ederek karar verme süreçlerine katkı sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. İşletmelere fayda sağlayan diğer bir unsur ise ERP olarak kısaltılan; dilimize Kurumsal Kaynak Planlaması olarak geçen yazılımlardır. Bu yazılım; işletme içi veya dışında yer alan birimler arasındaki iletişimi ve koordinasyonu sağlamaktadır. İşletme faaliyetleri esnasında hataların en aza indirilmesi veya önceden kontrol edilerek yok edilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Bu yazılımı tedarik edilebilecek birçok yazılım firması bulunmaktadır. Bu çalışmada işletmeler açısından en uygun ERP sisteminin seçilmesi amaçlanmaktadır. ERP seçiminde demografik özelliklerin bir katkısı olup olmadığı incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Bilgi Sistemi, Kurumsal Kaynak Planlaması, ERP Sisteminin Seçimi, Yazılım Firması.

ERP AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM and SELECTION OF THE ERP SYSTEM TO BE USED IN BUSINESSES

Abstract

The biggest advantage for businesses is information. The concept of information, which is of great importance, provides great benefits for businesses when combined with technology. Information Technologies have become an important part of Accounting Information Systems with increasing development and speed. Accounting Information System is used to contribute to decision-making processes by obtaining the information needed by business managers. Another element that benefits businesses is the software that is abbreviated as ERP and passed into our language as Enterprise Resource Planning. This software; It ensures communication and coordination between units within or outside the business. It is used to minimize errors during business activities or to eliminate them by controlling. There are many software companies that can obtain this software. This study aims to choose the most suitable ERP

system for businesses. It was examined whether demographic characteristics contributed to the choice of ERP.

Keywords: Accountıng Informatıon System, Enterprice Resources Plannıng, Selection of ERP System, Software Company.

Giriş

İşletmelerin varlıklarını korumak ve rakiplerine oranla avantaj sağlayabilmelerinin en önemli faktörlerden biri bilgi kavramıdır. Bilgi, TDK'ye göre "verinin anlam kazanış şekli" anlamına gelmektedir. Bilginin anlamlı hale gelmesi ve işletmeler açısından iş görebilmesi için bilginin zamanlaması ve kalitesi oldukça önemlidir. Zamanında elde edilen bilgi, kaliteli olduğunda işletmeler açısından rekabetçi piyasada faydalı olabilmektedir. Bilginin bu kadar önemli olduğu dönemde; çağın en önemli avantajı olan teknolojiyle birleşimi kaçınılmaz olmaktadır. Bu noktada işletmeler için Bilgi Sistemleri ortaya çıkmaktadır.

Bilgi sistemleri, verileri toplayan, bu verileri kullanabilmek adına hazırlayan, saklayan ve gerektiğinde yorumlanabilir hale getiren yöntemlerden oluşmaktadır. İşletmelerin faaliyet ve işlemlerini kolaylaştıran, karar vericilere fayda sağlayan bu sistemlerin en önemlisi Muhasebe Bilgi Sistemleridir.

Muhasebe Bilgi Sistemleri, işletme içi veya dışı kişilere finansal olan ya da olmayan bilgileri ihtiyaç halinde sağlayan sistemlerdir. Muhasebe Bilgi Sistemleri içinde en çok kullanılan yazılım Enterprice Resource Planning (ERP) Sistemleridir. ERP, işletmelerin bünyesinde bulunan kaynakların ve işletme fonksiyonlarının verimini artırmak amacıyla kullanılan teknolojilerdir. İşletmelerin işlemlerini tek merkezden yönetmek, oluşabilecek hataların azamiye indirilmesi veya olmadan önce engellenmesi maksadıyla kullanılmaktadır.

ERP sistemleri, işletmelere birçok fayda, rahatlık ve tasarruf sağlamaktadır. Piyasada bu yazılımları elde edilebilecek birçok firma bulunmaktadır. Bu doğrultuda, işletmelerin kendi hedef, misyon ve vizyonlarına uygun ERP sistemlerini seçmek önemli bir husus haline gelmektedir. İşletmeye uygun sistemlerin seçilememesi, elde dilecek avantajları düşürecek; bu noktada zaman ve maliyet kaybı yaşanacaktır. Bu konuda; çalışma, işletmelere en uygun ERP seçilmesini amaçlamaktadır. Ayrıca demografik özelliklerin ERP seçiminde bir etkisi olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmada hazırlanan anketler, işletmelere sunulmuş; elde edilen veriler Super Decisions 2.10 programında analiz edilmiştir. Çalışmanın evrenini; Türkiye'de ERP kullanan işletmeler oluştururken, örneklemi Konya İlinde ERP kullanan Sanayi İşletmeleri sayılabilmektedir. Araştırmanın Sınırlılığı ise çalışmanın sadece Konya ve sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 12 işletmeyle yapılması gösterilebilmektedir.

Yapılan çalışmada en yüksek değeri alan D Firması işletmeler açısında en çok tercih edilen firma olmuştur. Ana kriterler arasında yapılan analizler esnasında en çok değeri Teknoloji Ana Kriteri almıştır. Yapılan Frekans Analizinde ise katılımcıların %66,7'si erkek olduğu

sonucuna varılmıştır. Firma özelliklerinde ise %66,7'sinin firma çalışan sayısı 51-250 arasında, firma faaliyet sektöründe ise %41,7'si "Diğer" seçeneğini işaretlemiştir.

1.KURUMSAL KAYNAK PLANLAMA (ERP) SİSTEMİ

Çalışmanın bu bölümünde Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sisteminin tanımına ve gelişimine değinilmiştir.

1.1. ERP Sisteminin Tanım ve Gelişimi

ERP, Enterprise Resource Planning kısaltılması olarak kurumsal kaynak planlaması anlamına gelmektedir. Birbirinden farklı tanımları olmakla beraber en doğrudan olarak; işletme içinde veya dışında olan tüm bilgi akışlarının birbiriyle ilişkili olmalarını sağlayan ticari yazılımlardır (Mammadov vd, 2020: 66). ERP sistemi, işletmenin sahip olduğu tüm fonksiyonların verimini arttırmak için kullanılan bilgi teknolojileridir. Bu neticede tek merkezden yönetilmek ve işletme faaliyetleri gerçekleştirilirken aksama, eksiklik veya hataların azamiye indirilmesi hatta yok edilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Bu verilere bakıldığında ERP sistemi işletmede; satın alma, kalite yönetimi, proje yönetimi, satış dağıtım, envanter yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, insan kaynakları, finans yönetimi, üretim planlama ve kontrol ve tedarik zinciri fonksiyonlarını tek yazılımda toplamaktadır (Keçek & Yıldırım, 2010: 195).

ERP sisteminin tarihçesine bakıldığında 1960'lara dayandığı gibi o dönemlerde stok sayımı gibi işlemlerin elle yapılmasından dolayı net bilgiye sahip olunmasını zorlaştırmıştır. Yazılım ve bilgisayar gelişmeleriyle beraber bu sistemin temelleri atılmış ve Malzeme İhtiyaç Planlaması ortaya çıkmıştır (Aladağ, 2020: 1100).

Malzeme İhtiyaç Planlaması (MRP), Materials Requirement Planning şeklinde 1960 yıllarında piyasaya girmiş olup özünde imalat ve hizmet işletmelerinde kullanılmaktadır. İşletmenin stoklama faaliyetlerinin maliyetini düşürmek amacıyla geliştirilen doğru zaman ve yeteri kadar stok anlayışını benimsemiş ve stokların en azamiye indirilmesiyle çalışılan bir sistemdir (Moğol, 2015: 5). Bu sistem; işletmelerin etkinlik ve üretimini arttırmakla birlikte alıcıya sağlanan hizmetin de verimini ve kolaylığını sağlayan bilgisayar destekli bir kontrol tekniğidir (Aydoğan & Asal, 2009: 35).

1980'li yıllara gelindiğinde MRP sisteminin yetersiz gelmesiyle üretim işletmelerinin iş konusuyla direkt bağlantılı, satın almayı kolaylaştıran ve planlayan, doğrudan üretim kaynaklarıyla ilişkili olan MRP 2 sistemi geliştirilmiştir. MRP 2, "Manufacturing Resources Planning" kısaltılması olan Üretim Kaynakları Planlaması anlamına gelmektedir (Ayden &

Bilgin; 2020; 150). MRP 2, malzeme gereksinim planlamasından daha geliştirilmiş bir seçenek olsa da işletmenin bütünlüğünde bir başarı sağlayamamıştır. Yetersiz kaldığı noktada ek paketler kullanılsa da işletmeler arasında veri iletişiminin sağlanamamasından dolayı MRP ve MRP 2'nin birleştirilmesiyle daha karmaşık bir yapıya sahip olan ERP sistemi geliştirilmiştir (Duman, 2019; 64). ERP sistemleri, özellikle üretim işletmelerinde temin zamanını ve maliyeti azamiye indirmeyi amaçlamaktadır. İsteyen her personelin verilere ulaşabilmesi yönetim yapısına fayda sağlarken; sorunların önceden belirlenmesi ve gereken önlemler alınması konusunda oldukça kolaylık sağlamaktadır (Sönmeztürk Bolatan, 2019; 590).

ERP sistemleri birçok aşamada kolaylık sağlarken teknolojik gelişmeler neticesinde yazılımlara CRM, SCM ve BI içerikleriyle kapsamı genişletilmiştir. Müşteri İlişkileri Yönetimi anlamına gelen ve "Customer Relationship Management" ın kısaltılmasıyla ortaya çıkan CRM, müşteriye ulaşmak için yapılan pazarlama maliyetlerini azaltmak, yeni pazarlara girmek ve müşterileri kazanmayı amaçlamaktadır. CRM, doğrudan pazarlamayı sağlayan veri tabanıdır (Kösebay, 2020: 10). CRM, işletmeye müşterileri edinme ve analiz etme, değişimlere uygun stratejiler belirleme, her grup için özel yaklaşımlar hazırlayabilme konularında fayda sağlamaktadır (Kılıç vd., 2019; 300).

CRM yazılımları dışında kolaylık ve fayda sağlanması açısından SCM oluşturulmuştur. "Supply Chain Management"ın kısaltılmasıyla Tedarik Zinciri Yönetimi anlamına gelen SCM, müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla yapılacak olan ürünün tedarikten alıcılara ulaşana kadar olan üretim ve dağıtım işlemlerinin dahil olduğu depolama, ulaştırma ve kontrol altında tutma işlevlerini kapsamaktadır (Ergen Işıklar & Yeşiltuna, 2021; 102). Tedarik zinciri yönetimi, rekabet avantajı yaratabilmek adına tedarik sürecine ve teknolojisine odaklanmaktadır (Öztürk, 2016; 18).

CRM ve SCM yazılımlarının yanı sıra BI yazılımı da devreye girmiştir. BI, Busıness Intelligence'nin kısaltılmışı olan İş Zekası anlamına gelen kelimelerdir. Bu yazılım sistemleri kullanan insanlara raporlama kısmında yardımcı olmaktadır (Ayçin & Aşan, 2021; 197).

2. MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ

Bu bölümde muhasebe bilgi sisteminin tanımına, ilkelerine, işlevlerine, hedef ve amaçlarına değinilmiştir.

2000'li yıllardan bu yana gelişen teknoloji işletmeler yönünden bakıldığında birçok yeniliği de yanında taşımıştır. Özellikle teknolojinin rekabet avantajı açısından önem kazanması

işletmelerin üretmek ve satmak olan amaçlarına ulaşmak için verimli bir yapıya sahip olmalarını gerektirmiştir. İşletmelerin muhasebe konusunda en az maliyetle en fazla karı elde etmek, kaynaklarını iktisadi kullanmak ve sıfır hatayla üretim yapmak gibi amaçlara itilmiştir (Memiş, 2022; 94).

İşletmeler muhasebe fonksiyon ve amaçlarını yeri getirmek için bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Bilgi, işletmelerde kullanılan güçlü bir sermaye özelliği taşımaktadır. Bunun farkında olan işletmeler ise bilgi ve teknolojiyi kullanılarak bilgi sistemlerini kullanmaktadır. Bilgi sistemi, yönetim için verileri toplayan, verileri kullanabilir hale getiren, daha sonra kullanmak üzere saklayan ve yorumlanabilir hale getiren yöntemleri kapsamaktadır. İşletme içi veya dışı bilgileri ihtiyaç duyanlara sağlayabilecek iletişimini ve iş akışının faaliyetlerini kolaylaştıran bilgi sistemleri bulunmaktadır. Bu sistemler içerisinde de en önemli ve eskisi muhasebe bilgi sistemleridir (Güner & Kurnaz, 2019; 299).

Muhasebe bilgi sistemi, karar vericiler için ekonomik faaliyet verilerini toplayan, işleyen ve depolayan bir sistem olmakla birlikte yönetici sorumluluklarının etkin şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Bu sistem genellikle işletmede var olan nakit akışıyla ilgilenmektedir (Karahan, 2019; 63). Muhasebe bilgi sistemi, dış kullanıcılara (yatırımcı, banka, vb.) ve iç kullanıcılara (işletme yönetimi, ortaklar, vb.) finansal olan veya olmayan bilgileri iletmek görevini üstlenmektedir (Patel, 2015; 73). Bu sistem sadece olmuş veya olan finansal bilgilerle değil; aynı zamanda gelecek zaman planlamasını da kolaylık sağlamakta ve oluşabilecek risklerin önceden görülmesine olanak tanıyarak riskleri ortadan kaldırmaktadır (Bellikli & Daştan, 2020; 319).

Etkin bir muhasebe bilgi sistemi, güvenilir bilgiye, anlaşılır finansal dile, dönemlerin karşılaştırılabilir olmasını ve zamanında bilgi teslimi konularında hassaslığı teminat etmek zorunluluğunu taşımaktadır (Kazak & Erdemir, 2020; 472). Zorunluluğunu yerine getirirken de alt sistemlerden de yardım almaktadır. Teknolojik alt sistem teknoloji ve süreçleri ifade ederken; sosyal alt sistem ise insan unsurunu ifade etmektedir (Francis & Oleyami, 2016; 2). Muhasebe bilgi sistemine bakıldığında 3 ana işlev barındırmaktadır. Bunlar; verileri toplamak, verileri işlemek üzere bilgi haline getirmek ve varlık koruması için kontrol etmektir. Bu sayede işletmelerin karar almasını kolaylaştıracak, başarı ve karlılığı arttıracaktır (Tazegül, 2020; 4). Başarı ve karlılığı elde etmek için muhasebe bilgi sisteminin ilkelerine de dikkat edilmesi gerekmektedir.

Muhasebe bilgi sisteminin 6 adet ilkesi bulunmaktadır. Bunlardan ilki; Uygun Maliyet İlkesidir. Yani, bilgi sisteminin kurulma ve işletilmesinde fayda-maliyet analizine dikkat edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Fayda-maliyet analizi, karar verme yetkisine sahip olanlara kıt kaynaklarla en yüksek kazancı sağlayarak faydası olacak projelere yönlendirmektir (Karayılmazlar & İşler, 2019; 65). Diğer bir ilke ise Raporlama İlkesi, bilgi sisteminin düzenli ve gerçeği yansıtır olması gerektiğini ifade etmektedir. Üçüncü ilkesi, İnsan Etkeni İlkesi'dir. Bu ilke, personelin yeteri sayıda ve bilgiye sahip olması gerektiğini anlatmaktadır. Bir sonraki ilke Örgüt Yapısı İlkesi'ni yani personel sorumluluklarının uygun şekilde dağıtılmasını kapsamaktadır. Beşinci İlke Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi'dir. İlke, sistemin etkin ve karmaşıklıktan uzak olması gerektiğini anlatmaktadır. Son ve altıncı ilke ise Veri Biriktirme ve İşleme İlkesi'dir. Girdi- işlem- çıktı olarak kısaltılan bu ilke verilerin düzenli toplanmasını, bilgiye dönüştürülmesini ve saklanmasını ifade etmektedir (Kaya, 2018; 116). Bu ilkeler doğrultusunda muhasebe bilgi sisteminin amacı zamanında ilgili departmana veya karar verme yetkisine sahip kişiye doğru ve güvenebileceği bilgiyi ulaştırmaktır (Güner & Kurnaz, 2019; 299).

Muhasebe bilgi sisteminin işlev, ilke ve amacına bakıldığında 3 ana hedefi bulunmaktadır. Bunlar; karar vericilerin doğru karar vermelerine yardımcı olmak, işletme faaliyetlerine eşzamanlı destek vermek ve oluşabilecek hataları önlemektir (Memiş, 2022; 96). Muhasebenin bilgi sisteminin zorunluluklarına bakıldığında tüm muhasebe türlerini kapsamakta ve işletmenin sinir sistemine benzetilmektedir (Güner & Kurnaz, 2019; 300) ve bu doğrultuda geliştirilen yazılımlar yasal yükümlülük ve muhasebe türlerine uygun şekilde geliştirilmiştir (Alagöz & Ortakarpuz, 2018; 7).

3. Yöntem

Çalışmanın ilk bölümünde Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sisteminin tanımına, kullanım amacına ve gelişiminden bahsedilmiştir. İkinci bölümünde ise Muhasebe Bilgi Sisteminin tanımına, ilkelerine, işlevlerine, hedef ve amaçlarına değinilmiştir. Çalışmada işletmeler açısından en uygun ERP sisteminin seçilmesi amaçlanmaktadır.

Tablo 1: Önem Değerleri ve Değer Tanımları

Önem Değerleri	**Değer Tanımları**
1	Eşit Önemde
3	Daha Önemli (Az Üstünlük)
5	Oldukça Önemli (Fazla Üstünlük)
7	Çok Önemli (Çok Üstünlük
9	Son Derece Önemli (Kesin Üstünlük)
2,4,6 ve 8	Ara Değerler (Uzlaşma Değerleri)

Kaynak: (Yüksel, 2020:60).

Çalışmada Konya Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 12 şirket yetkilisiyle görüşme sağlanarak AHP anketinde İkili Karşılaştırma istenmiştir. Bu karşılaştırma Tablo 1'de gösterilen önem değerleri ve değer tanımlarına göre doldurulmuştur. Elde edilen 12 anketin Excel programında Geometrik Ortalamaları alınmıştır. Ardından Geometrik ortalama sonuçları Super Decision 2.10 programına giriş yapılarak analiz edilmiştir. Ankette yer alan demografik soruların cevaplarına ise IBM SPSS Statistic Version 24 programında Frekans Analizi yapılmıştır.

Çalışmanın evrenini, Türkiye'de ERP yazılımı kullanan işletmeler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise; Konya İlinde yer alan ERP kullanan Sanayi İşletmeleri oluşturmaktadır. Bu araştırmanın sınırlılığını sadece Konya Sanayi Bölgesinde yer alan 12 işletmeyle yapılması gösterilebilmektedir.

4. Bulgular

Çalışmada 12 adet Konya Sanayi işletmesine en uygun ERP programının seçilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda yöneticilere Ana Kriterler ve Alt Kriterler olarak sorular sorulmuştur. Çalışmanın Ana Kriterleri; Eğitim, Fonksiyonellik, Maliyet, Servis-Destek ve Teknolojidir. Alt kriterlere gelindiğinde ise Eğitim Ana Kriterinin Alt Kriterleri; Personel Eğitimi ve Yönetici Eğitimidir. Fonksiyonellik Ana Kriterinin Alt Kriterleri; İhtiyaç Belirleme, İşlevsellik ve Kullanım Kolaylığıdır. Maliyet Ana Kriterinin Alt Kriterleri; AR-GE Maliyeti, Gelir Yönetim Giderleri, Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri, Ürün Maliyetidir. Servis-Destek Ana Kriterinin Alt Kriterleri; Rehberlik ve Teknik Servistir. Teknoloji Ana Kriterinin

Alt Kriterleri ise Güvenilirlik ve Performanstır. Ayrıca tüm bu kriterler yazılım firmalarına göre matris oluşturularak analiz edilmiştir.

Tablo 2: Demografik Özelliklerin SPSS Analizi

		N	%
Cinsiyet	Kadın	4	33,3
	Erkek	8	66,7
Yaş	18-30 Yaş Arası	3	25,0
	31-42 Yaş Arası	6	50,0
	43-55 Yaş Arası	3	25,0
Eğitim Durumu	Ön Lisans	3	25,0
	Lisans	5	41,7
	Yüksek Lisans ve Üstü	4	33,3
Medeni Durum	Evli	6	50,0
	Bekar	6	50,0
Firma Çalışan Sayısı	1-50 Arası	2	16,7
	51-250 Arası	8	66,7
	251 ve Üstü	2	16,7
Firma Faaliyet Sektörü	Otomotiv Sanayi	2	16,7
	Savunma Sanayi	2	16,7
	Soğutma Sanayi	1	8,3
	Yazılım Sanayi	2	16,7
	Diğer	5	41,7

Demografik ve Firma sorularına yapılan Frekans Analizinde katılımcıların %33,3'ü kadın, %66,7'si erkek olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların %25'i 18-30 yaş arasında, %50'si 31-42 yaş arası, %25', 43-55 yaş arasındadır. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında %41,7'si Lisans eğitimi almış, %33,3'ü Yüksek Lisans ve üstü, %25'i ise Ön Lisans eğitimi almıştır. Medeni duruma bakıldığında ise %50'sı bekar, %50'si ise evlidir.

Katılımcıların bulundukları firmalarla ilgili olarak sorulan soruların Frekans Analizinde ise Firma çalışan sayısına bakıldığında %66,7'si 51-250 arasında, geriye kalan 1-50 arası ile 251 ve üstü çalışan sayıları %16,7'dir. Firmaların Faaliyet Sektörlerinde ise Otomotiv Sanayi, Savunma Sanayi ve Yazılım Sanayi %16,7'dir. Soğutma Sanayi %8,3; Diğer faaliyet sektörü ise %41,7'dir.

Tablo 3: Ana Kriterlerin Analizi

Ana Kriterler	**Normalizasyon**
Eğitim	0.079
Fonksiyonellik	0.173
Maliyet	0.132
Servis Destek	0.215
Teknoloji	0.399
Tutarsızlık Oranı	**0.016**

Tablo 3'de belirlenmiş olan Ana Kriterlerin 12 adet yetkilinin vermiş olduğu cevapların analizi gösterilmiştir. AHP analizinde tutarlılık oranlarının 0.10'den az olması gerekmektedir (Yıldırım & Önder, 2015:32). Yetkililerden elde edilen verilerin geometrik analizi ve ortak görüşlerinde elde edilen tutarlılık oranı 0.016'dır. Bu da cevapların oldukça tutarlı olduğunu göstermektedir.

Çalışmada belirlenen ana kriterlerden 0.399 değeriyle en yüksek sıralamayı Teknoloji kriteri almıştır. Teknolojinin ardından 0.215 değeriyle Servis-Destek kriteri yer alırken; üçüncü sırayı 0.173 değeriyle Fonksiyonellik almıştır. Ardından 0.132 ve 0.079 değeriyle Maliyet ve Eğitim gelmektedir.

Çalışmada belirlenen Ana Kriterlerin alt kriterleri de karar vericilere sorulmuş ve fikirleri alınmıştır. Elde edilen verilerin Geometrik Ortalamaları alınarak Super Decision 2.10 programında analiz edilmiştir.

Tablo 4: Fonksiyonellik Alt Kriterlerinin Analizi

Fonksiyonellik Alt Kriterleri	**Normalizasyon**
İhtiyaç Belirleme	0.209
İşlevsellik	0.240
Kullanım Kolaylığı	0.549
Tutarsızlık Oranı	**0.017**

Fonksiyonellik Ana Kriterinin Alt Kriterleri olan İhtiyaç Belirleme, İşlevsellik ve Kullanım Kolaylığına yapılan analiz sonuçları Tablo 4'te görülmektedir. Sonuçlara göre analizde en yüksek değeri 0.549 değeriyle Kullanım Kolaylığı almıştır. İşlevsellik yapılan analiz neticesinde 0.240 değeri bulunmuştur. İhtiyaç Belirleme ise Fonksiyonellik kriterinde en az tercih edilen kriter olarak 0.209 değerini almıştır. Yazılımın fonksiyonelliğine bakıldığında

en önemli kriterin Kullanım Kolaylığı olduğu Tablo 4'te görülmektedir. Ayrıca tutarsızlık oranı 0.017 olarak bulunmuştur.

Tablo 5: Maliyet Alt Kriterlerinin Analizi

Maliyet Alt Kriterleri	**Normalizasyon**
Ar-Ge Maliyeti	0.190
Gelir Yönetim Giderleri	0.171
Pazarlama, Satış Dağıtım Giderleri	0.171
Ürün Maliyeti	0.466
Tutarsızlık Oranı	**0.007**

Maliyet Ana Kriterinin Alt Kriterleri olan Ar-Ge Maliyeti, Gelir Yönetim Giderleri, Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri, Ürün Maliyeti analiz sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir. Yapılan analiz neticesinde Maliyet konusunda en çok önem verilen kriterin 0.466 değeriyle Ürün Maliyeti olduğu sonucuna varılmıştır. Değerlendirme devamında 0.190 ile Ar-Ge Maliyeti gelmekte; Gelir Yönetim Giderleri ve Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri 0.191 değeriyle eşit önem derecesine sahip olmuştur. Maliyet Ana Kriterinin Alt Kriterlerine yapılan analizde Tutarsızlık Oranı 0.007 olarak belirlenmiştir.

Tablo 6: Personel Eğitimi ve Alternatiflerin Analizi

Yazılım Firmaları	**Normalizasyon**
A	0.079
B	0.279
C	0.139
D	0.500
Tutarsızlık Oranı	**0.010**

Konya Sanayi Bölgesinde bulunan 12 adet işletmeye 4 adet ERP yazılım firması hakkındaki görüşlerini almak amacıyla Ana ve Alt Kriterle karşılaştırılmaları istenmiştir. Ancak çalışmada ankette kullanılan firmalar alfabetik sıraya konulmuş ve A, B, C ve D olarak isimlendirilmiştir. Bu doğrultuda Personel Eğitimi açısından en tercih edilen 0.500 değeriyle D Firması olmuştur. D Firmasını 0.279 değeriyle B Firması takip etmektedir. Personel Eğitimi bazında analiz sonucunda 0.139 değeriyle C Firması sırayı alırken, 0.079 değeriyle A Firması sonuncu olmuştur. Özetle Personel Eğitimi konusunda D Firması en çok tercih edilen firmayken A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Analizde Tutarsızlık Oranı 0.010 bulunmuştur.

Tablo 7: Yönetici Eğitimi ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.093
B	0.268
C	0.146
D	0.491
Tutarsızlık Oranı	**0.017**

Yapılan analiz neticesinde kişilerin vermiş olduğu kararlar baz alınarak Yönetici Eğitim ve yazılım firmaların önem derecesinde ilk sırayı 0.491 değeriyle D Firması almaktadır. 0.268 değeriyle B Firması ikinci sırayı alırken; 0.146 değeriyle C Firması üçüncü sırayı almıştır. Yetkililer açısında Yönetici Eğitimi kriterinde en az tercih edilen ise 0.093 ile A Firması olmuştur. Analizin Tutarsızlık Oranı 0.017'dir.

Tablo 8: İhtiyaç Belirleme Alt Kriteri ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.079
B	0.279
C	0.139
D	0.500
Tutarsızlık Oranı	**0.010**

Fonksiyonellik Ana Kriterinin Alt Kriteri olan İhtiyaç Belirleme Alt Kriteri yetkililerin verdiği karar neticesinde analiz edilmiş ve yetkililer açısından İhtiyaç Belirlemede 0.500 değeriyle en önemli firma D Firması olmuştur. Ardından 0.279 değeriyle B Firması gelmektedir. C Firması 0.139 değeriyken; D Firması 0.079 değeriyle en az önem arz eden olmuştur. Analizin Tutarsızlık Oranı 0.010 bulunmuştur.

Tablo 9: İşlevsellik Alt Kriteri ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.077
B	0.272
C	0.129
D	0.519
Tutarsızlık Oranı	**0.017**

İşlevsellik alt kriterine bakıldığında D Firması 0.519 değeriyle en çok tercih edilen firma olarak belirlenmiştir. 0.272 değeriyle B Firması ikinci sırayı alırken; 0.129 değeriyle C Firması

üçüncü olmuştur. Yapılan analizde ise 0.077 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Analizin Tutarsızlık Oranı ise 0.017 bulunmuştur.

Tablo 10: Kullanım Kolaylığı ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.113
B	0.376
C	0.188
D	0.320
Tutarsızlık Oranı	**0.022**

Kullanım Kolaylığı alt kriterine yapılan analizde 0.376 değeriyle B Firması en çok tercih edilen firma olmuştur. Diğer firmalar sırasıyla; 0.320 değeriyle D Firması, 0.188 değeriyle C Firması gelirken 0.113 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Tutarsızlık Oranı ise 0.022 bulunmuştur.

Tablo 11: Ar-Ge Maliyeti ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.099
B	0.212
C	0.191
D	0.496
Tutarsızlık Oranı	**0.005**

Ar-Ge Maliyetine yapılan analizde D Firmasının 0.496 değeriyle en çok tercih edilen firma olmuştur. Ardından 0.212 değeriyle B Firması gelirken; 0.191 değeriyle C Firması gelmektedir. A Firması ise 0.099 değeriyle en az tercih edilen firma olmuştur. Tutarsızlık Oranı ise 0.005 bulunmuştur.

Tablo 12: Gelir Yönetim Giderleri ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.070
B	0.206
C	0.178
D	0.543
Tutarsızlık Oranı	**0.040**

Gelir Yönetim Giderlerine yapılan analizde 0.543 değeriyle D Firmasının en çok tercih edilen firma olmuştur. B Firması 0.206 değeriyle en çok tercih edilen ikinci firmayken; 0.178 değeriyle C Firması üçüncü olmuştur. 0.070 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Tutarsızlık Oranı ise 0.040 olmuştur.

Tablo 13: Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.071
B	0.234
C	0.186
D	0.507
Tutarsızlık Oranı	**0.036**

Pazarlama, Sarış ve Dağıtım Giderleri alt kriterine yapılan analizde 0.507 değeriyle D Firmasının en çok tercih edilen firma olduğu görülmüştür. D Firmasını, 0.234 değeriyle B Firması takip ederken devamında 0.186 değeriyle C Firması gelmektedir. Yapılan analizde 0.071 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Tutarsızlık Oranı 0.036 bulunmuştur.

Tablo 14: Ürün Maliyeti ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.090
B	0.157
C	0.150
D	0.601
Tutarsızlık Oranı	**0.017**

Ürün Maliyeti alt kriterine yapılan analizde 0.601 değeriyle D Firması en çok tercih edilen firma olmuştur. 0.157 değeriyle B Firması ikinci olurken; C Firması 0.150 üçüncü olmuştur. 0.090 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Yapılan analizde Tutarsızlık Oranı 0.017 bulunmuştur.

Tablo 15: Rehberlik ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.087
B	0.174
C	0.123
D	0.615
Tutarsızlık Oranı	**0.045**

Rehberlik alt kriterine yapılan analizde 0.615 değeriyle D Firması en çok tercih edilen firma olmuştur. 0.174 değeriyle B Firması en çok tercih edilen ikinci firma olurken; 0.123 değeriyle C Firması en çok tercih edilen üçüncü firma olmuştur. 0.087 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Tutarsızlık Oranı 0.045 bulunmuştur.

Tablo 16: Teknik Servis ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.097
B	0.178
C	0.230
D	0.493
Tutarsızlık Oranı	**0.042**

Teknik Servis alt kriterine yapılan analizde 0.493 değeriyle D Firması en çok tercih edilen firma olmuştur. 0.230 değeriyle C Firması en çok tercih edilen ikinci firmayken; 0.178 değeriyle B Firması en çok tercih edilen üçüncü firma olmuştur. Yapılan analiz neticesinde 0.097 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmuştur. Analiz neticesinde Tutarsızlık Oranı 0.042 bulunmuştur.

Tablo 17: Güvenilirlik ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.060
B	0.208
C	0.160
D	0.570
Tutarsızlık Oranı	**0.052**

Güvenilirlik alt kriterine yapılan analizde 0.570 değeriyle D Firması en çok tercih edilen firma olmuştur. Diğer firmalar sırasıyla 0.208 değeriyle B Firması gelirken; 0.160 değeriyle C firması gelmektedir. 0.060 değeriyle A Firması en az tercih edilen firma olmaktadır. Analizin Tutarsızlık Oranı 0.052 bulunmuştur.

Tablo 18: Performans ve Yazılım Firmaları Analizi

Yazılım Firmaları	Normalizasyon
A	0.063
B	0.179
C	0.156
D	0.601
Tutarsızlık Oranı	**0.046**

Performans alt kriterine yapılan analizde 0.601 değeriyle D Firması en çok tercih edilen firma olmaktadır. 0.179 değeriyle B Firması en çok tercih edilen ikinci firma olmuştur. 0.156 değeriyle C Firması en çok tercih edilen üçüncü firma olmuştur. Analizde 0.063 değeriyle A firması en az tercih edilen firma olmuştur. Analizin Tutarsızlık Oranı 0.046 bulunmuştur.

Tablo 19: Yazılım Ağırlıkları

Yazılım Firmaları	Ağırlıklar
A	0.080
B	0.219
C	0.170
D	0.530

Tablo incelendiğinde 12 adet karar verici görüşlerine başvurularak elde edilen veriler neticesinde D firması 0.530 değeriyle en tercih edilen firma özelliğini taşımaktadır. İkinci sırada 0.219 değeriyle B firması, 0.170 değeriyle C firması ve 0.080 değeriyle D firması en az tercih edilen yazılım olmuştur.

Tablo 20: Ana Kriterlerin Öncelik Değerleri

Ana Kriterler	Değerler
Teknoloji	0.399
Servis-Destek	0.215
Fonksiyonellik	0.173
Maliyet	0.132
Eğitim	0.079

Tablo incelendiğinde karar vericilerin 0.399 oranıyla Teknoloji seçtiği görülmektedir. Ardından 0.215 değeriyle Servis-Destek ikinci kriter olurken; 0.173 değeriyle Fonksiyonellik üçüncü kriter olmaktadır. Eğitim kriteri ise 0.079 değeriyle en az tercih edilen kriter olmaktadır.

Tablo 21: Alt Kriterlerin Öncelik Değerleri

Alt Kriterler	Değerler
Teknik Servis	0.80000
Kullanım Kolaylığı	0.54995
Personel Eğitimi	0.50000
Yönetici Eğitimi	0.50000
Güvenilirlik	0.50000
Performans	0.50000
Ürün Maliyeti	0.46662

İşlevsellik	0.24021
İhtiyaç Belirleme	0.20984
Rehberlik	0.20000
Ar-Ge Maliyeti	0.19069
Gelir Yönetim Giderleri	0.17134
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	0.17134

Tablo incelendiğinde Servis-Destek ana kriterinin alt kriteri olan Teknik Servis alt kriterinin 0.80000 değeriyle en fazla tercih edilen kriter olduğu görülmektedir. Fonksiyonellik ana kriterinin alt kriteri olan Kullanım Kolaylığı alt kriteri 0.54995 değeriyle en çok tercih edilen ikinci alt kriter olarak bulunmuştur. Eğitim ana kriterinin alt kriterleri olan Personel Eğitimi ve Yönetici Eğitimi ise 0.50000 değeriyle eşit değere sahiptir. Aynı zamanda Teknoloji ana kriterinin alt kriterleri olan Güvenilirlik ve Performans alt kriterleri de 0.50000 değeriyle eşit öneme sahiptir. Maliyet ana kriterinin alt kriteri olan Ürün Maliyeti 0.46662 değerini almıştır. Fonksiyonellik ana kriterinin alt kriterleri olan İşlevsellik 0.24021, İhtiyaç Belirleme 0.20984 değerlerine sahiptirler. Servis-Destek ana kriterinin diğer alt kriteri Rehberlik ise 0.20000 değerini almıştır. Maliyet ana kriterinin alt kriteri olan Ar-Ge Maliyeti 0.19069 değerini almış; diğer alt kriterleri Gelir Yönetim Giderleri ve Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri en az önem sahip olarak 0.17134 değerini almışlardır.

Sonuç ve Öneriler

İşletmelerin bulundukları sektörde rekabet avantajı sağlayabilmeleri için birbirinden farklı yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler arasında bilgi en büyük payı karşılamaktadır. Bilgi ve teknolojinin birleşmesiyle oluşan Bilgi Sistemlerinin kullanılması işletmelere büyük bir katkı sağlamaktadır. Muhasebe Bilgi Sistemleri arasından en fazla bilinen ve kullanılan ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması) yazılımlarıdır. ERP yazılımları, işletmelere birimler ve bölümler arasında koordinasyonu sağlayarak zaman ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Ayrıca oluşabilecek hataları önceden belirlemek, fark etmek mümkünse hata oluşmadan ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada Konya Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 12 adet işletmeyle görüşülmüştür. 12 adet işletmenin karar vericilerine karşılaştırma matrisi yaptırılmış; elde edilen veriler Super Decısons 2.10 üzerinden analiz edilmiştir. Super Decisions programı çoklu kriterlere göre karar verme yöntemi olan AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi) üzerine analizleri yapmaya yardımcı olan bir programdır. AHP, karar vericilerin daha etkin olmalarına olanak

sağlayan bir analiz yöntemidir (Dağdeviren vd., 2004:132). AHP birçok farklı ve birbirinden bağımsız alanlarda kullanılabilmektedir. İnşaat sektöründe (Darko vd., 2019), imalat işletmelerinde (Çelebi & Yıldız, 2020), havayolu işletmelerinde (Altınkurt & Merdivenci, 2020), liman işletmelerinde (Yorulmaz & Aksu, 2021), banka sektöründe (Çamlıbel, 2021) ve E-ticaret alanında (Bulak vd., 2021) kullanıldığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır.

Karar vericilere 4 adet ERP yazılım firması sunulmuş ve karşılaştırılması istenmiştir. Yapılan görüşme ve analizin ardından 0.530 değeriyle D firması en yüksek puanı almıştır. Ana kriterlerde ise 0.399 değeriyle en yüksek puanı Teknoloji kriteri sağlamıştır. IBM SPSS Statıstıc versıon 24 üzerinden yapılan Frekans Analizinde ise katılımcıların %66,7'si erkek, %41,7'si Lisans eğitimi almış, %50,0'ı evli olduğu sonucuna varılmıştır. Firma özelliklerinde ise %66,7'sinin firma çalışan sayısı 51-250 arasında, firma faaliyet sektöründe ise %41,7'si "Diğer" seçeneğini işaretlemiştir.

Çalışma sadece Konya ilinde ve Sanayi Bölgesinde yapılmıştır. Diğer illere ve farklı sektörlere yapılarak veya işletme miktarı arttırılarak genişletilmesi mümkündür.

KAYNAKÇA

Aladağ, H. (2020). Türk İnşaat Sektöründe Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) Sistemlerinin Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, *8*(4), 1099-1112.

Alagöz, A. & Ortakarpuz, M. (2018), Muhasebe Bilgi Sisteminde Kurumsal Bilgelik Anlayışı, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 1-26.

Altınkurt, T. & Merdivenci, F. (2020). AHP Tabanlı EDAS Yöntemleriyle Havayolu İşletmeleribde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(4), 49-58.

Ayçin, E. & Aşan, H. (2021), İş Zekası Uygulamaları Seçimindeki Kriterlerin Önem Ağırlıklarının FUCOM Yöntemi İle Belirlenmesi, *Kocatepe İİBFD*, 23(2), 195-208.

Ayden, C. & Bilgin, E. (2020), Elazığ Organize Sanayi Bölgesindeki Kobilerde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Kullanımı, *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi (FÜHAD)*, 7(13), 143-163.

Aydoğan, E. & Asal, Ö. (2009), Malzeme İhtiyaç Planlaması ve Üretim Kaynakları Planlamasının KOBİ'ler Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 33-42.

Bellikli, U. & Daştan, A. (2020), Kurumsal Zeka ve Muhasebe Bilgi Sistemi Etkileşimi: Borsa İstanbul (BİST) 100 Endeksi'ndeki İşletmede Bir Araştırma, *Maliye Dergisi*, 178, 313-335.

Bulak, M. E., Kozanoğlu, O., Aydoğduoğlu, Ş. N., Göçer, F. & Algül, R. (2021). E-Ticaret Sitelerinin Kullanılabilirliğinin AHP ve TOPSİS Yöntemleriyle Karşılaştırılması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, Ejosat Özel Sayı 2021 (HORA)*, 493-509.

Çamlıbel, F. (2021). Banka Sermaye Yapısının Performansa Etkisi: AHP Uygulaması. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi*, (15), 44-58.

Çelebi, G. & Yıldız, M.S. (2020). Bir İmalat İşletmesinde AHP Tabanlı Yalın Üretim Tekniği Seçimi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 8(2), 227-256.

Dağdeviren, M., Akay, D. & Kurt, M. (2004). İş Değerlendirme Sürecinde Analitik Hiyerarşi Prosesi ve Uygulaması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 19(2), 131-138.

Darko, A., Chan, APC., Ameyow, EE., Owusu, EK., Parn, E. & Edwards, DJ (2019). Rewiew Of Application Of Analytic Hierarchy Process (AHP) in Consruction. *International Journal Of Construction Management*, 19(5), 643-452.

Duman, B. (2019). *Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) Performansının İnovasyon (Yenilikçilik) Üzerine Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi.

Ergen Işıklar, Z. & Yeşiltuna, C. (2021), Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi, *Research Studıes Anatolıa Journal*, 5(1), 100-120.

Francis, U. & Olayemi, A. (2016), Accountıng Informatıon System as Aıdsto Managerial Performances, *Scientific Research Journal*, 4(10), 1-7.

Güner, M. & Kurnaz, E. (2019). Muhasebe Bilgi Sisteminin Kurumsal Yönetim Uygulamalarına Etkisi, *Yömetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 297-313.

Karahan, A. (2019), Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımının Örgütsel Performansa Etkisi, *ASEAD*, 6(3), 61-80.

Karayılmazlar, E. & İşler, İ. (2019), Kamu Yatırım Projelerinde Fayda Maliyet Analizi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 65-82.

Kaya, G. A. (2018), Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Bilgi Sistemi Hakkındaki Görüşleri: Elazığ'da Bir Araştırma, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(1), 115-132.

Kazak, G. & Erdemir, N. K. (2020), Muhasebe Bilgi Sisteminin Etkinliğinin Arttırılmasında Blok Zinciri Teknolojisinin Rolü, *BMIJ*, 8(4), 464-481.

Keçek, G. & Yıldırım, E. (2010). Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) Sisteminin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ile Seçimi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, *15*(1).

Kılıç, H., Atalay, E. & Yurtsever, A. E. (2019), Büyük Veri (BIG DATA) ve Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) İşbirliğinin Pazarlama İletişimi Stratejilerindeki Rolü: Büyük Ölçekli Özel Bir Banka Örneği, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 290-310.

Kösebay, D. (2020). *Bulut Bilişimin Müşteri İlişki Yönetimine (CRM) Etkileri Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Kültür Üniversitesi.

Mammadov, R., Mengi, B. T. & Doğan, S. (2020). Bir Perakende İşletmesinde ERP Sistemi Üzerinden Satın Alma ve Ödeme Döngüsünün Tasarımı. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (87), 65-88.

Memiş, E. (2022), Muhasebe Yöneticilerinin Muhasebe Bilgi Sistemi Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, *The Busıness Journal*, 3(1), 93-104.

Öztürk, D. (2016), Tedarik Zincir Yönetimi Süreçlerini Etkileyen Faktörler, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(1), 17-24.

Patel, B. P. (2015), Effects of Accountıng Informatıon System on Organizatıonal Profitability, *Internatıonal Journal of Researchand Analytical Reviews*, 2(1), 72-76.

Sönmeztürk Bolatan, G. İ. (2019), Kurumsal Kaynak Planlaması Uygulamasının Etkileri, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 587-606.

Tazegül, A. (2020), Karar Alma Sürecinde Muhasebe Bilgi Sisteminin Rolü: Kars İlinde Bir Uygulama, *ETÜ Sentez İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2, 1-20.

URL 1: sozluk.gov.tr-bilgi. (E.T. 14.10.2023).

Yıldırım, B. F & Önder, E. (2015). *İşletmeciler, Mühendisler ve Yöneticiler İçin Operasyonel, Yönetsel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. Dora Yayınları: Bursa.

Yorulmaz, M. & Aksu, A. (2021). Liman İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulama Performans Boyutlarının AHP İle Değerlendirilmesi: Kocaeli Liman Bölgesi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 9(1), 1-24.

Yüksel, o. (2020). Muayehane Açılış Yeri Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemiyle Önem Düzeylerinin Belirlenmesi. *Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 57-69.

MOTİVASYONEL DİL TEORİSİ TEMELLİ KURUM İÇİ KRİZ YÖNETİM MODELİ ÖNERİSİ

Doç.Dr.M.Erhan SUMMAK

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-1678-0609

ÖZET

Krizler, büyük ölçüde belirsizlik oluşturan ve kurumların hedefleri için tehdit olarak algılanan aynı zamanda olumsuz sonuçlara yol açabilecek beklenmedik durumları ifade eder. Ciddi potansiyel riskler taşıyan bu durumun etkin olarak yönetilmesi kurumların yaşayabilmesi için hayati öneme sahiptir. Buradan hareketle bu çalışmada; kriz yönetimi bağlamında motivasyonel dil teorisine dayalı bir kurum içi kriz yönetim modeli önerisi sunulmaya çalışılmıştır. Çalışma üç bölümden oluşmakta olup ilk bölümde; kriz kavramı ve kriz yönetimi ile kriz iletişimi arasındaki ilişki açıklanmaktadır. Krizlerin doğası, etkileri ve krizlerin etkili bir şekilde yönetilmesi için gerekli stratejiler ele alınmıştır. İkinci bölümde; motivasyonel dil teorisi ana hatlarıyla incelenerek temel prensiplerine ve bileşenlerine vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölüm çalışmanın odak noktası olup bu bölümde; motivasyonel dil teorisini temel alan bir kurum içi kriz yönetim modeli geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu model, kriz farkındalığı oluşturma, empatik liderlik, inşa edici ve güven veren söylem, destek ve özendirici mesajlar, işbirliği ve katılımı teşvik etme, sürdürülebilirlik ve değerlendirme aşamalarını içermektedir. Her aşama, motivasyonel dilin kullanımının nasıl entegre edileceğini ve çalışanların motivasyonunu artırmak için hangi stratejilerin kullanılabileceğini vurgulamaktadır.

Çalışma, motivasyonel dil teorisine dayalı bir kurum içi kriz yönetim modelinin önemini vurgulamakta ve liderlere kriz durumlarında etkili iletişim stratejileri sunmaktadır. Model, kurumların kriz durumlarında çalışanların motivasyonunu artırmayı ve krizin kurum içi olumsuz yansımalarını azaltmayı hedeflemektedir. Ayrıca önerilen model, kurumların krizlere karşı daha iyi bir şekilde hazırlıklı olmalarını sağlayabilir ve işbirliği, iletişim ve motivasyonu güçlendirebilir.

Anahtar Kelimeler: Kriz, Kriz İletişimi, Motivasyonel Dil Teorisi, Model Önerisi.

PROPOSAL OF INTERNAL CRISIS MANAGEMENT MODEL BASED ON MOTIVATIONAL LANGUAGE THEORY

ABSTRACT

Crises are characterized by unexpected circumstances that create a great deal of uncertainty and are perceived as a threat to the objectives of the organizations, which can also lead to negative consequences. Effective management of this situation, which carries serious potential risks, is of vital importance for the survival of institutions. Given this perspective, this study attempts

to propose an internal crisis management model based on motivational language theory in the context of crisis management. The study consists of three parts and in the first part; the concept of crisis and the relationship between crisis management and crisis communication are explained. The nature and effects of crises and the strategies necessary for effective management of crises are discussed. The second section provides an overview of motivational language theory and emphasizes its core ideas and elements. The third chapter, which is the focus of the study, provides an internal crisis management model based on motivational language theory. This model includes the following stages: creating crisis awareness, empathetic leadership, constructive and reassuring discourse, support and encouraging messages, encouraging collaboration and participation, sustainability and evaluation. Each stage emphasizes how to integrate the use of motivational language and what strategies can be used to increase employee motivation.

The study highlights the importance of an internal crisis management model based on motivational language theory and offers leaders effective communication strategies in crisis situations. The model aims to increase the motivation of employees in crisis situations and reduce the negative internal effects of the crisis. In addition, the proposed model can help organizations to be better prepared for crises and strengthen cooperation, communication and motivation.

Keywords: Crisis, Crisis Communication, Motivational Language Theory, Model Proposal.

Giriş

Günümüzde iş dünyasında hızla değişen ve karmaşıklaşan bir ortam söz konusu olup bu değişim ve karmaşıklık, kurumları çeşitli krizlerle karşı karşıya bırakma potansiyeline sahiptir. Krizler, doğal afetler, finansal sıkıntılar, itibar kaybı, operasyonel hatalar gibi çeşitli nedenlerden kaynaklanabilir ve organizasyonların normal işleyişini derinden etkilerler. Bu nedenle kurumlar, kriz durumlarında etkin bir kriz yönetimi stratejisi geliştirmek ve uygulamak zorunluluğuyla karşı karşıya kalırlar. Böyle bir durumda Motivasyonel Dil Teorisi, kurum içi iletişimde ve liderlikte önemli rol oynayan bir yaklaşım sunar. Bu teori dilin gücünü vurgulayarak çalışanların motivasyonunu artırmayı ve olumlu bir çalışma iklimi oluşturmayı hedefler. Aynı zamanda liderlerin ve yöneticilerin kriz durumlarında etkili bir iletişim stratejisi kullanarak kurum içi krizlerin olumsuz etkilerini azaltmalarına yardımcı olabilir. Bu anlayış doğrultusunda; Motivasyonel Dil Teorisi Temelli Kurum İçi Kriz Yönetim Modeli, kriz durumlarında liderlere yol gösteren bir çerçeve sunmakta ve bu şekilde kurumlar kriz sürecinde daha başarılı olabilir, çalışanların güvenini kazanabilir ve krizin olumsuz etkilerini azaltabilir.

1. Kriz Kavramı

Kriz kelimesi etimolojik köken itibariyle eski Yunancada “krisis” (isim: karar) ve “krinein” (fiil: karar vermek) kelimelerine dayanmaktadır. Tıbbi bir terim olarak, herhangi bir hastalıkla ilgili dönüm noktasını ifade eder. Kelimenin kökeninde yer alan “dönüm noktası” anlamında günümüzde sadece hastalıklarla ilgili değil bunun yanında kuruluşların karşı karşıya kaldıkları kriz durumlarını ifade etmek içinde kullanılmaktadır (Çınarlı, 2016: 26).

Kriz kavramına yönelik olarak literatürde birçok farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. En genel anlamıyla kriz, kurumun normal işleyişini bozan ve varlığı ile paydaş ilişkilerine olumsuz etkileri olan beklenmedik olaylardır (Carroll, 2009: 66). Bunun yanında kriz, kurumun veya sektörün yanı sıra paydaşları, ürünleri, hizmetleri veya itibarı üzerinde olumsuz etkileri olan önemli bir olay (Fearn–Banks, 2007: 8) olarak da tanımlanmaktadır. Ayrıca krizler, büyük ölçüde belirsizlik oluşturan ve kurumların hedefleri için tehdit olarak algılanan aynı zamanda olumsuz sonuçlara yol açabilecek beklenmedik ve rutin dışı olay ya da olaylar (Seeger vd., 1998: 233) olarak da değerlendirilmektedir. Bunun yanında kriz, kurumun hisse senedi fiyatlarını ya da itibarını kötü etkileyen herhangi bir şey (Ruff ve Aziz, 2004: 6) dir. Krizler, beklenmedik zamanlarda ortaya çıkan durumlardır ve paydaşların beklentilerinin karşılanmasını tehdit ederler. Aynı zamanda krizler, kurumların performansını ciddi şekilde etkileyebilir ve olumsuz sonuçlara yol açabilirler (Coombs, 2011: 214-215).

Yukarıda yapılan bu tanımlamalar değerlendirildiğinde; kriz kavramının farklı yönlerini vurgulayan ve farklı perspektiflerden ele alınan tanımlar olduğu görülmektedir. Tanımlardan bazıları krizi, kurumun genel işleyişi ve paydaş ilişkileri üzerinden tanımlarken, diğer tanımlar ise krizi sektör, ürün, hizmet veya itibar gibi daha spesifik alanlarda olumsuz etkiler yaratan bir olay olarak tanımlar. Tanımlar arasında krizin belirsizlik oluşturan ve beklenmedik bir olay olduğu vurgulanırken, bazı tanımlar krizi rutin olmayan olaylar olarak da tanımlayarak bu belirsizliği vurgulamaktadır. Bazı tanımlar krizin kurumun hisse senedi fiyatları ve itibarı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilecek bir olay olduğunu belirtirken, diğer tanımlar daha geniş bir etki alanına sahip olabileceğini ifade eder. Örneğin, paydaşların beklentilerini tehdit etme ve kurumun performansını etkileme gibi faktörler vurgulanmaktadır. Farklı tanımlar, krizin kaynağını belirleme açısından da farklılık göstermektedir. Bazı tanımlar krizi belirli bir olay veya durumla ilişkilendirirken, diğer tanımlar daha genel bir yaklaşımla krizi, herhangi bir olumsuz etki yaratan herhangi bir şey olarak tanımlar.

Kriz bir süreçtir ve etkin bir kriz yönetiminde bu sürecin aşamalarının bilinmesi başarıyı önemli ölçüde etkileyecektir. Her aşama, krizin farklı bir yönünü ele alır ve kriz yönetimi sürecinde yapılan doğru müdahaleler, krizin etkilerini azaltma ve olumsuz sonuçları en aza indirme potansiyeline sahiptir. Bu aşamalar aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Guth ve Marsh, 2016: 397):

Uyarı Aşaması: Krizin ilk aşaması olan uyarı aşaması, genellikle kriz belirtilerinin ortaya çıkmaya başladığı dönemdir. Bu belirtiler, önemli sorunlar, riskler veya potansiyel tehlikeler şeklinde ortaya çıkabilir. Uyarı aşamasında dikkatli gözlem ve analiz yaparak, sorunların kaynağını ve potansiyel krizleri önceden tespit etmek mümkün olabilir.

Geri Dönüşü Olmayan Nokta: Bu aşamada kriz artık önlenemez hale gelir ve reaktif önlemler alınmaya başlanır. Krizin etkileri hissedilmeye başlanır aynı zamanda kurumun paydaşları da artık durumun farkındadır ve izleme pozisyonuna geçerler.

Düzeltme: Bu aşamaya ulaşıldığında, tüm gözler kuruma yönelir ve zararları en aza indirmek için bir fırsat doğar. Bu dönem, içsel ve dışsal iyileşme süreçleri ile birlikte soruşturma dönemini içerir.

Normale Dönme: Kriz sonrasında, çalışmalar önceki duruma göre radikal bir şekilde değişir ve yeni bir yönetim atanabilir. Bunun yanı sıra kurum önemli dersler çıkararak bu değişikliklere adapte olur.

Krizlerin birçok aşamadan geçmesi, kriz yönetimi sürecindeki stratejik kararların belirlenmesi ve uygulanmasında büyük önem taşır. Bu aşamaların bilinmesi, krizleri daha etkili bir şekilde yönetmek için sağlam bir temel oluşturur ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesine yardımcı olur.

1.1.Kriz Yönetimi ve Kriz İletişimi

Kriz yönetimi, bir organizasyonun beklenmeyen ve önemli bir olumsuz olayla başa çıkabilmesi için geliştirilen stratejilerin uygulanması sürecidir. Krizler, öngörülemeyen olaylar veya potansiyel risklerin beklenmedik sonuçları olarak ortaya çıkabilir. Hızla değişen dünya koşullarında, bir organizasyonun kısa ve uzun vadeli hedeflerine ulaşabilmesi, çalışanların gereken bilgi ve becerilere sahip olmasına ve olası iş sorunlarını çözebilecek bir ekip oluşturmasına bağlıdır (Maines, 2000).

Geliştirilen kriz yönetimi stratejileri, krizin türüne bağlı olarak farklılık gösterebilir. Kriz çeşitleri, doğal afetler, finansal krizler, ürün hataları, itibar kaybı gibi farklı alanlarda ortaya çıkabilir. Her kriz türü benzersiz özelliklere sahip olduğundan kriz yönetimi stratejileri de buna göre uyarlanmalıdır. Örneğin, doğal afetlerde acil müdahale ve insan güvenliği ön planda olurken, finansal krizlerde risk yönetimi ve iletişim stratejileri daha önemli hale gelebilir. Dolayısıyla krizin türü ve özellikleri dikkate alınarak geliştirilen stratejiler, kriz yönetiminin etkinliğini artırmada önemli bir rol oynar.

Krizin gelişim süreci ne şekilde tanımlanırsa tanımlansın kriz yönetimi sürecinin en temel unsuru kriz iletişimidir. Çünkü kriz yönetiminin başarısı ya da başarısızlığı seçilen ve uygulanan iletişim stratejisi ile doğru orantılıdır (Brown ve White, 2011: 75). Kriz iletişimi en genel tanımıyla, kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası örgüt ile paydaşları arasındaki diyalog sürecidir (Fearn-Banks, 2011: 2). Benze bir ifadeyle kriz iletişimi, bir kriz süreci boyunca ilgili kitlelere etkili, verimli mesajların sağlanmasıdır (Freberg v.d., 2013: 2). Ayrıca kriz iletişimini, kriz ortamının kendi doğasındaki özel koşullarda geliştirilmiş stratejik iletişim hedeflerine uygun iş, ilişki, iletişim ve bilgi süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi (Kadıbeşegil,2003: 116) şeklinde de tanımlanabilir. Daha geniş bir ifadeyle kriz iletişimi, bir kriz durumunda ihtiyaç duyulan bilginin toplanması, işlenmesi ve dağıtılmasıdır (Coombs, 2010: 20).

Yukarda ifade edilen tanımlar dikkate alındığında bazı ortak noktaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu ortak noktalar doğrultusunda bazı çıkarımlar elde edilebilir. Her şeyden önce kriz iletişimi, bir kuruluşun karşılaştığı kriz durumunda gerçekleşen iletişim sürecini ifade eder. Bu süreç, kriz öncesinde, kriz anında ve kriz sonrasında yaşanan dönemleri kapsar. Kriz iletişimi kriz sürecindeki taraflara etkili ve verimli mesajların iletilmesini amaçlar. Bu mesajlar krizin etkilerini en aza indirmek, kriz yönetiminin başarısını artırmak ve ilişkilerin güçlendirilmesine yardımcı olmak için seçilen stratejilere dayanır. Ayrıca kriz iletişimi, kriz ortamının kendine özgü koşullarına uygun olarak stratejik iletişim hedeflerini belirleyerek ilişki kurmaya, iletişim kurmaya ve bilgiyi etkili bir şekilde yönetmeye odaklanır. Bu süreç, kriz

durumunda ihtiyaç duyulan bilginin toplanması, analiz edilmesi ve dağıtılması yoluyla gerçekleştirilir.

Kriz yönetimi, yöneticilerin hatalı üretim, hammadde eksikliği, kalite sorunları ve pazarlama eksiklikleri gibi zorlu zamanlarda aldıkları önlemleri ifade eder (Bundy, v.d., 2017). Hangi faktörden kaynaklanırsa kaynaklansın, krizler beklenmedik bir şekilde ortaya çıkabilir ve bu nedenle krizlerin etkin bir şekilde yönetilmesi özel bilgi, beceri ve yetenek gerektirir (Karakoç, 2014: 373). Çünkü kriz durumunda iletişimin yönetilmesi zorlu bir süreç haline gelir ve etkisiz veya yetersiz bir kriz iletişimi, hem kuruluşun hem de paydaşlarının karşılaşabileceği zararı artırabilir (Lerbinger, 2012: 9). Kurumsal kriz, kurumlar ve paydaşları arasındaki ilişkileri etkileyen durumlar olarak tanımlanır. Bu krizler, paydaşların algıladığı beklenti ihlallerini, kurumsal itibar değerlerine zarar veren ihlalleri ve paydaşlar için tehdit oluşturan durumları içerir. Krizler, kurumların itibarını, satın alma niyetlerini ve paydaş ilişkilerini tehlikeye atar. Kriz iletişimi, krizin kuruma verdiği zararları azaltmak, kurumsal itibar ve paydaş ilişkilerini yeniden inşa etmek amacıyla kullanılır. Kriz yanıt stratejileri ise krizden kaynaklanan zararları azaltmak ve ortaya çıkan problemleri çözmek için uygulanır (Coombs vd., 2019: 31-33). Kriz yönetimi, kurumlar için hayati öneme sahip bir süreçtir ve etkili kriz iletişimi bu sürecin başarısı için kritik bir faktördür. Kurumsal krizler, kurumların itibarını, ilişkilerini ve hatta varoluşlarını tehdit edebilir. Bu nedenle, krizlerin etkilerini en aza indirmek ve kurumun itibarını yeniden inşa etmek için doğru iletişim stratejilerinin seçilmesi ve uygulanması önemlidir. Kriz yanıt stratejileri de krizin etkilerini azaltma ve sorunları çözme konusunda büyük önem taşır. Bu bağlamda etkili kriz iletişimi ve stratejik kriz yönetimi, kurumların krizlerle başa çıkarken güvenin sürdürülmesi, itibarın korunması ve paydaş ilişkilerinin yeniden sağlanması için vazgeçilmez araçlardır.

Krizlerin temel sebepleri arasında iletişim sorunları öne çıkmaktadır. Bu nedenle, kriz yönetimi sürecinde açık iletişim, dürüstlük ve medya ile iyi ilişkiler kurma ilkelerinin yanı sıra, kamunun ve paydaşların ihtiyaç duyduğu bilgilerin doğru bir şekilde üretilmesi ve iletilmesi için etkili bir iletişim ağı oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Başarı için ilk adım iletişim kurma ve iletişimle ilgili faaliyetleri uygulamaya koymaktır (Solmaz, 2007: 69). Kriz iletişimi, halkla ilişkilerin en önemli uygulama alanlarından birini oluşturur. Krizler, kurumun itibarını ve meşruiyetini etkileyen, kurumsal hedeflere ulaşmayı zorlaştıran durumlar olarak ortaya çıktığından, halkla ilişkiler açısından kriz konusu büyük önem taşır (Fediuk vd., 2022: 31). Bu nedenle kriz iletişimi, kurumun kriz durumlarında etkili iletişim stratejileri geliştirmesini ve krize yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütmesini içerir. Krizlerin yönetimi ve etkilerinin en aza indirilmesi için halkla ilişkiler uzmanları, kriz iletişimi aracılığıyla kurumun imajını korumak, halkın güvenini yeniden kazanmak ve krize ilişkin doğru ve etkili mesajları iletmek için çaba gösterirler.

Çünkü halkla ilişkiler, bir kuruluşun iç ve dış algılamasını ve imajını şekillendiren bir faaliyet olduğu için kriz dönemlerinde bu faaliyetler daha da önem kazanır. Krizler, ürün veya kurumla ilgili olsun kuruluşun sistemine olumsuz etkiler yaratarak zarar verir. Bu nedenle halkla ilişkiler çalışmaları, olası krizlere karşı önceden planlama yapılması veya kriz durumunda hızla devreye sokulması gereken bir zorunluluktur. Bu aşamada kuruluşun güvenilirliği ve imaj sorununun olumlu bir şekilde yeniden inşa edilmesi, kuruluşun geleceği açısından önem taşır (Budak ve Budak, 2014: 355). Kriz yönetimi, aynı zamanda kriz zamanında iletişimi yönetmek anlamına

gelir. İletişim hatalarından kaynaklanan her boşluk, dedikodu, söylenti ve yanlış anlamalarla doldurulacaktır. Bu nedenle, hedef kitleler bilgilendirilmeli ve bilgiler gizli tutulmamalıdır. Kriz anında hedef kitlelerin duydukları, okudukları ve gördükleri, krizin nasıl algılandığını belirleyen faktördür (Pira, 2005: 117). Çünkü kriz dönemlerinde yanlış bilgi ve söylentiler hızla yayılmakta ve krizlerin, insanların günlük gelişmeleri yorumlama biçimleri üzerinde etkili olmaktadır (Cheng ve Lee, 2019: 1). Bu açıdan kriz iletişimi, açık ve doğru bilgilerin sağlanması, dedikodu ve yanlış anlamaların önlenmesi için etkin iletişim stratejilerinin kullanılması gerekliliğini öncelemektedir.

Sonuç olarak; kriz, beklenmedik ve önemli olumsuz olayların ortaya çıkmasıyla karakterize edilen bir durumdur. Kriz yönetimi, bu tür krizlerin etkilerini yönetmek ve olumsuz sonuçları en aza indirmek için geliştirilen stratejilerin uygulanması sürecidir. Kriz iletişimi ise kriz yönetiminin temel unsurlarından biridir ve kriz durumunda iletişim sürecini yönetmeyi içerir. Bu süreçte açık, doğru ve etkili iletişim stratejileri kullanılarak krizin olumsuz etkileri en aza indirgenir, kurumun itibarı korunur ve paydaş ilişkileri yeniden inşa edilir. Halkla ilişkiler ise kurumun iç ve dışa dönük algı ve imaj çalışmalarını öncelikli olarak yürüten bir disiplindir. Bu bağlamda, kriz, kriz yönetimi, kriz iletişimi ve halkla ilişkiler birbirini tamamlayan ve bütüncül bir şekilde ele alınması gereken konulardır.

2. Motivasyonel Dil Teorisi

Motivasyonel Dil Teorisi, Sullivan (1988) tarafından geliştirilen bir teori olup; yöneticilerin kullandığı dilin çalışanların motivasyonuna olan etkisi varsayımına dayanmaktadır. Bu teori kapsamında, yönetsel iletişimin işlevleri üç kategoride ifade edilmiştir. Bunlar aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Sullivan, 1988: 104):

- Çalışanın hissettiği belirsizliği azaltma ve bilgi düzeyini arttırma işlevi,
- Çalışanda bir insan olarak öz-değer duygusunu kapalı bir şekilde onaylama işlevi,
- Çalışana işinde yol gösterebilecek bilişsel şema ve senaryoların oluşturulmasını (işin anlamlandırılmasını) kolaylaştırma işlevi.

Motivasyonel dil teorisinin sahip olduğu varsayımlardan hareketle, yöneticilerin astlarla iletişim kurarken kullandıkları konuşma tarzı üç grupta sınıflandırılmaktadır. Bu konuşma tarzı ya da söz edinimleri Sullivan (1988) tarafından etki söz, edim söz ve düz söz olarak ifade edilirken, Mayfield, vd.(1995) tarafından yön verici dil, empatik dil ve anlam oluşturucu dil olarak ifade edilmiştir.

1. Yön Verici Dil: Yöneticinin çalışan performansını artırmak için demeçleriyle belirsizliği azaltmasını ifade eder. Bu dil, çalışanlara performanslarına bağlı olarak ne tür ödüller kazanacaklarını açıkça belirtmek suretiyle iş ve sonuç ilişkisini netleştirir. Yöneticinin, belirlenen hedeflere dayalı olarak astların önceliklerini, hedeflerini ve ödüllerini açıklığa kavuşturmayı amaçlayan yönetim ve performans geri bildirimi gibi uygulamalar için kullandığı bir dildir (Sullivan, 1988; Mayfield ve Mayfield, 2009:459).

2. Empatik Dil: Liderin çalışanlarıyla paylaştığı merhamet ve diğer insanî duyguları ifade etme şeklidir. Bu dil, çalışanlara kişisel sorunlarında destek olmayı, duygularını paylaşmayı ve iyi performans sergileyen çalışanları övmeyi amaçlar (Mayfield vd., 1995; Mayfield ve Mayfield, 2007). Fakat yön veren dilden farklı olarak, empatik dilin lider-çalışan söyleminde en az

kullanıldığı görülmektedir (Yue, vd., 2021). Empatik dil, liderler çalışanlarını çabaları ve girişimleri için övdüklerinde, aksilikler ve zorluklarla karşılaşan çalışanları cesaretlendirdiklerinde, çalışanların düşüncelerini ve duygularını yargılamadan kabul ettiklerinde ve çalışanların kişisel tercihlerine ve hedeflerine saygı duyduklarında gerçekleşir (Sun, vd., 2016). Liderler, empatik dil kullanarak çalışanların kişisel sorunlarına ilgi gösterir, duygusal ihtiyaçlarını karşılar ve kendilerini anlaşılmış hissetmelerini sağlar. Empatik dil aynı zamanda çalışanları övmek, takdir etmek ve motive etmek için duygusal ifadeler kullanmayı içerir. Bu sayede liderler, çalışanların motivasyonunu artırır, güven ve bağlılık oluşturur ve işyerinde pozitif bir atmosfer yaratır. Empatik dil, liderlerin insan odaklı bir yaklaşım sergilemelerini ve çalışanların duygusal refahını desteklemelerini sağlayarak, çalışanların performansını ve memnuniyetini artırmaya katkıda bulunur.

3. Anlam Oluşturucu Dil: Liderlerin günlük veya resmî iletişimlerinde örgüt kültürünü çalışanlara aktarmak amacıyla kullandığı, gayri resmî veya sembolik bir dildir (Mayfield vd., 2015:100). Bu dil, örgütün değerlerini, inançlarını, normlarını ve işbirliği kültürünü ifade etmek için sembolik ifadeler, benzetmeler veya metaforlar kullanır. Liderler, bu dili kullanarak çalışanların örgüt misyonuna bağlılık duymasını, ortak bir anlayış geliştirmesini ve örgütsel kimliklerini güçlendirmesini sağlar. Anlam oluşturucu dil, çalışanların işlerini anlamlandırmalarına ve örgütün hedefleriyle bütünleşmelerine yardımcı olurken, aynı zamanda örgüt kültürünün devamlılığını ve tutarlılığını destekler.

Bu üç konuşma biçimi motivasyonel dil kullanımının temel bileşenleri (Mayfield ve Mayfield, 2007:87) olup, liderlerin etkili iletişim kurmalarını, çalışanların motivasyonunu artırmalarını ve işyerinde olumlu bir atmosfer oluşturmalarını sağlar. Birbirini tamamlayan bu unsurlar, liderlerin çalışanlarla etkileşimlerini zenginleştirir ve motivasyonel bir iletişim iklimi yaratır.

Liderlerin kullanabileceği bu dil çeşitleri kurum içi kriz yönetim sürecinde krizle başa çıkmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu süreçte yön verici dil, liderlerin çalışanlara net bir şekilde yol gösterici mesajlar vermesi, krizin etkilerini azaltmak, çalışanların motivasyonunu yükseltmek ve krizle başa çıkma stratejilerini belirlemek açısından önemlidir. Yön verici dil, kriz yönetiminin planlanması, müdahale edilmesi ve iyileşme süreçlerinde çalışanların güvenini sağlamak ve yönlendirmek için kullanılır.

Empatik dil ise kurum içi kriz yönetiminde çalışanların duygusal ihtiyaçlarını anlamak ve destek olmak amacıyla kullanılır. Kriz durumunda çalışanların endişelerini dinlemek, empati kurmak ve duygusal destek sağlamak, krizin etkilerini azaltmaya yardımcı olur. Empatik dil, çalışanların güvenini ve bağlılığını artırarak kriz sürecinde işbirliğini ve dayanışmayı teşvik eder.

Anlam oluşturucu dil ise kurum içi kriz yönetiminde krizin anlamlandırılması ve krize ilişkin mesajların paydaşlara aktarılması sürecinde kullanılır. Kriz durumunda, liderlerin anlamlı ve sembolik dil kullanarak krizi açıklamaları, krizin etkilerini anlamlandırmaları ve paydaşların krizle ilgili beklentilerini karşılamaları önemlidir. Anlam oluşturucu dil, kriz durumunu yönetmek için iletişim stratejilerini belirlemek ve paydaşlarla etkili iletişim kurmak açısından önemli bir araçtır.

Bu şekilde, yön verici dil, empatik dil ve anlam oluşturucu dil kullanımı kurum içi kriz yönetiminde çalışanların yönlendirilmesi, duygusal destek sağlanması ve krizin anlamlı bir şekilde iletilmesi için birbirini tamamlayan bir rol oynar. Bu dil unsurlarının etkili bir şekilde kullanılması, kriz durumunda çalışanların motivasyonunu artırır, işbirliğini güçlendirir ve kriz sürecinin etkin bir şekilde yönetilmesine katkıda bulunur.

3.Modele Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler

Motivasyonel Dil Teorisi Temelli Kurum İçi Kriz Yönetim Modeli, kriz durumlarında liderlerin motivasyonel dilin gücünden yararlanarak kurum içi olumsuz yansımaları azaltmayı hedefleyen bir yaklaşımdır. Model, bir birini tamamlayan altı aşamadan oluşur.

Modelin ilk aşaması, kriz farkındalığı oluşturma aşamasıdır. Liderler, açık ve etkili iletişim stratejileri kullanarak çalışanlarda kriz farkındalığı yaratır ve motivasyonel dilin temel prensiplerini kullanarak duygusal destek sağlarlar.

İkinci aşama, empatik liderlik aşamasıdır. Liderler, kriz durumunda çalışanlara empatik bir yaklaşım benimser ve motivasyonel dilin kullanımıyla güven ortamı oluştururlar. Çalışanların duygusal tepkilerini anlamak, destekleyici bir iletişim sağlamak ve güveni güçlendirmek bu aşamanın odak noktasıdır.

Üçüncü aşama, inşa edici ve güven veren söylem geliştirme aşamasıdır. Liderler, çözüm odaklı bir dil kullanarak olumsuzlukları vurgulamak yerine motivasyonu artırıcı bir yaklaşım benimserler. İnşa edici söylem, çalışanların motivasyonunu yükselterek çözüm arayışına yönlendirir ve güven veren iletişim çalışanların krizle başa çıkmasına yardımcı olur.

Dördüncü aşama, destek ve özendirici mesajlar aşamasıdır. Liderler, çalışanları cesaretlendirir, başarılarını takdir eder ve kriz durumunda ortaya çıkan zorlukların üstesinden gelme konusunda motive ederler. Destekleyici ve özendirici mesajlar, çalışanların motivasyonunu artırarak krizle başa çıkma gücünü güçlendirir.

Beşinci aşama, işbirliği ve katılımı teşvik etme aşamasıdır. Liderler, çalışanların işbirliği yapmasını ve katılım göstermesini teşvik eder. Fikirlerin paylaşılması ve çözüm önerilerinin sunulması teşvik edilir. Bu şekilde, çalışanlar aktif bir rol oynar ve kriz durumunda motivasyonlarını artırırlar.

Altıncı ve son aşama, sürdürülebilirlik ve değerlendirme aşamasıdır. Liderler, kriz sonrasında da motivasyonel dilin kullanımını sürdürerek krizin etkilerini değerlendirir ve çalışanların deneyimlerinden ders çıkarır. Bu süreç, kurum içi kriz yönetimi sürecini güçlendirir ve gelecekteki krizlere karşı hazırlıklı olmayı sağlar.

Bu model, liderlere kriz durumlarında motivasyonel dil stratejileri sunarak çalışanların motivasyonunu arttırmayı ve krizin kurum içi olumsuz yansımalarını azaltmayı amaçlar. Model, kurumlar için bir rehberlik sağlar ve kriz durumlarında olumlu bir çalışma ortamı oluşturmayı hedefler.

3.1. Modelin Amacı

Modelin temel amacı, kriz durumlarında liderlere ve yöneticilere etkili iletişim ve liderlik stratejileri sunarak krizin kurum içi olumsuz yansımalarını azaltmaktır. Model, liderlere kriz

durumlarında motivasyonel dilin kullanımını teşvik eder ve çalışanların duygusal ihtiyaçlarını karşılayarak güven ortamı oluşturulmasına yardımcı olur. Aynı zamanda model, çalışanların motivasyonunu artırmayı ve krizle başa çıkma güçlerini arttırmayı da hedefler.

3.2. Modelin Uygulanabilirliği

Model, uygulanabilirlik açısından birkaç faktöre bağlı olarak değerlendirilebilir:

Kurumsal Kültür ve Değerler: Modelin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için kurumun kültürü ve değerleriyle uyumlu olması önemlidir. Motivasyonel dilin kullanımı ve kriz yönetimi stratejileri, kurumun değerlerine ve çalışma ortamına uyum sağlamalıdır.

Liderlik ve İletişim Becerileri: Modelin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için liderlerin etkili iletişim becerilerine sahip olması ve motivasyonel dilin prensiplerini uygulayabilmesi gerekmektedir. Liderlerin empati yapabilme, güven oluşturma, olumlu söylemler kullanma ve çalışanları destekleme gibi becerilere sahip olmaları önemlidir.

Kriz Durumunun Özellikleri: Modelin uygulanabilirliği, kriz durumunun özelliklerine ve kurumun karşılaştığı zorluklara bağlı olarak değişebilir. Krizin şiddeti, süresi, etkilediği alanlar ve diğer faktörler, modelin uygulanmasını etkileyebilir. Modelin esnek olması ve çeşitli kriz senaryolarına uyarlanabilmesi önemlidir.

Model doğru koşullar altında uygulandığında kurumun kriz durumlarında etkili bir şekilde yönetilmesine yardımcı olabilir. Ancak, her kurumun ihtiyaçları ve dinamikleri farklı olduğundan modelin uygulanabilirliği her bir kurumun kendine özgü koşulları ve gereksinimleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir.

3.3. Modelin Sınırlılıkları

Modelin sınırlılıkları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

Tekrarlayan Krizler: Model, genellikle tek bir kriz olayına odaklanmaktadır. Ancak bazı kurumlar, sürekli olarak tekrarlayan veya sık sık ortaya çıkan krizlerle karşılaşabilir. Bu durumda, modelin uygulanması ve etkinliği daha zor olabilir.

Çok Kültürlü Ortamlar: Model, belirli bir kurum kültürü ve dil yapısını varsayar. Ancak çok kültürlü ortamlarda, farklı kültürel değerler, dil engelleri ve iletişim farklılıkları söz konusu olabilir. Bu durumda modelin uygulanması ve adaptasyonu daha karmaşık bir hal alabilir.

Ölçüm ve Değerlendirme: Modelin etkinliğini ölçmek ve değerlendirmek için uygun ölçütlerin belirlenmesi önemlidir. Ancak bazı durumlarda kriz yönetimi etkinliğini belirlemek zor olabilir ve sonuçları doğrudan ölçmek mümkün olmayabilir.

Kurumsal Kaynaklar: Modelin uygulanması için yeterli kaynaklara (insan kaynakları, finansal kaynaklar, teknolojik altyapı vb.) ihtiyaç vardır. Kurumun bu kaynaklara sahip olmaması veya sınırlı kaynaklarla çalışması modelin etkin bir şekilde uygulanmasını sınırlayabilir.

Bu sınırlılıklar, modelin her durumda kusursuz bir çözüm olmadığını gösterir. Modelin başarısı ve uygulanabilirliği, kurumun spesifik ihtiyaçları, koşulları ve kaynaklarına bağlı olarak değişebilir.

3.4. Modelin Potansiyel Yetersizlikleri

Modelin potansiyel yetersizlikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

Teknik Zorluklar: Modelin uygulanması, liderlerin ve yöneticilerin motivasyonel dil becerilerini geliştirmelerini gerektirir. Bu durum bazı liderler için başlangıçta zorlu olabilir fakat eğitimle telafi etmek mümkündür.

Çoklu Değişkenler: Kriz durumları genellikle karmaşık ve çoklu değişkenlere sahiptir. Model, tüm bu değişkenleri ele almak için yeterli olmayabilir ve bazı durumlarda diğer kriz yönetimi yaklaşımlarıyla birlikte kullanılması gerekebilir.

İnsan Kaynağı Faktörü: Kriz durumlarında, insanların duygusal tepkileri ve davranışları karmaşık olabilir. Model, çalışanların ve liderlerin psikolojik ve duygusal ihtiyaçlarını tam olarak ele almayabilir. Bu nedenle sürece psikolojik destek ve danışmanlık hizmetlerinin de dahil edilmesi önemlidir.

Kültürel Farklılıklar: Model, motivasyonel dilin evrensel olarak kabul edilen prensiplerine dayanmaktadır. Ancak kültürel farklılıklar, iletişim ve liderlik yaklaşımlarını etkileyebilir. Modelin uygulanması, kültürel farklılıkların dikkate alınmasını gerektirebilir.

Geçerlilik ve Ölçüm: Modelin etkinliği ve başarısı objektif ölçümlerle değerlendirilmelidir. Krizin kurum içi yansımalarını azaltma konusunda kesin bir kanıt sunmak için daha fazla araştırma ve çalışma gerekebilir.

Bu yetersizlikler, modelin uygulanabilirliğini ve etkinliğini etkileyebilir. Modelin uygulayıcılarının bu zorluklara dikkat etmesi, eksiklikleri telafi etmek ve modeli sürekli iyileştirmek için çaba sarf etmeleri önemlidir.

3.5. Modelin Geleceğe Yönelik Akademik Öngörüleri

Modelin geleceğe yönelik akademik öngörüleri aşağıdaki şeklide sıralanabilir:

Daha İleri Araştırmalar: Modelin etkinliği ve uygulanabilirliği üzerine daha fazla araştırma yapılması önemlidir. Bu araştırmalar modelin farklı sektörlerde, farklı kültürel bağlamlarda ve farklı kriz türlerinde nasıl performans gösterdiğini değerlendirebilir.

Modelin Ölçeklenebilirliği: Modelin büyük ölçekli organizasyonlarda nasıl uygulanabileceği ve yönetilebileceği üzerine çalışmalar yapılabilir. Modelin uygulanması ve sonuçlarının ölçeklenebilir olması daha geniş çaplı etkiler sağlamak için önemlidir.

Eğitim ve Geliştirme Programları: Modelin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için liderlere ve yöneticilere yönelik eğitim ve geliştirme programları geliştirilebilir. Bu programlar, motivasyonel dil becerilerini ve kriz yönetimi stratejilerini güçlendirmeyi hedefleyebilir.

Teknolojik İletişim Araçları: İletişim teknolojilerindeki gelişmeler modelin uygulanmasını destekleyebilir. İnteraktif iletişim araçları, motivasyonel dilin etkili bir şekilde kullanılmasını sağlayabilir ve çalışanlar arasındaki iletişimi kolaylaştırabilir.

Duygusal İzleme ve Analiz: Gelecekte, kriz durumları sırasında çalışanların duygusal durumlarını izlemek için teknolojik araçlar ve analitik yöntemlerin kullanılması öngörülebilir. Bu, liderlere ve yöneticilere çalışanların duygusal ihtiyaçlarına daha hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verebilme imkanı sağlayabilir.

Bu öngörüler, motivasyonel dil teorisi temelli kriz yönetimi modellerinin gelişimi ve iyileştirilmesine katkıda bulunabilir. Gelecekte modelin daha fazla araştırma, geliştirme ve uygulama ile daha etkili ve uygulanabilir hale getirilmesi beklenmektedir.

3.6. Motivasyonel Dil Teorisi Temelli Kurum İçi Kriz Yönetim Modeli Önerisi

1. Aşama: Kriz Farkındalığı Oluşturma

Uygulama

- Lider, krizin başlangıcında farkındalık oluşturmak için etkili iletişim stratejileri kullanır.
- Lider, motivasyonel dili kullanarak krizi anlamlandırır ve çalışanlara duygusal destek sağlar.

Örnek Söylem

- Bir krizle karşı karşıyayız bu durumu hep birlikte aşabiliriz. Sizlerin desteğiyle zorlukların üstesinden geleceğiz. (yön verici dil)

2. Aşama: Empatik Liderlik

Uygulama

- Lider, empatik bir yaklaşım benimser ve duygusal ihtiyaçlara odaklanır.
- Lider motivasyonel dili kullanarak çalışanları destekler ve güven ortamı oluşturur.

Örnek Söylem

- Çalışanlarımızın yaşadığı zorlukları anlıyorum ve bu süreçte sizin yanınızda olduğumu bilmenizi istiyorum. (empatik dil)

3. Aşama: İnşa Edici ve Güven Veren Söylem Geliştirme

Uygulama

- Lider, olumsuzlukları vurgulamak yerine çözüm odaklı bir dil kullanır.
- Lider, motivasyonel dili kullanarak çalışanların motivasyonunu arttırır ve onları çözüm arayışına yönlendirir.

Örnek Söylem

- Krizdeki olumsuzluklara odaklanmak yerine çözüm arayışına yönelmeliyiz. Birlikte daha güçlü çıkabiliriz.

4. Aşama: Destek ve Özendirici Mesajlar

Uygulama

- Lider, çalışanlarını cesaretlendirir ve başarılarını takdir eder.
- Lider motivasyonel dili kullanarak destekleyici ve özendirici mesajlar verir, krizle başa çıkma motivasyonunu arttırır.

Örnek Söylem

- Bu süreçte gösterdiğiniz başarıyı takdir ediyorum. (anlam oluşturucu dil)

5. Aşama: İşbirliği ve Katılımı Teşvik Etme

Uygulama

- Lider, çalışanların işbirliği yapmasını ve sürece katılım göstermesini teşvik eder.
- Lider motivasyonel dili kullanarak çalışanların fikirlerini paylaşmalarını ve çözüm önerileri sunmalarını motive eder.

Örnek Söylem

- Sizin fikirleriniz bu süreçten başarıyla çıkmakta çok önemlidir. (anlam oluşturucu dil)

6. Aşama: Değerlendirme ve Sürdürülebilirlik

Uygulama

- Lider, kriz sonrasında da motivasyonel dil kullanımına devam eder.
- Lider motivasyonel dili kullanarak çalışanların gelecekteki muhtemel krizlere karşı hazır olmalarını sağlar.

Örnek Söylem

- Deneyimlerimizi değerlendirerek gelecekteki muhtemel krizlere hazırlıklı olmalıyız. (yön verici dil)

SONUÇ

Çalışmada, krizlerin belirsizlik yarattığı ve kurumların hedeflerini tehdit eden beklenmedik durumlar olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca krizlerin etkin bir şekilde yönetilmesinin kurumların yaşamaları için hayati önem taşıdığına dikkat çekilmiştir. Bu bağlamda Motivasyonel dil teorisinin, kriz yönetiminde etkili bir iletişim ve liderlik yaklaşımı olarak önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Çünkü teorinin, dilin gücünü kullanarak çalışanların motivasyonunu artırmak, olumlu bir çalışma ortamı oluşturmak ve kriz durumlarında etkili iletişim stratejileri geliştirmek için rehberlik edebileceği görülmektedir. Çalışma buradan hareketle, motivasyonel dil teorisine dayalı bir kurum içi kriz yönetim modeli önerisi sunmuştur. Model, kriz farkındalığı oluşturma, empatik liderlik, inşa edici ve güven veren söylem, destek ve özendirici mesajlar, işbirliği ve katılımı teşvik etme, sürdürülebilirlik ve değerlendirme aşamalarını içermektedir. Bir süreç olarak kurgulanan modelin amacının; kurumların kriz durumlarında motivasyonel dilin gücünü kullanarak çalışanların motivasyonunu artırmak ve krizin kurum içi olumsuz yansımalarını azaltmak olduğu görülmektedir. Modelin uygulanabilirliğinin, liderlerin motivasyonel dilin prensiplerini ve bileşenlerini anlamaları ve kriz durumunda bu dilin kullanımına odaklanmalarıyla sağlanabileceği ifade edilmiştir. Model, kurum içi kriz yönetimi sürecinde liderlere rehberlik eden bir rol yerine getirmektedir.

Fakat modelin bazı sınırlılıkları da söz konusudur. Her kriz durumu kendine özgü özelliklere sahiptir ve tek bir modelin tüm krizler için geçerli olması mümkün değildir. Model, liderlerin ve yöneticilerin yeteneklerine ve kurumun özelliklerine bağlı olarak uyarlanmalıdır. Ayrıca, modelin etkili bir şekilde uygulanması için liderlerin motivasyonel dil becerilerini geliştirmeleri ve sürekli olarak modeli gözden geçirmeleri gerekmektedir.

Bunun yanında model, bazı potansiyel yetersizliklere de sahip olup bu yetersizlikler arasında modelin tüm çalışanlar üzerinde aynı etkiyi sağlayamama riski yer almaktadır. Farklı çalışanların motivasyonel dil kullanımına farklı tepkiler verebileceği ve modelin herkes üzerinde aynı etkiyi yaratamayabileceği unutulmamalıdır. Bu durumu göz önünde bulundurarak, liderlerin çalışanların bireysel ihtiyaçlarını anlamaları ve motivasyonel dilin temel prensiplerini buna göre uyarlamaları önemlidir.

Bu çalışma, motivasyonel dil teorisi temelli bir kurum içi kriz yönetim modelinin önemini vurgulamakta ve liderlere kriz durumlarında etkili iletişim stratejileri sunmaktadır. Modelin uygulanmasıyla, kurumlar kriz durumlarında çalışanların motivasyonunu artırabilir, krizin olumsuz etkilerini azaltabilir ve daha dayanıklı bir kurum kültürü oluşturabilirler. Gelecekteki çalışmalar, bu modelin farklı sektörlerde ve kültürel bağlamlarda uygulanabilirliğini ve etkinliğini inceleyebilir. Ayrıca, modelin liderlik becerileri üzerindeki etkisini ve organizasyonel performansa olan etkisini de değerlendirecek çalışmalara ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

Brown, K. A., & White, C. L. (2010). Organization–Public Relationships and Crisis Response Strategies: Impact on Attribution of Responsibility, *Journal of Public Relations Research*, 23(1), 75-92.

Budak, G., & Budak, G. (2014). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Bundy, J., Pfarrer, M. D., Short, C. E., & Coombs, W. T. (2017). Crises and Crisis Management: Integration, Interpretation, and Research Development, *Journal of Management*, 43(6), 1661-1692.

Carroll, C. (2009). Defying a Reputational Crisis – Cadbury's Salmonella Scare: Why are Customers Willing to Forgive and Forget ?, *Corporate Reputation Review*, 12(1), 64–82.

Cheng, Y., & Lee, C. J. (2019). Online Crisis Communication in a Post-Truth Chinese Society: Evidence from Interdisciplinary Literature, *Public Relations Review*, *45*(4), 101826.

Coombs, W. T. (2010). Parameters for Crisis Communication, (Ed.), W. Timothy Coombs and Sherry J. Holladay, The Handbook of Crisis Communication Malden, MA: Wiley-Blackwell, 17-53.

Coombs, W. T. (2011). Political Public Relations and Crisis Communication, *Political Public Relations: Principles and Applications*, 214-234.

Coombs, W. T., Holladay, S. J., & Tachkova, E. (2019). Crisis Communication, Risk Communication, and Issues Management, (Editör), Brigitta R. Brunner, Public Relations Theory Application and Understanding, Wiley & Sons Inc: USA.

Çınarlı, İ. (2016). *Kriz İletişimi*, İstanbul: Beta Yayınları.

Fearn–Banks, K. (2007). *Crisis Communications: A Casebook Approach*, New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates.

Fearn-Banks, K. (2010). *Crisis Communications: A Casebook Approach*, New York: Routledge.

Freberg, K., Saling, K., Vidoloff, K. G., & Eosco, G. (2013). Using value modeling to evaluate social media messages: The case of Hurricane Irene. *Public Relations Review*, *39*(3), 185-192.

Guth, D. W. & Marsh, C. (2007). *Public Relations: A Value Driven Approach*, Boston, MA: Pearson.

Karakoç, E. (2014). *Kriz Ortamlarında Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü ve Önemi*, (Editörler), Mustafa Akdağ ve Ümit Arklan, Kriz Yönetimi İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar, Konya: Literatürk Academia, 357-386.

Lerbinger, O. (2012). *The crisis manager: Facing Disasters, Conflicts and Failures*, Routledge.

Maines, D. R. (2000). The Social Construction of Meaning, *Contemporary Sociology*, *29*(4), 577-584.

Mayfield, J., & Mayfield, M. (2007). The Effects of Leader Communication on A Worker's Intent to Stay: An Investigation Using Structural Equation Modeling, *Human Performance*, 20(2), 85-102.

Mayfield, J., Mayfield, M., & Kopf, J. (1995). Motivating Language: Exploring Theory With Scale Development, *The Journal of Business Communication (1973)*, *32*(4), 329-344.

Mayfield, J., Mayfield, M., & Sharbrough III, W. C. (2015). Strategic Vision and Values in Top Leaders' Communications: Motivating Language at A Higher Level, *International Journal of Business Communication*, 52(1), 97-121.

Mayfield, M., & Mayfield, J. (2009). The Role of Leader-Follower Relationships in Leader Communication: A Test Using The LMX and Motivating Language Models, *The Journal of Business Inquiry*, 8(1), 65-82.

Pira, A. (2005). *Halkla İlişkiler İçin Okumalar*, İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.

Ruff, P., & Aziz, K. (2004). *Managing Communications in A Crisis*, Gower Publishing, Ltd..

Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (1998). Communication, Organization and Crisis, *Annals of The International Communication Association*, 21(1), 231-276.

Solmaz, B. (2007). Halkla İlişkiler Bakış Açısından Kriz Durumlarında İnternetin Rolü ve İnternet Kriz Planlaması, *Selçuk İletişim*, 4(4), 67-74.

Sullivan, J. J. (1988). Three Roles of Language in Motivation Theory, *Academy of Management Review*, 13(1), 104-115.

Sun, P. C., Pan, F. T., & Ho, C. W. (2016). Does Motivating Language Matter in Leader–Subordinate Communication?, *Chinese Journal of Communication*, 9(3), 264-282.

Yue, C. A., Men, L. R., & Ferguson, M. A. (2021). Examining The Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees' Organizational İdentification, *International Journal of Business Communication*, 58(2), 169-195.

PARASOSYAL ETKİLEŞİM: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI YÖNLENDİREN GÜÇLÜ BİR ARAÇ

Dr. E. Erdal YÖRÜK
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO., Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü
ORCID No: 0000-0001-6802-9502

ÖZET

Parasosyal etkileşim bireylerin medya platformlarında maruz kaldıkları medya kişilikleriyle sınırlı veya gerçek düzeyde hiçbir etkileşimleri olmamasına rağmen, bu kişilikleri sanki gerçek bir ilişki içindeymiş gibi algılayarak onları arkadaşları gibi hissetme deneyimini ifade eden psikolojik bir olgu olarak tanımlayabiliriz. Parasosyal etkileşim bireylerin, ünlüler veya etkileyiciler gibi medya kişiliklerine kişisel bir bağlantı ve bağlılık duygusu geliştirdiklerinde ortaya çıkan bir durumdur. Bu bağlantı, sosyal medya katılımı, medya figürü tarafından paylaşılan kişisel anlatılar, kişilik özdeşleştirme veya yaşam tarzında algılanan birtakım benzerlikler gibi çeşitli yollarla geliştirilebilir.

Parasosyal etkileşimin tüketici davranışı üzerindeki etkisine ilişkin diğer bir açıklama, sosyal kanıt kavramıdır. Bireyler, bir medya figürünün onaylanmasını, söz konusu ürün veya hizmetin arzu edilir ve popüler olduğunu gösteren bir sosyal kanıt biçimi olarak algılayabilir. Ek olarak, parasosyal etkileşim, medya kişiliğiyle ilgili bir güven ve aşinalık duygusu yaratabilir ve ünlülerin tavsiyelerini daha kolay kabul etmelerine yol açabilir.

Parasosyal etkileşimin tüketici davranışını etkileyebileceği açık olsa da, her zaman tek yönlü bir yol değildir. Bazı durumlarda medya kişilikleri, takipçilerinden ve destekledikleri ürün veya hizmetlerden de etkilenebilir. Bu, takipçiler ve medya kişilikleri arasında, her iki tarafın da etkileşimden yararlandığı simbiyotik (ortaklaşa) bir ilişkiye yol açabilir.

Kavram, son yıllarda sosyal medyanın yükselişi ve dolayısı ile tüketici davranışları üzerindeki etkisinin artması nedeniyle büyük ilgi görmektedir. Bireylerin, bağlı hissettikleri bir medya kişiliği tarafından onaylanan ürün veya hizmetleri satın alma olasılıkları daha yüksektir. Parasosyal etkileşim, şirketlerin marka bilinirliğini ve satışlarının artırması için etkili bir araç olabilir. Şirketler, hedef kitlelerine ulaşmak ve tanıtımlarını yapmak için medya kişiliklerinin popülaritesinden ve etkisinden yararlanabilir.

Çalışmada, parasosyal etkileşimin, tüketici satın alma kararlarına katkısı, marka tutumu üzerine etkisi, sosyal etkileşim ve iletişim konularındaki belirleyici rolü ele alınarak, sürecin işleyişi zorluk ve engeller, olumlu ve olumsuz yönler açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Parasosyal Etkileşim, Tüketici Davranışları, İzleyici Bağlantısı, Ünlü Onayı.

PARASOCIAL INTERACTION: A POWERFUL TOOL TO DRIVE CONSUMER BEHAVIOR

ABSTRACT

Parasocial interaction can be defined as a psychological phenomenon that refers to the experience of feeling like friends with media personalities that individuals are exposed to on media platforms, even though they have limited or no real interaction with these personalities, and perceiving them as if they were in a real relationship.

Parasocial interaction occurs when individuals develop a sense of personal connection and attachment to media personalities such as celebrities or influencers. This connection can be developed in a variety of ways, such as social media engagement, personal narratives shared by the media figure, or simply a perceived similarity in personality or lifestyle.

Another explanation for the impact of parasocial interaction on consumer behavior is the concept of social proof. Individuals may perceive the endorsement of a media figure as a form of social proof that the product or service in question is desirable and popular. In addition, parasocial interaction may create a sense of trust and familiarity with the media personality, leading individuals to accept their recommendations more readily.

While it is clear that parasocial interaction can influence consumer behavior, it is not always a one-way street. In some cases, media personalities can also be influenced by their followers and the products or services they endorse. This can lead to a symbiotic relationship between followers and media personalities, where both parties benefit from the interaction.

The concept has received considerable attention in recent years due to the rise of social media and its increasing influence on consumer behavior. Individuals are more likely to purchase products or services endorsed by a media personality they feel connected to. Parasocial engagement can be an effective tool for companies to increase brand awareness and sales. Companies can leverage the popularity and influence of media personalities to reach and promote their target audiences.

In the study, the contribution of parasocial interaction to consumer purchasing decisions, its effect on brand attitude, its decisive role in social interaction and communication issues, the functioning of the process, difficulties and obstacles, positive and negative aspects are explained.

Keywords: Parasocial Interaction, Consumer Behavior, Audience Connection, Celebrity Endorsement

1-GİRİŞ

Dijital çağın hızlı değişen dünyasında tüketicilerle etkileşim kurma ve onları anlama süreci, işletmeler için kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmiştir. Parasosyal etkileşim (PSI), tüketicilerin markalarla duygusal ve sosyal bağlar kurmalarını sağlayan güçlü bir araç olarak ortaya çıkmış ve tüketici davranışlarını derinlemesine etkileyen bir faktör haline gelmiştir.

Tüketici davranışları, sadece ihtiyaçları karşılamakla kalmayıp aynı zamanda duygusal ve sosyal bağlamda da şekillenir. Parasosyal etkileşim, bu duygusal ve sosyal bağlamı güçlendirebilecek bir mekanizma sunar ve tüketicilerin marka sadakati, ürün tercihleri ve satın alma kararları üzerinde belirleyici bir rol oynar.

Çalışmamızda, parasosyal etkileşimin temel kavramlarına odaklanacak, tüketici davranışlarını etkileme mekanizmalarını inceleyecek ve işletmelerin bu güçlü aracı nasıl kullanabileceğini anlamaya çalışacağız. Ayrıca, dijital medyanın yükselişi ve sosyal medyanın etkisi gibi çağımızın dinamiklerini de göz önünde bulundurarak, tüketicilerle etkileşimde bulunmanın yeni yollarını keşfetmeye çalışacağız.

2- DUYGUSAL BAĞIN PERDE ARKASI: PSI TANIMI VE KÖKENLERİ

Paraosyal etkileşim izleyicilerin, bireyler, ünlüler veya etkileyiciler gibi medya kişiliklerine kişisel bir bağlantı ve bağlılık duygusu geliştirdiklerinde ortaya çıkan bir olgudur. Parasosyal etkileşimler, bireylerin aracılı kişiliklerle oluşturduğu tek taraflı ilişkilerdir (Horton & Wohl, 1956). Kişilerin gerçek bir etkileşim olmaksızın medya aracılığıyla izledikleri karakterlere veya kişilere duygusal bir bağ kurmalarını ifade eder. PSI bir izleyici ile belirli bir persona arasındaki hayali bir karşılıklı ilişki (Labrecque, 2014) olarak da tanımlanmaktadır.

Süreç, genellikle televizyon, film, kitap veya diğer medya türleri üzerinden gerçekleşir. Önceleri radyo ve TV'deki sanatçılarla olan etkileşim, şimdilerde içerik üreticileri ve influencer'lar tarafından Youtube, Twitch, Instagram ve TikTok gibi video tabanlı sosyal medya platformları kullanılarak daha da popüler hale getirilmiştir (Nah, 2022). Bu bağlamda bireyler, belirli bir medya kişiliği, ünlü veya etkileyiciyle sürekli maruz kalma sonucu bir ilişki kurarlar ve bu etkileşim onlarla bir ilgi ve bağlantı hissini geliştirir (Çöllü, 2023).

Horton ve Wohl'a (1956) göre parasosyal ilişki ve parasosyal etkileşim aynı anlama gelmektedir. Klimt vd. (2006) göre ise, medyaya maruz kalma sırasında medya kullanıcıları medya kişilerine gerçek sosyal etkileşimlere oldukça benzer bir şekilde yanıt verdiğinde parasosyal etkileşim (PSI) meydana gelirken, bu tür tek taraflı etkileşimlerden ortaya çıkan ilişkiler parasosyal ilişki (PSR) olarak tanımlanmaktadır.

Kavram, takipçiler ve ünlüler arasındaki tek taraflı ilişkiyi anlamaya yardımcı olarak, duygusal bağlamda bir bağ kurma sürecini açığa çıkarmakta ve toplumsal etkileşim dinamiklerin genel hatlarını çizmektedir.

Ünlüler (takip edilenler) ve onların takipçileri arasında gerçekleşen fakat ünlü tarafın bunun farkında olmadığı bir ilişki modeli (Kim & Song , 2016) olan parasosyal etkileşim, izleyici/takipçilerin kitle iletişim araçlarındaki ünlüler ile kurdukları sanal ilişki olarak da tanımlanabilir.

Geleneksel medya dönemlerinde basit bir şekilde tezahür eden PSI, web 2 teknolojisinin kullanılmaya başlaması ile boyut değiştirerek izleyicilerin sanal ortamlardaki rolünü daha aktif hale getirmiştir. Etkileşimin web sitelerinin en önemli özelliği haline gelmesi, firmaların Web'in interaktif yeteneklerinden yararlanma eğilimi de artmaktadır (Song & Zinkhan, 2008). Giderek daha fazla firma bu mecrayı bir pazarlama sahası olarak kullanmaktadır. Sosyal medya platformları, üyelerin sosyal ve parasosyal olarak bağlantı kurmaları için ortamlar sağlar.

Sosyal etkileşimler ve ilişkiler karşılıklılık gerektirirken, parasosyal etkileşimler ve ilişkiler doğası gereği tek taraflıdır ve uzaktan bir yakınlık yanılsaması yaratır (Horton & Wohl, 1956)

Yanılsamalı bir deneyim olarak ifade edilebilecek PSI, tüketicilerin personalarla (yani sunucuların, ünlülerin veya karakterlerin aracılı temsilleri) sanki onlar varmış ve karşılıklı bir ilişki içindeymiş gibi etkileşime girmesi ile oluşur ve zamanla gerçek hayattaki ilişkiye benzer bir şekle dönüşebilir (Labrecque, 2014).

Etkileşimlerin kalıcı ilişkilere dönüşebilmesi için, duygularla güçlendirilmesi gerekmektedir (Labrecque, 2014). Doğal veya aracılı yollarla oluşturulan bir ortamda olma hissine atıfta bulunan "telepresence" (Steuer, 1992) kavramı, parasosyal ilişkiler üzerine etki ederek etkileşimleri daha duygusal ve etkileyici hale getirebilir. Bireyler, sanal dünyada bulunan varlıklarla daha derin ve bağlantılı duygusal ilişkiler kurabilirler.

Ancak, bu etkiler kişiden kişiye değişebilir ve teknolojinin kullanımıyla ilgili farklılıklar gösterebilir. Bireylerin kişisel özellikleri bu farklılıkların ana etmenidir. Bazı insanlar, telepresence sayesinde daha güçlü ve anlamlı bağlantılar kurarken, diğerleri bu tür sanal etkileşimlere daha temkinli yaklaşabilmektedir.

Parasosyal etkileşimin önemi giderek artmaktadır çünkü tüketiciler, ürün ve markalarla sadece fiziksel düzeyde değil, aynı zamanda duygusal ve sosyal bağlamda da etkileşim kurmaktadır. Geleneksel reklam stratejilerinin ötesine geçen parasosyal etkileşim, tüketicilerin markalarla daha derinlemesine bir bağ kurmalarına olanak tanır ve bu bağ, satın alma kararları üzerinde belirleyici bir faktör olabilir.

PSI'de önemli bir etken, persona kavramıdır. Persona, bireyin toplumla etkileşimde bulunduğu ve dışa vurduğu sosyal maske veya rolü temsil eder. Bu, kişinin toplumun beklentilerine uygun davranışlar sergilediği yüzüdür. Jung'a (2006) göre bireyin dış dünyaya sergilediği davranış biçimi olan "persona", Horton ve Wohl'a (1956) göre ise medya sunumlarında izleyicinin etkilendiği karakterdir. Karakterin jestleri, görünümü ve davranışları izleyicide bir samimiyet hissi oluşturarak onun bir akran, tanıdık veya bir arkadaş gibi görünmesine yol açar (Bulduklu & Karaçor, 2019).

Personayı, kamu imajı olarak da isimlendirebiliriz. Kamu imajı, genellikle bir kişi veya kuruluşun toplumda nasıl algılandığını ve bu algının nasıl şekillendiğini yansıtan bir kavramdır. Bu nedenle, toplumun genel görüşleri, değerleri ve beklentileri, kamu imajını belirleyen önemli faktörler arasında yer alır. Kamu imajı, oluşturulabilir ve yönetilebilir bir konsepttir. Bir kişi veya kuruluş, halkın gözünde olumlu bir izlenim bırakmak için çeşitli stratejiler kullanabilir. İyi bir kamu imajı, güven, saygı ve destek kazanmaya yardımcı olabilir.

3- PARASOSYAL ETKİLEŞİMİN DİNAMİKLERİ

Geleneksel medyadan sosyal medyaya geçildikçe, ünlülerin rolü artmış ve ünlüler tüketicilerle etkileşime girerek daha önce görülmemiş derecede yakın ilişkiler kurabilmişlerdir (Aw & Labrecque, 2020).

Parasosyal etkileşimde, persona veya karakter imajının rolü oldukça önemlidir. İnsanlar genellikle medya aracılığıyla belirli karakterlerle veya kişiliklerle parasosyal bir bağ kurarlar.

Bu bağlamda persona veya karakter imajının oynadığı bazı rolleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

Özdeşleşme ve Empati: İzleyiciler, medyada gördükleri karakterlere benzerlik bulabilir ve bu karakterlerle özdeşleşebilirler. İzleyici, karakterin deneyimlediği duyguları paylaşabilir ve bu sayede empati kurabilir. Persona, izleyicinin duygusal bir bağ kurmasında kilit bir rol oynar.

Idealizasyon ve Hayranlık: Persona, genellikle idealize edilmiş bir şekilde sunulur. İzleyiciler, bu idealize edilmiş karakterlere hayranlık duyabilirler. Karakterin sahip olduğu özellikler veya başarılar, izleyicinin kendi ideallerine veya beklentilerine cevap verebilir.

Toplumsal Normlara Uygun Davranış: Persona, genellikle belirli toplumsal normlara uygun davranışları temsil eder. İzleyiciler, bu normlara uygun davranışları gözlemleyerek, kendilerini toplum içinde daha iyi entegre etmeye çalışabilirler. Persona, bir tür rol modeli işlevi görebilir.

Duygusal Tatmin ve Kaçış: İzleyiciler, medya karakterleri aracılığıyla duygusal tatmin elde edebilirler. Karakterlerin yaşadığı dramatik olaylar veya duygusal deneyimler, izleyiciye duygusal bir kaçış sağlar. Bu, günlük hayattan uzaklaşma ve duygusal tatmin arama ihtiyacıyla ilgili olabilir.

Parasosyal etkileşimde persona, izleyicinin duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir araç olarak işlev görür. İzleyiciler, medya karakterleri aracılığıyla kendilerini ifade edebilir, duygusal tatmin elde edebilir ve sosyal bağlar kurabilirler.

Bireylerin bağlı hissettikleri bir medya kişiliği tarafından onaylanan ürün veya hizmetleri satın alma olasılıkları daha yüksektir. Bu bağlantı, sosyal medya katılımı, medya figürü tarafından paylaşılan kişisel anlatılar veya hatta sadece kişilik veya yaşam tarzında algılanan bir benzerlik gibi çeşitli yollarla geliştirilebilir.İkna edici iletişimde en önemli husus, izleyicinin kaynağa yönelik güvenidir (Bulduklu & Karaçor, 2019).

Neden parasosyal etkileşim yaşanır sorusuna verilecek cevap, insanların sosyal varlıklar olmaları ve çevrimiçi veya medya ortamlarında gördükleri kişiliklerle duygusal bir bağ kurma eğiliminde olmalarıdır. İnsanlar, medya kişilikleri aracılığıyla duygusal tatmin elde edebilir, benzerlik bulabilir veya hayranlık duyabilirler. Bu etkileşim, sosyal ihtiyaçları karşılama, duygusal zenginleşme veya kaçış gibi çeşitli nedenlere dayanabilir.

4- PARASOSYAL ETKİLEŞİMİN İNŞASI

Güçlü bir parasosyal etkileşim oluşturmak için aşağıda belirtilen faktörlere dikkat etmek önemlidir. Bu faktörleri dikkate almak, medya kişiliğinin tüketicilerle daha derin ve anlamlı bir bağ kurmasına yardımcı olacaktır.

Gerçeklik ve Otantiklik: Tüketiciler, medya kişiliğiyle gerçeklik hissi ve otantik bir bağ kurmayı ararlar. Medya kişiliğinin samimi ve doğal davranışları, tüketicilerin güvenini kazanmaya yardımcı olur. Bu nedenle, medya kişilikleri kendileri olmalı ve sahiciliklerini korumalıdır.

İlgili İçerikler: Medya kişiliğinin paylaştığı içeriklerin tüketicinin ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına uygun olması önemlidir. İçerikler, izleyicinin veya takipçinin kendini özdeşleştirebileceği veya duygusal tepkiler uyandırabileceği konuları kapsamalıdır. İçeriklerin kaliteli, bilgilendirici ve eğlenceli olması da etkileşimi artırır.

İki Taraflı Etkileşim: Medya kişiliğiyle etkileşimde bulunma imkânı sunan platformlar kullanılmalıdır. Medya kişiliği, izleyicinin veya takipçinin yorumlarına, mesajlarına veya sorularına yanıt vermelidir. İzleyici veya takipçiyle gerçek bir diyalog kurmak, parasosyal etkileşimi güçlendirir.

Duygusal Bağ Kurma: Medya kişiliği, tüketicilerle duygusal bir bağ kurmaya çalışmalıdır. İçeriklerin duygusal tepkiler uyandırması, tüketicilerin medya kişiliğiyle daha güçlü bir bağ hissetmesini sağlar. Empati, ilgi ve destek ifade etmek, tüketicilerin duygusal bağ kurma sürecinde önemli rol oynar.

Tutarlılık ve Süreklilik: Medya kişiliği, tutarlılık ve süreklilik sergilemelidir. İzleyici veya takipçilerin medya kişiliğiyle düzenli olarak etkileşimde bulunabilmeleri ve onunla bağlarını sürdürebilmeleri önemlidir. Tutarsızlık veya düzensizlik, tüketicilerin güvenini sarsabilir ve etkileşimi olumsuz etkileyebilir.

İnsanlaşma ve Kişiselleştirme: Medya kişiliği, tüketicilerle insanlaşmış bir ilişki kurmaya çalışmalıdır. Gerçek hayattaki deneyimleri, hikâyeleri veya kişisel paylaşımları paylaşmak, medya kişiliğinin daha insani ve erişilebilir olmasını sağlar. Bu da tüketicilerin duygusal bağ kurma ihtimalini artırır.

5- PARASOSYAL ETKİLEŞİMİ SINIRLAYAN FAKTÖRLER

Medya aracılığıyla kurulan duygusal bağlarla karakterize edilen bir süreç olan parasosyal etkileşimin etkisini sınırlayan, azaltan çeşitli engeller bulunmaktadır. Bu engellerin anlaşılması, bu ilişki türünün derinlemesine analizi için önemlidir.

Sahtelik algısı: Tüketiciler, medya kişilikleriyle olan etkileşimlerinin gerçeklikten uzak olduğunu bilirler. Medya kişilikleri genelde kurgusal karakterler veya düzenlenmiş içerikler olabilir. Bu durum, tüketicilerin parasosyal etkileşimi daha fazla duygusal bağ olarak algılamalarına rağmen, gerçek hayattaki ilişkilerle karşılaştırıldığında daha yüzeysel algılayabileceği anlamına gelir.

Anonimlik: Sosyal medya platformları ve diğer dijital ortamlar, tüketicilere medya kişilikleriyle etkileşim kurma imkânı sunar. Ancak, bu platformlardaki anonimlik, gerçek bir bağ kurmayı zorlaştırabilir. Tüketiciler, medya kişilikleriyle iletişim kurarken anonimliklerinden dolayı daha mesafeli ve gerçek hayatta kuracakları ilişkilerden farklı davranabilirler.

İkinci el bilgi: Tüketiciler, medya kişilikleri hakkında genellikle ikinci el bilgilere sahiptir. Medyada sunulan içerikler, medya kişiliklerinin oluşturduğu imajları veya karakterleri yansıtmasına rağmen gerçek kişiliği tam olarak yansıtmayabilir. Bu da, tüketicilerin medya kişilikleri hakkında tam bir anlayışa sahip olamamasına ve ilişkilerini sınırlı bilgilere dayandırmasına neden olabilir.

İnternet ve sosyal medya bağımlılığı: Tüketicilerin medya kişilikleriyle olan etkileşimi, bazen sağlıklı bir dengeyi bozabilecek şekilde aşırıya kaçabilir. İnternet ve sosyal medya bağımlılığı, tüketicilerin gerçek hayattaki ilişkilerini etkileyebilir ve parasosyal etkileşimi gerçek hayattaki sosyal etkileşimlerin yerini alacak şekilde güçlendirebilir.

Manipülasyon ve pazarlama: Bazı durumlarda, medya kişilikleri veya markalar, tüketicilerin parasosyal etkileşimini kullanarak manipülatif pazarlama stratejileri uygulayabilir. Yüzeyde samimi veya gerçek gibi görünen ilişkiler, aslında satış artırmak veya tüketiciyi yönlendirmek amacıyla kullanılabilir. Bu, tüketicilerin güvenini sarsabilir ve parasosyal etkileşimi olumsuz etkileyebilir.

Bu engeller, parasosyal etkileşimin tam anlamıyla gerçek hayattaki ilişkilerle aynı seviyede olmadığını ve bazı zorluklarla karşılaşabileceğini göstermektedir. Ancak, sayılan bu engellerin aşılması mümkündür. Böylece tüketicilerin medya kişilikleriyle güçlü duygusal bağlar kurabilmesi sağlanarak etkileşimler sayesinde tüketici davranışları istenilen yönde etkilenebilir.

6- PSI'NİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Medya aracılığı üzerinden izleyici ve medya karakteri arasında kurulan ve duygusal bağlarla kuvvetlenen bir fenomen olan parasosyal etkileşim, izleyicinin aynı zamanda bir tüketici olmasından dolayı onun tüketim davranışlarını da etkileyen bir güce sahiptir. Hatta gerçek influencer'ların yanında sanal influencer'lar da tüketici davranışlarını etkileyeme başlamıştır. Güney Kore'de yapılan bir anket çalışmasına göre katılımcıların yarıdan fazlasının bir sanal influencer'ı takip ettiği ve %35'inin de bu influencer'ın tavsiyesine uyarak bir ürün satın aldığı ortaya çıkmıştır (Lim & Lee, 2023). Sosyal medya aracılığıyla ünlülerle etkileşime giren tüketiciler, sanki ünlüleri şahsen tanıyormuş gibi yoğun bir yakınlık deneyimlemektedir (Kim & Song , 2016)

Parasosyal etkileşim tüketici tercihlerini, satın alma kararlarını ve marka sadakati üzerindeki etkilerinin üzerindeki aşağıdaki şekillerde tezahür edebilir:

Tüketici Bağlılığı: Parasosyal etkileşim, tüketicilerin bir medya karakteri, ünlü veya influencer ile duygusal bir bağ kurmasına olanak tanır. Bu bağ, tüketici bağlılığını artırabilir. Tüketiciler, parasosyal etkileşim yaşadıkları kişi veya karaktere olan bağlılıkları nedeniyle markaya veya ürüne daha sadık olabilirler.

Satın Alma Kararları: Parasosyal etkileşim, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyebilir. Bir medya karakterinin veya influencer'ın ürün veya markayla ilişkilendirilmesi, tüketicilerin bu ürün veya markaya olan ilgisini artırabilir. Tüketiciler, parasosyal etkileşim yaşadıkları kişinin tavsiyelerine veya kullanımına güvenerek satın alma kararı verebilirler.

Marka İmajı ve Algısı: Parasosyal etkileşim, tüketicilerin bir marka veya ürün hakkındaki algılarını şekillendirebilir. Bir medya karakterinin veya ünlünün markayla ilişkilendirilmesi, markanın imajını olumlu yönde etkileyebilir ve tüketicilerin markaya olan olumlu algısını güçlendirebilir.

Sosyal İletişim ve Etkileşim: Parasosyal etkileşim, tüketiciler arasında sosyal iletişimi teşvik edebilir. Ortak ilgi alanlarına sahip olan tüketiciler, bir medya karakteri veya ünlüyle ilgili konular üzerinden etkileşime geçebilir ve bu da tüketici deneyimini zenginleştirebilir.

Satış Fırsatları: Parasosyal etkileşim, markalar ve işletmeler için satış fırsatları yaratabilir. Bir medya karakteri veya influencer, markanın tanıtımını yaparak veya ürünü kullanarak tüketici

talebini artırabilir. Bu, markaların pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak parasosyal etkileşimi kullanmalarını teşvik edebilir.

Sözlü İletişim ve Sosyal Paylaşım: Parasosyal etkileşim, tüketiciler arasında markalar, ürünler veya medya karakterleri hakkında sözlü iletişimi teşvik edebilir. Tüketiciler, parasosyal etkileşim yaşadıkları kişiler veya karakterler hakkında deneyimlerini paylaşabilir, sosyal medyada paylaşımlar yapabilir ve bu şekilde markaların veya ürünlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayabilir.

Bu noktalardan yola çıkarak, parasosyal etkileşimin tüketici davranışlarını etkileyebileceği görülüyor. Ancak, her tüketici farklıdır ve etkiler kişiden kişiye değişebilir. Ayrıca, parasosyal etkileşimin etkileri üzerindeki araştırmalar devam etmekte olup, yeni keşifler yapılabilmektedir.

7-İŞLETMELERİN PAZARLAMA STRATEJİLERİNDE PSI'NIN ÖNEMİ

İşletmelerin tüketicilerle etkileşim kurma zorunluluğunu etkileyen birkaç temel sebep bulunmaktadır:

Rekabet Baskısı: Piyasadaki rekabetin yoğunluğu, işletmeleri tüketicilerle daha etkili bir şekilde iletişim kurmaya yönlendirir. Tüketicilerle doğrudan etkileşim, markanın diğerlerinden ayrılmasını ve daha fazla tercih edilmesini sağlayabilir.

Dijital Dönüşüm: Teknolojinin gelişimi, işletmelerin dijital kanallar aracılığıyla tüketicilere ulaşma ve etkileşim kurma imkânını artırmıştır. Sosyal medya, mobil uygulamalar ve diğer dijital platformlar, tüketicilere daha yakın ve anlamlı bir şekilde erişim sağlamak için kullanılır.

Tüketici Sadakati: Tüketicilerin sadakati kazanmak, işletmeler için uzun vadeli başarı için kritiktir. Bu nedenle, işletmeler tüketicilerle düzenli ve olumlu etkileşimler kurarak sadakatlerini artırmayı hedefler.

Müşteri Geri Bildirimi: Tüketicilerle etkileşim, işletmelerin müşteri geri bildirimlerini toplamasına ve ürün veya hizmetlerini iyileştirmelerine olanak tanır. Bu geri bildirim döngüsü, işletmelerin müşteri memnuniyetini ve ürün kalitesini artırmalarına yardımcı olur.

Kişiselleştirilmiş Pazarlama: Tüketicilerle etkileşim, işletmelerin kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri geliştirmelerine olanak tanır. Tüketicilere özel içerikler ve teklifler sunmak, onların ilgisini çeker ve marka ile güçlü bir bağ kurulmasına katkı sağlar.

Marka İmajı ve Güven İnşası: Tüketicilerle etkileşim, işletmelerin marka imajını oluşturmalarına ve güven inşa etmelerine yardımcı olur. Dürüst, şeffaf ve müşteri odaklı bir yaklaşım, markanın tüketiciler arasında olumlu bir üne sahip olmasını sağlar.

Hızlı Değişen Tüketici Davranışları: Tüketici davranışları sürekli değişmektedir. İşletmeler, tüketicilerin güncel taleplerini ve beklentilerini anlamak ve bu değişikliklere hızlı bir şekilde adapte olmak için etkileşim içinde olmalıdır.

Bu faktörler, işletmelerin tüketicilerle etkileşim kurma zorunluluğunu motive eden temel unsurları yansıtmaktadır.

8- SONUÇ

Günümüzde tüketicilerle etkileşim kurma ve onları anlama, işletmeler için kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmiştir. Parasosyal etkileşim, tüketicilerin medya kişilikleri aracılığıyla önerilen ürünler, markalar ve hizmetlerle duygusal ve sosyal bağlar kurmalarına olanak tanıyan etkili bir mekanizma olarak öne çıkmaktadır. Tüketici davranışları, sadece ihtiyaçları karşılamakla kalmayıp aynı zamanda duygusal ve sosyal bağlamda da şekillenmektedir.

Parasosyal etkileşim, medya kişilikleri aracılığıyla izleyicilerin duygusal bağlar kurmalarını ifade eder. Bu fenomen, tüketicilerin marka sadakati, ürün tercihleri ve satın alma kararları üzerinde belirleyici bir rol oynayabilir.

Parasosyal etkileşimde, persona veya karakter imajının rolü oldukça önemlidir. Özdeşleşme, hayranlık, toplumsal normlara uygun davranış ve duygusal tatmin gibi faktörler, bu etkileşimin güçlenmesine katkıda bulunur. Persona, tüketicinin duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir araç olarak işlev görür.

Medya kişiliği ile tüketiciler arasındaki güçlü parasosyal etkileşim için gerçeklik, otantiklik, ilgili içerikler, iki taraflı etkileşim, duygusal bağ kurma, tutarlılık ve süreklilik, insanlaşma ve kişiselleştirme gibi faktörlere dikkat etmek önemlidir.

Ancak, parasosyal etkileşimi sınırlayan faktörler de vardır. Tüketicilerin gerçeklik algısı, internet üzerindeki anonimlik, ikinci el bilgi, internet ve sosyal medya bağımlılığı, manipülasyon ve pazarlama gibi engeller, bu etkileşimin tam anlamıyla gerçek hayattaki ilişkilerle aynı seviyede olmadığını gösterir.

İzleyici ve tüketici arasındaki bu bağın, pazarlama stratejileri ve marka iletişimi üzerindeki potansiyel etkilerini anlamak, modern medya ve tüketim kültürü bağlamında önemli bir araştırma alanını oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, parasosyal etkileşim tüketici davranışlarını etkileyebilir, tüketici bağlılığını artırabilir, satın alma kararlarını şekillendirebilir ve marka imajını etkileyebilir. Ancak, her tüketici farklıdır ve etkiler kişiden kişiye değişebilir. Araştırmalar devam etmekte olup, bu alandaki yeni keşifler, işletmelerin etkileşim stratejilerini daha etkili bir şekilde geliştirmelerine yardımcı olabilir.

KAYNAKÇA

Aw, E. C., & Labrecque, L. I. (2020). Celebrity endorsement in social media contexts: understanding the role of parasocial interactions and the need to belong. *Journal of Consumer Marketing, 37*(7), 895-908.

Bulduklu, Y., & Karaçor, S. (2019). *Kitle İletişim Kuramları.* Konya: Çizgi Kitabevi.

Çöllü, E. F. (2023). Parasosyal Etkileşim Perspektifinden Lider İmajının İç Halkla İlişkiler Üzerindeki Etkisi. M. Öztürk , & M. Işık içinde, *Çalışma Hayatı Araştırmaları-2023* (s. 202-223). İstanbul: Hiperyayın.

Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry Interpersonal and Biological Processes, 19*(3), 215-229. doi: 10.1080/00332747.1956.11023049

Jung, C. G. (2006). *Analitik Psikoloji.* (E. Gürol, Çev.) İstanbul: Payel Yayınları.

Kim, J., & Song , H. (2016). Celebrity's self-disclosure on Twitter and parasocial relationships: A mediating role of social presence. *Computers in Human Behavior, 62*, 570-577. 10 14, 2023 tarihinde https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.083 adresinden alındı

Klimt, C., Hartmann, T., & Schramm, H. (2006). "Parasocial interactions and relations". J. Bryant, & P. Vorderer içinde, *Psychology of Entertainment* (s. 291-319). NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Labrecque, L. I. (2014). Fostering Consumer–Brand Relationships in Social Media Environments: The Role of Parasocial Interaction . *Journal of Interactive Marketing, 28*(2), 134-148. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.003 adresinden alındı

Lim, R. E., & Lee, S. L. (2023). “You are a virtual influencer!”: Understanding the impact of origin disclosure and emotional narratives on parasocial relationships and virtual influencer credibility. *Computers in Human Behavior, 148*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107897 adresinden alındı

Nah, H. S. (2022). The appeal of “real” in parasocial interaction: The effect of self-disclosure. *Computers in Human Behavior, 134*(C). https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107330. adresinden alındı

Song, J. H., & Zinkhan, G. M. (2008). Determinants of Perceived Web Site Interactivity . *Journal of Marketing, 72*(2), 99–113. http://www.jstor.org/stable/30162226 adresinden alındı

Steuer, J. S. (1992). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. , . *Journal of Communication, 42*(4), 73–93. 10 27, 2023 tarihinde https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1992.tb00812.x adresinden alındı

THE ROLE OF INTERNAL PUBLIC RELATIONS IN THE OVERCOMING OF RESISTANCE TO INSTITUTIONAL CHANGE

Dr. E. Fazıl ÇÖLLÜ
Selçuk University Social Sciences M.Y.O., Department of Marketing and Advertising,
ORCID: 0000-0001-5871-4928

Abstract

Change is an inevitable aspect of business growth and development. In today's fast-paced and ever-changing business environment, organisations must continually adapt and embrace change in order to remain competitive. However, change is often met with resistance from employees who are comfortable with the status quo and reluctant to adopt new ideas or ways of doing business. This resistance to change is a common phenomenon that can hinder an organisation's ability to innovate and evolve.

To overcome this resistance, organisations are increasingly turning to internal public relations as a strategic tool. Internal public relations helps to address concerns and reduce resistance by enabling employees to participate in and be informed about the change process. By establishing open channels of communication, promoting trust and transparency, and providing support and resources, internal public relations helps to create a positive corporate culture that encourages employees to embrace and adapt to change.

This study aims to examine the role of internal public relations in overcoming resistance to change in institutions. The study focuses primarily on the causes and consequences of resistance to change. It focuses on strategies for overcoming resistance to change, how organisations can identify and analyse resistance to change and thus better understand the underlying causes of employee resistance.

It then discusses the specific role of internal public relations in change management and outlines various strategies, such as providing training and support that organisations can use to address resistance to change, involving employees in decision-making processes, and creating a culture of openness and transparency.

Internal communications play an important role in helping institutions to overcome resistance to change. It is possible that by using internal PR methods and tools, institutions can better manage the complexity of change and ensure a smoother transition process for all stakeholders involved.

Keywords: Change, Corporate change, Resilience to change, Internal Public Relations

KURUMSAL DEĞİŞİM DİRENCİNİN AŞILMASINDA İÇ HALKLA İLİŞKİLERİN ROLÜ

Giriş

Değişime direnç, kuruluşların yeni girişimleri hayata geçirirken karşılaştıkları yaygın bir zorluktur. Dirençle mücadele etmek için altta yatan nedenleri anlamak önemlidir. Direnç, iş güvencesinin kaybı, bilinmeyenden korkma veya yönetime güvenmeme gibi çeşitli nedenlerle ortaya çıkabilir (Tanner, 2023) Çünkü bireyler değişimin rollerini ve sorumluluklarını nasıl etkileyeceği konusunda belirsizlik hissedebilirler. Değişime direnç, yeni koşullara veya iş yapma biçimlerine uyum sağlama konusundaki isteksizliktir (Spring, 2021). Ayrıca, değişimin neden gerekli olduğunun anlaşılamaması da dirence katkıda bulunabilir.

Değişime karşı direncin bir diğer yaygın nedeni de liderlik ekibine veya bir bütün olarak kuruma duyulan güven eksikliğidir. Bu güven eksikliği, geçmişte verilen sözlerin tutulmaması veya karar alma süreçlerinde şeffaflığın olmaması gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir (Spring, 2021). Direnç, değişim girişimlerinin başarısı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabilir ve gecikmelere, üretkenliğin azalmasına ve çalışanlar arasında düşük morale yol açabilir.

Ayrıca, çalışanların kayıp algısı da değişime karşı dirence katkıda bulunabilir. Bu, algılanan iş güvenliği veya kurum içindeki statü kaybını içerebilir (Tanner, 2023). Bununla mücadele etmek için iç halkla ilişkiler, çalışanların değişimin sonuçlarını ve kurum içindeki rollerini nasıl etkileyeceğini anlamalarına yardımcı olabilir. İç halkla ilişkiler, bu endişeleri ele alarak ve değişim hakkında net bir iletişim sağlayarak, direnci en aza indirmeye ve başarılı uygulama olasılığını artırmaya yardımcı olması mümkündür (Darmawan & Azizah, 2020). Başarılı bir değişim yönetiminin, değişimi başlatan, uygulayan ve değişimden etkilenenlerin farklı algılarını dikkate alan çok yönlü bir yaklaşım gerektirdiğini unutmamak önemlidir. Bu gibi durumlarda iç halkla ilişkiler, değişim hakkında açık ve dürüst iletişim sağlayarak ve çalışanları karar alma sürecine dahil ederek güven inşa etmeye yardımcı olabilir. Bu, çalışanların değişime daha fazla yatırım yaptıklarını hissetmelerine ve yeni koşullara uyum sağlamaya daha istekli olmalarına yardımcı olabilir (Rehman vd., 2021).

Değişim yönetimindeki rolü, değişime karşı dirençle mücadelede çok önemlidir. Değişime karşı direncin yönetilmesinde etkili iletişim esastır (Manole, 2022) İç halkla ilişkiler, karşılıklı bağımlılığı yönetmeyi ve kurum ile çalışanları arasında karşılıklı fayda sağlayan ilişkiler kurmayı içerir (Lee & Yue, 2020). İç halkla ilişkiler, bir kuruluş içindeki değişim direncini yönetmede çok önemli bir rol oynar. Özellikle halkla ilişkiler çalışmaları, başarılı değişim yönetimi için gerekli olan etkin iç iletişim için gereklidir (Bozkurt & Arslan, 2014)

Bu nedenle, etkili iç halkla ilişkiler, değişimin faydalarını ileterek ve kurumu nasıl etkileyeceği konusunda eğitim sağlayarak bu endişelerin giderilmesinde kritik bir rol oynar. Etkili iç halkla ilişkiler, kurum içi bir marka oluşturulmasına, çalışanların katılımının sağlanmasına ve olumlu bir kurum kültürünün teşvik edilmesine yardımcı olabilir.

İç halkla ilişkiler, kuruluşların değişimin nedenlerini, değişimin faydalarını ve çalışanları nasıl etkileyeceğini iletmelerine yardımcı olabilir (Duncan, 2022). Ayrıca, iç halkla ilişkiler kuruluşların çalışanların endişelerini gidermesine ve onları değişim sürecine dahil etmesine yardımcı olabilir (Lawrence, 2023). Bu, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerine ve değişim sürecine dahil olmalarına yardımcı olarak değişime karşı daha olumlu bir tutum geliştirmelerine yol açabilir (Li, Sun, Tao, & & Lee, 2021). İç halkla ilişkiler ayrıca kurumların değişime karşı dirence katkıda bulunabilecek her türlü örgütsel adalet sorununu tanımasına ve ele almasına yardımcı olabilir (Rehman vd., 2021).

Sonuç olarak, kurumların değişime karşı dirençle mücadele etmesine yardımcı olarak değişim yönetiminde kritik bir rol oynamaktadır. Kuruluşlar, çalışanlarla etkili bir şekilde iletişim kurarak ve onları değişim sürecine dahil ederek direnci azaltabilir ve değişim girişimlerinde başarı şansını artırabilir. Etkili iç halkla ilişkiler, kurumların olumlu bir kurum kültürü oluşturmasına, çalışan bağlılığını artırmasına ve nihayetinde kurumun genel başarısına katkıda bulunmasına yardımcı olabilir (Yeomans & FitzPatrick, 2017).

Değişim Yönetiminde Kurum İçi Halkla İlişkilerin Rolü

Kurum içi halkla ilişkiler, bir kurum içinde değişime karşı direncin yönetilmesinde kritik bir rol oynayabilir. Etkili iletişim stratejileri değişim yönetimi için gereklidir ve iç iletişimciler başarılı değişim yönetimi için etkili stratejiler, engeller ve temel hususlar hakkında yeni bilgiler sağlayabilir (Neill, 2018). Kurumlar, değişimi halkla ilişkiler aracılığıyla ele alarak, güvensizliğe veya altta yatan kafa karışıklığına yer vermeden şirket genelinde ortak hedefler sağlayabilir (Manole, 2022). Doğru iletişim araçlarıyla kurum içi halkla ilişkiler, şirketlerin değişim yönetimi hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olabilir (axerosolutions.com, 2023).

Çalışan bağlılığı programları da değişime karşı dirençle mücadelede değerli bir araç olabilir. Hayase tarafından 2009 yılında yapılan bir çalışma, iç iletişim ve çalışan bağlılığı arasındaki ilişkiyi araştırmış ve etkili iç iletişimin çalışan bağlılığını olumlu yönde etkileyebileceğini bulmuştur (Kalani & Hayase, 2009). Halkla ilişkiler yöneticileriyle yapılan görüşmelerin kullanıldığı keşifsel bir çalışmada, iç iletişimin çalışan bağlılığında giderek artan bir rol oynadığı tespit edilmiştir (Mishra, Boynton, & Mishra, 2014). Kuruluşlar, etkili iletişim ve bağlılık programları aracılığıyla çalışan bağlılığını teşvik ederek, çalışanların değişim sürecine daha fazla yatırım yaptıklarını ve değişime daha az direnç gösterdiklerini hissetmelerine yardımcı olabilir.

Olumlu bir kurum kültürü inşa etmek, değişime karşı dirençle mücadelede iç halkla ilişkilerin bir diğer önemli yönüdür. Kuruluşlar, yeni performans standartlarını vurgulayarak ve çalışanları farklı şekillerde düşünmeye teşvik ederek değişime daha açık bir kültür yaratabilirler (Lawrence, 2023). Ayrıca, şeffaflık kültürünü geliştirmek ve çalışanlarla mümkün olduğunca sık bilgi paylaşmak belirsizliği azaltmaya ve sorun odaklı kontrol başa çıkmayı teşvik etmeye yardımcı olabilir (Li, Sun, Tao, & Lee, 2021). İç halkla ilişkiler, olumlu bir kurum kültürünü teşvik ederek çalışanların değişim konusunda kendilerini daha rahat hissetmelerine ve değişime karşı daha az direnç göstermelerine yardımcı olabilir (Rehman vd., 2021).

Değişime Hazırlanmak

Değişime hazırlanmak, bir kurum içinde değişime karşı dirençle mücadelede önemli bir adımdır. Bir hazırlık değerlendirmesinin yapılması, kurumun değişime hazır olup olmadığının belirlenmesinde çok önemli bir ilk adımdır (Weiner, 2009). Bu değerlendirme, değişimin önündeki potansiyel engellerin belirlenmesine yardımcı olur ve kurumun genel olarak değişime hazır olup olmadığı konusunda fikir verir. Anahtar paydaşlarla ilişkiler kurmak, değişim direncini ele almada da kritik öneme sahiptir. Welch ve Jackson'a göre, iç iletişim, her düzeydeki iç paydaşlar arasındaki etkileşimleri ve ilişkileri yönetmeyi içerir (Bartan & Taşkıran, 2018) . Kilit paydaşların belirlenmesi, değişime hazırlanmanın bir diğer kritik adım olarak sayılabilir. Bu paydaşlar değişimden etkilenecek ve değişimin başarısını ya da başarısızlığını etkileyebilecek bireyler ya da gruplar olabilir (Spring, 2021). Değişim sürecinin başlarında bu paydaşları belirleyerek ve onlarla ilişki kurarak, kuruluşlar onların desteğini ve katılımını kazanabilir ve bu da değişime karşı direnci azaltmaya yardımcı olabilir (Fair-Wright & Juli, 2016).

Bir değişim yönetimi planı geliştirmek de değişime karşı dirençle mücadelede çok önemlidir. Bu plan, iletişim stratejileri, eğitim programları ve zaman çizelgeleri de dahil olmak üzere değişimi uygulamak için gereken adımları ana hatlarıyla belirlemelidir. Şeffaf iç iletişim, değişim süreci boyunca tüm paydaşların bilgilendirilmesini ve katılımını sağlamanın anahtarıdır (Li, Sun, Tao, & & Lee, 2021). Halkla ilişkiler uzmanları, doğru amacı belirleyerek, doğru mesajı düzenleyerek ve çalışanların değişime uyum sağlamasına yardımcı olarak bu süreçte hayati bir rol oynayabilir. Çalışanları değişim sürecine dahil ederek ve onlara gerekli desteği sağlayarak, kuruluşlar değişime karşı direnci azaltmaya ve başarı olasılığını artırmaya yardımcı olabilir (Manole, 2022).

Değişime karşı direncin bilinmeyenden korkma, liderliğe güvenmeme ve iş güvenliği ile ilgili endişeler gibi çeşitli nedenlerle ortaya çıkabileceğini bilmek önemlidir. Değişime karşı direncin azaltılması, direncin ele alınmasını ve azaltılmasını içeren yapılandırılmış bir değişim yönetimi yaklaşımı gerektirir (Prosci, 2023). İç halkla ilişkiler, değişimi başlatıp yöneterek ve diğer liderlerin ve departmanların uygulayabileceği değişiklikler için kolaylaştırıcı olarak hizmet vererek değişim yönetiminde önemli bir rol oynayabilir. Sonuç olarak, değişim yönetimine proaktif bir yaklaşım benimseyerek ve süreç boyunca paydaşların katılımını sağlayarak kuruluşlar değişime karşı dirençle başarılı bir şekilde mücadele edebilir ve arzu ettikleri sonuçlara ulaşabilirler.

Değişimin İletişimi

Etkili iletişim, bir kurum içinde değişime karşı dirençle mücadelede çok önemlidir. Kurum içi halkla ilişkiler, kurum içi bir marka oluşturmada ve çalışanlarla özgün, anlamlı iletişim kurmada kritik bir rol oynar (Duncan, 2022). Bir iletişim planı oluşturmak, etkili bir değişim iletişimi stratejisi oluşturmanın ilk adımıdır. Bu plan, iletişim çabalarının temel amaçlarını, hedef kitlesini ve istenen sonuçlarını ana hatlarıyla belirtmelidir (Yeomans & FitzPatrick, 2017). Değişimin faydalarını vurgulayan ve olası endişeleri gideren kilit mesajların hazırlanması da çalışanların katılımını sağlamak için gereklidir (Manole, 2022). Kurum içi halkla açıklamalar, değişiklik nedenlerini ve faydalarını açıklayarak, işçi değişimine karşı

direnci azaltabilir. Bu sayede pozitif bir değişim kültürü oluşturulabilir ve değişim süreci daha başarılı bir şekilde yönetilebilir (Yıldırım, 2021).

En etkili iletişim kanallarının belirlenmesi de mesajın hedeflenen kitleye ulaşmasını sağlamak açısından çok önemlidir. İletişim kanalları arasında e-posta, intranet, internet ve yöneticilerle bire bir görüşmeler yer alabilir (Shulga, 2021). Mesajın alındığından ve anlaşıldığından emin olmak için iletişim kanallarını seçerken hedef kitlenin tercihlerini göz önünde bulundurmak önemlidir. İç iletişim yöneticisi, yönetimi iletişim kurmaya teşvik etmede ve bu iletişimleri hazırlayıp gözden geçirmede çok önemli bir rol oynar (axerosolutions.com, 2023). Halkla ilişkiler yoluyla değişimin ele alınması, güvensizliğe veya altta yatan karışıklığa yer bırakmadan şirket genelinde ortak hedefler sağlayabilir (Manole, 2022).

İç halkla ilişkilerin değişime dirençle mücadeledeki rolü örgütsel adalet kavramıyla yakından bağlantılıdır. Adaletli dağıtım ve adaletli ilkeler gibi örgütsel adalet boyutları, değişime dirençle başa çıkmada rol oynayabilir (Rehman vd., 2021). Etkili liderlik, dönüşümcü liderlik ve iç iletişim arasında bir bağlantı kurarak iç halkla ilişkileri de etkileyebilir (Men, 2014). CEO veya kıdemli bir başkan yardımcısı ile başlayan ve müdürler ile yöneticileri değişimi daha detaylı tartışmaya teşvik eden basamaklı bir mesajlaşma stratejisi geliştirmek de başarılı değişim iletişimine katkıda bulunabilir (Peterson, 2023) . Kurumlar, etkili iletişime öncelik vererek ve kurum içi halkla ilişkiler uzmanlarının uzmanlığından yararlanarak değişime karşı direnci başarıyla aşabilir ve arzu ettikleri sonuçlara ulaşabilirler.

Çalışan Bağlılığı Programları

Kurum içi halkla ilişkiler, bir kurum içinde değişime karşı dirençle mücadelede önemli bir rol oynayabilir. Çalışanların bilgilendirilmesini ve değişim sürecine dahil edilmesini sağlamak için çalışan bağlılığı programları geliştirilebilir. Çalışan bağlılığı stratejilerinin geliştirilmesi, çalışanları değişimi benimsemeye teşvik eden olumlu bir ortam yaratılmasına yardımcı olabilir. Çalışanların ihtiyaç ve endişelerinin belirlenmesi, etkili katılım stratejilerinin geliştirilmesinde önemli bir adımdır. Bu, düzenli iletişim ve geri bildirim mekanizmaları aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Li, Sun, Tao, & Lee, 2021). Eğitim ve destek sağlayarak, çalışanlar yeni değişikliklere uyum sağlamak için gerekli bilgi ve becerilerle donatılabilir. Bu, değişime karşı direnci azaltmaya ve çalışan bağlılığını ve üretkenliğini artırmaya yardımcı olabilir (Mishra, Boynton, & Mishra, 2014).

Çalışanların değişime karşı direnci, kurumsal başarının önünde önemli bir engel olabilir. Hayase'ye göre, değişime karşı direnç genellikle bilinmeyenden korkmaktan veya anlayış eksikliğinden kaynaklanmaktadır (Kalani & Hayase, 2009). Eğitim ve destek bu endişelerin giderilmesine yardımcı olabilir, ancak değişimin amacını ve faydalarını çalışanlara iletmek de önemlidir. Yeomans, başarılı bir değişim yönetimi için etkili iç iletişimin şart olduğunu öne sürmektedir (Yeomans & FitzPatrick, 2017). Açık ve tutarlı bir mesaj oluşturarak, çalışanlar değişimi benimsemeye daha istekli olabilir ve sürece daha fazla dahil olabilirler (Duncan, 2022).

Değişime karşı direnç, aktif kriz yönetimi ve iletişim yoluyla da ele alınabilir. Li'ye göre kurum içi halkla ilişkiler, değişim ve belirsizlik dönemlerinde stratejik iletişimi kolaylaştırmaya yardımcı olabilir (Li, Sun, Tao, & & Lee, 2021). Çalışanların endişelerini ele alarak ve düzenli

güncellemeler sağlayarak, çalışanlar kendilerini daha bilgili ve değişim sürecine dahil hissedebilirler. Bu da değişime karşı direnci azaltmaya ve çalışan bağlılığını ve memnuniyetini artırmaya yardımcı olabilir (Spring, 2021). Etkili iç iletişim, düzenli olarak meydana gelen daha küçük değişikliklerin yönetilmesine de yardımcı olabilir (Lawrence, 2023). Açık iletişim ve şeffaflık kültürünün oluşturulmasıyla, çalışanlar yeni değişikliklere uyum sağlama konusunda kendilerini daha rahat hissedebilir ve yeni fikir ve süreçleri benimseme konusunda daha istekli olabilirler (Manole, 2022).

Olumlu Bir Kurum Kültürü Oluşturmak

Kurum içi halkla ilişkiler, bir kurum içinde değişime karşı dirençle mücadelede çok önemli bir rol oynar. Halkla ilişkiler uzmanları olarak, özellikle değişim dönemlerinde güven ve şeffaflık kültürünü geliştirmek çok önemlidir (linkedin.com, 2023). Olumlu bir kurum kültürü inşa edildiğinde, çalışanların değişimi kucaklaması ve ortak hedefler doğrultusunda işbirliği içinde çalışması daha olasıdır. Araştırmalar, şeffaf iç iletişimin sorun odaklı kontrolle başa çıkmayı teşvik etmeye, belirsizliği azaltmaya ve değişime açıklık duygusunu geliştirmeye yardımcı olabileceğini göstermiştir (Li, Sun, Tao, & Lee, 2021). Bu nedenle, bir kurum içinde değişiklikleri uygularken iletişimde şeffaflığın ve güvenin önemini vurgulamak kritik önem taşımaktadır (Lee & Li, 2021).

İşbirliğini teşvik etmek, değişime karşı dirençle mücadele etmenin bir başka etkili yoludur. İnsanları değişime dahil etmek ve ortak hedeflere ulaşmaya yönelik işbirlikçi bir çaba sağlamak için paydaşları ve değişimi uygulayanları tasarım sürecine dahil etmek önemlidir. Kuruluşlar, yeni performans standartlarını vurgulayarak ve çalışanları farklı şekillerde düşünmeye teşvik ederek bir inovasyon ve uyum kültürü yaratabilirler (Lawrence, 2023). Halkla ilişkiler yoluyla değişimin ele alınması, güvensizliğe veya altta yatan karışıklığa yer bırakmadan şirket genelinde ortak hedeflerin sağlanmasına da yardımcı olabilir (Manole, 2022).

Çalışanların katkılarının tanınması ve ödüllendirilmesi, olumlu bir kurum kültürü oluşturmanın ve değişime karşı dirençle mücadele etmenin bir başka etkili yoludur. Ödül sistemleri, bir kurumun çalışan performansının kurumsal hedeflerle uyumlu olmasını sağlamak için oluşturduğu ve yönettiği çerçevedir (Bright & Cortes A., 2019). Çalışanların katkılarını tanıyarak ve ödüllendirerek, kuruluşlar çalışanlar arasında sadakat ve bağlılık duygusunu teşvik edebilir, bu da verimliliğin artmasına ve değişime karşı daha olumlu bir tutuma yol açabilir (Li, Sun, Tao, & & Lee, 2021). Çalışanların direnç gösterdiği şeyin genellikle teknik değişim değil, sosyal değişim olduğunu ve bu direnci ele alarak kuruluşların daha olumlu ve uyarlanabilir bir kültür yaratabileceğini anlamak önemlidir (Lawrence, 2023). Dolayısıyla, halkla ilişkiler uzmanları olumlu bir örgüt kültürü inşa ederek değişime karşı dirençle mücadeleye yardımcı olabilir ve örgütsel değişim girişimlerinin başarılı olmasını sağlayabilir (Errida & Lotfi, 2021).

Değişime Direncin Üstesinden Gelmek

Değişime direnç, birçok kuruluşta yaygın bir sorundur ve üretkenlik ve moral üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Değişime direncin ele alınması, çalışanların değişiklikleri desteklemek için katılımını ve motivasyonunu sağlamak için gereklidir (Spring, 2021). Değişime karşı dirençle başa çıkmak için giderek daha popüler hale gelen bir çözüm, çalışanları değişim sürecine dahil etmektir. Bu yaklaşım, çalışanların değişimin gerçekleştirilmesine katılmalarına

olanak tanıyarak sahiplenme duygularını ve değişime bağlılıklarını artırabilir (Lawrence, 2023). Ayrıca, kurum içi halkla ilişkiler, tüm çalışanların değişimin nedenlerini ve kuruma nasıl fayda sağlayacağını anlamalarını sağlayarak değişime karşı direncin ele alınmasında önemli bir rol oynayabilir (Manole, 2022).

Destek ve kaynak sağlamak, değişime karşı direncin üstesinden gelmenin bir başka etkili yoludur. Bu teknik, direnci azaltmak için çalışan kolaylaştırma, eğitim ve çeşitli destekleyici çabaları içerir (managementstudyguide.com, 2023). Rehman ve arkadaşları tarafından 2021 yılında yapılan bir çalışma, örgütsel adalet boyutlarının değişime dirençle başa çıkmada önemli bir rol oynayabileceğini ortaya koymuştur (Rehman vd., 2021). Kuruluşlar, gerekli kaynakları ve desteği sağlayarak çalışanların değişim konusunda kendilerini daha rahat hissetmelerine ve değişime karşı dirençlerini azaltmalarına yardımcı olabilir.

Başarıları ve dönüm noktalarını kutlamak da değişime karşı direncin üstesinden gelmenin önemli bir parçasıdır. Değişimi kolaylaştırmaya yardımcı olan veya küçük yollarla da olsa değişime uyum sağlayanların hem özel hem de kamusal olarak tanınması, değişimi sahiplenme ve değişime bağlılık duygusu yaratabilir (Spring, 2021). Kurum içi halkla ilişkiler de ilerleme ve başarıları tüm çalışanlara ileterek başarıların ve dönüm noktalarının kutlanmasında kritik bir rol oynayabilir (Manole, 2022). Değişim projelerini daha küçük kilometre taşlarına bölerek ve başarıları kutlayarak, kuruluşlar bir ilerleme ve ivme duygusu yaratabilir ve bu da çalışanları değişimi desteklemeye devam etmeleri için motive edebilir. Ekip toplantıları, bire bir toplantılar ve iç iletişim kampanyaları gibi etkili iletişim kanalları da çalışanların değişimin ilerleyişi hakkında bilgi sahibi olmalarını ve kendilerini sürece dahil hissetmelerini sağlamaya yardımcı olabilir (Batti, 2019).

Değişim Yönetiminde İç Halkla İlişkilerin Başarısının Ölçülmesi

Kurum içi halkla ilişkiler, değişim yönetiminde, özellikle de değişime karşı dirençle mücadelede çok önemli bir rol oynar. Kurum içi halkla ilişkilerin birincil amacı, şirketi çalışanlara olumlu bir şekilde tanıtmak ve böylece markaya sadık kalmalarını sağlamaktır (Duncan, 2022). Zayıf iletişim, en iyi planlanmış organizasyonel değişiklikleri bile etkileyebilen ve çalışanların direncine yol açan önemli bir faktördür (Spring, 2021). Bu nedenle, değişim yönetiminde kurum içi halkla ilişkilerin etkinliğini ölçmek için temel performans göstergelerinin belirlenmesi önemlidir.

İletişim stratejilerinin etkisinin ölçülmesi, değişim yönetiminde iç halkla ilişkilerin başarısının değerlendirilmesinde önemli bir adımdır. Li ve arkadaşlarının araştırmasına göre stratejik iç iletişim, çalışanların planlanmamış değişim olaylarıyla başa çıkmalarını kolaylaştırmak için çalışır (Li, Sun, Tao, & Lee, 2021). Halkla ilişkiler yoluyla değişimin ele alınması, güvensizliğe veya altta yatan karışıklığa yer bırakmadan şirket genelinde ortak hedefler sağlayabilir (Manole, 2022). Bu nedenle, değişimin yönetilmesinde iletişim stratejilerinin etkinliğini değerlendirmek çok önemlidir.

Çalışan bağlılığı ve memnuniyetinin değerlendirilmesi, değişim yönetiminde iç halkla ilişkilerin başarısının ölçülmesinde bir diğer kritik faktördür. Hayase ve arkadaşlarının araştırması, iç iletişimin iş tatmini ile bağlantısının ölçülmesinin, kurumların çalışan bağlılığını ölçmenin yollarını bulmasına yardımcı olabileceğini ortaya koymuştur (Kalani & Hayase,

2009). Ayrıca, Li ve arkadaşları örgütsel değişim ile çalışan-örgüt özdeşleşmesi arasındaki ilişkinin değişimin yönetilmesinde kritik öneme sahip olduğunu bulmuştur (Li, Sun, Tao, & & Lee, 2021). Bu nedenle, çalışan bağlılığını ve memnuniyetini değerlendirmek, değişim yönetiminde iç halkla ilişkilerin etkinliğini değerlendirmek için çok önemlidir.

Sonuç

Sonuç olarak, kurum içi halkla ilişkiler bir kurumdaki değişimin yönetilmesinde çok önemli bir rol oynar. Kurum içi halkla ilişkiler, değişim ihtiyacını ve beraberinde getirdiği faydaları etkili bir şekilde ileterek çalışanların direncini azaltmaya ve değişimin gerçekleşmesi için daha olumlu bir ortam yaratmaya yardımcı olabilir (Manole, 2022). Araştırmalar, örgütsel değişim ile çalışan-örgüt ilişkileri arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve çalışan iletişiminin değişimi yönetmenin önemli bir yönü olduğunu göstermiştir (Li, Sun, Tao, & & Lee, 2021). Bu nedenle, kurum içi halkla ilişkiler stratejilerinin değişim yönetimi planlarına dahil edilmesi, değişimin sorunsuz bir şekilde ve çalışanların desteğiyle uygulanmasını sağlamaya yardımcı olabilir.

Değişime karşı dirençle mücadelede iç halkla ilişkilerin rolünden çıkarılacak temel sonuçlar arasında proaktif iletişimin önemi ve değişimin önündeki potansiyel engellerin belirlenmesi yer almaktadır (Duncan, 2022). Değişim ihtiyacını ve bununla birlikte gelen faydaları anlatmak ve aynı zamanda çalışanların sahip olabileceği endişeleri veya soruları ele almak çok önemlidir. Ayrıca, değişimin önündeki potansiyel engellerin belirlenmesi ve bunların proaktif bir şekilde ele alınması, direncin ilk etapta ortaya çıkmasını önlemeye yardımcı olabilir (Hannum, 2021). Personel uzmanlarını farklı şekillerde düşünmeye teşvik etmek ve yeni performans standartlarını vurgulamak da değişim için daha olumlu bir ortam yaratmaya yardımcı olabilir.

Değişime karşı direnci yönetmek için en iyi uygulamalar arasında, direncin temel nedenlerini belirlemek ve bir kişinin neden direnç gösterdiğini anlamak yer alır. Ayrıca, şirketi çalışanlara olumlu bir şekilde sunmak, markaya bağlılık yaratmaya ve değişim için daha destekleyici bir ortam geliştirmeye yardımcı olabilir. Engelleri proaktif olarak belirlemek ve bunlara yanıt vermek de direncin ilk etapta ortaya çıkmasını önlemeye yardımcı olabilir (Hannum, 2021). Bu en iyi uygulamaları bir araya getirerek ve kurum içi halkla ilişkiler stratejilerini etkin bir şekilde kullanarak, kuruluşlar değişimi başarılı bir şekilde yönetebilir ve daha olumlu ve üretken bir işyeri kültürü yaratabilir.

Kaynakça

axerosolutions.com. (2023). *How to Communicate During Organizational Change.* https://axerosolutions.com/blog/how-to-communicate-during-organizational-change adresinden alındı

Bartan, K. O., & Taşkıran, H. B. (2018). Kurumsal Değişim Yönetimi Sürecinde Kurum İçi İletişimin Rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 6*(2), s. 1155-1184.

Batti, K. (2019). *7 Best Practices in Change Management Communication*. whatfix.com: https://whatfix.com/blog/best-practices-change-management-communication/ adresinden alındı

Bozkurt, H. H., & Arslan, H. (2014). *Halkla ilişkilerde yeni yaklaşımlar. .* Paradigma Akademi.

Bright, D. S., & Cortes A., H. (2019). *Principles of Management.* website: OpenStax. https://openstax.org/books/principles-management/pages/1-introduction adresinden alındı

Darmawan, A. H., & Azizah, S. (2020). Resistance to Change: Causes and Strategies as an Organizational Challenge. *Resistance to change: Causes and strategies as an organizational challenge. In 5th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2019)* (s. 49-53). Atlantis Press.

Duncan, C. (2022). *Importance Of Internal Publıc Relatıons And Why Your Company Needs Internal*. Haziran 2023 tarihinde www.alert-software.com: www.alert-software.com/blog/internal-public-relation adresinden alındı

Errida, A., & Lotfi, B. (2021). he determinants of organizational change management success: Literature review and case study. *International Journal of Engineering Business Management*. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/18479790211016273 adresinden alındı

Fair-Wright, C., & Juli, T. (2016). Overcoming stakeholder resistance through dialogue. *PMI® Global Congress 2016—EMEA, Barcelona, Spain.*

Hannum, L. (2021). *7 Strategies for Effectively Managing Organizational Change*. beehivepr.biz: https://beehivepr.biz/7-strategies-for-effectively-managing-organizational-change/ adresinden alındı

Kalani, L., & Hayase, T. (2009). *Internal communication in organizations and employee Internal communication in organizations and employee engagement engagement.* University of Nevada, Las Vegas. doi:http://dx.doi.org/10.34917/2583306

Lawrence, P. (2023). *How to Deal with Resistance to Change*. Ekim 2023 tarihinde Harvard Busines Review: https://hbr.org/1969/01/how-to-deal-with-resistance-to-change adresinden alındı

Lee, Y., & Li, J. Y. (2021). The role of communication transparency and organizational trust in publics' perceptions, attitudes and social distancing behaviour: A case study of the COVID-19 outbreak. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, *29*(4), s. 368-384.

Lee, Y., & Yue, C. A. (2020). Status of internal communication research in public relations: An analysis of published articles in nine scholarly journals from 1970 to 2019. *Public Relations Review*. doi:https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101906

Li, J. Y., Sun, R., Tao, W., & Lee, Y. (2021). Employee coping with organizational change in the face of a pandemic: The role of transparent internal communication. *Public relations review*, *47*(1). doi:10.1016/j.pubrev.2020.101984

linkedin.com. (2023). *How can PR professionals foster a culture of trust and transparency in times of change?* www.linkedin.com: https://www.linkedin.com/advice/1/how-can-pr-professionals-foster-culture-trust adresinden alındı

managementstudyguide.com. (2023). *Techniques for Overcoming Resistance to Change and Selection of Appropriate Technique*. managementstudyguide.com: https://www.managementstudyguide.com/overcoming-resistance-to-change-and-selection-of-appropriate-technique.htm adresinden alındı

Manole, L. (2022). *The role of PR in promoting organizational change*. Haziran 2023 tarihinde Agilty PR Solutions: https://www.agilitypr.com/pr-news/public-relations/the-role-of-pr-in-promoting-organizational-change/ adresinden alındı

Men, L. R. (2014). Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction. . *Management communication quarterly, 28*(2), s. 264-284. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0893318914524536 adresinden alındı

Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). Driving employee engagement: The expanded role of internal communications. *International Journal of Business Communication, 51*(2), s. 183-202.

Neill, M. S. (2018). Change Management Communication: Barriers, Strategies & Messaging. *The Public relations journal*. https://www.researchgate.net/publication/327057178_Change_Management_Communication_Barriers_Strategies_Messaging adresinden alındı

Peterson, M. (2023). *How to communicate change in the workplace in 8 steps*. www.limeade.com: https://www.limeade.com/resources/blog/8-ways-to-communicate-change-to-employees/ adresinden alındı

Prosci. (2023). *5 Tips for Managing Resistance to Change*. www.prosci.com: https://www.prosci.com/resources/articles/tips-for-managing-resistance-to-change adresinden alındı

Rehman, N., Mahmood, A., Ibtasam, M., Murtaza, S. A., Iqbal, N., & Molnár, E. (2021). The psychology of resistance to change: The antidotal effect of organizational justice, support and leader-member exchange. *Frontiers in psychology*.

Shulga, L. V. (2021). Change management communication: The role of meaningfulness, leadership brand authenticity, and gender. *Cornell Hospitality Quarterly,, 62*(4), s. 498-515. doi:10.1177/1938965520929022

Spring, K. (2021). *Overcoming resistance to change within your organization*. Haziran 2023 tarihinde www.betterup.com: https://www.betterup.com/blog/resistance-to-change adresinden alındı

Tanner, R. (2023). Organizational change: 8 reasons why people resist change. *Business Consulting Solutions LLC.* Ekim 2023 tarihinde https://managementisajourney.com/organizational-change-8-reasons-why-people-resist-change/ adresinden alındı

Weiner, B. J. (2009). A theory of organizational readiness for change. . *Implementation science*, s. 1-9.

Yeomans, L., & FitzPatrick, L. (2017). *Internal Communication.* Leeds Beckett. https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/3499/ adresinden alındı

Yıldırım, G. (2021). Halkla İlişkilerde Şeffaf İç İletişim ve Dönüşümcü Liderliğin Kurumsal Değişim ve Kurumsal Güven İnşasındaki Rolü. *Erciyes İletişim Dergisi, 8*(1), s. 63-85.

TÜRKİYE'DE BANKA KREDİLERİNİN SEKTÖREL DAĞILIMININ İNCELEMESİ (2013-2023)

Öğr. Gör. Halil İbrahim YAVUZ
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-2964-4873
Öğr. Gör Turgay YAVUZARSLAN
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, - 0000-0002-0481-1279

ÖZET

Banka kredileri işletmelerin en önemli finansal kaynakları arasında yer almaktadır. İşletmelerin yanı sıra bireylerin tüketim ve diğer ihtiyaçları için de banka kredilerinin önemi büyüktür. Bu çalışmada banka kredilerinin sektörel dağılımı üzerinde yoğunlaşılmaktadır. 2019 yılı sonunda başlayan ve tüm dünyayı derinden sarsan Covid-19 pandemisi öncesi ve sonrasında sektörler arasındaki kredi yoğunlukları üzerindeki değişimler, pandemi döneminde kredi kullanımında öne çıkan sektörler ve toparlanma döneminde kredi kullanımındaki değişimler incelenmektedir. Yine ilgili dönemde sorunlu kredilere ilişkin veriler üzerinden sorunlu kredi yoğunluğunun hangi sektörlerde artış gösterdiği incelenmektedir. Ayrıca ilgili dönemde bireysel kredi ve kredi kartlarına ilişkin veriler üzerinden bireysel kredi kullanımının yoğunlaştığı dönemler ve kullanılan kredi türlerine (konut, taşıt, ihtiyaç) yer verilmektedir. Kredilerdeki dalgalanmaların yoğun yaşandığı dönemlerde bu dalgalanmaların nedenleri ve sonuçları üzerinde durulmaya çalışılmaktadır. Çalışma sonucunda kredi kullanımının ekonomik ve sosyal buhran dönemlerinde nasıl gelişme gösterdiği ve hangi sektörlerde ve bireysel alanlarda daha fazla kredi ihtiyacının doğduğu ortaya çıkarılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Nakit krediler, Sorunlu krediler, Covid-19

REVIEW OF SECTORAL DISTRIBUTION OF BANK LOANS IN TÜRKİYE (2013-2023)

ABSTRACT

Bank loans are among the most important financial resources of businesses. In addition to businesses, bank loans are also important for the consumption and needs of individuals. This study focuses on the sectoral distribution of bank loans. Changes in loan densities across sectors before and after the Covid-19 pandemic that started at the end of 2019 and shook the entire

world deeply, sectors that stood out in loan utilization during the pandemic and changes in loan utilization during the recovery period are examined. It is also emphasized in which sectors the concentration of non-performing loans increased through data on non-performing loans in the related period. Moreover, data on retail loans and credit cards in the related period are analyzed to highlight the periods when retail loan utilization intensified and the types of loans utilized (housing, vehicle, general purpose). In periods of intense fluctuations in credit utilization, the causes and consequences of these fluctuations are tried to be emphasized. As a result of the study, it is revealed how credit utilization develops during periods of economic and social depression and in which sectors and individual areas more credit needs arise.

Keywords: Cash loans, Non-performing loans, Covid-19

1. GİRİŞ

Kredi, bankaların belirli bir vadede belirli bir faiz oranı üzerinden müşterilerine kullandırdığı belirli bir miktar nakit veya müşterisi lehine sunduğu her türden garanti olarak tanımlanabilir. Krediler çok çeşitli açıdan sınıflandırılmakla birlikte özünde nakit ve gayri nakit krediler olarak sınıflandırılmaktadır. Vade açısından yapılan sınıflandırmada ise kısa orta ve uzun vadeli krediler şeklinde bir ayrım söz konusudur. Kredilerin kullanan müşteri açısından, kullanım amacı açısından, yerli veya yabancı para birimleri üzerinden kullanılması açısından da sınıflandırabilmek mümkündür. Kısaca her ne amaçla veya kim tarafından kullanıldığına bakılmaksızın, müşteriye nakit para, çek karnesi, teminat mektubu verilmesi veya müşteri lehine kefil olunmasına bakılmaksızın bankaların herhangi bir şekilde müşterisi adına riski üstlenmesi kredi olarak nitelendirilir. Nitekim 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda da bankaların hangi işlemlerinin kredi olarak sayılacağına açık bir şekilde yer verilmiştir. En basit örnekle bankanın elindeki g.menkulü müşterisine vadeli olarak satması bile kredi olarak adlandırılmaktadır.

Bankacılık dışında finansal sektörün çok fazla gelişmediği veya finansal sektör içerisinde bankacılık sektörünün ağırlığının çok fazla olduğu ülkelerde, işletmelerin veya bireylerin en önemli finansman kaynaklarını krediler oluşturmaktadır. Ülkemizde de durum çok farklı değildir. Bu nedenle özellikle vadeli iş yapan şirketler ve ihtiyaçlarını bekletmeden almak isteyen bireyler açısından krediler son derece önemlidir.

Ülkemizde son birkaç yıldır krediye erişmek ve uygun faizli kredi bulma konusunda bazı sıkıntılar yaşanıyor olsa da belli şartlar dahilinde kredilendirme işlemleri devam etmektedir.

Özellikle enflasyon ve cari açığın yüksek olduğu son dönemde tüketici kredilerinde ve ithalatı özendirecek kredi işlemlerinde kısıtlamalara gidilmektedir. Zaten enflasyonla mücadele kapsamında politika faiz oranının artırılması sonucu kredi faizleri de yükseldiği için zorunlu ihtiyaç duyulmadığı takdirde kredi kullanımının herhangi bir cazibesi kalmamıştır.

Özellikle kredi kullanımına yüksek bağımlılığı olan işletmelerde ise faiz oranlarının yükselmesi ve krediye ulaşmada yaşanan zorluklar büyük sorunlar doğurmaktadır. Faiz oranlarının yükselmesi ile maliyetlerinde ciddi bir artış yaşanmakta ve bu artış eğer ürettikleri malların fiyatlarına yansıtılabilirse firma ayakta kalabilmektedir. Bunun dışında krediye erişimde yaşanan sorunlar ise firmaları yasadışı kredi oluşumlarına yöneltmekte ve piyasa faizlerinin çok üstünde borçlanmalarına sebep olmaktadır.

Bu çalışmada ülkemiz ekonomisinde en çok kredi kullanan sektörler ve kullandıkları krediler pandemi döneminden önce ve sonra olarak karşılaştırmalı incelenecektir. İncelenen dönemlerde sektörlerin hangi kredileri kullandıkları, sorunlu kredilerde yaşanan değişimler gibi kıstaslar ölçüsünde konu ele alınmaktadır.

2. TÜRKİYE'DE SEKTÖRLERİN GSYH İÇERİSİNDEKİ YERİ

Türkiye'de birçok sektör tarafından kredi kullanımı söz konusudur. Öncelikle sektörlerin Türkiye GSYH'si içerisindeki yerine bakmak kullanabilecekleri kredi büyüklüğü hakkında bir fikir edinmek açısından yerinde olacaktır. Bu bakımdan 2013 yılından bu zamana ana sektörlerin GSYH içindeki payı Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1. GSYH İçerisinde Sektörlerin Payı (%)

Yıllar	Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmetler
2013	6,7	19,7	8,0	53,3
2014	6,6	20,2	8,1	53,9
2015	6,9	19,7	8,1	53,4
2016	6,1	19,6	8,5	53,9
2017	6,0	20,7	8,5	53,7
2018	5,8	22,3	7,1	54,3
2019	6,4	22,0	5,4	56,2
2020	6,7	22,7	5,2	54,1
2021	5,5	26,0	5,1	52,5
2022	6,5	26,5	4,9	51,7

Kaynak: TÜİK Yıllık Ulusal Hesap İstatistikleri, https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=88&locale=tr

Çizelge 1'e göre incelenen dönem içerisinde toplam GSYH içerisinde en büyük paya sahip sektör hizmetler sektörüdür. Hizmetler sektörünü sanayi sektörü takip etmektedir. İki sektörün toplam hacmi Türkiye'nin toplam GSYH'sinin yaklaşık %80'ini teşkil etmektedir. Başlangıçta %8 düzeyinde bir paya sahip olan inşaat sektörü son yıllarda gerileyerek %5'in altına inmiştir.

3. TÜRKİYE'DE BANKA KREDİLERİNİN GELİŞİMİ

Türkiye'de incelenen döneme ilişkin çeşitli kredilere ait rakamlar Çizelge 2'de yer almaktadır.

Çizelge 2. Bankacılık Sektörü Çeşitli Kredi Büyüklükleri (Milyon TL)

Yıllar	Krediler	İskonto Kredileri	İhracat Kredileri	İthalat Kredileri	İşletme Kredileri	İhtisas Kredileri	Tüketici Kredileri	Takipteki Krediler
2013-1	921.178,35	14.661,45	46.169,33	2.544,71	252.828,98	42.650,46	223.553,16	26.139,80
2013-2	1.047.410,23	19.794,81	51.040,85	2.769,88	284.475,58	47.557,88	248.138,45	29.621,55
2014-1	1.123.476,25	27.397,88	50.686,38	2.886,87	318.358,10	52.217,75	260.853,95	32.218,81
2014-2	1.240.708,27	28.498,88	59.074,89	2.880,76	361.020,44	57.969,24	281.933,57	36.425,71
2015-1	1.398.273,93	34.368,89	69.032,54	2.999,29	417.976,23	67.757,18	299.905,76	41.564,35
2015-2	1.484.960,21	34.403,13	70.644,84	2.632,28	449.872,39	75.387,54	306.165,46	47.540,86
2016-1	1.570.423,46	39.285,77	71.297,09	2.896,62	493.483,66	86.746,50	317.331,81	53.645,83
2016-2	1.734.342,37	45.781,55	84.437,83	2.956,82	544.276,69	94.651,74	337.594,43	58.163,50
2017-1	1.919.182,28	47.204,08	94.612,13	3.432,01	611.111,39	105.737,74	367.587,22	61.344,37
2017-2	2.098.246,43	56.867,27	101.922,04	4.058,63	672.298,86	117.248,82	397.340,62	63.989,96
2018-1	2.353.122,50	65.047,07	129.919,55	5.207,21	755.938,33	136.578,71	419.317,85	73.603,53
2018-2	2.394.425,39	89.271,41	137.372,18	4.436,08	748.159,03	143.308,41	399.441,19	96.655,90
2019-1	2.539.781,80	99.261,16	145.874,43	4.972,49	587.604,64	156.528,26	402.157,68	116.226,94
2019-2	2.655.946,09	102.263,62	154.008,30	4.578,30	495.701,70	155.327,63	466.564,97	150.762,65
2020-1	3.257.805,42	125.673,46	196.432,50	5.927,24	626.722,82	188.106,75	583.941,50	150.906,13
2020-2	3.576.374,64	132.647,25	198.892,29	6.900,03	675.361,91	199.000,04	675.994,35	152.559,68
2021-1	3.917.058,43	162.102,54	234.090,12	9.977,13	748.199,70	222.499,43	707.190,34	149.356,92
2021-2	4.900.878,43	198.954,11	313.868,94	16.603,42	988.814,55	247.793,54	776.774,11	160.103,52
2022-1	6.278.647,03	215.252,10	544.901,28	26.958,64	1.262.057,74	301.429,31	913.800,03	160.957,66
2022-2	7.580.668,13	199.177,39	732.507,48	31.320,44	1.436.955,30	432.210,98	1.084.569,50	163.409,98
2023-1	10.009.615,13	227.702,02	1.020.115,86	38.791,23	1.731.459,93	672.611,74	1.385.798,66	168.306,39

Kaynak: BDDK Aylık E Bülten, https://www.bddk.org.tr/BultenAylik/tr/Home/Gelismis

Bankacılık sektörüne ilişkin bazı kredi büyüklükleri Çizelge 2'de yer almaktadır. Toplam krediler 2013 yılında 1 trilyonun altındayken, 10 yıl sonra 10 trilyon TL'yi aşmış vaziyettedir. Tabloda en dikkat çeken kredi türü ihracat kredileridir. 2013 yılı ilk altı aylık döneminde 46,1 milyar TL olan ihracat kredisi hacmi 2023 yılı ilk altı aylık dönemde 1,02 trilyon TL'ye ulaşmıştır. Yani başlangıca göre 20 katın üzerinde büyüme kaydetmiştir. Toplam krediler içerisinde en büyük pay ise işletme kredilerine aittir. Toplam kredilerin 1,7 trilyon TL'lik kısmı işletme kredilerine aittir. Rakamlar enflasyon barındırdığı için ilgili kredilerin toplam krediler içerisindeki % payının gelişimine bakmak daha yerinde olacaktır. Çizelge 3'te ilgili kredi kalemlerinin toplam krediler içerisindeki payı verilmiştir.

Çizelge 3. Bankacılık Sektörü Çeşitli Kredi Büyüklüklerinin Toplam Krediler İçerisindeki Payı

Yıllar	İskonto Kredileri	İhracat Kredileri	İthalat Kredileri	İşletme Kredileri	İhtisas Kredileri	Tüketici Kredileri	Takipteki Krediler
2013-1	1,59%	5,01%	0,28%	27,45%	4,63%	24,27%	2,84%
2013-2	1,89%	4,87%	0,26%	27,16%	4,54%	23,69%	2,83%
2014-1	2,44%	4,51%	0,26%	28,34%	4,65%	23,22%	2,87%
2014-2	2,30%	4,76%	0,23%	29,10%	4,67%	22,72%	2,94%
2015-1	2,46%	4,94%	0,21%	29,89%	4,85%	21,45%	2,97%
2015-2	2,32%	4,76%	0,18%	30,30%	5,08%	20,62%	3,20%
2016-1	2,50%	4,54%	0,18%	31,42%	5,52%	20,21%	3,42%
2016-2	2,64%	4,87%	0,17%	31,38%	5,46%	19,47%	3,35%
2017-1	2,46%	4,93%	0,18%	31,84%	5,51%	19,15%	3,20%
2017-2	2,71%	4,86%	0,19%	32,04%	5,59%	18,94%	3,05%
2018-1	2,76%	5,52%	0,22%	32,12%	5,80%	17,82%	3,13%
2018-2	3,73%	5,74%	0,19%	31,25%	5,99%	16,68%	4,04%
2019-1	3,91%	5,74%	0,20%	23,14%	6,16%	15,83%	4,58%
2019-2	3,85%	5,80%	0,17%	18,66%	5,85%	17,57%	5,68%
2020-1	3,86%	6,03%	0,18%	19,24%	5,77%	17,92%	4,63%
2020-2	3,71%	5,56%	0,19%	18,88%	5,56%	18,90%	4,27%
2021-1	4,14%	5,98%	0,25%	19,10%	5,68%	18,05%	3,81%
2021-2	4,06%	6,40%	0,34%	20,18%	5,06%	15,85%	3,27%
2022-1	3,43%	8,68%	0,43%	20,10%	4,80%	14,55%	2,56%
2022-2	2,63%	9,66%	0,41%	18,96%	5,70%	14,31%	2,16%
2023-1	2,27%	10,19%	0,39%	17,30%	6,72%	13,84%	1,68%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Toplam kredilerin içerisinde en büyük pay işletme kredilerine aittir. 2019 yılına kadar artış gösteren işletme kredilerinin 2019 yılıyla birlikte düşüşe geçtiği görülmektedir. Ancak Çizelgeda yer almayan (çünkü sadece 2019 yılından sonraki veriler mevcut olduğu için) taksitli ticari krediler verisi işletme kredilerine eklendiğinde işletme kredilerinin payının artmaya devam ettiği görülmüştür. Daha önce de ifade edildiği üzere, Çizelge 3'teki veriler incelendiğinde ihracat kredilerinin payının %5,01'den %10,19'a yükseldiği görülmektedir. 2019 ve 2020 yılları ise takipteki kredilerin seviyesinin en yüksek olduğu dönem olarak kayıtlara geçmiştir. Çizelgeda dikkat çeken bir başka kredi türü ise tüketici kredileri kalemi olmuştur. Tüketici kredilerinin payı 2013 yılında %24,27 iken 2023 yılında %13,84'e gerilemiştir. Bu durumun en büyük nedeni bireysel nitelikli konut, taşıt ve ihtiyaç kredilerinde enflasyondan kaynaklı kredi kısıtlamalarıdır. Covid-19 pandemisinin en yoğun yaşandığı dönem olan 2020 yılının ikinci döneminde tüketici kredilerinde konut kredisi teşvikleri ile bir miktar artış yaşanmıştır. Ancak 2021 yılı 2. dönemi ile birlikte bireysel kredilerdeki ivme tersine dönmüş ve sürekli olarak payı azalmıştır.

4. TÜRKİYE'DE BANKA KREDİLERİN SEKTÖREL GELİŞİMİ

BDDK verileri incelendiğinde sektörel kredilere ilişkin verilerin çok geniş bir alana yayıldığı görülmektedir. Veriler derlenirken önce sektörel kredilere ilişkin tüm veriler indirilmiş sonra bu veriler özet hale getirilerek daha kolay yorumlanması sağlanmıştır. Öncelikle ana sektör kalemlerine ilişkin nakdi krediler ele alınmaktadır. Bu açıdan Çizelge 4'te ana sektörlerin nakdi kredi kullanımları ve toplam içerisindeki payları yer almaktadır.

Çizelge 4. Sektörel Kredi Hacmi ve % Payı

	Kredi Hacmi (Bin TL)				% Payı			
Yıllar	Tarım, Avcılık ve Ormancılık	Sanayi	İnşaat	Hizmetler	Tarım, Avcılık ve Ormancılık	Sanayi	İnşaat	Hizmetler
2013-1	34.800.335	234.914.127	60.976.745	265.633.481	3,59%	24,20%	6,28%	27,36%
2013-2	36.871.368	274.274.886	72.468.617	305.052.439	3,35%	24,91%	6,58%	27,70%
2014-1	40.051.153	295.695.230	82.254.428	322.454.857	3,47%	25,59%	7,12%	27,90%
2014-2	46.205.881	328.282.928	89.082.939	367.725.552	3,62%	25,71%	6,98%	28,79%
2015-1	53.790.035	384.884.971	105.257.965	415.603.856	3,74%	26,74%	7,31%	28,88%
2015-2	61.718.333	389.960.595	116.255.340	468.222.415	4,03%	25,46%	7,59%	30,57%
2016-1	70.838.559	414.977.999	128.978.903	505.064.361	4,36%	25,57%	7,95%	31,12%
2016-2	73.445.174	459.908.714	146.174.032	580.951.671	4,10%	25,67%	8,16%	32,43%
2017-1	82.555.064	504.960.240	168.264.526	657.086.933	4,17%	25,51%	8,50%	33,19%
2017-2	87.430.183	552.876.971	187.706.542	722.041.733	4,05%	25,58%	8,69%	33,41%
2018-1	98.381.176	638.866.279	210.178.239	813.684.054	4,06%	26,34%	8,67%	33,55%
2018-2	102.133.541	701.091.315	232.627.533	794.576.534	4,10%	28,16%	9,34%	31,92%
2019-1	108.617.098	773.801.757	240.249.241	854.418.186	4,09%	29,15%	9,05%	32,19%
2019-2	109.205.589	797.230.741	245.578.572	898.861.139	3,89%	28,42%	8,75%	32,04%
2020-1	122.173.372	1.002.424.937	284.030.211	1.110.497.997	3,59%	29,42%	8,34%	32,60%
2020-2	130.381.043	1.059.187.699	302.156.696	1.214.446.638	3,50%	28,42%	8,11%	32,58%
2021-1	149.016.101	1.167.533.842	344.664.782	1.302.510.206	3,67%	28,73%	8,48%	32,05%
2021-2	167.720.481	1.527.371.522	436.047.403	1.667.198.905	3,32%	30,20%	8,62%	32,96%
2022-1	224.785.525	2.002.118.597	520.303.440	2.129.112.575	3,49%	31,11%	8,08%	33,08%
2022-2	328.967.924	2.318.214.765	574.213.256	2.499.953.707	4,25%	29,95%	7,42%	32,30%
2023-1	463.748.529	2.934.682.202	725.435.746	3.184.105.316	4,56%	28,85%	7,13%	31,30%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Toplam krediler içerisinde ana sektörlerin payı incelendiğinde toplam GSYH dağılımına paralel bir dağılım gözlenmektedir. Ancak hizmetler sektörünün toplam GSYH içindeki payı %50'nin üstünde iken kredi kullanımındaki payı daha düşüktür. Bu durumu şu şekilde değerlendirmek daha doğru olacaktır: Hizmetler sektörü altındaki birçok sektörde peşin satışlar veya çok kısa vadeli satışlar daha yoğun olduğu için kredi ihtiyacı da doğal olarak daha düşük olmaktadır. Bu durumun sonucu olarak GSYH'den aldığı pay daha yüksek olmasına karşın daha düşük miktarlarda kredi talep etmektedir. İncelenen dönemde yaşanan pandemi sürecinde bütün sektörler kredi talebini artırdığı için paylarında gözle görülür bir değişiklik yaşanmasa da kullanılan kredi hacminde 2019 yılına göre artış olmuştur. Çizelgedeki bir başka dikkat çekici nokta ise tarım sektöründe kredi talebi son 2 dönemde artışa geçmiştir. Özellikle tarımsal

girdilerde döviz kuru kaynaklı fiyat artışları, akaryakıt zamları gibi faktörlerin kredi talebini artırdığı düşünülmektedir.

Sanayi sektörü özelinde değerlendirilecek olursa en önemli alt faaliyet dalı olarak imalat sanayi sektörü dikkat çekmektedir. Toplam sanayi kredilerinin yaklaşık %75'lik kısmı imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler tarafından kullanılmaktadır.

Çizelge 5. Sanayi Kredilerinin Kendi İçerisinde Dağılımı

Yıllar	Kredi Hacmi (Bin TL)			% Payı		
	Madencilik ve Taşocakçılığı	İmalat Sanayi	Elektrik, Gaz ve Su Kaynakları Ürt. Dağt. San.	Madencilik ve Taşocakçılığı	İmalat Sanayi	Elektrik, Gaz ve Su Kaynakları Ürt. Dağt. San.
2013-1	11.448.336	182.746.109	40.719.682	4,87%	77,79%	17,33%
2013-2	13.279.849	210.970.895	50.024.142	4,84%	76,92%	18,24%
2014-1	13.496.370	227.864.714	54.334.146	4,56%	77,06%	18,38%
2014-2	15.415.040	250.486.438	62.381.450	4,70%	76,30%	19%
2015-1	17.984.344	289.346.949	77.553.678	4,67%	75,18%	20,15%
2015-2	21.715.994	280.609.479	87.635.122	5,57%	71,96%	22,47%
2016-1	19.090.568	297.090.487	98.796.944	4,60%	71,59%	23,81%
2016-2	22.748.998	315.556.753	121.602.963	4,95%	68,61%	26,44%
2017-1	24.213.491	356.098.892	124.647.857	4,80%	70,52%	24,68%
2017-2	24.935.141	387.585.785	140.356.045	4,51%	70,10%	25,39%
2018-1	27.353.847	447.146.870	164.365.562	4,28%	69,99%	25,73%
2018-2	29.909.201	481.363.630	189.818.484	4,27%	68,66%	27,07%
2019-1	32.689.499	533.812.354	207.299.904	4,22%	68,99%	26,79%
2019-2	33.421.307	556.465.572	207.343.862	4,19%	69,80%	26,01%
2020-1	41.743.502	726.278.110	234.403.325	4,16%	72,45%	23,38%
2020-2	46.103.602	755.446.007	257.638.090	4,35%	71,32%	24,32%
2021-1	52.609.233	826.358.304	288.566.305	4,51%	70,78%	24,72%
2021-2	72.193.939	1.060.061.012	395.116.571	4,73%	69,40%	25,87%
2022-1	83.422.164	1.450.905.327	467.791.106	4,17%	72,47%	23,36%
2022-2	97.673.825	1.702.196.507	518.344.433	4,21%	73,43%	22,36%
2023-1	118.454.337	2.237.492.818	578.735.047	4,04%	76,24%	19,72%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sanayi sektörünün alt dalları incelendiğinde imalat sanayi kredilerinin büyük bir yekûn tuttuğu görülmektedir. Covid 19 öncesinde imalat sanayi kredilerinde ılımlı bir artış -hatta 2015 yılı 2. yarısında azalış- görülürken, 2020 yılı birinci döneminde %30'un üstünde bir artış kaydetmiştir. Aynı artışın bir benzeri de 2022 ve 2023 yıllarında yaşanmıştır. Bu dönemlerde yaşanan artışın ana nedeni ülkemizde seyreden yüksek enflasyondur.

Hizmetler sektörünün alt dalları incelendiğinde ise en büyük kredi payına sahip sektörün toptan ve perakende satış ve motorlu araç hizmetleri sektöründe olduğunu görüyoruz. Hizmetler sektörünün kendi içerisindeki dağılımı Çizelge 6'da yer almaktadır.

Çizelge 6. Hizmet Sektörü Kredilerinin Kendi İçerisinde Dağılımı (Bin TL)

Yıllar	Toptan ve Perakende Ticaret, Motorlu Araçlar Servis Hizm. İle Kişisel ve Hane Halkı Ürünleri	Otel ve Restoranlar (Turizm)	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme	Finansal Aracılık	Emlak Komisyonculuğu, Kiralama ve İşletmecilik Faal.	Bilgisayar ve İlgili Faaliyetler	Savunma ve Kamu Yönetimi ve Zorunlu Sosyal Güvenlik Kurumları	Hizmetler Sektörü Toplam Nakdi Krediler
2013-1	114.928.489	21.832.484	41.511.443	42.664.101	25.254.277	1.372.243	18.070.444	265.633.481
2013-2	128.066.804	26.141.058	46.499.229	50.252.315	30.701.229	1.365.496	22.026.308	305.052.439
2014-1	147.768.213	29.675.209	50.995.808	26.188.091	39.629.246	1.733.898	26.464.392	322.454.857
2014-2	168.343.207	34.000.178	56.227.612	31.656.419	49.667.867	1.647.584	26.182.685	367.725.552
2015-1	184.398.414	39.498.556	64.738.356	35.176.138	61.140.408	2.011.984	28.640.000	415.603.856
2015-2	219.628.758	42.289.262	71.066.355	36.997.092	67.962.325	2.287.992	27.990.631	468.222.415
2016-1	235.977.279	47.356.146	76.843.475	41.497.762	71.220.258	2.381.245	29.788.196	505.064.361
2016-2	251.575.873	56.996.831	97.795.027	49.396.707	86.431.978	3.083.340	35.671.915	580.951.671
2017-1	299.775.666	60.779.844	104.453.531	50.145.659	103.287.917	3.590.937	35.053.379	657.086.933
2017-2	330.778.674	65.098.199	106.262.788	58.340.929	115.482.893	3.481.862	42.596.388	722.041.733
2018-1	358.446.930	76.753.464	130.856.691	62.042.704	134.857.848	3.597.559	47.128.858	813.684.054
2018-2	306.508.041	82.887.581	139.485.773	58.241.689	149.992.846	3.547.262	53.913.342	794.576.534
2019-1	328.247.910	90.262.890	152.610.882	59.733.671	165.862.207	3.985.135	53.715.491	854.418.186
2019-2	350.631.094	96.552.756	157.268.265	62.846.026	169.269.707	4.903.635	57.389.656	898.861.139
2020-1	441.570.134	122.819.982	206.184.008	79.513.426	192.973.292	7.376.563	60.060.592	1.110.497.997
2020-2	460.102.791	136.408.395	226.355.075	88.781.160	219.286.200	19.085.055	64.427.962	1.214.446.638
2021-1	499.262.312	150.227.547	243.716.219	102.104.050	220.660.339	21.183.790	65.355.949	1.302.510.206
2021-2	615.909.429	196.763.292	322.652.927	121.265.075	302.505.129	30.035.385	78.067.668	1.667.198.905
2022-1	823.805.423	222.868.830	404.027.522	154.389.192	394.600.216	39.047.939	90.373.453	2.129.112.575
2022-2	999.337.604	242.096.917	443.435.156	209.487.976	447.682.633	40.138.141	117.775.280	2.499.953.707
2023-1	1.240.771.232	315.370.380	582.768.496	272.787.569	565.360.667	54.673.501	152.373.471	3.184.105.316

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hizmetler sektörü kredi hacminin yer aldığı Çizelge 6'ya göre başlangıçtaki rakamlar baz alındığında en büyük artışın bilgisayar ve ilgili faaliyetler sektöründe olduğu görülmektedir. Daha sonra ise emlak komisyonculuğu ve kiralama faaliyetleri sektöründe büyük bir artış yaşanmıştır. Bu artışların daha net gözlenebilmesi için Çizelge7'de % paylar yer almaktadır.

Çizelge 7. Hizmet Sektörü Kredilerinin Kendi İçerisinde Dağılımı (% Payı)

Yıllar	Toptan ve Perakende Ticaret, Motorlu Araçlar Servis Hizm. İle Kişisel ve Hane Halkı Ürünleri	Otel ve Restoranlar (Turizm)	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme	Finansal Aracılık	Emlak Komisyonculuğu, Kiralama ve İşletmecilik Faal.	Bilgisayar ve İlgili Faaliyetler	Savunma ve Kamu Yönetimi ve Zorunlu Sosyal Güvenlik Kurumları
2013-1	43,27%	8,22%	15,63%	16,06%	9,51%	0,52%	6,80%
2013-2	41,98%	8,57%	15,24%	16,47%	10,06%	0,45%	7,22%
2014-1	45,83%	9,20%	15,81%	8,12%	12,29%	0,54%	8,21%
2014-2	45,78%	9,25%	15,29%	8,61%	13,51%	0,45%	7,12%
2015-1	44,37%	9,50%	15,58%	8,46%	14,71%	0,48%	6,89%
2015-2	46,91%	9,03%	15,18%	7,90%	14,51%	0,49%	5,98%
2016-1	46,72%	9,38%	15,21%	8,22%	14,10%	0,47%	5,90%
2016-2	43,30%	9,81%	16,83%	8,50%	14,88%	0,53%	6,14%

2017-1	45,62%	9,25%	15,90%	7,63%	15,72%	0,55%	5,33%
2017-2	45,81%	9,02%	14,72%	8,08%	15,99%	0,48%	5,90%
2018-1	44,05%	9,43%	16,08%	7,62%	16,57%	0,44%	5,79%
2018-2	38,58%	10,43%	17,55%	7,33%	18,88%	0,45%	6,79%
2019-1	38,42%	10,56%	17,86%	6,99%	19,41%	0,47%	6,29%
2019-2	39,01%	10,74%	17,50%	6,99%	18,83%	0,55%	6,38%
2020-1	39,76%	11,06%	18,57%	7,16%	17,38%	0,66%	5,41%
2020-2	37,89%	11,23%	18,64%	7,31%	18,06%	1,57%	5,31%
2021-1	38,33%	11,53%	18,71%	7,84%	16,94%	1,63%	5,02%
2021-2	36,94%	11,80%	19,35%	7,27%	18,14%	1,80%	4,68%
2022-1	38,69%	10,47%	18,98%	7,25%	18,53%	1,83%	4,24%
2022-2	39,97%	9,68%	17,74%	8,38%	17,91%	1,61%	4,71%
2023-1	38,97%	9,90%	18,30%	8,57%	17,76%	1,72%	4,79%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hizmetler sektörü içerisinde en büyük paya sahip olan toptan ve perakende ticaret sektörünün kredi payı 2018 yılına kadar % 45 civarında iken 2018 2. döneminden itibaren azalışa geçmiştir. Covid 19 döneminde diğer hizmet sektörü alt dallarının birçoğunun kredi payında artış gözlemlenirken toptan ve perakende ticaret, emlak komisyonculuğu ve kiralama hizmetleri ile savunma ve kamu yönetimi sektörlerinde azalış olmuştur. Bilgisayar faaliyetleri sektörü başlangıçta toplam hizmet sektörü kredilerinin sadece %0,52'lik kısmını kullanırken, 2023 yılında pastadaki payı %1,72'ye yükselmiştir. Benzer şekilde emlak komisyonculuğu ve kiralama işletmeciliği faaliyetlerinin payı da %9,51'den %17,76'ya yükselmiştir.

Takipteki krediler açısından değerlendirecek olursak toplam takipteki krediler içerisinde en fazla takipteki krediye sahip sektör hizmetler sektörüdür. Çizelge 8'de ana sektörlerin toplam takipteki kredilerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Çizelge 8. Takipteki Kredilerin Dağılımı ve (% Payı)

	Kredi Hacmi (Bin TL)				% Payı			
Yıllar	Tarım, Avcılık ve Ormancılık	Sanayi	İnşaat	Hizmetler	Tarım, Avcılık ve Ormancılık	Sanayi	İnşaat	Hizmetler
2013-1	1.227.402	6.009.440	2.818.225	5.215.196	4,70%	22,99%	10,78%	19,95%
2013-2	1.284.924	5.999.555	3.047.835	5.761.163	4,34%	20,25%	10,29%	19,45%
2014-1	1.332.129	6.260.989	2.977.704	7.252.255	4,14%	19,48%	9,26%	22,56%
2014-2	1.324.300	8.278.726	3.670.823	7.219.039	3,64%	22,77%	10,10%	19,86%
2015-1	1.273.275	8.835.530	3.927.200	8.347.549	3,07%	21,30%	9,47%	20,13%
2015-2	1.407.543	10.094.692	4.310.770	10.507.867	2,96%	21,26%	9,08%	22,13%
2016-1	1.715.654	11.644.454	5.153.383	12.340.608	3,20%	21,73%	9,62%	23,03%
2016-2	2.008.221	12.467.247	5.421.751	14.992.394	3,46%	21,46%	9,33%	25,81%
2017-1	2.181.028	13.714.515	5.848.160	16.975.261	3,56%	22,39%	9,55%	27,72%
2017-2	2.462.290	14.485.395	6.492.619	18.582.111	3,85%	22,67%	10,16%	29,08%
2018-1	2.821.048	16.345.398	5.985.218	20.904.082	3,84%	22,24%	8,14%	28,44%
2018-2	3.823.038	26.923.473	12.437.680	29.877.558	3,96%	27,88%	12,88%	30,94%
2019-1	4.369.048	32.747.264	15.502.173	36.916.230	3,76%	28,20%	13,35%	31,79%
2019-2	5.265.680	44.206.473	24.102.112	48.111.342	3,50%	29,34%	16,00%	31,93%
2020-1	5.412.527	45.050.257	24.730.439	48.810.743	3,59%	29,87%	16,40%	32,37%
2020-2	5.014.032	42.895.963	28.415.076	48.386.358	3,29%	28,13%	18,64%	31,73%
2021-1	4.770.396	40.721.925	28.733.677	46.398.635	3,20%	27,28%	19,25%	31,08%
2021-2	4.219.213	43.786.852	30.102.786	48.733.689	2,64%	27,36%	18,81%	30,45%

2022-1	3.593.497	42.595.922	29.559.846	46.960.543	2,23%	26,48%	18,37%	29,19%
2022-2	2.619.476	46.663.099	26.433.322	46.593.667	1,60%	28,57%	16,18%	28,53%
2023-1	2.278.271	46.630.309	24.307.657	49.844.383	1,35%	27,72%	14,45%	29,63%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 8 incelendiğinde özellikle 2018 yılı 2. döneminden itibaren takipteki kredilerin hızlı bir artış yaşadığı ve bu artışın 2019 yılında da devam ettiği görülmektedir. Covid 19 döneminde takipteki kredilerde büyük bir artış yaşanmamıştır. Çünkü bu dönemde kredilerin takibe atılması yerine vade uzatımı ve yeniden yapılandırmalar ile bu kredilerin canlı kalması sağlanmıştır. İncelenen dönem içerisinde hizmetler sektörünün toplam takipteki krediler içerisindeki payı yaklaşık %20'den %30'a yükselmiştir. Hizmetler sektöründen sonra takipteki krediler içerisinde en büyük pay sanayi sektörüne aittir. Bu iki sektörün Covid 19 döneminde en yüksek takipteki kredi payına ulaştığı söylenebilir. Tarım sektörünün takipteki kredi payı başlangıca göre azalmış ve 2023 yılında %1,35'e gerilemiştir. Oysaki toplam krediler içerisinde yaklaşık %4,5'luk bir paya sahip olmasına rağmen sektörün takipteki kredi payının düşük olması tarımsal kredilerin iyi yönetildiğini göstermektedir.

Çizelge 9'da ise sektörlerin nakit kredileri içerisinde takibe düşen kredilerin payı yer almaktadır. Toplam takipteki krediler içerisindeki payının yanı sıra sektörün kendi kredileri içerisindeki payının düşük olması da önemlidir.

Çizelge 9. Sektörlerin Nakit Kredilerinin Takibe Dönme Oranı (%)

Yıllar	Tarım, Avcılık ve Ormancılık	Sanayi	İnşaat	Hizmetler
2013-1	3,53%	2,56%	4,62%	1,96%
2013-2	3,48%	2,19%	4,21%	1,89%
2014-1	3,33%	2,12%	3,62%	2,25%
2014-2	2,87%	2,52%	4,12%	1,96%
2015-1	2,37%	2,30%	3,73%	2,01%
2015-2	2,28%	2,59%	3,71%	2,24%
2016-1	2,42%	2,81%	4,00%	2,44%
2016-2	2,73%	2,71%	3,71%	2,58%
2017-1	2,64%	2,72%	3,48%	2,58%
2017-2	2,82%	2,62%	3,46%	2,57%
2018-1	2,87%	2,56%	2,85%	2,57%
2018-2	3,74%	3,84%	5,35%	3,76%
2019-1	4,02%	4,23%	6,45%	4,32%
2019-2	4,82%	5,55%	9,81%	5,35%
2020-1	4,43%	4,49%	8,71%	4,40%
2020-2	3,85%	4,05%	9,40%	3,98%
2021-1	3,20%	3,49%	8,34%	3,56%
2021-2	2,52%	2,87%	6,90%	2,92%
2022-1	1,60%	2,13%	5,68%	2,21%
2022-2	0,80%	2,01%	4,60%	1,86%
2023-1	0,49%	1,59%	3,35%	1,57%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 9'da yer alan veriler incelendiğinde tarım sektöründe takibe düşen kredi oranının %0,5'in altında olduğu görülmektedir. Sanayi ve hizmetler sektörlerinde birbirine yakın olup, takibe dönüşme oranı yaklaşık %1,6 seviyesindedir. İnşaat sektöründe ise takipteki kredilerin oranı diğer sektörlere göre en yüksek düzeydedir. Özellikle 2019 ve 2020 yıllarında %9'un üzerine çıktığı görülmüştür.

6. TÜRKİYE'DE BİREYSEL KREDİLERİN DAĞILIMI

BDDK düzenlemelerine göre bireysel nitelikli krediler konut, taşıt ve ihtiyaç kredileri ile bireysel kredi kartlarından oluşmaktadır (Buğday vd., 2020: 1131). Türkiye'de özellikle bireysel kredilerin toplam krediler içerisindeki artış oranını finansal istikrar üzerinde etkili olmakta ve bu doğrultuda merkez bankasının bireysel krediler üzerindeki ihtiyati tedbirleri de daha yoğun olmaktadır (Kara ve Özdemir, 2016:30).

İncelenen dönem içerisinde Türkiye'de kullandırılan bireysel kredilere ilişkin bilgiler Çizelge 10'da yer almaktadır.

Çizelge 10. Türkiye'de Bireysel Krediler

Yıllar	Bireysel Krediler Toplam	Konut Kredileri	Taşıt Kredileri	İhtiyaç Kredileri	Bireysel Kredi Kartları	Takipteki Bireysel Krediler Toplamı	Takipteki Konut Kredileri	Takipteki Taşıt Kredileri	Takipteki İhtiyaç Kredileri	Takipteki Bireysel Kredi Kartları
2013-1	222.798	99.607	8.109	78.826	78.977	4.478,71	677,67	253,27	2.152,61	4.048,99
2013-2	247.516	109.680	8.531	86.444	83.806	5.075,65	664,97	257,10	2.487,59	4.752,27
2014-1	260.347	114.403	7.423	91.150	76.539	6.004,15	619,01	234,35	2.833,76	4.983,40
2014-2	281.543	125.371	6.832	96.236	74.126	7.084,57	610,65	227,59	3.398,41	5.360,18
2015-1	299.575	138.013	6.393	155.168	74.912	8.668,55	633,71	219,86	7.814,99	6.298,23
2015-2	305.844	143.248	6.448	156.149	78.702	10.212,86	666,54	216,06	9.330,27	6.983,41
2016-1	317.089	151.208	6.435	159.446	80.433	10.963,28	735,75	225,57	10.001,96	7.133,12
2016-2	337.393	163.734	6.719	166.939	82.384	11.706,74	877,94	226,22	10.602,58	7.149,43
2017-1	367.429	180.416	6.619	180.395	83.931	11.262,96	854,52	213,23	10.195,22	6.782,38
2017-2	397.206	191.426	7.203	198.578	91.101	11.121,30	805,52	204,60	10.111,18	6.385,36
2018-1	419.201	199.869	7.235	212.096	95.141	10.996,77	823,42	199,69	9.973,66	6.088,03
2018-2	399.347	188.031	6.528	204.787	104.786	11.670,13	978,15	209,00	10.482,99	6.124,54
2019-1	402.076	180.272	6.095	215.710	110.540	13.047,18	1.229,17	228,33	11.589,69	6.692,04
2019-2	466.498	199.088	7.070	260.340	117.896	13.321,71	1.265,13	205,36	11.851,23	6.317,56
2020-1	583.886	233.889	8.451	341.546	114.831	12.714,76	1.089,50	173,54	11.451,72	6.029,37
2020-2	675.952	278.250	11.787	385.916	144.731	11.583,00	907,38	150,18	10.525,45	5.348,43
2021-1	707.157	277.346	14.910	414.901	167.041	13.160,09	792,97	138,70	12.228,42	5.381,42
2021-2	776.748	298.896	13.111	464.741	209.948	18.343,55	890,96	149,47	17.303,11	6.060,02
2022-1	913.779	346.952	23.895	542.932	284.801	20.764,88	713,54	119,27	19.932,06	6.749,37
2022-2	1.084.553	360.075	49.675	674.803	452.478	22.372,38	590,09	118,06	21.664,24	7.402,84
2023-1	1.385.785	438.466	82.731	864.589	793.774	25.134,12	534,46	129,92	24.469,75	9.331,96

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

2013 yılında toplam 222,8 milyar TL olan bireysel kredi hacmi 2023 yılında 1,38 Trilyon TL'nin üzerine çıkmıştır. Toplam kredi hacmi incelenen 10 yılda başlangıç rakamının 6 katını aşmıştır. Başlangıca göre en az artış yaşanan bireysel kredi türü ise konut kredileri olmuştur.

Ayrıca Çizelge 10'da yer alan takipteki krediler incelendiğinde doğal olarak teminat yapısı sağlam olan konut ve taşıt kredilerinde takip rakamları artmamış ancak ihtiyaç kredilerinde kullandırım miktarına paralel olarak artmıştır. Bireysel kredi kartlarındaki takip miktarı da artmasına rağmen ihtiyaç kredilerine göre nispeten daha düşüktür. Değişimin daha net anlaşılabilmesi için Çizelge 11'de bireysel kredilere ilişkin yüzde payları yer almaktadır.

Çizelge 11. Türkiye'de Bireysel Krediler (%)

Yıllar	Konut Kredileri	Taşıt Kredileri	İhtiyaç Kredileri	Takipteki Bireysel Krediler	Takipteki Konut Kredileri	Takipteki Taşıt Kredileri	Takipteki İhtiyaç Kredileri	Takipteki Bireysel Kredi Kartları
2013-1	44,71%	3,64%	35,38%	2,01%	0,68%	3,12%	2,73%	5,13%
2013-2	44,31%	3,45%	34,92%	2,05%	0,61%	3,01%	2,88%	5,67%
2014-1	43,94%	2,85%	35,01%	2,31%	0,54%	3,16%	3,11%	6,51%
2014-2	44,53%	2,43%	34,18%	2,52%	0,49%	3,33%	3,53%	7,23%
2015-1	46,07%	2,13%	51,80%	2,89%	0,46%	3,44%	5,04%	8,41%
2015-2	46,84%	2,11%	51,05%	3,34%	0,47%	3,35%	5,98%	8,87%
2016-1	47,69%	2,03%	50,28%	3,46%	0,49%	3,51%	6,27%	8,87%
2016-2	48,53%	1,99%	49,48%	3,47%	0,54%	3,37%	6,35%	8,68%
2017-1	49,10%	1,80%	49,10%	3,07%	0,47%	3,22%	5,65%	8,08%
2017-2	48,19%	1,81%	49,99%	2,80%	0,42%	2,84%	5,09%	7,01%
2018-1	47,68%	1,73%	50,60%	2,62%	0,41%	2,76%	4,70%	6,40%
2018-2	47,08%	1,63%	51,28%	2,92%	0,52%	3,20%	5,12%	5,84%
2019-1	44,84%	1,52%	53,65%	3,24%	0,68%	3,75%	5,37%	6,05%
2019-2	42,68%	1,52%	55,81%	2,86%	0,64%	2,90%	4,55%	5,36%
2020-1	40,06%	1,45%	58,50%	2,18%	0,47%	2,05%	3,35%	5,25%
2020-2	41,16%	1,74%	57,09%	1,71%	0,33%	1,27%	2,73%	3,70%
2021-1	39,22%	2,11%	58,67%	1,86%	0,29%	0,93%	2,95%	3,22%
2021-2	38,48%	1,69%	59,83%	2,36%	0,30%	1,14%	3,72%	2,89%
2022-1	37,97%	2,61%	59,42%	2,27%	0,21%	0,50%	3,67%	2,37%
2022-2	33,20%	4,58%	62,22%	2,06%	0,16%	0,24%	3,21%	1,64%
2023-1	31,64%	5,97%	62,39%	1,81%	0,12%	0,16%	2,83%	1,18%

Kaynak: BDDK verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 11'e göre başlangıçta bireysel krediler içerisinde en fazla paya sahip olan konut kredilerinin yerini 2023 yılında ihtiyaç kredileri almıştır. Bu durumun nedeni olarak artan faiz oranları ve konut fiyatları gösterilebilir. Yakın zamanda açıklanan konut satış istatistikleri de aslında bu durumu desteklemektedir. TÜİK konut satış istatistiklerine göre ipotekli konut satışları bir önceki yılın aynı ayına göre Haziran 2023'te %66,8 oranında, Ocak-Haziran döneminde ise bir önceki yıla göre %28,6 oranında düşmüştür (TÜİK, Konut Satış İstatistikleri, Haziran 2023). Takipteki konut kredilerinin payı ise başlangıçta %0,68 seviyesinde iken 2023 yılı ilk 6 aylık dönem sonunda %0,12'ye gerilemiştir. Bireysel kredilerin toplam takip oranı 2023 yılında %1,81 olup bu durumun en önemli nedeni ihtiyaç kredilerinin takip oranının diğer bireysel kredilere göre yüksek oluşudur. Kredi kartlarında ise limitlerin eskisi gibi serbest bir

biçimde belirlenemeyişi ve gelire göre limit ayarlama uygulaması sayesinde her geçen yıl takip oranının azaldığı görülmektedir.

7. SONUÇ

Türkiye'de banka kredilerinin sektörel dağılımının incelendiği bu çalışmada ana hatlarıyla sektörlerin krediler içerisindeki payları çeşitli açılardan ele alınmıştır. Toplam GSYH içerisinde %50'nin üstünde ağırlığa sahip olan hizmetler sektörünün sektörel krediler içerisindeki payı %31 düzeyindedir. Bu durum aslında hizmetler sektörünün krediye olan ihtiyacının diğer sektörlere göre daha az oluşunun bir göstergesidir. İnşaat sektörünün GSYH içerisindeki payı %5 düzeyindeyken, krediler içerisindeki payının %7'nin üzerinde oluşu da bu sektörün diğer sektörlere göre daha fazla kredi ihtiyacı içerisinde olduğunu göstermektedir. Sanayi kredileri ise nispeten GSYH içerisindeki payına yakın seyretmektedir. Sanayi kredileri içerisinde en büyük paya sahip olan sektör imalat sanayi iken, hizmetler sektörü içerisinde toptan ve perakende satış sektörüdür. Takipteki krediler açısından ise en az takip oranına sahip sektör tarım ve ormancılık sektörü iken, en fazla takibe düşen kredinin yer aldığı sektör inşaat sektörü olmuştur. Bireysel krediler açısından ise toplam kredi hacminin içerisinde eskiden konut kredileri büyük yoğunluğa sahipken günümüzde ihtiyaç kredilerinin yoğunluğunun arttığı gözlenmektedir. Doğası gereği teminat yapısı güçlü olan konut ve taşıt kredilerinde takip oranı düşük iken, ihtiyaç kredileri ve bireysel kredi kartlarında bu oran daha yüksektir.

KAYNAKÇA

https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=88&locale=tr

https://www.bddk.org.tr/BultenAylik/tr/Home/Gelismis

Buğday, E. B., Şener, A., & Güzel, Y. (2020). Tüketicilerin bireysel kredi kullanım davranışlarının analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *12*(2), 1130-1148.

Kara, O. & Özdemir, N. A. (2016). Kredi Kanalı ile Aktarım: Bireysel Krediler Üzerine Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *31*(2), 29-58.

TÜİK (2023). Konut Satış İstatistikleri, https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Konut-Satis-Istatistikleri-Haziran-2023-49521

FİNANS SEKTÖRÜNDE ARTAN TEKNOLOJİ KULLANIMININ TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİLERİ (2013-2023)

Öğr. Gör. Dr., Turgay YAVUZARSLAN
Ondokuz Mayıs Üniversitesi,– 0000-0002-0481-1279
Öğr. Gör., Halil İbrahim YAVUZ
Selçuk Üniversitesi,– 0000-0003-2964-4873

ÖZET

Finansal kurumlar, telgrafın icadından itibaren gelişen teknolojilerin en önemli takipçilerinden ve müşterilerinden biri olmuştur. Günümüzde internetin, mobil teknolojilerin, yapay zekanın, dağıtılmış defter teknolojisinin giderek artan kullanımı finansal kurumların ürün ve hizmet sunumunu etkilemektedir. Özellikle Covid-19 pandemisi döneminde bankaların fiziki şube ağlarından hizmet sunamaması, çağrı merkezleri, internet bankacılığı ve mobil bankacılık gibi teknoloji ağırlıklı alternatif dağıtım kanallarının kullanımını artırmıştır. Finansal teknolojiler Türkiye'de özellikle internet bankacılığı, mobil bankacılık, yapay zekaya dayalı kredi karşılaştırmaları, elektronik ödeme sistemleri, elektronik ticaret siteleri üzerinden sağlanan krediler gibi alanlara yoğunlaşmıştır. Çalışmada söz konusu finansal teknolojilerin Türk Bankacılık Sektörüne etkileri, personel giderlerinin, net faiz gelirleri içerisindeki payı, nüfusa oranla şube, ATM sayısı, nüfusa oranla personel sayısı, internet ve mobil bankacılık verileri gibi seçili göstergeler üzerinden incelenmiştir. Çalışma sonucunda artan teknoloji kullanımının Türk Bankacılık Sektörüne etkileri yukarıda ifade edilen seçili göstergeler üzerinden ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler : Finansal Teknoloji, İnternet Bankacılığı, Covid-19

EFFECTS OF INCREASED USE OF TECHNOLOGY IN THE FINANCE SECTOR ON THE TURKISH BANKING SECTOR (2013-2023)

ABSTRACT

Financial institutions have been one of the most important followers and customers of developing technologies since the invention of the telegraph. Nowadays, the increasing use of the internet, mobile technologies, artificial intelligence and distributed ledger technology

affects the product and service delivery of financial institutions. Especially during the Covid-19 pandemic period, the inability of banks to provide services through physical branch networks has increased the use of technology-oriented alternative distribution channels such as call centers, internet banking and mobile banking. Financial technologies in Turkey are particularly focused on areas such as internet banking, mobile banking, artificial intelligence-based loan comparisons, electronic payment systems, and loans provided through electronic commerce sites. In the study, the effects of these financial technologies on the Turkish Banking Sector were examined through selected indicators such as the share of personnel expenses in net interest income, the number of branches and ATMs relative to the population, the number of personnel relative to the population, internet and mobile banking data. As a result of the study, the effects of increasing technology use on the Turkish Banking Sector have been revealed through the selected indicators stated above.

Key Words : Fintech, Internet Banking, Covid-19

1. GİRİŞ

Finansal kurumlar günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerin en önemli takipçilerinden ve müşterilerinden biridir. İnternetin, mobil teknolojilerin, yapay zekanın, dağıtılmış defter teknolojisinin giderek artan kullanımı finansal kurumların ürün ve hizmet sunumunu, işletme modellerini etkilemektedir. Özellikle Covid-19 pandemisi döneminde bankaların fiziki şube ağlarından hizmet sunamaması, çağrı merkezleri, internet bankacılığı ve mobil bankacılık gibi teknoloji ağırlıklı alternatif dağıtım kanallarının kullanımını artırmıştır. Finansal teknolojiler Türkiye'de özellikle internet bankacılığı, mobil bankacılık, yapay zekaya dayalı kredi karşılaştırmaları, elektronik ödeme sistemleri, elektronik ticaret siteleri üzerinden sağlanan krediler gibi alanlara yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte finansal teknolojiler yalnızca geleneksel finansal kurumlar tarafından kullanılmamakta, yeni nesil finansal teknoloji girişimleri de ön plana çıkmaktadır. Söz konusu finansal teknolojiler girişimleri bazı durumlarda geleneksel finansal kurumlarla rekabet etmekteyken, bazı durumlarda da işbirliği içindedir.

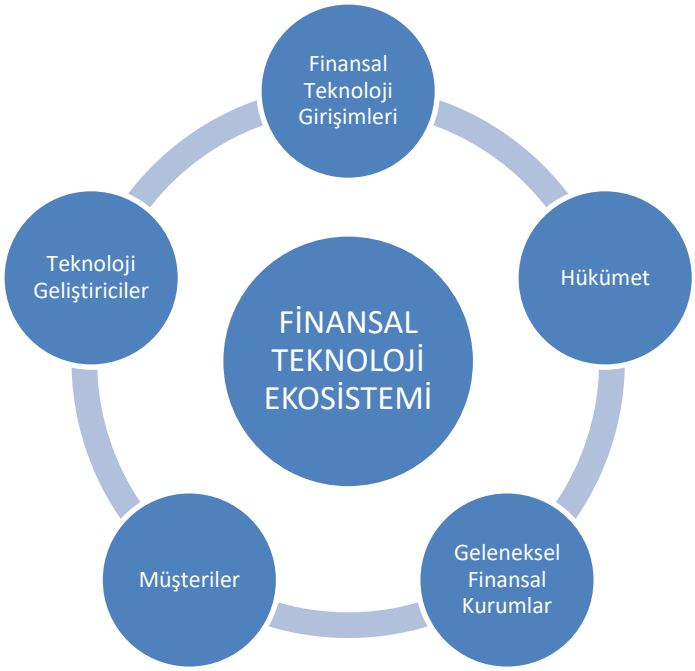
Çalışmada öncelikle finansal teknoloji kavramı açıklanmış, ardından bankaların finansal teknoloji kullanımı üzerinde durulmuştur. Sonraki kısımda Türkiye'de finansal hizmet sunumunda teknoloji kullanımında öne çıkan alanlar açıklanmıştır. Son bölümde bankalarda teknoloji kullanımının artmasının, 100.000 kişiye düşen şube, personel, ATM sayısına etkisi incelenmiştir. Ayrıca teknoloji kullanımıyla personel, fiziki şube ihtiyacının azalması göz önünde bulundurulduğunda, önemli finansal göstergeler olarak kabul edilebilecek, personel

giderlerinin faiz (Kar payı) gelirlerine, faiz (Kar payı) dışı gelirlere, vergi öncesi kara oranları 2013-2023 dönemi için incelenmiştir.

2. FİNANSAL TEKNOLOJİ KAVRAMI VE YOĞUNLAŞTIĞI ALANLAR

Finansal teknoloji, yeni işletme modellerinin, uygulamaların, işletme süreçlerinin ve ürünlerin gelişimini teşvik eden, finansal hizmetlerin sağlanmasını dönüştürme potansiyeline sahip teknolojik gelişmelerdir (Taylor ve diğerleri, 2019:1). Başka bir ifadeyle finansal teknoloji, yeni iş modellerinin, uygulamaların, iş süreçlerinin ve yeni ürünlerin ortaya çıkmasıyla sonuçlanabilecek, finansal hizmetlerin sağlanmasında, finansal kurumlarda ve piyasalarda maddi etkiye sahip teknolojik finansal yeniliklerdir (FSB, 2019a: 26). Finansal teknolojinin temeli, finansal faaliyetlerle teknolojinin bütünleşmesidir. Teknolojik yenilikler, finansal teknolojilerin arkasındaki yönlendirici güç olarak öne çıkmaktadır (Cheng ve Qu, 2020: 3). Finansal teknoloji, dijital teknolojilerdeki gelişmeler sayesinde erişilebilir hale gelen yeni finansal hizmetler ve süreçleri ifade etmektedir (Navaretti 2018: 4). Finansal teknolojiler, yeni girişimleri, gelişmiş finansal teknolojilerin geleneksel finansal kurumlarda kullanımını, yeni girişimlerle geleneksel finansal kurumların işbirliğini kapsamaktadır (Nicoletti 2017: 17).

Finansta teknoloji kullanımını telgrafın icadıyla başlayan süreçte üç ana dönemde değerlendirmek mümkündür. 19. yüzyıldan 20. yüzyılın ortalarına kadar devam eden ilk dönemde finansal ürün ve hizmetler genel olarak birbirine benzer şekilde sunulmuş, finans endüstrisi analog bir sektör olarak kalmıştır. 20. yüzyılın ortalarında iletişim ve işlemlerin gerçekleştirilmesinde yararlanılan dijital teknolojilerdeki gelişmeler, sektörü hızlı bir şekilde dijitalleşmeye taşımıştır. Söz konusu iki dönemde finansal hizmetler geleneksel finansal kuruluşlar tarafından sağlanmıştır. 2008 küresel finans krizi sonrasındaki üçüncü dönemde ise sektöre finansal kurumlar dışındaki girişimler de dahil olmuş, sektörü daha da rekabetçi hale getirmişlerdir. Bahsedilen son dönemde hem yeni finansal teknoloji girişimleri hem de geleneksel finansal kurumlar müşterilerine doğrudan erişebildikleri kanallardan ürün ve hizmet sunumlarını gerçekleştirmeye başlamışlardır (Arner vd. 2016: 7).



Şekil 1. Finansal Teknoloji Ekosistemi

Kaynak: Lee ve Shin 2018: 37

Günümüzde finansal teknolojiler dijital kimlik, açık bankacılık, verilerin korunması, siber güvenlikle ilgili etkinleştirici politikalardan beslenerek, uygulama programlama arayüzü, bulut bilişim, biyometrik tanımlama sistemleri, dağıtılmış defter teknolojisi, yapay zeka, makine öğrenmesi gibi teknolojilerden yararlanmaktadır. Bu sayede, dijital bankacılık, finansal teknoloji kredileri, borca dayalı kitle fonlaması, paya dayalı kitle fonlaması, robo-danışmanlık, elektronik para, dijital ödeme hizmetleri, teknolojiye dayalı sigortacılık hizmetleri, kripto varlıklar gibi alanlarda finansal teknolojiye dayalı hizmetler, hem geleneksel finansal kurumlar hem de yeni nesil finansal teknoloji şirketleri tarafından sunulmaktadır (FSI 2020: 7).

3. BANKALAR VE FİNANSAL TEKNOLOJİLER

1990'lı yılların başında internet devrimiyle birlikte finansal piyasalar dünya çapında etkilenmiş ve bu etkilerden en önemlisi finansal işlem maliyetlerinin azalması olmuştur. İnternet sayesinde bankacılık, sigortacılık, menkul kıymet işlemleri gibi finansal işlemler, fiziksel şube gereksinimi olmaksızın elektronik ortamda yapılmaya başlamıştır. 2000'li yılların ortalarında mobil cihazların yaygınlaşması mobil ödemeler ve mobil bankacılık gibi alanlarda gelişmeler sağlamıştır (Lee ve Shin 2018: 36). İlk zamanlarda, belirli mesai saatlerinde yalnızca şubede

gerçekleştirilen bankacılık işlemleri, internetin ortaya çıkışıyla birlikte kademeli olarak şube dışında da gerçekleştirilmeye başlamıştır. ATM'nin icadı, kredi ve banka kartlarının hizmete sunulması, şube dışı bankacılığın ilk aşamasını oluşturmuştur. Akıllı cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte ise bankacılık hizmetleri taşınabilir cihazlar üzerinden de sunulabilir hale gelmiştir. Günümüz teknolojileriyle bankacılık hizmetleri adeta yaşamın içine yerleşmiştir (Mehdiabadi 2020: 6). 4. sanayi devrimi olarak da adlandırılan Endüstri 4.0. süreci kendi bankacılık sistemine de ihtiyaç duymaktadır. Dijital varlıklar, dijital kimlikler, müşterilere özel olarak sağlanan hizmetler, bu yeni nesil bankacılık sisteminin önemli parçalarını oluşturacağı tahmin edilmektedir (Mehdiabadi 2020; 2). Dijital yenilikler ve teknolojiye dayalı işletme modelleri, değer yaratım süreçleri ile ürün ve hizmetlerin dağıtım yöntemlerini dönüştürerek, geleneksel finansal kurumlar için yeni fırsatlar yaratmaktadır (Navaretti 2018: 1). Bankalar, yapay zeka, blokzincir, bulut bilişim, büyük veri, internet gibi mevcut teknolojilerden hizmet sunumunda ve faaliyet süreçlerinde yararlanmaktadır (Cheng ve Qu, 2020:2). Finansal piyasalarda bankalarla birlikte, büyük ödeme hizmetleri sağlayıcı kuruluşlar, büyük teknoloji şirketleri, varlık yönetim şirketleri, kredi derecelendirme kuruluşları da yapay zeka, derin öğrenme, makine öğrenmesi gibi teknolojilerden yararlanmaktadır (Ashta ve Herrmann 2021: 214).

Bankacılık sektörü, bilgisayar kullanımını en erken benimseyenlerden biridir. Bilgisayarların ilk yaygın ticari kullanımı bankalar için yapılandırılmıştır. Bankalar bilgisayarları kullanarak işlem süreçlerini hızlandırmış ve geliştirmişlerdir (Nicoletti 2017: 14).

Finansal hizmetler üretildikçe, büyük miktarda kişisel veri toplanmakta ve analiz edilmektedir. Geçmiş müşteri davranışları, tercihleri, ihtiyaçları, eğilimleri tahmin etmede ve müşterilere en uygun finansal ürünleri, uygun zamanda ve uygun fiyatla sağlamaya yardımcı olmaktadır. Bu açıdan makine öğrenmesi ve büyük veri teknolojisi iki önemli bileşen olarak öne çıkmaktadır (Navaretti 2018: 9). Bankalar büyük veri teknolojisinden, özellikle KOBİ'lere sağlayacağı kredileri değerlendirmede yararlanmaktadır (Mehdiabadi 2020: 3).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ödemeler, takas işlemleri, internet bankacılığı, kredi işlemleri gibi bankacılık işlemlerinde verimliliği artırmaktadır. Yapay zeka, bankacılık işlemlerini bir banka personeli gibi gerçekleştirebilmektedir. Bu durum bankaların personel ihtiyacını etkilemektedir (Jaksic ve Marinc 2019:2). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim bankacılık sektöründe maliyet etkinliği sağlayarak dönüştürücü bir etki yaratmaktadır (Jaksic ve Marinc 2019: 3). Makine öğrenmesi ve derin öğrenme ile birlikte yapay zeka uygulamaları,

duygusal ve fiziksel hata kaynaklarını en aza indirerek verimlilik artışı sağlamaktadır (Kaur vd. 2020: 578). Bankacılıkta insan müdahalesi olmaksızın yapay zeka kullanımı işlemlerin doğru ve hızlı yapılmasına olanak sağlamaktadır. Söz konusu otomasyon teknolojileri bankaların günlük işlem hacmini artırmakta, iş stresini ve meydana gelebilecek matematiksel hataları azaltmaktadır (Noreen vd. 2023: 3).

Günümüzde, bankacılık sektöründe ve ekonomik sistemin bütününde teknolojik değişimlerin oranı oldukça yüksektir. Büyük veri, yapay zekaya dayalı makine öğrenmesi, nesnelerin interneti gibi dijital teknolojiler bu süreçte önemli rol oynamaktadır (Mehdiabadi 2020: 6). Geleneksel bankacılık her geçen gün hizmetlerini dijital kanallara taşımaya devam etmektedirler. Bu durum bankaların dağıtım kanallarını değiştirmekte, fiziksel şube ağına olan ihtiyacını azaltmak, şubelerin fonksiyonlarını ve görevlerini de değiştirmektedir (Mehdiabadi 2020: 22). Bankalarda çevrimiçi kanallardaki faaliyetlerin artması, şubelerdeki faaliyetlerin azalması anlamına gelmektedir. Bu durum da şubelerdeki sabit giderlerin devam etmesine karşılık, faaliyetin azalmasıyla birlikte şube karlılıklarının azalması anlamına gelebilmektedir (Stulz 2019: 95).

Blokzincir teknolojisi bankacılık alanında, müşteri tanımlama süreçleri, işlem hızı ve güvenliği, maliyet tasarrufu, akıllı sözleşmeler, şeffaflık gibi fırsatlar sunmaktadır. Bununla birlikte ilk kurulum maliyetleri ve faaliyet giderleri, standardizasyon gereklilikleri, güvenlik gibi zorluklarla karşılaşması da muhtemel olarak görülmektedir (Hassanı vd. 2018: 269).

Finansal teknolojiler bankaları iki farklı yoldan etkilemektedir. Hem bankalar dışındaki finansal teknoloji şirketlerinin sunduğu hizmetler, hem de bankaların kullandığı finansal teknolojiler, rekabet etkisi ve teknolojinin yayılım etkisiyle bankalar üzerinde etkili olmaktadır (Cheng ve Qu,2020: 1). Finansal teknoloji şirketleri çeşitli hizmetlerin sunumunda bankalara alternatif olma potansiyeli taşımaktadır. Buna karşılık yasal düzenlemelere tabi, kişilerin paralarını güvenle saklayabileceği geleneksel bankacılık sistemi önemini hala korumaktadır. (Lorente ve Schmukler,2018:4).

Yeni nesil finansal teknoloji şirketleri, finansal hizmetlerin sunumunda aracılık gereksinimini ortadan kaldırarak müşterilerine kişiye özel hizmetler sunmaktadır. Geleneksel finansal kurumlar da bu alandaki gelişimi göz önünde bulundurarak, finansal teknoloji şirketlerine yatırımlar yapmakta ve rekabetçi avantajlar elde etmeye çalışmaktadırlar (Lee ve Shin 2018: 36).

Bankalar müşterilerine istikrar, finansal çözümler, bireysel ilişkiler, ürün ve hizmet çeşitliliği, finansal uzmanlık gibi avantajlar sunmaktadır. Finansal teknoloji şirketleri ise büyük veri işleme kapasiteleri, teknolojik uzmanlıkları, gelişmiş müşteri deneyimleri ile müşterilerine katkı sağlamaktadır. Finansal kuruluşlar ile finansal teknoloji şirketleri arasındaki sinerji, üç tarafa da katkı sağlama potansiyeline sahiptir (Murinde vd. 2022: 13).

Günümüzün gelişen teknolojisi müşterilerin mal ve hizmetlere erişme maliyetlerini azaltmakta iken bankalar tüm demografik gruplardan müşterilere erişmede ve ürünlerini onlara sunmada teknolojinin avantajlarını kullanmada en uygun pozisyondadır (Murinde vd. 2022: 18).

4. TÜRKİYE'DE FİNANSAL TEKNOLOJİLER

Türkiye'de birçok finansal ürün ve hizmetin sunumunda teknolojiden yararlanılmakta, ilgili ürün ve hizmetler için gerekli yasal düzenlemeler yapılmaktadır. Bankalar, internet bankacılığı, mobil bankacılık, temassız ödemeler, mobil ödemeler, çevrimiçi menkul kıymet hizmetleri gibi bir çok teknolojiye dayalı hizmeti müşterilerine sunmaktadır. Sohbet robotları, robo-tavsiyeler, ses tanıma gibi yapay zeka uygulamalarından yararlanmaktadır. Yüz tanıma, parmak izi tanımlama gibi biyometrik doğrulama sistemleriyle kimlik tanımlama işlemlerini gerçekleştirebilmektedir.

Türkiye'de finansal ürün ve hizmetlerin sunumunda bankalarla birlikte yeni nesil finansal teknoloji girişimleri de öne çıkmaktadır. Söz konusu girişimler elektronik-mobil ödemeler, kitle fonlaması, kredi derecelendirme-karşılaştırma, alternatif finansman, yapay zeka, kripto varlıklar alanlarında faaliyet göstermektedir.

2023 yılı ekim ayı itibariyle Türkiye'de Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından yetkilendirilmiş 51 adet elektronik para kuruluşu bulunmaktadır. Elektronik para, bankalarda banknot olarak karşılığı bulunan ve buna karşılık ihraç edilen dijital parayı ifade etmektedir. Söz konusu para, blokzincir ağında değer transferine imkan veren, kripto para, kripto varlıktan farklıdır. 2023 yılı ekim ayı tarihi itibariyle Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından yetkilendirilmiş 27 adet elektronik ödeme kuruluşu bulunmaktadır. Elektronik ödeme kuruluşları ödemelere aracılık etmekte, sanal POS cihazı gibi hizmetler sunmaktadır. Söz konusu kuruluşlarla ilgili yasal düzenlemeler 2013 yılında çıkarılan "Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında" kanun ile gerçekleştirilmiştir.

2021 yılında Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayınlanan "Kitle Fonlaması Tebliği" ile Türkiye'de yatırım amaçlı kitle fonlaması yöntemleriyle ilgili yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. 2023 yılı itibariyle 12 adet kitle fonlaması platformu SPK tarafından yetkilendirilmiştir. Söz konusu kitle fonlaması platformları arasında Vakıfbank ve Halk Bankasının da kitle fonlaması platformları bulunmaktadır.

Kredi Derecelendirme-Karşılaştırma, teknolojilere dayalı olarak sunulan finansal hizmetler arasında öne çıkmaktadır. Türkiye'deki 9 bankanın ortak olduğu Kredi Kayıt Bürosu kuruluşu Findeks, bireysel ve kurumsal müşteriler için kredi derecelendirme hizmeti sunmaktadır. Bununla birlikte Hangikredi, Enuygun, Hesapkurdu gibi platformlarda, farklı bankaların kredi tekliflerini karşılaştırma imkanı sunulmaktadır. Endeksa, Reidin gibi platformlar büyük veri teknolojisinden yararlanarak gayrimenkul değerlemesi hizmeti sunmaktadır.

2023 yılı itibariyle kripto varlıklarla ilgili Türkiye'de yasal düzenleme olmamakla birlikte Binance, Coinbase gibi yabancı, BTCTürk, Paribu gibi yerli platformlar yatırımcılara kripto varlık alım-satımıyla ilgili hizmet sunmaktadır. Bununla birlikte 2023 yılında yayınlanan Orta Vadeli Program ile kripto varlık platformlarının yasal düzenleme kapsamına alınacağı ifade edilmiştir. Ayrıca blokzincir sistemi üzerinde faaliyet gösterecek Dijital Türk Lirasının da kullanım testlerine başlanacağı belirtilmiştir.

5. ARTAN TEKNOLOJİ KULLANIMININ TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Bu bölümde finansal ürün ve hizmetlerin sunumunda teknoloji kullanımının Türk Bankacılık sektörü üzerine etkisi, ATM, şube, personel sayısı, net faiz gelirine oranla personel gideri, faiz dışı gelirlere oranla personel gideri, vergi öncesi kara oranla personel gideri gibi göstergeler üzerinden değerlendirilmiştir.

2013 ve 2022 yılları arasında BDDK verilerine göre Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların 100.000 kişiye düşen, şube, ATM ve personel sayıları aşağıdaki gibidir.

Çizelge 1. 100.000 Kişi için Şube, ATM, Personel Sayıları

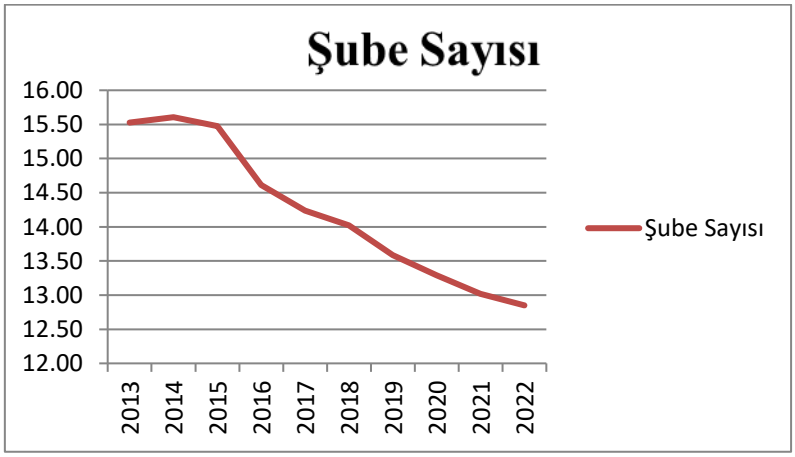
	100 bin kişi için;		
Yıl	**Şube Sayısı**	**ATM Sayısı**	**Personel Sayısı**
2013	15,53	52,32	278,38
2014	15,61	56,20	278,09
2015	15,47	58,70	275,23
2016	14,61	58,10	263,25
2017	14,24	58,58	256,81

2018	14,02	59,22	252,39
2019	13,59	59,17	245,13
2020	13,29	58,95	242,11
2021	13,02	57,75	237,78
2022	12,85	57,73	240,84

Kaynak: BDDK raporlarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

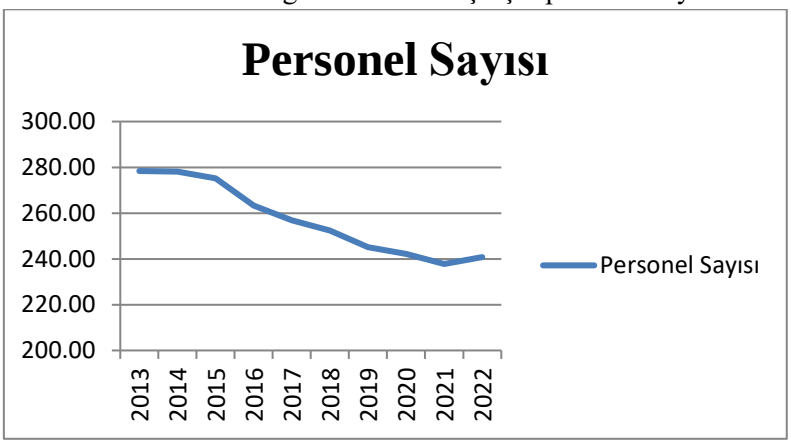
2013 yılında her 100.000 kişi için yaklaşık 15 şube, 278 personel bulunmaktayken, 2022 yılı itibariyle bu sayılar yaklaşık 12 şube ve 240 personele düşmüştür. Aynı dönemde ATM sayısı ise 52'den 57'ye yükselmiştir.

Grafik 1. Yıllara Göre 100.000 kişi için şube sayısı



Kaynak: BDDK verilerinden yararlanarak hazırlanmıştır.

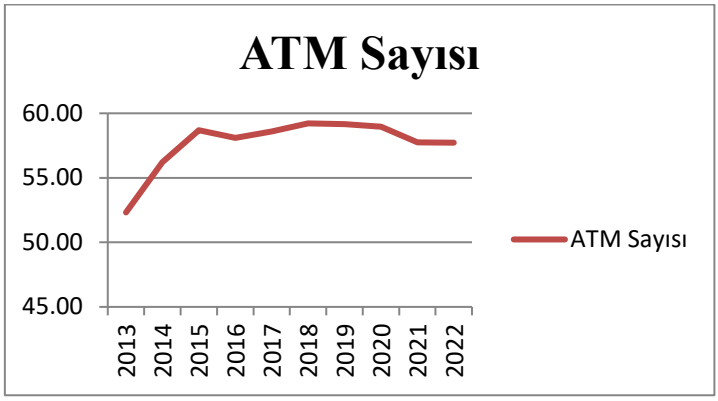
Grafik 2. Yıllara göre 100.000 kişi için personel sayısı



Kaynak: BDDK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 1 ve 2'de yıllara göre 100.000 kişi için hizmet veren şube ve personel sayılarında meydana gelen azalış görülmektedir. Şube sayısında 2014 yılından bu yana devam eden süre gelen bir azalış dikkat çekmektedir. Personel sayısında ise 2013'ten 2021'e kadar personel sayısında azalış devam etmiş, 2022 yılında ufak bir artış meydana gelmiştir.

Grafik 3. Yıllara göre 100.000 kişi için ATM sayısı



Kaynak: BDDK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 3'te görüldüğü üzere 2013'ten günümüze 100.000 kişi için ATM sayısı artış göstermiş, bununla birlikte artışın önemli kısmı 2013-2015 yılları arasında gerçekleşmiştir.

Çizelge 2. Yıllara Göre Personel Giderlerinin Net Faiz Geliri, Vergi Öncesi Kar, Faiz Dışı Gelirler İçindeki Payı

Dönem	Personel Gideri/Net Faiz(Kar Payı) Geliri (Yüzde)	Personel Gideri/Vergi Öncesi Kar(Zarar) (Yüzde)	Personel Gideri/Faiz Dışı Gelirler (Yüzde)
06/2013	27,67	46,65	50,10
12/2013	29,12	53,62	49,90
06/2014	29,80	57,87	45,90
12/2014	28,33	59,00	49,46
06/2015	27,37	58,92	46,58
12/2015	26,64	62,31	48,87
06/2016	25,76	47,22	43,14
12/2016	24,38	47,11	47,86
06/2017	21,54	37,54	43,70
12/2017	21,63	40,30	44,04
06/2018	20,36	37,73	37,76
12/2018	19,12	42,12	36,06
06/2019	22,88	57,02	30,88
12/2019	21,02	56,32	32,07
06/2020	18,65	50,87	39,58
12/2020	18,31	51,85	38,36
06/2021	23,31	53,97	28,50
12/2021	17,62	39,48	29,23
06/2022	12,16	15,81	24,18
12/2022	11,21	14,96	27,39
06/2023	31,36	26,65	26,18

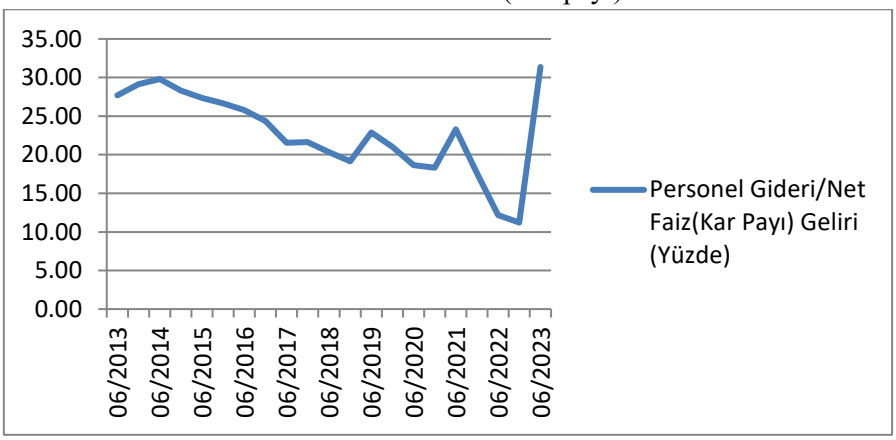
Kaynak: BDDK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Bankaların esas faaliyet gelirleri net faiz (Kar payı) gelirlerinden ve faiz (Kar payı) dışı gelirlerden oluşmaktadır. Çalışmada bu husus göz önünde bulundurularak, söz konusu esas

faaliyet gelirlerinin elde edilmesi için katlanılan personel giderleri, teknoloji kullanımının bankalara etkisini tespit etmek için ölçü olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte personel giderlerinin vergi öncesi kara oranı da dikkate alınmıştır.

Çizelge 2'den görüleceği üzere 2013 yılı sonunda personel giderlerinin net faiz (Kar payı) gelirine oranı %29 iken 2022 sonunda bu oran %11'e düşmüştür. Aynı dönemde personel giderlerinin vergi öncesi kara oranı %53'ten %14'e, faiz (Kar payı) dışı gelirlere oranı %50'den %27'ye düşmüştür.

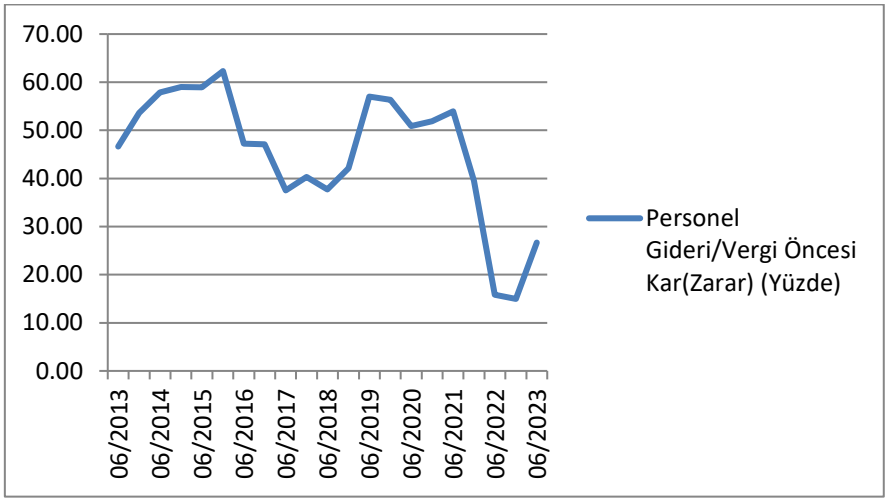
Grafik 4. Personel Giderinin Faiz (Kar payı) Gelirine Oranı



Kaynak: BDDK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 4'te görüldüğü üzere personel giderlerinin faiz (Kar payı) gelirleri içindeki payı 2013 yılından 2022 sonuna kadar düşüş göstermektedir. Bir başka deyişle bankalar 100 TL faiz geliri elde etmek için 2013 yılında yaklaşık 30 TL personel giderine katlanmaktayken, 2022 sonunda yaklaşık 11 TL personel giderine katlanmaktadır. Bu oran 2023 ilk yarısında hızlı bir artış göstermiştir. Söz konusu artışın, uygulanan düşük faiz politikasının bankaların faiz gelirlerini sınırlandırması, aynı dönemde yükselen enflasyon nedeniyle ücretlere yüksek oranda zam yapılmasından kaynaklandığı tarafımızca tahmin edilmektedir. Söz konusu durumun özellikle faiz gelirlerinin sınırlanmasından kaynaklandığıyla ilgili görüşümüz, personel gelirlerinin faiz dışı gelirlere oranı göz önünde bulundurulduğunda, aynı durumun orada gözlemlenmemesiyle bir anlamda teyit edilmektedir.

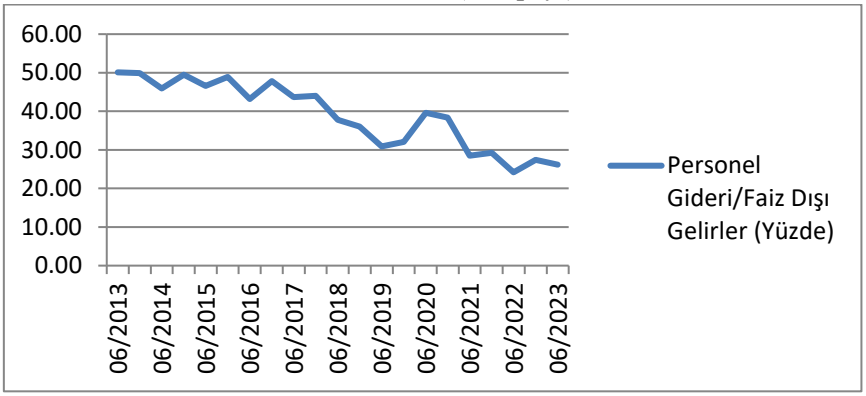
Grafik 5. Personel Giderinin Vergi Öncesi Kara Oranı



Kaynak: BDDK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 5'te görüldüğü üzere personel giderinin vergi öncesi kara oranı yıllar içinde dalgalanmalar gösterse de 2013 yılından günümüze azalış göstermiştir. 2013 yılında personel giderinin vergi öncesi kara oranı yaklaşık %55 iken 2022 yılında yaklaşık %15'e kadar düşmüştür.

Grafik 6. Personel Giderinin Faiz (Kar payı) Dışı Gelirlere Oranı



Kaynak: BDDK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Faiz (Kar payı) dışı gelirler bankaların ödeme, menkul kıymet, kambiyo gibi hizmetlerinden elde ettiği gelirleri ifade etmektedir. Söz konusu hizmetler geçen zamanla birlikte çevrimiçi, mobil ortamda, fiziksel şube, personel ihtiyacı olmaksızın gerçekleştirilen işlemler olarak öne çıkmaktadır. Buna göre bankalar 2013 yılı sonunda 100 TL faiz dışı gelir elde etmek için yaklaşık 50 TL personel giderine katlanmaktayken, 2023 yılı ortasında yaklaşık 28 TL personel giderine katlanmaktadır. 2013-23 döneminde grafikten görüleceği üzere personel giderlerinin faiz (Kar payı) dışı gelirlere oranının düzenli olarak düşüş gösterdiğini söylemek mümkündür.

6. SONUÇ

Çalışmada finansal ürün ve hizmet sunumunda teknoloji kullanımındaki artışın Türk Bankacılık Sektörüne etkisi seçili göstergeler üzerinden incelenmiştir. Buna göre 2013-2023 döneminde nüfusa oranla banka şubesi sayısının ve banka personeli sayısının azaldığı, bununla birlikte ATM sayısının arttığı görülmektedir. Ayrıca teknoloji kullanımıyla birlikte personel ihtiyacının azalmasına kanıt olabilecek finansal göstergeler olarak personel giderlerinin, net faiz (kar payı) gelirlerine, faiz (kar payı) dışı gelirlere, vergi öncesi kara oranları incelenmiştir. 2013-2023 döneminde söz konusu göstergelerin azalış gösterdiği tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle Türk bankalarının 2013-2023 döneminde 100 TL'lik net faiz geliri, faiz (kar payı) dışı gelir, vergi öncesi kar elde etmek için katlanmak zorunda kaldığı personel gideri azalış göstermiştir.

KAYNAKÇA

Arner, D. W., Barberis, J. N. & Buckley, R. P. (2016). "The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?" , *University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper*, 47, 1-44.

Ashta, A. & Herrmann, H. (2021). Artificial intelligence and fintech: An overview of opportunities and risks forbanking, investments, and microfinance. *Strategic Change,* 30, 211-22.

Cheng, M. ve Qu, Y. (2020). "Does Bank Fintech Reduce Credit Risk? Evidence From China", *Pacific-Basin Finance Journal*, 2020(101398), 1-24.

Financial Stability Board (2019). "Decentralised Financial Technologies. Report on Financial Stability, Regulatory and Governance Implications". https://www.fsb.org/2019/06/decentralised-financial-technologies-report-on-financial-stability-regulatory-and-governance-implications/ Erişim Tarihi: 11/10/2023.

Financial Stability Institute (2020). "Policy Responses to Fintech: A Cross-Country Overview". *FSI Insights on Policy Implementation No 23.*

Hassani, H., Huang, X. & Silva E. (2018) Banking with blockchain-ed big data, *Journal of Management Analytics*, 5(4), 256-275.

Jakšič, M., Marinč, M. (2019). Relationship banking and information technology: the role of artificial intelligence and FinTech. *Risk Manag* 21, 1–18.

Kaur, N., Sahdev, S.L., Sharma, M. & Siddiqui, L. (2020). Banking 4.0: "The Influence of Artificial Intelligence on the Banking Industry & How AI is Changing the Face of Modern Day Banks". *International Journal of Management*, 11 (6), 577-585.

Lee, I. & Shin, Y.J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions and challanges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.

Lorente, C. & Schmukler, S. (2018). The Fintech Revolution: A Threat to Global Banking? *World Bank Research and Policy Briefs* No. 125038,

Mehdiabadi A, Tabatabeinasab M, Spulbar C, Karbassi Yazdi A, Birau R. (2020). Are We Ready for the Challenge of Banks 4.0? Designing a Roadmap for Banking Systems in Industry 4.0. *International Journal of Financial Studies*. 8(2), 1-28.

Murinde, V., Rizopoulos, E. & Zachariadis, M. (2022). The impact of the Fintech revolution on the future of banking: Opportunies and risks. International Review of Financial Analysis. 88, 1-27.

Navaretti, B. G., Calzolari, G., Mansilla-Fernandez, J. M. & Pozzolo, A. F. (2018), Fintech and Banking. Friends or Foes?. https://ssrn.com/abstract=3099337 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3099337

Nicoletti, B. (2017). The Future of Fin Tech: Integrating Finance and Technology in Finance Services, Springer.

Noreen, U., Shafique, A., Ahmed, Z., Ashfaq, M. (2023). Banking 4.0: Artificial Intelligence (AI) in Banking Industry & Consumer's Perspective. *Sustainability* 15 (3682), 1-16.

Stulz, R.M. (2019). Fintech, BigTech and the Future of Banks. *Journal of Applied Corporate Finance*, 31(4). 88-99.

Taylor, C., Wilson, C., Holttinen, E. & Morozova, A. (2019). "Institutional Arrangements for Fintech Regulation and Supervision". IMF Fintech Notes. https://www.imf.org/en/Publications/fintech-notes/Issues/2020/01/09/Institutional-Arrangements-for-Fintech-Regulation-and-Supervision-48809, Erişim tarihi: 11/10/2023.

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AND CONFLICT MANAGEMENT

Assistant Professor Ayşe YAVUZ
Selçuk Üniversitesi, -0000-0003-2103-7833

ABSTRACT

Rapid developments in today's business world, changes in customer expectations and consumers becoming more conscious have increased the importance of human resources for organizations. In order for organizations to sustain their existence and provide competitive advantage, the knowledge, talent and motivation of employees at all levels are needed. As a result of this situation, empowerment of employees has emerged as a necessity. The psychological, that is, motivational aspect of the concept of empowerment is called psychological empowerment. The concept of conflict, which is another part of the modern management approach, contributes to achieving its goals by increasing the innovation and creativity of the organization when managed appropriately. The motivation and power sources perceived by the employees in the organization can be decisive in conflict management. This study aims to reveal the relationship between psychological empowerment and conflict management. For this purpose, data were collected using the questionnaire technique. The data obtained were subjected to statistical analysis in SPSS 25 program. As a result of the research, it was revealed that there is positive relationship between psychological empowerment perception and conflict management.

Keywords: Psychological empowerment, Conflict Management, Organization

PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME VE ÇATIŞMA YÖNETİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

ÖZET

Günümüz iş dünyasında yaşanan hızlı gelişmeler, müşteri beklentilerindeki değişimler ve tüketicilerin daha bilinçli hale gelmesi örgütler açısından insan kaynağının önemini daha fazla artırmıştır. Örgütlerin varlıklarını sürdürebilmek ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için her kademe çalışanın bilgisine, yeteneğine, motivasyonuna ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durumun sonucu olarak da çalışanların güçlendirilmesi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır.

Güçlendirme kavramının psikolojik yani motivasyonel yönü psikolojik güçlendirme olarak adlandırılmaktadır. Modern yönetim anlayışının bir başka parçası olarak karşımıza çıkan çatışma kavramı uygun yönetildiği zaman örgütün yenilik ve yaratıcılığının artmasını sağlayarak amaçlarına ulaşmasına katkı sağlamaktadır. Örgüt içinde çalışanların algıladığı motivasyon ve güç kaynakları çatışma yönetiminde belirleyici olabilmektedir. Bu çalışmada psikolojik güçlendirme ve çatışma yönetimi arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda anket tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 25 programında istatistiki analizlere tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda psikolojik güçlendirme algısı ile çatışma yönetimi arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik güçlendirme, Çatışma Yönetimi, Örgüt

1. INTRODUCTION

In today's business world, the importance of qualified human resources is becoming more and more evident day by day. For this reason, more training has begun to be given at the organizational and individual levels, the focus has been on increasing the self-efficacy of employees, and employees have been supported to become stronger in every sense. This understanding, which has become a management policy in organizations, has begun to be used as the concept of psychological empowerment in the literature. Psychological empowerment is based on the motivational readiness and willingness of employees. What is important in psychological empowerment is that the work that starts at the individual level can be successful by spreading to the organizational level.

Psychological empowerment is an intrinsic motivation practice that enables employees to play an active role in the organization by giving them more responsibility, opportunity, freedom and authority to participate more in decisions (Ro & Chen, 2011:422; Fuller et al., 1999:389-390). According to Spreitzer (1995), psychological empowerment is based on the perceptions of the employees about these practices rather than the objective results of the empowerment practices that the organization has done for its employees. Psychological empowerment practices are activities that increase employees' involvement in the decision-making process and enable them to assume more responsibility (Ergeneli et al., 2007:42; Littrell, 2007: 92). Thanks to psychological empowerment, it is possible to say that employees make more effort to achieve predetermined goals (Thomas and Velthouse, 1990: 672-673).

Thomas and Velthouse (1990) developed psychological empowerment as a four-dimensional model: meaning, competence, autonomy, and influence. Meaning is explained as the employee's intrinsic care for his/her tasks (Thomas and Velthouse, 1990: 672), and competence is explained as the employee's belief that he/she has sufficient capacity for his/her activities (Spreitzer et al., 1997: 682). Autonomy is defined as employees' independence and control over their work (Arslantaş, 2007: 230), and influence is defined as employees' ability to create the desired level of impact on their work (Thomas and Velthouse, 1990: 672).

To realize psychological empowerment, the factors that cause weakness in individuals in organizations should be eliminated. It is believed that the meaningfulness of the work for the employee will increase the employee's participation, attention, and commitment. In the opposite case, it is thought that the employee will be indifferent to the work, will have attention problems and his/her commitment will decrease (Conger & Kanungo, 1988: 477).

Conflict is defined as an inevitable social phenomenon that is commonplace in every human environment and whose parties can be individuals, groups, organizations and even nations (Rubin, 1994: 33). In other words, it is the situation that arises when individuals in interaction cannot meet their expectations within themselves or in their relations with each other (Koçak, 2018). Considering that conflict occurs wherever there are human relations, it is not possible to eliminate it completely. However, it can be managed with appropriate strategies to produce beneficial results for the individual and the organization. Studies have shown that a certain level of conflict increases employee motivation and job satisfaction (Ndum &key, 2013, p.1).

Conflict management is the sum of activities that minimize the damages of conflicts, maximize the benefits of conflicts, and keep the level of conflict within the organization at an optimum level (Akkirman, 1998).

In the 1920s, Mary Parker Follett added that to prevent organizational conflict, managers should have avoidance and compliance styles as well as domination, compromise and integration. In their study, Blake and Mouton (1964) put forward a model consisting of five different styles: competitive, accommodating, avoidant, cooperative and compromising styles (Akt, Koçak and Aktaş, 2019).

2. RESEARCH METHOD AND FINDINGS

The aim of the study is to reveal the relationship between psychological empowerment and conflict management. The study is empirical research. Questionnaire technique was used as a data collection tool. The questionnaire was developed by utilizing scales with proven validity

and reliability in the literature. The questionnaire used in the study consists of three parts. In the first part of the questionnaire, there are questions to determine the demographic characteristics of the participants. The second part includes statements to determine the level of psychological empowerment of the participants and the third part includes statements to determine the level of conflict management.

In the study, the scale developed by Spreitzer (1995) and used by Üner and Turan (2010) in their study was utilized to measure the psychological empowerment level of the participants. In order to measure the level of conflict management, the scale developed by Thomas and Ruble (1977) and used by Sökmen and Yazıcıoğlu (2005) in their study was used.

In the last two sections of the questionnaire, a Likert-type scale was used. The scale is a 5-point Likert scale ranging from "Strongly Disagree (1)" to "Strongly Agree (5)".

The research was conducted on kindergarten teachers operating in Çankaya district of Ankara province. The number of people who returned our questionnaire was 100. Our analysis was carried out on 100 questionnaires.

Since this study was conducted to reveal the relationship between psychological empowerment and conflict management, our hypothesis was determined as follows:

H1: There is a significant positive relationship between psychological empowerment and conflict management.

In order to measure the reliability levels of the psychological empowerment and conflict management scales used in the questionnaire, reliability analysis was applied to the scales separately. As a result of the reliability analysis for the Psychological Empowerment scale, Cronbach's Alpha value for 12 statements was calculated as 0.82. As a result of the reliability analysis for the Conflict Management scale, the Cronbach's Alpha value for 15 statements was calculated as 0.75. With these values, both scales were found to be reliable.

In the study, demographic characteristics of the participants were examined, and statistical methods were utilized to reveal the relationship between psychological empowerment and conflict management. In statistical analyses, demographic descriptions of the individuals participating in the study were given as Frequency (n) and Percentage (%). Mean and Standard Deviation values for the statements in the scales are given in the tables. The relationships between the scales were analyzed through Pearson Correlation Coefficient.

Table 1. Demographic Findings of the Participants

		Frequency (n)	Percentage (%)
Gender	Female	93	93,0
	Male	7	7,0
	Total	100	100,0
Marital Status	Married	50	50,0
	Single	50	50,0
	Total	100	100,0
Age	18-25	17	17,0
	26-30	28	28,0
	31-35	29	29,0
	36-40	18	18,0
	41-45	8	8,0
	Total	100	100,0
Education	High School	30	30,0
	Associate degree	24	24
	Undergraduate	43	43
	Master's Degree	3	3,0
	Total	100	100,0
Duration of employment at this workplace	Less than 1 year	13	13,0
	1-5 years	53	53,0
	6-10 years	24	24,0
	11-15 years	2	2,0
	16-20 years	8	8,0
	Total	100	100,0

The study consists of a total of 100 participants. The majority of the participants (93%) were women. Considering the age status of the survey participants, the largest proportion is in the 31-35 age range (29%). It is also seen that the number of married participants in the study is equal to the number of single participants. When the educational status of the participants in the study is examined, employees with bachelor's degrees are predominant. Considering the working hours of the employees in the study, the highest rate is between 1-5 years.

Table 2. Descriptive Statistics Related to the Statements in the Psychological Empowerment Scale

	Mean	Standard deviation
My work is very important to me.	4,91	0,288
What I do in my work is important to me.	4,91	0,288
My work is meaningful for me.	4,89	0,314
I am confident about my ability to do my job.	4,88	0,327

I believe that I have the capacity to fulfill the activities at work.	4,89	0,314
I have acquired the skills needed to do my job.	4,89	0,314
I have considerable authority in deciding how to do my job.	4,80	0,426
I can make decisions on my own about how to do my job.	4,83	0,378
I have considerable independence and freedom in how I do my work.	4,84	0,395
I have a lot of influence on what happens in the department where I work	3,62	1,384
I largely control what happens in the department I work in	3,47	1,417
I have significant influence over what happens in the department where I work.	3,41	1,371
General Scale Total	4,5283	0,44099

Mean and Standard Deviation values for the statements in the psychological empowerment scale are given in Table 2. The statement with the highest mean score in the Psychological Empowerment Scale is "The work I do is very important to me" and "What I do in my job is important to me" with 4.91, while the statement with the lowest mean score is "I have significant influence over what happens in the department where I work" with 3.41. The overall mean of the statements measuring the level of psychological empowerment is 4.52 with a standard deviation of 0.44. According to these findings, we can say that the psychological empowerment levels of the participants are high.

Table 3. Descriptive Statistics of the Statements in the Conflict Management Scale

	Mean	Standard Deviation
I am usually determined to follow my goals	4,91	0,29
I always play to win	4,82	0,41
I give up some of my wants in exchanges with others	4,69	0,68
I believe that differences are not always worth worrying about.	4,84	0,47
I try to find a middle ground with other people	4,87	0,34
I try to take into account the other party's wishes in my approach to negotiation.	4,82	0,48
I try to show the logic and merits of my position.	4,83	0,40
I always tend to discuss the problem directly.	4,81	0,44
I try to find a fair combination of gains and losses on both sides.	4,82	0,41
I try to resolve our differences immediately	4,75	0,48
I avoid creating a situation in which I myself appear unlikable.	4,64	0,73
I try to preserve relationships by soothing the feelings of the other party.	4,65	0,61
I try to raise all issues and doubts immediately.	3,38	1,16
Sometimes I try to create controversy by not showing my position.	1,72	1,33
I try not to hurt the other person's feelings	3,40	1,15
General Scale Total	4,40	0,33

Mean and Standard Deviation values for the statements in the Conflict Management Scale are given in Table 3. The statement with the highest mean score in the Conflict Management Scale is "I am usually determined to follow my goals" with 4.91, while the statement with the lowest mean score is "Sometimes I try to create controversy by not showing my situation" with 1.72. The overall mean of the statements measuring the level of Conflict Management is 4.40 with a standard deviation of 0.33. According to these findings, we can say that the participants' level of Conflict Management is high.

Table 4. Pearson Correlation Analysis Results to Determine the Relationship between Psychological Empowerment and Conflict Management

		Psychological Empowerment	Conflict Management
Psychological Empowerment	Pearson Correlation	1	,380**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	100	100
Conflict Management	Pearson Correlation	,380**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

A statistically significant and positive relationship was found between the psychological empowerment and conflict management levels of the participants (Pearson's $r = 0.38$, $p < 0.01$). There is a moderate positive correlation between the two variables. It is stated that in organizations where psychological empowerment develops, conflict management aspects of employees also develop in the same direction. According to this result, the hypothesis "H1: There is a significant positive relationship between psychological empowerment and conflict management" is accepted.

3. CONCLUSION AND ASSESSMENT

In the business world, it is quite usual to expect high productivity from employees. In order to meet this expectation, employees are included in psychological empowerment activities. In order for psychological empowerment activities to be successful, conflict management activities supported by appropriate strategies within the organization must also be successful. In organizations where chaos and conflict are intense, it does not seem possible for employees to take responsibility, make decisions on their own, see their work as meaningful and feel themselves sufficient.

This study aims to reveal the relationship between psychological empowerment and conflict management. For this purpose, data were obtained using the questionnaire technique and these data were subjected to statistical analysis using SPSS 25 program. As a result of the analysis, a statistically significant and positive relationship was found between the psychological empowerment and conflict management levels of the participants (Pearson's $r = 0.38$, $p < 0.01$). There is a moderate positive correlation between the two variables. It was determined that when the psychological empowerment levels of the employees are increased, their conflict management levels will also increase.

In order for organizations to sustain their existence and achieve their goals, employees need to be empowered in every aspect. Employees who are self-confident, aware of their abilities and able to assume responsibility are important for the future of organizations. The phenomenon of conflict, which is inevitable wherever there are human relations, contributes to achieving its goals by increasing the innovation and creativity of the organization when managed appropriately. The motivation and power sources perceived by the employees in the organization can be decisive in conflict management. A conflict managed with an appropriate strategy can be a supporter of development and progress for organizations.

REFERENCES

[1] Akkirman, A. L. (1998). Etkin Çatışma Yönetimi ve Müdahale Stratejileri. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 1-11.

[2] Arslantaş, C. C. (2007). Güçlendirici Lider Davranışının Psikolojik Güçlendirme Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (2): 227-240.

[3] Conger A. J., ve Rabındra, N. K., (1988). "The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice", Academy ol Management Review, 13(3):471-482.

[4] Ergeneli, A., Arı Sağlam, G. ve Metin, S., (2007). "Psychological Empowerment and Its Relationship to Trust in Immediate Managers", Journal of Business Research, 60(1):41-49.

[5] Fuller, J.B., Morrison, R., Jones, L., Bridger, D. Ve Brown, V., (1999). "The Effects of Psychological Empowerment on Transformational Leadership and Job Satisfaction", The Journal of Social Psychology, 139(3):389-391.

[6] Koçak, Z. K. (2018). Yöneticilerin Çatışma Yönetimi Stilleri ile Çalışanların İş Verimliliği Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.

[7] Koçak, Z. K. & Aktaş, M. A. (2019). Çatışma Ve Çatışma Yönetimi Kavramlarına Güncel Bir Bakış . Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , Kapadokya Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresi Özel Sayısı

[8] Lıttrell, R.F., (2007). "Influences on Employee Preferences for Empowerment Practices by the Ideal Manager in China", International Journal of Intercultural Relations, 31(1): 87-110.

[9] Ndum, Victor Etim ve Stella-Maris Okey (2013). Conflict Management in the Nigerian University System. Journal of Educational and Social Research MCSER Publishing, Rome-Italy Vol. 3 No. 8 October.17

[10] RO, H. ve CHEN, P., (2011). "Empowerment in Hospitality Organizations: Customer Orientation and Organizational Support", International Journal of Hospitality Management, 30(2):422-428.

[11] Rubin, J. Z. (1994). Models Of Conflict Management. Journal of Social Issues , 33-45.

[12] Thomas, K.W. & Velthouse, B.A. (1990). Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation, Academy of Management Review, 15(4):666-681.

[13] Spreitzer, G. M. (1995b). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation, The Academy of Management Journal, 38(5):1442-1465.

THE PRACTICES OF LOCAL GOVERNMENTS FOR THE PROTECTION OF CULTURAL HERITAGE IN CITIES AND THE ACTIVITIES OF ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPALITY

Doç. Dr. Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ [1]
Öğr. Gör. Nihal GÜNEŞ AY [2]

ABSTRACT

The protection of cultural heritage in cities is essential for preserving the history and identity of the community. Local governments play a vital role in implementing policies and regulations for cultural heritage protection. Istanbul, as a significant cultural hub, faces many challenges in the preservation of its heritage. The Istanbul Metropolitan Municipality (IBB) has taken significant measures to protect the city's cultural heritage sites. This article aims to analyze the practices of the local governments in the protection of cultural heritage in cities, focusing on the case of Istanbul Metropolitan Municipality.

The research methodology is a qualitative method that includes a comprehensive analysis of scientific articles and internet sources concerning the best practices of local governments and the activities of the IBB for cultural heritage protection in Istanbul. The study finds that local governments should implement comprehensive policies that account for the urban planning, heritage preservation, and community involvement in the cultural heritage protection process. In Istanbul, the IBB activated several programs and initiatives aiming to preserve and restore historical sites, and engage stakeholders and the public in the process. The city's architecture and urban planning policies allow for adaptive reuse and innovative possibilities in heritage preservation while promoting higher urban quality of life.

The article concludes that local governments must work collectively and transparently with all stakeholders to develop effective policies for the protection of cultural heritage. The role of the private sector, NGOs, and the public is crucial in ensuring adequate heritage preservation and revitalization practices. The case of the Istanbul metropolitan area shows that local governments can have a positive impact on cultural heritage protection in cities by integrating policy planning and community engagement effectively.

Keywords: Cultural heritage, local governments, preservation, Istanbul Metropolitan Municipality, policy planning, community engagement

1. INTRODUCTION

The preservation of cultural heritage in cities is of utmost importance not only from a historical perspective but also for the community's identity and sense of place. Owing to rapid urbanization, historical structures and sites are in danger of being lost, leading to irreparable

[1] Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, duyguilkhan@gmail.com ORCID: 0000-0002-5707-1542

[2] Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, nihalay@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9788-7872

damage to the environment, social and cultural identity, and the communal wellbeing. The preservation of cultural heritage requires a systematic approach and conscious effort from all stakeholders, including local governments (Assael et al., 2019). Local governments are uniquely positioned to ensure that policies and regulations are in place to protect and preserve cultural heritage (Svantesson et al., 2017).

In Istanbul, as in many other urban centers, historical sites and cultural heritage structures are significant attractions for visitors, and their preservation is essential for both the historical fabric of the city and the local economy. Istanbul's rich cultural heritage can trace back thousands of years and has been shaped by numerous empires and cultures. Therefore, preserving cultural heritage in cities like Istanbul requires not only a deeper understanding of the cultural and historical significance of these sites but also a commitment to increasing the quality of life for its citizens. The Istanbul Metropolitan Municipality (İBB) has taken a significant initiative in cultural heritage preservation by implementing innovative policies and strategies for the protection of the city's historical sites.

This article aims to analyze the practices of local governments for the protection of cultural heritage in cities and the case of Istanbul Metropolitan Municipality in the context of heritage preservation policies. This article proceeds as follows: Section 2 will present the literature review related to the protection of cultural heritage in cities and the strategies implemented for heritage preservation by local governments. Section 3 will provide an overview of the case of the Istanbul Metropolitan Municipality's approach to cultural heritage protection. Lastly, Section 4 will discuss the conclusion and the lessons learned from the case of the İBB.

2. LITERATURE REVIEW

Preserving cultural heritage is a multifaceted and complex task that requires comprehensive knowledge from disparate disciplines. Several researchers have examined the factors that contribute to preserving cultural heritage, discussing the roles played by local governments, the private sector, NGOs, and the public in the process.

2.1. Local Government Approaches to Heritage Preservation

Local governments are pivotal actors in cultural heritage preservation, as the majority of heritage sites exist in urban localities (Assael et al., 2019). Therefore, local governments should implement policies and regulations that recognize historical and cultural significance while benefiting local communities. Svantesson et al. (2017) argue that local governments must include heritage preservation in their urban planning policies and must adopt an integrated plan that allows for the adaptive reuse of heritage sites and increases the appeal of the city.

In addition, the involvement of the community plays a crucial role in heritage preservation (Tomaszewski & Czarnecka, 2014). The active participation of the local community ensures that heritage preservation is perceived as a community's responsibility, thus leading to a sense of ownership and a greater sense of identification with the built environment's past. Local governments should communicate and collaborate effectively with the local community by providing adequate information and opportunities for engagement in the preservation process (Maher, 2014). Therefore, local governments' policies should provide channels for local communities to participate in the decision-making process concerning the preservation of cultural heritage sites.

2.2. Innovative approaches for Heritage Preservation

Urban planning policies must enable the adaptive reuse of historical sites to facilitate their protection and rejuvenation. The integration of innovative techniques such as sustainable technologies, green areas, and public spaces can enhance the visual and experiential qualities of heritage sites and promote higher urban renewal quality (Roovers et al., 2012). The preservation principles must balance the conservation of heritage sites while ensuring their functional utility and economic viability (Assael et al., 2019).

Maher (2014) argues that involving heritage preservation in developing eco-districts can be an innovative approach to promote ecologically sustainable urban development and the preservation of cultural heritage. The adaptive reuse of heritage sites, renewable energy sources, and green urban technologies can significantly reduce environmental impacts while preserving local identities.

3. Case Study: Istanbul Metropolitan Municipality

Istanbul, as a significant cultural hub, faces many challenges in the preservation of its heritage. However, the Istanbul Metropolitan Municipality (İBB) has taken significant measures to protect the city's cultural heritage sites. The İBB implemented several innovative policies and initiatives to preserve and restore the historical sites and engage stakeholders and the public in heritage preservation.

3.1. Urban Planning Policies

Istanbul's urban planning policies have played a significant role in the adaptive reuse of historical sites. Istanbul's urban planning policies aim to combine heritage preservation with economic growth, community engagement, and urban renewal quality. Istanbul's urban planning policies aim to create flexible land allocation policies to enable heritage sites' adaptive reuse that improves the city's social, economic, and environmental sustainability (Arslan et al., 2010).

3.2. Preservation and Restoration of Historical Sites

The İBB activated several programs and initiatives aiming to preserve and restore historical sites. The İBB's Historical Preservation and Revitalization Department is responsible for the restoration and preservation of historical buildings, monuments, and structures. Projects, such as the Galata Tower restoration and the reconstruction of the ancient city walls, are among the most significant urban renewal projects in Istanbul, restoring the city's cultural identity and providing economic stimulus (Kuscu & Erkus, 2019).

Recently, the İBB launched a funding program called the "Cultural Heritage Preservation and Rehabilitation Incentive Program" to support individuals and private sector projects that promote cultural heritage preservation and reuse. The program encourages the adaptive reuse of heritage sites, improves social and environmental sustainability of the city, and promotes private sector investment in heritage preservation (Turker, 2021).

3.3. Community Engagement

Community engagement and public participation play a crucial role in heritage preservation. The İBB community engagement strategy aims to inform and involve citizens, NGOs, scholars, the private sector, and international organizations in the heritage preservation efforts. The İBB established the "Istanbul Cultural Heritage Monitoring Board," composed of the city's stakeholders, to provide technical support and monitor the conservation work and the city's urban planning policies. Additionally, the İBB organized workshops, conferences, and training programs to increase awareness of the historical and cultural value of the city and provide citizens with communication channels to convey their ideas and opinions (Arslan et al., 2010).

4. CONCLUSION

The protection and preservation of cultural heritage have become a global issue. As discussed, local governments play a critical role in heritage preservation, as the majority of heritage sites exist in urban localities. Istanbul Metropolitan Municipality's innovative strategies for the preservation of cultural heritage offer insights into best practices for local governments. The case of Istanbul shows that a successful heritage preservation policy requires an integrated approach to urban planning concept, community engagement in decision-making processes, and financial sustainability. The involvement of different stakeholders- private sectors, NGOs, scholars, and public organizations - is essential in heritage preservation, In addition, the integration of innovative techniques such as sustainable technologies and green urbanism can reduce the environmental impact of heritage preservation. This article highlighted the importance of implementing comprehensive policies for heritage preservation that empower local communities to participate in the preservation effort. The proposed framework can serve as a model for other cities facing cultural heritage preservation challenges.

References

Arslan, Y., Akin, A., Akdeniz, B., Guney, A. & Kilic, A. (2010). Ways to be Taken into Consideration for the Safeguarding of the Cultural Heritage during Urbanization Process in Istanbul. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2(5), 7437-7443.

Assael, J., Bellini, N., & Gazzola, P. (2019). Cultural heritage management and sustainable urban development. A critical approach towards heritage current management and towards a more integrated urban planning strategy for cultural heritage. Sustainability, 11(19), 5307.

Kuscu, S. & Erkus, O. (2019). The role of urban conservation in the visualization of cultural heritage and economic development: The case of Istanbul Metropolitan Municipality. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, 9(1), 19-35.

Maher, P. (2014). Preserving cultural heritage in eco-districts: A conceptual framework for integrating built heritage and sustainable urban development. Journal of Urban Regeneration and Renewal, 8(4), 358-371.

Roovers, R., Derluyn, H., & Saelens, D. (2012). Sustainability and Cultural Heritage Preservation: Towards a Holistic Understanding. Sustainability, 4(10), 2968–2984.

Svantesson, A., Paju, M., & Kangas, H. (2017). The role of local municipalities in cultural heritage preservation. Sustainability, 9(12), 2193.

Turker, E. (2021). Istanbul Cultural Heritage Preservation and Rehabilitation Incentive Program: A Funding Program for Conservation and Rehabilitation of Heritage Buildings in Istanbul. International Journal of Environmental Science and Development. 12(1), 1-5.

GREEN BUILDINGS AND THE ROLE OF MUNICIPALITIES

Adnan SÖYLEMEZ[1]
Ali ŞAHİN[2]

ABSTRACT

The demand for green buildings has become increasingly important in contemporary society due to their environmental and health benefits. Municipalities play a crucial role in promoting and implementing green buildings initiatives, as they create building codes and zoning regulations. Additionally, municipalities can incentivize green building, raise public awareness through education campaigns, and highlight successful case studies of municipalities that have implemented green building initiatives.

It is important to understand the negative impact of traditional buildings on the environment, including their high levels of energy use, waste production, and water consumption. Traditional buildings emit large amounts of carbon into the environment, which contributes to climate change. In contrast, green buildings have numerous benefits, including increased energy efficiency, lower carbon footprints, and improvements in health and safety.

Municipalities can implement green building initiatives by enforcing zoning codes that require builders to use sustainable materials and design environmentally-friendly buildings. They can also offer incentives such as tax credits or faster permit approvals to builders who use green building practices. Furthermore, education campaigns can inform the public about the importance of green buildings and encourage individuals to choose green building materials in their own homes.

Successful case studies of municipalities that have implemented green building initiatives are important in promoting the effectiveness of these initiatives. Lessons learnt and best practices from such case studies can help other municipalities to achieve their green building goals.

In summary, municipalities have a crucial role to play in promoting green buildings and must take a proactive approach towards implementing green building initiatives, including incentivizing builders, and raising public awareness. It is essential to recognize the beneficial impact of green building on the environment, the economy, and human health and safety, and achieve a sustainable future.

Keywords: green buildings, municipalities, environmental impact, energy efficiency

INTRODUCTION

Green buildings have gained increasing prominence in the field of architecture and urban planning in recent years. As sustainable development becomes a global priority, the concept of green buildings has become highly relevant. This article aims to explore the definition of green buildings through scientific articles, utilizing APA style citations in text and providing a bibliography at the end.

[1] Assoc. Prof., Selçuk University, Vocational School of Social Sciences, Department of Management and Organisation, Konya/Türkiye, ORCID:0000-0001-8153-0238

[2] Prof., Selçuk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and Public Administration, Konya/Türkiye, ORCID:0000-0002-1487-8717

Green buildings can be defined as structures that are designed, built, and operated in an environmentally responsible and resource-efficient manner. They aim to minimize negative impacts on the environment and enhance the health and well-being of the occupants. Green buildings are characterized by various design features and strategies that reduce energy consumption, conserve resources, promote recycling, and optimize sustainable materials.

A key aspect of green buildings is their focus on energy efficiency. By incorporating design features and technologies that reduce energy consumption, green buildings minimize the environmental impact associated with energy generation. According to research by Mathur and Garg (2016), energy-efficient strategies such as passive solar design, natural ventilation, daylighting, and efficient lighting systems contribute to the overall sustainability of green buildings. These features are crucial for achieving reduced energy consumption and mitigating climate change impacts.

Green buildings also prioritize water conservation. Various strategies, such as rainwater harvesting, low-flow fixtures, and water-efficient landscaping, help minimize water consumption and reduce strain on municipal water supplies. According to a study by Liu and Wu (2019), incorporating water-saving technologies in green buildings reduces the overall water demand, contributing to sustainability in resource management.

Sustainable material selection is another vital element of green buildings. It involves using environmentally friendly materials, including recyclable, renewable, and locally sourced options. As emphasized by Alam et al. (2017), the careful selection of construction materials can significantly reduce embodied energy and carbon emissions associated with building construction. Incorporating materials with high levels of recycled content and low environmental impact contributes to creating environmentally responsible buildings.

Green buildings prioritize the occupants' health and well-being through enhanced indoor environmental quality (IEQ). Proper ventilation, effective air filtration, and the use of low-toxicity materials are crucial in creating healthier indoor environments. A study by Hedge and Ayuso-Moreno (2017) highlights the importance of IEQ in green buildings, as it has a direct impact on occupants' productivity, cognitive performance, and overall wellbeing.

Assessing the life cycle environmental impacts of green buildings is essential to truly define their sustainability. Life cycle assessment (LCA) is a scientific methodology used to evaluate the potential environmental impacts associated with a building's entire life cycle, from material extraction to operation and end-of-life. According to Cabeza et al. (2018), conducting LCAs provides an in-depth understanding of a building's overall environmental performance, aiding in decision-making to improve sustainability.

The definition of green buildings is further reinforced through the existence of various green building certifications. These certifications, such as LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) and BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), provide a standardized framework for evaluating and recognizing environmentally responsible buildings. According to Kulak and Kuźniar (2017), green building certifications demonstrate compliance with specific sustainability criteria, thereby providing a clear definition and benchmark for green buildings.

I. IMPORTANCE OF GREEN BUILDINGS IN CONTEMPORARY SOCIETY

Green construction is an emerging paradigm that emphasizes environmentally sustainable and energy-efficient architecture and building practices. This approach seeks to create structures that are resource-efficient in terms of materials, energy, and water consumption, while promoting occupant health and wellness, and reducing adverse environmental impacts. Green

buildings comprise a broad scope of structures, including residential, commercial, industrial, and institutional buildings, among others.

Green buildings are becoming increasingly important in contemporary society. This article examines the importance of green buildings in modern society by analyzing scientific articles on the subject. The article provides an overview of green buildings, discusses the benefits of green buildings, and the impact of green buildings on society.

Green buildings are designed, constructed, and operated to reduce their environmental impact and maximize sustainability. The concept of green building incorporates various ecological, economic, and social factors in its design and construction. The aim is to achieve sustainability in a holistic sense, by focusing on energy and water efficiency, the use of sustainable materials, and environmental quality.

The green building industry is steadily growing worldwide, with an estimated worth of approximately $247 billion in global construction expenditure in 2016 (Zhan et al., 2018). However, the uptake of green building practices differs in various regions. For instance, North America has the highest number of green buildings, followed by Europe, Asia, and Oceania (Zhan et al., 2018).

Green buildings provide numerous benefits to the environment, the economy, and human health and well-being. Some of the benefits of green buildings are explored below:

Green buildings reduce greenhouse gas emissions and environmental impact. This reduction is achieved through the use of energy-efficient systems such as solar panels, the capture and reuse of stored rainwater, and the use of materials that are sourced responsibly and are recyclable. Zhan et al. (2018) observes that green buildings save considerable amounts of energy and water, with reductions in carbon dioxide and other greenhouse gases emissions.

Green buildings encourage cost-savings for owners and occupants. The buildings are designed with efficient systems that result in a reduction in energy and water bills, and maintenance costs over time. According to the Green Building Council of Australia (2020), investing in green buildings can lead to higher rental profits and resale values.

Green buildings promote human health and well-being. The use of environmentally friendly and healthy materials ensures safe indoor air quality, reduced risks to occupants from toxins, and physical harm. Additionally, the use of natural light, which is linked to increased occupant productivity, is a key feature of green buildings (Mannella et al., 2020).

Green buildings can significantly impact society in several ways, including the following:

Health

Green buildings contribute to the overall well-being of individuals in society. For example, research shows that the use of green spaces can help alleviate symptoms of anxiety, stress, and depression (Bratman et al., 2019). Green buildings that incorporate biophilic design features such as green walls, indoor gardens, and natural sunlight source improve air quality, increase the productivity of occupants, and provide a sense of calm for individuals inside (Mannella et al., 2020).

Sustainability

Green buildings contribute to the sustainability of society by reducing the use of scarce resources such as water and energy. Also, sustainable communities promoting green building are essential in reducing the overall carbon footprint of societies, which in turn contribute to global efforts to reduce greenhouse gas emissions and fight climate change (Zhan et al., 2018).

Economic Development

Green buildings have economic benefits at both the macro and micro level. The microlevel effects include reduced energy and maintenance costs, while macro-level benefits include overall economic growth, job creation, and tax revenue (Allison et al., 2018). Investing in green buildings can stimulate economic development in the green building sector and the supply chain of green products and services for the construction industry.

II. THE ENVIRONMENTAL IMPACT OF TRADITIONAL BUILDINGS

Traditional buildings, which often lack sustainable design features and technologies, have significant environmental impacts in terms of energy consumption, waste production, and water use. As a doctoral student with a focus on sustainable architecture and urban planning, this article aims to highlight the environmental implications of traditional buildings. The article will draw upon scientific articles and utilize APA style citations in the text, providing a bibliography at the end.

2.1. Energy Consumption

Traditional buildings typically have higher energy consumption compared to their green counterparts due to inefficient design and use of energy-intensive materials. Research by Madani and Ziaei (2015) suggests that these buildings often lack proper insulation, leading to excessive energy losses through thermal bridging and air leakage. Additionally, traditional buildings typically have outdated heating, ventilation, and air conditioning (HVAC) systems that contribute to increased energy consumption.

In a study by Rao and Dinakaran (2017), it was found that the energy consumption of traditional buildings is further exacerbated by the inefficient use of lighting, appliances, and electrical equipment. Compared to green buildings, which incorporate energy-efficient lighting systems and appliances, traditional buildings tend to have outdated technologies that consume more energy.

2.2. Waste Production

Traditional buildings are also associated with higher waste production due to the construction materials used and the lack of recycling strategies. Construction and demolition debris contribute to environmental pollution and waste generation. According to a study by Chiang and Yang (2017), traditional buildings often utilize non-renewable materials, such as concrete, bricks, and metal, which require significant energy for extraction and production, thereby contributing to greenhouse gas emissions.

Moreover, traditional buildings frequently undergo extensive remodelling and renovation, leading to high waste generation. A study by Rios-Diaz et al. (2018) found that renovation activities in traditional buildings often result in the disposal of construction and demolition waste, primarily consisting of non-recyclable materials. Without proper waste management practices, this waste can end up in landfills, further contributing to environmental degradation.

2.3. Water Use

Traditional buildings tend to have higher water consumption due to outdated plumbing systems and lack of water-efficient fixtures. Water-intensive practices, such as inefficient irrigation systems and non-recirculating hot water distribution, contribute to increased water demand. Research by Tripathi et al. (2019) indicates that traditional buildings typically have higher water consumption for domestic use compared to green buildings, which incorporate water-saving technologies such as low-flow showerheads, faucets, and water-efficient landscaping.

Furthermore, traditional buildings often lack rainwater harvesting systems, leading to missed opportunities for water conservation. A study by Fazal et al. (2016) suggests that harvesting rainwater for non-potable uses, such as toilet flushing and irrigation, can significantly reduce the strain on municipal water supplies and promote sustainability in water management.

III. THE BENEFITS OF GREEN BUILDINGS

Green buildings, designed with sustainability in mind, offer a wide range of benefits in terms of energy efficiency, lower carbon footprint, and improved health and safety. As a doctoral student specializing in sustainable architecture and urban planning, this article aims to explore the scientific literature on the advantages associated with green buildings. By referencing and citing scientific articles using APA style, this article will provide comprehensive information supported by reliable sources.

3.1. Energy Efficiency

Green buildings are designed and constructed to maximize energy efficiency, resulting in significantly lower energy consumption compared to traditional buildings. Research conducted by Cabeza et al. (2017) indicates that green buildings incorporate features such as advanced insulation, efficient HVAC systems, and use of natural light, which contribute to reduced energy requirements for heating, cooling, and lighting purposes.

In a study by Assouline and Fuchs (2016), it was found that the use of energy-saving measures in green buildings can result in substantial energy savings. Energy-efficient technologies such as LED lighting, energy-efficient appliances, and smart systems for energy management play a crucial role in reducing energy consumption and, consequently, operating costs.

3.2. Lower Carbon Footprint

Green buildings have a significantly lower carbon footprint compared to conventional buildings due to their energy-efficient design and use of renewable energy sources. Research by Liu et al. (2017) suggests that green buildings produce fewer greenhouse gas emissions, contributing to the mitigation of climate change. They incorporate renewable energy systems such as solar panels and geothermal heating, reducing reliance on fossil fuels and promoting a transition towards clean energy sources.

Furthermore, green buildings often utilize sustainable materials and construction techniques, which substantially reduce embodied carbon emissions. A study by Love et al. (2018) found that the embodied carbon in green buildings is significantly lower compared to traditional buildings, mainly due to the use of recycled and locally sourced materials and efficient construction practices.

3.3. Health and Safety

Green buildings promote improved health and safety for their occupants. Research has shown that green buildings have a positive impact on indoor environmental quality, leading to enhanced occupant well-being and productivity. In a study by Allen et al. (2016), it was demonstrated that green buildings with enhanced ventilation systems and reduced exposure to harmful pollutants can contribute to improved cognitive performance and reduced Sick Building Syndrome symptoms.

Green buildings typically incorporate features such as low-VOC (volatile organic compound) materials, ample natural light, and proper moisture control, which contribute to better air quality and reduce the risk of respiratory ailments. According to research by Roelofsen et al. (2018), green buildings have been associated with reduced absenteeism rates and increased worker satisfaction.

Furthermore, green buildings prioritize occupant safety through the implementation of fire safety measures, such as the use of non-combustible materials and advanced fire detection systems. A study by Pradhan et al. (2019) highlighted the importance of fire safety in green buildings and emphasized the need for effective fire prevention and safety strategies.

IV. THE ROLE OF MUNICIPALITIES IN PROMOTING GREEN BUILDINGS

Green buildings play a critical role in promoting sustainable development. While the construction of green buildings has numerous benefits, not everyone is aware of the advantages of green building practices. Municipalities can play a significant role in promoting green buildings through zoning and building regulations, incentives for green building, and public education and awareness campaigns. As a doctoral student specializing in sustainable architecture and urban planning, this article aims to explore the scientific literature on the role of municipalities in promoting green buildings.

4.1. Zoning and Building Regulations

Municipalities have long been in charge of establishing zoning and building regulations governing the construction process. Such regulations play a vital role in ensuring that buildings are safe, healthy, and suitable for human use. Green building practices can be incorporated into zoning and building regulations by defining and promoting the use of sustainable materials and efficient energy systems.

According to research by U.S. Green Building Council (2008), zoning and building regulations can influence the design of buildings to achieve higher energy efficiency and reduce the environmental impact of construction. The Boise City Planning and Development Services in Idaho implemented a green building ordinance that mandates new constructions to meet LEED certification standards. The ordinance has been effective in promoting green building practices and enhancing environmental sustainability in the area.

The incorporation of green building practices in zoning and building regulations can contribute to improved energy efficiency, reduced carbon footprint, and improved indoor air quality, providing a healthier workplace for building occupants.

4.2. Incentives for Green Building

Incentives such as financial benefits and density bonuses can encourage property owners to construct green buildings. Municipalities can provide incentives to the developers of green buildings to promote the adoption of green building practices. Financial incentives in the form of tax credits, grants, and low-interest loans can reduce the costs of green buildings and encourage their construction.

According to research by Singh et al. (2020), incentives such as property tax exemptions, development fees waivers, and expedited permit processing have proven to be effective in promoting green building practices in India. The incentives have successfully encouraged developers to incorporate green building features into their projects, resulting in an overall reduction in energy consumption and greenhouse gas emissions.

Furthermore, incentives can also be in the form of density bonuses, where developers are allowed to construct a larger building in exchange for enhancing sustainability features. A study by Wang et al. (2019) found that density bonuses have been successful in promoting green building practices in China, leading to the adoption of energy-efficient systems and increasing the use of renewable energy in the construction industry.

4.3. Public Education and Awareness Campaigns

Public education and awareness campaigns can be an effective tool in promoting green building practices. Municipalities can implement campaigns aimed at informing the public of the benefits of green buildings, raising awareness, and promoting best practices. These campaigns can be targeted at builders, property owners, and the public.

Research by Singh et al. (2020) suggests that public outreach programs can be effective in promoting green building practices. The Delhi Government in India conducted a public outreach program to promote the use of solar energy in buildings. The program resulted in an increased uptake of solar energy systems in buildings, leading to reduced greenhouse gas emissions in the region.

Additionally, municipalities can collaborate with local schools and universities to educate students on the benefits of green building practices. A study by Ofori-Kuragu et al. (2019) demonstrated that educational campaigns aimed at children can be long-lasting and have a positive impact on their attitudes towards sustainable living. Children can influence their parents and guardians who, in turn, can be instrumental in adopting green building practices.

The construction industry has a significant environmental impact, and the adoption of green building practices can mitigate this burden. Municipalities can play a crucial role in promoting green building practices through enforcing sustainable building standards and codes, providing incentives, and implementing public education and awareness campaigns.

Zoning and building regulations can take into account sustainability considerations, and inspire developers to incorporate green building practices. Incentives can act as motivators for property owners to adopt green building practices and increase sustainability.

Moreover, public outreach programs can create awareness in the public and encourage the adoption of sustainable building practices. Educational campaigns aimed at children can have a long-lasting impact and create a culture of sustainability.

Municipalities can play a significant role in promoting sustainable development by prioritizing the construction of green buildings through the development of green building codes and standards, providing incentives for the adoption of green building practices, and raising awareness through public outreach and educational campaigns.

V. CASE STUDIES

Green building initiatives have gained immense popularity across the world over the past decade. Municipalities have been at the forefront of implementing green building initiatives to enhance sustainability, reduce carbon emissions, and minimize negative environmental impacts. Implementation of green building initiatives requires robust policy frameworks, incentives, and education to promote awareness and adoption. As a doctoral student specializing in sustainable architecture and urban planning, this article aims to explore the scientific literature on examples of municipalities that have successfully implemented green building initiatives, lessons learned, and best practices.

5.1. San Francisco, California

San Francisco adopted green building initiatives more than two decades ago with the aim of reducing greenhouse gas emissions and promoting sustainable development. The city implemented strict green building codes that mandated new constructions to meet higher sustainability standards compared to state-mandated standards. Additionally, the city implemented a green building program that offers incentives to developers that incorporate green building practices in their projects.

The city's green building initiatives have been successful in reducing greenhouse gas emissions, promoting sustainable energy consumption, and encouraging sustainable land use practices. According to a study by the United States Environmental Protection Agency (EPA) (2017), San Francisco's green building initiatives have saved the city approximately $30 million in annual energy costs and have reduced greenhouse gas (GHG) emissions by over 200,000 metric tons.

San Francisco's success in implementing green building initiatives is attributed to the city's robust policy framework, incentive programs, and focus on education and awareness. The city's emphasis on education and engagement proved critical in encouraging adoption by property owners and developers.

5.2. New York City, New York

New York City's green building initiatives focus on reducing GHG emissions and improving the air quality. The city implemented the Greener, Greater Buildings Plan that mandates large buildings to report their energy usage and retro-commission their systems periodically to enhance energy efficiency. Additionally, the city established a green code that requires newly constructed buildings to meet higher sustainability standards compared to state-mandated standards.

New York City's green building initiatives have been successful in reducing GHG emissions and promoting sustainable energy consumption. According to research by the Regional Plan Association (RPA) (2019), implementation of New York City's green building initiatives have resulted in a 19% reduction in the city's GHG emissions and reduced energy usage by 34%.

New York City's success in implementing green building initiatives is attributed to the city's stringent policies focusing on large scale buildings, effective outreach and education programs to encourage adoption by property owners and tenants, and focus on energy efficiency.

5.3. Vancouver, Canada

Vancouver's green building program aims to reduce greenhouse gas emissions and promote sustainable living. The city implemented the Zero Emission Buildings Plan, which requires all new buildings constructed from 2020 to meet zero-emission building standards. Additionally, the city established a green roof program that encourages property owners to incorporate green roofs into their buildings to promote energy conservation and enhance urban biodiversity.

Vancouver's green building initiatives have been successful in reducing greenhouse gas emissions and promoting sustainable living. Research by the Pembina Institute (2019) indicates that Vancouver's green building program has resulted in a 33% reduction in greenhouse gas emissions associated with new buildings.

Vancouver's success in implementing green building initiatives is attributed to the city's forward-thinking policies that mandate zero-emission building standards, focus on innovation, and use of incentives to encourage the adoption of green building practices.

5.4. Copenhagen, Denmark

Copenhagen's green building initiatives aim to reduce greenhouse gas emissions and promote sustainable development. The city implemented a Green Roof Program that encourages property owners to incorporate green roofs in their buildings to lower energy consumption and regulate temperature. Additionally, the city established a green certificate that certifies buildings based on their sustainability standards.

Copenhagen's green building initiatives have been successful in reducing greenhouse gas emissions and promoting sustainable development. Research by the United Nations

Environment Programme (UNEP) (2019) indicates that Copenhagen's green building program has resulted in a 64% reduction in carbon emissions associated with new buildings.

Copenhagen's success in implementing green building initiatives is attributed to the city's focus on innovation, robust policy framework, use of incentives, and emphasis on education and awareness.

CONCLUSION

Traditional buildings have significant environmental impacts in terms of energy consumption, waste production, and water use. These buildings often lack sustainable design features and technologies, leading to higher energy consumption, increased waste generation, and elevated water use compared to green buildings. Scientific research emphasizes the importance of implementing energy-efficient systems, incorporating sustainable materials, and utilizing water-saving technologies to mitigate the environmental impacts of traditional buildings.

As the world increasingly focuses on sustainable development, renovation and retrofitting of traditional buildings become imperative. Integrating energy-saving features, implementing recycling and waste management strategies, and adopting water-efficient practices can help mitigate the negative environmental impacts associated with traditional buildings. Additionally, policymakers, architects, and building professionals must prioritize sustainable design and regulatory frameworks to ensure a transition towards more sustainable building practices.

Green buildings can be defined as environmentally responsible and resource-efficient structures that aim to minimize negative impacts on the environment and enhance occupants' health and well-being. The definition of green buildings is strongly supported by scientific research that emphasizes energy efficiency, water conservation, sustainable material selection, indoor environmental quality, life cycle assessment, and green building certifications. As the world continues to prioritize sustainable development, the definition of green buildings will continue to evolve, with ongoing research highlighting new strategies to promote sustainability within the built environment.

Green building initiatives have become increasingly popular as municipalities embrace sustainable development practices. San Francisco, Vancouver, New York City, and Copenhagen have implemented successful green building initiatives that have reduced greenhouse gas emissions, promoted sustainable development, and enhanced energy efficiency. Lessons learned from these municipalities include the importance of robust policy frameworks, incentive programs, and engagement through education and awareness programs. The implementation of green building initiatives requires well-defined policies, stakeholder involvement, widespread backing, and a persistent effort to drive adoption.

Green buildings offer numerous benefits in terms of energy efficiency, lower carbon footprint, and improved health and safety. Scientific research consistently supports the advantages associated with green buildings. Energy-efficient technologies and design features contribute to reduced energy consumption and operational costs, while the incorporation of renewable energy sources helps mitigate climate change.

Moreover, green buildings prioritize occupant well-being by providing improved indoor environmental quality, resulting in higher productivity and reduced health-related issues. Additionally, green buildings underscore the importance of occupant safety through the use of non-toxic materials and advanced fire safety measures.

As the world grapples with climate change and strives for sustainable development, the adoption of green building practices becomes increasingly important. Policymakers, architects,

and building professionals should promote and incentivize the construction of green buildings through regulatory frameworks, financial incentives, and public awareness campaigns.

By incorporating energy-efficient technologies, renewable energy systems, and indoor environmental quality considerations, green buildings can be key contributors to a more sustainable future in terms of energy consumption reduction, carbon footprint mitigation, and improved health and safety for occupants.

REFERENCES

Allison, S. D., Hoppock, D. C., & Gray, D. L. (2018). The economic impact of green building on the US economy. Building and Environment, 142, 372-385. https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2018.06.036

Bratman, G. N., Anderson, C. B., Berman, M. G., Cochran, B., de Vries, S., Flanders, J., Folke, C., Frumkin, H., Gross, J. J., Hartig, T., Kahn Jr, P. H., Kuo, M., Lawler, J. J., Levin, P. S., Lindahl, T., Meyer-Lindenberg, A., Mitchell, R., Ouyang, Z., … Daily, G. C. (2019). Nature and mental health: An ecosystem service perspective. Science Advances, 5(7), eaax0903. https://doi.org/10.1126/sciadv.aax0903

Green Building Council of Australia. (2020). An economic guide to green building. https://new.gbca.org.au/resources/an-economic-guide-to-green-building/

Mannella, A., Ortega, E., & Johansson, E. (2020). A review of the effects of sustainable indoor environmental quality on occupant wellbeing and comfort. Journal of Sustainable Building Technology and Urban Development, 238-265. https://doi.org/10.1080/2093761X.2019.1668266

Zhan, Y., Han, Y., Tan, S., & Wu, Y. (2018). The development of green building industry in China: A review. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 82, 1879-1888. https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.09.102

Alam, A., Ahsan, A., & Ahmed, A. (2017). Embodied energy reduction in green buildings: A systematic review. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 78, 743-754.

Cabeza, L. F., Ferrer-Martí, L., Prieto-Montero, R., Sebastián-Pablos, N., & Cortés, C. (2018). Life cycle assessment (LCA) and life cycle energy analysis (LCEA) of buildings and the building sector: A review. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 79, 732-742.

Hedge, A., & Ayuso-Moreno, R. (2017). The hidden value of green buildings: Evidence from the rental market. Journal of Sustainable Real Estate, 9(1), 107-118.

Kulak, M., & Kuźniar, P. (2017). Towards sustainable buildings: A comparative analysis of certification schemes in Central Europe. Energy and Buildings, 142, 266-275.

Liu, Y., & Wu, C. (2019). Quantifying the potential of green building certification in water conservation: A case study of China's cities. Journal of Cleaner Production, 234, 631-641.

Mathur, J., & Garg, A. (2016). Energy simulation of a zeotropic refrigerant based heat pump for a green building. Energy and Buildings, 128, 543-556.

Chiang, G. L., & Yang, F. (2017). Reducing CO2 emissions by demolition waste recycling: A case study of reuse of traditional brick waste. Journal of Cleaner Production, 147, 69-78.

Fazal, M., Teli, M. A., Shaikh, F. H., & Khahro, S. H. (2016). Potential of rainwater harvesting system for water supply in hospitality industry. International Journal of Sustainable Built Environment, 5(2), 413-420.

Madani, H., & Ziaei, M. (2015). An investigation into the energy efficiency of existing traditional buildings. International Journal of Engineering, Transactions A: Basics, 28(1), 135-144.

Rao, S., & Dinakaran, M. (2017). Role of lighting energy efficiency in improving energy performance of the built environment. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 81, 2234-2253.

Rios-Diaz, J., Ramdehol, T., & Straatman, T. (2018). Waste reduction strategies in the construction industry in developing countries: A comparative analysis study. Journal of Cleaner Production, 188, 630-639.

Tripathi, K. P., Bilgili, M., Mishra, D., & Yeom, I. (2019). Water use in green buildings: A review based on global water footprint labeling systems. Journal of Cleaner Production, 230, 14-24.

Allen, J. G., MacNaughton, P., Satish, U., Santanam, S., Vallarino, J., Spengler, J. D. (2016). Associations of Cognitive Function Scores with Carbon Dioxide, Ventilation, and Volatile Organic Compound Exposures in Office Workers: A Controlled Exposure Study of Green and Conventional Office Environments. Environmental Health Perspectives, 124(6), 805-812.

Assouline, G., & Fuchs, L. (2016). Energy efficiency and financial benefits of large scale cool roofs implementation in residential buildings. Energy and Buildings, 133, 120-129.

Cabeza, L. F., Campeón, A., & Vilariño, V. (2017). Review of thermal energy storage technologies based on PCM application in buildings. Energy and Buildings, 140, 394-411.

Love, P., Singh, P., Smith, J., & Edwards, D. (2018). The embodied carbon footprinting of construction. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 81, 382-399.

Liu, Y., Wang, D., Li, Y., Hang, J., & Ding, G. (2017). Economic and environmental feasibility of promoting solar water heaters in residential buildings in Chongqing, China. Journal of Cleaner Production, 163, S144-S153.

Pradhan, K. B., Shankar, G. V. N., Pradhan, V. K., Mande, P., & Sharma, A. (2019). Prevention of fire in green buildings: A holistic approach. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 102, 280-291.

Roelofsen, P., Herkel, S., & Blok, K. (2018). Exploring the business case side of sustainability in offices. Journal of Cleaner Production, 193(S1), 347-356.

Ofori-Kuragu, J. K., Dzisi, M., & Tobe, V. (2019). Children's Attitudes towards Environmental Sustainability and Green Building Principles: Case of Ghana. Journal of Science and Technology (Ghana), 39(2), 62-73.

Singh, A., Varma, M., & Chandel, S. S. (2020). Incentives for promoting sustainable housing in India: An exploratory qualitative study. Journal of Cleaner Production, 256, 120426.

U.S. Green Building Council. (2008). Establishing baseline energy efficiency requirements for new buildings: Request for information. Retrieved from https://www.usgbc.org/resources/establishing-baseline-energy-efficiency-requirements-new-buildings-request-information

Wang, C., Yue, R., Liu, J., Mao, W., & Sun, X. (2019). China's green building development policies and initiatives: An implementation review and an assessment of their effectiveness. Journal of Cleaner Production, 231, 408-421.

Pembina Institute. (2019). The case for building zero carbon. Retrieved from https://www.pembina.org/pub/case-building-zero-carbon

Regional Plan Association. (2019). The benefits and costs of New York City's green buildings policies. Retrieved from https://www.rpa.org/policy-reports/gb-2019?rq=New%20York%20City%20green%20Building%20Initiatives

United Nations Environment Programme (UNEP). (2019). Innovative solutions for buildings: Copenhagen's green building policy program. Retrieved from https://www.unep.org/resources/report/innovative-solutions-buildings-copenhagens-green-building-policy-program

United States Environmental Protection Agency (EPA). (2017). Green building in San Francisco. Retrieved from https://www.epa.gov/sites/production/files/2017-11/documents/sanfrancisco-casestudy_0.pdf

EMBRACING THE FUTURE OF PUBLIC ADMINISTRATION: EVALUATING THE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF REMOTE WORK

Ali ŞAHİN[1]

Adnan SÖYLEMEZ[2]

ABSTRACT

The digital revolution and recent global developments have resulted in a significant increase in remote work across various sectors, including public administration. This trend offers numerous opportunities for public administration, including increased efficiency, cost-effectiveness, and employee satisfaction. However, it also presents a range of unique challenges that require thoughtful solutions.

In this paper, we seek to evaluate the opportunities and challenges of remote work in public administration. We begin by discussing the historical context that has led to the current trend of remote work and its potential impact on public administration. Drawing on a review of the current literature, we next explore the opportunities that remote work presents for public administration, including increased productivity, reduced costs, expanded talent pools, and improved work-life balance for employees.

However, we also acknowledge that remote work presents unique challenges that must be carefully considered and addressed. For example, maintaining communication and collaboration among remote workers and between remote workers and traditional office-based staff can be challenging. Additionally, remote work can contribute to a sense of isolation and loneliness for some employees, and there may be concerns related to cybersecurity and data protection.

In conclusion, we argue that remote work has significant potential to transform public administration and should therefore be embraced as an opportunity for positive change. We provide recommendations for addressing the challenges that remote work presents and for leveraging its potential benefits, with a view to creating a more efficient, effective, and satisfying workplace for public administration workers. Overall, this paper seeks to contribute to a growing discourse around embracing the future of public administration by exploring the opportunities and challenges presented by remote work.

Keywords: remote work, public administration, digital revolution, efficiency

KAMU YÖNETİMİNİN GELECEĞİNİ KUCAKLAMAK: UZAKTAN ÇALIŞMANIN FIRSAT VE ZORLUKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖZET

Dijital devrim ve son küresel gelişmeler, kamu yönetimi de dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde uzaktan çalışmada önemli bir artışa neden oldu. Bu eğilim kamu yönetimi için verimlilik artışı,

[1] Prof., Selçuk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and Public Administration, Konya/Türkiye, Orcid:0000-0002-1487-8717

[2] Assoc. Prof., Selçuk University, Vocational School of Social Sciences, Department of Management and Organisation, Konya/Türkiye, , Orcid:0000-0001-8153-0238

maliyet etkinliği ve çalışan memnuniyeti gibi çok sayıda fırsat sunmaktadır. Bununla birlikte, özenli çözümler gerektiren bir dizi benzersiz zorluk da ortaya koymaktadır.

Bu makalede, kamu yönetiminde uzaktan çalışmanın fırsatlarını ve zorluklarını değerlendirmeyi amaçlıyoruz. Mevcut uzaktan çalışma eğilimine yol açan tarihsel bağlamı ve bunun kamu yönetimi üzerindeki potansiyel etkisini tartışarak başlıyoruz. Daha sonra, mevcut literatürü gözden geçirerek, uzaktan çalışmanın kamu yönetimi için sunduğu artan verimlilik, azalan maliyetler, genişleyen yetenek havuzları ve çalışanlar için iyileştirilmiş iş-yaşam dengesi gibi fırsatları araştırıyoruz.

Bununla birlikte, uzaktan çalışmanın dikkatle değerlendirilmesi ve ele alınması gereken benzersiz zorluklar sunduğunu da kabul ediyoruz. Örneğin, uzaktan çalışanlar arasında ve uzaktan çalışanlar ile geleneksel ofis tabanlı personel arasında iletişim ve iş birliğini sürdürmek zor olabilir. Ayrıca, uzaktan çalışma bazı çalışanlar için izolasyon ve yalnızlık hissine katkıda bulunabilir ve siber güvenlik ve veri koruma ile ilgili endişeler olabilir.

Sonuç olarak, uzaktan çalışmanın kamu yönetimini dönüştürmek için önemli bir potansiyele sahip olduğunu ve bu nedenle olumlu değişim için bir fırsat olarak benimsenmesi gerektiğini savunuyoruz. Kamu idaresi çalışanları için daha verimli, etkili ve tatmin edici bir işyeri yaratmak amacıyla uzaktan çalışmanın getirdiği zorlukları ele almak ve potansiyel faydalarından yararlanmak için öneriler sunuyoruz. Genel olarak bu makale, uzaktan çalışmanın sunduğu fırsatları ve zorlukları keşfederek kamu yönetiminin geleceğini kucaklamaya yönelik büyüyen bir söyleme katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: uzaktan çalışma, kamu yönetimi, dijital devrim, verimlilik,

INTRODUCTION

The rapid advancement of technology has fundamentally altered the nature of work in the business sector, particularly in the public domain. These changes have given rise to remote working, which surpasses traditional office settings. To keep pace with this transformation and boost efficiency, the public sector has also adopted the teleworking approach.

As a consequence, teleworking has emerged as a crucial issue in the arena of public administration. Especially in recent years, global events have illustrated the criticality of teleworking as a business model. Public organizations can experience substantial disturbance to daily operations from epidemics, natural disasters, or other crises. As such, teleworking becomes integral as a crisis management tool for public administration.

This study aims to analyse the significance, suitability, and benefits of teleworking within the public administration sector, as well as the challenges and potential solutions. The paper will explore the implications of teleworking on the shaping of future public services and the adaption of the public sector to this new working model.

Managing this new way of working is of utmost importance as teleworking brings a fundamental change to the practice of public administration. This paper aims to address the significant issues surrounding understanding these changes and effectively implementing them.

I. BENEFITS OF REMOTE WORK IN PUBLIC ADMINISTRATION

The concept of remote working has gained significant attention in recent years, driven by advancements in technology and the increasing need for flexible work arrangements. Remote working refers to the ability of employees to perform their professional duties from a location

other than the traditional office setting. This article explores the benefits of remote working in public administration, focusing on its potential to enhance efficiency, cost effectiveness, and employee satisfaction. Drawing on scientific articles, this analysis aims to shed light on the positive impacts that remote working can have on public sector organizations.

1.1. Efficiency: Increasing Productivity through Remote Working

Remote working offers several advantages that can significantly boost efficiency within public administration. Research has consistently highlighted the positive impact of reduced commuting time on overall productivity levels (Biron et al., 2017). Employees who work remotely can use the time saved on commuting for more productive tasks. Additionally, remote workers often have fewer interruptions compared to their office counterparts, leading to enhanced concentration and task completion (Golden & Gajendran, 2019).

Moreover, remote working enables public sector employees to take advantage of flexible work schedules. Research suggests that leveraging flexible hours can lead to improved efficiency and job performance due to heightened motivation and enhanced work-life balance (Belanger, 2015). Flexibility in work hours allows employees to align their professional commitments with personal responsibilities, resulting in increased overall productivity (Golden & Veiga, 2005).

1.2. Cost Effectiveness: Analyzing Potential Savings

One of the most significant advantages of remote working for public administration is the potential for cost savings. Remote working reduces the need for physical office space and associated resources, thereby leading to substantial financial benefits for organizations. Research has shown that organizations can save a significant amount of money due to reduced real estate expenses and associated maintenance costs (Gajendran & Harrison, 2007).

Additionally, remote working can contribute to lower operational costs, including utilities and office supplies. Lack of commuting also reduces transportation expenses, making remote working an environmentally friendly option. Numerous studies have highlighted potential cost savings resulting from remote work implementation in organizations. These financial benefits can be utilized to improve other areas of public administration, ultimately leading to a more efficient use of taxpayers' money.

1.3. Employee Satisfaction: Enhancing Job Satisfaction, Work-Life Balance, and Productivity

Employee satisfaction is a crucial factor in determining overall productivity and organizational success. Remote working has been found to positively impact job satisfaction levels among employees in various industries, including public administration. Research reveals that employees who have the option to work remotely report higher job satisfaction levels due to increased autonomy and flexibility (Grant et al., 2013). Remote working offers individuals greater control over their work environment and schedule, enabling them to create a better work-life balance.

Better work-life balance, in turn, leads to increased job satisfaction and diminished work-related stress (Jones, 2015). Remote work provides individuals with the opportunity to allocate time to personal commitments, resulting in increased overall well-being. Consequently, higher job satisfaction levels lead to increased employee loyalty, reduced turnover rates, and higher levels of work engagement (Carpenter et al., 2014).

Remote working also enables organizations in public administration to access a broader talent pool by accommodating employees' geographic limitations and personal circumstances. This

flexibility allows skilled professionals who may not be able to commute to the office the chance to contribute their expertise to public sector organizations (Golden & Veiga, 2005). The increased availability of talent contributes to a higher level of skills available for public administration, ultimately improving the quality of services provided to the public.

Scientific articles suggest that remote working offers significant benefits to public administration organizations. The efficiency gains resulting from reduced commuting time, enhanced concentration, and task completion are all key contributors to increased productivity. Cost savings through reduced need for physical office space and resources further promote efficient resource allocation. Additionally, remote working promotes employee satisfaction by offering job flexibility and facilitating a better work-life balance, leading to heightened job satisfaction levels and increased overall productivity.

Public administrators should consider embracing remote working as a means to enhance their organization's efficiency, cut costs, and improve employee satisfaction. Policymakers must create frameworks and guidelines that support remote work initiatives and ensure proper implementation. Public administration must adapt to the evolving work environment brought about by technological advancements to capitalize on the numerous benefits remote working has to offer.

II. CHALLENGES OF REMOTE WORK IN PUBLIC ADMINISTRATION

The increasing popularity of remote work in public administration has numerous benefits, such as increased efficiency and employee satisfaction. However, it also presents unique challenges that organizations need to address to ensure the smooth functioning of their operations. This article delves into the challenges of remote work in public administration, focusing on cybersecurity risks, equity concerns, and the maintenance of effective communication and collaboration. By drawing on scientific articles, this analysis aims to provide insights into the challenges faced by public sector organizations in implementing and managing remote work.

1. Cybersecurity: Examination of Risks and Solutions

With the widespread adoption of remote work, public administration organizations face heightened cybersecurity risks. Remote work often takes place outside the traditional office environment, making it more vulnerable to cyber threats and attacks. Research suggests that the risks associated with remote work include data breaches, unauthorized access, and the compromise of sensitive information.

One of the primary challenges in remote work cybersecurity is ensuring adequate protection of data and information. Public administration organizations must invest in robust security measures, including regular software updates, secure virtual private networks (VPNs), and strong passwords. Implementing multi-factor authentication mechanisms and educating employees about cybersecurity best practices can also mitigate risks (Chang et al., 2021).

2. Equity: Addressing the Digital Divide

Equity is a significant challenge in the context of remote work, as not all public administration employees have equal access to the necessary technology and resources. The digital divide refers to the gap between individuals who have access to digital technologies and those who do not, and it can exacerbate existing disparities in society.

Research highlights the importance of addressing equity concerns in remote work arrangements to promote inclusivity and equal opportunities for all employees. Public sector organizations must address the digital divide by providing access to necessary hardware, such as laptops or

Wi-Fi hotspots, and ensuring training and technical support for employees. Collaboration with community organizations and governments can also assist in closing the digital divide and promoting equitable remote work opportunities.

3. Communication and Collaboration: Maintaining Effectiveness in a Remote Setting

Maintaining effective communication and collaboration is crucial for the success of remote work in public administration. Remote work alters the traditional dynamics of face-to-face interactions and can lead to communication gaps, reduced collaboration, and a sense of isolation among employees (Golden & Veiga, 2008).

Research suggests that public administration organizations should leverage various communication technologies to bridge the gaps created by remote work. Video conferencing tools, instant messaging platforms, and project management software can facilitate real-time communication and collaboration (Ducharme et al., 2020). Setting clear expectations regarding communication protocols, establishing regular check-ins, and promoting virtual team-building activities are also vital for fostering effective communication and collaboration in a remote setting (Gilson et al., 2015).

Scientific articles shed light on the challenges that public administration organizations face when implementing remote work. Cybersecurity, equity, and communication emerge as critical areas necessitating attention and proactive measures. Robust cybersecurity measures, including data protection policies, regular software updates, and employee training, are essential to mitigate risks. Addressing the digital divide through equitable provision of necessary technology and resources ensures all employees can fully participate in remote work initiatives. Moreover, effective communication and collaboration in a remote setting can be fostered through the use of appropriate communication tools and the establishment of clear protocols.

Public administration organizations must proactively address these challenges to successfully implement and manage remote work arrangements. Policymakers and administrators should collaborate to develop comprehensive strategies that prioritize cybersecurity, equity, and effective communication in remote work policies. By doing so, public administration organizations can navigate the challenges of remote work and reap its significant benefits, such as increased productivity, cost savings, and improved employee satisfaction.

IV. Case Studies

Remote work has become increasingly prevalent in public administration, offering numerous benefits such as increased flexibility, improved work-life balance, and enhanced productivity. However, the successful implementation of remote work in public administration is not without its challenges. This article presents case studies that examine both successful and unsuccessful implementations of remote work in public administration. By drawing on scientific articles, this analysis aims to provide insights into the factors that contribute to successful implementation and the lessons learned from unsuccessful attempts.

Case Study: The Remote Work Initiative in the City of Portland

The City of Portland implemented a remote work initiative in response to the COVID-19 pandemic, aiming to ensure business continuity while prioritizing the health and safety of its employees. The initiative focused on enhancing communication, collaboration, and performance management in a remote work environment.

Through a comprehensive survey and needs assessment process, the City of Portland identified the key requirements for successful remote work implementation. These included providing the

necessary technology infrastructure, ensuring clear communication channels, establishing performance metrics, and promoting employee well-being. The city also developed guidelines and policies to address remote work expectations and ensure compliance with relevant regulations (Bureau of Human Resources, 2021).

To support consistent communication and collaboration, the city implemented various digital tools such as video conferencing platforms, project management software, and instant messaging applications. Training sessions were conducted to ensure employees were proficient in utilizing these tools effectively. Regular virtual team meetings were also organized to maintain transparency, engagement, and a sense of belonging among remote workers (Bureau of Human Resources, 2021).

Notably, the City of Portland adopted a flexible approach that allowed employees to adjust their schedules to accommodate personal commitments while ensuring sufficient coverage during core business hours. This flexibility, coupled with ongoing support from supervisors and managers, contributed to high employee satisfaction and increased productivity (Bureau of Human Resources, 2021).

The successful implementation of remote work in the City of Portland suggests that a holistic approach that encompasses technological infrastructure, clear policies, and effective communication strategies can foster a productive and engaged remote workforce in public administration.

Lessons Learned

From the successful implementation case study in the City of Portland and the unsuccessful implementation case study in the federal government agency, several lessons can be derived for public administration organizations considering remote work implementation.

1. Investment in Infrastructure: Public administration organizations must invest in reliable technology infrastructure, including high-speed internet access, secure remote access tools, and adequate hardware and software resources to support remote work effectively (Dutta et al., 2018).

2. Clear Policies and Guidelines: Establishing clear remote work policies and guidelines is crucial to providing employees with clarity on expectations, performance metrics, work hours, and communication protocols. This helps ensure consistent accountability and equitable workload distribution.

3. Effective Communication and Collaboration: Public administration organizations should foster a culture of open communication and collaboration, supported by regular virtual team meetings, project management tools, and training sessions on remote collaboration technologies (Golden et al., 2020). Proactive efforts to maintain social connectedness and engagement among remote workers are also essential (Kniffin et al., 2021).

4. Flexibility and Support: Offering flexible work arrangements, such as adjusted scheduling and telecommuting options, and providing ongoing support from supervisors and managers contribute to employee satisfaction, work-life balance, and overall well-being.

Scientific articles examining case studies from successful and unsuccessful implementations of remote work in public administration shed light on the critical factors that contribute to successful adoption. The case study from the City of Portland demonstrates the value of a comprehensive approach, including technological infrastructure, clear policies and guidelines, and effective communication strategies. On the other hand, the unsuccessful implementation case study highlights the significance of investing in infrastructure, establishing clear policies, and providing ongoing support to remote employees.

Incorporating these lessons learned from case studies, public administration organizations can enhance their remote work initiatives, making them more effective, productive, and employee-centric. By implementing remote work successfully, organizations can leverage the numerous advantages it offers, including increased flexibility, improved work-life balance, and enhanced productivity in public administration.

V. Legal Frameworks for Remote Working Worldwide

1. Argentina

The amendments to the Telework Law (IOE-EMP, 2021), issued by the Argentine government and entered into force on 1 April 2021, introduce a number of important obligations and regulations for employees who work partially or fully remotely. Employers must now create a written teleworking agreement for each employee. This agreement must include the responsibilities of the parties and predetermined working hours. In addition, employees are given the right to disconnect from work-related communications and tasks after the end of the set working hours. This aims to maintain the work-life balance of remote workers. The law also emphasises the need to provide flexible working hours for employees who need to care for children or for employees caring for persons with disabilities or retired adults. Employers are obliged to provide teleworkers with the necessary work tools and must cover the costs of their installation, repair and maintenance. In addition, employers must reimburse employees for costs related to teleworking that are not normally borne by employees. This may include compensation for the use of employees' personal vehicles and partial reimbursement of internet services. The law emphasises that remote workers should have the same rights as those who work at the workplace. These legal acts are aimed at protecting the rights of remote workers and placing responsibility on employers to support and regulate the conditions for remote work. It reflects the growing importance of remote work in modern business environments and the need for clear rules for its implementation.

CONCLUSION

The emergence of remote work in public administration has revolutionized the way organizations operate, providing both benefits and challenges. As public administration entities strive to enhance efficiency, productivity, and employee well-being, remote work has garnered significant attention. This article aims to recapitulate the benefits and challenges of remote work in public administration by drawing on scientific articles. By examining empirical evidence, this analysis intends to provide a comprehensive understanding of the advantages and obstacles associated with remote work in this context.

Benefits of Remote Work In Public Administration

1. Increased Productivity

Multiple studies have highlighted that remote work can lead to increased productivity in public administration. A comprehensive research study conducted by Bloom et al. (2015) examined a Chinese travel agency and found that remote work led to a 13% increase in performance. Similarly, a study by Golden et al. (2020) emphasized that remote work helped avoid depletion and exhaustion, leading to higher levels of productivity.

2. Enhanced Work-Life Balance

Remote work offers public administration employees the opportunity to achieve a better work-life balance. The flexibility to work from home or other remote locations enables individuals to manage personal obligations without compromising professional responsibilities. This aspect is particularly beneficial for employees with caregiving responsibilities, as remote work

provides more time and flexibility to balance their personal and professional lives (Kniffin et al., 2021).

3. Improved Employee Well-being

Studies indicate a positive association between remote work and employee well-being in public administration. Remote work allows employees to create a personalized work environment, minimizing distractions, and promoting a healthier work atmosphere. This, in turn, contributes to improved mental health and overall well-being (Gajendran & Harrison, 2007).

4. Access to a Broader Talent Pool

The adoption of remote work in public administration can enhance access to a larger talent pool by overcoming geographical barriers. Organizations employing remote work arrangements can recruit employees from diverse locations, harnessing a wider range of skills and experiences (Davia et al., 2020). This increased diversity can foster innovation, creativity, and an enriched organizational culture.

Challenges Of Remote Work In Public Administration

1. Communication and Collaboration Barriers

Remote work may present challenges in maintaining seamless communication and collaboration within public administration organizations. The absence of face-to-face interaction can hinder the exchange of ideas and impede the spontaneous sharing of information (Golden et al., 2020). Ensuring effective communication through the use of digital platforms, regular virtual meetings, and well-defined collaboration procedures is essential to overcome these challenges (Angst et al., 2019).

2. Technological Infrastructure Limitations

Inadequate technological infrastructure can hinder the successful implementation of remote work in public administration. Insufficient access to reliable internet connections, secure data storage, and appropriate software tools can impede productivity and compromise the security of sensitive information (Hann et al., 2017). Organizations need to invest in robust and reliable technology infrastructure to overcome these limitations and ensure a seamless remote work experience.

3. Maintaining Employee Engagement

Remote work in public administration may pose challenges in maintaining employee engagement and a sense of connection to the organization. Without the physical presence and informal interactions in office settings, employees may experience feelings of isolation and reduced engagement (Allen et al., 2015). Addressing this challenge requires proactive efforts, such as virtual team building activities, virtual social events, and regular check-ins with remote employees, to foster a sense of belonging and maintain morale (Kniffin et al., 2021).

4. Managing Workload and Accountability

Another challenge in remote work implementation is establishing appropriate systems to manage workload distribution and ensure accountability. The absence of direct supervision may lead to a lack of clarity around roles and responsibilities, potentially resulting in uneven workloads, missed deadlines, and decreased team cohesion (Allen et al., 2015). Implementing clear policies, performance metrics, and regular check-ins can mitigate these challenges and ensure equitable work distribution.

Remote work in public administration offers numerous benefits, including increased productivity, enhanced work-life balance, improved employee well-being, and access to a

broader talent pool. However, challenges such as communication barriers, technological infrastructure limitations, maintaining employee engagement, and managing workload and accountability need to be addressed for successful implementation.

Understanding these benefits and challenges is crucial for public administration organizations as they navigate the evolving work landscape. By leveraging the benefits and implementing strategies to overcome the challenges, public administration entities can optimize remote work opportunities, fostering a productive and engaged workforce while providing flexibility and improving employee well-being.

REFERENCES

Allen, T. D., Golden, T. D., & Shockley, K. M. (2015). How effective is telecommuting? Assessing the status of our scientific findings. Psychological Science in the Public Interest, 16(2), 40-68.

Biron, M., Karanika-Murray, M., & Cooper, C. (2012). Improving organizational interventions for stress and well-being: Addressing process and context. Journal of Occupational Health Psychology, 22(3), 307-322.

Bloom, N., Liang, J., Roberts, J., & Ying, Z. J. (2015). Does working from home work? Evidence from a Chinese experiment. The Quarterly Journal of Economics, 130(1), 165-218.

Bureau of Human Resources. (2021). Employee Resources Related to COVID-19 / Teleworking | The City of Portland, Oregon. https://www.portlandoregon.gov/bhr/80528

Carpenter, N. C., Berry, C. M., & Houston, L. (2014). A meta-analytic comparison of self-reported and other-reported organizational citizenship behavior. Journal of Organizational Behavior, 35(4), 547–574. https://www.jstor.org/stable/26610914

Dutta, S., Lanvin, B., & Wunsch-Vincent, S. (2018). The global innovation index 2018: Energizing the world with innovation. Cornell University, INSEAD, and WIPO.

Gajendran, R. S., & Harrison, D. A. (2007). The good, the bad, and the unknown about telecommuting: Meta-analysis of psychological mediators and individual consequences. Journal of Applied Psychology, 92(6), 1524-1541.

Golden, T. D., & Veiga, J. F. (2005). The impact of extent of telecommuting on job satisfaction: Resolving inconsistent findings. Journal of Management, 31(2), 301-318.

Grant, C. A., Wallace, L. M., & Spurgeon, P. C. (2013). An exploration of the psychological factors affecting remote e-worker's job effectiveness, well-being and work-life balance. Employee Relations, 35(5), 527-546.

Hickey, M. (2023, January 5). How federal agencies can prepare employees for permanent remote work. Technology Solutions That Drive Government. https://fedtechmagazine.com/article/2023/01/how-federal-agencies-can-prepare-employees-permanent-remote-work

IOE-EMP. (2021, April 1). *Argentina introduces a law on telework*. Retrieved October 24, 2023, from https://industrialrelationsnews.ioe-emp.org/industrial-relations-and-labour-law-april-2021-1/news/article/argentina-introduces-a-law-on-telework

Jones, B. J. M. (2023, April 19). In U.S., telecommuting for work climbs to 37%. Gallup.com. https://news.gallup.com/poll/184649/employees-working-remotely-likely-worklife-balance.aspx

Kniffin, K. M., Narayanan, J., Anseel, F., Antonakis, J., Ashford, S. P., Bakker, A. B., Bamberger, P., Bapuji, H., Bhave, D. P., Choi, V. K., Creary, S. J., Demerouti, E., Flynn, F. J., Gelfand, M. J., Greer, L. L., Johns, G., Kesebir, S., Klein, P. G., Lee, S. Y., . . . Van Vugt, M. (2021). COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action. American Psychologist, 76(1), 63–77. https://doi.org/10.1037/amp0000716

Overmyer, S. P. (2001). Implementing telework: Lessons learned from four federal agencies. IBM Center for the Business of Government, 8–15.

TÜRKİYE'DE AFET YÖNETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ[1]

Prof. Dr. Mehmet GÖKÜŞ
Selçuk Üniversitesi
ORCID:0000000283376411

Nurullah KAYA
İçişleri bakanlığı
Orcid: 000900037869652X

Özet

Afet yönetimi literatürüne baktığımız zaman tarihsel sürecin, 1944 öncesi dönem, 1944-1958 arası dönem, 1958-1999 arası dönem ve 1999 sonrası olmak üzere kategorize edildiğini görüyoruz. 1958 yılında Sivil Savunma Kanunu'nun çıkarılması, 1999 Marmara Depremleri afet yönetim süreci içerisinde önemli dönüm noktaları olduğu için kategorizede kullanıldığı değerlendirilmektedir. Burada dönüm noktası olarak 1944 yılının olması bu yıl çıkarılmış olan 4623 sayılı "Yer Sarsıntılarından Evvel ve Sonra Alınacak Tedbirler Hakkında Kanun" ile zarar azaltıcı önlemlerin deprem olmadan önce yapılması gerektiğinin belirtilmiş olmasıdır. Risk yönetimini öncelemiş olmasıdır. Tarihsel sürece baktığımızda aslında risk azaltma politikalarının uygulandığını görüyoruz. Evet, tarihsel süreçte afet sonrası kriz yönetimi, yara sarma, yeniden inşa ön plandadır ama risk ve zarar azaltmaya dönük politikaların da uygulandığını göz ardı etmemek gerekiyor.

Bu dönemsel ayrımlar yapılırken, afet yönetimi içerisinde meydana gelen, kriz, risk, proaktif ve reaktif yaklaşımlar gibi gelişmeler göz önünde bulundurulmaktadır. Daha açık bir ifade ile 1944 öncesi yapılan çalışmaların kriz odaklı ve sadece yardım yapmaya ve yara sarmaya yönelik olduğu, 1944-1999 arasında risk odaklı çalışmaların başladığı, 1999 sonrasında ise kriz yönetiminden risk odaklı geçildiği gibi söylemler ortaya konulmaktadır. Ancak bu değerlendirmelerin, mevzuat çalışmalarına bakıldığında teknik olarak çok doğru olduğu söylenemez. Çünkü Türkiye'de 1940'lı yıllardan itibaren hazırlanan kanun veya yönetmeliklerin birçoğunda, koruma, önleme, tedbir alma, hazırlık yapma gibi risk yönetimini önceleyen yaklaşımların olduğu görülmektedir. Ancak kanunen yazı altına alınan bu ifadelerin, toplumsal karşılığının olduğu ya da davranış haline dönüşüp dönüşmediği tartışmaya açık bir konudur.

Anahtar kelimler: Afet, Afet Yönetim, Risk

Türkiye'de Afet Yönetiminin Tarihsel Gelişimi

Giriş

Afet kavramının literatürde birden fazla tanımı bulunmaktadır. Köken olarak Arapça bir kelime olan "afet", felaket, yıkım, musibet olarak tanımlanmaktadır (Develioğlu, 1978:13). TDK'ye göre ise afet, çeşitli doğa olaylarının sebep olduğu yıkımdır (TDK, 2022).

[1] Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde kabul edilen "Konya İl Risk Azaltma Planının İşlevselliği Üzerine Bir Değerlendirme" isimli tez den üretilmiştir.

En genel tanımla insanlar için fiziksel, ekonomik, sosyal ve çevresel kayıplar doğuran, normal yaşamı ve insan faaliyetlerini durdurarak veya kesintiye uğratarak toplulukları etkileyen ve etkilenen topluluğun kendi imkân ve kaynaklarını kullanarak üstesinden gelemeyeceği, doğal, teknolojik veya insan kökenli olayların sonuçlarına afet denilmektedir (Ergünay, 2009: 3; Kadıoğlu, 2011: 38; AFAD, 2022). Afetler, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etkinlikleri kesintiye uğratarak can ve mal kayıplarına neden olan, onarılması genelde uzun bir süreç gerektiren yıkımlara ve yok oluşlara neden olan doğa olaylarıdır (Koç ve diğ. 2005, 5'ten akt. Akyel, 2007: 6). Afet, sosyal bilimlere göre, fiziksel çevre ile yapılandırılmış alanın dinamik ve karşılıklı etkileşimi sonucunda oluşan, insan ve doğa yaşamını olumsuz yönde etkileyen beklenmedik olaylardır (Karancı, 2008: 52).

Afet olarak belirtilen olgunun, afet olup olmadığını ortaya koymak için herkesin üzerinde uzlaştığı temel ölçüt bulunmamaktadır. Bu konudaki genel yaklaşıma göre, belirli bir maddi değerin üstünde yıkım ya da hasar ve belirli sayının üstünde yaralanma ve ölüm olduğunda, bu durum "Etkili Afet" olarak nitelendirilmektedir (Şengün, 2007: 20). Afet tanımlamalarında ön plana çıkan unsurlara baktığımızda insan hayatı, sosyo-ekonomik yapı, çevre gibi faktörlerin belirleyici olduğu gözlenmektedir. Bazı çalışmalarda belli bir oranın üzerindeki ölüm, yaralanma ya da maddi kayıplar kriter olarak alınmaktadır. Bu da ortaya çıkan her bir olayın afet olarak değerlendirilmemesinden kaynaklanmaktadır.

Afet yönetimi, afet öncesinde, afet sırasında ve afet sonrasında alınması gereken önlemler ve yapılması gereken çalışmaların planlanması, yönlendirilmesi, koordine edilmesi, desteklenmesi ve etkin olarak uygulanabilmesi için toplumun tüm kurum ve kuruluşlarıyla, imkân ve kaynakların belirlenen stratejik hedefler ve öncelikler doğrultusunda kullanılmasını gerektiren, çok yönlü, çok disiplinli ve çok aktörlü, dinamik ve karmaşık bir yönetim sürecidir olarak karşımıza çıkmaktadır.(AFAD, 2022).

Afet yönetimi, afet öncesi, afet anı ve sonrasında gerçekleştirilmesi gereken, idari, teknik ve hukuki idari iş ve işlemlerin belirlenmesi ve bunların uygulamaya geçirilmesini sağlayan bir yönetim anlayışıdır (Çilingir, 2019: 40). Afet yönetimi, risk içeren konuların belirlenmesi, gerçekçi plan ve politikaların geliştirilmesi, karar alıcı ve uygulayıcılar dâhil toplumun tümünde farkındalığın artırılarak afet bilinci kültürünün oluşturulması, planlamadan değerlendirme ve analiz aşamasına kadar tüm süreci kapsayan, merkezinde kamu yönetiminin olduğu disiplinler arası bir çalışmadır (Karaman, 2016:2'den akt. Usta, 2019: 31).

Afet yönetimi çok katmanlı ve çok aşamalı bir süreçtir. Bireyden başlaması, ulusal ve uluslararası birçok kamu ve özel kurum ve kuruluşlarının süreçte yer alması katmanlı olmasını sağlamaktadır. (Gökçe ve Etik, 2012: 24).

1. Afet Yönetiminin Tarihsel Gelişimi

Anadolu'da yaşamış olan eski medeniyetlerin başta depremler olmak üzere; yangınlar, su baskınları, kuraklık gibi doğal afetlerden büyük ölçüde etkilenmiş ve daha sonra yöneticilerin kararları üzerine onarılmış veya yeniden yapılmış yapı ve yerleşmelerle ilgili birçok tarihi belge ve doküman bulunmaktadır (JİCA, 2004: 42).

Afet yönetimi literatürüne baktığımız zaman tarihsel sürecin, 1944 öncesi dönem, 1944-1958 arası dönem, 1958-1999 arası dönem ve 1999 sonrası olmak üzere kategorize edildiğini görüyoruz. 1958 yılında Sivil Savunma Kanunu'nun çıkarılması, 1999 Marmara Depremleri afet yönetim süreci içerisinde önemli dönüm noktaları olduğu için kategorizede kullanıldığı değerlendirilmektedir. 2009 yılında AFAD'ın kurulmasıyla Türk Afet Yönetimi politikasında önemli bir reform gerçekleştirilmiştir.

Burada dönüm noktası olarak 1944 yılının olması bu yıl çıkarılmış olan 4623 sayılı "Yer Sarsıntılarından Evvel ve Sonra Alınacak Tedbirler Hakkında Kanun" ile zarar azaltıcı önlemlerin deprem olmadan önce yapılması gerektiğinin belirtilmiş olmasıdır. Tarihsel sürece baktığımızda aslında risk azaltma politikalarının uygulandığını görüyoruz. Tarihsel süreçte afet sonrası kriz yönetimi, yara sarma, yeniden inşa ön plandadır bunun yanında risk ve zarar azaltmaya dönük politikaların da uygulandığını görülmektedir.

1.1. 1944 Yılı Öncesi Dönem

Osmanlı'dan Cumhuriyet'in ilk dönemlerine kadar afet yönetimi kavramı, afet sonrasında ortaya çıkan zararların giderilmesi ve yeniden inşa/iyileştirme çalışmalarını kapsamış, o olaya ilişkin özel bir yasa çıkarılmasıyla gelişmiş bu kapsamda afet öncesi dönemde risklerin azaltılmasına yönelik gerekli önlemlerin alınması çoğu kez göz ardı edilmiştir. Böylece, zaman içerisinde dağınık ve çeşitli kuruluşlar eliyle yürütülmeye çalışılan bir yapı oluşmuştur (Yavuz, 2020: 73, Erkan, 2010: 71).

İmar faaliyetlerine ilişkin ilk kez, sınırlı olsa da 1848 yılında Ebniye Nizamnamesi (Yapılar Tüzüğü) ile İstanbul'da yapılaşma ile ilgili esaslar belirlenmiştir. Bu esaslar 1882 yılında tüm imparatorluk sınırlarında geçerli kılınmıştır. Ayrıca İstanbul'un yerleşme ve yapılaşmasını düzenlemek ve denetlemek amacıyla 1855 yılında İstanbul'da ilk belediye teşkilatı kurulmuş olup, 1877 yılında çıkarılan yasa ile belediye teşkilatlarının tüm imparatorluk sınırları içerisinde kurulması kararlaştırılmıştır (Erkan, 2010: 76; JİCA, 2004: 43).

1868 yılında kurulmuş olan "Osmanlı Yaralı ve Hasta Askerlere Yardım Cemiyeti" adıyla kurulan Hilal-i Ahmer Cemiyeti'nin (Türkiye Kızılay Derneği) faaliyetleri arasında ülkede meydana gelen afetlerden sonra müdahale, ilk yardım, iyileştirme ve yaraları sarmak gibi faaliyetler de vardır (Akyel, 2007: 69). Cumhuriyetin ilanı ile birlikte Mübadele, İmar İskân Bakanlığı kurularak, yerleşme ve yapılaşmanın kurallara bağlanması ve göçmen mübadelesiyle gelenlerin iskân sorunlarını çözmek hedeflenmiştir. Ancak, Bakanlık bir yıl sonra kapatılmıştır (TBMM, 1997: 5).

1930 yılında yürürlüğe giren 1580 sayılı Belediye Kanunu ve 1933 yılında yürürlüğe giren 2290 sayılı Belediye Yapı ve Yolları Kanunu ile belediyelere şehirleşme ve konut yardımı konusunda yeni bir takım sorumluluklar yüklenmiş ve bu Kanunlarla Yapılar Tüzüğü çağın gereklerine uygun olarak yeniden düzenlenmiştir (TBMM, 1997:7). Yasada doğal afet zararlarının azaltılması konularında doğrudan hükümler bulunmasa da, bu yasanın yerleşme ve yapılaşmalara yeni esaslar getirdiği için, dolaylı olarak doğal afet zararlarının azaltılması çalışmalarına yardımcı olduğu söylenebilir. 1939 yılında 3611 sayılı yasa ile Bayındırlık Bakanlığının kuruluş kanunu değiştirilmiş ve yerleşme, yapılaşma ve doğal afetlerle ilgili

faaliyetleri yürütmek amacıyla "Yapı ve İmar İşleri Reisliği" kurulmuştur (JİCA, 2004: 5; TBMM, 1999: 13).

1939 yılında ülkemizde son yüzyılın en büyük depremi olan Erzincan depremi meydana gelmiştir. Depremde 32.962 kişi hayatını kaybetmiş 116.720 yapı yıkılmış veya ağır hasır görmüştür. Böylece Cumhuriyet tarihinde doğrudan afetlerle ilgili ilk kanun olan 3773 sayılı "Erzincan'da ve Erzincan Depreminden Müteessir Olan Mıntıkalarda Zarar Görenlere Yapılacak Yardımlar Kanunu" çıkarılmıştır. İlk kez bu kanunla, depremden etkilenen yörelerdeki vergi mükelleflerinin tüm vergileri terkin edilmiş, memur ve diğer çalışanlara 3 maaş tutarında avans verilmesi öngörülmüş ve evleri yıkılan veya kullanılamayacak hale gelen kişilere ücretsiz arsa ve yapı malzemesi verilmesi kararlaştırılmıştır (TBMM, 1997: 5).

1940'lı yılların başlarında ülkemizin birçok yöresinde yoğun sel ve su baskınları yaşanması üzerine 1943 yılında 4373 sayılı "Taşkın Sulara ve Su Baskınlarına Karşı Korunma Kanunu" çıkarılmıştır. Su baskınları afetine karşı, afetler olmadan alınacak tedbirler belirlenmiş ve afet esnasında yapılacaklar yeni esaslara bağlanmıştır (TBMM, 1997: 6).

1. 2. 1944-1958 Arası Dönem

1942 ve 1944 yılları arasında meydana gelen Niksar-Erbaa, Adapazarı-Hendek, Tosya-Lâdik ve Bolu-Gerede depremlerinde 43.319 kişi vefat etmiş, 75.000 kişi yaralanmış ve 200.000 civarında yapı yıkılmıştır. Bunun üzerine ciddi bir düzenlemenin yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda 1944 yılında 4623 sayılı "Yer Sarsıntılarından Evvel ve Sonra Alınacak Tedbirler Hakkında Kanun" çıkarılmıştır. Deprem riski olan bölgelerin tespit edilmesi ve yayımlanması, deprem riski olan bölgelerde yapılacak yapılara bir takım şartlar getirilmesi, il ve ilçelerde acil yardım ve kurtarma plan ve programlarının hazırlanması, depremler sırasında halkın ve yöneticilerin görev ve sorumluluklarının belirlenmesi gibi düzenlemeler yer almıştır (TBMM, 1997: 9; Erkan, 2010: 78; JİCA, 2004: 44).

4623 sayılı yasaya dayanarak 1945 yılında Türkiye'nin ilk Deprem Bölgeleri Haritası ve Türkiye Yer Sarsıntısı Bölgeleri Yönetmeliği (bugünkü adıyla Türkiye Bina Deprem Yönetmeliği) çıkarılmıştır. 4623 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesi Türkiye'nin afet yönetimi açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Ayrıca Kanun'un yürürlüğe girdiği tarihte Japonya, Amerika Birleşik Devletleri ve İtalya dışında benzer kanuna sahip başka bir ülke bulunmaması dikkate değer bir ayrıntıdır (Yavaş, 2005: 125'ten akt. Yavuz, 2020: 75).

1944-1958 döneminin önemli bir özelliği de afetlere yönelik kurumsal yapılanmaların başlamış olmasıdır. Bu zaman dilimi içerisinde, 1953 yılında Yapı ve İmar İşleri Reisliği bünyesinde Deprem Bürosu kurulmuştur. Daha sonra bu büronun uygulama alanı genişletilerek ismi DE-SE-YA (Deprem, Seylap*, Yangın) Şubesi olarak değiştirilmiştir. Şubenin görevi doğal afetlerin ortaya çıkardığı zararların azaltılmasıdır. Yine 1953 yılında yeraltı ve yerüstü sularının neden olabileceği zararları önlemek amacıyla Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü kurulmuştur (Yavuz, 2020: 76).

1956 yılında çıkartılan 6785 sayılı İmar Yasası ile belediye sınırları içinde ve mücavir alanlarda planlama, yapılaşma ve ruhsat alma-verme kurallara bağlanmış ve ilk kez yeni

* Seylap: Su Baskını, Taşma, Taşkın, Fezeyan (TDK, 2022).

yerleşim alanlarının belirlenmesinde, doğal afet tehlikesinin dikkate alınması ve fenni mesuliyet sistemi ile yapı denetimi sağlanması konularına önem ve öncelik verilmesi öngörülmüştür. Kanunun gerektiği işlerin gerçekleştirilmesi amacıyla 1958 yılında İmar ve İskân Bakanlığı kurulmuştur (Erkan, 2010: 79).

1.3. 1958-1999 Arası Dönem

Bu dönemde hem hukuksal, hem de yönetimsel anlamda önemli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. 1958 yılında kurumsallaşma açısından önemli bir gelişme 7126 sayılı Müdafaa Kanunu'nun çıkarılması ve Sivil Savunma İdaresi Başkanlığının kurulmasıdır. Böylece afet sonrasında yapılması gereken arama-kurtarma ve ilk yardım çalışmalarının esasları belirlenmiş ve sivil savunmayla ilgili teşkilatlanma, görev ve sorumlulukların tanımlanması gerçekleştirilmiştir.

Sivil Savunma İdaresi Başkanlığının görev alanları, 1985 yılında İçişleri Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'la genişletilmiş ve kurum, yangından korunma ve önleme tedbirleri, itfaiye teşkilatlarının standartlarını tespit etme, personeli eğitme ve koordinasyonu sağlama görevlerini de bünyesine alarak Sivil Savunma Genel Müdürlüğü adını almıştır (Türkdamar, 2011: 18'den akt. Yavuz, 2020: 77).

1959 yılında 7269 sayılı Umumi Hayata Müessir Afetler Dolayısıyla Alınacak Tedbirlerle Yapılacak Yardımlara Dair Kanun, diğer bir ifade ile "Afet Kanunu" çıkartılmıştır. Dönemine göre, uluslararası alanda çağdaş ve kapsamlı afet yasalarından biri olarak değerlendirilen ve birçok ülke tarafından örnek alınan yasa önemli ölçüde revize edilmiş olup halen geçerlidir.

Cumhuriyet döneminde afet ile alakalı çıkarılmış bulunan bütün kanunları tek bir kanun halinde toplayan yasanın amacı; doğal afetler nedeniyle meydana gelebilecek can ve mal kayıplarının mümkün olan en düşük düzeye indirilmesi, afet anında ve afetten sonra, etkili işleyecek bir örgütlenme yapısının kurulmasıdır. *Yasa ile her bir afet sonrasında ayrı bir yardım kanunu çıkarılması uygulamasına son verilerek Genel Bütçe dışında Afetler Fonu oluşturulması öngörülmüştür.* Bu Kanun'un 4. Maddesine dayanılarak çıkarılan 88/12777 sayılı Afetlere İlişkin Acil Yardım Teşkilatı ve Planlama Esaslarına Dair Yönetmelik çıkarılmış ve afete müdahale çalışmalarının planlanması ve uygulanması düzenlenmiştir (Erkan, 2010: 80; Yavuz, 2020: 77). 1965 yılında DE-SE-YA (Deprem, Seylap-Yangın) yerine Afet İşleri Genel Müdürlüğü kurulmuştur.

1983 yılında Bayındırlık Bakanlığı ve İmar ve İskân Bakanlığı birleştirilerek Bayındırlık ve İskân Bakanlığı kurulmuştur. 1985 tarihinde imar mevzuatını yeniden şekillendiren 3194 sayılı İmar Kanunu yürürlüğe girmiştir. Kanun'un getirdiği en önemli yenilik imar planları yapım ve yürütülmesi konularında mahalli idarelere yetki vermesidir (Erkan, 2010: 80).

1992 yılında meydana gelen Erzincan Depremi ve diğer afet bölgelerinin kayıpları 3838 sayılı "Erzincan, Gümüşhane ve Tunceli İllerinde Vuku Bulan Deprem Afeti ile Şırnak ve Çukurca'da Meydana Gelen Hasar ve Tahribata İlişkin Hizmetlerin Yürütülmesi Hakkında Kanun ile telafi edilmeye çalışılmıştır (Erkan, 2010: 81).

1995 yılında 4123 sayılı "Tabii Afet Nedeniyle Meydana Gelen Hasar ve Tahribata İlişkin Hizmetlerin Yürütülmesine Dair Kanun" çıkarılmıştır. 3838 sayılı Kanun'un uygulamaları bütün afetlere uygulanacak şekilde genişletilmiştir. İki ay sonra meydana gelen Dinar

depremindeki uygulamalarda yetersiz kalmış ve depremin ardından 4133 sayılı Kanun ile bir takım değişiklikler yapılmıştır (Yavuz, 2020: 77). 88/12777 sayılı yönetmeliğe dayanarak Doğal Afetler Koordinasyon Kurulu ve Afetler Merkez Koordinasyon Kurulu olmak üzere iki temel yapı göze çarpmaktadır. 1996 yılında Başbakanlığa bağlı Başbakanlık Kriz Yönetim Merkezi kurulmuştur.

1990'lı yılların sonnu Türk afet yönetiminin yapısal, işlevsel ve zihinsel değişim arayışlarına sahne olmuştur. 1980'li yıllardan itibaren dünyada afet yönetimi, kamu yönetimi ve yönetim bilimleri alanında yaşanan dönüşümlere paralel olarak Türkiye'de afet yönetiminin nasıl daha etkin bir şekilde uygulanabileceği tartışılmaya başlanmıştır. Bu değişim arayışları kapsamında iki temel düşünce ön plana çıkmaktadır. Birincisi afet yönetiminin öncelikli ilgi alanının afet sonrasındaki müdahale ve yardım çalışmalarından, afet meydana gelmeden önce yapılacak zarar ve risk azaltma faaliyetlerine kayması gerektiği düşüncesi, ikincisi ise afet yönetimindeki yetki ve sorumlulukların yerelleştirilerek farklı sektörlerdeki kurumlar arasındaki yönetişim mekanizmalarının güçlendirilmesi yaklaşımıdır (Yavuz, 2020: 78).

1.4. 1999-2009 Arası Dönem

17 Ağustos 1999 ve 12 Kasım 1999 tarihlerinde Marmara Bölgesinde meydana gelen depremler, Türkiye'nin afet yönetimi açısından önemli bir dönüm noktasıdır (Kutluk, 2016: 82'den akt. Yavuz, 2020: 79). O dönem Türkiye açısından yüzyılın felaketi olarak adlandırılan bu depremler, nüfusun ve sanayinin en yoğun olduğu bölgede meydana gelmiş ve sonuçları itibariyle oldukça yıkıcı bir etki ortaya çıkarmıştır. Resmi rakamlara göre 18.243 kişi hayatını kaybetmiş, 48.901 kişi yaralanmış ve yaklaşık 10 milyar Amerikan Doları ekonomik kayıp meydana gelmiştir (Erkan, 2010: 122).

Büyük can kaybına ve geniş çaplı hasara neden olan bu depremler, Türkiye'de afet yönetimi konusunun tekrar gözden geçirilme zorunluluğunu acı bir şekilde ortaya koymuştur. 1999 yılına kadar afet yönetimi ile ilgili yapılan hukuksal, yönetimsel ve diğer çalışmaların yeniden gözden geçirilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Bütünleşik afet yönetim sisteminin her evresinin özellikle risk yönetimi evresinin önemi bir kez daha anlaşılmıştır. Marmara depremleri sonrası, afetlerde kriz yönetiminde müdahale aşamasının önemli olduğu bir kez daha anlaşılmıştır. Afetlerle mücadelede sivil toplum kuruluşları, özel sektör kuruluşları, gönüllüler, yerel yönetimler olmak üzere topyekûn bir mücadelenin önemi anlaşılmıştır.

Depremden sonra 38 kanun ve kanun hükmünde kararname, 28 kararname, 6 yönetmelik, 17 tebliğ ve 9 genelge yürürlüğe konmuştur ve bu çalışmaların birçoğu meydana gelen afetlerin sonucuna yönelik olarak hazırlanmıştır (Güler, 2012: 92'den akt. Sarı, 2022: 46).

Deprem sonrasında farklı kurum ve kuruluşlar, odalar, üniversiteler tarafından birçok rapor hazırlanmıştır. Bu raporlarda Türkiye'deki afet yönetiminin kurumsal yapılanması, mevzuatı, dünyadaki afet yönetimi gelişmelerine paralel adımların izlenmesi, sivil toplum kuruluşlarının ve toplumun tümünün dâhil olduğu çağdaş bütünleşik afet yönetimine geçilmesi öngörülmüştür. Raporlar afet risk azaltma yöntemleri ve politikalarını doğrudan ya da dolaylı şekilde etkilemiştir.

Durum tespiti ve yönlendirme amaçlı raporların bir kısmı şunlardır:

TBMM Meclis Araştırma Komisyonu Raporu (2000),

Ulusal Deprem Konseyi Raporu (2002),

Deprem Şurası Raporu (2004),

Devlet Planlama Teşkilatı Doğal Afetler Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2000),

Türkiye İktisat Kongresi Deprem Çalışma Grubu Raporu (2004),

Sayıştay Başkanlığı Afet Raporu (2002),

Kentleşme Şurası (2009),

TMMOB ve bağlı odalar raporları olmak üzere pek çok rapor hazırlanmıştır.

Bu raporlarda özellikle risk azaltmaya daha fazla yatırım yapılması gerektiği belirtilmiştir. Bölgesel ve yerel düzeylerde risklerin azaltılması ve afetler öncesinde alınması gereken önlemleri kapsamıştır. Afet yönetiminde kriz yönetiminden risk yönetimini önceleyen politika değişiminin yapılması gerektiği ısrarla vurgulanmıştır.

1. 5. 2009 AFAD Sonrası Dönem

1999 Marmara Depremlerinin büyük can kaybına ve geniş çaplı hasara neden olması ülkemizde afet yönetimi konusunun tekrar gözden geçirilme zorunluluğunu acı bir şekilde ortaya koymuştur. Koordinasyon sağlanması gereken kurumların afetlerle ilgili yetki ve sorumluluklarının yeniden tanımlanması ihtiyacı afet ve acil durumlarda yetki ve koordinasyonun tek bir elde toplanmasını zorunlu kılmıştır (https://www.afad.gov.tr/afad-hakkinda).

Bu doğrultuda afetlerle ilgili olarak görev yapan İçişleri Bakanlığı'na bağlı Sivil Savunma Genel Müdürlüğü, Bayındırlık ve İskân Bakanlığı'na bağlı Afet İşleri Genel Müdürlüğü ve Başbakanlık'a bağlı Türkiye Acil Durum Yönetimi Genel Müdürlüğü kapatılarak 2009 yılında Başbakanlığa bağlı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) kurularak yetki ve sorumluluklar tek bir çatı altında toplanmıştır. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile ilgili yapılan düzenlemeler kapsamında, 15 Temmuz 2018 tarihinde yayımlanan 4 No'lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı İçişleri Bakanlığına bağlanmıştır.

AFAD, afetlerin önlenmesi ve zararlarının azaltılması, afetlere müdahale edilmesi ve afet sonrasındaki iyileştirme çalışmalarının süratle tamamlanması amacıyla gereken faaliyetlerin planlanması, yönlendirilmesi, desteklenmesi, koordine edilmesi ve etkin uygulanması için ülkenin tüm kurum ve kuruluşları arasında işbirliğini sağlayan, çok yönlü, çok aktörlü, bu alanda kaynakların rasyonel kullanılmasını gözeten, faaliyetlerinde disiplinler arası çalışmayı esas alan iş odaklı, esnek ve dinamik yapıda teşkil edilmiş bir kurumdur (https://www.afad.gov.tr/afad-hakkinda).

AFAD'ın kurulmasıyla beraber "Bütünleşik Afet Yönetimi Sistemi" modeli benimsenmiştir. (*afet-öncesinde "risk ve zarar azaltma, hazırlık", afet-anında "acil durum müdahalesi", afet-sonrası "müdahale, iyileştirme ve yeniden yapılanma*") Bu model ile öncelik "Kriz Yönetiminden Risk Yönetimi "ne verilmiştir. AFAD'ın kurulması ile başlayan süreç, Türkiye'de afet yönetimi açısından hem kurumsal olarak hem de zihinsel anlamda köklü bir

değişime işaret etmektedir. Bu dönem önceki dönemlerden keskin bir şekilde ayrılmakta ve ayrı bir dönemi oluşturmaktadır (Yavuz, 2020: 82).

2009 yılında 5902 sayılı kanunla kurulan AFAD'ın üst kurullarında Afet ve Acil Durum Yüksek Kurulu, Afet ve Acil Durum Koordinasyon Kurulu ve Deprem Danışma Kurulu vardı. 2018 yılında bu kurullar lağvedilmiş, Afet ve Acil Durum Danışma Kurulu kurulmuştur. Bu kurula AFAD Başkanı veya görevlendireceği Başkan Yardımcısı başkanlık etmiştir.

18.09.2020 tarihli 31248 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 67 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Afet ve Acil Durum Kurulu oluşturulmuştur. Kurul; yaşanabilecek afet ve acil durumlara yönelik risk faktörlerini belirleyerek öncesinde yapılması gereken koruyucu ve önleyici faaliyetler ile afet ve acil durum sonrasında yapılması gereken çalışmalar hakkında öneriler sunmak ve kurumlara rehberlik yapmak, afet ve acil durumlara ilişkin politika ve öncelik tekliflerini belirlemek amacıyla kurulmuştur. İçişleri Bakanı başkanlığında toplanan kurul ilgili bakanlıkların bakan yardımcıları, Türkiye Kızılay Derneği, Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü temsilcilerinden oluşturulmuştur. Gerek duyulması halinde diğer bakanlık, kamu kurum ve kuruluşu, üniversite ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri çağrılabilecektir.

Kurul temsiliyetinin Bakan düzeyine çıkarılması önem arz etmektedir. Daha önce AFAD başkanı başkanlığında toplanan kurulun başkanlığına İçişleri Bakanı'nın başkanlık etmeye başlaması ve kurul üyelerinin yüksek yetki ve sorumluluk sahibi kişilerce yeniden oluşturulmasını uygulamanın etkinliğini de arttırmıştır.

09.06.2022 tarihli 31861 sayılı resmi gazetede yayımlanan 103 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararnamesi ile AFAD merkez teşkilatında değişiklikler yapılmıştır. AFAD, 2009 yılında, teşkilat şemasında daire başkanlıkları şeklinde kurulmuştu. Yeni düzenleme ile 4 yeni genel müdürlük ihdas edilmiştir. Bütünleşik afet yönetiminin evreleri genel müdürlük düzeyine çıkarılmıştır. Bu durum AFAD'ın kurumsal kapasitesinin daha da gelişmesi yönünde önemli bir değişiklik olarak görülebilir.

Risk yönetimi anlamında bir olan daire sayısının Risk Azaltma Planları Dairesi ve Risk Belirleme ve Önlem Dairesi olarak ikiye çıkarılması önemli bir düzenlemedir. AFAD kuruluş misyonunda "Kriz Yönetiminden Risk Yönetimine" doğru bir anlayış benimsemiştir. 2009 sonrası ilk süreçte AFAD'ın müdahale odaklı bir anlayış geliştirdiğini gözlemliyoruz.

Yerel örgütlenmede ise önemli değişiklikler yapılmıştır. Kanun'un ilk yürürlüğe girdiği tarihte yereldeki afet yönetimi faaliyetlerini icra etmek üzere il özel idarelerine bağlı Afet ve Acil Durum Müdürlüğü kurulmuştur. Ancak uygulamada yaşanan aksaklıklar nedeniyle bu sistem uzun soluklu olmamış ve 2014 yılında 5902 sayılı Kanun'da değişiklik yapılarak İl Afet ve Acil Durum Müdürlükleri, AFAD'ın taşra teşkilatı olarak yeniden yapılandırılmış" (Yavuz, 2020: 83) İl AFAD müdürlüklerinin risk azaltma sürecinde üstlendikleri görevler önemlidir. Özellikle ilgili paydaşlar arasında işbirliği ve koordinasyonun sağlanması, yerelde afet eğitimleri, tatbikatlar, erken uyarı sistemlerinin geliştirilmesi gibi faaliyetler yürütülmektedir. Bunlar risk yönetimi kapsamında önemli çalışmalardır. İl AFAD'ların kurumsal kapasitelerinin daha da geliştirilmesi gerekiyor.

Sonuç:

Son dönemde genel kabul gören risk odaklı anlayış kurumsal düzeyde önemli gelişmeler kaydetmiştir. Bu genel olarak değerlendirildiğinde olumlu bir durumdur. Bu düzenlemelerin risk azaltma uygulayıcıları olan kurumlara nasıl yansıtılacağı bu kurumların uygulamayı nasıl gerçekleştirileceği önem kazanıyor. Türk kamu yönetiminin temel sorunlarından biri olan kurumsal düzenlemeler ile pratik uygulamaların örtüşmediği gerçeği tarihsel birikim olarak hep karşımıza çıkan bir durumdur. Risk yönetimi konusunda yapılan düzenlemeler afet yönetiminin tüm paydaşlarınca benimsenmenin yanında hızlı bir şekilde uygulamaya da geçilmesi gerekmektedir.

KAYNAKCA

AFAD, (2022). Açıklamalı Afet Yönetimi Terimleri Sözlüğü.

Akyel, R. (2007). Afet Yönetim Sistemi: Türk Afet Yönetiminde Karşılaşılan Sorunların Tespit ve Çözümüne İlişkin Bir Araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Adana

Çilingir, Azimli G. (2019). "Türkiye'de Afet Yönetimi ve İdarenin Sorumluluğu", Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Develioğlu, F. (1978). Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lügat, Ankara: Doğuş Ltd. Şti. Matbaa

Ergünay, O. (2007). TMMOB Afet Sempozyumu. Ülkemizde Afetler, (1-15), Ankara.

Erkan, A. (2010). Afet Yönetiminde Risk Azaltma ve Türkiye'de Yaşanan Sorunlar, DPT Uzmanlık Tezi.

Gökçe, O., Tetik, Ç. (2012). Teoride ve Pratikte Afet Sonrası İyileştirme Çalışmaları, AFAD Başkanlığı, Ankar

JICA Türkiye Ofisi Yayın No: 2, Ankara.

Kadıoğlu, M. (2008). Modern Bütünleşik Afet Yönetiminin Temel İlkeleri. M. Kadıoğlu, E. Özdamar (Ed). (1-35), JICA Türkiye Ofisi Yayın

Kadıoğlu, M. (2011). Afet Yönetimi: Beklenilmeyeni Beklemek, En kötüsünü Yönetmek. T.C Marmara Belediyeler Birliği Yayını. Yayın No

Karancı, A. N. (2008). Modern Bütünleşik Afet Yönetiminin Temel İlkeleri. . M. Kadıoğlu, E. Özdamar (Ed). Afet Zararlarını Azaltmada Psikolojinin Önemi (51-59), JICA Türkiye Ofisi Yayın No: 2, Ankara.

Sarı, B. (2022). Afet Yönetiminde Temel ve Stratejik Ortaklar Arası Koordinasyonun Analizi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Afet Yönetimi Anabilim Dalı.

Şengün, H. (2007). Afet Yönetimi Sistemi ve Marmara Depremi Sonrasında Yaşanan Sorunlar. Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Ankara.

TBMM, (1997). Doğal Afetlerde Meydana Gelen Can ve Mal Kaybını En Aza İndirmek İçin Alınması Gereken Tedbirlere Ait Meclis Araştırma Komisyonu Raporu.

Usta, E. (2019). Afet Yönetiminde Risk Azaltmanın Önemi, Tecrübeler ve Türkiye'deki Uygulama Örnekleri. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Afet Yönetimi Anabilim Dalı Afet Yönetimi

Yavuz, Ö. (2020). Afet Yönetiminde İşbirliği Ağlarının Önemi: Kocaeli Örneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.

MEDYA DA SAĞLIK HABERLERİ VE ETİK

Prof.Dr., Makbule Evrim GÜLSÜNLER
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-2092-0958
Doç.Dr., Gözde KOSA
Kafkas Üniversitesi, – 0000-0003-4252-6994

ÖZET

Son yıllarda sağlık medyasında geçmişe kıyasla olumlu hareketlenmeler olsa da medya da sağlık alanı ile ilgili çok farklı ve gerçeği kanıtlanmamış haberlere rastlamak mümkün hale gelmektedir. Gazetelerin sağlık ya da aile-sağlık sayfaları her gün ajanslardan ya da yüzlerce internet portalından akan haberlerden kısa kısa seçmeler ve kadınları ya da çocuk sağlığını ilgilendiren dikkat çekici bir manşet haberle geçiştirilmektedir. Durum televizyonların haber bültenlerinde de farklı değildir. Özellikle ana haber bültenlerinde yer alan sağlık haberlerinde genel olarak şok zayıflama reçeteleri, kalbe, gribe iyi gelen bitkiler, otlar gibi konularla sınırlı durumdadır ve bu haberlerin gerçekliği tartışmaya açıktır. Bu ortamlarda içeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması, avantajlar kadar dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Bu mecraların kontrolsüzlüğü nedeniyle yanlış bilgileri de içerdikleri unutulmamalıdır. Örneğin bir kişinin tecrübe edip yarar gördüğü bir tedavi yöntemini sosyal medyada paylaşması, bu tedavi yönteminin bir başka kişide de aynı sonucu oluşturacağı anlamına gelmemektedir. Tedavi yöntemlerinin bireysel göre düzenlenmesi gerekliliği göz önüne alındığında bu tür mecralarda tek doğruymuş gibi ifade edilen yöntemlerin zaman zaman bir başkası için büyük olumsuzlukları beraberinde getirdiği de açıktır.

Bu çerçevede bu bildiride sağlık haberleri ve etik ilişkisi irdelenmeye çalışılarak çok geniş uygulama biçimleriyle yeni bir alan olan sağlık iletişimine genel bir açıklama getirmek ve konunun etik açıdan önemine vurgu yapmaktır.

Anahtar Kelimeler : Etik, Medya, Sağlık Haberleri.

HEALTH NEWS AND ETHICS IN MEDIA

ABSTRACT

Although there have been positive movements in the health media in recent years compared to the past, it is possible to come across very different and unproven news about the field of health in the media. The health or family-health pages of newspapers are covered with short selections from the news coming from agencies or hundreds of internet portals every day and a remarkable headline news concerning women or children's health. The situation is no different in television news bulletins. Especially in the health news in the main news bulletins, they are generally limited to topics such as shock weight loss prescriptions, plants and herbs that are good for the heart and flu, and the reality of these news is open to debate. Creation of content by users in these environments brings with it disadvantages as well as advantages. It should not be

forgotten that these media also contain incorrect information due to their lack of control. For example, just because a person shares a treatment method that they have experienced and benefited from on social media does not mean that this treatment method will produce the same result in another person. Considering the need to tailor treatment methods to the individual, it is clear that the methods that are expressed as if they are the only correct ones in such media sometimes bring great negativities for others.

In this context, this paper aims to examine the relationship between health news and ethics, to give a general explanation to health communication, which is a new field with a wide range of applications, and to emphasize the ethical importance of the subject.

Key Words: Ethic, Media, Health News

1. Introduction

The issue of false and misleading news spread from an unknown and unreliable source, which is frequently encountered on the internet and social media, affects society negative . However, when the subject is "health" and "health-related news", the situation becomes much more important and extra sensitive. Because individuals are directly and irreversibly affected by fake health news, social media posts and health-related information.

Health, an area that should not be acted upon with assumptions, is too serious an issue to be left to the versatile effects of the internet and social media. Because when it comes to health, the subject we are trying to get information about and learn something about, advantages can turn into disadvantages and conveniences can turn into difficulties. When problematic internet use is added to this situation, it is inevitable to experience many health-related problems.

The developments in recent years in the field of health-related publishing in Turkey have attracted attention in the field of communication science and various studies have begun to be put forward in this context. These studies focus on different aspects of the subject, such as the impact of health news/publications on the behavior of the individual and their evaluation in general in terms of press principles. However, how to behave ethically in the context of health news/publishing regarding the preparation and presentation of news that directly affects the life of the individual has not been discussed. Although there are principles determined in studies conducted abroad as a separate field of expertise, ethical principles specific to health journalism/publishing have not been put forward in Turkey. In this context, the problem of the study is to reveal what the ethical principles can be in the field of health journalism/publishing in Turkey, within the framework of social responsibility theory.

2. Health News and Ethics

Health news and ethics intersect in various ways, and it's crucial for healthcare professionals, researchers, journalists, and the public to be aware of these ethical considerations in order to make informed decisions and promote the well-being of individuals and society as a whole.

When consuming health news, it's important to critically evaluate the sources and consider the ethical implications of the reported information.

2.1.Health News

People typically learn about developments and information related to health from the media, and the media responds to people's interest in this regard. According to Demir (2008: 3), among the news articles in the press, health news has the highest readership rate with a 14% share, and therefore, readers are most influenced by health news.

In Karagöz's work (2009: 192), the importance of the media in shaping individuals' attitudes, opinions, and behaviors in the context of health information is emphasized, and the media is identified as the primary source.

Articles written about events in the field of health and medicine not only have the nature of news but also serve the purpose of "informing and communicating" to the community. Articles related to the preservation and improvement of public health, diagnosis, treatment, care, and rehabilitation of diseases, the status and issues concerning the healthcare system and services, as well as introductions and statements from healthcare providers, service recipients, and their views and thoughts in this field, fall within this scope (Sütlaş, 2007:32).

Defining the functions of health journalism primarily as enlightening people about health issues, raising awareness about public health, and promoting health consciousness, and framing its subject matter as new discoveries in the field of medicine, developments in the healthcare sector, the course of prevalent diseases in the country and the world, interesting events, legal regulations, personal stories, etc. is possible.

It is possible to say that in today's world, health has become a field with news value. The fact that health news ranks high among the types of news read in newspapers by readers provides information about the importance of this type of news. Recent studies have shown that health news articles in print media have a readership rate of 14%, following local and political news, and readers are most influenced by these news articles (Tabak, 1999: 61). Readers have become followers of the media in matters related to staying healthy, maintaining youth, beauty, new treatment options for diseases, and more.

Journalism associations and federations have established a wide range of ethical guidelines to guide journalists in their work, covering issues from plagiarism to privacy, corrections to confidentiality (Bertrand, cited in Potter, 2006: 65). These guidelines generally include three fundamental elements: "basic values such as respect for life and human solidarity, basic prohibitions such as not lying and not causing unnecessary harm to others or someone's property, and journalistic principles like truth, fairness, and independence."

2.2.Ethics

Ethical principles and rules are standards established by an organization or group according to its own culture, and are also accepted by society. Based on these principles and rules, an

individual's behavior is evaluated as ethical or unethical. Unlike legal rules, ethical principles and rules are formed not by laws but by social reactions, and sanctions are developed by society or the organization or group. In this context, ethical values are not considered as ready-made moral prescriptions, and they become valid to the extent that they are internalized (Ethics, Coded Ethics, and Practice, 2012: 27-28).

Ethics is a philosophical and moral discipline that examines the evaluation of right and wrong, good and bad, and the accepted rules of conduct and values. Ethics provides guidance on how people should behave and establishes moral values. Its primary purpose is to encourage individuals to act in a truthful and moral way and promote fair and respectful behavior in social relationships.

Ethics is shaped not only by personal values but also by societal norms and cultural values. Ethical rules and principles are based on fundamental values such as honesty, justice, respect, responsibility, fairness, loyalty, autonomy, and personal freedom. These values help individuals establish harmonious and just relationships in the societies they live in.

Ethics can be applied in various fields and professions. For example, business ethics governs behavior and decisions in the business world, medical ethics relates to the provision of healthcare services, and journalism ethics regulates the conduct of journalists in news reporting. News ethics is a concept that encompasses the ethical and professional rules, principles, and guidelines that are applicable in journalism and news reporting processes. News ethics provides guidance on how journalists should prepare, present, and communicate news. It also encourages ethical communication with the public and helps maintain the credibility of the journalism profession.

News ethics is based on some fundamental principles:

- Truthfulness and Impartiality: Journalists should present their news in a truthful and realistic manner. News should be verified from reliable sources. Impartiality implies that news should be presented in an objective manner.
- Respect for Privacy: News ethics emphasizes respecting personal privacy and confidentiality. News should be reported without intruding into individuals' private lives.
- Respect for Human Dignity: The language and visuals used in news should show respect for human dignity. It prohibits discrimination and the use of discriminatory language.
- Avoiding Revenge and Defamation: News should not include expressions aimed at revenge or defamation.
- Transparency: News ethics encourages transparency in disclosing news sources and funding. Conflicts of interest should be clearly stated.
- Avoiding Conflicts of Interest: Journalists should avoid personal conflicts of interest when writing or presenting news. A clear distinction should be made between advertising and content.

- Respect for Human Dignity: News should be presented without undermining the dignity of individuals. Particularly in the case of tragic events and personal tragedies, sensitivity should be shown.

News ethics ensures that journalists provide news to the public in an accurate, fair, and respectful manner. These ethical rules help prevent misleading the public, enhance the credibility of news, and preserve the integrity of the journalism profession.

2.3.Ethical principles in health journalism

Ethical principles in journalism have been shaped around values such as truth, honesty, autonomy, independence, and objectivity (Altun, 2011: 12). The primary function of these professional ethical principles is to protect the mission and role of journalism while ensuring the credibility of the profession. In Turkey, the right to health has been constitutionally protected, and health services have been entrusted to the state as an obligation based on the principle of a social state. The preamble of the Constitution of the Republic of Turkey defines the fundamental right of individuals, including their inviolability, and provides explanations regarding the right to health in Articles 17 and 56 concerning health services and the protection of the environment (Constitution of the Republic of Turkey).

The right to health, as part of the definition of social rights related to the right to life, is closely intertwined with the understanding and culture of health. However, the reflection of health in the media varies according to the context in which health issues are associated, including science, politics, public versus private/private, culture, and public authority, maintaining a constant position between human and industry. Therefore, presenting health content in the media along with science, politics, or economic topics is considered a common practice.

Ethical violations in health journalism are listed as follows in Soygüder's study "Patient Privacy and the Media" (2011): interference in a doctor's or patient's private life and infringement of personal rights, news that unreasonably raises false hopes or causes panic, health reporting by journalists without sufficient expertise or source verification, lack of distinction between advertising and news (private hospitals, aesthetic centers, clinics, pharmaceutical advertisements, medical devices, etc.), the uncontrollable rise of media-friendly doctors, and targeting news leading to psychological and physical attacks on doctors by patients' relatives. Ethical issues can categorized in health journalism into two main categories concerning news sources and market relationships in a study on the attitudes and behaviors of healthcare professionals toward health news. The primary ethical principles that should prevail in health journalism are informativeness and accuracy, independence and objectivity, and privacy and confidentiality.

Ethical issues in health news can be identified as follows:

• Invasion of privacy and violation of confidentiality

• Use of offensive language

• Profiteering from offering false hope

• Creating fear and panic

• Sensational content

• Incomplete or incorrect information

• Giving individual health advice

• Commercial interests and sponsorship

Here is an example of an unethical news report related to cancer:

Title: "Fake Cancer Cure Claims Lead to Profitable Scams"

News Text: This news report exposes a series of unethical activities where individuals or organizations make false claims about miracle cures for cancer, luring vulnerable patients into purchasing expensive and ineffective treatments. The report highlights how these scams have proliferated, leading to financial exploitation and emotional distress for cancer patients and their families.

This unethical news report sensationalizes false information and exploits the fears and vulnerabilities of cancer patients. It promotes fraudulent treatments for personal gain and contributes to misinformation. Such reporting is harmful, unethical, and misleading to the public.

Here is an ethical news example related to cancer:

Title: "New Treatment Methods Offer Hope in the Fight Against Cancer with Scientific Accuracy in Focus"

News Text: This news highlights the development of new treatment methods in the fight against cancer and focuses on promising scientific research. The news provides information about recent developments and treatment options related to cancer. However, it also emphasizes that

these treatment methods are still in the experimental stages and need to be scientifically validated.

This news emphasizes scientific accuracy and honesty while sharing promising developments. It draws attention to new treatment options for cancer but reminds readers that these treatments are not yet fully proven and that we should await the results of clinical trials. The aim is to inform the public by presenting developments in science and medicine in an unbiased and accurate manner. This is an example of ethical journalism.

3. Conclusion

In democracies, the media, considered as the fourth estate, should be seen as a tool for contributing to the development of individuals and society as a whole by providing information. In today's rapidly advancing communication technology, new ethical values need to be established (Yanık, 2016:45) in tandem with new media, and these principles should be followed correctly. "Healthy" health journalism involves conveying information about matters of public concern to the public in an ethical framework, accurately and objectively. To prevent misleading and flawed information that could have negative consequences in health news, it is necessary for healthcare and media to adhere to their ethical values, ensuring that the public is informed correctly. Collaboration between health professional associations and the media, as well as information exchange, will contribute to the correct guidance of the public in health-related issues.

• Health journalism requires a serious social responsibility. While journalists provide accurate and objective news, they should not forget their responsibility to protect the individual's personal rights.

• In health news, context should not be disconnected from the news, title, and content, information should not be distorted, exaggerated, and misleading additions should not be made, and sensational language and images should be avoided.

• In health news, information should be based on scientific findings and should be presented accurately without a profit motive. Advertising should not be done through custom news.

• Journalists should be aware of the distinction between different concepts of private life and privacy, and should be careful in their news.

• News should be fair for everyone, meaning it should not highlight or stigmatize any group of people.

Making "healthy" health journalism involves conveying information about matters of public concern to the public in an ethical framework, accurately and objectively. From a phenomenological perspective, news that relies on descriptions of the immediate should be produced with concerns about presentation style rather than content (Yüksel, Yanık & Ayazlar, 2015:56). To prevent misleading and flawed information that could have negative consequences in health news and to ensure the correct guidance of the public, healthcare institutions and

organizations should adhere to their ethical values. Collaboration between health professional associations and the media, as well as information exchange, will contribute to the correct guidance of the public in health-related issues. Health news and ethics interact in various ways, and it is important for health professionals, researchers, journalists, and the public to be knowledgeable about these ethical considerations in order to critically evaluate information and consider the ethical dimensions of the information presented while consuming health news.

References

Altun, F. (2011). Medya etiği ve tarafsızlık söylemi. İş Ahlakı Dergisi, 4 (8), 9-24.

Demir, M. (2008). Yazılı basında yayınlanan sağlık haberlerinin kamuoyuna etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi.

Karagöz, K. (2009). Sağlık Haberlerinin Risk Algısı Oluşturma Bağlamında Etik Açıdan Değerlendirilmesi, Medya ve Etik Sempozyumu (Prepared for Publication by: Mustafa Yağbasan). Elazığ:Fırat Üniversitesi, 189-207.

Kaya, A. (2016) Sağlık Konulu Yayıncılıkta Etik İlkeler. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Sütlaş, M. (2007) Medya için Sağlık, Sağlık için Medya. İstanbul: Bas-Has Yayınları.

Soygüder, Ş. (2011.). Popüler basında yer alan magazin haberlerinde kullanılan fotoğraflarda etik sorunu, http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/turk.htm [Erişim Tarihi: 12.10.2023].

Potter, D. (2006). Bağımsız gazeteciliğin el kitabı, http://photos.state.gov/libraries/turkey/231771/PDFs/bagimsizgazetecilik.pdf [Erişim Tarihi:12.10.2023]

Tabak, R. S. (1999). Sağlık İletişimi, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Yüksel, A., Yanık, A. & Ayazlar, R. (2015) Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınevi.

Yanık, A. (2016) Yeni Medya Nedir Ne Değildir?, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9,45, 898-910.

DİJİTAL İLETİŞİM VE KRİZ YÖNETİMİ

Doç. Dr., Gözde KOSA

Kafkas Üniversitesi,– 0000-0003-4252-6994

Prof. Dr., Makbule Evrim GÜLSÜNLER

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-2092-0958

ÖZET

Dijitalleşme, iletişim açısından büyük bir dönüşümü temsil etmekte ve özellikle iş yaşamında iletişim pratiğini büyük ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle kurumların dijital iletişim teknolojilerini anlaması ve etkili bir şekilde kullanması son derece önemlidir. Dijital iletişim, kavramı internet, sosyal medya, mobil cihazlar ve diğer dijital teknolojiler kullanılarak yapılan iletişimi kapsamaktadır. Kriz yönetimi ise bir krizin ortaya çıkması durumunda, krizin etkilerini en aza indirmek ve krizden kaynaklanan zararları telafi etmek için yapılan çalışmalardır. Dijital iletişim, kriz yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Kriz durumunda, işletmeler, kuruluşlar ve bireyler, krizi doğru ve etkili bir şekilde yönetmek için dijital iletişim kanallarını kullanabilirler. Dijital iletişimde dijital iletişim kanallarının kullanılmasıyla kriz yönetiminde hızlı ve etkin bilgi paylaşımı, hedef kitleye daha hızlı ve etkili olarak ulaşılmasını sağlamanın yanı sıra, kriz etkileşiminin etkinliğinin ölçülmesini kolaylaştıracaktır. Dijital iletişimin kriz yönetiminde etkili bir şekilde kullanılabilmesi için kriz yönetimi planına dahil edilerek, dijital iletişim kriz yönetimi planının bir parçası olarak ele alınması gerekmektedir. Ayrıca kriz dönemlerinde dijital iletişimden sorumlu bir ekip oluşturulması krizin yönetimi için son derece önemlidir. Bununla beraber, kriz durumunda hedef kitleye ulaşmak için doğru dijital iletişim kanalları seçilmesi kriz iletişiminin etkin bir şekilde yürütülmesine katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada kriz anlarında dijital iletişimde kullanılacak kriz iletişim stratejileri ayrıntılı olarak açıklanarak, kriz anlarında etkili iletişim stratejileri örneklerle tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital İletişim, Kriz Yönetimi

DIGITAL COMMUNICATION AND CRISIS MANAGEMENT

ABSTRACT

Digitalization represents a significant transformation in terms of communication and particularly impacts communication practices in the business world. Therefore, it is crucial for organizations to understand and effectively utilize digital communication technologies. Digital communication encompasses communication conducted using the concepts of the internet, social media, mobile devices, and other digital technologies. Crisis management, on the other hand, refers to the efforts made to minimize the effects of a crisis and compensate for the damages caused when a crisis arises. Digital communication plays a significant role in crisis management. In times of crisis, businesses, organizations, and individuals can utilize digital communication channels to manage the crisis accurately and effectively. The use of digital communication channels in digital communication will facilitate rapid and efficient information sharing in crisis management, as well as enabling faster and more effective reach to the target audience, and making it easier to measure the effectiveness of crisis interactions. For effective utilization of digital communication in crisis management, it should be incorporated into the crisis management plan and considered as a part of the crisis communication plan. Additionally, establishing a team responsible for digital communication during crisis periods is crucial for crisis management. Furthermore, selecting the right digital communication channels to reach the target audience during a crisis will contribute to the effective execution of crisis communication.

In this study, crisis communication strategies that will be used in digital communication during crisis moments will be explained in detail, and effective communication strategies during crises will be discussed with examples.

Keywords: Digitalization, Digital Communication, Crisis Management

1. GİRİŞ

"Dijital İletişim ve Kriz Yönetimi: Dijital Çağın Zorunlu Evrimi"

Dijitalleşme, iletişim dünyasını kökten değiştirmektedir. Geleneksel iletişim yöntemleri, dijital teknolojilerin ve internetin yükselişiyle birlikte hızla evrilmekte ve bu dönüşüm, özellikle kriz yönetimi alanında önemli etkiler yaratmaktadır. "Dijital İletişim ve Kriz Yönetimi" kavramı, günümüzün hızla değişen ve zorlu iletişim ortamında krizlerin etkili bir şekilde yönetilmesini

ele almaktadır. Dijital iletişim, internet, sosyal medya, mobil cihazlar ve daha birçok dijital teknoloji aracılığıyla gerçekleşmekte ve bu teknolojiler, anında iletişimi, küresel erişimi ve çeşitli iletişim kanallarını mümkün kılmaktadır. Kriz yönetimi ise, beklenmedik olaylar veya tehlikeler durumunda etkili bir yanıt geliştirme ve krizin etkilerini en aza indirme amacını taşımaktadır.

Günümüzde, krizler hızla yayılmakta ve kamuoyuna büyük bir hızla ulaşmaktadır. Bir kriz anında, haberler sosyal medya platformlarında ve dijital haber kaynaklarında anında paylaşıldığı için, işletmeler, kuruluşlar ve bireyler, krizi yönetmek ve krizden kaynaklanan zararları en aza indirmek için dijital iletişim araçlarını kullanmak zorundadır.

Dijital iletişimin kriz yönetiminde önemli rol oynamaktadır. Kriz anında, doğru ve güncel bilgilere hızlıca ulaşmak, krizin yönetimini kolaylaştırır ve insanların güvende kalmasını sağlamakta ayrıca, kriz algısını yönetmek ve insanların sorularını yanıtlamak da dijital iletişim araçları ile mümkün hale getirmektedir.

Bu çalışmada dijital iletişim ve kriz yönetiminin bir araya geldiği bu önemli konuları ele alacak. Kriz anlarında dijital iletişimin etkili bir şekilde nasıl kullanılacağını, kriz yönetimi stratejilerini ve dijital iletişim araçlarını incelenerek, kriz yönetimi için en iyi uygulamaları tartışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. DİJİTAL İLETİŞİM

Dünyamız hızlı bir değişim ve gelişim sürecindedir. Bu hızlı değişim ve gelişime neden olan en büyük etken bilimsel ve teknolojik alandaki gelişmelerdir. Bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler, bilgisayar dili olan dijital dildeki gelişmeler bilgi çağının yaşanmasına etki eden en önemli gelişmeler olarak yer almaktadır (Giddens, 2005, 462). Bilgisayarlar ve iletişim uydularının birleşmesiyle dünya küresel bir yapıya dönüşmüştür. Dijital iletişim ağları olarak örneğin sohbetler, online forumlar, e-posta, Twitter, SMS,WhatsApp veya Threema, audio ve video iletişimi sağlayan Skype veya Teamspeak, Smartphone'larv.d. anılabilir. Anılan ağlarda kurulan dijital iletişim yazıyla gerçekleşmektedir. Yazıyla gerçekleşen dijital iletişim, ölçünlü dilden oldukça farklılıklar göstermektedir" (Beisswenger2015:3). Bu farklılıklar, yazı diline semitik ve piktografik (Demir,2017) unsurların girmesinden dijital iletişim ortamının teknik donanımından kaynaklanmaktadır. Dijital iletişim hızlı ve olanı anında paylaşma olanağı yarattığı için, konuşma diline yakındır.

Beisswenger dijital iletişimi diğer iletişim formlarından iki özelliği bakımından ayırır.

1. Dijital iletişim dijital cihazlar (bilgisayar, tablet bilgisayar, cep telefonu, smartphone) üzerinden gerçekleşen bir iletişimdir. Temelinde haber üretimi ve alımı, dijital kodlama, ağlar üzerinden haberalış verişi vardır.

2. Dijital iletişim söyleşimsel (diyalojik) bir iletişimdir. Bunun temelinde ise haberlerin üretici ve alımlayıcılar arasında hızlı ve açık biçimde mübadele edilebilmesi imkânı yatar. (2015:5).

Sosyal ağlar, kullanıcıların kendi içeriklerini yaratabildikleri, zaman ve mekandan bağımsız olarak iletişim kurabildikleri, istedikleri kişilerle ortak bir sosyal alan oluşturabildikleri sanal buluşma ortamlarıdır. Sosyal ağlar, sosyal medya platformu içerisinde en popüler alanlardır. Facebook, Myspacegibi arkadaşlık sitelerinin yanında LinkedIn, Netlog, Xing gibi iş bağlantılı sosyal ağ sitelerinin varlığına da rastlamaktayız. Özellikle iş bağlantılı sosyal ağ siteleri profesyonel hayatın paylaşıldığı, eğitim, iş alanı gibi özelliklerin dikkate alındığı, yapılan işlerin ve ortak konuların paylaşılmasına fırsat veren ağlardır. Ayrıca bu ağlar, iş ve eleman arama siteleri gibi de çalışmaktadır. Sosyal ağlar ister arkadaşlık sitesi olsun ister iş bağlantılı siteler olsun, kurumsal iletişim uygulamaları için oldukça uygun bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal ağların toplulukları organize etme ve harekete geçirme konusundaki örnekleri göz önünde bulundurulduğunda, hedef kitleyi ikna etme amacıyla kullanımı da kurumlar tarafından dikkate değerdir (Alikılıç, 2011; 36).

Sosyal ağların kurumlar açısından tercih edilmesinde bazı nedenler şunlardır:

• *Kuruma ait içeriğin daha hızlı yayılması için de uygun bir araçtır.*

• *Kurumun sosyal ağlarda yer alması, farkındalığının artışını da sağlayacaktır.*

• *Kurumların sosyal ağlardaki varlığı, iletişim teknolojilerindeki yaklaşımları takip etmesinin göstergesi olması açısından kuruma itibar sağlayacaktır.*

• *Kurumların gerçekleştirdikleri etkinliklerinin duyurulmasında etkin olarak kullanılmaktadır.*

• *İki yönlü iletişim ve etkileşime olanak vermektedir.*

2.2.KRİZ YÖNETİMİ

Kriz, bir kişi, bir örgüt ya da bir toplumun yaşamında görülen zor bir ani, bir buhran dönemini anlatır. Kriz, belirsizliği ve zarar görme olasılığını, riski içeren bir kavramdır. Bir kriz durumu

yavaş yavaş ya da birdenbire oluşabilir, dar veya geniş bir alanı kapsayabilir (Bozkurt vd., 1998: 155). Kriz yönetimiyle ilgili farklı tanımlar yapılmaktadır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır:

"Kriz yönetimi; karşılaşılabilecek bir kriz durumunda, kriz sinyallerinin yakalanarak değerlendirilmesi ve işletmenin kriz durumunu en az kayıpla atlatabilmesi için gerekli önlemlerin alınması ve uygulanması faaliyetlerinden oluşan bir süreçtir (Pearson ve Clair,1998:61).Diğer bir tanıma göre kriz yönetimi; işletmenin temel ürün, hizmet, üretim süreci, personeli, çevresi ve toplum üzerinde ciddi tehlikeler yaratabilecek krizleri önlemek amacıyla yürüttüğü birbirine bağlı bir seri değerlendirme ve denetimdir (Dyer, 1995:38).Örgütsel anlamda kriz, örgütün amaçlarını ve varlığını tehdit eden, örgütün risk önleyici önlemlerini yetersiz kılabilecek nitelikte, örgütün ani tepkisini gerektiren beklenmedik ve hızlı değişikliklerin söz konusu olduğu, planlama ve karar mekanizmalarını olumsuz biçimde etkileyen, gerilimli bir durum olarak değerlendirilebilir. Kriz örgütün yeni bilgiler ve deneyimler kazanmasına, bunu bir fırsat haline dönüştürmesine de olanak sağlayarak bir dönüm noktası olabilir (Bozkurt vd., 1998: 155). Kriz yönetimi doğru yapılmazsa işletmenin rekabet avantajlarını veya önemli hedeflerini tehdit edebilmekte, organizasyonu zayıflatabilmekte veya tahrip edebilmektedir (Glaesser, 2006: 12-14). Kriz yönetimi, potansiyel kriz durumlarının önceden belirlenmesini ve bunlarla nasıl başa çıkılacağının kararlaştırılmasını gerektirmektedir. İşletmelerin, yaşayabilecekleri krizler için gerekli kaynakları ayırmaları, alt yapı sistemlerini oluşturmaları, donanımlarını güçlendirmeleri, krize hazır olma ve kriz anında yönetimin konularında bilgili ve yetenekli olması, işletmenin krizden en az zararla çıkmasına katkı sağlamaktadır (Sezgin, 2003:181). İşletmeler sürekli kendini yenilemek ve dünyadaki gelişmeleri takip edip proaktif olmak durumundadır.

Kriz yönetimine yönelik geleneksel yaklaşım, kriz anında yöneticilerden beklenen bozulma ve yıkım sonrasında oturup başarısızlıktan doğacak zararın sınırlanmaya çalışılmasıdır.

Ancak son zamanlarda bu tutumlar değişiklik göstermektedir. Günümüzde organizasyonlar içerisinde gelecekte yaşanabilecek olası gelişmeleri ele alacak şekilde daima birtakım planlar ve eylem planları düzenlenmelidir. Ayrıca yöneticiler gelecekteki olası olayları düşünmeli ve katıldıkları öngörülemeyen olaylarla başa çıkmaya hazırlıklı olmalıdır; bu nedenle kriz yönetimi, düzenli iç ve dış stresler, ciddi itibar, karlılık veya organizasyonun hayatını tehdit eden bu sorunları önceden tahmin etme ve bunlarla baş etmeye hazırlanma ihtiyacını vurgulamaktadır (Karami ve Jarihan:2016).

Kriz yönetimi, beklenmeyen olayların veya durumların etkilerini en aza indirme, hızlı tepki verme ve olumsuz sonuçları sınırlama sürecini içerir. Kriz yönetimi, bir organizasyonun veya kişinin krizle başa çıkmak için izlediği stratejilerin ve yöntemlerin bir bütünüdür. Kriz yönetiminin temel özellikleri şöyle sıralanabilir:

Hazırlıklı Olma: Kriz yönetimi, beklenmeyen olaylar gerçekleşmeden önce önleyici tedbirler almayı içerir. Organizasyonlar kriz planları oluşturmalı, eğitimler düzenlemeli ve krizle başa çıkma süreçlerini hazırlıklı bir şekilde ele almalıdır.

Hızlı Tepki: Kriz anında hızlı ve etkili bir şekilde tepki verme önemlidir. Kriz yönetimi ekibi, sorunun boyutunu hızla değerlendirmeli ve uygun adımları atmalıdır.

İletişim: Kriz yönetimi, açık ve etkili iletişimle desteklenmelidir. Hem iç hem de dış iletişim stratejileri oluşturulmalı, çalışanlar, müşteriler, medya ve diğer ilgili taraflar bilgilendirilmelidir.

Kriz Yönetimi Ekibi: Organizasyonlar genellikle kriz yönetimi ekibi oluşturur. Bu ekip, krizle başa çıkmak için gerekli bilgi, beceri ve yeteneklere sahip kişilerden oluşur.

Esneklik ve Uyarlanabilirlik: Kriz yönetimi sürekli bir öğrenme sürecini içerir. Ekip, krizlerden elde edilen deneyimleri kullanarak stratejilerini geliştirmeli ve krizlerle başa çıkmak için esnek olmalıdır.

İyi Koordinasyon: Kriz yönetimi, farklı departmanlar ve ekipler arasında iyi bir koordinasyon gerektirir. Tüm paydaşlar arasında iş birliği sağlamak, krizin etkilerini azaltmada önemlidir.

Kriz İzleme ve Değerlendirme: Kriz yönetimi süreci, krizin başlangıcından sonuna kadar sürekli izleme ve değerlendirme gerektirir. Bu, stratejilerin etkisini değerlendirmeyi ve gerektiğinde ayarlamalar yapmayı içerir.

İnsan Odaklılık: Kriz yönetimi, insanların güvenliği ve refahını öncelikler. İnsanların yaşamını ve sağlığını korumak önemlidir.

Kriz Sonrası Değerlendirme: Kriz sonrası dönemde, krizin nasıl yönetildiği ve organizasyonun nasıl iyileştirilebileceği konusunda bir değerlendirme yapılır. Bu, gelecekteki krizlere daha iyi hazırlanmayı amaçlar.

Etik İlkeler: Kriz yönetimi süreci sırasında etik ilkeler ve değerler dikkate alınmalıdır. Toplum, çevre ve paydaşlarla ilgili etik sorumluluklar göz önünde bulundurulmalıdır.

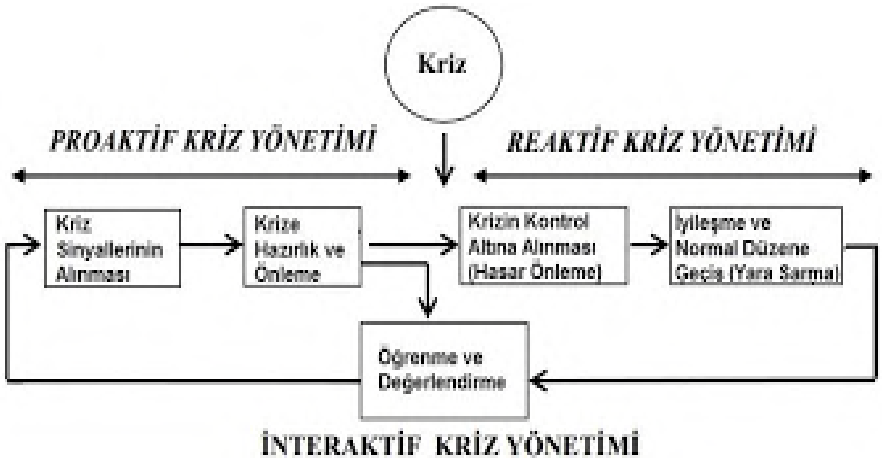
Kriz yönetimi, organizasyonların krizlerle başa çıkmak için geliştirdikleri bu özellikleri içeren bir strateji ve süreçler bütünüdür. Her organizasyonun kendi kriz yönetimi ihtiyaçları farklı olabilir, bu nedenle esneklik ve uyarlanabilirlik önemlidir. (Mitroff, 1993: 53):

2.2.1. Kriz Yönetim Süreci

Kriz yönetim süreci genel olarak beş aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar şunlardır:

- Krizle ilgili sinyallerin saptanması.
- Krize hazırlık ve önleme.
- Krizin yarattığı zararın sınırlandırılması.
- İyileşme (normal duruma dönüş).
- Öğrenme ve değerlendirme.

kriz yönetim sürecini oluşturan aşamalar yer almaktadır (Mitroff, 1993: 53):



Kaynak: Tağraf ve Arslan,2003.

3. DİJİTAL MEDYADA KRİZ YÖNETİMİ

Kriz dönemlerinde geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyanın da takip edilmesi gerekir. Özellikle haber bloglarının takibi, ürün ve alanla ilgili blog yazarlarının takibi de yapılmalıdır. Blogların takibiyle kurum hakkında yaşanan krizle ilgili haberlere cevap verilmesi, olumsuz haberlerin yayılmasını engelleyecektir. Ancak haberlere açık ve dürüst cevap verilmesi çok önemlidir. Kurumların, sosyal medyayı kriz durumunda bir savunma yeri olmaktan çok, çözüm bulma yeri olarak görmeleri daha yerinde bir davranış olacaktır. Internet'in kriz dönemleri için yarattığı avantajlar (Sayımer, 2008; 244):

• Web siteleri ve kurumsal bloglar çeşitli spekülasyonlarla başa çıkma konusunda yardımcı olur.

• İşletmeyle ilgili bilgilerin hızla yayılmasını sağlar.

• Basın bültenleri ve duyurumlar aracılığı ile kamuoyunun bilgilendirilmesi sağlanır.

• Kriz sürecinde temel enformasyon kaynağı olarak rol oynar.

• Bloglarda yer alabilecek resim ve görüntülere kolay erişim sağlar.

• İşletmenin açıklık ve şeffaflık politikasına destek olur.

• Hedef kitle ile etkili iletişim kurulmasına olanak sağlar.

Sosyal medya platformlarında hedef kitle ile etkileşim içerisinde olmak daha kolaydır. Bunu avantaj olarak kullanabilmek kurumun elindedir. Ancak, bu platformlarda hedef kitle ile tartışmaya girmek istenmeyen olaydır. Kurumların kriz iletişimini iyi yönetememesi, yeni krizlerin yaratılmasına bile neden olabilir. Bu nedenle, kriz iletişiminde sosyal medya alanında iletişimi yöneten kişilerin özellikle kurumsal iletişim alanında uzman olması önemlidir. Internet'te kullanılabilir kriz iletişimi ile ilgili stratejiler şunlardır (Taylor ve Perry, 2005: 211-212, akt: Güçdemir, 2010; 83):

• Tek yönlü iletişim taktikleri: Geleneksel iletişim yöntemlerinin internette uygulanmasıdır. Basın bültenleri ve toplantılarının Internet'ten yayınlanmasını içerir.

• Yenilikçi medya taktikleri: Bu taktikler beş kategoride toplanır:

• Diyaloğa dayalı iletişim

• Bağlantı linkleri: özel sayfalar

• Gerçek zamanlı bilgi ulaştırma

• Multimedya efektlerinden yararlanma

• Online sohbet fırsatının kullanılması

Sosyal medya ortamında hedef kitle ile etkileşim içerisinde iken, iletişimi yöneten kişinin kurum adına cevap verdiğini göz ardı etmemesi gerekir. Sosyal medyada iyi yürütülecek kriz iletişimi hedef kitlenin kuruma destek olmasını bile sağlayacak etkiler yaratabilir. Kurumlar Internet'i kriz planlarına şu şekilde dahil etmektedir (Güçdemir, 2010; 83):

• *Intranet sanal kriz yönetim merkezi olabilmeli,*

• *Web ortamı 7-24 izlenmeli,*

• *Kriz ekibinde bir bilişim ya da web uzmanı olmalı,*

• *Kurumsal web sayfanın dışında bağımsız kaynakların linkleri de bulunmalı,*

• *Kurumsal web sitesi güncel olmalı,*

• *Diğer blog yazarları takip edilmeli,*

• *Krize ait bir web sayfası hemen oluşturulmalı,*

• *Sosyal paydaşların iletişim bilgileri dikkate alınmalı,*

• *Web sitesinde online bir platform kurulmalı*

Bir kurumun yaşadığı krizler bazen internet ortamından hatta sosyal medyadan kaynaklanabilmektedir. Internet aracılığı ile iletişimde iki yönlü ve anlık iletişim her zaman iyi sonuçlar vermeyebilir. İletişim hatalarını düzeltmek daha zor olabilir. Ayrıca kriz internet aracılı iletişim kapsamında ya da dışında nerde olursa olsun sosyal medya aracılığı ile çok hızlı yayılmaktadır. Bu durum kurumun itibarını zedeleyebilir, borsa değerlerinin düşmesine neden olabilir, hedef kitle üzerinde hoşnutsuzluk yaratabilir.

İnternet üzerinden iletişimin son derece hızlı yayılma ve kısa sürede çok sayıda kullanıcıya ulaşabilme özelliği nedeniyle dikkatli davranılması gerekir. Kasıtlı bazı haberlerin e-postalar, facebook ve blog gibi ortamlarda yer alması mümkündür. Bu tür bir durumunla karşılaşıldığında özellikle kurumsal bloglarda çok hızlı bir biçimde haberlerin doğru olmadığına dair kanıtların sunulması olumsuz ifadelerin önüne geçilmesini sağlayacaktır. Bunun en yakın örneklerini ülkemizde Danone, Polonez ve LCW markalarının yaşadığı görülmüştür. Danone ile ilgili e-posta, 6,3 milyon kişiye ulaşmıştır ve çocuklara yönelik süt ve süt ürünleri pazarı yüzde 26 küçülmüştür. LCW markasının satışları ise yüzde 10-15 oranında gerilemiştir.

Internette viral olarak yayılan online krizlerin türleri şöyledir (Uzunoğlu ve diğer, 2009; 169):

• *E-posta zinciri ile yayılan mesajlar*

• *Sosyal ağ sitelerinde yayılan mesajlar*

• *Sosyal ağ sitelerinde oluşturulan eylem grupları*

• *Video paylaşım sitelerindeki videolar*

• *Haber gruplarında yayılan mesajlar*

• *Blog yazıları ve gelen yorumlar*

• *Şikayet sitelerindeki yorumlar*

• *Gazetelerin haber yorum bölümleri*

• *Tartışma forumlarındaki mesajlar*

• *Sahte web siteleri*

• *Karalama siteleri*

Kurumlar, paydaşlarının kendileri ile ilgili görüşlerini farklı bloglarda paylaşmasından ötürü, bu bilgilerden habersiz kalabilir. Bu bilgi eksikliği yüzünden olumsuz görüşlerin yayılmasını kontrol edemeyebilir. İstenmeyen bu gibi durumlarla karşılaşmak istemeyen kurumlar, pek çok farklı blog yazarını ya da grubunu takip etmek zorunda kalmaktadır. Böyle bir durumdan korunmanın en iyi yolu, kuruma ait bir blogun oluşturulmasıdır. Böylece tüketiciler, dilek ve şikayetlerini kurum bloğunda paylaşma olanağı bulacaktır. Bu sayede kurumlar hem şikayetlerden haberdar olabilecek, hem de yaşanan sorunları telafi etmek için önemli bir fırsat yakalayacaktır. Bloglar proaktif bir çalışma olarak görülmektedir. Yani, sorunları ya da ortaya çıkabilecek krizleri önleyici bir uygulamadır. Karşılaşılan problemlerin çok büyümeden üstesinden gelmek daha kolaydır. Ancak bazı durumlarda kurumların kontrol edemedikleri bazı sorunlar ortaya çıkabilir. Kurum kendini bir krizin ortasında bulabilir. Böyle durumlarda ise reaktif uygulamalar gerçekleştirilmelidir. Bloglar kriz iletişimini sağlamak amacıyla ve hedef kitleye sorun ile ilgili detaylı bilgi vermek ve yapılan yorumları değerlendirmek amacıyla kullanılmalıdır. Internet ortamında ya da sosyal medya ortamdaki kriz iletişiminde dikkat edilmesi gereken noktalar vardır (Demir, 2009): Geleneksel medyada olduğu gibi sosyal medya üzerinden de medya analizlerinin yapılması gerekir. Kurum hakkındaki olumsuz ifadeler, şikayetler takip edilmeli ve gerekli ve yeterli cevap verilmelidir. Bunun için özellikle yaygın olarak kullanılan tüketici memnuniyeti, şikayet web sayfaları gibi siteler takip edilmelidir. Olumsuz haberler için çok hızlı bir biçimde cevap verilmesi olumsuz mesajların daha geniş çevreye yayılmasını engelleyecektir. Verilen cevapların birçok kişi tarafından okunabileceğine dikkat edilmeli ve kullanılan ifadelerde kibar davranılmalıdır. Haber gruplarının moderatörleri ile iletişim kurulabileceği dikkate alınmalıdır. Olumsuz haberlere sadece cevap yazmak yeterli

olmayabilir aynı zamanda olumsuz ifadeye neden olan sorunun çözümünün de gerçekleştirilmesi gerekir. Kurumun web sitesinde krizle ilgili bilgiler bulunmalıdır. Bilgilerin doğrudan kurumdan aktarılması en doğru ve güncel bilgiye ulaşılmasını sağlayacaktır. Böylece farklı yorumların ya da düşüncelerin önüne geçilebilmesi sağlanmış olur. Özellikle krize yönelik açıklamalara ve ayrıntılı bilgilere yer verilmesi aşamasında kurumsal web sayfalarından ve sosyal medyadan yararlanılması hızlı ve yeterli bilgi sunumu sağlar ve kriz iletişimin etkin biçimde yürütülmesine olanak verir. Ayrıca kriz iletişiminde medya ile ilişkilerinde ihmal edilmemesi gerekir. E-posta gönderme ve online basın toplantısı gibi uygulamaların yanında, sosyal medya bültenleri oluşturularak hızlı biçimde medya çalışanlarına ulaşılması sağlanır. Sosyal medya bültenleri ayrıntılı bilgileri, görsel öğeleri, hareketli görüntüleri ve gerekli bağlantıları içermesi açısından tatmin edici bilgi sağlamasının yanı sıra dijital ortamda içerik sağlaması nedeniyle medya çalışanlarının işini de kolaylaştıran bir uygulama olduğu dikkate alınmalıdır (Haşit,2019).

SONUÇ

Dijital iletişim ve kriz yönetimi, günümüzün hızla değişen iletişim ortamında büyük bir öneme sahiptir. Bu iki alan, organizasyonların kriz anlarında etkili bir şekilde tepki verme, iletişim kurma ve krizi yönetme kapasitesini artırır. Bu çalışmada dijital iletişim ve kriz yönetiminin önemini vurgulanarak ve anahtar noktaları özetlenmiştir. Dijital iletişim, organizasyonların müşterileri, paydaşları ve halkla iletişim kurma yöntemlerini kökten değiştirmiştir. Sosyal medya, web siteleri, e-posta ve diğer dijital kanallar aracılığıyla iletişim, hızlı ve geniş kitlelere ulaşmayı mümkün kılmıştır. Bu, organizasyonların kriz anında bilgiyi hızlı bir şekilde yayma ve krizle ilgili mesajları kontrol etme yeteneklerini artırmıştır. Ancak, aynı zamanda krizlerin de daha hızlı ve geniş bir şekilde yayılmasına neden olabilmektedir.

Kriz yönetimi, organizasyonların beklenmeyen olayları etkili bir şekilde yönetme ve krizin etkilerini minimize etme sürecini içermektedir. Bu süreç, hazırlık, hızlı tepki, iletişim, koordinasyon ve insan odaklılık gibi bir dizi önemli özelliği kapsamaktadır. Dijital iletişim, bu sürecin her aşamasında önemli bir rol oynamaktadır. Organizasyonlar, kriz anında dijital kanalları kullanarak hızlı bir şekilde bilgi paylaşabilir, krizle ilgili yanlış bilgilere karşı mücadele edebilir ve kriz sonrası iletişimle toparlanmayı destekleyebilirler.

Sonuç olarak, dijital iletişim ve kriz yönetimi, organizasyonların kriz anlarında sağlam bir temel oluşturmaktadır. Dijital iletişim araçları, organizasyonlara hızlı ve etkili bir şekilde tepki verme yeteneği sağlamakla birlikte, aynı zamanda iletişim açısından daha fazla sorumluluk ve dikkat gerektirmektedir. Bu çalışmada , dijital iletişim ve kriz yönetiminin birleşimini vurgulanarak, organizasyonların krizlerle daha iyi başa çıkmasına ve itibarlarını korumalarına yardımcı olabilecek bir çerçeve sunarak, bu iki alanın etkili bir şekilde bir araya getirilmesi, organizasyonların rekabetçi bir iletişim stratejisi oluşturmasına yardımcı olunması hedeflenmiştir.

KAYNAKÇA

Alikılıç Ö.A. (2011) Halkla İlişkiler 2.0. Efil Yayınları. İstanbul.

Beisswenger, M. (2015). Sprache und medien. Digitale kommunikation. Studiekurs sprach-undtextverständnis. E-Learning-Angebot der öffentlich-rechtlichen Universitäten undFachhochschulen und des Ministeriums für İnnovation, Wissenschaft und Forschung(MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Bozkurt, Ömer; Turgay Ergun ve Seriye Sezen (1998). Kamu Yönetimi Sözlüğü.Ankara: TODAiE Yayin No: 283.

Demir, F.O. (2009) .Kriz Yönetim Stratejileri ve Kriz İletişimi FBE Journal Volume 10/11 Fall. http://fbe.emu.edu.tr/fbe_journal_v11_12.html (erişim tarihi: 26.8.2012).

Giddens, Anthony (2005) Sosyoloji. Haz.: CemalGüzel. Ankara: Ayraç

Glaesser, D. (2006). Crisis Management in the Tourism Industry. Burlington: Elsevier.

Güçdemir, Y. (2010). Sanal Ortamda İletişim, Derin Yayınları: İstanbul.

Karami, Jahanian (2016).Crisis Management and Its Process in Organization, Mediterranean Journal of Social Sciences ,MCSER Publishing, Rome-Italy,Vol 7 No 5 S1.

Haşit, G. (2019). Kriz İletişimi ve Yönetimi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2818 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1776.

Mitroff, I. (1987). “Effective Crisis Management”, TheAcademy of Management Executive, C.I, S.4.

Sayımer, İ. (2008) Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Yayınları, İstanbul.

Sezgin, F. (2003). Kriz Yönetimi. Manas Sosyal Bilimler Dergisi. 4(8):181-195.

Tağraf ve Arslan, 2003. "Kriz Oluşum Süreci ve Kriz Yönetiminde Proaktif Yaklaşım", Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 4(1), ss.149-160.

Uzunoğlu, E., Onat, F., Alikılıç, Ö. A. ve Çakır, S. Y. (2009) İnternet Çağında Kurumsal İletişim, Say Yayınları, Reklamcılık ve İletişim Dizisi 2: İstanbul.

SU VERİMLİLİĞİNDE BELEDİYELERİN UYGULAMALARI VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Prof.Dr., Hakkı M. AY
Selçuk Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0001-9033-8248
Öğr. Gör., Nihal GÜNEŞ AY
Selçuk Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0001-9788-7872

ÖZET

İnsan hayatını sürdürebilmek için tüketim ve üretim faaliyetlerinde bulunmak zorundadır. Bu ekonomik süreçlerde üretim faktörlerinin önemi yadsınamaz. Su, doğal kaynaklar arasında yer alan bir üretim faktörüdür. Tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin yanı sıra insan yaşamının devamı açısından suyun önemi büyüktür. Her doğal kaynak gibi suyun da kıt bir kaynak olduğu düşünüldüğünde, suyun sürdürülebilirliği sorunu insanların, sivil toplum kuruluşlarının, kamu ve özel sektörün ilgi alanına girmektedir. Halka en yakın olan ve yerel demokrasinin gelişmesine yardımcı olan belediyeler, suyun üretimi, tüketimi, depolanması, pazarlanması ve dağıtımı konularında söz sahibidirler. Türkiye'de her büyüklükteki belediyeler, su verimliliği konusunda önemli faaliyetler yürütmektedirler. Bu çalışmada Konya Büyükşehir Belediyesi'nin suyun sürdürülebilirliği ve su verimliliği konularındaki çalışmaları anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Suyun sürdürülebilirliği, su verimliliği, iklim değişikliği, Konya Büyükşehir Belediyesi.

1.SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA SU VERİMLİLİĞİ

Sürdürülebilirlik teorik olarak sonsuza kadar kalıcı olmak şeklinde tanımlanabilir. Ancak çok az şey sonsuza kadar sürdürülebileceği için böyle bir tanım pratikte kullanışlı değildir (Rosen, 2018: 3). Sürdürülebilirlik, temelde ekoloji ve ekolojik sistemlerin fonksiyonlarını, süreçlerini ve üretkenliğini gelecekte de devam ettirebilme yeteneği olarak algılanmaktadır (Chapin, Torn & Tateno, 1996: 1017). Sürdürülebilirlik çevre, ekonomi ve toplum kavramları ile yakından ilgili ve de onlara bağımlıdır (Rosen, 2018:16; UNEP, 2015: 5). Sürdürülebilirlik kavramı

uluslararası kuruluşların, devletlerin ve gün geçtikçe özel sektör kuruluşlarının da gündeminde yer almaktadır (OECD, 2020: 7).

Verimlilik daha azıyla daha fazlasını ve daha iyisini yapmak anlamına gelir. Hem arz hem de talep yönünden verimliliğin artırılması, ülkelerin kıt olan kaynaklarını daha az kullanması demektir (UN, 2014). Yaşamın devamı yeterli ve iyi kalitede suyun varlığına bağlıdır. Ancak erişilebilir tatlı su miktarı, dünyanın toplam su varlığının yüzde 1'inden bile azdır (WWF, 2023a). Sürdürülebilir büyüme, kalkınmanın gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeden iş, gıda, enerji, su ve sanitasyon için gerekli ihtiyaçları karşılamasını sağlamalıdır. Sanitasyon; temiz içme suyu, atık su ve kanalizasyonunun yeterince arıtılması ve bertarafı için halk sağlığı koşullarını anlatır (WHO, 2023). Karar verme sürecinde, teknoloji ve risk yönetiminin sürdürülebilir büyümeye ulaşma doğrultusunda olması için çevre ve ekonomiyi birleştirmeyi amaçlar (OECD, 2020: 13).

Su talebini yönetmek sürdürülebilir suyun sağlanması için önemlidir (PUB, 2022: 7). Bireylerin günlük yaşamlarında yaptıkları seçimlerden dolayı toplumsal ölçekte ortaya çıkan birçok olgu su kaynaklarının kaderini etkilemektedir. Su kaynaklarının aşırı kullanımının hanehalklarının yaşam standartları, gelirleri ve demografik özellikleri üzerinde birçok sonuçlar doğurmaktadır. Daha yüksek yaşam standartları talep etmek, aynı zamanda daha fazla su talep etmek anlamına gelir. Yaşam standartlarının yükselmesinin bir sonucu olarak, su kaynakları kaçınılmaz olarak yetersiz kalacaktır. Bu nedenle su kaynaklarının sürdürülebilir yönetimi günümüzde tartışılmaz bir zorunluluk haline gelmektedir (Aybuğa, Yücel Işıldar, 2022: 203).

Dünyada suyun yönetimi, adil kullanımı, eşit paylaşımı ve su güvenliğinin sağlanması amacıyla küresel, bölgesel, ulusal ve hatta yerel boyutta etkinlik gösteren birçok kurum bulunmaktadır. Suyun sürdürülebilirliği ve verimliliği konularında Birleşmiş Milletler (BM) birçok programı ve kurumu ile birlikte en etkin rolü üstlenmektedir (Muluk, vd.,2013: 52). Bu bağlamda BM bünyesinde Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)-Toprak ve Su Birimi ile Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact)-CEO Su Uygulaması başta gelmektedir. Dünya Su Konseyi (WWC), İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Konseyi (WBCSD), Avrupa Birliği (AB) ve Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN)-Su Programı diğer örgütlerdendir (Kırtorun ve Karaer, 2018: 155-156).

Suyun sürdürülebilirliği ve verimliliği konuları, kamu veya özel sektörde doğrudan veya dolaylı olarak birçok aktörü içermektedir. Çünkü sektör ve kurumların işbirliği içerisinde bulunmamaları halinde su kaynaklarının eşit, adil, barışçıl, sürdürülebilir ve verimli kullanımını sağlamaya tek başına kimsenin gücü yetmeyecektir. Nitekim verimlilik artışı olmaz ise 2030

yılına kadar küresel su talebi mevcut erişilebilen su arzını %40 oranında aşacaktır (2030WRF, 2021: 1)

¾'ü sularla kaplı olan dünyada, su kaynaklarının sadece %2,5'i tatlı su kaynaklarından oluşturmaktadır. Bu suyun %70'i de buz ve kar kütleleri içinde bulunmaktadır. Dünya yüzeyinin sadece %1'ini oluşturan tatlı su ekosistemleri dünya üzerindeki bilinen hayvanların %10'una da ev sahipliği yapmaktadır. (WWF, 2023b). Hidrolojik döngü sayesinde dünyadaki toplam su miktarı sabit kalmaktadır. Ancak yağışların yer ve zaman bakımından farklılık arz etmesi, yağış şekillerinin değişmesi, yüzey akış miktarları veya yeraltı su kaynaklarının beslenme miktarlarının değişmesi ekonomik ve sosyal yaşamı olumsuz etkileyecektir. İklim değişikliği suyun fizyolojik, kimyasal ve biyolojik parametrelerini değiştirmektedir. Suyun miktarının değişmesi nedeniyle çözünmüş madde yoğunluğu artmakta ve su kaynaklarının kalitesi bozulmaktadır (Çapar, 2019: 3).

Suyun verimli kullanılması, kuraklığın etkilerini azaltmaya yardımcı olabilir (EPA, 2000: 1). Verimli su kullanımı aynı zamanda daha az atık suya neden olacağı için alt yapı maliyetlerini de düşürecektir (The Partnership, 2005). Yakında dünyanın tüm insani ihtiyaçları karşılamaya yetecek kadar suyun olmayacağı bir aşamaya ulaşması bekleniyor. Herkes tarafından uyumlu bir eylem yapılmazsa, suyun talebi ve arzı arasındaki fark artacak ve önemli sosyal ve ekonomik yansımaları olacaktır (2030WRG, 2012: 4). Ülkeler kendi nüfuslarının su ihtiyaçlarını karşılamak için mücadele edecekler (Turan, 2011: 179). O nedenle geliştirilecek su diplomasisi (Williams, P.A., 2011: 197) ile büyük savaşların önüne geçmek için olası ihtilaflar önlenmiş olacaktır.

2. TÜRKİYE'DE SU VERİMLİLİĞİNİN ÖNEMİ

Türkiye'de su yönetimi merkezi yönetimin uhdesindedir. Merkezi hükümet tarafından alınan stratejik kararlar ve planlar ilgili bakanlıkların uygulayıcı birimleri ve yerel idareler tarafından uygulanır (Muluk, vd.,2014: 36). Türkiye'de merkezi idarede su verimliği konusunda Tarım ve Orman Bakanlığı etkin bir kurumdur (Muluk vd., 2013: 38). Bakanlık içinde bulunan Devlet Su İşleri (DSİ), ülkenin su kaynaklarını bilim ve tekniğe uygun olarak kullanıma sunmak, su ve ilgili toprak kaynaklarının çevre duyarlılığı ve sürdürülebilirlik esasları dâhilinde geliştirilmesini sağlamaktır (DSİ, 2023). Bakanlık içinde bulunan diğer önemli kurum ise Su Yönetimi Genel Müdürlüğü (SYGM)'dür. Bu müdürlüğün amacı: ülkenin su kaynaklarının hem miktarını hem de kalitesini korumak, geliştirmek, kontrolünü ve sürdürülebilirliğini sağlamak için katılımcı ve bütünleşik bir yaklaşımla havza bazında suyu yönetmektir (SYGM, 2023).

Türkiye Akdeniz iklimi olarak nitelendirilen bir iklim bölgesinde yer alsa da (Çapar, 2019: 25) ülkede bölgesel iklim farklılıkları görülmektedir. Üç tarafı denizle çevrili olan Türkiye'de deniz kıyılarında ılıman, içerilerde ise karasal bir iklim hakimdir. Türkiye'nin su politikası en iyi şekilde, ithal enerji kaynaklarından bağımsızlık kazanma, tarımın üretim seviyelerini artırma ve gıda güvenliğini sağlama, sanayi ile kentsel ve kırsal nüfusun artan su talebini karşılama ve bölgesel ekonomik ve sosyal durumu düzeltme arzusu ile karakterize edilebilir. Ülkedeki dengesizlikler, dolayısıyla nüfusun yaşam standardının yükselmesine neden olur. Bu tür sosyal hedeflerin dâhil edilmesi, su kaynaklarının planlanması ve geliştirilmesinin kamu yatırımları yoluyla devlet kurumları tarafından yürütülmesine yol açmıştır (Tigrek & Kibaroğlu, 2011: 27). Su zengini olmayan bir ülke olarak Türkiye'nin sınıraşan su işbirliğine yönelik tutumu yaygın olarak isteksiz olarak algılanmaktadır (Kramer & Kibaroğlu, 2011: 215).

Türkiye'de su yönetimi konusunda T.C. Anayasası'nın hükümleri mevcuttur. Anayasanın 168. Maddesine göre *"Tabii servetler ve kaynaklar Devletin hüküm ve tasarrufu altındadır. Bunların aranması ve işletilmesi hakkı Devlete aittir. Devlet bu hakkını belli bir süre için, gerçek ve tüzel kişilere devredebilir. Hangi tabii servet ve kaynağın arama ve işletmesinin, devletin gerçek ve tüzel kişilerle ortak olarak yapacağı veya doğrudan gerçek ve tüzel kişiler eliyle yapılması, kanunun açık iznine bağlıdır. Bu durumda gerçek ve tüzel kişilerin uyması gereken şartlar ve devletçe yapılacak gözetim, denetime ait usul ve esaslar ile müeyyideler kanunda gösterilir"* hükmü yer almaktadır.

Türkiye'de içme ve kullanma suyunda, tarım ve sanayi ana sektörlerdir. Bu sektörlerin iklim değişikliği ile mücadelede alabilecekleri başlıca önlemler şunlardır: içme ve kullanma suyu için kayıp/kaçakların azaltılması, yağmur suyunun biriktirilmesi, batarya, duş ve sifonlarda tasarruflu ekipmanların kullanılması ve evsel atık suların geri dönüşümünün sağlanmasıdır. Tarım, küresel su tüketiminin %70'ini ve Avrupa su tüketiminin %24'ünü oluşturarak, dünya genelinde tatlı suyun önde gelen kullanıcısıdır. Küresel gıda talebinin 2050 yılına kadar iki katına çıkacağı tahmin edilirken, küresel tarımsal su talebinin %19 oranında artacağı ve bunun %5'i su çekiminden kaynaklanacağı tahmin edilmektedir (Reportlinker, 2023).

Tarım sektörü özelinde vahşi sulamanın terk edilmesi, iklim değişikliğine uygun tarım ürünlerinin seçilmesi, verimli sulama (damla sulama gibi) tekniklerinin teşvik edilmesi, uygun durumlarda su kesintilerine gidilmesi ve organik tarımın desteklenmesi, su verimliliğine katkı sağlayacaktır. Su verimliliği konusunda gerek üretici ve gerekse tüketici özelliğiyle çiftçilerin bilinçlendirilmesi ayrı bir önem taşımaktadır. Sanayi tesislerinde de su verimliliği konusunda uygulamalara gidilebilir. Temiz üretim uygulamaları yaygınlaştırılabilir, tesis içi kontroller artırılabilir, sıfır deşarj yaklaşımı yerleştirilebilir ve atık suların geri dönüşümünün sağlanarak

proses suyu ve benzeri amaçlarla yeniden kullanılması sağlanabilir (Çapar, 2019: 36). Suyu havza bazlı yöneterek, ekonomik verimliliği arttırmak, sosyal eşitliği sağlamak ve çevresel sürdürülebilirliği sağlamak ta mümkün olacaktır (Kınacı, 2017: 18).

İklim değişikliğinin su talebini arttırdığı gerçeğinden hareketle (Element, 2015: 4), devletlerin ve uluslarüstü kuruluşların küresel iklim krizi ile birlikte mücadele etmesi gerekir. Su, tüm uluslar için hayati önem taşıyan stratejik bir doğal kaynaktır. Bu nedenle birçok uluslararası anlaşmazlığın nedeni olmuştur. Özellikle Türkiye için su, sosyal ve ekonomik kalkınma açısından hayati öneme sahiptir. Bununla birlikte, su kaynaklarının verimli kullanımlar için geliştirilmesi ve yönetimini vurgulayan Türkiye'nin mevcut ulusal su rejimi, artan çevresel kaygılarla ve ülke sınırlarını aşan su işbirliğine ilişkin uluslararası eleştirilerle karşı karşıyadır. Ayrıca AB'ye katılım, Türkiye'nin kapsamlı ve iddialı bir AB su hukuku bütününü benimsemesini gerektirmektedir. Türkiye'nin uluslararası su hukuku karşısındaki konumunu anlamak için, su kaynakları yönetimini etkileyen ulusal politikaların ve sosyo-ekonomik koşulların dikkate alınması gerekmektedir (Kibaroğlu & Başkan, 2011: 3-25).

3. SU VERİMLİLİĞİ VE BELEDİYELER

İklim değişikliğinin kuraklık, seller, buzulların erimesi, orman yangınları, yeraltı sularının çekilmesi gibi etkileri artarak devam etmektedir (2030WRG, 2021: 7). Özellikle yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilecek su verimlilik planları, bir topluluğun su koruma çabaları ve eylemleri için yol göstericidir (CMAP, 2023). Su verimliliği ekonomik olarak uygulanabilen ve suyun güvenliğini artıran bir yoldur (AWA, 2012: 2). Yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde hizmetlerin bölünmezliği ilkesi çerçevesinde dikkat edilmesi gereken su hizmeti ekonomik, sosyal, politik ve ekolojik dinamiklerin önemli bir parçasıdır (Çiftçi ve Güneş, 2022: 127). Su güvenliğinin sağlanması, yoksulluğun azaltılması ve gıdanın artırılması için de belediyeler tarafından yürütülecek iyi yönetişim hayati öneme sahiptir (2030WRG, 2022: 2). Su zengini olmayan bir ülke olarak Türkiye, su stresi altındadır. Türkiye'de su kayıp ve kaçağı %33,54 gibi yüksek bir oranındadır. Belediyeler tarafından alınacak önlemler ve uygulanacak politikalar ile bu oranın %25'e düşürülmesi mümkündür (Kirişçi, 2022).

Küresel olarak binalar en yüksek içme suyu tüketicilerinden biri olduğundan bir yandan iklim değişikliğine katkıda bulunurken, diğer yandan kentsel su döngüsü iklim değişikliğinden etkilenir (Antão-Geraldes, A.M. et al., 2023: 1). Binalar ise yoğun olarak kentlerde bulunurlar. Kent yönetiminde olan belediyeler, iklim değişikliği problemine ilk basamakta çözüm bulma yeridir.

Belediyelerin, su ile ilgili komisyon üyeleri ve planlamacıların suyun korunması ve muhafazasında önemli rolleri vardır (MASS, 2023; Asprilla Echeverría, 2021: 1). Bazı belediyelerin aralarında işbirliği yaparak eko-kümeler oluşturduğu örnekler bulunmaktadır. Bu kümelenmenin amacı, belediyeler ve hükümetlerin tüm paydaşlarıyla paylaşabilecekleri vaka çalışmalarını geliştirmek ve iyi uygulamaları finansal açıdan desteklemektir (PPG, 2023: 2).

Kamuoyunu suyu verimli kullanma yolları konusunda eğitmek, su kullanımını azaltabilir (TLW, 2023). Halka en yakın ve ilk derece mercii olarak belediyeler, reklam, afiş, ilan ve etkinlikler ile bireylerin su tasarrufu ve verimliliği konularında bilinçlenmesini sağlayabilirler. Büyükşehir belediyeleri, su ve atık su tesislerinin en verimli şekilde yönetilmesi için gerekli mevzuatı kendi sınırları içinde belirlemeye ve uygulamaya 1981 yılında çıkarılan Büyükşehir Belediyesi Kanunu (Resmi Gazete, 2004) ile de yetkilidir (Burak vd., 2022: 125).

Türkiye'de hem su yönetiminde hem de belediye hizmetlerinde yetersizlik ve aksaklıklar görülmektedir. Bu yetersizlik ve aksamalar büyükşehir belediyelerinde daha az görülürken, ilçe belediyelerinde ise daha fazladır. Büyükşehir belediyeleri daha profesyonel çalışmakta, daha büyük bütçeye sahip olmakta, su, atık su ve kanalizasyon idareleri nitelikli bir yapılanma arz etmektedir (Çamur vd., 2018: 46).

4. BELEDİYELERİN ÖRNEK UYGULAMALARI

Ankara Büyükşehir Belediyesi halkın bilinçli tüketici olarak tasarruflu su kullanımı konusunda duyurularda bulunmaktadır. Belediye su zengini olmayan bir coğrafyada içme ve kullanma suyunun yağışlara bağlılığını vurgulamaktadır. Şehrin içme ve kullanma suyunu sağlayan barajlarda toplam doluluk oranı % 27,32 aktif kullanılabilir su ise % 17,49 olarak açıklanmıştır (ABB, 2023a). Belediye tarım sektörünü ve çiftçileri destekleyen çalışmalar yürütmektedir. Tohum, gübre, fide, doğrudan alım gibi uygulamalarının yanı sıra tasarruflu sulu tarımı desteklemektedir. Mevcut su kaynaklarının verimli kullanılması için 2021 yılında 223 kilometrelik sulama borusu dağıtımı gerçekleştirilmiş ve 90 bin dekarlık arazi sulu tarıma kazandırılmıştır (ABB, 2023b). Ankara Büyükşehir Belediyesi çiftçilerin su verimliliği konusunda bilinçlenmesi amacıyla seminerler düzenlemektedir. Pompajlı su tesislerinde kaynakların etkin kullanımı ve su tasarrufunun sağlanması amacıyla çiftçilere sulama sayacı desteğinde bulunmuş ve sayaçların kullanımı ile ilgili eğitim semineri vermiştir (ABB, 2023c). Ankara'da şehir şebeke suyunun %20'si yeşil alanlar için kullanılmaktadır. İlçe belediyelerin katılımı ile birlikte su maliyetinin azaltılması ve yeşil alan verimliliğinin en üst düzeye çıkarılması amacıyla Su Verimliliği Konferansı düzenlenmiştir ABB, 2019). Konferansta şebeke suyundan tasarruf sağlanarak, en etkin ve verimli sulama tekniğinin belirlenmesi, sulama suyunu azaltmaya yönelik öneriler sunulmuştur.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Türkiye'nin en fazla nüfusuna sahip şehri yöneten bir yerel kuruluştur. Yağışlar ve çevre illerden sağlanan su kaynakları ile şehrin içme suyu ihtiyacı giderilmektedir. Avrupa Yakası'nda Kırklareli'ne Anadolu Yakası'nda Düzce'ye kadar farklı su havzalarından (ebelediye, 2021) İstanbul kentinin su ihtiyacı giderilmektedir. Belediye suyun verimli kullanımı ile ilgili çok yönlü çalışmalar yürütmektedir. Su Verimliliği ve Su Tasarrufu Çalıştayı sonuç bildirgesinde iklim değişiklikleri nedeniyle su rezervlerinin gün geçtikçe azaldığı belirtilmiştir (İSKİ, 2023). Su sunumunun kesintiye uğramaması için 02 Şubat-21 Mart 2023 tarihleri arasında su ekipman (su armatürleri ve vitrifiye) üreticileri, yerel yönetimler ile müftülükler, Toplu Konut İdareleri (KİPTAŞ), üniversiteler ve sivil toplum temsilcilerinin katılımıyla toplantılar düzenlenmiştir. Çalıştayda suyun verimli ve tasarruflu kullanılmasına yönelik önlemler konusunda paydaşların işbirliği içinde olmalarının önemi vurgulanmıştır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, sorumluluğu altında bulunan 17 adet sulama göletinden 13'ünü tarımsal sulamada, 4'ünü de hayvan içme suyu kapsamında ücretsiz kullandırarak, tarım ve hayvancılığı desteklemektedir (THDB, 2023). Vahşi sulamanın önüne geçmek için modern sulama yöntemleri yaygınlaştırılmaktadır. Tarım ve hayvancılık üretiminde verimin artması için özellikle su kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasına ve su israfının önlenmesine katkı sağlayacak yöntemler desteklenmektedir. 2-3 Şubat 2023'te düzenlenen çalıştayda (PBYADB, 2020) kent kimliğine uygun ağaç ve bitki türlerinin yaygınlaştırılması, sürdürülebilir peyzaj uygulamalarının tercih edilmesi ve su kaynaklarının verimli kullanılması dikkate sunulmuştur. Su kullanım alışkanlıklarının değiştirilmesi su arzının devamlılığı için önem arz etmektedir. Bu bağlamda İstanbul Büyükşehir Belediyesi su sarfiyatının azalması için musluk seçiminden, uygun zamanda (sabah ve akşam saatlerinde) bahçe sulamaya kadar bir dizi önlemler konusunda halkı uyarmakta ve bilinçlendirmektedir (Dünya, 2023). Su tasarrufu bilinçlendirme çalışmaları kapsamında aylık 30 m^3 ve üzeri su kullanan abonelerden başlayarak %66 oranında su tasarrufu sağlayan perlatörler ücretsiz olarak dağıtılmıştır (ebelediye, 2021). Yağmur suyu hasadı ve geri kazanım esasları belirlenmiştir. İçme suyu şebekeleri uzun ömürlü, sızdırmaz ve sağlıklı ürünlerden oluşmaktadır.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi su ve atık su hizmetlerini, çevre ve insan sağlığını esas alarak etkin, verimli, kaliteli ve kesintisiz bir hizmet anlayışı ile sunmak vizyonunu benimsemiştir (GASKİ, 2018: 16). Sürdürülebilir su hizmetlerinin sürekliliğini sağlamak amacıyla 2022 yılında %27,93 olan su kayıp ve kaçaklarını 2024 yılında %25 düzeyine düşürmeyi planlamaktadır (GASKİ, 2023: 192). Suyun tasarruflu kullanılması ile ilgili eğitimler verilmektedir. GASKİ bünyesinde %40 su tasarrufu sağlayan aparatlar kullanılmaktadır (GBB,

2017: 13). Nitekim su tasarrufu sağlayan armatürler ve duş başlıkları kullanmak (SDAPP, 2022: 2) suyun sürdürülebilirliği açısından gereklidir. Su kayıp ve kaçaklarını en aza indirmek için su dağıtım hatlarını ve tesislerini sürekli çalışır halde tutmayı amaç edinmektedir. Şehir yurt içi ve yurt dışından çok fazla göç alsa da, halkın su tasarrufu konusunda bilinçlendirilmesi sağlanmıştır (GASKİ, 2023: 190).

İzmir Büyükşehir Belediyesi dirençli kentler oluşturma vizyonu çerçevesinde imar yönetmeliğinde yapılan değişiklikle bin metrekarenin üzerinde yeni yapılan binalarda yağmur suyu hasadı, 60 bin metrekarenin üzerindeki yapılarda ise yeşil çatı uygulamasını zorunlu hale getirilmiştir (İzmir BB, 2021). Bu düzenleme ile bin metrekarenin üzerindeki parsellerde, alışveriş merkezleri, kamu binaları gibi yeni yapılacak binalarda bahçe sulama ve araç yıkama gibi işlerde kullanmak üzere bir drenaj sistemi oluşturulacaktır. Çatı ve zemin yüzeyi suları zemin altında kurulacak bir sarnıçta veya depoda toplanarak ihtiyaç halinde arıtılarak yeniden kullanımı sağlanacaktır. Büyükşehir belediyesi bünyesinde su tasarruf uygulamalarına ağırlık verilmektedir. Bu kapsamda Büyükşehir Belediyesi ve bağlı şirketlerdeki tasarruflu musluklar kullanılmaya başlanmıştır. Park ve bahçe gibi yeşil alanlarda su kullanımının asgariye indirilmesi için yeni düzenlemeler yapılmaktadır (İzmir BB, 2007).

5. KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ'NİN UYGULAMALARI

Konya Büyükşehir Belediyesi su verimliliği ve tasarrufu konusunda çevredeki il ve ilçe belediyelerine örnek olacak uygulamalar yürütmektedir. Su verimliliği ve tasarrufu konusunda Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon İdaresi (KOSKİ) Genel Müdürlüğü çalışmalar yürütmektedir. Su kayıp ve kaçaklarının azaltılmasından su tasarrufuna, akıllı su şebekelerinden öğrencilerin bilinçlendirilmesine kadar birçok etkili projeleri uygulamaya geçirmiştir. Bunlardan bazıları aşağıda anlatılmıştır.

Temiz içme suyunun korunması, arıtılması ve işletme maliyetlerinin düşürülmesi için su kayıplarıyla mücadele edilmektedir. Merkez ilçelerde kurulan bölgesel ölçüm alanları ve basınç yönetim alanları ile her mahallede suyun etkin, verimli, ekonomik, sağlıklı ve güvenli bir şekilde kullanılması sağlanmıştır.

Bu alanlara uzaktan izleme sistemleri kurulmuştur. Bu sistemle yüzeye vurmayan fiziki arızalar tespit edilmektedir. Nitekim 2022 yılı içerisinde 3.716.137 m³ suyun boşa akması engellenmiştir. 2021 yılında da 4.8 milyon m³ su kullanıma kazandırmıştır. Ayrıca işgücü, malzeme, zaman, işletme, tesisat ömrü ve enerji tasarrufu sağlanarak sürdürülebilir su yönetimi oluşturulmuştur (KBB, 2022).

Suyun sürdürülebilirliği için çalıştaylar ve sempozyumlar düzenlenmiştir (KBB, 2023a; KBB, 2010). Su Tasarrufunun Bilinçlendirilmesi projesi ile vahşi sulamanın önüne geçmek, okul ve

cami gibi ortak kullanım alanlarında bulunan çeşmelerin açık bırakılmaması ve hanelerde su tasarrufu sağlanmasını, kişi başına su tüketiminin azaltılması amaçlanmaktadır (KBB, 2019).

Konya Büyükşehir Belediyesi Medeniyet Okulu Projesi ile 31 ilçedeki anaokulları, ilkokul 4 ve 5, lise 11. sınıf öğrencilerine su tasarrufu ve sıfır atık konularında bilinçlendirilmektedir. Çat kapı sınıf tiyatroları, kukla gösterileri, dergi dağıtımı, ödüllü yarışmalar, seçmeli ders kitabı dağıtımı, 8. sınıflara LGS Deneme Sınavı ve LGS'ye Hazırlık Kitapları dağıtımı gibi çalışmalar yürütülmektedir (KBB, 2021a).

Okullarda öğrencilerin su tasarrufuna yönlendirilmesi adına Gökbayrak Projesi gerçekleştirilmiştir (KBB, 2021b). Proje sayesinde okullarda %27 oranında su tasarrufu sağlanmıştır. İlkokul, ortaokul ve liselerde yürütülen 'Su Kullanım Bilinci Oluşturma' kampanyasında su tasarrufu sağlayan okullara Gökbayrak Projesi kapsamında bayrak ve sertifika verilmektedir (KBB, 2017).

İçme suyu dağıtım hatlarında oluşturulan şebeke SCADA'sı ile her mahallenin su basıncı ve debisi izlenmektedir. Bu veriler analizler edilerek su kayıpları en aza indirilmektedir (KBB, 2023b). Tarımsal alanda su tasarrufu bilincinin oluşturulması, teşviki ve yaygınlaştırılması için paydaşlarla Su Koordinasyon Merkezi'nde toplantılar düzenlenmektedir (KBB, 2017b).

Dünya Su Günü etkinlikleri kapsamında suyun önemine ve tasarruf bilincinin oluşmasına yönelik hediye paketleri dağıtmaktadır (KBB, 2011). Şehrin merkezi yerleri ile KOSKİ Su Tahsilat Veznelerinde hediye olarak su tasarruf paketleri dağıtılmıştır. Paketlerde bilinçli su kullanımı ile ilgili bilgilerin yanında musluk contaları hediye edilmiştir.

Konya şehir suyu, kirli su ve tatlı su şebekesi ile birlikte sulama suyu, yağmur suyu ve mor şebeke ile Türkiye'de 6 ayrı su şebekesine sahip tek şehirdir. Mor şebeke, arıtılmış atık su geri kazanım tesisidir. Bu tesis terfi iletim pompaları, ön klorlama, koagülasyon, multimedya filtre, ultraviyole dezenfeksiyon, ön-son klorlama, geri kazanılmış atık su deposu, 24 km sulama hattı ve damlatmalı sulama sistemini kapsamaktadır. Tesis 2012 yılında çalışmaya başlamış ve yeşil alan sulamasında kullanılmaktadır. Ayrıca sürdürülebilir, ekonomik ve güvenli içme suyu arzını verimli bir şekilde sağlamak için kendisine bağlı tüm kullanıcıların işlemlerini akıllıca entegre edebilen su ağı olarak tanımlanan akıllı su şebekesi, Konya'da bulunmaktadır (KBB, 2023c; KBB, 2023d).

SONUÇ

İkamesi mümkün olmayan su, doğal kaynakların en önemlisidir. Sınırlı tatlı su ekosistemleri ve mevcut su kaynakları sürekli artan su talebi nedeniyle tehdit altındadır. Kentsel nüfus artışı, değişen yaşam tarzları ve artan su kirliliği su talebinin önde gelen nedenleridir. Türkiye'de

suyun verimliliği ve tasarruflu kullanılmasında her ne kadar merkezi yönetimin etkisi fazla gibi görünse de yerel halka en yakın kamu birimi olarak belediyelerin etkinliği tartışılmazdır.

Konya Büyükşehir Belediyesi stratejik planlarında da belirtildiği gibi su verimliliği konusuna önem vermekte ve etkili çalışmalar yürütmektedir. Çevre il ve ilçelerdeki belediyelere örnek teşkil edebilecek çok yönlü faaliyetler yürütmektedir. Su ekosistemlerinin korunması, mal ve hizmetlerin üretim, dağıtım ve tüketilmesinde su tasarrufuna uyulması yönünde bir ekonomi politikası yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Konya Büyükşehir Belediyesi su havzalarının ve kaynaklarının korunmasında kapsamlı önlemler almaktadır. Halkın su verimliliği ve tasarrufu hakkında bilinçlenmesine yardımcı olacak farkındalık yaratacak uygulamalarda bulunmaktadır. Oluşturduğu sistem sayesinde su kayıp ve kaçaklarının azaltılmasını sağlamıştır.

Türkiye'de cumhuriyetin kuruluşundan itibaren su ile ilgili çerçeve kanunlar çıkarılmış (Resmi Gazete, 1926) ve su yönetimi yasal bir düzleme yerleştirilmeye çalışılarak uzun bir tecrübe kazanılmıştır. Türkiye'nin su verimliliği konusunda yeterli donanıma sahip tesislere, eğitimli ve deneyimli personele ve su kaynakları yönetimini iyileştirmek için potansiyel finansal olanaklara sahiptir. Avrupa Birliği'ne uyum çerçevesinde yükümlülüklerini de yerine getirmeye çalışmaktadır. Ancak yönetim ve koordinasyon konularında rollerin dağılımı, işbirliği ve işbölümü konuları henüz tam olarak belirlenememiştir. Ancak belediyelerde su yönetimi çalışmalarında eğitimli ve yetkin profesyonellerce yürütülmemektedir. Büyükşehirlerde finansal yeterlilik olsa da, küçük belediyeler mali açıdan tamamen merkezi yönetime bağımlıdır.

KAYNAKÇA

2030WRG. (2012). Background, Impact and the Way Forward, Briefing report prepared for the World Economic Forum Annual Meeting 2012 in Davos-Klosters, Switzerland, 26 January 2012, https://www3.weforum.org/docs/WEF/WRG_Background_Impact_and_Way_Forward.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

2030WRG. (2021). From Dialogue to Action the Road to 2030, 2030 Water Resources Group 2021 Annual Report, https://2030wrg.org/wp-content/uploads/2021/12/WRG-Annual-Report_2021_RV_Sprds_2_10_22.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

2030WRG. (2022). Accelerating towards a water-secure future, 2030 Water Resources Group 2022 Annual Report, https://2030wrg.org/wp-content/uploads/2023/04/WRG-Report-2022_final_digital_spreads-1.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

ABB. (2019). "Başkent'te Su'dan Tasarruf…", Haberler, https://www.ankara.bel.tr/haberler/baskent-te-su-dan-tasarruf-12300 (Erişim Tarihi: 01.10.2023).

ABB. (2023a). "Aski'den Su Tasarrufu Çağrısı: İstenilen Düzeyde Yağışlar Olmadı", Haberler, https://www.ankara.bel.tr/haberler/aski-den-su-tasarrufu-cagrisi-istenilen-duzeyde-yagislar-olmadi-16200 (Erişim Tarihi: 01.10.2023).

ABB. (2023b). "Ankara Büyükşehir Sulu Tarımı Destekleme Çalışmalarını Sürdürüyor", Haberler, https://www.ankara.bel.tr/haberler/ankara-buyuksehir-sulu-tarimi-destekleme-calismalarini-surduruyor-16595 (Erişim Tarihi: 01.10.2023).

ABB. (2023c). "Ankara Büyükşehirden Çiftçilere Sulama Sayacı Desteği", Haberler, https://www.ankara.bel.tr/haberler/ankara-buyuksehirden-ciftcilere-sulama-sayaci-destegi-16380 (Erişim Tarihi: 01.10.2023).

Antão-Geraldes, A.M. et al. (2023). "Promoting Water Efficiency in a Municipal Market Building: A Case Study", Hydrology, 10 (69), file:///C:/Users/AY/Downloads/hydrology-10-00069-v2.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Asprilla Echeverría, J.M. (2021). "Plan B water assessment: Efficiency and circularity for agricultural and municipal adaptation to water scarcity", Groundwater for Sustainable Development 14 (2021), 100602, 1-19,

AWA. (2012). Water Efficıency The Case for Water Efficiency, Australian Water Association Position Paper, https://depws.nt.gov.au/__data/assets/pdf_file/0011/529454/The_Case_for_Water_Efficiency_Position_Paper.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

Aybuğa, K. & Yücel Işıldar, A.G. (2022). "Agent-Based Approach on Water Resources Management: A Modified Systematic", Review Turkish Journal of Water Science & Management 6 (2) (2022) / 202–236.

Burak, S., Zeki, S. Ülker, D., & Bayırhan, İ. (2022). "The Legal Framework of Water Quality Management in Turkey", Turkish Journal of Water Science & Management, 6 (1) (2022) / 121-144.

Chapin III, F.S., Torn, M.S. & Tateno, M. (1996). "Principles of Ecosystem Sustainability". The American Naturalist, 148(6), 1016-1037.

CMPA. (2023). "Municipal Conservation and Efficiency", The Chicago Metropolitan Agency for Planning, https://www.cmap.illinois.gov/programs/water/supply-planning/conservation-efficiency (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Çamur, D., İlter, H. ve Topbaş, M. (2018). "Çalışanlarının gözünden Türkiye'deki belediyelerde su yönetimi", Turk J Public Health 2018;16(1), 34-47, https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/532282 (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Çapar, G. (2019). Su Kaynakları Yönetimi ve İklim Değişikliği, İklim Değişikliği Alanında Ortak Çabaların Desteklenmesi Projesi (iklimİN), İklim Değişikliği Eğitim Modülleri Serisi 8, Ankara.

Çiftçi, E. ve Güneş, M. (2022). "Büyükşehirleşme Sürecinde Su Yönetimi: HATSU Örneği", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 31 (1), 127-164

DSİ. (2023). Hakkımızda, Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü, https://www.dsi.gov.tr/Sayfa/Detay/692 (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Dünya (2023). "İSKİ'den "su tasarrufu" önerileri", Dünya Gazetesi, 16 Ağustos 2023, https://www.dunya.com/gundem/iskiden-su-tasarrufu-onerileri-haberi-701871

ebelediye (2021). "İSKİ mevcut su kaynaklarının daha verimli kullanılması için çalışıyor", Mart-Nisan 2021, https://www.ebelediye.info/roportaj/iski-mevcut-su-kaynaklarinin-daha-verimli-kullanilmasi-icin-calisiyor (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Element. (2015). Municipal Water Efficiency Plan, Element Water Consulting & WaterDM, October 21, 2015, https://www.aspen.gov/DocumentCenter/View/466/City-of-Aspen-Municipal-Water-Efficiency-Plan-2015-PDF (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

EPA. (2000). Using Water Efficiently: Ideas for Communities, United States Environmental Protection Agency, https://www.epa.gov/sites/default/files/2017-03/documents/ws-ideas-for-communities.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

GASKİ. (2019). 2020-2024 Stratejik Plan, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü, https://gaski.gov.tr/wp-content/uploads/2020/09/gaski-2020-2024-stratejik-plan.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

GASKİ. (2023). 2022 Yılı Faaliyet Raporu, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü, https://gaski.gov.tr/wp-content/uploads/2023/10/2022_Faaliyet_Raporu-copy.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

GBB. (2017). Gaziantep İklim Değişikliği Eylem Planı Plan ve Önlemlerin Tanıtımı, UCLG-MEWA Çevre Komitesi Görev Gücü Çalıştayı /20 Mayıs 2017, Seferihisar İzmir, https://matchupantalya.org/Uploads/abf253be6e1c44c0b44ad9645fa7b5d7.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

İSKİ. (2023). II. Su Verimliliği ve Su Tasarrufu Çalıştayı Sonuç Bildirgesi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi İstanbul Su ve Kanalizasyon İdaresi Abone İşleri 3. Bölge Dairesi Başkanlığı, İstanbul.

İzmir BB. (2007). "Büyükşehir'in "Su Seferberliği Sürüyor", Haberler, İzmir Büyükşehir Belediyesi, 1 Mayıs 2007, https://www.izmir.bel.tr/tr/Haberler/buyuksehirin-su-seferberligi-suruyor/2592/156 (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

İzmir BB. (2021). "Kuraklığa karşı bir hamle daha", Haberler, https://www.izmir.bel.tr/tr/Haberler/kurakliga-karsi-bir-hamle-daha-/45347/156 (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2010). "Uluslararası Sürdürülebilir Su ve Atıksu Yönetimi Sempozyumu Başladı", Haberler, 26.10.2010, https://www.konya.bel.tr/haber/uluslararasi-surdurulebilir-su-ve-atiksu-yonetimi-sempozyumu-basladi (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2011). "KOSKİ, Su Tasarrufuna Dikkat Çekiyor", Haberler, 26.03.2011, https://www.konya.bel.tr/haber/koski-su-tasarrufuna-dikkat-cekiyor (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2017a). "Su Tasarrufu Sağlayan Gök Bayraklı Okul Sayısı 68 Oldu", Haberler, 05.05.2017, https://www.konya.bel.tr/haber/su-tasarrufu-saglayan-gok-bayrakli-okul-sayisi-68-oldu (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2017b). "Büyükşehir Suyun Paydaşlarını Buluşturdu", Haberler, 01.02.2017, https://www.konya.bel.tr/haber/buyuksehir-suyun-paydaslarini-bulusturdu (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2019). "Su Tasarrufunun Bilinçlendirilmesi", Projeler, https://www.konya.bel.tr/proje?proje_id=122 (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2021a). "75 Bin Öğrenciye Çat Kapı Tiyatro ile Su Tasarrufu ve Sıfır Atık Anlatılıyor", Haberler, 24.12.2021, https://www.konya.bel.tr/haber/75-bin-ogrenciye-cat-kapi-tiyatro-ile-su-tasarrufu-ve-sifir-atik-anlatiliyor (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2021b). "Konya Su Tasarrufunda Da Öncü Olacak", Haberler, 13.01.2021, https://www.konya.bel.tr/haber/baskan-altay-konya-su-tasarrufunda-da-oncu-olacak (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2022). "Bir Yılda 4.8 Milyon Metreküp Suyun Boşa Gitmesini Önledik", Haberler, 06.02.2022, https://www.konya.bel.tr/haber/baskan-altay-bir-yilda-48-milyon-metrekup-suyun-bosa-gitmesini-onledik (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2023a). "Sürdürülebilir Su Çalıştayı Başladı", Haberler, 12.03.2018, https://www.konya.bel.tr/haber/surdurulebilir-su-calistayi-basladi (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2023b). "2022'de 3,7 Milyon Metreküp Suyun Boşa Akmasını Engelledik", Haberler, 29.01.2023, https://www.konya.bel.tr/haber/baskan-altay-2022de-37-milyon-metrekup-suyun-bosa-akmasini-engelledik (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2023c). "Akıllı Su Şebekeleri", Akıllı Şehir Uygulamaları, https://akillisehir.konya.bel.tr/uygulama/akilli-su-sebekeleri (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

KBB. (2023d). "Mor Şebeke", Akıllı Şehir Uygulamaları, https://akillisehir.konya.bel.tr/uygulama/mor-sebeke (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Kırtorun,E. ve Karaer,F. (2018). "Su Yönetimi ve Suyun Sürdürülebilirliği", Sürdürülebilir Mühendislik Uygulamaları ve Teknolojik Gelişmeler Dergisi, 1(2), 151-159.

Kibaroğlu, A. & Başkan, A. (2011). "Turkey' s Water Policy Framework", Turkey's Water Policy National Frameworks and International Cooperation (Ed. Kramer, A, Kibaroğlu, A. & Scheumann, W.), Springer, 3-25.

Kirişçi, V. (2022). "Tarım ve Orman Bakanı Kirişci'den 81 İlin Belediye Başkanına Su Verimliliği Seferberliği Mektubu", Tarım ve Orman Bakanlığı Su Yönetimi Genel Müdürlüğü, 28.11.2022, https://www.tarimorman.gov.tr/SYGM/Haber/1072/Tarim-Ve-Orman-Bakani-Kirisciden-81-Ilin-Belediye-Baskanina-Su-Verimliligi-Seferberligi-Mektubu

Kramer, A. & Kibaroğlu, A. (2011). "Turkey's Position towards International Water Law", Turkey's Water Policy National Frameworks and International Cooperation (Ed. Kramer, A, Kibaroğlu, A. & Scheumann, W.), Springer, 215-228.

MASS. (2023). "Water Conservation for Municipalities", Commonwealth of Massachusetts, https://www.mass.gov/guides/water-conservation-for-municipalities (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Muluk, Ç. vd. (2013). Türkiye'de suyun durumu ve su yönetiminde yeni yaklaşımlar: çevresel perspektif, İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği, FAO, Doğa Koruma Merkezi, Yaşama Dair Vakıf, Türkiye.

OECD. (2020). Sustainability and Competition, OECD Competition Committee Discussion Paper, https://www.oecd.org/daf/competition/sustainability-and-competition-2020.pdf (Erişim Tarihi: 23.10.2023).

PBYADB (2020). "Yeşil Alanlarda Dönüşüm; Kimlik ve Sürdürülebilirlik Amaçlı Çözümler", İstanbul Yeşil Alanlar Çalıştayı 5-6 Şubat 2023, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Park Bahçe ve Yeşil Alanlar Dairesi Başkanlığı, https://yesil.istanbul/workshop-detail_istanbul-yesil-alan-calistayi (Erişim Tarihi: 23.10.2023).

PPG. (2023). Municipal Water Efficiency Eco-Cluster Summary Report, Partners in Project Green, https://partnersinprojectgreen.com/wp-content/uploads/2019/06/FINAL-Report-IESO-PPG-05272019.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

PUB. (2022). Best Practice Guide in Water Efficiency, Buildings Version 2, PUB, Singapore's National Water Agency, https://www.pub.gov.sg/Documents/Water_Efficiency_Buildings_v2.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

Reportlinker. (2023). "Top insights for Water Markets", Water Industry 2023.

Resmi Gazete. (1926). Sular Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 831, Kabul Tarihi: 28/4/1926 Yayımlandığı Tarih: 10/5/1926, Sayı: 368.

Resmi Gazete. (2004). 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, Kabul Tarihi: 23 Temmuz 2004.

Rosen, M.A. (2018). "Issues, Concepts and Applications for Sustainability", Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation, 2018/3, 1-21.

SDAPP. (2022). Water Efficiency, Building design for a sustainable future, Sustainable Design Assessment in the Planning Process, https://www.portphillip.vic.gov.au/media/bhnpysfl/casbe-03-water-efficiency-v10-june-2022_online.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

SYGM. (2023). Misyonumuz-Vizyonumuz, Su Yönetimi Genel Müdürlüğü, https://www.tarimorman.gov.tr/SYGM/Menu/25/Misyonumuz-Vizyonumuz (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

THDB (2023). "İBB'den çiftçilere ücretsiz sulama desteği", Haberler, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı, https://tarim.ibb.istanbul/tr/haberler/1270/ibbden-ciftcilere-ucretsiz-sulama-destegi.html (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

The Partnership. (2005). Canadian municipal water conservation initiatives, https://waterbucket.ca/wuc/2005/12/02/canadian-municipal-water-conservation-initiatives/ (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Tigrek, S. & Kibaroğlu, A. (2011). "Strategic Role of Water Resources for Turkey", Turkey's Water Policy National Frameworks and International Cooperation (Ed. Kramer, A, Kibaroğlu, A. & Scheumann, W.), Springer, 27-42.

TLW. (2023). "Common-sense measures that would help municipalities conserve water", Texas Living Waters, https://texaslivingwaters.org/water-conservation/common-sense-measures-that-would-help-municipalities-conserve-water/ (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Turan, İ. (2011). 179-195. "The Water Dimension in Turkish Foreign Policy", Turkey's Water Policy National Frameworks and International Cooperation (Ed. Kramer, A, Kibaroğlu, A. & Scheumann, W.), Springer, 179-195.

UN. (2014). Water and Energy Efficiency, Information brief, https://www.un.org/waterforlifedecade/pdf/01_2014_water_energy_efficiency.pdf (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

UNEP. (2015). Environmental Sustainability for Human Well-being in the Post-2015 Development Agenda, United Nations Environment Programme, https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/hlth-022.pdf (Erişim Tarihi: 23.10.2023).

WHO. (2023). Sanitation, World Health Organization, 3 October 2023, https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/sanitation (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Williams, P.A. (2011). "Turkey's Water Diplomacy: A Theoretical Discussion", Turkey's Water Policy National Frameworks and International Cooperation (Ed. Kramer, A, Kibaroğlu, A. & Scheumann, W.), Springer, 197-214.

WWF. (2023a). Tatlı Su, https://www.wwf.org.tr/calismalarimiz/tatli_su/ (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

WWF. (2023b). Su, https://www.wwf.org.tr/ne_yapiyoruz/ayak_izinin_azaltilmasi/su/ (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

BELEDİYELERİN ENGELSİZ YAŞAM UYGULAMALARI VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Prof.Dr., Hakkı M. AY
Selçuk Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0001-9033-8248
Doç.Dr., Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ
Selçuk Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-5707-1542

ÖZET

İnsan toplum halinde yaşamak zorunda kaldığı için bir takım toplumsal ihtiyaçları oluşmaktadır. Kapitalist ekonomik sistem içerisinde üretim faaliyetlerinde bulunan kişiler bir gelire kavuşabilmektedirler. Ancak çocuklar, yaşlılar, bakıma muhtaç olanlar ve engelli kişiler herhangi bir üretimde bulunamamaktadırlar. Sosyal devlet kavramının yerel uzantısı olarak sosyal belediyecilik uygulamaları içinde, dezavantajlı toplum kesimlerine ayni ve nakti yardımların dışında, genel tüketime açık faaliyetlerden de yararlanmaları yer almaktadır. Bu bağlamda belediyeler yollar, kaldırımlar, toplu taşıma araçları, tanıtıcı ve bilgilendirici broşürler, park ve yeşil alanlar gibi farklı alanlarda engelli kişilere dönük faaliyetler yürütmektedirler. Bu çalışmada Konya Büyükşehir Belediyesi'nin engelli kişilere dönük faaliyetleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Engelsiz yaşam, dezavantajlı kesimler, sosyal belediyecilik, Konya Büyükşehir Belediyesi

BARRIER-FREE LIFE PRACTICES OF MUNICIPALITIES AND THE EXAMPLE OF KONYA METROPOLITAN MUNICIPALITY

ABSTRACT

Since humans have to live in society, they have certain social needs. People who engage in production activities within the capitalist economic system can earn an income. However, children, the elderly, those in need of care and disabled people cannot engage in any production. As a local extension of the social state concept, social municipality practices include benefiting from activities open to general consumption, in addition to in-kind and cash aid to disadvantaged segments of society. In this context, municipalities carry out activities for disabled people in different areas such as roads, sidewalks, public transportation vehicles,

promotional and informative brochures, parks and green areas. In this study, the activities of Konya Metropolitan Municipality towards disabled people were examined.

Key Words: Barrier-free life, disadvantaged groups, social municipalism, Konya Metropolitan Municipality

1.YAŞAMIN KESKİN GERÇEĞİ: ENGELLİLİK

Engellilik insan olmanın ve deneyiminin ayrılmaz bir parçasıdır ve sağlık koşulları yanı sıra bazı çevresel ve kişisel faktörlerden etkilenmektedir. Engelli kişiler çok çeşitli bir gruptur. Engellilerin cinsiyet, yaş, din, ırk, sosyoekonomik durum, cinsellik, etnik köken veya kültürel miras gibi farklı kişisel özellikleri vardır. Bu nedenle engelliliğe farklı yönleri dikkate alınarak dengeli bir yaklaşımla bakılmalıdır (UN, 2018: 4). Engelli kişiler daha erken ölür, sağlıkları daha kötüdür ve günlük işlevselliklerinde sağlıklı kişilere göre daha fazla kısıtlama yaşarlar.

Başlıca engellilik çeşitleri şunlardır (MEB, 2013: 4-5): Ortopedik engelli, görme engelli, işitme engelli, konuşma engelli, zihinsel engelli ve süreğen hastalıklar. Başlıca engelli hakları ise şunlardır (MEB, 2013: 5-10): Eğitim hakkı, çalışma ve işsizlikten korunma hakkı, ulaşım hakkı, toplumsal ve kültürel yaşama katılma hakkı, maaş hakkı, bakım hizmeti alma hakkı, sağlık ve hasta hakları, siyasi yaşama (seçme ve seçilme) katılma hakkı, dilekçe ve adalete erişim hakkı, rehabilitasyon hizmet hakkı, aile ortamında veya bağımsız yaşama hakkı.

Tahminen 1,3 milyar insan önemli derecede engellilik yaşamaktadır. Bu oran dünya nüfusunun %16'sını, dolayısıyla her 6 kişiden 1'ini temsil etmektedir. Engelli bireylerin yüzde 80'i gelişmekte olan ülkelerde yaşamaktadır (UN, 2022). Bu sayı ve oran bulaşıcı olmayan hastalıkların artması ve insanların daha uzun yaşaması nedeniyle giderek artmaktadır.

İnsanların doğuştan veya sonradan meydana gelen bedensel, zihinsel, ruhsal, duyusal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi olasıdır (Öztürk, 2011: 17). Hemen herkes yaşamının bir kesitinde geçici veya kalıcı olarak engellilik yaşamaktadır. Bu nedenle bu insanların sosyal yaşama uyum sağlayamama ve günlük gereksinimlerini karşılayamama sorunları ile karşılaşırlar (Tokol, 2018: 356). Korunmaya, bakıma, rehabilitasyona, danışmanlık ve destek hizmetlerine gereksinim duyan bireyler engelli olarak tanımlanır (T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, 2008: 34). Bu tanım kapsamında engelliler bedensel, zihinsel ve ruhsal olarak üç ana gruba ayrılırlar. Engelliliğe Karşı Ayrımcılık Yasasında engellilik, bir kişinin gündelik aktivitelerini gerçekleştirme becerisinde uzun dönemli olumsuz etkileri olan fiziksel ya da zihinsel bozukluk olarak değerlendirilmektedir (www.equalityni.org). Bu gibi değerlendirmeler doğrultusunda engellilik kavramı maalesef bir sağlık sorununa indirgenmiştir

(Özateş Gelmez, 2018: 193). Oysa engellilik karmaşık, dinamik, çok boyutlu ve hala tartışmalı bir konudur (WHO, 2011)

Sakat ve özürlü kelimelerinin olumsuz anlamlar çağrıştırması nedeniyle günümüzde hareket yeteneği sınırlı olan bireyleri anlatmak için engelli kavramı daha çok tercih edilmektedir. Türkiye'de 2013 yılından itibaren ilgili kanunlardan özürlü, çürük, sakat gibi kavramlar çıkarılarak tümünü kapsayacak şekilde engelli kavramı kullanılmaktadır (Resmi Gazete, 2013). Sosyal dışlanma, eğitim, istihdam, ulaşım ve fiziksel çevre gibi sorunlar engelli bireylerin karşılaştıkları başlıca sorunlardır (Genç, 2015: 84-88; Küçükali, 2014: 62; Şemşit, Uçar ve Yüksel, 2016: 211). Engelli bireyler çoğunlukla sağlık ve bakım hizmetlerine, eğitim ve istihdam fırsatlarına eşit derecede erişememekte, ihtiyaç duydukları engellilik hizmetlerini alamamakta ve günlük yaşam faaliyetlerinden dışlanmaktadırlar.

Birleşmiş Milletler Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme Genel Kurul'un 13 Aralık 2006 tarihli ve A/RES/61/106 tarihli kararıyla kabul edilmiş ve 3 Mayıs 2008 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Türkiye ise bu sözleşmeyi 30 Mart 2007 tarihinde imzalamış ve 28 Ekim 2009 tarihinde yürürlüğe koymuştur (İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2023). Sözleşmenin yürürlüğe girmesiyle birlikte engellilik, giderek daha fazla bir insan hakları sorunu haline gelmiştir. Bu arada Birleşmiş Milletlere üye 180 devlet Engelli Hakları Sözleşmesi'ni onaylamıştır (UN, 2022).

Engelliler sosyal ve ekonomik yaşam içerisinde daima dezavantajlı durumdadırlar. Engelli bireyler birçok sağlık eşitsizliğiyle karşı karşıyadır. Sağlıklı kişilere kıyasla engelli kişilerde depresyon, astım, diyabet, felç, obezite veya kötü ağız sağlığı gibi durumlara yakalanma riski iki kat daha fazladır. Hatta bazı engelli kişilerin engelli olmayanlara göre 20 yıl daha erken öldüğü bir gerçeği vardır (WHO, 2023a). Ayrıca engelliler uygun fiyatlı ulaşımı, engelli olmayan kişilere göre 15 kat daha zor bulmaktadırlar.

Engellilik aynı zamanda bir ekonomik kalkınma sorunudur. Çünkü engelli bireylerin engelsiz bireylere oranla daha düşük sosyo-ekonomik şartlarda yaşadıklarına ve daha yoksul olduklarına işaret eden kanıtlar gün geçtikçe çoğalmaktadır (WHO, 2011:7).

Sağlık açısından normal kabul edilecek yetkinlik ve becerileri akranlarına göre eksik ya da kısıtlı gerçekleştiren engellilere (WHO, 1980: 143), devleti temsil eden merkezi yönetim ve yerel yönetimler tarafından pozitif ayrımcılık tanınmalıdır. Sosyal devlet acımasız rekabet şartlarının yer aldığı piyasa mekanizmasında dezavantajlı kesimlere yardım eden ve destek sağlayan bir anlayıştır. Yaşlı, çocuk, bakıma muhtaç, kimsesiz gibi dezavantajlı kesimler içerisinde yer alan ve tarihsel süreçte lanetli, kusurlu, sakat, özürlü gibi olumsuz kavramlarla betimlenen engellilerin sayıları her geçen gün artmaktadır.

Bir kişinin çevresi, engelliliğin deneyimi ve kapsamı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Erişilemez ortamlar, çoğu zaman engelli kişilerin topluma diğerleriyle eşit, tam ve etkili katılımını engellemektedir. Bu engellerin özellikle kamu otoriteleri tarafından ortadan kaldırılması ve engelli kişilerin günlük yaşamlarının kolaylaştırılması yoluyla sosyal katılımlarının geliştirilmesi konusunda ilerleme kaydedilebilir (WHO, 2023b). Bu nedenle engelliliğin farklı yönlerine uygun olarak dengeli bir yaklaşıma ihtiyaç vardır (Forsyth vd., 2007:345-346).

Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Bankası'nın 2011'de hazırladığı engelliliğe ilişkin ilk dünya raporuna göre engelli kişilerin genel olarak sağlık durumları daha kötü, eğitim başarıları daha düşük, ekonomik fırsatlar daha az ve yoksulluk oranları engelli olmayan kişilere göre daha yüksektir. Rapor, hükümetler ve ortakları için somut bir dizi tavsiyeler içermektedir. Dünya Engellilik Raporu'nda engelli bireylerin toplum yaşamına katılma ve içerme düzeyini iyileştirmek için gerekli adımlar yer almaktadır. Rapor politika yapıcılarına, uygulamacılara, akademisyenlere, kalkınma kuruluşlarına ve sivil toplum kuruluşlarına yönelik olarak hazırlanmıştır (WHO, 2011:7).

2.ENGELSİZ YAŞAM UYGULAMALARI

Kapitalist sistem her ne kadar başlangıçta ekonomik yaşamı düzenlese de zamanla sosyal yaşamı ciddi bir şekilde etkilemiştir. Kapitalist sistemin açıklarının varlığı halinde sosyalizmin yaygınlaşacağı kaygısıyla 2. Dünya Savaşı sonrasında sosyal devlet uygulamaları başlatılmıştır. Sosyal devlet, toplumun refahını artırmak için devletin birçok alanda öncü ve müdahaleci biçimde davrandığı ve kamu hizmetlerinin toplum yararı düşüncesiyle uygulandığı yöntemler bütünü olarak tanımlanır (Barr, 2012: 7). Kapitalizm, dengesiz bir dağılımı içeren refah artışı doğurmuştur. Refahın bireyler arasındaki dağılımı sorunu, sosyal devlet anlayışının çerçevesini oluşturmuştur (Karaca ve Çam, 2019: 72). Sosyal devlet milli gelirin adil dağılımını gerçekleştirerek, insan haysiyetine uygun asgari yaşam standardını sağlamaktadır (Gümüş, 2010: 188). Devlet harcamalar ve gelirler yoluyla ekonomik ve sosyal yaşama müdahale ederek bireylere ekonomik ve sosyal haklar sunabilmektedir. O nedenle sosyal devlet anlayışında bireylerin gelecek kaygısı taşımaması için önlemler alınmalı ve yasal düzenlemeler oluşturulmalıdır. Böylece herkes kamunun sunduğu tüm hizmetlerden eşit olarak faydalanabilecektir (Kurt, 2015: 418)

Fiziksel eksikliklerinden dolayı engelliler sosyal hayatın tüm alanlarında engellerle karşılaşmakta ve toplumda en dezavantajlı grup olarak nitelendirilmektedir (European Commission, 2000: 3). Engelli bireyler, gündelik yaşamlarında farklı oranlarda zorluklarla karşılaştıkları için destek hizmetlerine gereksinim duyarlar (MEB, 2011: 1). Engelli bireylerin

kişisel bakım ve beslenmeleri ile yaşam alanlarının güvenliği, öncelikli sorunlarının başında gelir.

Engelli olmak bazı kişiler tarafından farklı olmanın deneyimini yaşamak olarak nitelendirilse de (Hahn, 1986: 276) aslında sanal ve fiziki çevreye ulaşamamak demektir. Erişilebilirlik, kentsel alanların önemli bir özelliğidir ve genellikle ulaşım ve arazi kullanım planlarına yansır. Oysa önemli bir literatürü olmasına rağmen erişilebilirlik kavramına, politikaların değerlendirilmesi ve uygulanması sırasında nadiren rastlanmaktadır (Handy & Niemeier, 1997: 1175). Özellikle bugünün kentlerinde ayrımcı kent plan ve tasarımları varlığını devam ettirmektedir (Gleeson, 1999: 174).

Engelsiz yaşam uygulamaları: engelliliği önlemek, engellileri ayrımcılıktan uzak, sağlık, eğitim, istihdam, rehabilitasyon, ulaşım, bakım hizmetlerinde fırsat eşitliğine dayalı olarak yaşamalarını ve toplumsal yaşama tam katılımlarını sağlanmak, engellilerin kamusal yaşam pozisyonları ve meşgul olabileceği yollar hakkında farkındalık yaratmak olarak özetlenebilir (Equality Commission, 2022: 4, 6; T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, 2011: 7).

Engelli bireylerin toplumsal yaşama kazandırılmasının en etkili yollarından biri istihdam politikalarıdır. İstihdam edilmek engelli bireyi hem bağımlı ve bakıma muhtaç algısından kurtaracak hem de topluma katılım ve uyumu sağlanmış olacaktır (Kanyılmaz Polat, 2020: 878). Öncelikli olarak engelli bireylerin istihdama dahil edilmelerinin önündeki engellerin ve çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve çözüme kavuşturulmaları önem arz eder. Engellilere fırsat eşitliği verilmemesi durumunda en temel hakları olan istihdam hakkına erişememekte, kayıt dışında ve/veya marjinal işlerde çalışmak zorunda kalmalarına neden olmaktadır (Orhan, 2015: 79).

Engellilik aynı zamanda bir sağlık sorunu olduğu için hükümetler, engelli bireylerin sağlık hizmetlerine dahil edilmelerini sağlamak zorundadırlar. Merkezi yönetim sağlık hizmeti arzına dönük politikalar, düzenleyici mekanizmalar ve standartlar geliştirerek, bunların pratikte uygulanmasını, izlenmesini ve denetlenmesini sağlamalıdır. Hastane, rehabilitasyon merkezleri gibi hizmet sunucuları en yüksek kalitede sağlık hizmetleri vermelidirler. Bunun yanında hizmet alan engelli ve yakınları, engelli örgütleri ve meslek kuruluşları farkındalık oluşturmalı, politika gelişine katkı sunmalı, politikaların ve hizmetlerin uygulanmasını izlemelidirler. Uluslararası kurum ve kuruluşlar ile birlikte hareket edilerek iyi ve gelecek vaat eden uygulamalar paylaşılabilir. Ülkelerin engelli politikalarını, sistemlerini ve hizmetlerini güçlendirmeleri için uluslararası düzeyde teknik yardım sağlanabilir (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2011: 88).

Engelli bireylerin yaşam kalitelerinin artırılması konusunda en önemli çalışmaları Birleşmiş Milletler yapmaktadır. Birleşmiş Milletlere bağlı Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu (UNESCO), Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu (UNICEF) gibi kuruluşların yanı sıra Birleşmiş Milletler Engelliler Programı da bulunmaktadır. Başka bir kuruluş olan Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) de engellilerin iş piyasasına ulaşmaları konusunda çalışmalar yürütmektedir (www.megep.meb.gov.tr, 2018).

Avrupa Birliği (AB)'nde engelli haklarının temel yasal dayanakları Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı ve Avrupa Birliğinin İşleyişine dair Antlaşma'dır. AB kurum ve ülkeleri engelsiz yaşamın sağlanması veya en aza indirgenmesi için ortak hareket noktaları şunlardır: engelliliğe ilişkin konularda farkındalık oluşturmak, mali destek olanaklarını arttırmak, istatistiksel verileri iyileştirmek ve engelli haklarına ilişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nin uygulanmasını sağlamaktır. AB'nin engelsiz yaşam konusunda öncelikli alanları kamu ve özel kesim hizmetlerine erişilebilirlik, katılım, eşitlik, istihdam, eğitim-öğretim, sosyal koruma, sağlık ve dış politikadır (European Commission, 2010: 3-9; European Disability Forum, 2023). Topluluk içinde engelliler ile politika alanları çeşitli olsa da esas odak noktası iletişimdir. Engelli kişilerin hizmetlere erişiminin sağlanması halinde, hizmet kalitesinin artmasının yanı sıra çalışma yaşamı, tüketicinin korunması ve Avrupa sanayisinin rekabet gücü gibi alanlar üzerinde de olumlu etkileri vardır (European Commission, 2000: 3).

AB ülkelerinde engelsiz yaşam için hizmet ve uygulamaların gözetimi yerel yönetimlerin yetki alanındadır. Ayrıca engelli haklarına ilişkin olarak uluslararası kuruluşlar, merkezi ve yerel yönetim kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları arasında iletişim ve işbirliğinin arttırılması teşvik edilmektedir. Nitekim bu amaçla AB Komisyonu engelli haklarının korunması ve geliştirilmesi konusunda farkındalık yaratmak ve teşvik etmek amacıyla 2003 yılını Avrupa Engelliler Yılı ilan etmiştir (European Commission, 2000: 20).

AB ülkelerinde engelsiz yaşam konusunda farklı uygulamalar da görülmektedir. Hollanda, Avrupa Birliği Sosyal Fonu'nun finansmanı ile Sosyal İşler ve İstihdam Bakanlığı engellilerin işgücü piyasasına geçişi için belediyeleri teşvik etmektedir. Belediyeler engellilere istihdam oluşturmak için işverenler ve özel eğitim kurumları ile işbirliği içerisinde olmaktadır. Bu program engellilerin okuldan sonra aktif işgücü piyasasına geçişini kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Ayrıca iyi uygulamalara Erişilebilir Kent Ödülü verilmektedir. Nüfusu 50.000'in üzerindeki kentlerde erişilebilirliğin arttırılması konusundaki isteklilik, kapasitesi ve çabalar değerlendirilmektedir. Bu uygulamalar sayesinde tüm bireylerin kentsel hizmetlerden eşit olarak yararlanması amaçlanmaktadır. Kamu Çalışanları İçin Çalışan Destek Programı ile

kamu çalışanlarının en yüksek performansı göstermesini engelleyen sorunlar belirlenmekte ve çözülmesine yardımcı olunmaktadır (Zahra vd., 2016: 28-33).

Türkiye'de 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanunda 'Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması' ibaresi 3/5/2013 tarihli ve 6462 sayılı Kanunun 1. maddesinde Engelliler olarak değiştirilmiştir. Türkiye'de Ulusal Engelli Veri Tabanında 2023 yılı Temmuz ayı verilerine göre kayıtlı ve yaşayan engelli sayısı 2.511.950'dir. Bu veri içinde Engelli Sağlık Kurulu Raporu almak için yetkili hastanelere başvurmamış ve hizmet almak için kamu kurumları ile iletişime geçmemiş bireyler yer almamaktadır. Bu sayının 1.414.643'ü (%56) erkek 1.097.307'si (%44) kadındır. Ağır engelli kişi sayısı 775.012'dir (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2023b: 16).

Türkiye'de engelli bireyler kendilerine sağlanacak hak ve hizmetlerden yararlanabilmek için öncelikle Sağlık Bakanlığı'nın yetkilendirdiği heyetler tarafından verilen sağlık kurulu raporu almak zorundadırlar. Bu raporda bireyin engellilik durumu, engel grubu, türü ve derecesi belirtilir. Alınan sağlık kurulu raporu ile engelli aylığı, evde bakım yardımı, bakım hizmetleri, özel eğitim, istihdam, sağlık, vergi indirim ve muafiyetleri gibi hak ve hizmetlerden yararlanabilirler (Danış vd., 2020: 234).

2021 yılında devlet tarafından engelli, emekli, yaşlı, dul, yetim, işsizlik, aile ve çocuk gibi konularda 785.662.000 TL sosyal koruma harcaması yapılmıştır. Engellilere yapılan harcama 23.691.000 TL olarak sosyal koruma harcaması içinde %3'lük bir pay almıştır. Sosyal koruma harcaması içinde sosyal koruma yardımları, idari masraflar ve diğer harcamalar bulunmaktadır. Sosyal koruma yardımları ise hastalık/sağlık bakımı, engelli/malul, emekli/yaşlı, dul/yetim, aile/çocuk, işsizlik, konut ile sosyal dışlanma ve başka yerde sınıflandırılamayanlar için yapılan sosyal yardımlardan oluşmaktadır (TÜİK, 2022).

Toplum içindeki varlıklarının güçlenmesi ve bilinçli bireyler olmaları için anayasa, yasalar, yönetmelikler ve bazı düzenlemelerle engellilere pozitif ayrımcılık yapılmaktadır (Küçükali, 2014: 69). Herkesin kanunlar önünde eşit olduğunu içeren Anayasanın 10. Maddesinin devamında (Ek fıkra: 7/5/2010-5982/1 md.): *"Çocuklar, yaşlılar, özürlüler, harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleri ile malul ve gaziler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmaz"* (Anayasa, 1982) hükmü yer almaktadır. 50. Maddede *"Küçükler ve kadınlar ile bedeni ve ruhi yetersizliği olanlar çalışma şartları bakımından özel olarak korunurlar"* hükmü ile çalışma koşullarının engelli bireylere göre yapılandırılmasını emreder. Ayrıca 61. Maddede yer *alan "Devlet harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleriyle, malul ve gazileri korur ve toplumda kendilerine yaraşır bir hayat seviyesi sağlar"* hükmü ile engellilere insan onuruna yakışır bir yaşam sunulmasını kendisine bir görev saymaktadır. Bu maddenin devamında

"Devlet, sakatların korunmalarını ve toplum hayatına intibaklarını sağlayıcı tedbirleri alır. Yaşlılar, devletçe korunur, yaşlılara devlet yardımı ve sağlanacak diğer haklar ve kolaylıklar kanunla düzenlenir" hükmü ile devletin görevleri artmaktadır.

2005 yılında yürürlüğe giren Engelliler Hakkında Kanun'un 1. Maddesinde bu kanunun amacı açıklanmıştır. Bu maddeye göre: *"Bu Kanunun amacı; engellilerin temel hak ve özgürlüklerden faydalanmasını teşvik ve temin ederek ve doğuştan sahip oldukları onura saygıyı güçlendirerek toplumsal hayata diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımlarının sağlanması ve engelliliği önleyici tedbirlerin alınması için gerekli düzenlemelerin yapılmasını sağlamaktır"* (Engelliler Hakkında Kanun, 2005). Ayrıca *"Türkiye Cumhuriyeti adına 30 Mart 2007 tarihinde New York'ta imzalanan Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmenin onaylanması uygun bulunmuştur"* (Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme, 2008).

Türkiye'de engellilerin çalışma yaşamında dezavantajlı durumunu en aza indirgemek için başka düzenlemeler de yapılmıştır. İş Kanunu'na göre özel sektörde 50'den fazla çalışanı olan işletmelere, çalışanlarının en az %3'ü engelli kişi olması şartı getirilmiştir. Kamu sektöründe ise engelli sayısı en az %4'tür. 2021 Haziran itibarıyla kamu sektörü 4.834.238 memur istihdam etmektedir. Engelli memur sayısı 193.369 olması gerekirken 2021 Ağustos ayı itibarıyla engelli memur sayısı 58.520'dir. 2018 yılından itibaren kamuda çalışan engelli sayısı kanuna göre olması gereken sayının oldukça altındadır. Özel sektörde de istihdam edilmesi gereken engelli sayısı, kanunen olması gerekeni geçmemiştir. Türkiye İş Kurumu tarafından işe yerleştiren engelli sayısı, ağırlıklı olarak özel sektörde istihdam edilmektedir. 2021 yılı Ağustos ayında işe yerleştirilen engelli sayısı kamuda 284, özel sektörde ise 5.937 olmak üzere toplam 6.221'dir. 2015 yılında işe yerleşen engelli sayısı 20.455 iken 2020 yılında 8.853'e düşmüştür (Büyükbayrak, 2020). Yasal düzenlemelere rağmen, Türkiye'de son yıllarda iş arayan engelli sayısı artarken, yeni iş olanakları giderek azalmaktadır (Doğrulukpayı, 2017).

Türkiye'de engellilere yapılan maddi yardımlar da vardır. Bunlar; engelli aylığı, engelli yakını aylığı, muhtaç aylığı ve evde bakım ücretidir. Engelli aylığı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı tarafından, muhtaç aylığı Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından, evde bakım ücreti ise T.C. Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından verilmektedir. Evde bakım ücreti %50 ve üzerinde engeli olan ve sağlık kurulu raporuna göre ağır engelli kabul edilen kişilerin bakımını üstlenenlere verilmektedir (Doğrulukpayı, 2020). Avrupa Komisyonu'nun Türkiye raporunda savunmasız kişiler için kurumsal açıdan yeterli ilerleme sağlanmadığı tespiti yer almaktadır. Savunmasız çocuklar ve engelli kişiler için evde bakım destekleri artmış olsa da; bakım hizmetleri için kalite standartları, izleme, teftiş ve değerlendirmenin iyileştirilmesi tavsiye edilmektedir (European Commission, 2019: 86)

3. BELEDİYELER VE ENGELSİZ YAŞAM

Engelliler talep, beklenti ve şikâyetlerini ilk basamak olarak gördükleri yer olarak belediyeleri görmektedirler (Kesgin, 2014: 8-9). Türkiye'de belediyeler anayasa ve yasalar veya sosyal belediyecilik anlayışı gereği kurdukları birimlerle engellilere yönelik sosyal, kültürel, ekonomik ve eğitsel politikaları yürütmektedirler (Pektaş, 2010: 13).

Yerel yönetimler içinde belediyeler için engellilere dönük birçok yasal düzenlemeler bulunmaktadır. 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun Belediyenin Görev, Yetki ve Sorumluluklarını içeren 14/b Maddesine göre: *"Belediye hizmetleri, vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur. Hizmet sunumunda engelli, yaşlı, düşkün ve dar gelirlilerin durumuna uygun yöntemler uygulanır"* hükmüyle hizmetin sunumunda engellilerin durumuna uygun yöntemlerin uygulanacağı belirtilmektedir. Kanunu 38 (n) Maddesinde belediye başkanının görev ve yetkileri yer almaktadır. Bu madde içerisinde: *"Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, engellilere yönelik hizmetleri yürütmek ve engelliler merkezini oluşturmak"* görevleri yer almaktadır. Ayrıca belediyenin giderlerini içeren kanunun 60 (i) maddesinde engellilere yönelik *"Dar gelirli, yoksul, muhtaç ve kimsesizler ile engellilere yapılacak sosyal hizmet ve yardımlar"* yapılması yer almaktadır.

Kanunun 77. Maddesinde belediye hizmetlerine gönüllü katılımın yer almaktadır. Bu madde: *"Belediye; sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, engellilere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında beldede dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygular"* hükmünü içerir. Ayrıca 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu Ek Madde 1'e göre bilgilendirme, bilinçlendirme, yönlendirme, danışmanlık, sosyal ve mesleki rehabilitasyon hizmetleri sunmak için birimler oluşturulmalıdır. Bu ilgili birimler, engellilere hizmet için kurulmuş vakıf, dernek ve bunların üst kuruluşlarıyla işbirliği içinde olacaktır (Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 2004). Türkiye'de engellilik konusunda gerek yasal mevzuat ve gerekse uygulamalar yeterli olsa da daha fazla ilerleme kaydedilmesi beklenmektedir (Oral vd., 2023).

4. KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ VE ENGELSİZ UYGULAMALAR

Konya Büyükşehir Belediyesi'nin engelliler ile ilgili görev ve faaliyet alanı ilgili 5378 Sayılı Engelliler Kanunu ile Bakıma Muhtaç Engellilerin Tespiti ve Bakım Hizmeti Esaslarının Belirlenmesine İlişkin Yönetmelikte yer almaktadır (T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2023a; KBB, 2019). Konya Büyükşehir Belediyesi bünyesinde engelliler ile ilgili kurumu Sağlık ve Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı içindeki Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Şube Müdürlüğü'dür (KBB, 2022: 22).

Engelli ve dezavantajlı bireylere yönelik çalışmalar yapmak (Stratejik Hedef 25.2'e göre) belediyenin stratejik hedefleri arasında yer almaktadır (KBB, 2019: 151). Bu bağlamda Konya ve ilçelerinde bulunan anaokulu, ilk ve orta öğretim okulu öğrencilerine, özel eğitim kurumlarında eğitim alan işitme engelli, down sendromlu, otistik vb. dezavantajlı öğrencilere yönelik çevre eğitimleri vermek için projeler yürütülmektedir (KBB, 2022: 145). Şehirde toplu taşımanın yoğun olduğu otobüs duraklarında görme engelli bireylerin yararlanabilmesi için 200 adet sesli anons hizmeti verilmektedir (KBB, 2022: 190). Ortopedik engellilere mekanik tekerlekli sandalye ve akülü tekerlekli sandalye verilmiştir (KBB, 2022: 190). %40 ve üzeri engelli olan öğrencilere Kasım-Haziran ayları arasında 8 ay süreyle aylık olarak eğitim desteği sağlanmaktadır (KBB, 2022: 243). 2021 yılında Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Şube Müdürlüğü tarafından araç ve malzeme desteği, nakil hizmeti, ev temizliği, öz bakım, medikal malzeme yardımı, sosyal aktiviteleri içeren toplam da 13.131 adet/kişi iş ve işlem yapılmıştır (KBB, 2022: 244). İşitme engellilere din eğitimi ve görme engelliler diksiyon eğitimi verilmiştir (KBB, 2022: 271). Engellilere yönelik gelişim atölyeleri, etkinlik ve müze çalışmaları, festival ve yarışmalar yapılmıştır. Bu etkinliklere katılan kursiyerlere ahşap teknolojisi ve robotik kodlama alanında kurslar düzenlenmektedir (KBB, 2022: 273). Dünya Engelliler Günü dolayısıyla ilgili dernek temsilcisi ve üyelerinin katılımıyla anma ve gezi etkinliklerinin yanı sıra engellilerin hazırlayıp sunduğu sergiler düzenlenmektedir (KBB, 2022: 277, 402). Kata judo ve taekwondo gibi spor dallarının Türkiye şampiyonluklarına engelli öğrenciler hazırlanmakta ve katılımları sağlanmaktadır (KBB, 2022: 281). Engellilerin ev yaşantısını kolaylaştırmak amacıyla yapılarda düzenlemeler yapılmaktadır (KBB, 2022: 299). Engellilerin geçişlerini kolaylaştırmak amacıyla tretuvar ve refüj çalışmaları yapılmaktadır (KBB, 2022: 304). Engellilere dönük sosyal, kültürel, sportif, fiziki ve eğitim faaliyetleri yürütülmektedir (KBB, 2022: 377). 2021 yılında Engelsiz Yaşam Merkezi kurulmuştur (KBB, 2022: 377). Elkart Şube Müdürlüğü tarafından %40 ve üzeri engelli 9569 kişiye elkart desteği verilmektedir. Koski Genel Müdürlüğümüz tarafından %40 ve üzeri engelli bireylere su tüketimlerinde %50 indirim yapılmaktadır. Bu uygulamadan Selçuklu, Meram ve Karatay merkez ilçelerinde 12.120, diğer 28 ilçede 6038 olmak üzere toplam 18.158 engelli kişi yararlanmaktadır (KBB, 2022: 244).

"Engelsiz Konya Mobil Uygulaması" ile özel ekran tasarımlarıyla dezavantajlı gruplar içinde yer alan görme engellilere yönelik kolaylıklar sağlamaktadır. Uygulama, engellilerin toplu ulaşım araçlarına ulaşımını kolaylaştırmayı, engellilerin aynı platformda buluşmasını ve hayata entegre olmasını amaçlamaktadır. Yalnızca toplu ulaşım hizmetleri değil eğitim, istihdam, kulüp faaliyetleri, özel etkinlik, engelli erişilebilir tesisler, sesli kitap ve sosyal medya

hizmetleri de sunulmaktadır. Uygulama engellilerden gelen talep, öneri ve şikâyetleri de tüm kurumlara iletmektedir (KBB, 2023).

5.SONUÇ

Sağlıklı insanlar sağlık, eğitim, istihdam, ulaşım ve bilgi edinme gibi hizmetlere kolayca ulaşabilmektedirler. Engelli insanlar ise herkese sunulan hizmetlere erişememekte ve birtakım bariyerlerle karşılaşmaktadırlar. Engelsiz yaşam politikalarının oluşması, izlenmesi, uygulanması ve denetlenmesi merkezi yönetim, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliğini zorunlu kılmaktadır. Engelsiz yaşam politikalarının hayata geçirilmesinde merkezi yönetim egemen roldedir. Belediyeler hem gelir kaynağı olarak hem de mevzuatın uygulanması açısından merkezi yönetime bağımlıdır.

Türkiye'de engelli, yaşlı, dul, yetim, çocuk ve kadın gibi dezavantajlı gruplara dönük yerel yönetimler önemli uygulamalar yürütmektedir. Aynı zamanda engellilere yönelik sosyal politikaların üretilmesi ve engelsiz yaşamın inşası konusunda yerel yönetim kuruluşları etkin rol üstlenebilirler.

Konya Büyükşehir Belediyesi eğitim, kültür, sosyal, istihdam, ulaşım ve fiziki çevre alanlarında engelsiz yaşama yönelik çalışmalarıyla kent düzeyinde gerçekleştirilecek politikaların şekillenmesinde etkin ve işlevsel bir rol almaktadır. Özellikle çevre illerin belediyeleri açısından Konya Büyükşehir Belediyesi rol model olarak alınmaktadır. Belediyelerin çabaları merkezi yönetim tarafından finansman ve nitelikli işgücü olarak desteklenmesi gerekmektedir. Engellilere yönelik uygulamaların denetim ve gözetim mekanizmalarına engellilerin dâhil edilmesi hizmetlerde etkinlik ve verimliliği artıracaktır.

KAYNAKÇA

Anayasa. (1982). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Kanun Numarası: 2709, Kabul Tarihi: 18/10/1982, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarih: 9/11/1982 Sayı: 17863.

Barr, N. (2012). Economics of the Welfare State, Oxford University Press.

Belediye Kanunu. (2005). https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5393.pdf (Erişim Tarihi: 21.10.2023).

Büyükbayrak, B. (2020). "Engelli Bireylerin İstihdamı Azalıyor", Doğrulukpayı, 3 Aralık 2020.

Büyükşehir Belediyesi Kanunu. (2004). Kanun Numarası: 5216, Kabul Tarihi: 10/7/2004, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarihi: 23/7/2004, Sayı:25531.

Danış, D. vd. (2020). Engelli Bakımı, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları No: 8423, Ankara: Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü.

Doğrulukpayı. (2017). "Türkiye'de Engellilerin Yoksulluk ve İşsizlik Durumu", Bültenler, 4 Aralık 2017, https://www.dogrulukpayi.com/bulten/turkiye-de-engellilerin-yoksulluk-ve-issizlik-durumu (Erişim Tarihi: 17.10.2023).

Doğrulukpayı. (2020). "T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Engelli Olmayan 62 Bin Kişiye Engelli Maaşı Ödedi mi?", Doğruluk Kontrolleri, 22 Aralık 2020, https://www.dogrulukpayi.com/dogruluk-kontrolu/t-c-aile-calisma-ve-sosyal-hizmetler-bakanligi-nin-engelli-olmayan-62-bin-kisiye-engelli-maasi-odedigi-iddiasi (Erişim Tarihi: 17.10.2023).

Engelliler Hakkında Kanun. (2005). Kanun Numarası: 5378, Kabul Tarihi: 1/7/2005, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarihi: 7/7/2005. Sayı: 25868.

Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme. (2008). Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmenin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun ve Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme, Kanun Numarası: 5825, Kabul Tarihi: 3/12/2008, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarihi: 18/12/2008, Sayı: 27084.

Equality Commission. (2022). Encouraging the Participation of Disabled People in Public Life a Guide for Public Authorities, January 2022, For Northern Ireland.

European Commission (2000). Towards a Barrier Free Europe for People with Disabilities, Commission of The European Communities, Brussels, 12.05.2000 COM (2000) 284 final.

European Commission (2010). "European Disability Strategy 2010-2020", Employment, Social Affairs & Inclusion, A Renewed Commitment to a Barrier-Free Europe, Brussels, (15.11.2010).

European Commission. (2019). Turkey 2019 Report, Commission Staff Working Document, 29.5.2019 SWD(2019) 220 final, 2019 Communication on EU Enlargement Policy {COM(2019) 260 final}, Brussels.

European Dıisability Forum. (2023). Do you know your rights in the EU? https://www.edf-feph.org/your-rights-in-the-eu/ (Erişim Tarihi: 20.10.2023).

Forsyth, R; Colver, A.; S Alvanides, S.; Woolley, M. and Lowe, M. (2007). "Participation of young severely disabled children is influenced by their intrinsic impairments and environment", Dev Med Child Neurol, 49 (5): 345-349, https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17489807 (Erişim Tarihi: 13.10.2023).

Genç, Y. (2015). "Engellilerin Sosyal Sorunları ve Beklentileri", Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, Yıl: 15 Sayı: 35/2 (Ek), Temmuz-Aralık 2015, 65-92.

Gleeson, B. (1999). Geographies of disability. London: Routledge.

Gümüş, T. (2010). Sosyal Devlet Anlayışının Gelişimi ve Dönüşümü, 1. Baskı, İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

Hahn, H. (1986). "Disability and the urban environment: A perspective on Los Angeles", Environment and Planning D Society and Space, (4), 273-288.

Handy, S. L. & Niemeier, D. A. (1997). "Measuring accessibility: An exploration of issues and alternatives". Environment and Planning A: Economy and Space, First published July 1997, (29/8), 1175-1194.

İstanbul Bilgi Üniversitesi. (2023). "Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme", İnsan Hakları Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi, İnsan Hakları Hukuku Bilgi Bankası.

Kanyılmaz Polat, E. (2020). "Engelli Bireylerin Çalışma Yaşamında Karşılaştıkları Sorunlara Yönelik Nitel Bir Araştırma: Çanakkale Örneği", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:19, Sayı:39, Güz:2020/3, 869-897.

Karaca, C. ve Çam, Y. (2019). "Türkiye'de Sosyal Devlet Anlayışının Değerlendirilmesi", Maliye Dergisi, Ocak-Haziran 2019 Sayı: 176, 72-97.

KBB. (2019). 2020-2024 Stratejik Planı, Konya Büyükşehir Belediyesi.

KBB. (2022). 2021 Yılı Faaliyet Raporu, Konya Büyükşehir Belediyesi.

KBB (2023). "Engelsiz Konya Mobil Uygulaması", Projeler, https://www.konya.bel.tr/proje (Erişim Tarihi: 21.10.2023).

Kesgin B. (2014). "Engellilere Yönelik Yerel Sosyal Politikalar", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 23, Sayı: 4, 1-15.

Kurt, H. İ. (2015). "Yerel Yönetimler ve Engellilere Yönelik Hizmetler", Yerel Yönetimlerde Güncel Gelişmeler, Ed: M. Ökmen, 1.Baskı, Bursa: Ekin Kitabevi, 413-434.

Küçükali A. (2014). ''Engellilere Uygulanan Sosyal Politikaların Değerlendirilmesi: Atatürk Üniversitesi Örneği'', Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, 59-86.

MEB (2013). Hasta ve Yaşlı Hizmetleri Engelli Bakım Hizmetleri, Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.

MEB. (2011). Aile ve Tüketici Hizmetleri Engelli Bireylerde Temel İhtiyaçlar, Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 762SHD027.

Oral, A. vd. (2023). "Dünya Engellilik Raporu: Türkiye'de engellilik ile ilgili konuların analizi ve fiziksel tıp ve rehabilitasyon tıp uzmanlığının katkıları", Türkiye Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Derneği, https://www.tftr.org.tr/uploads/dunya_engellilik_raporu.pdf (Erişim Tarihi: 21.10.2023).

Orhan, S. (2015). "Türkiye'de Engellilerin Bilinç Düzeyi: Engellilere Sunulan İstihdam Hakları Üzerinden Bir Araştırma", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 31, Kış, 73- 98.

Özateş Gelmez, Ö. S. (2018). Engelliliğe İlişkin Varsayımların Keşfi: "Görmezden Gelme" ya da "Normal Dışı Görme", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 5, 192- 200.

Öztürk, M. (2011). Türkiye'de Engelli Gerçeği, İstanbul: MÜSİAD Cep Kitapları: 30.

Pektaş E.K. (2010). "Türkiye'de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları ve Temel Sorunları", Akademik İncelemeler Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1, 5-22.

Resmi Gazete. (2013). Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Yer Alan Engelli Bireylere Yönelik İbarelerin Değiştirilmesi Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Sayı: 28636, Tarih: 3 Mayıs 2013.

Şemşit S., Uçar A. ve Yüksel M.A. (2016). "Avrupa Birliği Politikaları Perspektifinden Türkiye'de Belediyelerin Sunduğu Engelli Hizmetleri", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ICEBSS Özel Sayısı, 205-223.

T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2023a). Bakıma Muhtaç Engellilerin Tespiti Ve Bakım Hizmeti Esaslarının Belirlenmesine İlişkin Yönetmelik, Ankara: Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü.

T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2023b). Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, Temmuz 2023, Ankara: Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü.

T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2011). Dünya Engellilik Raporu, Ankara: Anıl Group Matbaa.

T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı. (2008). Özürlüler kanunu ve ilgili mevzuat (3. baskı). Ankara: T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları.

T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı. (2011). 2010 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara.

Tokol, A., (2018). "Engellilere Yönelik Sosyal Politikalar", Edt: Aysen Tokol ve Yusuf Alper, Sosyal Politika, Bursa: Dora Yayınları.

TÜİK. (2022). Haber Bülteni, Sosyal Koruma İstatistikleri 2021, 23 Aralık 2022, Sayı: 45744.

UN (2022). Disability Inclusion Strategy, United Nations, https://www.un.org/en/content/disabilitystrategy/ (Erişim Tarihi: 13.10.2023).

UN. (2018). The United Nations and Disability: 70 Years of the Work Towards a More Inclusıve World 70 Years, Of The Work Towards A More Inclusive World, Division for Social Policy and Development United Nations Department of Economic and Socıal Affairs, January 2018, New York.

WHO. (1980), Internetional Classification of Impairments, Disabilities, and Handicaps, Geneva.

WHO. (2011). World Report on Disability,. Geneva: World Health Organization. https://www.refworld.org/pdfid/50854a322.pdf (Erişim Tarihi: 13.10.2023).

WHO. (2023a). Disability, 7 Mart 2023, https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health (Erişim Tarihi: 13.10.2023).

WHO. (2023b). Disability, https://www.who.int/health-topics/disability#tab=tab_1 (Erişim Tarihi: 13.10.2023).

Zahra, A.C; Callus, A.M. & Gauci, V. (2016). European Semester 2015/2016 country fiche on disability, European Commission.

REAL ESTATE DEVELOPMENT AND LEGISLATION IN TURKEY

Asst.Prof.Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN

Selcuk University,– ORCID ID: 0000-0002-7944-8902

Lect. Mehmet Nuri ÖDÜK

Selcuk University, - ORCID ID:0000-0002-8799-2705

ABSTRACT

Since real estate is a long-lasting and durable good, its production amount and price are determined in the real estate market. Real estate development is an activity that includes different activities such as modernizing and reusing existing buildings, buying and selling vacant land, and selling new buildings. One of the main objectives of real estate development projects is to produce real estates with competitive ability, creating new business potential, socially harmonized with the environment. Real estate development can be considered as a multi-faceted business area that constitutes a whole from the construction of a building to its marketing, rental, sale, operation and management.

When considering the the real estate development and investment processes in Turkey, it is observed that this development has progressed very rapidly, especially after 2000. Therefore, the activities carried out must have a legal basis. In this respect, it is the whole of legal regulations that regulate, encourage and limit the development process of real estate development legislation. In order for real estate development projects to be efficient and sustainable, legal process management must be a part of the development. In this study, the current situation of real estate development projects in Turkey has been evaluated and the relevant legislation has been examined. As a result, solution suggestions have been put forward about how the real estate development business should be carried out, what is the effect of legal regulations in this process, what should be done to reduce and manage the mistakes and difficulties made in practice and legislation.

Keywords: Real Estate, Real Estate Development, Real Estate Legislation

1. INTRODUCTION

Real estate is defined as a plot of land or a built, immovable asset located on it. In other words, they are physical values built above ground together with elements such as land, land and soil that cannot be transported and are included in the natural resources production factor. Thus, residential or office, hotel, shopping mall, etc. Commercial units are considered real estate. Real estate is defined as immovable property owned by individuals or institutions, both for the purpose of creating a living space and for investment purposes. For these reasons, real estate has the nature of capital in the legal sense [1].

Real estate is considered as durable goods both in terms of laws and economic value. From this perspective, it has a legal nature and has capital and economic benefits. One of the most important economic resources of societies living in the world is real estate. It has been shown that a large portion of the world's capital resources originate from real estate [2].

Real estate development involves several phases, including building new structures, renovating existing ones, and changing land use to increase property value and functionality. Large-scale projects, from residential to industrial, require a lot of expertise and legal regulations.

Especially in recent years, the developing construction and real estate sector has increased the importance of real estate development. Real estate development is a type of investment that occurs as a result of completing the design and financial feasibility studies of a land, turning it into a project and providing the necessary financing. The real estate development process in our country is carried out in a multi-actor and mostly non-institutional manner. Therefore, there are many problems in practice. In this study, real estate development activities in Turkey were evaluated in terms of legislation.

2. REAL ESTATE DEVELOPMENT

Real estate development is a set of activities that include many different activities related to land development, project planning, construction marketing and building management [3]. In this respect, real estate development is a process that benefits from different disciplines that regulate the environment of the project. It also depends on many political, economic, social, legal and physical factors [4].

In real estate development, at least one of the resources of land, information, customers and capital must be present. In the real estate development process, it is necessary to first research and evaluate ideas and proposals related to the project, and conduct cost, feasibility, legal legislation and marketability analyzes in line with market conditions. Afterwards, the technical design of the project is made, the construction process is planned, and project financing and cost analysis are carried out. It is necessary to plan the marketing and sales process of the project and update the market analysis throughout the entire project period. In the final stage, the operation and management system of the real estate developed after construction is created and income and expense analysis is carried out [5].

Correct planning stages are needed for the real estate project development process to be successful. The planning stages taken into account when preparing a real estate project from scratch are also applied in the same way for the development of an existing project. Each of the project development and planning steps within the process must be implemented meticulously and each stage must be controlled. Market Analysis (information such as population in the region where the project will be implemented, housing prices in the region where the project will be implemented, costs of previously completed construction in the region, average prices of previously sold houses in the region, income level information of the population in the region, etc.), project planning, concept development, potential in the real estate project development process Project expectations of customers, development of residential and commercial projects, income forecasts, budgeting, preparation of financial models, determination of sales strategies, preparation of workflow plan, feasibility and architectural concept preparation are important for success.

Investors need to analyze investment opportunities among many different investment alternatives, compare them with each other, make accurate future predictions and develop risk management strategies. For this, permit process factors such as land, infrastructure, capital, information, time, legal requirements, project approval and building license should be evaluated [6].

In regions where real estate development projects develop rapidly, factors such as property rights, investor protection, income and population indicators being above a certain size cause entrepreneurs to continue their activities under strong competitive conditions in the market. Compared to other investment alternatives, real estate investments are investments with high risks such as low quality or limited reliability information, high capital requirement, being an immovable property, long repayment periods, long-term project nature and low liquidity [7].

3. REAL ESTATE DEVELOPMENT LEGISLATION

A legislation is needed to make the real estate development process legal. With this legislation, there must be regulations, limitations and incentives. Real estate developers must act in accordance with all regulations imposed by zoning planning. Before starting development activities, they must conduct the necessary zoning due diligence and obtain the necessary permits and approvals from the relevant administrations (municipalities or governorships). During the implementation phase of the project, the state and relevant administrations are responsible for ensuring and supervising the safe construction. These activities vary in a wide range of areas, from environmental protection to consumer protection, from financial instruments to the supervision of lending practices [8].

Legal permits and approvals are also required for real estate development, operation or project renovations. Thus, the developer must determine what approvals and permits are required and complete these approvals and permits in a legally defined manner, within specified periods and in a cost-effective manner. However, real estate legislation covers multi-faceted, technical and complex issues. In real estate legislation, legal and institutional regulations regarding issues such as real estate, real estate project or real estate-related rights, benefits and limitations, zoning practices, property rights, powers and responsibilities of administrative administrations such as municipalities, title deed and cadastre issues, building quality and building inspection, taxation [7].

4. REAL ESTATE DEVELOPMENT LEGISLATION IN TURKEY

The private sector and the public sector are the two main participants in the real estate development process in Turkey. The private sector are institutions that see the real estate sector as an investment area and engage in this business for profit. The public sector, on the other hand, operates for the public good in order to support the real estate sector and development activities. As the private sector; Various players with different characteristics and ways of doing business are involved in the sector, including contractor companies, build-and-sales companies, cooperatives, real estate investment trusts (REITs) and real estate developers. Real estate developers and contractor companies are different from each other. While contractors only carry out the construction work, developers ensure the coordination of all processes such as obtaining legal permits and approvals of the project, design, construction, sales and marketing. Therefore, real estate developers are very important for the institutionalization and development of the real estate sector. When examined from the perspective of the public sector; Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change, Mass Housing Administration (TOKİ), General Directorate of National Real Estate, Ministry of Culture and Tourism, General Directorate of Land Registry and Cadastre, Privatization Administration, Capital Markets Board (SPK), Bank of Provinces, central and local governments (municipalities). are the actors of the real estate sector.

When all legal regulations such as laws, statutes and regulations in Turkey are evaluated together, real estate legislation affecting real estate development processes can be classified

under three headings within the scope of the study, according to the areas and subjects it affects [9]:

- Regulations regarding zoning and construction,
- Regulations regarding property,
- Regulations regarding taxation

Real estate legislation in Turkey is regulated by many laws, regulations and statutes, especially the constitution. These include many rights, responsibilities and limitations in different areas. Since there is a comprehensive real estate legislation in our country, real estate developers need to be familiar with this comprehensive legislation.

The main sources of real estate legislation in our country:

Constitution: Real estate law is guaranteed by the Constitution of the Republic of Turkey. According to Article 35 of the Constitution; "Everyone has the right to property and inheritance. These rights can only be limited by law for public interest purposes. The use of the right to property can not be contrary to public interest."

Turkish Civil Code: Turkish Civil Code No. 4721 contains regulations regarding real estate law. Articles 683 to 761 of the Civil Code contain regulations regarding real estate ownership. Articles 779 to 938 impose restrictions on property rights and powers. Articles 973 to 1027 include regulations regarding the land registry showing the actual usage rights of the real estate and the rights on the real estate.

Obligations Law : Articles 299 to 378 of the Turkish Code of Obligations include provisions regarding real estate rental.

Land Registry Law: The Land Registry Law covers the principles of the title deed system, which forms the basis of ownership.

Cadastral Law: The Cadastral Law creates the infrastructure of the spatial information system by specifying the boundaries of real estate on the land and map, determining their legal status, and establishing a land registry.

Condominium Ownership Law: In the Condominium Law, there are legal regulations regarding real estates built by creating independent sections.

Zoning Law: With the Zoning Law, settlements and constructions in these places; Regulations are being introduced to ensure the formation of the plan in accordance with scientific, health and environmental conditions.

Expropriation Law: The Expropriation Law regulates the procedures, rights and obligations to be carried out in the expropriation of privately owned real estate by the state and the public on the grounds of public interest.

Forest Law: The Forest Law covers the legal status of forest real estate and real estate that has lost its forest status.

Law on Transformation of Areas at Disaster Risk: This Law regulates the procedures and principles regarding the improvement, disposal and renewal of areas at risk of disaster and risky structures for a healthy and safe living environment.

Soil Conservation and Land Use Law: The Soil Conservation and Land Use Law determines the procedures and principles regarding the protection and development of soil and agricultural lands. Land consolidation and distribution issues are regulated in detail both by this Law and the relevant statute and regulation. The real estate development part also concerns the land consolidation part.

Municipality Law: The Municipality Law includes the duties and powers given to municipalities regarding urban planning and the principles of implementation.

Metropolitan Municipality Law: The Metropolitan Municipality Law includes regulations regarding the duties, powers and responsibilities of metropolitan municipalities.

Law on Building Inspection: This Law regulates the procedures and principles related to ensuring project and building inspection in order to build quality buildings in accordance with the zoning plan and necessary standards.

Real Estate Tax Law: The Real Estate Tax Law regulates all principles and procedures regarding issues such as determining the tax value of real estate, including building tax and land tax, and tax liability.

Income Tax Law: The Income Tax Law states that the income earned by real persons is subject to income tax and regulates the procedures and principles regarding income tax.

Corporate Tax Law: The law states that the profits of corporations are subject to corporate tax and regulations regarding this taxation.

Value Added Tax Law: The Value Added Tax Law states that deliveries and services made within the framework of commercial, industrial and agricultural activities, all kinds of imports of goods and services and other defined deliveries and services are subject to value added tax.

Law on Amendments to Various Laws Regarding the Housing Finance System (Mortgage): This law regulates the mortgage system in order to encourage the housing finance and construction sector, to ensure better quality construction and thus to stimulate the economy.

Planned Areas Zoning Regulation: This Regulation determines the procedures and principles regarding construction, project design and inspection. This regulation includes all regulations regarding zoning and construction in real estate development processes in regions with implementation zoning plans.

Regulation on the Transformation of Areas Under Disaster Risk: The Implementation Regulation regulates the procedures and principles regarding the improvement, disposal and renewal of areas under disaster risk and risky structures for a healthy and safe living environment.

Spatial Plans Production Regulation: This regulation determines the procedures and principles regarding the construction and implementation of spatial plans that bring land use and construction decisions for a healthy urbanization.

Environmental Law and Environmental Impact Assessment Regulation: With this regulation, certain measures and prohibitions regarding the protection of the environment for a sustainable environment are determined, and the positive and negative effects of planned projects on the environment are determined, and the necessary measures are determined in this context.

Regulation on Cadastre Law and Determination of Cadastral Working Areas: The boundaries of real estates are determined, a system infrastructure is established and a land registry is established in this regulation.

Regulation on the Principles Regarding the Land and Plot Arrangement to be Made in Accordance with Article 18 of the Zoning Law No. 18916: This regulation regulates the issues regarding the land and land arrangements to be made in accordance with the 18th article of the Zoning Law. Issues such as creation and distribution of zoning parcels, obtaining regulatory partnership shares, and provision of public service areas are included. During the development process, the application of Article 18 may be encountered.

Regulation on the Identification and Registration of Immovable and Natural Assets That Need to be Protected: This regulation regulates the procedures and principles regarding the detection and registration of assets that need to be protected and protected areas, excluding natural sites.

In addition to these laws and regulations, the Cooperatives Law, the Land Office Law, the State Procurement Law, Law on Real Estate Leases, Coastal Law, Bosphorus Law, Regulation on Real Estate Investment Trusts, BRSA's Regulation on the Authorization and Activities of Institutions to Provide Valuation Services to Banks, Communiqué on Principles on Real Estate Investment Trusts, Communiqué on Principles on Mortgage-Backed Securities, Housing Finance Funds. and the Communiqué on the Principles Concerning Mortgage-Backed Securities, the Communiqué on Amending the Communiqué on the Principles Concerning Companies to Provide Valuation Services Within the Framework of Capital Markets Legislation and the Listing of These Companies by the Board are also related to real estate development.

The Zoning Law is especially very important for real estate developers. When the zoning laws regulating the legal situation regarding zoning and the processes and changes applied to buildings contrary to zoning legislation are examined, it is seen that slum structures have spread rapidly over time and have occupied a large part of urban areas.

5. RESULTS AND DISCUSSION

Real estate development should aim to use environmental values and natural resources in the most efficient and sustainable way by evaluating both the current situation and the needs that will arise in the future. These activities should promote social and economic development. The public should contribute to creating an effective, fair environment during the development process to promote designated land uses and healthy development activities through zoning planning. This is possible with the recovery of scattered legislation.

One of the most important problems in real estate development in our country is that the real estate sector is not institutional. The reasons why the sector cannot be institutionalized are; Factors such as the high number of slums and illegal construction, especially in big cities, the high level of unregistered housing production, the formation of illegal competition, the insufficiency of qualified workforce, and the lack of importance given to professionalization and specialization. It is obvious that there are many problems that need to be solved in the real estate sector and development field in Turkey and that there are many steps to be progressed in order to become comparable to world examples.

In order for the real estate development process to be successful, location, planning, optimal timing for the market, financial sufficiency, construction costs and process control, an expert

marketer, a well-designed financing package, management control, a healthy economy, the art of compromise, quality factors and The interaction of each factor with each other should be taken into account.

As a result, real estate legislation in our country is quite comprehensive and complex. Many legal regulations have been enacted by the state over time according to needs. In addition, in line with new developments, revisions are made to existing legal regulations and legal regulations on new issues are issued. The fact that the legislation is so dynamic makes it difficult to do business in the real estate sector and requires constant monitoring and specialization in this field. It is a must for a correct and healthy real estate development process, especially for real estate developers to be familiar with this comprehensive legislation and to proceed by taking into account all regulations in the decision-making process.

ACKNOWLEDGMENT

This study is supported by the Scientific Research Projects Unit of Selcuk University, Konya / Turkey (Project no:23703022).

REFERENCES

[1] Parasız, M.İ., *İktisadın ABC' si,* 1. Baskı, Bursa: Ezgi Kitapevi Yayını, 2015.

[2] Yomralıoğlu, T., Nişancı, R., Çete, M., & Candaş, E. *Dünya'da ve Türkiye'de Taşınmaz Mal Değerlemesi*, Türkiye'de Sürdürülebilir Arazi Yönetimi Çalıştayı. İstanbul: İTÜ, 26-27 Mayıs, 2011.

[3] Frej, A. *Green Buildings and Sustainable Development: Making The Business Case*, Urban Land, 2003.

[4] Peiser, R. B. ve Schwanke, D. *Professional Real Estate Development*., Urban Land Institute, Washington, 1991.

[5] Atilla, İ. *Gayrimenkul Geliştirme Projelerinde Risk Yönetimi*, Marmara Üniversitesi, I.I.B.F.Dergisi, Cilt: XXIX, Sayı: II:387-406, 2010.

[6] Tanrıvermiş, H., Öcal Akipek, Ş. and Demir, E. *Gayrimenkul Mevzuatı*, SPL Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu, Lisanslama Sınavları Çalışma Kitapları Ders Kodu: 1019 Ankara, 2017.

[7] Başdoğan, S. ve Önel, H. *Gayrimenkul Geliştirme Projelerinde Nakit Akışlarındaki Belirsizliklerin Karar Ağacı Analizi ile Değerlendirilmesi*, Megaron, Vol:8(3):149-164, 2013.

[8] Miles, M. E., Berens, G., Weiss, M. A. Real Estate Development: Principles And Process, Urban Land Institute, Washington DC, 2000.

[9] Başar, B. *Gayrimenkul Geliştirme Süreçlerine Etki Eden Güncel Yasal Düzenlemeler*, Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü, Fen Bilimler Enstitüsü, 2018.

EVALUATION OF CURRENT URBANIZATION AND ENVIRONMENTAL PROBLEMS IN TURKEY

Lect. Mehmet Nuri ÖDÜK

Selcuk University, - ORCID ID:0000-0002-8799-2705

Asst.Prof.Dr. Naci BÜYÜKKARACIĞAN

Selcuk University,– ORCID ID: 0000-0002-7944-8902

ABSTRACT

Cities are places that are suitable for growth according to their trade routes and strategic location. Cities were established regardless of the natural structure of the soil and its agricultural productivity. As a result of this growth, fertile lands have suffered unnecessary losses. The industrialization that has developed with the increasing population in our country has become a threat to its natural resources. With these threats, it is very important for the future of our people and the country. Air and water pollution, noise and other factors have increased in cities. One of the most important problems that arise with urbanization in our country is industrialization in unsuitable places. In many cities, problems arise due to infrastructure and other reasons. Recently, there has been a rapid transition from an agricultural society to an industrial society in our country. With rapid urbanization, more intensive use of natural resources comes to the fore. Environmental problems and especially the problem of increasing environmental pollution have gained importance today. This stage is the first stage of the environmental problem. The wastes released to the environment during production constitute the second stage. The subject of environmental pollution is anything that threatens the continuity of natural life. Although environmental problems are very diverse, the most important and frequently emphasized ones are air pollution, water pollution, chemical wastes, global warming and ozone depletion problems. These types of pollution are also the deadliest threats to the life support systems that our environment provides for the survival of humanity. In this study, environmental problems that occur as a result of unplanned urbanization in Turkey were investigated. Afterwards, some suggestions were developed by giving information about the urbanization activities carried out in recent years.

Keywords: Environmental Problems, Industrialization, Urbanization

1. INTRODUCTION

Urbanization is expressed as a much broader change that has economic and social dimensions. It is possible to start the modern urbanization process in the world with the industrial revolution. The industrial revolution caused the world to enter a new phase. In this new phase, a new society model has emerged. As the industrial revolution progresses, there are also changes in urbanization patterns. The cities of the post-industrial society have become international metropolises. Industrial production creates environmental problems. Cities are among the places where these environmental problems are most prevalent. This is why; When it comes to environmental problems, the industrial revolution and urbanization complement each other.

Today, environmental problems are growing rapidly due to urbanization. Studies show that environmental problems are increasing in proportion to the rate of urbanization on a global scale. Many of the main causes of global warming and climate change are caused by urbanization. Especially as cities take the form of heat islands, they slow down the nighttime

cooling of the earth and accelerate the warming of the earth [1]. In addition, environmental problems such as pollution of clean water resources, air pollution and noise, loss of fertile soil, industrial and household waste occur as a result of urbanization.

Urbanization and environmental problems are among the important problems in Turkey, as in all parts of the world. These problems include air pollution, water pollution, noise pollution, radiation pollution, soil pollution, erosion, global warming, destruction of flora and fauna, disruption of ecological balance, solid waste, population growth and migration [2].

The uncontrolled spread of urbanization, especially in Turkey, also has effects on the urban environment and economy. Due to uncontrolled development, the prices of housing, water, sewage and public services in cities are increasing excessively. Cities are generally built on the most productive agricultural lands. This has caused both environmental problems and the deterioration of social balance.

In this study, firstly, urbanization and environmental issues are explained. Afterwards, current urbanızatıon and envıronmental problems specifically for Türkiye were determined. An attempt was made to develop solutions to the identified problems.

2. URBANIZATION

Cities have grown according to important frequented roads and strategic location. They were established regardless of the natural structure and agricultural productivity of the place where they were settled. As a result of this growth, the soil has suffered unnecessary loss. Rapidly increasing population, developing industry and pollution threatening the country's natural resources are of great importance for the future of humanity and the country. Industrialization is developing rapidly. In addition, migration from rural to urban areas has increased. Cities face environmental problems with rapid population growth. One of the most important problems that arise in the city is that industrialization is carried out in unsuitable places. In addition, the infrastructure cannot handle rapid transformation and change. Urban growth often occurs before the emergence of a solid economic base that will provide housing infrastructure and employment. With urbanization, a rapid process of illegal construction has accelerated. With rapid growth, roads become unable to respond to increasing traffic. The economic system in the world has turned into an "urban economic system" with rapidly developing transportation, production tools and global trade networks. It is thought that the environmental impacts of urbanization will increase as long as rapid population and migration growth continues.

It is possible to discuss the problems related to urbanization in three separate categories: industrialized, industrializing and problems seen in third world country cities. As a matter of fact, many cities in industrialized countries face problems caused by broken infrastructure, broken environment and decaying districts. On the other hand, industrialized countries have the means and resources to prevent the degradation of cities and the associated economic negativities. Civil organizations and the public have played important roles in improving urban conditions in industrialized countries. In the cities of developing countries, while urban income increases in the early stages of urbanization and industrialization, environmental conditions deteriorate and the quality of urban life decreases. According to the "World Development Report" announced by the World Bank in 1992, since those in the high-income group with the worst pollution levels can purchase more modern and clean technologies, the current pollution level has cleaner air and cleaner air than the low-income cities with the lowest pollution levels. They have water Towns and villages surround the cities of developing countries, and there is a constant flow of people from here to the city center [3]. For this reason, the biggest concern in developing countries is that one or two big cities will grow too much and the development gap

between regions and even cities will widen too much. In such countries, special policies are sometimes implemented for other cities in order to accelerate the development of secondary centers.

Government-supported investments in industrializing countries were made in line with the logic of centralization, rather than in underdeveloped regions. In the group called Third World countries, the pressure on housing and services has led to the deterioration of the urban fabric. The housing of people living in the cities of these countries is in a very bad condition. In the cities of these underdeveloped countries, where the population is rapidly increasing, public transportation, roads, buses, trains, public toilets and public washing facilities are trying to provide services beyond their capacity [4].

Again, in the neglected cities of such countries, most of the diseases are of environmental origin and the death rate caused by contaminated drinking water is high. Air and water pollution, noise and solid waste problems have increased rapidly in these countries and have had negative effects on the quality of life and health of urban people, their economies and employment. That's why death rates are high in these countries.

3. ENVIRONMENTAL CONCEPT

The environment in which living beings establish a physical, chemical and biological life relationship and continue their lives is defined as the natural environment (Hussen, 2004: 3-4).In addition to living beings, inanimate beings are also included in the definition of the environment. A more comprehensive definition was obtained when it was counted as the whole of the interactions of all living beings, as well as living beings, inanimate beings and the basic elements of the environmenty [5].

It is defined as the environment in which living species continue their existence over time and in which living creatures maintain active relationships with each other in an ecological and biological way. The formation of the relationship between the environment and society is related to the existence of humans and is in rapid change. (Taylor, 2011: 3) It has been observed that rapidly changing society's consumption and production understandings over the centuries have changed the relationship between society and the environment. For this reason, there is a close relationship between the environment and society. The destruction caused to nature is evidence of the existence of a direct negative relationship between society and nature. Conversely, protectionism is an example of a positive relationship [6].

People use technology, develop tools and increase their knowledge capacity day by day. It has provided basic needs such as shelter, heating and nutrition, as well as means for communication, transportation and many consumer products and services that can change the natural environment. Due to the large scale of these activities, which have many impacts on the environment, technological tools have become unable to prevent the waste of these large-scale activities, creating stress due to the danger on nature, and causing human beings to benefit more and destroy natural resources with their wasteful lifestyle [7].

The relationship between the environment and economic growth has been discussed for more than 50 years and different ideas have been put forward. If these ideas are considered as two separate linear points, the group at the first point focuses on serious environmental problems, while the group at the other point focuses on the development of living standards. These views offered a solution to discover the connection between the environment and the economy, that is, to solve environmental problems and increase welfare [8].

3.1. Environmental Problems

Although the environmental problems of developed and developing countries differ, in general, greenhouse gas emissions, deforestation, extinction of plant and animal species, damage to the ozone layer, climate change, urbanization, waste management, etc. The reasons for the emergence of environmental problems can be detailed further, but the main reasons can be listed as population growth rate, urbanization, industrialization, tourism, globalization and poverty [9].

The population has always increased steadily. The increase in population has led to new employment sources for people, increased consumption and increased production. It has also caused an increase in environmental pollution. One of the most fundamental environmental problems is the population growth rate. Generally speaking, it has been observed that population growth does not contribute positively to the environment as long as the environmental boundaries remain constant, but on the contrary, it has a negative impact and makes environmental management difficult.

The increase in population growth in very developing and underdeveloped countries has led to an increase in production and consumption activities in these countries. As a result of this situation, unconscious use of natural resources has caused environmental pollution. In addition, unconscious consumption and lack of sufficient natural resources have caused natural resources to not meet the needs of the population.

Greenhouse Gas; It consists of gases that have heat-retaining properties. The atmosphere has properties similar to a greenhouse effect that surrounds our world. Our world is warmed by the rays coming from the sun. However, before the rays from the sun reach our world, they pass through the filter of the atmosphere, retaining some of the heat and keeping the temperature of the earth in balance. Thus, problems such as freezing of seas and oceans or overheating and evaporating are solved. In fact, it is possible to talk about the atmosphere resembling a glass greenhouse effect on our world [10].

One of the other environmental problems is climate change. Climate Change has been seen as one of the most challenging problems by policy makers who are trying to reduce and control global emissions, and there has been great concern among citizens. In addition, global warming and climate change are one of the environmental problems that threaten the world. Potential effects of global climate change, which is expected to have some global and regional effects; It will have an impact on agriculture, forests, clean water resources, sea level, energy, human health and biodiversity[11].

Urbanization has a causal relationship with environmental degradation, especially factors such as energy consumption and openness to trade, CO2 emissions and urbanization. Environmental pollution first increased to ensure the production of more valuable outputs, and the expansion of clean energy sectors with the growing economy reduced the increasing social cost of the deteriorating environment in this process. As can be understood from here, environmental pollution, which increased in the first phase of the growth process, decreased towards the end of the growth process [12].

Energy demand appears to be constantly increasing, creating serious environmental problems. Therefore, making the necessary regulations to combat these challenges and encourage the reduction of CO2 emissions, ensuring the use of cleaner technologies is seen as a need of the hour for developed and developing countries.

Since the tourism sector is seen as a source of income that nature has given to people, it has been seen as a smokeless industrial activity. Facilities built for tourism, which is a smokeless industry, have been seen as damaging the environment for the development of tourism activities. Since tourism activities are generally carried out in touristic regions or regions, it has led to an increase in job opportunities in these regions, a concentration of the population in these regions, an increase in the need for urbanization and, as a result, an increase in environmental problems.

4. THE EFFECT OF URBANIZATION ON ENVIRONMENTAL PROBLEMS

Urbanization affects the environment in three ways: the use of land, its conversion into residential areas, the consumption of natural resources and the generation of waste. Urbanization also transforms the way land is used over time. Cities are spreading towards empty and abandoned lands in a manner defined by low population density. It causes inefficient and wasteful use of land resources, high cost of infrastructure investments, and increased energy consumption and air pollution due to the need for more transportation. The rapidly increasing population due to migration increases the demand for land in cities and as a result, it is observed that the pressure on the land increases. In developing countries, an average of 476,000 hectares of arable agricultural land are converted into residential areas and offered for urban use every year [13].

In order for cities to continue their current economic activities and to meet the needs of the population living in the city, various increasingly complex resources are needed. The most important of these are materials such as water, fuel, aluminum, iron and similar construction materials and minerals and plastic synthetic materials. The process of extracting natural resources will not only have negative effects on the environment, but also may lead to changes in the quality of the soil and deterioration of the natural environments where plants and animals live. In addition, urbanization itself is one of the main factors increasing energy demand. Again, one of the characteristics of urbanization is that with urbanization, people's consumption levels increase significantly compared to the past. High consumption levels also lead to the generation of huge waste in cities. Air, soil and water polluted by waste causes great damage to the vegetation and other living things in these regions [14]

Most of the pollution is caused by economic growth and industrialization rather than urbanization. However, urbanization concentrates these wastes in one area, reducing the ability of the local ecosystem to assimilate these wastes. Urbanization reduces the assimilation capacity of the ecological system as a result of the destruction of natural vegetation, slowing down air and water flows, reducing the filter capacity of the soil and creating a greenhouse effect. Another important effect is that the amount of urban and industrial solid waste worldwide increases with urbanization, both in per capita and absolute terms. If solid wastes are not collected and disposed of effectively and efficiently, these wastes will pollute water resources and soil. The rapidly increasing amount of city garbage and sewage waste is threatening human health and the environment [9].

5. CONCLUSION

The industrialization process accelerated migration. Environmental problems that exist all over the world constitute another facet of the rapidly developing urbanization phenomenon, especially with economic development and industrialization. Migration from rural areas, where industrial and technological infrastructure is lacking, to cities with good or bad infrastructure, and the resulting uncontrolled population growth, on the one hand, accelerated urbanization. It has caused environmental problems by disrupting the ecological balances required for healthy

growth. Natural resources have been transformed into products by going through various production processes. All economic activities aiming to present the produced goods for human consumption generate various wastes in the form of solid, liquid or gas at every stage of production and consumption. However, this economic reality also creates a global environmental problem.

The uncontrolled spread of urbanization and its gaining an irreversible dimension has devastating effects on the economy of the country as well as on the people who have to live in the city. An important point is that the price of housing, water, sewage and public services is increasing rapidly in cities due to unaccounted or unpredictable rapid growth. While the evacuated small places decline in terms of capital and culture, people also become lost and alienated from each other in the increasingly crowded big cities. Contrary to expectations, the quality of life in the cities of migration does not improve. City life continues in an atmosphere dominated by a more crowded and corrupt culture day by day. Perhaps more importantly than all this, those living in cities are forced to live under the threat of natural disasters such as earthquakes and floods.

Due to the dense population structure and unplanned construction, it becomes almost impossible to take preventive measures and intervene in cases of emergency. On the other hand, economic growth and increasing income do not only have negative effects on the earth; In the long run, the development of country economies and ensuring economic development increases social welfare, which results in an increase in society's interest and sensitivity to environmental issues. It should be noted that developments towards industrialization and enrichment ultimately cause the public to create public opinion regarding the solution of environmental problems and to demand this from decision-making bodies.

It is possible to eliminate and reduce these problems by correctly identifying urbanization and environmental problems. Cities should be made compatible with nature by preventing them from being structures that harm nature. An example of this can be given as "green cities" for cities that have achieved harmony with nature. Green cities are cities where fossil fuels are abandoned and sustainable energy sources are preferred, especially in the production and use of energy. Green cities become important when sustainability is pursued not only in energy use but in all areas of urban life.

ACKNOWLEDGMENT

This study is supported by the Scientific Research Projects Unit of Selcuk University, Konya / Turkey (Project no:23703021).

REFERENCES

[1] Uttara, S., Bhuvandas, N., & Aggarwal, V. Impacts of urbanization on environment. International Journal of Research in Engineering and Applied Sciences, 2(2), 1637-1645, 2012.

[2] Geniş, Ş. Küreselleşme, kent ve kültür. İdealKent, 2(3), 48-61, 2011.

[3] Todaro, M. P. Economic Development, 5th ed. Longman Press, New York, 1994.

[4] Uslu, O. Sanayileşme ve Kentleşmenin Getirdiği Çevre Sorunları Sürekli ve Dengeli Kalkınma Açısından Bir Tartışma, Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı 29-30 Kasım 1989, Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayınları, Ankar, 1990.

[5] Keleş, R. Hamamcı, C. ve Çoban, A. Çevre Politikası, İmge Kitabevi Yayınları, 2015.

[6] Ulucak, R. ve Erdem, E. Çevre, İktisat İlişkisi ve Türkiye'de Çevre Politikalarının Etkinliği. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), 4(6), 78–98, 2014.

[7] Elliott, D. Energy, Society and Environment. In Contemporary Sociology, 12(5), Routledge Taylor and Francis, 2003.

[8] Pearce, D. W. ve Turner, R. K.. Economics of Natural Resources and the Environment, Land Economics, 67(2), 272–276, 1991.

[9] Görmez, K. Çevre Sorunları. Ankara: Nobel Yayınevi, 2018.

[10] Kılınç, E. C, ve Altıparmak, H. Çevre Vergilerinin CO2 Emisyonu Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Uygulama, ODÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 217–227, 2020.

[11] Martínez-Zarzoso, I. ve Maruotti, A. The impact of urbanization on CO2 emissions: Evidence from developing countries, Ecological Economics, 70(7), 1344–1353, 2011.

[12] Cassou, S. P. ve Hamilton, S. F. The transition from dirty to clean industries: Optimal fiscal policy and the environmental Kuznets curve, Journal of Environmental Economics and Management, 48(3), 1050–1077, 2004.

[13] Özdemir, Z. and Özekicioğlu, H. Kentleşme ve Çevre Sorunları, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 11(1), 17-30, 2006.

[14] Uttara S., Bhuvandas N. and Aggarwal V. Impacts ofUrbanisation on Environment, International Journal of Research in Engineering and Applied Sciences, 2(2), 1637-1645, 2012.

AKADEMİSYENLERİN ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK ALGILARINI BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dr., Fatih İbrahim KURŞUNMADEN
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-4045-9003

ÖZET

Örgütsel vatandaşlık örgütün biçimsel ödül sisteminde doğrudan ve net bir şekilde tanımlanmayan ve bir bütün olarak bakıldığında örgütün etkili bir şekilde işleyişine katkı sağlayan ve çalışanlar tarafından gönüllü olarak sergilenen davranışlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Ünüvar,2006; İşbaşı, 2000).Bu çerçevede akademisyenlerin verimliliğinin ve performansının önemli olması nedeniyle hangi örgütsel vatandaşlık davranışlarını sergilediği ve akademisyenlerin örgütsel vatandaşlık algılarının tespiti araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu araştırmada, akademisyen örneklemi üzerinde örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları ve demografik özellikler bağlamında analiz edilerek, bu davranışların nedenleri tartışılmıştır. Üniversitelerin ülkemizin kalkınması ve nitelikli öğrencilerin yetişmesine katkı sağladıkları ve üniversitelerin nasıl daha verimli olması gerektiğini, akademisyenler organizasyonlar arası ilişkinin olumlu olmasına, kaynakların daha etkin kullanılmasına olası katkı sağlayabilmesinin önemi tartışılmıştır. Ayrıca akademik personelin örgütsel vatandaşlık davranışının üniversiteler için önemine değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık, gönüllülük.

ABSTRACT

It is not possible for the formation of organizational citizenship to remain as behaviors exhibited voluntarily by users that somehow contribute to the direct and clear recognition and successful realization of the organization as a whole (Ünüvar, 2006; İşbaşı, 2000). Due to its importance, it constitutes a program in which it exhibits citizenship activities and complements the perceptions of citizenship with the participation of academics. In this research, the reasons for this formation are examined by analyzing the sub-dimensions and demographic characteristics of citizenship performance on academic candidates. The importance of contributing to the development and growth of universities and how they can contribute to universities being more efficient, having a positive inter-organizational relationship among academics, and being used

more effectively has been discussed. Additionally, the importance of academic knowledge and citizenship study for universities was mentioned.

Key Words: Organizational citizenship, loyalty to their country, volunteering.

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK KAVRAMI

Örgütsel Vatandaşlık, örgüt çalışanlarının görevleri dışında gönüllü olarak örgüte faydalı olacak ve bu davranışlarından dolayı herhangi bir ödül verilmeden yapmış oldukları olumlu davranışlardır (Alper Ay, 2018, s.5). Organ (1997, s.87) örgütsel vatandaşlığı, örgütlerde bireyin performansını destekleyerek psikolojik ve sosyal bağın geliştirilmesi olarak tanımlamıştır. Örgütsel vatandaşlığın temelinde herhangi bir amaç olmadan, içgüdüsel bir biçimde çalışanın sergilediği davranıştır. Buradaki davranış örgütün başarısı için değil tamamıyla rastlantısal bir şekilde oluşmakta ve örgütü olumlu yönde etkilemektedir

Örgütsel vatandaşlık örgüt bünyesinde ekip arkadaşlarına yardımcı olmayı gerektirmektedir. Örgütsel vatandaşlık örgüt bünyesinde iş arkadaşlarının eksik olduğu ve işleri yetiştiremedikleri durumlarda yardımcı olunmasını ifade etmektedir (Ertan, 2020: 31-32).

Smith vd. (1983: 654), örgütsel vatandaşlığın çalışanın psikolojik durumu ve liderlik özellikleri gibi unsurlardan etkilendiğini ifade etmektedir. Dyne vd. (1995), örgütsel vatandaşlığı etkileyen temel değişkenlerin iş tatmini ve örgütsel bağlılık olduğunu belirtmektedir.

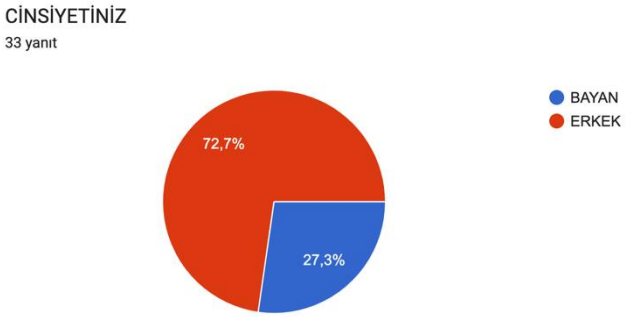
Örgütsel vatandaşlığın boyutları üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında bu alan için belirgin bir çizginin olmadığı görülmektedir. Literatürde konunun pek çok araştırmacı tarafından dile getirildiği ancak terimin çeşitli gruplandırmalar ile anlamlandırıldığı söylenebilir. Örgütsel vatandaşlığa ilişkin çalışmalar incelendiğinde bu alan için otuz farklı örgütsel vatandaşlık boyutunun kategorize edildiği görülmektedir (Podsakoff vd., 2000: 516)

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulunda çalışan akademisyenlerin örgütsel vatandaşlık algılarını ölçmeyi amaçlamaktadır.

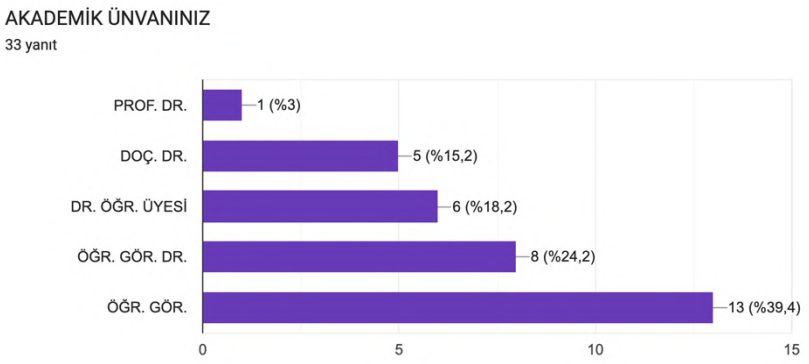
Çalışmanın evrenini Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu oluşturmaktır. Araştırmada birincil veri toplama tekniklerinden anket tekniği kullanılarak veriler toplanarak analaliz edilmiştir. Anket iki kısımdan oluşmaktadır. İlk bölümde demografik bilgilere yer verilirken, ikinci kısımda örgütsel vatandaşlık ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Yapılmış olan örgütsel vatandaşlık anketine 44 kişiden 33 kişi yanıt vermiştir.

BULGULAR



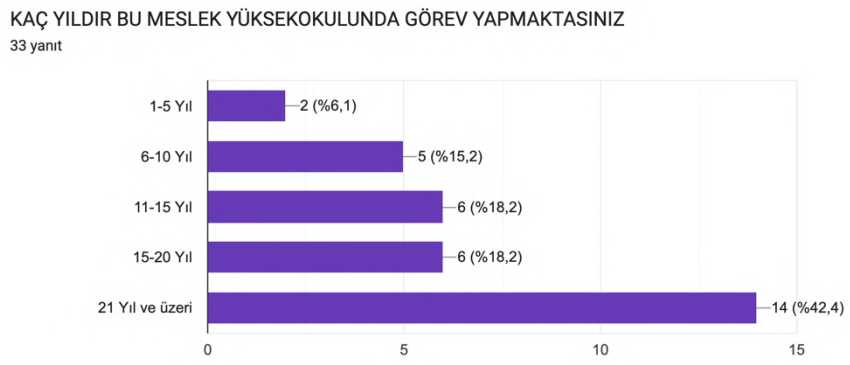
Tablo 1: Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet dağılımları

Araştırmaya katılan katılımcıların %27,3'ü bayanlardan oluşurken %72,7'lik kısmı erkeklerden oluşturmaktadır.



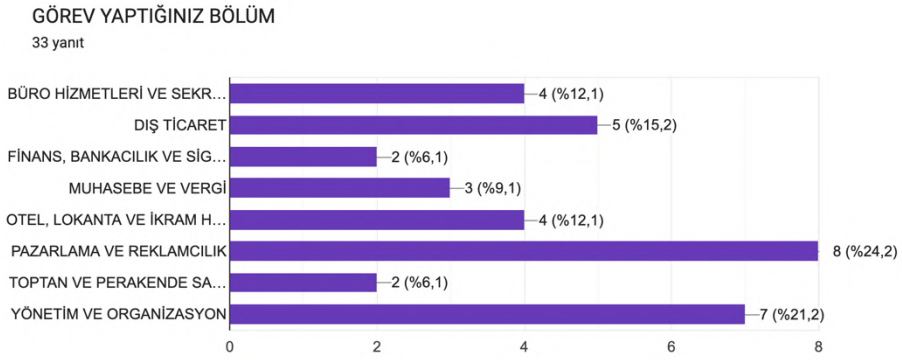
Tablo 2: Araştırma katılan katılımcıların akademik unvan dağılımları.

Araştırmaya katılan katılımcıların akademik unvanlarını incelediğimiz zaman %39,4'lük kısmı öğretim görevlilerinden oluşurken %24,2'lik kısmını doktorasını bitirmiş öğretim görevlileri, %18,2 kısmını doktor öğretim üyeleri, %15,2'lik kısmını doçent doktorlar ve %34'lük kısmını profesörler oluşturmaktadır.



Tablo 3: Araştırmaya katılan katılımcıların görev süreleri.

Araştırmaya katılan katılımcıların %50'sinden fazlasının 15 yıldan daha fazla bir süredir aynı meslek yüksekokulunda görev yaptığı sonucuna ulaşılmaktadır.



Tablo 4: Araştırmaya katılan katılımcıların görev süreleri.

Araştırmaya katılan katılımcıların meslek yüksekokulunda görev yapılan tüm bölümlerden karma bir şekilde olduğunu Tablo 4'te gözükmektedir.

Anket Soruları	Tamamen Katılmıyorum	%	Katılmıyorum	%	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	%	Katılıyorum	%	Tamamen Katılıyorum	%
Meslek yüksekokuluma karşı güçlü bir bağlılık hissediyorum.	0	0	1	3,03%	4	12,12%	14	42,42%	14	42,42%
Meslek yüksekokulumu ailemin bir parçası olarak görüyorum.	0	0	2	6,06%	6	18,18%	13	39,39%	11	33,33%
Meslek yüksekokuluma duygusal olarak bağlanmış durumdayım.	0	0	5	15,15%	3	9,09%	12	36,36%	12	36,36%
Her ortamda meslek yüksekokulumu savunurum.	0	0	2	6,06%	4	12,12%	14	42,42%	13	39,39%
Meslek yüksekokulumun başarısını arttırmak için aktif olarak çalışırım.	0	0	1	3,03%	3	9,09%	15	45,45%	14	42,42%

Okulun gelişmesine hizmet edecek faaliyetlerde bulunurum.	0	0	0	0,00%	2	6,06%	16	48,48%	15	45,45%
Akademisyen arkadaşlarıma yardımcı olurum.	0	0	0	0,00%	2	6,06%	11	33,33%	19	57,58%
Bilgi ve deneyimlerimi meslektaşlarımla paylaşırım.	0	0	1	3,03%	0	0,00%	13	39,39%	18	54,55%
Meslektaşlarımın haklarına saygı duyarım.	0	0	0	0,00%	0	0,00%	6	18,18%	27	81,82%
Meslek yüksekokulumun temiz ve düzenli olması için elimden geleni yaparım.	0	0	0	0,00%	0	0,00%	9	27,27%	24	72,73%
Meslek yüksekokulumda her zaman bana uzanacak bir yardım eli vardır.	0	0	2	6,06%	8	24,24%	11	33,33%	11	33,33%
Meslek yüksekokulum ile ilgili alınan kararlar konusunda bilgilendirilirim.	0	0	5	15,15%	3	9,09%	17	51,52%	7	21,21%
Karar ve uygulamalarda görüşüm alınır.	0	0	5	15,15%	9	27,27%	9	27,27%	6	18,18%
Meslek yüksekokulu yönetimi mesleki bilgi ve becerilerime güvenir.	0	0	3	9,09%	5	15,15%	12	36,36%	13	39,39%
Meslek yüksekokulu yönetimi işimle ilgili girişimlerimde beni cesaretlendirir.	0	0	3	9,09%	10	30,30%	11	33,33%	9	27,27%
Karar ve uygulamalarda görüşlerim dikkate alınır.	0	0	6	18,18%	9	27,27%	8	24,24%	9	27,27%
Meslek yüksek okulu yöneticileri beklenti ve değerlerimi dikkate alır.	0	0	8	24,24%	5	15,15%	11	33,33%	9	27,27%
Meslek yüksek okulu yöneticileri görevimde iyi niyetten ortaya çıkan hataları hoş görür.	0	0	2	6,06%	6	18,18%	17	51,52%	8	24,24%
Okulda zihinsel uyanıklıkla çalışmaya hazır olurum.	0	0	0	0,00%	3	9,09%	16	48,48%	14	42,42%
Ders esnasında vaktimi boşa harcamam.	0	0	0	0,00%	0	0,00%	13	39,39%	20	60,61%
Meslek yüksekokulumdaki sorunlar çözülünceye kadar sabrederim.	0	0	2	6,06%	3	9,09%	16	48,48%	12	36,36%
Okulun kurallarına ve yönergelerine bağlıyım.	0	0	0	0,00%	0	0,00%	12	36,36%	21	63,64%
Yeni projeler için fikirlerimi paylaşırım.	0	0	1	3,03%	2	6,06%	16	48,48%	14	42,42%
Meslek yüksekokulumun yenilik ve gelişmesi için görüşlerimi yönetimle paylaşırım.	0	0	1	3,03%	4	12,12%	14	42,42%	14	42,42%
Akademisyen arkadaşlarıma yaratıcı önerilerde bulunurum.	0	0	2	6,06%	1	3,03%	16	48,48%	13	39,39%
Meslek yüksekokulumdaki doğru ya da yanlış uygulamaları profesyonelce değerlendiririm.	0	0	0	0,00%	4	12,12%	13	39,39%	16	48,48%
Meslek yüksekokulumda yürütülen çalışmaları geliştirmek için yeni fikirler araştırırım.	0	0	2	6,06%	4	12,12%	17	51,52%	8	24,24%
Diğerlerinden farklı olan düşüncelerimi dürüstçe dışa vururum.	0	0	2	6,06%	3	9,09%	16	48,48%	11	33,33%
Meslek yüksekokulumda ki işleyiş hakkında görüşlerimi paylaşmaktan çekinmem.	0	0	4	12,12%	3	9,09%	13	39,39%	12	36,36%
Meslek yüksekokulumun gelişmesi için yenilikçi önerilerde bulunurum.	0	0	2	6,06%	4	12,12%	15	45,45%	11	33,33%
Meslek yüksekokulumda görevim dışında verilen ek işlere karşıyım.	0	0	11	33,33%	6	18,18%	4	12,12%	7	21,21%
Göreve yeni başlayanların yetiştirilmesine yardım için vakit ayırırım	0	0	1	3,03%	6	18,18%	17	51,52%	9	27,27%
İş yükü ağır olan meslektaşlarıma yardım ederim.	0	0	1	3,03%	5	15,15%	22	66,67%	5	15,15%
Okula gelmeyen meslektaşlarımın işlerini yapmaya çalışırım.	0	0	3	9,09%	5	15,15%	11	33,33%	8	24,24%

Meslek yüksekokulu yöneticilerine çalışmalarında yardım ederim.	0	0	0	0,00%	4	12,12%	17	51,52%	11	33,33%
Dakik biriyimdir.	0	0	1	3,03%	4	12,12%	14	42,42%	14	42,42%
Ders aralarını uzatmam.	0	0	0	0,00%	8	24,24%	15	45,45%	9	27,27%
Dıştan kontrol olmadan da okulun düzen ve kurallarına uyarım.	0	0	0	0,00%	0	0,00%	12	36,36%	21	63,64%
Okula zamanında gelirim.	0	0	0	0,00%	1	3,03%	9	27,27%	23	69,70%
Öğrencilere karşı kendimi her zaman sorumlu hissederim.	0	0	0	0,00%	0	0,00%	11	33,33%	22	66,67%

Tablo 5: Anket sorularına verilen cevaplara ilişkin değer ve yüzde tablosu

Yukarıda yer alan Tablo 5'e göre katılımcıların anket sorularına verdikleri cevaplara ilişkin sonuçlar aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- Araştırmaya katılan katılımcıların meslek yüksekokuluna karşı bağlılıkları için vermiş oldukları yanıtlara göre %42,4 ile "Tamamen Katılıyorum", %42,4 ile "Katılıyorum" cevabını verdikleri; bu cevapların sonucuna göre katılımcıların meslek yüksekokuluna karşı bağlılıklarının yüksek olduğu sonucu çıkmaktadır.
- Araştırmaya katılan katılımcılara görev yapmış oldukları okulu ailelerinin bir parçası olarak görüp görmedikleri sorulduğunda %33,3 "Tamamen Katılıyorum", %39,4 "Katılıyorum" cevap oranlarının yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre katılımcılar meslek yüksekokullarını ailelerinin bir parçası olarak görmektedirler.
- Araştırmaya katılan katılımcılara meslek yüksekokulu ile duysal bir bağları olup olmadığı sorulduğunda %36,4 "Katılıyorum" ve %36,4 "Tamamen Katılıyorum" cevap oranları alınmış ve katılımcıların büyük çoğunluğunun meslek yüksekokuluna duygusal olarak bağlandığı ortaya çıkmıştır.
- Araştırmaya katılan katılımcılara meslek yüksekokullarını ne derecede savundukları sorulduğunda %42,4 "Katılıyorum" ve %39,4 "Tamamen Katılıyorum" cevapları yüksek seviyede alınmış ve meslek yüksekokullarını savundukları sonucu ortaya çıkmıştır.
- Araştırmaya katılan katılımcılara meslek yüksekokullarının başarısını artırmak için ne derecede çalıştıkları sorulduğunda %45,5 "Katılıyorum" ve %42,4 "Tamamen Katılıyorum" cevapları yüksek seviyede alınmış ve meslek yüksekokulunun başarısını arttırmak için aktif olarak çalıştıkları sonucu ortaya çıkmıştır.
- Araştırmaya katılan katılımcılara meslek yüksekokullarının gelişmesi için faaliyette ne derecede bulundukları sorulduğunda %48,5 "Katılıyorum" ve %45,5 "Tamamen Katılıyorum" cevapları yüksek seviyede alınmış ve yüksekokulun gelişmesi için faaliyette bulundukları sonucu ortaya çıkmıştır.

- Araştırmaya katılan katılımcılara meslektaşlarına ne derecede yardımcı oldukları sorulduğunda %33,3“Katılıyorum” ve %57,6 “Tamamen Katılıyorum” cevapları yüksek seviyede alınmış ve buna göre katılımcıların akademisyen arkadaşlarına yardımcı oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.
- Araştırmaya katılan katılımcılara meslektaşları ile bilgi ve deneyimlerini ne derecede paylaştıkları sorulduğunda %39,4 “Katılıyorum” ve %54,5 “Tamamen Katılıyorum” cevapları yüksek seviyede alınmıştır. Bu sonuca göre katılımcılar bilgi ve deneyimlerini meslektaşlarıyla paylaşmaktadırlar.
- Araştırmaya katılan katılımcılara meslektaşlarının haklarına ne derecede saygı duydukları sorulduğunda sadece “Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” cevapları alınmıştır. Bu sonuca göre katılımcılar meslektaşlarının haklarına saygı duymaktadırlar.
- Araştırmaya katılan katılımcılara “Meslek yüksekokulumda her zaman bana uzanacak bir yardım eli vardır.” Sorusu sorulmuş ve yalnız 1 kişi tamamen katılmıyorum cevabı vermiştir. Buna karşılık%66,6’lık kısım ise katılıyorum veya tamamen katılıyorum cevabını vermiştir.
- Meslek yüksekokulu ile ilgili alınan karların bilgilendirilmesi konusundaki soruya katılımcıların %3’ü kesinlikle katılmıyorum, %15,2’si katılmıyorum, %9,1’i ne katılıyorum ne katılmıyorum, %51,5 katılıyorum cevabı verirken %21,2’si tamamen katılıyorum cevabını vermiştir. Bu sonuçlara bakıldığı zaman katılımcıların alınan karlarla ili ilgili bilgilendirme yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır.
- Katılımcılara karar ve uygulamalarda görüşlerinin alınıp alınmadığı sonucunda %27,3’i görüşlerinin alınmadığını belirtirken %27,3’lük kısım ise kararsız kalmış, geri kalan kısım ise görüşlerin alındığını belirtmişlerdir.
- Katılımcıların %75’i yöneticilerinin katılımcıların mesleki bilgi ve becerilerine güvendiklerini belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan katılımcılar “Meslek yüksekokulu yönetimi işimle ilgili girişimlerimde beni cesaretlendirir.” Sorusuna %60’ı katılıyorum ve tamamen katılıyorum yanıtı verirken %30,3’ü ne katılıyorum ne katılmıyorum, %9,1’i katılmıyorum yanıtı vermişlerdir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların “Karar ve uygulamalarda görüşlerim dikkate alınır.” sorusuna verdikleri cevaplar eşit dağılımlıdır.
- Araştırmaya katılan katılımcıların %50’sinden fazlası meslek yüksekokulu yöneticilerinin katılımcının beklenti ve değerlerini dikkate aldığını belirtmiştir.

- Araştırmaya katılan katılımcıların yaklaşık %75'i yöneticilerin görevde iyi niyetten ortaya çıkan hataları hoş gördüklerini belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların %84,8'i yüksekokulun yenilik ve gelişmesi için görüşlerini yönetimle paylaşacağını belirtmiştir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların %66,7'si meslek yüksekokulda görevi dışında verilen ek işlere karşı olduklarını belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların tamamı dıştan kontrol olmadan okulun düzen ve kurallarına uyacaklarını belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların tamamı öğrencilere karşı kendilerini her zaman sorumlu hissettiklerini belirtmişlerdir.

SONUÇ

Bir eğitim kurumu olan üniversitelerde çalışan akademik personelin örgütsel vatandaşlık algısı üzerine etkilerini tespit etmek amacıyla Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda çalışan akademisyenlere yönelik bir alan araştırması yapılmıştır. Araştırmaya ilişkin sonuçlar aşağıda verilmektedir.

Araştırmaya katılan akademik personelin %27,3'ü bayanlardan oluşurken %72,7'lik kısmı erkeklerden oluşturmaktadır. Katılımcıların akademik unvanları incelendiği zaman %39,4'lük kısmı öğretim görevlilerinden oluşurken %24,2'lik kısmını doktorasını bitirmiş öğretim görevlileri, %18,2 kısmını doktor öğretim üyeleri, %15,2'lik kısmını doçent doktorlar ve %34'lük kısmını profesörler oluşturmaktadır. Katılımcıların %50'sinden fazlasının 15 yıldan daha fazla bir süredir aynı meslek yüksekokulunda görev yaptığı sonucuna ulaşılmaktadır yine katılımcıların meslek yüksekokulunda görev yapılan tüm bölümlerden karma bir şekilde olduğunu sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya katılan akademik personelin yüksekokula bağlılıklarının yüksek olduğu ve okulu ailelerinin bir parçası olarak gördükleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun meslek yüksekokuluna duygusal olarak bağlandığı ortaya konmuştur. Katılımcıların meslek yüksekokulunun başarısını arttırmak için aktif olarak çalışarak, yüksekokulun gelişmesi için faaliyette bulunup bilgi ve deneyimlerini meslektaşlarıyla paylaşıp akademisyen arkadaşlarına yardımcı oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

Tüm bu verilere göre Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda görev yapan akademisyenlerin örgütsel vatandaşlık algılarının yüksek olduğu belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

Alper Ay, F. (2018). *Örgütsel davranışta ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarında örgütsel vatandaşlık davranışı.* İstanbul: Beta Yayıncılık.

Ertan, E. (2020). *Konaklama İşletmeleri Çalışanlarının Pozitif Psikolojik Sermayeleri İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kars.

Organ, D. W. (1997). Organizational citizenship behavior: it's construct clean-up time. *Human Performance*, 10(2), 85-97.

Podsakoff, Philip M., Mackenzıe, Scott B., Paıne, Julie B. ve D.G.Bachrach (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.

Smith, A. C., Organ D. W., Near, J. P. (1983). Organizational Citizenship Behavior It' s Nature and Antecedent. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-664.

Van Dyne, L. ve Lepıne, J. (1998) Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management Journal*, 41 (1), 108–120.

EMOJİLERİN PAZARLAMA İLETİŞİMİNDEKİ ROLÜ

Doktora Öğrencisi, Leman ÜNSAL ACET
Selçuk Üniversitesi, 0000-0001-9163-1550
Prof. Dr., Süleyman KARAÇOR
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-3146-0232

ÖZET

Günümüzün dijital çağında markaların ana hedefi, teknolojik gelişmelere uyum sağlama, tüketicilerin ilgisini çekme ve müşteri deneyimini iyileştirme amacını taşımaktadır. Dikkat süreleri giderek kısalan ve reklam bombardımanına maruz kalan tüketicilerle iletişim kurmak her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Ayrıca, rekabetçi bir pazarda, benzer ürün veya hizmetlere sahip markalar arasında fark yaratma ve tüketicilerin zihinlerinde güçlü ve unutulmaz bir marka olma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Çünkü tüketiciler tarafından güçlü, hatırlanabilir ve tercih edilen bir marka olarak kabul edilmek, markanın sürdürülebilirliği açısından büyük bir öneme sahiptir. Teknolojinin ilerlemesi, iletişim ve reklam araçlarını kökten değişime uğratmış ve dijital bir boyut kazandırmıştır. Duygusal ifadeleri aktarmak için son derece etkili ve hızlı bir araç olan emojiler, markaların hedef kitleleriyle duygusal bir bağ kurarak iletişimlerini daha samimi ve dikkat çekici bir hale getirebilmelerine olanak sağlamaktadır. Emojilerin duyguları hızlı ve etkili bir şekilde iletmek için etkili bir araç olarak öne çıkması, pazarlama ve reklamcılık sektöründe emoji kullanımının yaygınlaşmasına yol açmıştır. Emojiler, küresel bir dili temsil ederek, özellikle genç nesillere ulaşma ve dikkatlerini çekme amacıyla birçok firma tarafından sıkça kullanılmaktadır. Bu nedenle emoji pazarlaması, sadece reklam ve pazarlama sektörünün değil, aynı zamanda pek çok araştırmacının da ilgisini çekmiş ve bu konuyla ilgili araştırmalar yapmaya başlamışlardır. Dolayısıyla bu çalışma, diğer araştırmaları desteklemek amacıyla emoji pazarlamasının markalar üzerindeki etkisine ve emojileri tüketicilere ulaşmak için kullanılan pazarlama stratejilerine odaklanmaktadır. Bu nedenle emoji kullanımının reklam izleyici beğenisine ve tutumlarına etkisi ile emojilerin reklam hatırlanmasına katkısını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma yarı deneysel yöntemler arasında kontrol gruplu son test tekniği ile 18-26 yaş aralığında bulunan katılımcılarla gerçekleşecektir.

Anahtar Kelimeler: Emoji, Pazarlama, İletişim

1. GİRİŞ

Çağımızda değişimin varlığı reddedilemez bir gerçektir. Teknolojik, sosyal, ekonomik ve kültürel yapılarda sürekli olarak gerçekleşen değişimler, dünyayı dönüştürmekte ve insanların yaşamlarını etkilemektedir. Geçmişten bu zamana kadar, teknolojik yenilikler her geçen zamanda iletişim ve reklam araçlarını değişime uğratarak, iletişim yöntemlerinde yeni fırsatlarla karşımıza çıkmıştır. Eski zamanlardaki iletişim biçimleri incelendiğinde, özellikle aralarında mesafeler bulunan kişiler ya da gruplar duman kullanarak birbirleri ile

haberleşmekteydi. Birbirlerine yakın mesafede bulunan kişiler ise, yüz yüze olarak sözlü ve beden dillerini kullanarak iletişim kurmaktaydı. Fakat yazının ve matbaanın icadı, telgraf, radyo, telefon ve internet gibi iletişim araçlarında teknolojinin izleri belirdikçe hem yaşam tarzının hem de iletişim kanallarının gelişmesine olanak sağlamıştır.

İnternetin doğuşuyla birlikte hayatımıza dahil olan bilgisayar ve cep telefonları iletişimin dijital bir boyut kazanmasının nedeni olarak, iletişim tarihindeki en önemli değişimlerden birisi kabul edilmektedir. Çünkü internet; e-posta, anlık mesajlaşma, sesli ve görüntülü görüşmeler gibi araçlarla, coğrafi uzaklıkları aşarak kişiler arasındaki iletişim kolaylaşmıştır. Aynı zamanda iletişimin hızını artırarak, bilgi ve mesajların anında iletilmesini ve anlık geri bildirim alınmasını mümkün hale getirmiştir. Bu sayede, global olarak her türlü bilgiye hızlı ve kolay ulaşım sağlamıştır. Fakat her ne kadar iletişimde olumlu yönleri olsa da kişiler birbirleriyle iletişimdeyken, yüz yüze olduğu gibi jest, mimik ve beden dillerini gösteremedikleri için ve çevrimiçi etkileşim genelde yazılı olarak gerçekleştiği için mesajlar sadece düz bir metin olarak kalmaktaydı ve duygu aktarımı sağlanamamaktaydı. Bu yüzden özellikle kişilerarası iletişimde yanlış anlaşılmalar ortaya çıkmaktaydı. Emojilerin bulunmasıyla, insanlar duygularını temsil eden ikonları metinlerinin yanına eklemesiyle duygu boşluğu giderilmiş oldu.

Emoji kullanımının popüler hale gelmesi, markaları da harekete geçirmektedir. Hedef kitleleriyle daha etkileşimli ve duygusal bir iletişim kurmak isteyen markalar, emojiyi bir pazarlama aracı olarak kullanmaya uzun zamandır sürdürmektedir. Markalar emojileri pazarlama iletişimlerinde hedef kitlelerinin ilgisini çekmek, duygusal tepkilerini tetiklemek, reklam içeriklerini daha eğlenceli hale getirmek, ürün veya hizmetlerini daha çekici kılmak için kullanmaktadır. Özellikle markalar arası artan rekabette, benzer ürün ve hizmetler sunmaları ve bu yüzden birbirlerinden farklılaşma çabası, markaları bu trendi daha sık kullanmaya teşvik etmektedir. Kurtoğlu ve Öz Bölük (2016), reklam iletişimlerinde emoji kullanan markalarla ilgili araştırma yaparken, aslında dünya çağında çok markanın emojilerle reklam kampanyaları yaptıklarını tespit etmişlerdir (İşler ve Demir, 2019: 470).

Çalışmada bir strateji olarak reklam mesajlarında emojileri konumlandıran markalar incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın hedefi, reklam mesajlarında emoji kullanmasının etkili bir pazarlama iletişim yöntemi olarak değerlendirilmesini ortaya koymaktadır. Literatürde konu ile alakalı az sayıda çalışma olmasından dolayı ve pazarlama endüstrisinde yeni yapılacak reklam kampanyalarına örnek olması açısından önem arz etmektedir.

2. EMOJİ KULLANIMI

Emoji, Japonca resim anlamına gelen “e” harfiyle, karakter anlamına gelen “moji”nin birleştirilmesiyle ortaya çıkmıştır (https://tr.wikipedia.org, 2023). Emojiler; duygusal ifadeleri aktarmak amacıyla kullanılan, yüz sembolleri, obje, meteorolojik, yemek ile ilgili ifadeler gibi çeşitli durumlar için kullanılan küçük semboller olarak tanımlanır (Kitamura ve Şato, 2009; Aktaran Şahin ve Erdoğan, 2019: 1992). Yazılı iletişimi daha renkli ve duygusal hale getirmek için kullanılan emojiler; 1999 yılında Japon firması NTT DoCoMo’da çalışan Kurita isimli bir

mühendis tarafından tasarlanmıştır. Kurita'nın tasarladığı 12 x 12 px boyutundaki 176 tane emojiler arasında ilk olarak aşkı temsil etmesi için kalp emojisini tasarlamıştır (Balcı ve Yıldırım, 2019: 702). (Görsel 1).

Emojiler ilk ortaya çıktığı zaman, evrensel karakter kodları standart haline getiren Unicode Konsorsiyumu tarafından daha standartlaştırmamıştı. Ancak büyük teknoloji firmaları emojilerin olası etkisini fark etmeleri ve yeni emojiler geliştirmelerinden sonra, Unicode Konsorsiyumu tarafından standartlaştırılarak 2010 yılında dünya çapında kullanabilecek ikonlar haline gelmişti (Lebduska, 2014; Akt Çeken ve Arslan ve Tuğrul, 2017: 94; Toksöz L ve Kahraman C, 2017: 249). Böylece dijital iletişimdeki duygu boşluğu giderilmiştir. Günümüzde kullanıcılarının her türlü ruh hallerini ifade edebilmek için her sene birçok emojiyi kullanıma sunan Unicode'un paylaşımlarını inceleyen Alman istatistik ve veri firması olan Statista'nın yaptığı analize göre emoji sayısının 2023'te 3 bin 491'e çıkması beklenmektedir (https://www.cnnturk.com, 2023).



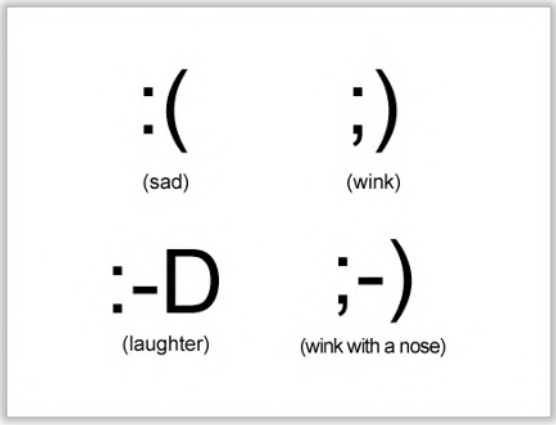
Görsel 1. İlk Emoji Seti (*Kaynak: www.theguardian.com, e.t.2023)*

Yazının öncülüğünü yapan resimlerdir; insanlar mağara duvarlarına resimler yaparken aynı zamanda görsel simge dünyasının temellerini atmışlardır" (Güngör, 2017: 100; Aktaran Çakmak ve Çekiç, 2019: 17). Hiyeroglifler, piktogramlar ve emoticonlar yazılı iletişimin bir parçası olarak kabul görmelerine rağmen; yazının bulunmasından önceki eski zamanlarda mağara duvarlarına resmedilen görsel simgeler oldukları için aynı zamanda görsel iletişim araçlarıdır. Emojiler teknolojinin gelişmesiyle, dijital ikon olarak ortaya çıkmış olsalar bile, öncüleri kabul edilen piktogram ve emoticon ile sıklıkla karıştırılmaktadır. Piktogramlar, soyutlaştırılmış ve evrensel olarak anlaşılabilir bir şekilde tasarlanmış, nesneleri, kavramları veya eylemleri sembolik olarak temsil eden basit şekillerdir; trafik işaretleri, haritalar veya yerel yönerge işaretleri gibi, Görsel 2'de gösterilmiştir.



Görsel 2. Piktogram (*Kaynak: www.mediaclick.com.tr, e.t.2023)*

Emoticonlar, basit noktalama işaretleri ve rakamların kombinasyonu kullanılarak oluşturulur ve metin tabanlı iletişimde duygusal tonu ifade etmek için kullanılmaktadır; :) şeklinde bir gülümseme ifadesi, : (şeklinde bir üzgün ifadesi gibi, Görsel 3'de gösterilmiştir.



Görsel 3. Emoticon (*Kaynak: https://abcnews.go.com, e.t.2023)*

2.1. Dijital İletişimde Emojiler

Emojiler, günümüzde neredeyse her dijital platformda kendini gösteren; genellikle mobil cihazlar veya sosyal medya platformları gibi iletişim araçlarında popüler olan; duygusal ifadeleri, farklı nesneleri ve temaları temsil etmek için kullanılan renkli ve grafiksel sembollerdir. Kısaca, piktogramlar soyut sembollerdir, emoticonlar metin tabanlı ifadelerdir ve emojiler renkli grafiksel sembollerdir. Emoji ikonları, yazılı mesajların anlamını güçlendiren ve duygusal açıkları dolduran etkili bir iletişim kurmayı sağlayan, sıklıkla tercih edilen dijital bir iletişim dilidir (Evans, 2015; Akt Şahin ve Erdoğan, 2019: 1992-1993). Emoji kullanımının yaygınlaşması ve herkes tarafından yazılı iletişimde en çok tercih edilen ikon unvanına sahip olmasının en temel sebeplerinden birisi; emojiler kişilerin duygusal durumunu açık bir şekilde iletebilmektedir. Yazılı metinlerde duygusal tonu veya ifadeyi aktarmak bazen zordur. Bu sebeple, insanlar birbirleri ile dijital kanallarda iletişim halindeyken, metinlerini emojilerle

süsleyerek, o anki ruh hallerini, duygu ve düşüncelerini daha kolay bir şekilde aktarabilmektedir. Örneğin, bir gülme emojisi (😀) ile mutlu olduğunu veya bir gözyaşı emojisi (😢) üzgün olduğunu ifade etmek için kullanılabilir. Diğer bir sebebi; mesajları hızlı bir şekilde yanıtlama eğiliminde olduğumuz dijital iletişim ortamında emojiler, duygusal tepki veya onay ifadesini hızlıca iletmek için kullanılmaktadır; çünkü bir emoji kullanarak bir duyguyu veya tepkiyi ifade etmek, uzun bir cümle veya paragraf yazmaktan daha hızlıdır. Kelly ve Watts'a göre emojiler, iletişimi etkileşimli bir şekilde devam ettirmek, sohbeti daha keyifli bir deneyime dönüştürmek ve konuşma sırasında kişilere özgü bir tarz oluşturmak amacıyla da kullanılmaktadır (Şahin ve Erdoğan, 2019: 1993; Özant ve Kelleci, 2017: 402). Özellikle farklı dilleri konuşan insanlar arasında dil bariyerlerini aşarak duygusal durumu ve niyeti daha iyi ileten emojiler, farklı kültüre mensup kişilerin anlaşmasını kolaylaştırmakta ve mesajların tekdüze olan sıkıcılığını renklendirerek, görsel bir çekicilik sağlamaktadır. Nihayetinde, günümüzde emojiler; duyguları ve fikirleri temsil eden, yazılı metinleri daha etkileyici kılan bir olgu olarak insanlar arasındaki iletişimde büyük bir rol oynar.

2.2. Markaların Emoji Pazarlaması

İçinde yaşadığımız dijital çağda iletişim biçimleri sürekli olarak evrim geçirmektedir. Kısa mesajlar, sosyal medya paylaşımları ve e-postalar gibi iletişim araçları, insanların birbirleriyle hızlı ve etkili bir şekilde etkileşimde bulunmasını sağlamaktadır. Bu iletişim araçlarının bir parçası olarak, emojiler hızla popülerlik kazanmış ve geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından benimsenmiştir. Günümüzde, iletişim çoğunlukla sosyal medya gibi dijital platformlar üzerinden gerçekleşmektedir. Sosyal medya uygulamaları, farklı kültürlerden bireylerin bir araya geldiği, insanların fikirlerini, eylemlerini ve anılarını paylaştığı bir alan olarak sözlü iletişimin çok az kullanıldığı bir ortamdır. Giderek artan bir hızla yeni emojilerin tasarlanması ve neredeyse her kavramın bir emojiyle temsil edilebilir hale gelmesi, dijital platformlarında kullanıcıların etkileşimlerini daha canlı hale getirmiştir. Emojiler, kişisel iletişimlerde gücünü ispat ettikten sonra, pazarlama sektörü olmak üzere birçok alanda dikkat çekmeye devam etmektedir. Birçok marka, pazarlama iletişimlerini emojilerle güçlendirerek marka tutundurma stratejilerini zenginleştirmektedir (Kaye, 2015: 1; Gökaliler ve Saatçioğlu, 2016: 71).

Markalar, rekabetçi bir pazarda kendilerini diğerlerinden ayırmak ve tüketicilerin zihinlerinde güçlü ve unutulmaz bir marka olmak için emojilerden faydalanmaktadır. Emojiler, duyguları ifade eden bir ortak dil olarak kullanıldığından dolayı, markaların müşteriler üzerinde duygusal bir etki oluşturma isteği ve markaya yönelik olumlu bir tutum oluşturma çabaları, reklam çalışmalarında emojilerden faydalanmalarına sebep olmaktadır. Çünkü yazılı iletişimde insan beyni görsel içeriklere metinlerden daha akılda kalıcı olması ve emojilerin sempatik ve renkli görünüme sahip olması, iletişim süreçlerine içtenlik ve espri katarak tüketicilerin dikkatini çekmekte ve markaların daha hatırlanabilir olmasını sağlamaktadır. Teknolojinin sağladığı yenilikler sayesinde iletişim hız kazanmasına rağmen, tüketicilerin dikkat süreleri de ters oranda kısalmıştır. Dolayısıyla markaların tüketicilerine ulaşarak kendi ürünlerine kullanmaya ikna etmesi ve marka sadakati oluşturması gün geçtikçe daha zorlaşmaktadır. Ancak reklam mesajlarını daha çarpıcı, dikkat çekici ve daha az yazı kullanarak mesajlarını daha tüketiciye daha hızlı aktarılmasına ve tüketicilerin ilgisini çekmede emojiler oldukça yeteneklidir.

Markalar reklam çalışmalarında emojileri kullanarak hedef kitleleriyle daha güçlü bir bağ kurmayı ve duygusal tepkileri harekete geçirmeyi hedefleyerek; ürün satışlarını hem daha hızlı ve eğlenceli hem de yaratıcı bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Literatürde bulunan bazı araştırmalara göre, bir markanın sosyal medya paylaşımında bir gülümseme emojisi kullanması, takipçiler arasında pozitif duygular uyandırmasına ve markaya yönelik olumlu tutumlar oluşturduğu tespit edilmiştir. Özellikle bir markanın emojileri doğru ve yaratıcı bir şekilde kullanması, içeriğin göze çarpmasını sağlamakta ve potansiyel müşterilerin dikkatini çekerek markanın akılda kalıcılığını sağlayabilmektedir. Pazarlama iletişimi bağlamında emojiler McDonald's, Coca Cola, Burger King, Pepsi, Ikea, WWF gibi birçok sektöre ait küresel markalar başta olmak üzere, birçok marka emojileri hem eğlenceli hem de yaratıcı yollarla reklam mesajlarında konumlandırmaktadır. Markaların emoji pazarlamasıyla yaratıcı ve dikkat çeken işlerinden örnekler şu şekildedir; McDonald's reklam ve pazarlama çalışmalarında emojileri en çok kullanan markalardan birisidir. Yaratıcı bir çalışmasında, emojileri insanların kafalarına konumlandırarak, gün için yaşanılan her türlü duygu durumlarının dışa vurulmasını hedefleyerek başarılı bir işe imza atmışlardır (www.pazarlamasyon.com) (Görsel 4).



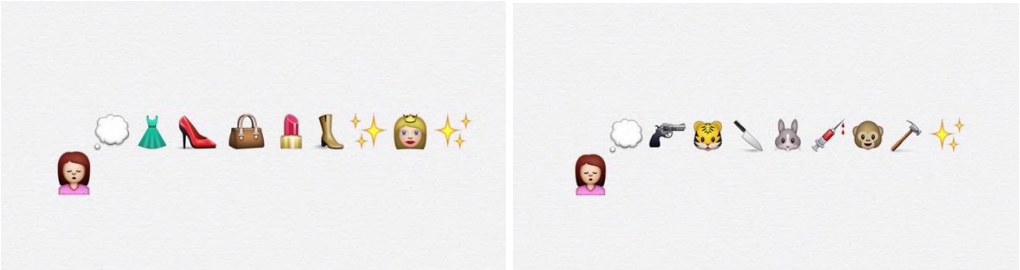
Görsel 4. McDonald's Emoji Kafalar (*Kaynak: www.pazarlamasyon.com, e.t.2023)*

Duygu ve düşünceleri ifade etmenin yanında, markaların tüketicileriyle güçlü bir etkileşim kurabilen emojiler, birçok kampanyanın merkez noktasını da oluşturmaktadır. Özellikle emojilerin doğru bir şekilde yan yana getirilmesiyle oluşturulan hikayeler, son derece etkileyici bir iletişim diline dönüşerek başarılı reklam çalışmalarını ortaya çıkarmaktadır. McDonald'sın "İyi Zamanlar" (Good Times) isimli çalışması bu duruma en iyi örneklerden biridir. McDonald's emojileri yan yana kullanarak bir seri hikâye örgüsüne dönüştürdüğü bu reklam çalışmasındaki amaç, insanların mutsuz hissettiği ya da talihsiz geçirdiği bir günün sonunda McDonald's hamburgerinin ve patatesinin verdiği mutluluk hissini anlatan bir mesajı aktarmaktadır (https://www.campaignlive.co.uk) (Görsel 5).



Görsel 5. McDonald's Good Times (*Kaynak: www.pazarlamasyon.com, e.t.2023)*

PETA, hayvan haklarını savunan "Hayvanlara Etik Muamele İçin Mücadele Edenler" (People for the Ethical Treatment of Animals) adlı kuruluş, McDonald'sın yaptığına benzer bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada, hayvanların zalimce öldürülüp, derilerinden veya diğer organlarından elde edilerek eşyalar ve kozmetik ürünlerine dönüştürülmelerinde kullanılan hayvanlara yönelik bir farkındalık kampanyası oluşturulmuştur (Görsel 6).



Görsel 6. PETA Emoji Kampanyası

Pazarlama iletişimi bağlamında, kendine ait ilk emojisi olan marka Coca-Cola'dır. Twitter ile yaptıkları iş anlaşması ile, kullanıcılarının #ShareACoke hashtag'i ile yaptıkları her paylaşım yaptıkları sonucunda, ikonlaştırılmış kola şişesi emojisi ortaya çıkmaktaydı (Görsel 7). Bu yaratıcı çalışmasıyla kendi özel emojisi için Twitter'a ödeme yapan ilk marka Coca-Cola olmuştur. 2015 yılında yapılan bu kampanyanın başladığı zamandan beri, Coca-Cola emojisi dünya genelinde kullanıcılar tarafından 170,500 kez tweet atılmıştır (http://digitalage.com.tr).



Görsel 7. Coca-Cola Emojisi

3. YÖNTEM

Çalışmada kavramsal yapının oluşturulması ve literatür taramasının yapılmasından sonra, kısmi deneysel araştırma tekniklerinden kontrol gruplu son test tekniği seçilmiştir. Araştırmanın amacı, reklamlarda kullanılan emojilerin, reklamın beğenilmesi ve hatırlanması arasında pozitif bir ilişki olup olmadığını ve reklamı yapılan markaya yönelik izleyici tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın örneklem grubu, Konya ilinde yaşayan 18-26 yaş aralığında bulunan katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcılar, farklı demografik özelliklere sahip olacak şekilde çeşitlendirilmiştir. 30 deney ve 30 kontrol grubu olarak toplamda örneklem sayısı 60'tır.

3.1. Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanmasından önce ilk olarak çalışmada kullanılacak reklam afişlerine karar verilmiştir. Çalışmada reklamda kullanılan emojilerin etkisini ölçmek amaçlandığından, farklı sektöre ait, 5 reklamın hem emoji kullanılmış versiyonu hem de emojisiz versiyonu olacak şekilde toplamda 10 reklam afişi hazırlanmıştır. Her iki gruba da aynı 10 reklam gösterilmiştir fakat katılımcılara verilen reklam hatırlanırlığını test eden soru formunda kontrol grubuna 3. reklam, deney grubuna ise 8. reklam sorulmuştur. Her iki reklam da birbirine benzer niteliktedir; fakat aralarındaki tek fark, deney grubuna sunulan reklamın içerisinde emojilerin bulunduğu, kontrol grubuna ise emojilerin bulunmadığı versiyonun sunulmuş olmasıdır.

Soru formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde reklam afişi ile ilgili 3 yardımlı hatırlatma sorusu çoktan seçmeli olarak sorulmuştur. İkinci bölümde katılımcılara emoji kullanımlarına yönelik 6 soru ve emoji içerikli reklamlara karşı genel tutum ve beğenisini ölçmeye yönelik 26 sorudan oluşmaktadır. Reklamlarda emoji kullanımı ile ilgili beğeni ve tutum soruları 5'li Likert ölçek yöntemiyle veriler elde edilmiştir. Üçüncü bölümde ise katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir.

3.2. Verilerin Analizi

Araştırma sonucu elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak Microsoft Excel paket programı ile düzenlendikten sonra SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 29.0 paket programı ve ile analiz edilmiştir. Veri analizi yapılırken, iki bağımsız grup karşılaştırması için veriler "Mann-Whitney U Testi", ikiden fazla bağımsız grup olması durumunda "Kruskal Wallis Testi" Testi, iki kategorik değişken arasındaki farklılığın analizi için Ki-Kare testi, kategorik değişkenlerdeki gözlem sayılarının %'in altında olduğu durumlarda ise Fisher Exact Testi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Reklamda tanıtılan ürün/hizmet nedir? Sorusuna oyun konsolu cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 118,14±15,61, hava yolu cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 101,8±29,99, jean cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 120,42±18,42 ve kulaklık cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 104,00±2030'dur. Reklamda tanıtılan ürün/hizmet nedir? Sorusuna verilen cevaplar ile reklama yönelik tutum ölçeği arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık saptanmamıştır (p=0,132). En yüksek ortalama 'Jean', yani beklenilen cevabı veren bireylere aittir (Tablo 1).

Tablo 1. Reklama Yönelik Tutum Ölçeği ile Reklamda tanıtılan ürün/hizmet hangisidir? Sorusuna Verilen Cevaplar Arasındaki Farklılığın Analizi

		Reklama Yönelik Tutum Ölçeği				
Değişkenler		**Ortalama**	**Standart Sapma**	**Medyan**	**Kruskal Wallis**	**p**
Reklamda tanıtılan ürün/hizmet hangisidir?	**Oyun Konsolu**	118,14	15,61	**118,0**	1,954	0,132
	Hava Yolu Firması	101,80	29,99	105,0		
	Jean	120,42	18,42	123,0		
	Kulaklık	104,00	20,30	108,0		
Reklamda tanıtılan ürün/hizmete verilen yanıtlar	**Doğru**	120,42	18,42	123,0	2,372	0,12
	Yanlış	112,50	20,50	116,0		

**Kruskal-Wallis Testi / *Mann-Whitney U Testi*

Reklamda yer alan marka hangisidir? Sorusuna Costa cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 124,25±16,96, Asos cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 121,7±17,66, Xbox cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 108,31±21,59, Popclick cevabını veren bireylerin ortalama ve standart sapması 115±9,9 ve Starjet cevabını

veren bireylerin ortalaması 88'dir. Reklamda yer alan marka hangisidir? Sorusuna verilen cevaplar ile reklama yönelik tutum ölçeği arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık saptanmıştır (p=0,033). (Tablo 2).

Tablo 2. Reklama Yönelik Tutum Ölçeği ile Reklamda yer alan marka hangisidir? Sorusuna Verilen Cevaplar Arasındaki Farklılığın Analizi

		Reklama Yönelik Tutum Ölçeği				
Değişkenler		**Ortalama**	**Standart Sapma**	**Medyan**	**Kruskal Wallis**	**p**
Reklamda yer alan marka hangisidir?	**Costa**	124,25	16,96	123,5	2,22	0,081
	Asos	121,70	17,66	125,0		
	Xbox	108,31	21,59	114,5		
	Popclick	115,00	9,90	115,0		
	Starjet	88,00	.	88,0		
Reklamda yer alan markaya verilen cevaplar	**Doğru**	121,70	17,66	125,0	4,77	**0,033**
	Yanlış	110,78	20,59	115,0		

**Kruskal-Wallis Testi / *Mann-Whitney U Testi*

Tablo 3'te katılımcıların cinsiyet farklılıklarına göre emoji kullanımları incelendiğinde hem kadın hem erkeklerin günlük hayatlarında başkalarıyla mesajlaşırken ve sosyal medya hesaplarında emoji kullanım oranlarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Diğer araştırmaları da destekleyen bu sonuçlar ışığında, kadınların erkeklere oranla emoji kullanımlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak hem kadınların hem erkeklerin emoji kullanmanın eğlenceli olduğunu ve günlük hayatta mesajlaşırken duygularını ifade etmek için emojileri sıklıkla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle kadınlar, erkeklere göre emoji kullanırken kendilerini daha rahat ifade ettikleri ve mesajlaşırken emoji içerikli mesaj geldiğinde mesajlaştığı kişinin duygularını daha iyi anladıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Cinsiyete Göre Katılımcıların Emoji Kullanım Farklılıkları

N=60	Cinsiyet	Ort.	SS.	t	P
	Kadın	4,60	0,62	0,992	0,699

Günlük hayatta sosyal medya hesaplarımda ve mesaj yazarken emoji kullanırım.	Erkek	4,43	0,68		
Emoji kullanarak kendimi daha rahat ifade ederim.	Kadın	4,03	0,61	2,586	0,061
	Erkek	3,57	0,77		
Mesajlaşırken emoji içerikli bir mesaj geldiğinde, mesajlaştığım kişinin duygularını daha iyi anlarım.	Kadın	4,30	0,65	2,518	0,226
	Erkek	3,87	0,68		
Emojileri temel duygularımı (gülmek, ağlamak, sinirlenmek vb.) ifade ederken kullanırım.	Kadın	4,30	1,02	0,151	0,081
	Erkek	4,27	0,64		
Emoji kullanmak eğlencelidir.	Kadın	4,30	1,02	0,921	0,077
	Erkek	4,10	0,61		
Emoji kullanarak söylemek istediğim şeyi daha hızlı ve kolay şekilde yaparım.	Kadın	3,93	0,74	2,485	0,111
	Erkek	3,43	0,82		

5. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, bir duygu aktarımında önemli katkısı olan ve kişiler tarafından yoğun bir şekilde kullanılan emojilerin, reklamların hatırlanırlığı ve beğeni düzeyine etkisi ve genel emoji kullanılan reklamlara yönelik tutumları araştırılmaya çalışılmıştır.

Çalışma öncesi katılımcılara araştırmanın içeriği ile ilgili bilgi verilmemiştir. İlk olarak katılımcılardan on reklamı incelemesi istenmiş, sonrasında katılımcılara soru formları verilerek, cevaplamaları istenmiştir.

Reklamda kullanılan emojilerin, reklamın beğenilmesi ve hatırlanması arasında pozitif bir ilişki olup olmadığını ve reklamı yapılan markaya yönelik izleyici tutumlarını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmanın araştırma sonuçlarına göre;

Elde edilen reklam hatırlanırlığı ve beğenilirliği bulgular ürün hatırlanırlığı, marka hatırlanırlığı ve slogan hatırlanırlığı olarak farklı gruplandırılmıştır. Genel olarak incelendiğinde emojili reklamın, emojisiz reklamlara göre ürün, marka ve slogan hatırlanma düzeyinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla reklamda emoji kullanımı ile reklam hatırlanırlığı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Ancak kontrol grubundan elde edilen verilere göre, yani emojisiz reklamlara verilen cevapların Ki-Kare testi sonucuna göre de emoji içermeyen reklamın ürün, marka ve slogan

hatırlanma düzeyi de yüksektir. sebebi, her iki grup katılımcının da bunun bir araştırma olduğu bilincinde olmasından dolayı, reklamlara daha fazla dikkat etmiş olmalarının etkisi olabilir.

Emoji içerikli reklamlara verilen tutum farklılıkları cinsiyete göre incelendiğinde ise hem kadınların hem erkeklerin reklamda emoji kullanılmasını beğendikleri tespit edilmiştir. Aynı tabloda emoji içerikli reklamlarla diğer reklamlar karşılaştırıldığında ise, emoji içerikli reklamların daha çok beğenildiği, daha yaratıcı ve eğlenceli olduğu ve aynı zamanda katılımcıların emoji içerikli reklamların çoğalmasını istedikleri Likert ölçekte ortalama üstü olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar, reklamda emoji kullanımı ile reklam beğenisini artıran olumlu bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Sonuç itibariyle, emoji kullanımının reklam hatırlanma ve beğenilme oranlarına olumlu bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu durum, markaların reklam iletişiminde emoji kullanarak, tüketicilerin reklamlara daha fazla ilgi göstermelerini ve bu sayede reklamın daha kalıcı bir etki bırakmasını sağladığını göstermektedir.

Bu araştırma, emojilerin reklamlar üzerindeki etkisini ve tüketiciler tarafından nasıl algılandığını anlamada önemli bir perspektif sunmaktadır. Özellikle, bu çalışmanın hem akademik literatüre hem de reklamcılık ve pazarlama sektörüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Acar, H. M. ve Kavuran, T. (2020). Etkileşimli Medya Uygulamalarında Görsel Tasarım: LG Acapella Mix Örneği. 7-30.; Tanyıldızı, N. İmik Dijital İletişim Yaklaşımları (1.Baskı). İstanbul: Efe Akademi Yayınevi

Akarsu, H., Gülmez, E. & Öztürk, M. C. (2020). Reklamlarda Emoji Kullanımı: Emojilerin Reklam Mesajı Hatırlanırlığına Etkisi. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, (36), 1-32 . DOI: 10.17829/turcom.782919

Anık, C., Kırık, A. M. ve Soncu, A. G. (2017). Sosyal Medyanın Göstergebilimsel Dili: Emojiler. Academic Journal of Information Technology. 8 (26), 41-54, DOI: 10.5824/1309-1581.2017.1.003.x

Aydın, D. (2011). Reklam Hafızası, Reklam Hafızası ve Reklam Beğenirliği İlişkisi: Televizyon Reklamlarına İlişkin Deneysel Bir Çalışma (1. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık

Balcı, Ş. ve Yıldırım, A. (2019). Sosyal Medyada Emoji Kullanım Tutum ve Motivasyonları ile Benlik Sunumu Arasındaki İlişki. Journal of International Social Research. Jun2019, Vol. 12 Issue 64, p700-709. 10p.

Becer, E. (2013). İletişim ve Grafik Tasarım (9. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları

Batı, U. (2013). Reklamın Dili: Dilbilim, Strateji, Mesaj, Retorik, Göstergebilim (3. Baskı). İstanbul: Alfta Basım Yayın Dağıtım

Bozkurt, S. (2019). Pazarlama İletişimi Çerçevesinde Günümüz İşletmeleri ve Emoji Kullanımı. https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/125037

Büyüker İşler, D. & Demir, N. G. (2019). Markaların Emoji Kullanımına Yönelik Bireylerin Tutumları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma . Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi , 10 (25) , 466-484 . DOI: 10.21076/Vizyoner.556353

Çakır, S. ve Çakın, Ö. (2022). Markaların Dijital İletişimde Emoji Kullanım Alışkanlıkları. Emoji Usage Habits of Brands in Digital Communications. Middle Black Sea Journal of Communication Studies 7(1), 101-114

Çakır, V. (2006). Reklamların Beğenilmesinin Tüketicilerin Marka Tutumlarına Etkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (15), 663-687. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed/issue/61781/923699

Çeken, B., Arslan, A. A. & Tuğrul, D. (2017). İletişimde Emojilerin Kullanımı ve İncelenmesi. 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (16), 91-106. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/egitimvetoplum/issue/32174/356991

Çevikyiğit, G. (2021). Reklamlarda Emoji Kullanımının Beğeni Düzeyine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 9 (1), 39-67. DOI: 10.19145/e-gifder.821558

Demir., Ş. Ş. ve Kozak, M. (2013). Tüketici Davranışları (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık

Elden, M. (2022). Reklam ve Reklamcılık. (6. Baskı). İstanbul: Say Yayınları

Elden, M. ve Bakır, U. (2010). Reklam Çekicilikleri: Cinsellik, Mizah, Korku (1. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları

Işık, M., Öztekin, A., Öztekin, H. ve Biber, L. (2013). Genel ve Teknik İletişim (4. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi

Gökaliler, E. ve Saatçioğlu, E. (2016). Bir Reklam Unsuru Olarak Emoji Kullanımı: Emoji İçerikli Reklamlara Yönelik Tutum Araştırması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 19 (2) , 63-91 . Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/selcuksbmyd/issue/26359/330926

Kurtoğlu, R. ve Ozboluk, T. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Emoji Kullanımları ve Emoji Kullanan Markalara Karşı Tutumları Üzerine Bir Araştırma. Business and Economics Research Journal, 9(3), 697–713. https://doi.org/10.20409/BERJ.2018.132

Oskay, Ü. (2015). İletişimin ABC'si (3. Baskı). İstanbul: İnkılap Yayınları

Özant, N. ve Kelleci, M. (2017). Dijital İletişimde Sözel Olmayan İpuçları: Emojilerle Etkileşim ve Duygulanım. Moment Dergi, Dijital Anlatılar , 396-417 . Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/moment/issue/36386/411853

Şahin, E. ve Erdoğan, U. (2019). Yeni Nesil Pazarlama Aracı; Emoji Pazarlama: Emoji Kullanılan Reklamlara İlişkin Tüketici Tutumları Bağlamında Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 11 (3), 1991-2003.

Tarhını, B. and Saıkaly, S. (2021). The impact of using emoji in online advertisements on consumer behavior. Case: Banking sector in Lebanon. Proceedings of the International Conference on Business Excellence,15(1) 75-90. https://doi.org/10.2478/picbe-2021-0008

Toksöz, L. (2018). Türk Üniversite Öğrencilerinin Duygu Aktarım Amaçlı Emoji Algısı: Namık Kemal Üniversitesi Örneği Üzerine. Humanıtas- Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11), 159–168. https://doi.org/10.20304/HUMANITAS.342113

Toksöz, L. ve Kahraman, C. (2017). Türk Üniversite Öğrencilerinin Emoji Algısı. Humanıtas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (9), 247-256. DOI: 10.20304/humanitas.322989

Uçar, F. (2013). Tüketicilerin İnternet Reklamlarına Yönelik Tutumları. Selçuk İletişim, 8 (1), 128-143. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19026/200535

SINIRLARI AŞAN EĞİTİM: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN SOSYO-EKONOMİK DURUMUNA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. Özer KÖSEOĞLU
SAÜ, ozerk@sakarya.edu.tr - 0000-0003-1277-8410
Arş. Gör. Yunus Emre TURAN
SAÜ, emreturan@sakarya.edu.tr - 0000-0002-4439-596X
Öğr. Gör. Salih TUTAR
SUBÜ, salihtutar@subu.edu.tr - 0000-0002-1248-6234
Öğr. Gör. Muhammed KALAYCI
SUBÜ, muhammedkalayci@subu.edu.tr - 0000-0002-7728-4641

ÖZET

Son yıllarda yükseköğretimde küreselleşmenin güçlenmesiyle birlikte dünyada eğitim amaçlı hareketlilik hız kazanmıştır. Eğitim görmek amacıyla yaşadıkları ülkelerden farklı yerlere göç eden öğrenciler için "uluslararası öğrenci" kavramı yaygın olarak tercih edilmektedir. Türkiye'de de özellikle son yıllarda yükseköğretimde uluslararası öğrencileri kapsayan bir ekosistem gelişmiştir. Söz konusu gelişmeler, uluslararası öğrencilere yönelik akademik ilgiyi artırmıştır. Bu arka plana dayanan çalışma, Sakarya'da öğrenim gören uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarını ortaya koymayı, genel bir fotoğrafını çekmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın araştırma evrenini Sakarya Üniversitesinde lisans ve lisansüstü öğretimine devam eden tüm uluslararası öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmada nicel araştırma yaklaşımları arasında yer alan tarama yöntemine uygun olarak anket yoluyla veri toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, örneklem grubunda yer alan uluslararası öğrencilerin karşılaştığı en temel sosyo-ekonomik problemler; yüksek eğitim maliyetleri, çalışma izinleri, iş bulma zorlukları, kültürel uyum sorunları ve dil bariyerleri olarak sıralanabilir. Bununla birlikte, burslar, kariyer destekleri, kültürel uyum programları ve dil destekleri gibi uygulamalarla söz konusu sorunların önlenebileceği sonucuna ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Öğrenci, Yükseköğretimde Uluslararasılaşma, Sosyo-Ekonomik Analiz

1. GİRİŞ

Eğitim bilim, ekonomi, teknoloji ve kültür alanlarında yaşanan gelişmelerin temel dayanağını oluşturmaktadır. Bu alanları büyük ölçüde etkileyen değişimlerin temelini oluşturan eğitim; bilimsel ilerlemeye ve sosyal değişime zemin hazırlamakta ve bu değişimlerin sonuçlarından etkilenmektedir. Seksenli yıllardan itibaren yaygınlaşan küreselleşmeye eşlik eden uluslararasılaşma kavramı da bu değişimlerde rol oynamaktadır. Küreselleşme sürecinde eğitim sistemi ve bu sistemin bir parçası olan üniversiteler, müfredat, hâkim olan düşünsel paradigmalar ve öğrenciler de değişime uğramaktadır (Kurt, 2021; Berber, 2003). Küreselleşmenin bir sonucu olarak sosyal, kültürel ve coğrafi açıdan çeşitli sınırlar ortadan kaybolmuş ve öğrenciler küresel bir bakış açısı kazanmıştır (Guruz, 2011). Dolayısıyla, yükseköğrenimde küreselleşmenin gereksinimlerine uygun bir şekilde uluslararasılaşma politikaları geliştirmenin önemi artmıştır.

Yükseköğrenim evrensel insanlık birikiminden beslenen ve bu birikime katkı sağlayan bireyleri yetiştirme ve mesleki formasyon kazandırma hususunda önemli bir rol üstlenmektedir. Yükseköğrenim, toplumsal-dikey hareketliliğe katkı sağladığı gibi mekansal-yatay hareketliliğe de yol açmaktadır (Çetinsaya, 2014). Günümüzde birçok öğrenci daha iyi eğitim ve meslek fırsatları için farklı ülkelere göç etmektedir. UNESCO'ya göre uluslararası öğrenci, "kendi menşei ülkelerinin dışında bulunan eğitim kurumlarında kayıtlı olan veya eğitim amaçlı ulusal veya bölgesel bir sınırı geçen öğrenciler" olarak tanımlanmaktadır. 2022 yılı itibariyle 198 ülkeden gelen 300 binden fazla uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapan bir ülke konumunda olan Türkiye'nin yükseköğretimde cazibe merkezi olması devlet politikası olarak desteklenmektedir (YÖK, 2023). Bu kapsamda Türkiye'de Sakarya Üniversitesi'nin de dahil olduğu birçok üniversite uluslararasılaşma politikasını desteklemekte ve önemli bir tecrübe kazanmaktadır. Sakarya Üniversitesi 2023-2024 akademik yılında 105 farklı ülkeden toplam 6.148 uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapmaktadır. Bu öğrencilerin 809'u lisansüstü ve 5.373'ü lisans ve önlisans öğrencisi kapsamındadır. Sakarya Üniversitesi, sahip olduğu uluslararası öğrenci sayısı ve çeşitliliği bakımından bu çalışma kapsamında yürütülecek tarama araştırması için tercih edilmektedir.

Eğitim kurumlarının uluslararası öğrencilere açılmasının getirdiği birçok fayda bulunmaktadır. Bennet (2009) farklı kültürleri tanımanın öğrencilerin bakış açılarını genişlettiğini ve modern eğitiminde buna ihtiyaç duyduğunu ifade etmektedir. Böylelikle, üniversiteler farklı kültür ve ülkelerden gelen bireylerin aynı ortamı paylaşmalarına imkân tanıyarak kültürlerarası etkileşimlerin ve hoşgörünün geliştirilmesine fayda sağlamaktadır. Ayrıca, uluslararası öğrenciler kendi ülkelerine döndüklerinde eğitimleri sürecinde elde ettikleri entelektüel sermayeyi ülkelerine taşımakta ve daha iyi iş imkânlarına erişebilmektedir (Yerevdekar ve Tivari, 2014).

Yurtdışında eğitim gören öğrenciler eğitim gördükleri ülkeyle kalıcı bağlar kurmakta; ülkeler arası siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler anlamında çok ciddi katkı sunmaktadırlar. Diğer yandan, uluslararası öğrencilerin eğitim amaçlı hareketliliğindeki artışa bağlı olarak öğrenciler birtakım sorunlar ve zorluklarla karşılaşmaktadır. Literatür incelendiğinde uluslararası öğrencilerin akademik ve sosyal hayat sorunları (Biçer vd., 2014), dil sorunları (Kılıçlar vd., 2012), ekonomik sorunları (Kıroğlu vd., 2010) ve bireysel özelliklerden kaynaklı sorunları (Çağlar, 1999) tespit edilmiştir. Bu sorunların, tanımlanarak etkisinin azaltılması ya da ortadan kaldırılması uluslararası öğrencilerin akademik başarılarının ve memnuniyet düzeylerinin artmasına, sürdürülebilir bir uluslararasılaşma politikası geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Bu çalışmada, öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarının akademik performanslarına etki ettiği (Sirin, 2005) varsayımından yola çıkılarak Sakarya Üniversitesi'nde seçilen örneklem kapsamındaki uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik durumları, memnuniyet düzeyleri ve karşılaştıkları başlıca sorunlar ele alınmakta, söz konusu sorunların çözümü için öneriler geliştirilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

Uluslararası eğitim, kökenlerini yüzyıllar öncesine dayandıran bir olgu olarak kabul edilir. İlk olarak 13. yüzyılda Paris Üniversitesi'nin kapılarını Fransa dışından gelen uzmanlara açması ve öğrencilerin onların sağladığı eğitimi alma isteğiyle şekillenmiştir (Douglass ve Edelstein, 2009). Küreselleşme kavramı, yerel ekonomilerin ve eğitim sistemlerinin diğer ülke ekonomileriyle uyum sağlamasıyla birlikte, hükümetler ve eğitim politikacıları, geniş bir küresel perspektife sahip dünya dillerini, kültürlerini ve iş yöntemlerini anlayan öğrenciler yetiştirmeyi hedeflemektedir. Bu politikaların bir sonucu olarak, uluslararası öğrenci hareketliliği OECD eğitim direktörlüğünün verilerine göre 2022 yılında 6.4 milyondan fazla

yükseköğrenim seviyesindeki öğrencinin kendi ülkelerinin dışında eğitim gördüğünü ortaya koymuştur (OECD, 2023). Bu bağlamda pek çok ülke, uluslararası öğrencileri kendi ülkelerine çekmek için uluslararası öğrenci politikalarını genişletmeyi amaçlamaktadır. Günümüzde uluslararası öğrenci hareketliliği dünya çapında önemli bir düzeye ulaştı. Başta gelişmiş ekonomiler olmak üzere birçok ülke bu dolaşımdaki payını artırmayı hedefleyerek farklı stratejiler geliştirmekte ve bu yönde aktif olarak girişimlerde bulunmaktadır (ÜOR, 2015).

Uluslararası öğrenciler, yalnızca gelen öğrenci veya gönderen ülke için faydalar sağlamamaktadır. Ev sahibi ülkeler de öğrenci hareketliliğinin sağladığı birçok avantaja sahip olabilmektedir. Toplumsal ve ekonomik gelişim süreçlerinde öğrenci hareketliliği ev sahibi ülke adına fayda sağlamaktadır. Uluslararası öğrencilerin barınma, yeme-içme, harç gibi temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik harcamalar bulundukları üniversiteye ve şehre kısa vadeli katkı sağlamaktadır. Uzun vadede ise uluslararası öğrencilerin istihdamı, farklı ülkeler ile uluslararası işbirliklerinin geliştirilmesi ve ev sahibi ülkenin ekonomik çekim merkezi haline gelmesi gibi ekonomik kazanımlar ortaya çıkabilir (Fahlevi, 2011). Ayrıca ev sahibi ülkenin diğer ülkeler ile siyasi işbirliği geliştirmesi, kültürel etkileşimini artırması ve bilim diplomasisi yürütebilmesi için fırsatlar oluşturmaktadır.

2.1. Uluslararası Öğrenci Hareketliliği

Uluslararası öğrenci hareketliliği ulusal, uluslararası kurumlar tarafından ve literatürde farklı şekillerde tanımlanmıştır. Yabancı öğrenci kavramını kullanan OECD ev sahibi ülkelerin yükseköğrenim kurumlarında eğitim almalarını sağlamak amacıyla belirli izinlerin veya vizelerin verilmesi ile kendi ülkeleri dışında farklı bir ülkede öğrenim gören kişiler olarak tanımlamaktadır (OECD, 1998). UNESCO ise yabancı öğrenci kavramından ziyade uluslararası öğrenci kavramını tercih etmektedir. Buna göre uluslararası öğrenci, eğitim maksadıyla kendi ülkesi sınırları dışına çıkan ve kendi ülkesi dışında farklı bir ülkede öğrenim gören öğrencidir (UNESCO, 2021).

Uluslararası öğrenci hareketliliği, genel olarak yurtdışında kariyer hedefinin gerçekleştirilmesinde gerçekleştirmesinde öncü basamak olarak görülmektedir. Bu kapsamda uluslararası eğitim yükseköğrenimin uluslararasılaşmasının önemli bir parçası olarak görev yapmaktadır. Dünya genelinde uluslararası öğrenci hareketliliğinin genel göç hareketliliğine kıyasla daha hızlı artıyor olması, ülkelerin eğitimli insanları kaybetme endişesi ile eğitimli insanları kendi ülkesine çekme çabası bağlamında politika geliştirmesine öncülük eden temel faktörler olarak ifade edilmektedir (Wardale, 2020). 2000 yılında tahmini 2 milyon olan uluslararası öğrenci sayısı 2019'da 6,1 milyona yükselmiştir. Bu sayının 2025 yılında 7,2 milyona ulaşması beklenmektedir. 1998-2019 yılları arasında uluslararası öğrenci hareketliliğinin, yılda ortalama %5,5 büyüdüğü görülmektedir (OECD, 2021).

Uluslararası öğrenci hareketliliği vasıflı göçün önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Öncelikle uluslararası öğrencilerin, hükümetlerin işe alım taleplerini karşılamaya hizmet ederek, dünya çapında yenilikçiliğe ve ekonomik performansa katkıda bulunma ve özellikle deneyimli ülkelerin profesyonel işgücü piyasalarındaki beceri eksikliklerini gidererek küresel işgücü piyasasında iş fırsatları bulma olasılıkları daha yüksektir. Uluslararası eğitimin dinamik ortamı, küresel işgücünde önemli bir kolaylaştırıcı haline gelmektedir. Ülkeler, ekonomilerine ve topluma getirdikleri çok yönlü avantajların bilincinde olarak uluslararası öğrencileri çekme konusunda aktif olarak çalışmaktadır. Doğrudan sağlanan ekonomik faydaların yanında, uluslararası öğrencilerin işgücüne entegrasyonu çoğu zaman farklı bakış açılarının, kültürel anlayışın ve yenilikçiliğin daha iyi bir şekilde paylaşılmasına yol açarak daha dinamik ve kapsayıcı bir çalışma ortamını teşvik etmektedir (Fidler vd., 2023).

Son birkaç on yılda, uluslararası öğrenci hareketliliği çağdaş küresel eğitim ortamının tanımlayıcı bir özelliği olarak gelişmektedir. Teknolojik yenilikler ve ilerlemeler, sınır ötesi

seyahatin kolaylaşması ve çok kültürlü anlayışa verilen önemin artması, öğrencilerin eğitim amaçlı olarak ülkeler arasında hareket etmesinde dikkate değer bir artışa katkıda bulunmuştur. Bu olgu, dünya çapındaki akademik kurumlarda kozmopolit bir ortamın oluşmasını teşvik ederek yükseköğrenimin dinamiklerini dönüştürmekte, böylece geleneksel öğrenim ortamı farklılaşmakta ve öğrenim sisteminde sınırlar aşılmaktadır. Uluslararası öğrenci hareketliliğindeki artış, farklı kültürlerin keşfedilmesi, dil becerilerinin edinilmesi ve giderek birbirine bağlı ve rekabetçi hale gelen iş piyasasında rekabet avantajı kazanma fırsatı dahil olmak üzere çeşitli faktörlere bağlanabilir (Cao, 2022).

Öğrenciler, kişisel ve profesyonel gelişimlerini şekillendirmede kültürel etkileşimin ve küresel etkileşimin değerinin farkına vararak, coğrafi sınırları aşan eğitim deneyimleri giderek daha fazla aramaktadırlar. Dahası, uluslararası eğitimin gelişen manzarası, hükümetlerin, eğitim kurumlarının ve politika yapıcıların yaklaşımında, dünyanın farklı köşelerinden gelen öğrencilerin farklı ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılayan kapsayıcı ve küresel odaklı öğrenme ortamlarının geliştirilmesine vurgu yapan bir paradigma değişimini zorunlu kılmıştır (Cao, 2022).

Akademik kurumlar, disiplinler arası öğrenmeyi, kültürler arası işbirliğini ve küresel vatandaşlığı teşvik eden, öğrencileri birbirine bağlı ve hızla gelişen küresel ortamda başarılı olmaya hazırlayan müfredat çerçeveleri tasarlamaya giderek daha fazla odaklanmaktadır. Genel olarak, uluslararası öğrenci hareketliliğine artan vurgu, küresel eğitim değişimlerinin kültürel çeşitliliği teşvik etme, kültürler arası diyaloğu teşvik etme ve ileri görüşlü, uyum sağlayabilen ve kültürel açıdan yetkin bireylerden oluşan bir nesil yetiştirmedeki paha biçilmez katkılarının daha geniş bir şekilde tanınmasını yansıtmaktadır. Uluslararası öğrenci hareketliliğinin bu küresel görünümü, gerek jeopolitik gerekse de sosyo-ekonomik etkenlerden etkilenen değişime olanak sağlamıştır (Petzold, 2017).

2.1.2. Türkiye’de Uluslararası Öğrenci Hareketliliği

Türkiye'de uluslararası öğrenci hareketliliğinin günümüz eğitim politikalarındaki rolü, Tanzimat dönemi ve sonrasındaki ilk örneklere kadar uzanmaktadır. Tanzimat döneminde Galatasaray Lisesi gibi saygın kurumlarda askerlik ve tıp eğitiminde görülen önemli gelişmeler eğitim alanına da yansımıştır. Okulda Türkçe, Latince, Yunanca, tarih ve diğer bilim dallarının yanı sıra Fransızca'nın da eğitim dili olarak tanıtılması, Türkiye'deki uluslararası eğitimde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu öncü girişim, yalnızca eğitim sisteminin modernleşmesine ve Batılılaşmasına katkıda bulunmakla kalmamış, aynı zamanda kültürler arası alışverişin teşvik edilmesinde ve ülke içinde daha kozmopolit bir eğitim ortamının teşvik edilmesinde de önemli bir rol oynamıştır (Karakullukçu, 2020).

Türkiye’de uluslararası öğrencilere yönelik ilk mevzuat düzenlemesi 14.10.1983 tarih ve 2922 sayılı “Türkiye’de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Kanun” ile yapılmıştır. Kanunda belirtilen kapsam direkt olarak bir uluslararası öğrenci kavramı tanımı olmasa da Kanun’un içeriği itibariyle uluslararası öğrenci kavramını açıklayıcı bir niteliğe sahiptir. Kanunun 2’nci maddesi şu şekildedir; “Bu Kanun; ilgili kurum ve kuruluşlar ile çeşitli anlaşmalar çerçevesinde Hükûmetimizce yabancı hükûmetler emrine verilen burslardan yararlanmak suretiyle veya kendi imkânlarıyla Türkiye’ye gelen yabancı uyruklu öğrencileri kapsar. Türk Silahlı Kuvvetlerine bağlı okullara kabul edilen yabancı uyruklu öğrenciler, bu Kanun’un kapsamı dışındadır” (UÖR, 2015).

Türkiye'de yükseköğretimin uluslararasılaşması yönünde atılan en önemli adımlardan biri, Yükseköğretim Kurulu'nun 2010 yılında aldığı, merkezi ve zorunlu Yabancı Öğrenci Sınavı'nın (YÖS) kaldırılması ve böylece üniversitelere usul ve esasların belirlenmesinde önemli bir esneklik sağlanması yönündeki karar olmuştur. Bu karar neticesinde her üniversite kendi sınavları veya yöntemleriyle uluslararası öğrenci kabul etmeye başlamıştır. Gerçekleştirilen bu

değişim, öğrencilere alternatif üniversiteleri değerlendirme fırsatı sunarak öğrencilerin başvuru sürecinde seçebilecekleri üniversite sayısını artırmıştır. Merkezi sınav sisteminin kaldırılması, sadece uluslararası öğrencilere yönelik başvuru sürecini kolaylaştırmakla kalmamış, aynı zamanda Türk üniversitelerinde daha çeşitli ve kapsayıcı bir ortamın oluşmasını da kolaylaştırmıştır. Bununla birlikte Türkiye'deki üniversiteler daha geniş bir uluslararası öğrenci demografisi için giderek daha çekici hale gelmiş ve kültürler arası alışverişi ve işbirliğini destekleyen canlı ve dinamik bir akademik topluluğa yol açmıştır.

Zengin kültürel mirası, stratejik jeopolitik konumu ve güçlü yükseköğrenim sektörüyle Türkiye, ekonomik büyümesini ve küresel nüfuzunu güçlendirmenin bir yolu olarak uluslararası öğrenci alımı potansiyelini kullanmak için iyi bir konuma sahiptir. Türkiye, uluslararası öğrenciler için daha kapsayıcı ve davetkâr bir ortam sağlayarak, bu öğrencilerin getirdiği çeşitli yeteneklerden, fikirlerden ve bakış açılarından faydalanarak, birbirine daha bağlı ve küresel olarak daha katılımcı bir akademik topluluğu teşvik etmektedir. Uluslararasılaşmaya yapılan bu vurgu, yalnızca Türk üniversitelerinin genel itibarını ve rekabet gücünü artırmaktadır. Ek olarak, ülkenin uluslararası ölçekte bilginin ilerlemesine ve kültürel alışverişin desteklenmesine katkıda bulunan dinamik ve küresel olarak bütünleşmiş bir eğitim sektörünü teşvik etmektedir (Şimşek ve Bakır, 2016).

Türkiye'de eğitimin uluslararasılaşması sürecinde bir çekim merkezi haline getirilmesi amacıyla öğrencilere yönelik imkânların artırılması ve burs oranlarının yükseltilmesi yönünde önemli adımlar atılmıştır. Bu imkânlar genel olarak eğitim unsurlarının kaliteli hale gelmesi, eğitim olanaklarının sınırının genişletilmesi ve öğrencilerin entegrasyonunda yaşanana sorunların minimize edilmesine yönelik adımlar olarak gösterilmektedir.

Bunun yanında, YÖK uluslararası öğrencilerin ülkemize yönelik talebini ve uluslararası alanda görünürlüğü artırmak amacıyla "Study in Turkey" adlı projeyi geliştirmiştir. Bu proje ile tercih yapmak isteyen uluslararası öğrenci hem Türkiye hakkında hem de tercih etmek istediği üniversite, bölüm, eğitim türü ve üniversitenin bulunduğu şehir ile ilgili imkân ve güncel durum hakkında geniş bir bilgi edinme imkânı sunulmaktadır. Üniversitelerin kabul şartları, vize ve oturum alma hakkında genel bilgilerin bulunduğu, Türkiye'nin yaşam koşullarının anlatıldığı birçok bilgi bu proje sayesinde yabancı öğrenci ile buluşturulmaktadır. Görünürlük faaliyetlerinin çok önemli olduğu günümüz şartlarında açıklayıcı özellikleriyle Türkiye'yi üniversiteler ve şehirler bağlamında öne çıkaran bir platform olarak hizmet sunmaktadır (EEİK, 2012).

Çizelge 1. 2013-2020 Arası Türkiye'de Öğrenim Gören Uluslararası Öğrenci Sayısı

Eğitim-Öğretim Yılı	Öğrenci Sayısı
2013-2014	48.183
2014-2015	72.178
2015-2016	87.903
2016-2017	108.076
2017-2018	125.138
2018-2019	154.505
2019-2020	185.047

Kaynak: YÖK, 2021

Çizelge 1 incelendiğinde, Türkiye üniversitelerinde eğitim gören uluslararası öğrencilerin sayısının giderek artan bir eğilim gösterdiği anlaşılmaktadır. 2013-2020 yıllarında Türkiye'de yükseköğretim düzeyinde öğrenim hizmeti alan toplam uluslararası öğrenci sayısı ise 781.030 olmuştur. 2021 yıllı itibariyle Türkiye üniversitelerindeki uluslararası öğrencilerin sayısı 200 bini aşmıştır. Türkiye yükseköğretimi uluslararası öğrencilerin tercihleri göz önünde bulundurulduğunda önemli bir merkez haline gelmektedir (YÖK, 2021).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Sakarya Üniversitesi'nde okuyan yabancı uyruklu öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarını betimsel olarak ortaya konulmasını amaçlayan bu nicel çalışma ilişkisel tarama modeli üzerine kurulmuştur. Çalışma örneklemine dahil edilen öğrencilerin sosyo ekonomik durumlarını ve bu durumu etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla anket hazırlanmıştır. Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS 24 paket istatistik programıyla analiz edilmiştir.

3.1. Araştırma Yöntemi

Araştırmanın evrenini Sakarya Üniversitesine kayıtlı yabancı öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi Sakarya Üniversitesi'ndeki yabancı uyruklu öğrenciler içinden seçilmiştir. Belirlenen örneklemin genelleştirilebilir olması ve örneklemi tam olarak yansıtması için Akbulut ve arkadaşları (2015) tarafından kullanılan evreni temsil edebilecek örneklem belirleme formülünden yararlanılmıştır.

$$n = Nt^2pq \,/\, d^2(N-1) + t^2p$$

N = Evren büyüklüğü

n = Örneklem sayısı

p = Olayın görüş sıklığı

q = Olayın görülmeyiş sıklığı (1-p)

t = Belirli serbestlik derecesinde t tablosunda bulunan teorik değer

d = Olayın görüş sıklığına göre yapılmak istenen sapma

Ana kütleden %95 güven aralığında azami örneklem büyüklüğü 361 olarak belirlenmiştir. 361 örneklemin belirlenmesinde evren olarak 2023 yılı toplam yabancı uyruklu öğrenci sayısı olan 6182 üzerinden hesaplama yapılmıştır. Çalışmanın evrenini oluşturan Sakarya Üniversite'ndeki yabancı öğrenci sayısının yıllara göre sayısı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Çizelge 2. Yabancı Uyruklu Öğrenci Sayıları

	2016	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**
Toplam Yabancı Uyruklu Öğrenci Sayısı	3.272	3.362	2.587	2.748	4.148	4.534	5.775	6.182
Toplam Yeni Gelen Yabancı Uyruklu Öğrenci Sayısı	608	519	567	703	1725	1491	1293	1616
Toplam Yabancı Uyruklu Mezun Sayısı	171	274	316	314	113	342	312	323

Kaynak: Sayılarla Sakarya Üniversitesi, https://www.sakarya.edu.tr/sayilarla-sau.html

2023 yılı itibariyle Sakarya Üniversite'ne kayıtlı 105 ülkeden toplam 6.182 öğrenci bulunmaktadır. Bu öğrencilerden doktora eğitimi alan 330, yüksek lisans eğitimi alan 479, lisans eğitimi alan 4.728 ve önlisans eğitimi alan 645 kişidir. Çizelge 3'te Sakarya Üniversite'sine kayıtlı uluslararası öğrencilerin kayıtlı oldukları fakülte, meslek yüksek okulu ve enstitüler gösterilmiştir.

Çizelge 3. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Kayıtlı Olduğu Akademik Birimler

FAKÜLTE /MYO/ENSTİTÜ	TOPLAM
MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ	857
SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ	735

SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU	644
İŞLETME FAKÜLTESİ	641
BİLGİSAYAR VE BİLİŞİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ	463
EĞİTİM FAKÜLTESİ	317
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	315
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ	309
İLETİŞİM FAKÜLTESİ	300
İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ	262
FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ	241
SANAT TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ	179
SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ	175
TIP FAKÜLTESİ	159
İLAHİYAT FAKÜLTESİ	141
HUKUK FAKÜLTESİ	96
İŞLETME ENSTİTÜSÜ	95
FEN FAKÜLTESİ	88
DİŞ HEKİMLİĞİ FAKÜLTESİ	69
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ	41
ORTADOĞU ENSTİTÜSÜ	37
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ	12
DEVLET KONSERVATUVARI	2
ADALET MESLEK YÜKSEKOKULU	1
GENEL TOPLAM	**6.182**

Sakarya Üniversite'ndeki eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerin kayıtlı oldukları akademik birimlere bakıldığında mühendislikten, sosyal bilimlere kadar hemen hemen her alanda kayıtlı yabancı uyruklu öğrenci olduğu görülmektedir. Bu durum hem yabancı uyruklu öğrencilerin hem de Türk öğrencilerin her disiplinde uluslararası bağlantılar kurmasına ve kendi alanında küresel bir perspektif kazanmasına zemin hazırlamaktadır

Sakarya Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin dünyanın farklı coğrafyalarındaki çok çeşitli ülkelerden gelerek çok çeşitli kültürleri temsil etmektedir. Bu çeşitlilik, Sakarya Üniversitesi'ndeki öğrenme deneyimini zenginleştirmekte ve öğrencilere küresel bir perspektif kazandırmaktadır. Ayrıca, uluslararası öğrenciler kendi kültürlerini kampüs ve şehre yansıtmakta, kültürel etkileşime katkıda bulunmaktadır. Bu kültürel çeşitliliğin, öğrencilerin farklı düşünme biçimlerini ve bakış açılarını anlamalarına yardımcı olurken, gelecekteki kariyerlerinde küresel bir perspektife sahip olmalarını da desteklediği düşünülmektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket oluştururken öncelikle literatür araştırması yapılmış ve alanında uzman kişilerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan anket 3 bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik özelliklerinin tespit edilmesine yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm katılımcıların ekonomik durumlarının tespitine yönelik gelir düzeyleri, gelir kalemleri ve harcamaları gibi sorulardan oluşmaktadır. Son bölümde ise, katılımcıların üniversiteye, yaşadığı şehre ve ülkeye yönelik memnuniyet ve uyum düzeylerini tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Veri toplama sürecinde oluşturulan anket yüz yüze görüşme ve çevrimiçi olarak Google Formlar aracılığıyla toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS paket programında analiz edilmiştir. Analiz sürecinde öncelikle aritmetik ortalama, mod, medyan, yüzde ve frekans gibi tanımlayıcı istatistikler elde edilmiştir.

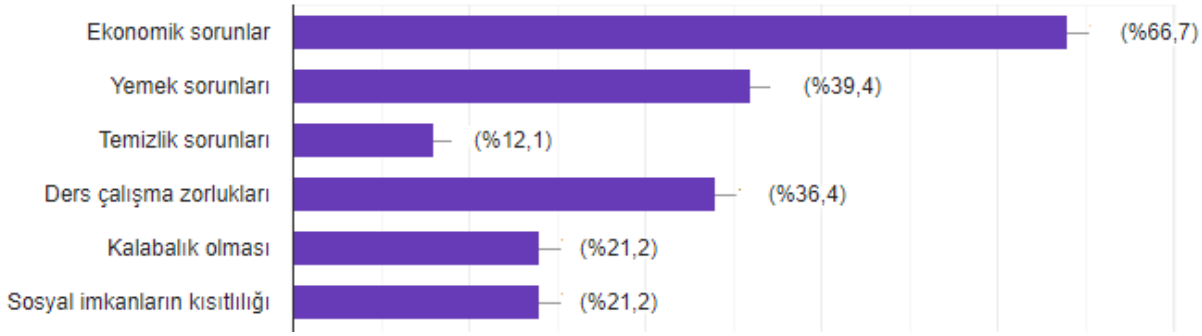
3.2. Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, yaş ve sınıf gibi demografik bilgilerinin bulunduğu oransal dağılımları Çizelge 4'te gösterilmiştir. Demografik göstergeler ışığında katılımcıların büyük çoğunluğu 19-21 yaş aralığında, 1. sınıf öğrencisi ve erkek öğrenciler oluşturmaktadır.

Çizelge 4. Demografik Özellikler

Cinsiyet	Erkek	63,6
	Kadın	36,4
Yaş	18'den küçük	12,1
	19-21	60,6
	22-24	15,2
	25'ten büyük	12,1
Sınıf	1. Sınıf	51,5
	2. Sınıf	9,1
	3. Sınıf	9,1
	4. Sınıf	12,1
	Yüksek Lisans	6,1
	Doktora	3,0
	TÖMER	9,1

Sakarya Üniversitesi'nde okuyan yabancı uyruklu öğrencilerin kaldıkları yerler sorulduğunda katılımcıların yaklaşık %63'ü kiralık evde kaldığını beyan etmiştir. Kiralık evi ise yaklaşık %25 ile özel yurt takip etmektedir. Verilen cevaplar arasında ailesinin, akrabasının veya tanıdıklarının yanında, devlet yurdunda, apartlarda ve otel veya pansiyonlarda kalan öğrenciler bulunmaktadır. Görsel 1'de öğrencilerin kaldıkları yerlerde yaşadıkları sorunlara yönelik değerlendirmeleri gösterilmektedir.



Görsel 1. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Katılımcıların çoğu kaldıkları yerlerle ilgili ekonomik sorunlar yaşadığını ifade etmiştir. Bunun altında da artan kira bedelleri ve öğrenci gelirlerinin düşük olması yatmaktadır. Öğrencilerin kaldıkları yerlerle ilgili en az sorun yaşadıkları konu ise temizlik sorunudur.

Yabancı uyruklu öğrencilerin yarısından fazlası (%57,6) Türkiye'ye Yabancı Öğrenci Sınavı (YÖS) aracılığıyla gelmiştir. Yaklaşık %25'i ise Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) aracılığıyla Türkiye'ye geldiğini ifade etmiştir. Verilen cevaplar arasında Türkiye Diyanet Vakfı (TDV), SAT (Scholastic Assessment Test), Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) ve kendi çabalarıyla gelen öğrenciler vardır. Bu öğrencilerden yaklaşık %80'i eğitimi kendi ve ailesinin destekleriyle sürdürmektedir. Bunun yanı sıra oransal olarak sırayla Türkiye Devlet Bursu, YTB, kendi ülkesinden aldığı özel kurum veya vakıf burslarıyla eğitimlerini sürdürdüklerini ifade etmektedirler.

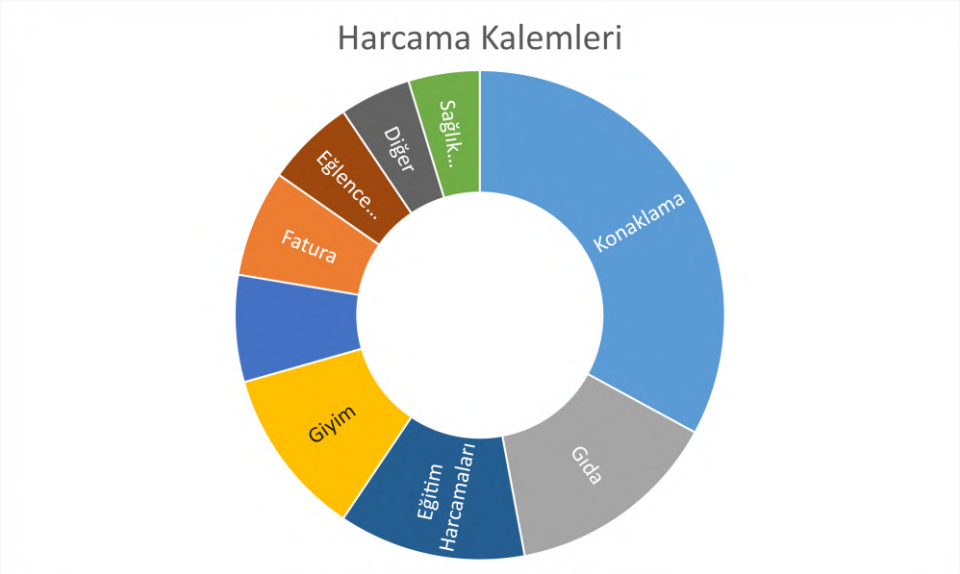
Çalışmaya katılan öğrencilerin ise yaklaşık %20'si ek bir işte çalışarak gelir elde etmeye çalıştığını beyan etmiştir. Yabancı uyruklu öğrencilerin çoğunlukla garson olarak part time çalıştıkları görülmüştür. Bunun yanı sıra uzaktan öğretmenlik ve araştırma gruplarında rol alma gibi işlerde çalışan öğrenciler de bulunmaktadır.

Yabancı uyruklu öğrencilerin ekonomik durumlarının tespit edilmesi ve değerlendirilmesi için sorulara ilişkin veriler oransal olarak aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Çizelge 5. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Ailelerinin Toplam Gelirleri

Ailenizin toplam geliri	
5000 TL ve altı	9,1
5001 TL -10000 TL	6,1
10001 TL -15000 TL	21,2
15001 TL – 25000 TL	24,2
25001 TL – 40000 TL	21,2
40001 TL ve üzeri	18,2

Öğrencilerin giderlerinin dağılımlarını ilişkin kalem bazlı ortalama değerler aşağıdaki grafikte gösterilmektedir. Grafiğe göre öğrencilerin en büyük harcama kalemini konaklama giderleri, sonrasında ise sırasıyla eğitim, giyim ve gıda harcamaları oluşturmaktadır (bkz. Görsel 2).



Görsel 2. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Harcamalarının Dağılımı

Öğrencilerin Türkiye'de eğitim almayı tercih etme nedenleri sorulduğunda ise verilen cevapların dağılımları Çizelge 6'de gösterilmiştir. Çizelgeye göre Türkiye'de eğitim almaya gelen öğrencilerin çoğu kaliteli bir eğitim alma düşüncesiyle geldiğini ifade etmiştir. Kültürel ve dini yakınlıkta öğrencilerin Türkiye'de eğitim almayı tercih etme nedenleri arasında bulunmaktadır. Gelen öğrencilerin Türkiye'den beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığı sorulduğunda ise %81,9'u genel olarak beklentilerinin karşılandığını düşünürken, hiçbir beklentisinin karşılanmadığını düşünen öğrenciler toplam katılımcıların sadece %2'sini oluşturmaktadır (bkz. Çizelge 7).

Çizelge 6. Öğrencilerin Türkiye'de Eğitim Almayı Tercih Nedeni Karşılama Düzeyleri

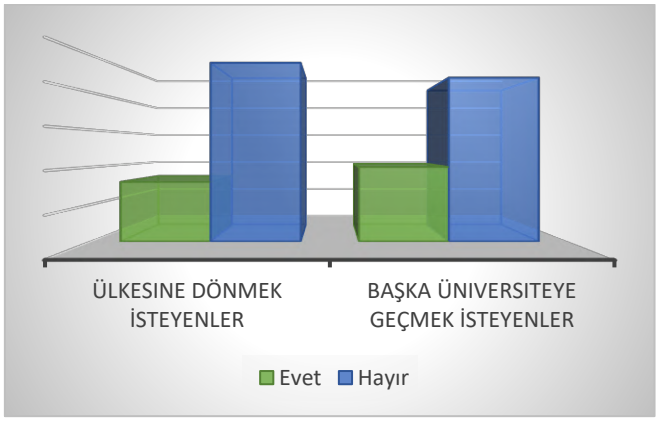
Tercih Nedeni	**%**
Kaliteli bir üniversite eğitimi	75,7
İstediğim bölümde okuma	33,3

Yaşam giderlerinin düşük olması	27,5
Kültürel veya dini yakınlık	54,5
Daha özgür olma beklentisi	24,2
Türkiye'nin siyasi ve ekonomik gücü	12,1
Mavi Diploma, iş bulma kolaylığı vb.	18,1
Burs	9,1

Çizelge 7. Öğrencilerin Beklenti Karşılama Düzeyleri

Beklenti	**%**
Beklentilerimin hepsi gerçekleşti.	12,1
Beklentilerimin çok azı gerçekleşti.	15,2
Beklentilerimin bazıları gerçekleşti.	69,7
Hiçbir beklentim gerçekleşmedi.	2

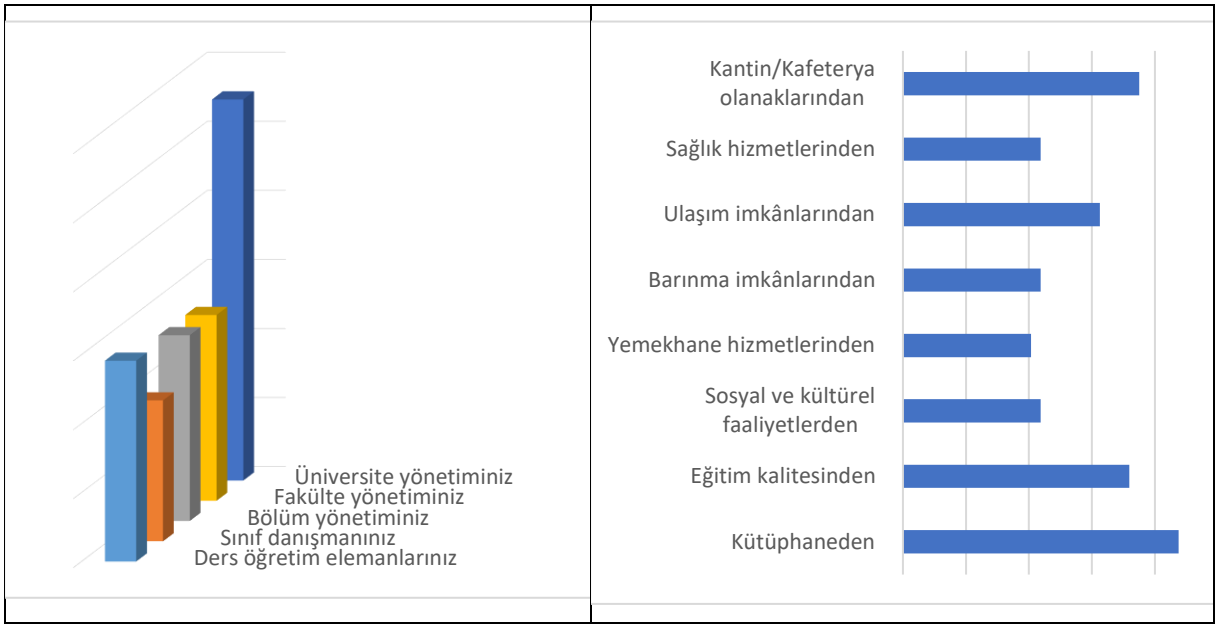
Uluslararası öğrencilerin Türkiye'de veya Sakarya Üniversitesi'nde eğitim görmekten memnun olup olmadıklarını değerlendirmek amacıyla öğrenimlerini yarıda kesip kendi ülkelerine dönmeyi düşünüp düşünmedikleri ve Türkiye'de başka üniversiteye geçmeyi düşünüp düşünmedikleri soruları sorulmuştur. Elde edilen yanıtlar neticesinde oluşturulan grafik Görsel 3'te gösterilmiştir. Grafiğe bakıldığında ülkesine dönmeyi veya başka bir üniversiteye geçmeyi düşünen öğrenci sayısı her iki grupta da azdır. Buradan hareketle öğrencilerin büyük çoğunluğunun hem Türkiye'de olmaktan hem de Sakarya Üniversitesi öğrencisi olmaktan memnun olduğu söylenebilir. Ayrıca Görsel 3'teki grafiğe göre, ülkesine dönmek isteyen kişi sayısı üniversitesini değiştirmek isteyen kişi sayısından daha azdır. Bunun altında yatan neden ise yabancı uyruklu öğrencilerin öncelikli amacının Türkiye'de okumak olduğu, ancak ilk kayıt olduğu okulu bir basamak olarak kullanmayı düşünmesi olabilir. Öğrencilere bu durumun nedeni sorulduğunda ise çoğunlukla Sakarya'nın coğrafi konumundan kaynaklandığı belirtilmiştir. Sosyal ve kültürel imkanların yetersizliği ise en yoğun verilen ikinci cevaptır.



Görsel 3. Öğrencilerin Ülkeden veya Üniversiteden Ayrılma Düşünceleri

Uluslararası öğrencilerin gerek üniversite kadrosundan gerekse üniversite imkanlarından memnuniyet düzeylerine ilişkin bilgiler Görsel 4'teki grafiklerde gösterilmiştir. Sakarya Üniversitesi'ndeki yabancı uyruklu öğrenciler özellikle üniversite yönetiminden oldukça

memnun olduğu görülmektedir. Üniversite olanakları açısından ise kütüphaneden ve kantin/kafeterya hizmetlerinden çok memnun oldukları diğer hizmetlerden ise ortalama derecede memnun oldukları görülmektedir.



Görsel 4. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Memnuniyet Düzeyleri

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışma sonucunda uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarının iyileştirilmesi, akademik performanslarının arttırılması, aldığı eğitimden, üniversiteden ve yaşadığı şehirden memnuniyet seviyesinin arttırılması için daha fazla burs ve finansal destek imkanları sağlanmalıdır. Öğrencilere yönelik danışmanlık ve rehberlik hizmetleri sağlanarak öğrencilere staj, iş bulma, sosyal imkanlar, stresle başa çıkma gibi birçok konuda destek verilmelidir.

Üniversiteden mezun olan ve hali hazırda eğitimine devam eden öğrencilere ek gelir sağlamak ve öğrencilerin motivasyonlarını arttırmak amacıyla yerel iş fırsatları sunmak için firmalarla, yerel yönetimle ve sivil toplum örgütleriyle işbirliğini yapılabilir. Kültürel oryantasyon problemi yaşayan öğrencilerin bu tarz problemleri yaşamaması için hem yerel halka hem de uluslararası öğrencilere kültürel duyarlılık eğitimleri, sempozyumları ve etkinlikleri düzenlenebilir. Bu tarz etkinlikler uluslararası öğrencilerin topluma daha fazla entegre olmasına da yardımcı olacaktır. Ayrıca öğrencilerin yaşadıkları problemleri doğrudan veya dolaylı olarak dile getirebilecekleri, geri bildirim sisteminin etkin bir biçimde çalıştığı mekanizmalar kurularak gereksinimlerinin daha hızlı ve doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik problemleri akademik başarılarını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada söz konusu problemlerin öğrencilerin yaşam kalitesine ve akademik performansına etkileri incelenmiş ve çeşitli çözüm önerileri sunulmuştur. Çalışmanın önemi, uluslararası öğrenci sayısının her geçen gün arttığı günümüzde üniversitelerin, yerel yönetimlerin ve sivil toplum örgütlerinin daha fazla destek sağlaması gerekliliğini vurgulamasıdır. Ayrıca bu araştırma, uluslararası öğrencilerle ilgili araştırmalara derinlik kazandırılması gerekliliğine de işaret etmektedir.

Sonraki çalışmalarda, uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik problemleri ile ilgili araştırma yapılırken Türkiye'deki farklı üniversiteler ve hatta yurtdışındaki üniversiteler örnekleme dahil edilerek hem karşılaştırmalı bir analiz yapılabilir hem de eksik yönler daha net bir şekilde tespit edilebilir. Sonuç olarak, uluslararası öğrencilerin sosyo-ekonomik problemleri ciddi bir

konudur ve bu alandaki çalışmalar, bu öğrencilere daha iyi bir gelecek sunma amacıyla devam etmelidir.

KAYNAKÇA

Akbulut, Ö., Yıldız, N. ve Orhan H. (2015). İstatistik Analizlerde Temel Formüller ve Tablolar. Aktif Yayınevi, s:8-9.

Bahattin Şimşek ve Sıddık, Bakır. Uluslararası Öğrenci Hareketliliği ve Atatürk Üniversitesinin Uluslararasılaşma Süreci, A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi [TAED] 55, 2016, ss.509- 542

Bennett, M. J., Defining, measuring, and facilitating intercultural learning: a conceptual introduction to the Intercultural Education double supplement. Intercultural education, 20(sup1), S1-S13, 2009

Berber, Ş. (2003). Küreselleşme perspektifinde kültürel değişme ve eğitim. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, (1), 2003.

Biçer, N., Çoban, İ., & Bakir, S. Türkçe Öğrenen Yabanci Öğrencilerin Karşılaştığı Sorunlar: Atatürk Üniversitesi Örneği. Journal Of International Social Research, 7(29), 2014

Cao, N. T. K. (2022). Determinants of international students' decision to remain in Japan to work after graduation. Journal of Asian Economics, 82, 101529.

Çağlar, A., Türk üniversitelerinde öğrenim gören Türk Cumhuriyetleri ve akraba toplulukları öğrencilerinin sorunları. TODAİE Amme İdaresi Dergisi, 32, 1999.

Çetinsaya, Gökhan (). Büyüme, kalite, uluslararasılaşma: Türkiye yükseköğretimi için bir yol haritasi. Yükseköğretim Kurulu raporu, Ankara, 2014.

Douglass, J. A., & Edelstein, R. (2009). The Global Competition for Talent: The Rapidly Changing Market for International Students and the Need for a Strategic Approach in the US. Research & Occasional Paper Series. CSHE. 8.09. Center for Studies in Higher Education.

Fahlevi, H. (2011). Economic Implication of International Student Mobility For Host Countries–Evidences from Western Countries. 20 Aralık 2016, 141.

Fidler, S. D., Clarke, L., & Wang, R. Y. (2023). The impact of political factors on international student mobility. British Educational Research Journal, 49(2), 352-369.

Guruz, K., Higher education and international student mobility in the global knowledge economy: Revised and updated second edition. Suny Press, 2011.

Karakullukçu, A. (2020). Uluslararası öğrenci hareketliliğinin Türkiye'de eğitim ekonomisinin gelişimi üzerine etkisi (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Kıroğlu, K., Kesten, A., & Elma, C.,Türkiye'de öğrenim gören yabancı uyruklu lisans öğrencilerinin sosyo-kültürel ve ekonomik sorunları. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6(2), 26-39, 2010.

Kiliçlar, A., Sari, Y., & Seçilmis, C., Türk dünyasindan gelen ögrencilerin yasadiklari sorunlarin akademik basarilarina etkisi: Turizm ögrencileri örnegi. Bilig, 61, 157, 2012.

Kurt Keskin, F., Eğitimde Küreselleşme ve Uluslararasılaşma. Karşılaştırmalı Eğitim (pp.255-279), Ankara: Pegem A Yayıncılık, 2021.

OECD (2023), International student mobility (indicator). doi: 10.1787/4bcf6fc3-en (Accessed on 26 October 2023).

OECD. (2021). Education at a glance, 2021. OECD Publishing.

OECD, (1998), Recommendations on Statistics of International Migration, Revision 1, Statistical Papers, Series M, No. 58, United Nations, New York, 1998, Glossary

Sirin, S. R., Socioeconomic status and academic achievement: A meta-analytic review of research. Review of educational research, 75(3), 417-453, 2005.

Petzold, K. (2017). The role of international student mobility in hiring decisions. A vignette experiment among German employers. Journal of Education and Work, 30(8), 893-911.

UNESCO, (2021), http://data.uis.unesco.org/# adresinden 10.10.2023 tarihinde erişilmiştir.

UNESCO Institute for Statistics https://uis.unesco.org/en/glossary-term/internationally-mobile students#:~:text=Internationally%20mobile%20students%20are%20individuals,from %20their%20country%20of%20origin. (Erişim tarihi: 22.10.2023)

UÖR, Kalkınma Araştırmaları Merkezi, Yükseköğretimin Uluslararasılaşması Çerçevesinde Türk Üniversitelerinin Uluslararası Öğrenciler İçin Çekim Merkezi Hâline Getirilmesi, araştırma projesi raporu. ISBN 978-605-9041-50-8 Yayın No: 2936, 2015

Wardale, D. (2020). Improving international student transition to professional employment. In 6th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'20) (No. 30-05-2020, pp. 283-291). Editorial Universitat Politècnica de València.

Yeravdekar, V. R., & Tiwari, G., Internationalization of higher education and its impact on enhancing corporate competitiveness and comparative skill formation. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 157, 203-209, 2014

DİJİTAL OYUN OYNAYAN BİREYLERDE SERBEST ZAMAN İLGİLENİMİ

Dr. Öğr. Üyesi Tolga BEŞİKÇİ
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, - 0000-0002-5953-8353
Prof. Dr. Pınar GÜZEL GÜRBÜZ
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, - 0000-0001-5982-2816

ÖZET

Serbest zaman aktivitesi olarak düşünüldüğünde dijital oyunlar keyifli vakit geçirmek bir araç olmasının yanında aşırı kullanımı veya dikkatsizce oynanması da bağımlılığa neden olabilmektedir. Bu oyunları oynayan genç bireylerin bağımlılık düzeylerinin ve serbest zaman ilgilenimlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada amaçsal örneklem yöntemlerinden tipik durum örneklem yöntemi ile belirlenen 504 gönüllü katılımcı yer almaktadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak demografik bilgi formu, 'Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği' ve 'Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeği' kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde normallik ve Levene's homojenlik testi sonucuna göre bağımsız örnek t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların serbest zaman ilgilenimleri ve dijital oyun bağımlılıklarına ilişkin cinsiyet ve çalışma durumu değişkenlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığın olmadığı görülmüştür. Katılımcıların eğitim düzeylerine ilişkin yapılan ANOVA analizinde ise serbest zaman ilgilenimi ölçeğinde ve alt boyutlarında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında katılımcıların ekonomik durumları arasında serbest zaman ilgilenimi ölçeğinin "kendini ifade" alt boyutunda farklılaşmanın olduğu dikkat çekmektedir. Her iki ölçek arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r: -.022$; $p<0.05$). Sonuç olarak el edilen bu bulgular katılımcıların serbest zaman ilgileri ve dijital oyun bağımlılıkları ile ilgili bazı farklılıkların eğitim düzeyi ve ekonomik durum gibi faktörlere bağlı olarak ortaya çıkabileceğini göstermektedir. Ancak, cinsiyet ve çalışma durumu gibi diğer faktörler bu değişkenler üzerinde etkili değildir. Bu sonuçlar, dijital oyun bağımlılığının sosyal ve psikolojik etkilerini serbest zamanı değerlendirme açısından daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir ve bu alandaki gelecekteki araştırmalar için temel oluşturabilir.

Anahtar Kelimeler: Dijital oyun, serbest zaman, ilgilenim.

1. GİRİŞ

Dijital oyunlar, elektronik cihazlar üzerinde oynanabilen, genellikle görsel ve işitsel unsurların bir araya geldiği eğlenceli ve interaktif medya ürünleridir. Bu oyunlar, bilgisayarlar, oyun konsolları, akıllı telefonlar ve tabletler gibi birçok platformda mevcuttur. Oyuncular, çeşitli oyun türleri arasından seçim yapabilirler, bu türler arasında aksiyon, strateji, rol yapma, bulmaca ve spor oyunları gibi birçok çeşit bulunur. Dijital oyunlar hem tek oyunculu hem de çok oyunculu deneyimler sunabilir ve genellikle oyuncuların becerilerini geliştirmelerine, hikayelere katılmalarına ve eğlenmelerine olanak tanır. Ayrıca, oyun geliştirme süreci karmaşık bir yazılım ve tasarım disiplinlerinin birleşimini içerir ve bu nedenle birçok oyuncu, oyunlarını oluşturan ekiplere büyük ilgi gösterir. Dijital oyunlar, kültürel etkileşimlerin bir parçası haline gelmiş ve eğlencenin yanı sıra eğitim, problem çözme becerileri ve iş birliği gibi birçok alanı da etkileyebilirler (Adams ve Rollings (2014).

Dijital oyunlar, serbest zamanla yakın bir ilişki içinde bulunurlar ve modern yaşamın birçok kişisi için önemli bir eğlence ve stres giderme aracı haline gelmişlerdir (Gentile et al., 2011). Günümüzde birçok insan, boş zamanlarını video oyunları oynayarak geçirmekte ve bu oyunlar sayesinde arkadaşlarıyla çevrimiçi iletişim kurarak sosyal bağlarını güçlendirmektedirler (Kowert ve ark., 2014). Ayrıca, dijital oyunlar, problem çözme yeteneklerini geliştirmek, yaratıcılığı teşvik etmek ve öğrenmeyi desteklemek gibi pozitif etkilere de sahip olabilirler (Anderson ve Dill, 2000). Ancak, aşırı oyun oynama alışkanlığı bazı bireylerde sorunlara neden olabilir ve bu nedenle dengeli bir şekilde serbest zaman aktiviteleri arasında yer verilmelidir (Ferguson, 2017). Sonuç olarak, dijital oyunlar serbest zamanla karmaşık bir ilişki içindedir; doğru denge sağlandığında eğlenceli ve faydalı bir serbest zaman aktivitesi olabilirler. Dijital oyun bağımlılığı ise, oyunları aşırı şekilde oynama eğilimine ve bu oyunlara ayrılan zamanın diğer önemli yaşam aktivitelerini ihmal etme durumuna işaret eder. Bu tür bağımlılık, kişinin iş, okul, ilişkiler ve diğer yaşam alanlarında sorunlara neden olabilir. Dolayısıyla, dijital oyunlar, serbest zamanlarını zenginleştirmek ve keyifli bir şekilde değerlendirmek isteyen bireyler için çok çeşitli amaçlarla hizmet edebildiği gibi kişi üzerinde olumsuz etkileri de görülebilir.

Serbest zaman ilgilenimi, bir kişinin boş zamanlarında, genellikle iş veya diğer taahhütlerle bağlantısı olmayan etkinliklerde bulunma pratiğidir (Smith, 2010). Bu aktiviteler, kişinin kişisel ilgi ve zevklerine dayalı olarak seçilir ve kişinin rahatlama, eğlence, öğrenme veya yaratıcılık amacı güdülebilir. Örneğin, bazı insanlar serbest zamanlarında doğa yürüyüşleri yapmayı tercih ederken, diğerleri müzik çalma veya kitap okuma gibi aktiviteleri tercih edebilirler. Bu etkinlikler, kişinin yaşam tarzına, ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına göre değişebilir. Serbest zaman ilgilenimi, bireylerin ruh hallerini olumlu bir şekilde etkileyebilir ve yaşam kalitelerini artırabilir (Jones, 2015). Serbest zaman ilgilenimi, bireylerin boş zamanlarında tercih ettikleri aktiviteleri içerir ve dijital oyunlar da bu aktivitelerden biri olabilir. Özellikle genç nesilde dijital oyun oynamak, popüler bir serbest zaman etkinliği haline gelmiştir. Bu nedenle, genç bireylerin dijital oyun bağımlılık düzeylerini ve serbest zaman ilgilenimlerini demografik değişkenlerle ilişkilendirmek, bu alandaki araştırmaların önemli bir yönünü temsil edebilir. Yukarıdaki ifade edilen literatür bilgisi ışığında bu araştırmanın amacı genç bireylerin dijital oyun bağımlılık düzeylerinin ve serbest zaman ilgilenimlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesidir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Grubu

Bu çalışmanın evrenini dijital oyun oynayan bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise amaçsal örneklem yöntemleri arasında yer alan tipik durum örneklem yöntemi ile belirlenen, Manisa Celal Bayar Üniversitesinde öğrenim gören, serbest zamanlarını rekreasyonel aktivitelerle değerlendiren toplam 504 gönüllü bireyden oluşmaktadır. Tavşancıl (2002), örneklem büyüklüğünün toplam ölçek maddeleri sayısının beş hatta on katı olması gerektiğini savunmaktadır. Bu kapsamda çalışma için 504 katılımcı sayısı yeterli görülmektedir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgileri Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1. Demografik Özellikler

Değişken	**Kategori**	**f**	**%**
Cinsiyet	Erkek	361	71.6
	Kadın	143	28.4
Yaş Aralığı	18-24	196	72.6
	25 yaş ve üzeri	74	27.4
Eğitim Durumu	Ön Lisans	83	16.5
	Lisans	365	72.4
	Lisansüstü	56	11.1
Ekonomik Durum	Kötü	114	22.6
	Normal	189	37.5
	İyi	201	39.9

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, ekonomik durumu gibi bilgileri tespit etmek amacıyla araştırmacı tarafından kişisel bilgi formu oluşturulmuştur.

Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği: Çalışmada veri toplama aracı olarak Kyle ve ark. (2007) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Gürbüz ve ark. (2018) tarafından yapılan "Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği (SZİÖ) kullanılmıştır. Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği, eşit dağılımlı (3'er maddelik) (a) Çekicilik, (b) Önem Verme, (c) Sosyal İlişki, (d) Özdeşleşme ve (e) Kendini İfade olmak üzere toplam 5 alt boyut ve 15 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipindeki ölçekte ifadeler (1) Kesinlikle katılmıyorum - (5) Kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıtlanmaktadır (Gürbüz ve ark., 2018).

Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeği: DOBÖ-7 Lemmens ve arkadaşları tarafından 12-18 yaşları arasındaki ergenlerin sorunlu dijital oyun oynama davranışlarını belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Toplam 21 madde, yedi alt boyut-tan oluşan DOBÖ-21'in yedi maddelik kısa formudur. Ölçek beşli Likert tipinde, bir faktörlü bir yapıya sahiptir ve 1-5 aralığında (1=hiçbir zaman, 5=her zaman) puan (aralık: 7-35) almaktadır (Irmak ve Erdoğan, 2015).

2.2. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde kullanılacak olan parametrik ve parametrik olmayan testlere karar vermek için öncelikle ölçekler ve alt boyutları için normallik testi yapılmıştır. Verilerin parametrik testlerin ön şartlarını sağlayıp sağlamadığına Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) (verilerin normal dağılım durumu) değerleri ve Levene (varyansların eşitliği) testi sonuçları incelenerek karar verilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterdiği ve parametrik testlerin uygulanabilirliği sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda parametrik testlerden bağımsız

örneklemler t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve değişkenler arası ilişkinin incelenmesi için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Çizelge 2. Ölçek ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre t testi sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
Çekicilik	Kadın	143	3.16	0.63	0.26	0.78
	Erkek	361	3.14	0.63		
Önem verme	Kadın	143	3.10	0.53	1.57	0.11
	Erkek	361	3.02	0.54		
Sosyal ilişki	Kadın	143	3.14	0.61	0.37	0.70
	Erkek	361	3.11	0.66		
Özdeşleşme	Kadın	143	3.11	0.60	0.48	0.62
	Erkek	361	3.08	0.66		
Kendini ifade	Kadın	143	3.08	0.65	-0.71	0.47
	Erkek	361	3.13	0.62		
SZİÖ Toplam	Kadın	143	3.12	0.44	0.49	0.62
	Erkek	361	3.10	0.46		
DOBÖ Toplam	Kadın	143	2.32	0.48	-1.06	0.28
	Erkek	361	2.37	0.48		

Çizelge 2 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre serbest zaman ilgilenimleri ve dijital oyun bağımlılıklarında istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmanın olmadığı görülmektedir.

Çizelge 3. SZİÖ ve DOBÖ alt boyutlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları

Ölçek		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Çekicilik	r	1	0.40**	.38**	0.40**	0.54**	0.74**	-0.02
	p		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.65
2. Önem verme	r		1	0.43**	0.40**	0.40**	0.69**	-0.07
	p			0.00	0.00	0.00	0.00	0.07
3. Sosyal ilişki	r			1	0.41**	0,42**	0.72**	0.17
	p				0.00	0.00	0.00	0.70
4. Özdeşleşme	r				1	0.47**	0.73**	-0.01
	p					0.00	0.00	0.77
5. Kendini ifade	r					1	0.77**	0.02
	p						0.00	0.96
6. SZİÖ Toplam	r						1	-0.02
	p							0.61
7. DOBÖ Toplam	r							1
	p							

Çizelge 3 incelendiğinde iki ölçek arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Literatür incelendiğinde kapsam bakımından farklılıklar göstermesine karşın araştırma bulgularını destekleyen çalışmaların olduğundan söz edilebilir (Alexandris ve ark., 2013; Chang ve Gibson, 2011). Cinsiyet farklılıkları üzerine yapılan araştırmalarda bulunan sonuçları yorumlarken, bu sonuçların hangi bağlamda elde edildiğini ve hangi faktörlerin etkili olduğunu anlamak önemlidir. Ayrıca, sonuçların cinsiyet ayrımını yükselten faktörleri daha iyi anlamak için daha fazla araştırma yapılması gerekebilir. Serbest zaman ilgi alanları kişisel tercihlere dayalıdır ve kadınlar ile erkekler arasında kesin bir farklılık göstermez. Bu farklılıklar kişiden kişiye değişebilir ve toplumsal değişimlerle zaman içinde evrilebilir (Gürbüz ve ark. 2018).

Katılımcıların eğitim düzeylerine ilişkin ortalama puanları arasında fark çıkması çeşitli değişkenlere bağlı olarak şekillenebilir. Bu değişkenler literatürde sıklıkla geçen; Bilinçli Seçimler: İyi bir eğitim düzeyine sahip gençler, ilgi alanlarına uygun serbest zaman aktivitelerini daha bilinçli bir şekilde seçme eğilimindedirler. Eğitimleri sayesinde kendilerini daha iyi tanırlar ve bu doğrultuda aktiviteleri tercih ederler. Özgüven ve Kendini İfade Yetisi: İyi bir eğitim, genç bireylere özgüven kazandırır ve kendilerini daha iyi ifade etmelerini sağlar. Bu, sanatsal aktiviteler, spor, müzik veya diğer ilgi alanlarında daha fazla deneyim kazanmalarına olanak tanır. Sosyal İlişkiler: Eğitim düzeyi yüksek gençler, genellikle daha geniş ve çeşitli bir sosyal çevreye sahip olurlar. Bu, farklı ilgi alanlarına ve aktivitelere yönlendirme olasılıklarını artırabilir (Gilanlioğlu ve Nuran, 2020).

Serbest zaman ilgilenimi alt boyutu olan kendini ifade etme boyutunda ise ekonomik düzeyi yüksek olan bireyler dijital oyun oynamaya yönelik çeşitli değişkenlerden etkilenebilirler. Daha Fazla İmkanlar: İyi bir ekonomik durumu olan genç bireyler, serbest zamanlarında daha fazla seçenek ve imkân sunabilirler. Örneğin, seyahat etme, konserlere gitme, spor etkinliklerine katılma gibi aktivitelere daha fazla kaynak ayırabilirler. Daha Fazla Sosyal Etkileşim: İyi bir ekonomik durumu olan gençler, arkadaşlarıyla daha sık buluşma, etkinliklere katılma veya sosyal aktivitelere yatırım yapma fırsatına sahip olabilirler. Bu, sosyal bağları güçlendirebilir ve yeni insanlarla tanışma fırsatı sunabilir. Daha İyi Erişim: Ekonomik durumu iyi olan gençler, teknoloji, spor tesisleri, kültürel etkinlikler gibi serbest zaman aktivitelerine daha kolay erişebilirler (Çalık ve Yönet, 2020). Dijital oyun oynayan bireylerin kendi içsel motivasyonlarının yüksek olduğu durumlarda, daha olumlu deneyimleri yaşadıklarını ve bu deneyimleri sürdürme olasılıklarının daha yüksek olduğunu, serbest zamana yönelik ilgilerinin artığını göstermektedir. Bu durum, oyun oynamaya yönelik ilginin bağımlılığa yönelik tutumu etkilediğini göstermektedir (Aydoğdu, 2018).

Sonuç olarak, Dijital oyun oynamak serbest zaman aktiviteleri içinde yer alır ve kişiden kişiye değişen bir ilgi alanıdır. Oyunlar, eğlence ve rekabet amacıyla oynanabilir ve bu, kişinin zevk alacağı ve serbest zamanını değerlendirebileceği bir aktivite olarak kabul edilebilir. Ancak, bir kişi oyunları aşırı ve kontrolsüz bir şekilde oynamaya başladığında bağımlılık sorunu ortaya çıkabilir. Dijital oyun oynama bağımlılığı ve serbest zaman ilgi ve aktiviteleri arasındaki ilişki karmaşıktır ve kişisel farklılıklara, oyunların kullanım biçimine ve diğer faktörlere bağlı olarak değişebilir. Bu nedenle, her iki konunun da ayrı ayrı değerlendirilmesi ve bağımlılık konusunda önlemler alınırken serbest zaman aktivitelerinin çeşitliliği de göz önünde bulundurulmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Adams, E., & Rollings, A. (2014) *Fundamentals of game design*. Prentice Hall.

2. Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D., & Tziouma, O. (2013). The use of negotiation strategies among recreational participants with different involvement levels: The case of recreational swimmers. *Leisure Studies, 32,* 299–317.
3. Anderson, C. A., & Dill, K. E. (2000). Video games and aggressive thoughts. feelings. and behavior in the laboratory and in life. *Journal of personality and social psychology, 78*(4), 772-790.
4. Aydoğdu, F. (2018). Dijital oyun oynayan çocukların dijital oyun bağımlılıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 6*(31), 1-18.
5. Chang, H. (2017). Gender differences in leisure involvement and flow experience in professional extreme sport activities. *World Leisure Journal, 59*(2), 124-139,
6. Ferguson. C. J. (2017). Everything in moderation: Moderate use of screens unassociated with child behavior problems. *Pediatrics. 140*(2), 88-99.
7. Çalık, F., ve Yönet, E. (2020). *Liselilerin sportif serbest zaman ilgilenimi dijital oyun bağımlılığı ve yaşam kaliteleri*. Astana Yayınları.
8. Gentile, D. A., Choo, H., Liau, A., Sim, T., Li, D., Fung, D., & Khoo. A. (2011). Pathological video game use among youths: a two-year longitudinal study. *Pediatrics. 127*(2), 319-329.
9. Gilanlıoğlu, E., & Nuran, Ö. Z. E. (2020). Dijital tüketim kültürünün hegemonyası ve serbest zaman. *Yeni Medya Elektronik Dergisi, 4*(3), 185-202.
10. Gürbüz. B., Çimen, Z., ve Aydın. İ. (2018). Serbest zaman ilgilenim ölçeği türkçe formu geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 16*(4). 256-265.
11. Irmak. A., ve Erdoğan. S. (2015). Dijital oyun bağımlılığı ölçeği türkçe formunun geçerliliği ve güvenilirliği. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi, 16*(1). 10-18.
12. Jones, A. (2015). The benefits of leisure activities for personal well-being. *Leisure Studies. 34*(4). 453-470.
13. Kowert, R., Domahidi, E., Festl, R., & Quandt, T. (2014). Social gaming. lonely life? The impact of digital game play on adolescents' social circles. *Computers in Human Behavior. 36*. 385-390.
14. Smith. J. (2010). *Understanding Leisure.* Cambridge University Press.
15. Tavşancıl. E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve spss ile veri analizi*. Nobel Yayın Dağıtım.

RİNGELMAN ETKİSİ: BİREYSEL KATKININ GÖRÜNÜR OLMASI PERFORMANSI ETKİLER Mİ?[1]

Doç. Dr. Nihal DAL
MCBÜ Spor Bilimleri Fakültesi,– 0000-0003-1457-8383
Doç. Dr. Aylin ZEKİOĞLU
MCBÜ Spor Bilimleri Fakültesi, - 0000-0002-7455-4845
Arş. Gör. Dr. İlker BALIKÇI
MCBÜ Spor Bilimleri Fakültesi, -0000-0002-6501-4046
Dr. Şenol GÜVEN
MEB,-0000-0001-6846-2605
Prof. Dr. Serdar TOK
MCBÜ Spor Bilimleri Fakültesi, - 0000-0003-4961-9202

ÖZET

Rigelmann etkisi veya sosyal kaytarma, bireylerin bir grup görevi üzerinde çalışırken çaba ve performanslarını azaltma eğilimini ifade eder. Sosyal kaytarma 110 yıllık bir araştırma geçmişine sahiptir. Sosyal kaytarma kavramı, spor bilimlerindeki araştırmacıların yanı sıra diğer alanlardan araştırmacıların da önemli ölçüde bilimsel ilgisini çekmektedir. Bununla birlikte, sosyal kaytarmayı engelleyebilecek veya sosyal kaytarmaya yol açabilecek çeşitli faktörlerin daha iyi anlaşılmasına yönelik açık bir ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çalışmada, bisiklet takımı zamana karşı yarış görevleri sırasında performansın tanımlana bilirliğinin bireysel performans üzerindeki etkisini araştırmayı amaçladık. Örneklem grubu, çeşitli branşlardan yerel ve ulusal düzeyde 148 sporcudan oluşmuştur. Katılımcılardan bisiklet simülatörleri aracılığıyla iki deneme yapmaları istenmiştir. Görev, altı kişiden oluşan takımın bir dakika içinde mümkün olduğunca uzağa pedal çevirmesiydi. Katılımcılar görevi hem tanımlanabilir (bireysel performans görünür) hem de tanımlanamaz (bireysel performans görünmez) koşullarda tamamladılar. Veri setini analiz etmek için tekrarlanan ANOVA ölçümü gerçekleştirdik. Sonuçlar, bireysel performanslar görünür olduğunda önemli bir performans artışı olduğunu göstermiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına dayanarak, sosyal kaytarma davranışının fiziksel çaba gerektiren grup görevlerinde nispeten istikrarlı bir bireysel eğilim olduğu sonucuna vardık. Ayrıca, koordinasyon kaybının tek başına sosyal kaytarma davranışından sorumlu olamayacağı sonucuna vardık. Motivasyon kaybı da sosyal kaytarma davranışının ortaya çıkmasına katkıda bulunabilir.

[1] *Bu çalışma Manisa Celal Bayar Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: 2018-068*

Anahtar kelimeler: Ringelmann etkisi, sosyal kaytarma, grup görevleri.

RINGELMAN EFFECT: DOES THE İDENTİFİABİLİTY OF INDIVIDUAL CONTRIBUTION AFFECT PERFORMANCE[2]

ABSTRACT

Rigelmann effect or social loafing refers to individuals' tendency to reduce their effort and performance while working on a group task. Social loafing has a 110-year-old investigation history. The concept of social loafing attracts a considerable amount of scientific interest from researchers within sports sciences as well as researchers from other fields. Moreover, there is still a clear need to understand further the various factors that can inhibit or lead to social loafing. In the present study, we aimed to explore the effect of performance identifiability on individual performance during bicycle team time-trial tasks. The sample group included 148 local and national level athletes from various branches. Participants were asked to execute two tie-trials via bicycle simulators. The task was to cycle as far as possible in one minute for the team consisting of six persons. Participants completed the task in both identifiable (individual performance visible) and non-identifiable (individual performance invisible) conditions. We performed a repeated measure of ANOVA to analyze the data set. Results indicated a significant performance increase when individual performances were identifiable. Based on the results of the present study, we concluded that social loafing behavior is a relatively stable individual tendency in group tasks requiring physical effort. We further concluded that coordination loss alone might not be responsible for the social loafing behavior. Motivation loss may also contribute to the occurrence of social loafing behavior.

Key words: Ringelmann effect, social loafing, group tasks.

1. GİRİŞ

Grubun bireysel performans üzerindeki etkisi bir asırdan uzun bir süredir sosyal psikoloji, endüstri psikolojisi ve spor psikolojisi alanlarından araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Bu konuda 120 yıllık bir araştırma geçmişi ile oluşturulmuş bilimsel bilgi birikimine rağmen grubun bireysel performansı nasıl etkilediği konusunda yaygın bir uzlaşıya, en azından spor psikolojisi özelinde ulaşılamamıştır. Dolayısıyla grubun bireysel performans üzerindeki etkisinde farklılaşmaya neden olacak faktörlerin incelenmesi konusunda açık bir gereklilik

[2] This study/paper/book/ presentation/ chapter/thesis was supported by the Manisa Celal Bayar University Scientific Research Projects Coordination Unit. Project Number: 2018-068

bulunmaktadır. Grubun bireysel performansa olan etkisi ve bu etkide farklılıklara yol açabilecek faktörlerin incelenmesi spordan endüstriye, tarımdan kamu görevlerine kadar pek çok alanda verimliliğe katkı sağlayabilir. Spor ve endüstri gibi riskli alanlarda iş güvenliğini arttırabilir.

Ringelmann etkisi veya sosyal kaytarıcılık grup halinde icra edilen görevlerde bireylerin harcadıkları çabayı azaltma eğilimini ifade etmektedir. Bu kavram, Fransız mühendis Ringelmann, 1913(b)'te halat çeken işçi sayısı arttıkça işçilerin halata uyguladıkları gücü azalttıklarını gözlemlemesinden sonra sosyal psikoloji literatüründe Ringelmann etkisi veya sosyal kaytarıcılık adlarıyla yer almaya başlamıştır.

Sosyal kaytarıcılık olarak da adlandırılan Ringelmann kavramı bir grup görevinde çalışan bireyin çalıştığı duruma göre performansında meydana gelen azalmayı ifade etmektedir.

Max Ringelmann ve bugün Ringelmann etkisi veya sosyal kaytarıcılık olarak bildiğimiz olguya ilişkin ilk gözlem ve deneylerini 1882-1887 yılları arasında yapmıştı. Ringelmann bazı uygulamalarda at, öküz, insan veya makine verimliliğini araştırmaktaydı. Ringelmann'ın literatürde bilinen ilk çalışması da öküz verimliliğini araştırdığı "Recherches sur les moteurs animés: Essais des boeufs de travail [Research on animate sources of power: Tests of oxen]" isimli 1907 tarihli makaledir. Ringelmann'ın yayınladığı bilinen bir sonraki yayını ise 1913(a) tarihlidir. Appareils de cultur mecanique avec treuils et cables (resultats d'essais) [Mechanical tilling equipment with winches and cables (results of tests)] başlıklı makalesinde Ringelmann tarımda makine verimliliğini test etmiştir. Bu iki çalışmasında anlaşıldığı kadarıyla Ringelmann'ın ana araştırma konusunun tarımda hangi metodun makine

Ringelmann'ın insan verimliliğini test ettiği çalışmasını 1913(b) yılında "Research on animate sources of power: The work of man" başlığı ile yayınladığı görülmektedir. Max Ringelmann'ın bu orijinal çalışmasına Fransız Ulusal Kütüphanesi internet sitesinden ulaşılabilmektedir.

1882-1887 yılları arasında yaptığı deneyinde Ringelmann tarım lisesindeki erkek öğrencilerin bir yükü yatay olarak çekerken veya iterken açığa çıkarabilecekleri maximum gücü test etmiştir.

Grup çalışmasının çok çeşitli şekillerde performansa etki ettiği alanlardan bir diğeri de spordur. Spor alanındaki grup veya takımların bisiklet, atletizm/yüzme bayrak yarışları, kürek ve okçuluk gibi branşlarda takım üyeleri birebir aynı işi yaparak performansa katkı sağlamaktadır. Öte yandan futbol, basketbol veya motor sporları gibi branşlarda takım üyeleri uzmanlaştıkları görevleri yerine getirmek suretiyle takım performansına katkı yaparlar. Her iki durumda da takımı oluşturan üyelerin verimli ve uyumlu olarak çalışması gerekmektedir. Bu

gereklilikten yola çıkan spor bilimciler spor takımlarının (grubun) bireysel performansa etkisini sosyal kaytarıcılık (veya Ringelmann Etkisi) çerçevesinde incelemişlerdir.

Ringelmann orijinal deneylerinde kullandığı halat çekme görevinde kişi sayısı arttıkça bireylerin halatı çekme gücünün azaldığını rapor etmiştir. Ringelmann, (1913b) performans düşüşünü bireyler arası koordinasyon kaybı olarak açıklamış ise de, Steiner (1972) performansta gözlemlenen düşüşün motivasyon kaynaklarından da olabileceğini ileri sürmüştür.

Ingham ve ark. (1974) ve Latané Williams ve Hankins (1979)'de Ringelmann'ın deneyini daha gelişkin teknoloji ile tekrar ettiklerinde performans kaybına yol açan tek faktörün koordinasyon kaybı olamayacağına işaret etmiştir. Dolayısıyla, diğer bireyler ile bir takım atmosferi içerisinde çalışma deneyimi olan bireylerin sosyal kaytarıcılık davranışına daha az başvuracakları akla yatkın gibi görünmektedir. Bir başka deyişle, takım sporları ile uğraşan bireylerin grup görevlerinde sosyal kaytarıcılık davranışına daha az yatkın olabileceği düşünülmektedir.

Czyż, Szmajke, Kruger, ve Kübler (2016) halat çekme görevinde spor deneyimi olmayan, bireysel sporcu ve takım sporcularını karşılaştırmıştır. Sonuçlar daha önce takım sporu deneyimi olan bireylerin sosyal kaytarıcılık davranışına daha az eğilimli olduklarını göstermiştir.

Backer ve arkadaşları (2015)'da takım bütünlüğünün algılanan sosyal kaytarıcılığı azaltabilecek bir faktör olabileceğine işaret etmektedir.

Hoigaard ve ark. (2006) bayrak yarışı takımlarında grup bütünlüğü yüksek takımların sosyal kaytarıcılık davranışına başvurmadıklarını bulmuştur. Öte yandan grup bütünlüğü düşük takımlarda atletlerin bayrak yarışlarında bireysel yarışlara göre daha yavaş koştukları da tesğit edilmiştir.

Williams ve arkadaşları (1989) da bayrak yarışlarının sosyal kaytarıcılık davranışına neden olup olmayacağı sorusuna yüzme branşı üzerinde yanıt aramıştır. Yüzücülerin bayrak yarışlarında, bireysel yarışlara göre daha hızlı yüzdüklerinden yola çıkan araştırmacılar, deneylerinde bireysel performans bilgisinin görünür ve gizli olduğu iki farklı bayrak yarışı görevinde yüzücüleri test etmişlerdir. Sonuçlar, birelsel performans bilgisinin gizli olduğu durumda yüzücülerin performanslarını düşürdüklerine yani daha yavaş yüzerek sosyal kaytarıcılık davranışını gerçekleştirdiklerini göstermiştir.

Bu çalışmada, bisiklet takımı zamana karşı yarış görevleri sırasında performansın tanımlana bilirliğinin (görünürlüğünün) bireysel performans üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır.

	Bireysel performans gizli		Bireysel performans görünür				
	Mean	SD	Mean	SD	F	p	η^2
Mesafe	822.83	166.21	879.87	158.84	20.9	.001	.51

2. DENEYSEL ÇALIŞMALAR

Deneyde katılımcılardan tesadüfi yöntemle 6 kişilik gruplar oluşturulmuştur. Gruptaki katılımcılara görevlerinin bisiklet simülatöründe 1 dakika içinde olabildiğince fazla mesafe kat etmek olduğu ve bu görevin 10 dakika ara ile iki defa tekrarlanacağı söylenmiştir.

Denemelerin birinden önce katılımcılara, toplam grup performansına bireysel olarak katkılarının belirtileceği söylenmiştir. Bu denemeden sonra her bir katılımcıya 1dk içinde kat ettiği mesafe ayrı ayrı grup önünde açıklanmıştır. Diğer denemeden önce ise katılımcılara sadece grubun toplam performansının değerlendirileceği ancak grup üyelerinin gruba yapacağı bireysel katkı konusunda bilgi verilmeyeceği söylenmiştir. Denemeler arasında 10 dakika toparlanma süresi verilmiş, deneysel koşulların sırası her bir deneyde değiştirilmiştir.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Deney'den elde edilen verilerin analizi için tekrarlayan ölçümler varyans analizi kullanılmıştır. Analizde 1dk'lık performans denemelerinde elde edilen değerler (1dk içinde kat edilen mesafe) modele bağımlı değişken olarak girilmiştir. Performans denemeleri (performans bilgisi: görünür / gizli) grup içi faktör olarak modele girilmiştir. Deneysel gruplarda fiziksel kapasite düzeyi açısından homojenliğin sağlanabilmesi mümkün olmadığından gruplar arası karşılaştırma yapılmasının uygun olmayacağına karar verilmiştir.

Tablo1: Grupta performans bilgisi görünürlüğünün etkisi

Tablo 1'de görülen sonuçlara göre grup içi değişkenin etkisi anlamlı bulunmuştur [F (1,20) = 20.9, P = .001, η2 = .51]. Bir başka deyişle büyük grupta yer alan katılımcılar grup performansına yapacakları etki görünür olduğunda performanslarını arttırmışlardır.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Araştırmadan elde edilen bulgular sosyal kaytarıcılık davranışının görece sabit ve tutarlı bir davranış olabileceğine işaret etmektedir. Buna göre katılımcıların grup performansına yapacakları katkı görünür olduğunda bireysel performanslarını arttırma eğiliminde olduğuna işaret etmektedir.

Bu çalışmadan elde edilen sonuçların işaret ettiği bir başka önemli nokta ise koordinasyon kaybının tek başına sosyal kaytarıcılık davranışını açıklayamayacağıdır. Bu çalışmada kullanılan deneysel görevin bireyler arası koordinasyon gerektirmiyor olması sosyal kaytarıcılığa etki eden bir diğer faktöründe motivasyon kaybı olabileceğini göstermektedir

Gerek spor gerekse diğer alanlarda yapılmış olan çalışmalar genel olarak bu araştırmada elde edilen sonuçları desteklemektedir. Örnek olarak, Alnuaimi, Robert, ve Maruping (2010) beyin fırtınası görevinde öğrencilerin sosyal kaytarıcılık davranışı sergileyebileceğini bulmuştur.

Max Ringelmann'ın orijinal deneyinde (halat çekme) grup büyüklüğüne bağlı olarak gözlemlenen performans kaybının bu çalışmada tam olarak gözlemlenmemiş olması da koordinasyon kaybının yanı sıra motivasyon kaybının da önemine dikkat çekmektedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular ışığında kısa süreli ve yüksek şiddetli bisiklet ergometresi görevinde grup büyüklüğüne bağlı olmaksızın sosyal kaytarıcılık davranışının gözlemlenebileceği anlaşılmaktadır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar söz konusu grup üyeleri arasında koordinasyon gerektirmeyen fiziksel görevlerde sosyal kaytarıcılık davranışının görece sabit bir olgu olduğu anlaşılmaktadır.

.

Ancak, sosyal kaytarıcılık davranışına etki etme olasılığı bulunan pek çok faktör olduğu ve gelecek çalışmalarda bunların etkisinin kontrol altına alınması gerektiği anlaşılmaktadır. Bu proje kapsamında sadece fiziksel görevler kullanılmış ise de bilişsel görevlerde de sosyal kaytarıcılığın incelenmesi yararlı olabilir.

AYNAKÇA

Alnuaimi, O. A., Robert, L. P., & Maruping, L. M. (2010). Team size, dispersion, and social loafing in technology-supported teams: A perspective on the theory of moral disengagement. *Journal of Management Information Systems*, *27*(1), 203–230.

Czyż, S. H., Szmajke, A., Kruger, A., & Kübler, M. (2016). Participation in team sports can eliminate the effect of social loafing. Perceptual and Motor Skills, 123(3), 754–768.

De Backer, M., Boen, F., De Cuyper, B., Høigaard, R., & Vande Broek, G. (2015). A team fares well with a fair coach: Predictors of social loafing in interactive female sport teams. Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports, 25(6), 897–908.

Høigaard, R., Säfvenbom, R., & Tønnessen, F. E. (2006). The relationship between group cohesion, group norms, and perceived social loafing in soccer teams. Small Group Research, 37(3), 217–232.

Ingham, A. G., Levinger, G., Graves, J., & Peckham, V. (1974). The Ringelmann effect: Studies of group size and group performance. Journal of Experimental Social Psychology, 10(4), 371–384.

Latané, B., Williams, K., & Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. Journal of Personality and Social Psychology, 37(6), 822.

Ringelmann, M. (1913a). Appareils de cultur mecanique avec treuils et cables (resultats d'essais)[Mechanical tilling equipment with winches and cables (results of tests)]. Annales de I'lnstitut National Agronomique, 2e Serie, 12, 299–343.

Ringelmann, M. (1913b). Research on animate sources of power: The work of man. Annales de l'Institut National Agronomique, 12(2), 1–40

Ringelmann, M. (1907). Recherches sur les moteurs animés: Essais des boeufs de travail [Research on animate sources of power: Tests of oxen]. Annales de l'Institut National Agronomique, 2e Série, 6, 243–279.

Steiner, I. D. (1972). Group process and productivity. New York: Academic Press.

Williams, K. D., Nida, S. A., Baca, L. D., & Latane, B. (1989). Social Loafing and wimming: Effects of Identifiability on Individual and Relay Performance of Intercollegiate Swimmers. Basic and Applied Social Psychology, 10(1), 73–81.https://doi.org/10.1207/s15324834basp1001_7

THE EFFECT OF GREEN ADVERTISING AND ENVIRONMENTAL AWARENESS ON GREEN PRODUCT PURCHASING[1]

Master's degree, Esra Çakır ÇELİK

Kastamonu University, - 0000-0002-6055-4318

Assoc. Prof. Dr., Bülent YILDIZ

Kastamonu University,– 0000-0002-5368-2805

Abstract

Today, environmental pollution is increasing all over the world. In parallel with this increase, environmental awareness has started to develop in consumers. Advertisements about products are also effective in this increase. For this purpose, companies have emphasized environmental concepts in their advertisements. For this reason, it is crucial to investigate whether the level of environmental awareness and the companies' environmental advertisements affect consumers' preference for environmentally friendly products. This study's overarching goal is to learn how green advertising and environmental consciousness influence consumers' propensity to make environmentally responsible purchases. In addition, it was investigated whether green advertisements are effective on consumers' environmental awareness levels. For this purpose, data were collected from 214 consumers selected by convenience sampling. The study commenced by conducting assessments to evaluate the construct validity and reliability of the scales employed. As a result of the structural equation model analysis, it was determined that environmental awareness and green advertising have a significant positive effect on green product purchasing behavior. It was also found that green advertising has a significant positive effect on environmental awareness. The results of the research show that firms' green advertising practices have a significant effect on consumers' environmental awareness.

Keywords: Green advertising, environmental awareness, green product purchase behavior

YEŞİL ÜRÜN SATIN ALMADA YEŞİL REKLAM VE ÇEVRE BİLİNCİNİN ETKİSİ[2]

ÖZET

Günümüzde çevre kirliliği bütün dünyada artış göstermektedir. Bu artışa paralel olarak tüketicilerde de çevre bilinci gelişmeye başlamıştır. Bu artışta ürünler ile ilgili yapılan reklamlar

[1] This study is based on Esra Çakır ÇELİK's master's thesis prepared under the supervision of Assoc. Prof. Bülent YILDIZ.

[2] Bu çalışma Esra Çakır ÇELİK'in Doç. Dr. Bülent YILDIZ danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tez çalışmasından faydalanılarak hazırlanmıştır.

da etkili olmaktadır. Bu amaçla firmalar reklamlarında çevreci kavramlara ağırlık vermeye başlamışlardır. Bu nedenle tüketicilerin çevreci ürünleri tercih etmelerinde çevre ile ilgili bilinç düzeylerinin ve firmaların yaptığı çevreci reklamların etkili olup olmadığının araştırılması önem arz etmektedir. Bu amaçla bu çalışmada yeşil reklam ve çevre bilincinin yeşil satın alma niyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ayrıca yeşil reklamların tüketicilerin çevreci bilinç düzeyleri üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 214 tüketiciden anket ile veri toplanmıştır. Öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli analizi neticesinde çevre bilincinin ve yeşil reklamın yeşil ürün satın alma davranışını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Yeşil reklamın da çevre bilincini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucu göstermektedir ki firmaların çevreci reklam uygulamaları tüketicilerin çevreci bilinci sahip olmaları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil reklam, çevre bilinci, yeşil ürün satın alma davranışı

1. INTRODUCTION

Businesses have continuously engaged in production activities to meet the needs or demands of society. Especially with the Industrial Revolution, production has increased rapidly, and environmental resources have started to be consumed unconsciously and rapidly. Over time, this production and consumption has caused the environment to be negatively affected to a great extent (Cinnioğlu et al., 2016). Consumers who are aware that environmental pollution is at high levels and natural resources are scarce have started to experience anxiety and this anxiety has started to create environmental awareness in consumers. Consumers with this awareness have started to prefer products that cause minor environmental damage. Businesses that have seen this shift in customer purchasing habits have begun to organize their operations in an environmentally friendly way (Sarıtaş, 2018). Due to reasons such as the formation of environmental awareness among consumers and businesses, more media coverage of environmental issues, legal regulations created by governments, and pressure from social organizations, both consumers and producers have started to review the damage they cause to the environment (Aslan & Çınar, 2015). The emergence of concepts such as green advertising, green products, green product purchasing, green marketing, and green consumers can be attributed to the increasing awareness among consumers. These notions have become increasingly prevalent in contemporary society (Çetinkaya & Özceylan, 2017).

Today, concepts such as environmental awareness, conscious consumers, sensitivity to the environment and ecological problems, green advertising, green marketing, purchasing environmentally friendly products, and intended use of natural resources are widely discussed and on the agenda. People have become more conscious of environmental concerns and have started buying green products as a result. Changes in consumer purchasing behavior have

started to attract the attention of businesses, and some businesses have begun to carry out their activities more environmentally consciously, both at the production and marketing stages. The number of ecologically friendly firms is predicted to grow steadily.

Recently, consumers have become more aware of environmental issues as rapidly increasing environmental problems have attracted consumers' attention. Consumers' purchasing behaviors have also started to change due to environmental awareness, legal regulations, businesses starting to produce environmentally friendly products, and shaping the advertisements of their products accordingly.

This study aims to analyze the impact of green advertising and environmental consciousness on the consumer behavior of purchasing green products.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

2.1. Environmental Awareness

Environmental consciousness refers to the realization that individuals are aware of how their actions have an impact on the natural world (Kaufmann et al., 2012), it is the efforts to show a strong sense of environmental responsibility to protect the environment (Alsmadi, 2007), it refers to the psychological and action activities shown both mentally in terms of thinking about the environment and in terms of environmental loyalty (Huang et al., 2014), it includes both pieces of knowledge about environmental problems and the attitudes and behaviors evoked by this knowledge (Rannikko, 1996).

Today's environmental issues concern people, organizations, and businesses worldwide. Therefore, a new market has emerged for viable or sustainable products that consumers are further empowered to contribute to environmental protection (Papadopoulos et al., 2010). The rise in environmental consciousness has led to an enhanced level of environmental sensitivity among both consumers and producers. In response to increasing customer demand for environmentally sustainable products, corporations have begun to adopt practices that prioritize the reduction of harm to the natural environment in the production and distribution of their goods (Islamoglu, 2013).

Respect for the environment should cover not only the commercial side of the business but also all behaviors in the business. Because it is not only about producing products that do not harm the environment. The environmental impact should be minimized by considering functions such as raw materials, design, and production. In other words, it should be ensured that the environment is a part of the business culture by making the business doubt the effects it has on the environment while operating. Customers who care about the environment don't just buy the company's green products; they also buy into the company's green reputation (Chamorro and Bañegil, 2006).

2.2. Green Advertisement

A significant proportion of customers exhibit a lack of awareness of the significance of green products, primarily attributed to a dearth of information. To overcome this lack of knowledge, businesses apply different green promotion strategies (Arseculeratne & Yazdanifard, 2014).

Public relations, green advertising, personal selling, and sales promotion are the various ways that businesses use to promote their products or services in the target market (Daniel, 2019).

In parallel with the increasing interest of people in environmental problems worldwide and the improvement of environmental protection movements, businesses have started to make green advertisements through the media to promote their environmentally friendly products to environmentally conscious consumers (Rahbar & Wahid, 2011). The term "green advertising" pertains to communication efforts that incorporate natural and ecologically friendly content with the intention of catering to the desires and requirements of environmentally concerned consumers (Batool & Iqbal, 2016). Green advertisements refer to advertisements that either implicitly or directly highlight the connection between a product or service and the environment. These advertisements aim to convey the environmental image of firms to consumers and can achieve multiple objectives simultaneously (Banerjee et al., 1995). Green advertisements serve as a means for organizations to communicate to consumers the environmental attributes associated with their products or services (Segev et al., 2016).

In green advertisements, elements such as eco-labels, naturalness, green color, environmentally friendly production processes, environmentally friendly statements, the importance of edible raw materials, and recyclability are frequently used to show that the goods and services produced by the company are environmentally friendly (Karna et al., 2001), the purpose of green advertising is to encourage consumers to purchase environmentally friendly products by influencing their purchasing behavior and to show that their purchasing behavior creates positive results both for the environment and for themselves (Rahbar & Wahid, 2011). In this way, the fact that products or services are environmentally friendly compared to other products or services will be understood as a benefit for consumers and consumers will react positively to green advertisements of products that they think are not harmful to the environment (Özkaya, 2010).

2.3. Green Product Purchasing

Environmental problems jeopardize the health of all living things in the environment, especially humans. In parallel with the increase in environmental problems, consumers' realization that they have a direct impact on environmental problems has led them to protect the environment (Mosavıchechaklou & Bozbay, 2018). Consequently, individuals tend to engage in ecologically mindful purchase behavior. Green purchasing behavior refers to the practice of acquiring a product or service that aims to limit or eliminate environmental impact throughout its whole lifecycle, which includes the production phase as well as post-consumption (Troudi & Bouyoucef, 2020). Buying things that are sustainable and ecologically friendly, such as those that are recyclable and have other eco-friendly qualities, is known as "green purchasing behavior." This behavior is characterized by a conscious effort to avoid products that may cause harm to both society and the environment (Jaiswal & Kant, 2018). Green purchasing behavior is considered a social behavior that is different from the purchasing behavior of other consumers, can provide individual gain and satisfaction, and is done intentionally (Liu & Liu, 2020). Green consumers perceive green purchasing as a social practice, whereby they contemplate the ramifications of their own consumption and endeavor to leverage their purchasing influence to foster social distinction (Khoiruman & Haryanto, 2017).

Environmental knowledge includes everything people know about the environment, the major relationships that cause environmental impact, and shared responsibility for environmental sustainability. Hence, there exists a positive correlation between the extent of environmental awareness and the propensity to acquire environmentally friendly products (Mostafa, 2006). Since consumers with high environmental awareness are more inclined to environmental issues (Yılmaz & Aytekin, 2020), they are more inclined to buy eco-friendly goods than those with less concern for the environment (Schlegelmilch et al., 1996).

3. LITERATURE REVIEW

Fraj and Martinez (2007), in their study of 573 individuals, concluded that having a high level of environmental impact positively affects environmental attitude and environmental behavior. Lee (2008) concluded in his study that environmental concern affects the purchasing behavior of young consumers in Hong Kong city towards environmentally friendly products. Kükrer (2012) conducted a study on 362 people in Eskişehir and concluded that consumers with high environmental responsibility have higher attitudes towards green advertisements than consumers with low environmental responsibility. In their study, Arı and Yılmaz (2017) found that environmental attitude, environmental behavior, and environmental awareness have a significant effect on the purchase of green products. Aytop et al. (2021), in a study conducted on 384 consumers in Kahramanmaraş, concluded that environmental sensitivity is effective in purchasing products that do not harm the environment.

Zhu (2012) conducted a study to examine the impact of green marketing on customers' inclination to acquire ecologically friendly items. The study's findings indicate that individuals' attitudes towards green marketing significantly influence their inclination to purchase ecologically friendly products. In a study conducted by Sabır et al. (2014) in Pakistan, it was determined that the attitude towards green ads significantly influences the propensity to purchase environmentally friendly items among a sample of 150 students. In a study conducted by Chekima et al. (2015) including a sample size of 337 individuals, it was discovered that individuals' attitudes towards the environment have a positive influence on their desire to purchase eco-labels and green products. Furthermore, the study revealed that green marketing has a constructive mediation function in facilitating these interactions.

The study done by Koçer and Delice (2016) in Kayseri yielded the finding that there exists a noteworthy and affirmative correlation between views towards green advertising and environmental awareness. Furthermore, the study determined that environmental concern acts as a mediator in this relationship. Ahamat et al. (2018) conducted a study on 200 people in Malaysia and concluded that green advertisements, environmental awareness, and belief in green products positively affect consumers' purchasing behavior of green products. Aydoğan and Dinar (2019) conducted a study on 393 people in Istanbul and found that green advertisements and environmental awareness positively and significantly affect green product purchasing behavior. Alamsyah et al. (2018) concluded that there is a significant relationship between green advertisements and the environmental awareness of consumers in their research conducted on 102 people in Bandung City. Kartal and Tatlı (2020), in their research on 322 Generation Z consumers, concluded that green advertisements are important in the purchasing decisions of Generation Z consumers.

As a result of the theoretical framework and literature review, the hypotheses of the research were determined as follows.

H1: Green advertisements have a significant positive effect on environmental awareness.

H2: Green advertisements have a significant positive effect on green product purchase behavior.

H3: Environmental awareness has a significant positive effect on green product purchase behavior.

4. METHODS AND FINDINGS

The scales used in the study were taken from Aydoğan and Dinar (2019) and Büyükahraz (2012). The study was sanctioned by decision number 4/3 from the Social and Human Sciences Research and Publication Ethics Board at Kastamonu University, dated 25.12.2020.

The population of the study consists of consumers living in Kastamonu province. The research sample consists of 214 people selected by convenience sampling method. Demographic findings regarding the research sample are as follows: 157 of the participants are female and 57 are male. 87 of them are between the ages of 18-25, 61 of them are between 36-45, 57 of them are between 26-35 and 9 of them are 46 and over. 79 of them have bachelor's degrees, 71 have associate degrees, 40 have primary and secondary education, and 24 have postgraduate education.

The validity and reliability of the scales used in the study were tested by exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA), and reliability analysis.

As a result of EFA, KMO value >0.60 and factor loadings >0.50 were obtained for all scales. Barlette test result was found to be significant. The total variance explained was also found to be >50%.

After EFA, CFA was conducted for the scales. Table 1 shows the goodness of fit values achieved by CFA.

Table 1. CFA Goodness of Fit Values

Variable	CMIN	df	CMIN/df	GFI	CFI	TLI	RMSEA
Green Advertisement	147.329	63	2.339	0.902	0.954	0.943	0.079
Environmental Awareness	27.108	14	1.936	0.964	0.973	0.96	0.066
Green Product Purchasing	0.784	1	0.784	0.998	1	1.006	0

CFA determined that the scales produced goodness of fit values and demonstrated good fit. After EFA and CFA, reliability analysis and correlation analysis were conducted. In addition, skewness and kurtosis values of the scales were analyzed. The results are presented in Table 2.

Table 2. Correlation and Reliability

	Alpha	Number of items	Skewness	Kurtosis	Green Advertisement	Environmental Awareness	Green Product Purchasing

Green Advertisement	.942	13	-,860	1,908	1		
Environmental Awareness	.841	7	-1,026	2,629	,274**	1	
Green Product Purchasing	.771	4	-,758	1,611	,329**	,297**	1

Cronbach Alpha reliability coefficients were calculated for the internal consistency analysis of green advertising, environmental awareness, and green product purchase scales. The alpha for the green advertising scale was 0.942, the alpha for the environmental awareness scale was 0.841, and the alpha for the green product purchase scale was 0.771. The internal consistency coefficients of two scales are considered highly reliable and the internal consistency coefficients of one scale are considered highly reliable. In other words, the reliability levels of all variables are very good. If the values of kurtosis and skewness fall within the range of +3 and -3, it can be inferred that the data follows a normal distribution (Çuhadar et al. 2019). Since the skewness and kurtosis values are between +3 and -3, the data are normally distributed. The results of the correlation study showed a positive and marginally significant (at the 0.01 level) association between the scales.

Once the scales' validity and reliability were assessed, a structural equation model analysis was performed to examine the study hypotheses. The model is depicted in Figure 1.

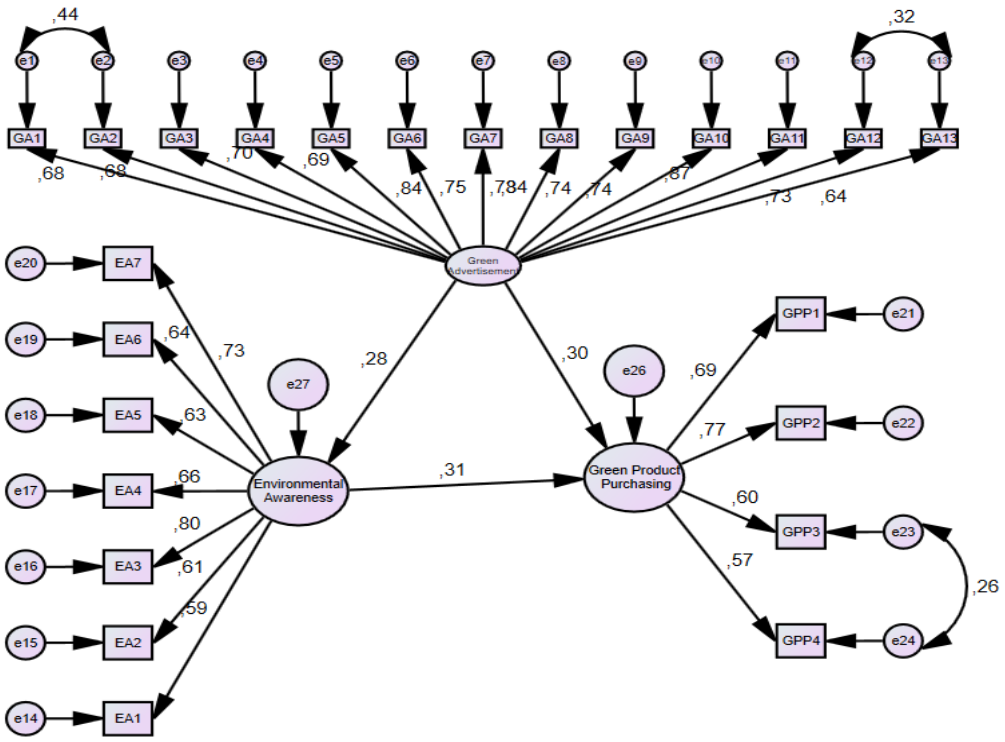


Figure 1. Structural Equation Model

Table 3 displays the structural equation model's goodness-of-fit results.

Table 3. Model Goodness of Fit Values

Variable	CMIN	df	CMIN/df	GFI	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
Model	398,317	246	1,619	0,87	0,942	0,935	0,054	0,0514

The goodness of fit values was calculated, and it was concluded that the model provided a satisfactory fit.

The findings of the investigation utilizing a structural equation model are presented in Table 4.

Table 4. Results of Model Analysis

			B	β	S.E.	C.R.	P
Environmental Awareness	<---	Green Advertisement	0,281	0,279	0,082	3,412	***
Green Product Purchasing	<---	Environmental Awareness	0,345	0,313	0,099	3,471	***
Green Product Purchasing	<---	Green Advertisement	0,336	0,303	0,092	3,648	***

After completing the model's research, it was discovered that environmental consciousness has a sizeable and favorable influence on consumers' propensity to buy environmentally friendly products. It has been established that environmentally conscious advertising has a considerable positive effect on environmental awareness as well as environmentally conscious purchasing behavior. Following the completion of the investigation, it was determined that hypotheses H1, H2, and H3 were all correct.

5. CONCLUSION

Awareness of environmental responsibility has started to emerge in consumers who are aware of environmental damage. The trend among consumers is toward favoring businesses and brands that minimize their impact on the natural world. Realizing this change in consumers, businesses have started to consider the environmental factor in both their activities and marketing tactics (Cinnioğlu et al., 2016). For this reason, businesses frequently use green advertisements to promote their environmentally friendly products or services. In the context of both businesses and consumers, it is recommended that green advertisements incorporate messages that promote environmentally conscious consumption behavior. Additionally, an incentive message that resonates with the desires and requirements of environmentally aware consumers should be included. Lastly, the advertisement should convey the environmentally friendly attributes of the product or service being promoted (Sheehan & Atkinson, 2012).

This study examines the connection between environmental consciousness and attitudes toward green advertising, as well as between environmental consciousness and intentions to buy environmentally friendly products. A total of 214 locals of the province of Kastamonu were surveyed online for this purpose. The first step was investigating the correlation between environmental consciousness and positive responses to environmentally friendly commercials. The study's findings suggest that green advertising can have a major impact on consumers' sensitivity to environmental issues. The results of the study agree with those found in the scholarly literature. Koçer and Delice (2016) and Ahamat et al. (2018), to name only two

examples, found the same thing in their research. The study set out to quantify the impact of green advertising and environmental consciousness on customers' propensity to purchase eco-friendly goods. Our study's findings demonstrate that consumers' level of environmental awareness and responsiveness to green advertising have direct and significant effects on their inclination to purchase eco-friendly products. Our research findings agree with those found in the published literature. Similar findings were found in research by Yilmaz et al. (2009), Ankit and Mayur (2013), and Ülker (2021).

Businesses should give importance to green advertisements to inform consumers that their products or services do not harm the environment, to create environmental awareness in the minds of consumers, and to increase the demand for environmentally friendly products or services. In this context, businesses should try to convey the messages they will convey in green advertisements clearly and directly to consumers. Consumers with environmental awareness will be positively affected by green advertisements which may trigger green purchasing behavior. Furthermore, enterprises have the potential to establish a competitive edge through the cultivation of an environmentally conscious corporate identity within the consumer psyche. From ancient times until today, scarce resources have been used unconsciously. Especially with the increase in industrialization and population, the increase in urbanization has increased the rate of use of scarce resources and started to threaten both human and environmental health. Environmental problems are tried to be prevented by practices such as consumers changing their purchasing behaviors, legal obligations of governments on environmental issues, requests of non-governmental organizations established on the environment, and the spread of environmentally friendly spots in the press (Acer et al. 2018).

Production and consumption of green products are important for sustainability. Environmental awareness in consumers plays an important role in this. Improving environmental awareness and sensitivity will support people to live in a safe and healthy environment (Çetin & Nişancı, 2010). Environmental awareness can be developed at a basic level by providing environmental education and informing the consumer. One of the best ways to increase environmental awareness is to include environmental issues in the school curriculum from an early age and to provide environmental education to individuals. Consumer education and information will lead to long-lasting changes in consumers' consumption behavior for a sustainable environment (Miranda and Blanco, 2010). Despite the massive environmental pollution in recent years, people and businesses do not know how not to harm the environment. Therefore, environmental awareness can be created in society by starting to provide environmental education with basic education. In fact, environmental awareness can be spread by placing environmental education not only in basic education but also in every stage of educational life.

The research was conducted only in Kastamonu province. In future studies, the research can be diversified by including different provinces and comparisons can be made. In addition, the inclusion of price sensitivity towards green products in the studies will contribute to the literature.

REFERENCES

Acer, A., Karagöz Taşkın, B. & Taşkın, M. (2018, Eylül). *Yeşil Satın Alma Kapsamında Öğrencilerin Yeşil Ürünlere Yönelik Eğilimlerinin İncelenmesi: Vakıf Üniversitesi*

Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. IV. Uluslararası Kafkasya Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi nde sunulmuş bildiri, Aydın.

Ahamat, A., Ahmad, S. & Mohd, R. (2018). An Empirical Investigation on Malaysians' Green Purchasing Behaviour. Int. J. Manufacturing Technology and Management, 32 (3), 237- 254.

Alamsyah, D. P., Suhartini, T., Rahayu, Y., Setyawati, I., & Hariyanto, O. I. B. (2018). Green advertising, green brand image and green awareness for environmental products. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 434, 012160. doi:10.1088/1757-899x/434/1/012160.

Alsmadi, S. (2007). Green marketing and the concern over the environment: measuring environmental consciousness of jordanian consumers. Journal of Promotion Management, 13 (3- 4), 339- 361.

Ankit, G. & Mayur, R. (2013). Green marketing: impact of green advertising on consumer purchase intention. Advances in Management; Indore, 6 (9), 14- 17.

Arı, E., & Yılmaz, V. (2017). Effects of environmental illiteracy and environmental awareness among middle school students on environmental behavior. Environment, Development and Sustainability, 19 (5), 1779- 1793.

Arseculeratne, D. & Yazdanifard, R. (2014). How green marketing can create a sustainable competitive advantage for a business. International Business Research, 7 (1), 130- 137.

Aslan, F. & Çınar, R. (2015). Yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde kafkas üniversitesi öğrencilerinin çevreye duyarlı ürünleri kullanma eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6 (9), 169- 184.

Aydoğan, S. & Dinar, N. (2019). Yeşil ürün satın almada yeşil reklam ve çevre bilincinin etkisi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (90), 229- 252.

Aytop, Y., Çetinkaya, S. & Tulan, C. (2021). Çevre duyarlılığının çevreci satın alma davranışına etkisinin belirlenmesi. Türk- Tarım- Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 9 (2), 368-374.

Banerjee, S., Gulas, C. S. & Iyer, E. (1995). Shades of green: a multidimensional analysis of environmental advertising. Journal of Advertising, 24 (2), 21- 31.

Batool, S. & Igbal, R. (2016). Impact of green advertising on consumer purchase behavior . International Interdisciplinary Journal of Scholarly Research, 2 (1), 16- 22.

Büyükahraz, G. (2012). *Çevresel İlgi, Kaygı ve Duyarlılığın Çevre Dostu Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi ve Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Chamorro, A. & Bañegil, M. T. (2006). Green marketing philosophy: a study of spanish firms with ecolabels. Corporate Social Responsibility and Environmental Management Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt., 13 (1), 11- 24.

Chekima, B., Wafa, A., Igau, A. & Chekima, S. (2015). Determinant factors of consumers' green purchase intention: the moderating role of environmental advertising. Asian Social Science, 11 (10), 318- 329.

Cinnioglu, H., Atay, L. & Korkmaz, H. (2016). Önlisans öğrencilerinin yeşil reklama ilişkin algılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 11 (43) , 198-210.

Çetin, G. & Nişancı, S. (2010). Enhancing students'environmental awareness. Procedia Social and Behavioral Sciences, 2, 1830- 1834.

Çetinkaya, C. & Özceylan, E. (2017). Üniversite öğrencilerinin yeşil satın alma tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma: gaziantep üniversitesi örneği. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 16 (1), 289- 302.

Çuhadar, A., Er, Y., Demirel, M. & Harmandar Demirel, D. (2019). Bireyleri rekreasyonel amaçlı egzersize motive eden faktörlerin incelenmesi. SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 17 (3), 153-161. DOI: 10.33689/spormetre.562233.

Daniel, C. O. (2019). Assessing the role of green marketing in small and medium enterprises. International Journal of Scientific and Research Publications, 9 (1), 693- 699.

Fraj, E. & Martinez, E. (2007). Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. International Journal of Consumer Studies, 31, 26- 33.

Huang, H., Lin, T., Lai, M. & Lin, T. (2014). Environmental consciousness and green customer behavior: Anexamination of motivation crowding effect. International Journal of Hospitality Management, 40, 139– 149.

İslamoğlu, A. H. (2013). Pazarlama Yönetimi (Stratejik *Yaklaşım*). İstanbul: Beta Kitabevi.

Jaiswal, D. & Kant, R. (2018). Green purchasing behaviour: a conceptual framework and empirical investigation of indian consumers. Journal of Retailing and Consumer Services, 41, 60 -69.

Karna, J., Juslin, H., Ahonen, V. & Hansen, E. (2001). Green advertising – greenwash or a true reflection of marketing strategies?. Greener Management International, 33, 59- 70.

Kartal, A. & Tatlı, E. (2020). Yeşil reklamların z kuşağı tüketicilerin satın alma kararları üzerine etkisi. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), 6 (1), 208-224.

Kaufmann, H., Panni, M. & Orphanidou, Y. (2012). Factors affecting consumers' green purchasing behavior: an integrated conceptual framework. Amfiteatru Economic Journal, 14 (31), 50- 69.

Khoiruman, M. & Haryanto, A. T. (2017). Green purchasing behavior analysis of government policy about paid plastic bags. Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 1 (1), 31- 39.

Koçer, L. & Delice, T. (2016). Yeşil reklamlara yönelik tutumların çevresel duyarlılığa etkisi: çevresel kaygının aracılık rolü. Humanities Sciences (NWSAHS), 11 (2), 112 -138.

Kükrer, Ö. (2012). Tüketicilerin çevresel sorumluluklarının yeşil reklamlara yönelik tutumlarına etkisi: eskişehir örneği. Journal of Yasar University, 26 (7), 4505- 4525.

Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: young consumers. Marketing Intelligence & Planning, 26 (6), 573 -586.

Liu, M. T. & Liu, Y. (2020). moral norm is the key an extension of the theory of planned behaviour (tpb) on chinese consumers' green purchase intention. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 32 (8), 1823- 1841.

Mosavichechaklou, S. & Bozbay, Z. (2018). Türk ve İran'lı tüketicilerin yeşil satın alma davranış öncüllerinin belirlenmesi. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10 (4), 25 -45.

Mostafa, M. M. (2006). Antecedents of egyptian consumers' green purchase intentions: a hierarchical multivariate regression model. Journal of International Consumer Marketing, 19 (2), 97- 126.

Özkaya, B. (2010). İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışının uzantısı olarak yeşil pazarlama bağlamında yeşil reklamlar. Öneri Dergisi, 9 (34), 247- 258.

Papadopoulos, I., Karagouni, G., Trigkas, M. & Platogianni, E. (2010). Green marketing The case of Greece in certified and sustainably managed timber products. EuroMed Journal of Business, 5 (2), 166- 190.

Rahbar, E. & Wahid, N. A. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. Business Strategy Series, 12 (2), 73- 83.

Rannikko, P. (1996). Local environmental conflicts and the change in environmental consciousness. Acta Sociologica, 39 (1), 57- 72.

Sabır, R., Safdar, M., Khurshıd, N. & Hafeez, I. (2014). Influence of factors in green advertising upon purchase intentions- a study of pakistani university students. International Review of Management and Business Research, 3 (4), 2131- 2138.

Sarıtaş, A. (2018). Yeşil satın alma davranışının algılanan tüketici etkinliğine etkisinde çevresel kaygının aracılık rolü. Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi, 4 (5), 47 -71.

Schlegelmilch, B. B., Bohlen, G. M. & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. European Journal of Marketing, 30 (5), 35- 55.

Segev, S., Fernandes, J. & Hong, C. (2016). Is your product really green? a content analysis to reassess green advertising. Journal of Advertising, 45 (1), 85- 93.

Sheehan, K., & Atkinson, L. (2012). Special issue on green advertising: Revisiting green advertising and the reluctant consumer. Journal of Advertising, 41(4), 5-7.

Troudi, H. & Bouyoucef, D. (2020). Predicting purchasing behavior of green food in algerian context. EuroMed Journal of Business, 15 (1), 1- 21.

Ülker, Y. (2021). Tüketim karşıtı bireylerin çevreci reklamlara olan tutumları. Selçuk İletişim Dergisi, 14 (2), 784- 804.

Yılmaz, V., Çelik, E. & Yağızer, C. (2009). Çevresel duyarlılık ve çevresel davranışın ekolojik ürün satın alma davranışına etkilerinin yapısal eşitlik modeliyle araştırılması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (2), 1-14.

Yılmaz, M. K. & Aytekin, R. İ. (2020). Genişletilmiş değer- tutum- davranış modeli bağlamında yeşil ürün satın alma davranışının incelenmesi. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (2), 440- 465.

Zhu, B. (2012). The Impact of green advertising on consumer purchase intention of green products. SSRN Electronic Journal. doi:10.2139/ssrn.2182906.

DOĞAL AFETLERİN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINA ENTEGRASYONU VE AFETLERDE YAŞANAN DEZENFORMASYON

Prof. Dr. Handan ERTAŞ

Selçuk Üniversitesi, -0000-0003-1794-0296

Mehtap YAĞAR

Selçuk Üniversitesi, -0009-0004-5641-8577

ÖZET

Doğal afetler insanlar üzerinde yıkıcı etkiye neden olan ve birçok insanı etkileyen olaylardır. Doğal afet döneminden bir kaos ortamı oluşur. Bu kaos ortamında insanlar birbirlerinden haber almaya ihtiyaç duyarlar ve iletişim sağlamak için de iletişim araçlarını kullanırlar. Günümüzde iletişim araçları çok çeşitli olmakla birlikte günümüz teknolojisiyle sosyal medya ortamı oluşmuştur. Sosyal medya ortamı ile sosyal medya araçları kullanımı yaygınlaşmıştır. Daha hızlı bir iletişim sağlamanın kolay yanı olan sosyal medya, insanların bilgi almasına katkı sağlamakta ve birçok bilgiyi anında sunmaktadır. Bilginin bu kadar hızlı kullanılması sosyal medyayı afet döneminde sadece iletişim aracı olarak değil afet yönetimi konusunda insanların hazırlıklı, planlı ve sistematik olarak kullanılması gerektiği düşünülmüştür. Ülkemizde de yaşanan son doğal afetlerde de sosyal medya afet yönetiminde yerini almış ve afet anında yaşanan temel ihtiyaçlardan, ulaşım ve haberleşme ihtiyacına kadar tüm bu sıkıntılı süreçte afet yönetimi planlaması gibi birçok alanda kullanılmıştır. Sosyal medyanın hızlı iletişime katkısının sağladığı olumlu yanlarının yanında da yaşattığı olumsuz yanları olduğu bilinmektedir. Hızlı iletişim sağlamak adına kullanıcılar bilgileri herhangi bir merci tarafından teyit sağlamadan topluma aktarmaktadır. Bu bilgiler kimi zaman fayda sağlasa da kimi zaman afet yönetimini etkileyip olumsuz durumlara sebebiyet vermiştir. Kişilik haklarına dayanmadığı gerekçesiyle birçok hukuki sonuçta doğurabilmiştir. Tüm bunların içerisinde sosyal medyayı sağlıklı kullanıldığı takdirde afet yönetiminde etkili bir araç olarak kullanılacağı ve birçok alanda hem bilgiyi aktaran kişiler için hem de bilgiyi alan kişiler için katkı sağlayacağı da bilinmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afet, Sosyal Medya, Doğal Afet Anında Sosyal Medya, Depremler Ve Sosyal Medya

INTEGRATION OF NATURAL DISASTERS INTO SOCIAL MEDIA PLATFORMS AND DISINFORMATION DURING DISASTER

ABSTRACT

Natural disasters are events that cause devastating effects on people anda re experienced by many people. During a natural disaster, an environment of chaos occurs. In this chaotic environment, people need to receive news at home and use communication tools to communicate. With the combination of today's technology, the social media environment is created. The social media environment and the use of social media tools have become widespread. Social media, which is the easiest way to provide faster communication, helps people get information and provides a lot of information instantly. It was thought that social meda should be used not only as a communication tool during the disaster period but also as a prepared, planned and systematic use of information for disaster marketing. During the last natural disasters, the games were used in many areas such as disaster trading in all these troubled times, from basic needs at the time of dissater to transportation and communication services, on social media. It ıs known that the rapid reaction contribution of social media has both positive and negative aspects. In order to ensure rapid communication, users' information is transferred to the community without being confirmed by any authority. Although this information sometimes provides benefits, sometimes it affects disaster management and causes negative situations. Since it is not based on volume rights, it has created many legal consequences. Among all these, it ıs also known that social media is used in a healthy way, managed and reproduced as an effective tool, and that it contributes to both the people who transmit the information and the people who receive it in many areas.

Keywords: Disaster, Social Media, Social Media During Natural Disasters, Earthquakes And Social Media

GİRİŞ

Medya insanlara iletişim sağlayan araçlardan oluşmaktadır. Günümüzdeki medya kavramı ile geleneksel medya kavramı arasında oldukça farklılıklar oluşturmaktadır. Medya artık sosyal medya kavramına dönüşerek hızlı ve karşılıklı yapılan bir iletişim halini almıştır.

Sosyal medya ile milyonlarca kişiye ulaşılmakta, ayrıca sınırları aşan bir alt yapısının olması sosyal medyayı etkili ve güçlü bir araç olarak kendini göstermesini sağlamaktadır. Bundan dolayıdır ki Sosyal medya hayatımızın her alanına girmiş bir iletişim aracıdır. Sosyal

medyanın etkili olduğu bir alan ise afet döneminde yaşanan olaylara, kaoslara ve yaşanan yardım çağrılarına ses getirmesi için kullanılan araç olmasıdır.

Sosyal medya, afet öncesi dönemde kişilerin sosyal medya araçları kullanarak bilgi sahibi olmasını ve gerekli önlemlerin oluşturulması sağlamaktadır. Afet döneminde ise yaşanan afetlere karşı afet yaşanıldığının haberinin edilmesiyle iletişimine başlamaktadır. Daha sonra ise halka bilgi aktarımında bulunmakta bilgi aktarımı yaparken halkı kaosa sürükleyecek bilgilerden, yalan yanlış bilgilerden ayırıp doğru bilgiyi aktarması gerekmektedir. Afet sonrası için ise sosyal medya daha çok yardım çağrılarına aracılık eden bir araç olarak kullanılmaya çalışılmıştır. Bu çağrılar Türkiye'de yaşanan birçok depremde yaşanmış, halkı bilgilendirmek için ve yardım toplamak için sosyal medya iletişim aracı etkin olarak kullanılmıştır.

1.KAVRAM ANALİZİ

1.1 MEDYA

Kitle iletişim araçlarından biri olan medya, topluma mesaj ileten bir iletişim sistemidir(Karaman ve Altay, 2016). Türk Dil Kurumuna göre medyanın sözlük anlamı, iletişim sağlayan ortam ve iletişim araçları anlamına gelmektedir. Medya günümüzde toplum için önemli boyutlara ulaşmış ve toplumu bilgilendirici, yönlendirici ve eğitici bir araç olmuştur(Soydan ve Alparslan,2014).

Medya, türüne göre yazılı ve görsel medya olarak adlandırılmaktadır. Bilgiyi gazete ve dergi gibi basılı yazım araçları ile iletiyorsa yazılı medya, bilgiyi radyo televizyon gibi daha hızlı bir şekilde iletiyorsa görsel medya olara adlandırılmaktadır(Soydan ve Alparslan,2014). Medyanın bu tür adlandırmaları ayrıca medyayı geleneksel medya ve sosyal medya olarak ayrılmasına neden olmaktadır. Geleneksel medya, tek yönlü bir iletişim aracıdır, hangi kitleye ulaştığının tahmin edilemeyecek bir özelliğe sahiptir. Geleneksel medya araçları olarak da televizyon, radyo, gazete ve dergileri içeren yazılı basından oluşmaktadır(Şahinsoy, 2017). Sosyal medya ise Web 2.0 hizmetinin sunulmasıyla medya tek yönlü bilginin paylaşımından, çift yönlü paylaşımına geçilmiştir. Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan dünyanın herhangi bir yerinden anında iletişim kurulmasını sağlayan bir medya türüdür(Zincir ve Yazıcı, 2013). Sosyal medya bilginin hızlı bir şekilde yayılması, metin, video fotoğraf ses gibi çok çeşitli içerikleri barındırması, yorum yapmayı sağlaması gibi özellikleri bulunmaktadır(Velev ve Zlateva, 2011). Geleneksel medyanın araçlarının olması gibi sosyal medyanın da araçları vardır bunlar Wikiler, Twitter, Facebook gibi sosyal ağlar, bloklar gibi araçlardan oluşmaktadır(Şahinsoy, 2017).

Sosyal medya ile geleneksel medya arasında farklıklılar bulunmaktadır. Bu farklıklar ise; geleneksel medya da bilginin yayılması için belirli kaynaklara ihtiyaç duyulurken sosyal medyada masrafsız bir şekilde herkes tarafından bilginin yayılması sağlanabilmektedir(Şahinsoy, 2017). Sosyal medyada birey kendine özel içerik üretebilmekte ve sınırsız yorum yapma imkânı sağlamaktadır. Böylece geleneksel medyaya göre özgünlük ortaya koyan bir fark oluşturmaktadır(Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022). Geleneksel medya da uzmanlaşmış kişiler tarafından ve eğitimi alındıktan sonra yapılmaktayken sosyal medya herkes tarafından yapılmaktadır(Zincir ve Yazıcı, 2013). Sosyal medya ile geleneksel medyanın ortak özelliği ise her iki medya da ayırt etmeden tüm kesime erişebilmesidir (Şahinsoy, 2017)

1.2 DOĞAL AFET

Afetler insanların kontrolü dışında oluşan insanlara ve çevreye büyük zarar veren mal ve can kaybına sebep olan olaylardır. İnsanlığın varoluşundan beri doğal afetler insanlara ve çevreye zarar veren olaylardır her yıl afetlerden dolayı binlerce insan etkilenmekte birçok can kaybına neden olmaktadır(Soydan veAlparslan,2014). Afetler ölüm yaralanma ve sakatlanmanın yanı sıra kişiyi psikolojik olarak etkilediği için uzun ve zor tedavi sürecine dâhil eder. Ayrıca afet sonunda oluşan bulaşıcı ve salgın hastalıkların yayılmasının etkisiyle alt yapı sistemini bozarak ekonomiyi de etkiler ve toplumsal hayatın sekteye uğramasına neden olur (Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022).

Afetler içinde ülkemizi en çok yıkıma sebep olan ise depremlerdir. Üzerinde yaşadığımız jeolojik konum nedeniyle Türkiye 1. Derece deprem kuşağında bulunmaktadır. Türkiye'de eski zamanlardan beri sayısız deprem meydana gelmiş birçok insanın ölümüne ve maddi hasarlara neden olmuştur. Bundan dolayı önceden önlem alınması zor olan doğal afetlerin yaşattığı kayıplara karşı hazırlıklı olmakta yarar vardır (Şahinsoy, 2017).

Doğal afetlerin de insan yaşamında etkisine göre çeşitleri bulunmaktadır. Bunlar insan kökenli veya doğal olarak gelişen afetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğal yollarla gelişen doğal afetler ise depremler, heyelanlar, kaya düşmeleri, volkan patlamaları, dolu, don olayları, seller, toprak kayması, tsunami, küresel ısınma, gibi şeklinde ortaya çıkan olaylardır. Bir diğer afet çeşidi ise teknolojik kökenli olan nükleer ve kimyasal kazalar, büyük yangınlar, çevre kirlenmeleri gibi afetlerdir. Son olarak ise insan kökenli afetlere ise savaşlar, terör olayları, büyük göçler ise insan kökenli afetlere örnektir(Soydan ve Alparslan,2014).

Doğal afetlerin oluşum hızına göre çeşitlendirildiğinde ise ani gelişen doğal afetlere deprem, seller, toprak kayması, çığ, fırtınalar, volkanlar, yangınlar, su taşkınları, hortumlardan oluşmakta uzun süreli olarak gelişen doğal afetlere ise şiddetli soğuklar, kuraklık, kıtlık, erozyon gibi afetler örnek olarak verilmektedir(Mavi, 2020).

2. AFET YÖNETİMİ

Karmaşık, çok büyük bir yapısı olan ancak disiplinli bir sistem olan afet yönetimi kriz yönetimin bir alt alanıdır (Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022). Afet yönetimi toplumun afetler konusunda meydana gelen gelişmelerden haberdar olması ve daha önce yaşadıkları afet olaylarının sonuçlarını en aza indirmek için yapılan çalışmaların tümüne afet yönetimi denilmektedir. Afet yönetimi yaşanılacak olası tehlikelere karşı önceden hazırlıklı olmayı, tehlikenin en aza inilmesini ve zarara müdahale etme amacıyla önceden yapılacak olan işlemleri organize eden, planlayan, karar alan ve en son olarak değerlendiren süreci oluşturmaktadır. Dolayısıyla afet yönetimi afet meydana gelmeden ve afetini oluş anında ve sonrasında yapılan bütün süreci kapsamaktadır(Soydan ve Alparslan,2014).

Doğal afet olarak depremi ele aldığımızda afet yönetim sürecinde ilk olarak deprem riski olan bölgelerin risk durumunu tespit etmek ve azaltmak için bulunduğu coğrafi bölgenin risklerinin belirlenmesi yapılmalıdır. Olası deprem sonrasında ise arama kurtarma ve ilk yardım faaliyetleri yürütülmelidir. Depremzede ailelere barınma giyim gıda gibi temel gereksinimleri planlı ve zamanında gerçekleştirilmelidir. Deprem hasar çalışmaları hızla tespit edilip bölgenin eski düzenine kavuşturulması için acil hareket planı sağlanmalı ve önlemler alınması gerekmektedir (Mavi, 2020).

Afetlere karşı planlarda ülkelerin kalkınma politikalarında yer bulması gerekmektedir bu sayede zarar en aza iner ve sürdürülebilir bir kalkınmanın temelini oluşturur. Kalkınma düzeyi yüksek ülkelere baktığımızda risk durumunun azaldığını görülmektedir (Memiş ve Babaoğlu, 2020).

2.1 TÜRKİYEDE AFET YÖNETİMİ

Türkiye birçok doğal afet bakımından en riskli bölgelere sahiptir. Küresel risk değerine göre Türkiye 191 ülke arasında 45. Sırada yer alan yüksek risk grubu içinde yer almakta ve başta deprem olmak üzere birçok afetle karşı karşıya kalmaktadır(Memiş ve Babaoğlu, 2020). Türkiye jeolojik olarak deprem riski olan afetlere maruz kalan bir coğrafyaya sahip ve eski dönemlerden başlayarak birçok can ve mal kaybına neden olan afetlerle karşı karşıya kalmıştır. Afetler içinde en çok karşılaşılan ve büyük yıkımlara sebep olan ise depremlerdir. Afetlerle ile

ilgili ilk düzenlemeler ise Osmanlı zamanında 14 Eylül 1509 yılında meydana gelen İstanbul depremi sonrası yapılan düzenleme niteliğinde olan fermanla gerçekleşmiştir. Ancak Osmanlıdan günümüze kadar afetler yaşandıktan sonra zararın giderilmesi ile ilgili çalışma ve düzenlemeler yapılmıştır. Oysa afetleri önleyici çalışmalara yeterince önem verilmemiştir(Mavi, 2020). 1999 Marmara Depremi ile afet yönetiminde yeni bir başlangıç yaratılmış ve afet yönetim yapısın da değişim yaşamasında etkili olmuştur(Memiş ve Babaoğlu, 2020). Son dönemlerde ise afetler ile ilgili risk azaltma ve erken uyarı sisteminin gözden geçirilmesi gerektiği ortaya konulmuştur. 5902 sayılı yasa ile afet öncesi ve sonrası örgütlenmenin gerektiği belirtilmiş. Bu yasa ile Türkiye'de çok başlı bir yapılanma olan afet yönetimini tek çatı altına toplamıştır(Mavi, 2020).

1. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya kullanıcıların düşünce ve bilgilerin paylaşıldığı bir platformdur. Sosyal medya geleneksel medya araçlarına göre daha farklı bir sisteme sahiptir. Sosyal medya kullanıcıları farklı düşüncelerin ve bakış açılarının paylaşılmasına imkan veren, ayrıca yorum yapma imkanı sunmasıyla bireye kendine has bir alan yaratmaktadır(Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022). Dijitalleşmenin getirdiği Sosyal medya sayesinde bilgiye erişim artık değiştiği gibi insanların yaşamsal faaliyetlerinin değişmesine neden olmuş kişilerin zaman mekân sınırlılıkları ortadan kalkmıştır. Sosyal medya kullanıcılarında günden güne artmıştır. Yapılan son araştırmalara göre dünya nüfusunun %58,7 si sosyal medyayı kullanmaktadır. Sosyal medya erişilebilen kitlesinin bu kadar büyük olması sosyal medya stratejilerinin oluşturulmasına neden olmaktadır.(Ağca, 2023).

Sosyal medyanın sağladığı bu stratejilerin başında ise habercilik alanının önem yarattığı bilinmektedir. Habercilik sayesinde hızlı bir şekilde habere ulaşılmaktadır ve hızlı bir şekilde de yayılmaktadır(Anar, 2021)

4. SOSYAL MEDYA ile AFET YÖNETİMİ

Günümüzde televizyon radyo, telefon ve internet gibi iletişim araçları hayatımızın her alanına girmiştir. Bu iletişim araçları kişilerin yaşam şekillerine yön vermesine de neden olmaktadır(Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022). 2000'li yılları itibariyle internetin birçok alanda kullanılmaya başlaması gibi sosyal medyanın afet yönetiminde de risklerin önlenmesi, en aza indirilmesi alanında da avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca afetler açısından bakıldığında sosyal medyada bilginin paylaşılması açısından, hızlı bir şekilde bilgi aktarmayı sağladığı için afet yönetiminde etkili bir araç olmaktadır(Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022) & (Memiş ve Babaoğlu, 2020). Doğal afetler nedeniyle zarar yaşayan insanlar aile ve arkadaşlarıyla

iletişim kurmak yiyecek barınma konularından bilgi almak istemektedir, bunun için de etkili iletişim aracına ihtiyaç duymaktadır (Velev ve Zlateva, 2011). Günümüzde en etkili iletişim aracı olarak sosyal medyayı görme sebebimiz yapılan çalışmalara göre dünya nüfusunun %58,7 sinin Türkiye'nin ise %83,7 sinin sosyal medyayı aktif biçimde kullanılmasıdır(Ağca, 2023). Diğer sebep ise sosyal medyayı afet yönetimi açısından baktığımızda iletişim teknolojileri sayesinden afet anında iyi karar verme ve bilgi üretimine yardımcı olmaktadır(Oral ve Turan, 2018). Ayrıca afet sırasında sosyal medya, kuruluşlar tarafından hazırlıklı olmak ve afetten etkilenen kişilerin konumu ve koşulları hakkında bilgi almayı sağlamaktadır(Kotani ve Honda, 2015**).** Japonya da büyük Tohoku depremi ve tsunaminin ardından telefon hatları kesildiği için iletişim aracı olarak Twitter kullanılmaya başlanmıştır. Başlangıçta sosyal medyanın temeli olan kısa güncelleme göndermesinde ki amacı dışında artık afet yönetiminde de kullanılmaya başlanmıştır(Parsons, 2019**).**

Sosyal medyanın bu kadar güçlü bir alana etki ettiğini göstergesi olarak şunu da ekleyebiliriz. Radyo 38 yılın sonunda 50 milyon kullanıcıya ulaşmışken internet 4 yıl içinde 50 milyona ulaşmıştır ve daha önemlisi ise Facebook 9 ay içinde 100 milyon kullanıcı ile buluşmuştur. Bu durum her geçen gün büyük bir artışla karşı karşıya geldiğimizin göstergesidir. Bu kadar büyük bir potansiyele sahip iletişim aracının sosyal medyada afet yönetiminin etkili olmasını cazip hale getirmektedir (Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022).

Sosyal medya afet öncesi, afet sırasında ve sonrasında olacak şekilde iletişimi 3 evrede ele almıştır(Ağca, 2023).



Kaynak: Ağça,2023.

4.1. AFET ÖNCESİ SOSYAL MEDYA

Sosyal medyada bilgiye ulaşmada yaşanan bu kolaylık, bu bilgilerin ücretsiz oluşu ve bu bilgiyi görsel anlatımla destekleyecek şekilde kolay anlaşılmasını sağlayan olanaklarla

donatılması ile sosyal medya için etkili bir araç olmaktadır. Ayrıca sosyal medya aynı anda birçok insana ulaşması onu değerli yapmaktadır(Ağca, 2023). Sosyal medyanın bu kadar değerli olması afete hazırlama aşamasında kullanılmasını sağlamaktadır. Afetlere hazırlanma aşamasında yaklaşan afetlere karşı erken uyarı sistemleriyle sosyal medya aracılığıyla topluma duyurulmasını sağlamaktadır. Önceden ön görülemeyen afetlere karşı örneğin deprem gibi afetler için ise önceden toplanma alanları hakkında bilgi yayılmasını sağlamakta, ayrıca afet oluşumunda kişinin yapması gerekenleri içeren eğitim içerikli materyalleri topluma sunmayı sağlamaktadır(Altuncı,2019). Özellikle toplumu bilinçlendirme ile ilgili seminerler konferanslar medya yolu ile yürütülebilir. Depremlere hazırlık yapan kuruluşlar ise medya ile önceden işbirliği yaparak haber ve bilgi sağlama akışında eğitim alarak işbirliği halinde olmaları gerekmektedir(Soydan ve Alparslan,2014). Ayrıca medya çalışanlarında afet öncesi afet konusunda bilgilendirilmeli ve eğitim almaları gerekmektedir(Mavi, 2020).

Afet öncesi hazırlığa dünyadan örnek verecek olursak ABD'de valilik ile medya birlikte hareket ederek her yıl 18 Nisan'da saat 09.45 ile 10.00 arasında afetlere hazırlık yapılmakta ve bu eğitim televizyon internet gibi medya aracılığı ile topluma duyurulmaktadır(Mavi, 2020). Türkiye'de ise 9 Kasım 2022 tarihinde saat 21.00'da acil olay karşısında doğru olması gereken davranışımızı şekillenmesi için çök kapan tutun tatbikatı gerçekleştirilmiş ve bu tatbikat sosyal medya ve internet aracılığıyla duyurulmuştur(AFAD, 2023). Ayrıca yaşam üçgeni gibi korunma sağlayacak yöntemlerinde sosyal medya aracılığıyla eğitici olarak bilgilendirilmektedir(Ilgın ve Karagül, 2023).

Sosyal medya doğal afet öncesi ve sonrasında halkın afetler karşısından da bilinçli olması için resmi kurumlar aracılığıyla maddi ve manevi kayıpları azaltmak için birçok rol oynamıştır(Karaman ve Altay, 2016). Bunlara örnek verecek olursak AFAD'ın yaptığı AFAD Deprem Mobil Uygulaması ile bulundukları alanda 4 ve üzerinde deprem olduğunda deprem anında hissettikleri bilgileri ve fotoğrafları AFAD ile paylaşarak deprem çözümlerini kullanıcılara sunmayı sağlamaktadır. Bir diğer ise hazırlık uygulaması ise AFAD sayfasından acil toplanma alanlarını her an sorgulamayı sağlamaktadır (AFAD,2023). Ayrıca AFAD başkanlığınca kurulan sistem ile herhangi bir doğal afetler karşı karşıya kalan bölgelere GSM operatörleri aracılığıyla cep telefonlarına ve sosyal medyaya mesaj olarak gönderilmesini sağlayacak uyarı sistemi olarak göndermektedir (Habertürk, 2023).

4.2. AFET SIRASINDA VE SONRASINDA SOSYAL MEDYA

Afet yaşandığı anda ilk problem olarak haberleşmenin büyük zarara uğrayacağı bilinmektedir. Haberleşmenin yaratacağı problem toplum için büyük bir sorun olarak çıkmaktadır özellikle 1999 Marmara Depreminde haberleşmenin sağlanamaması insanlar üzerinde büyük etki yaratmış ve can kaybı ve zararın artmasına neden olmaktadır bu durum iletişimin ne kadar etkili olduğunu gözler önüne sermektedir(Beachler, 2018).

Türkiye'de 77 milyon nüfusun 40 milyonu aktif sosyal medya kullanmakta ve sosyal medya kullanan 35 ülke arasında 21. Sırada yer almaktadır(Karaman ve Altay, 2016). Bundan dolayıdır ki afet sırasında arama kurtarma ilk yardım gibi çalışmalarda medyanın rolü ve önemi çok büyüktür. Afet sırasında toplumun yaşadığı kaosu azaltmada, halka bilgi verme gibi konularda yardımcı olmaktadır(Soydan ve Alparslan,2014). Afet anında kişiler kimi zaman yakınlarından ya da toplumdan bilgi almak ister bunun için Sosyal medya aracılığıyla ise bilgi almayı talep eder. Kimi zamanda yıkımların altında kalan insanlara ulaşmak için sosyal medyada konum göndererek yakınlarına ulaşmak ister(Memiş ve Babaoğlu, 2020). 2011 yılında gerçekleşen Van Depreminde sosyal medyanın kurtarma çalışmalarında ne kadar güçlü olduğunu örnek verirsek Van Depreminde enkaz altıda kalan bir kişi Twitter sayesinde konumunu bildirerek kurtarılmıştır(Ilgın ve Karagül, 2023).

Sosyal medya diğer iletişim araçları arasında özellikle geleneksel medya gibi araçlarının yanında avantaj sağlamaktadır çünkü sosyal medya araçlarının iletişim için belli bir süre kesintisiz olarak hizmet verdiği bilinmektedir bu durum ise büyük bir avantaj sağlamaktadır(Karaman ve Altay, 2016). Bilgi alma aracı olarak sosyal medyanın Facebook, Twitter, Whatsapp gibi uygulamaları kullanılarak ihtiyaç sahibi kişilere ulaşılmasını sağlamaktadır(Mavi, 2020). Sosyal medyanın afet yönetiminde faydalarını saydığımızda afetten etkilenen kişilere bağış yapmak için örnek ve duyarlı toplum olduğunu gösteren ortamı hazırlar (Karaman ve Altay, 2016). Afet sırasında ve sonrasında sosyal medyanın işlevi ilgili afet bölgesine iletişimden barınmaya, beslenmeden sağlığa ve hasar tespit çalışmalarının yapılmasına kadar her türlü ihtiyacın giderilmesinde yardımcı olmaktadır(Mavi, 2020).Hatta bulaşıcı hastalıkların erken teşhis edilmesini ve tespit edilmesi sağlamaktadır ayrıca sosyal medyanın psikolojik destek sağladığında da es geçilmemelidir. Kişiler sosyal medya aracılığıyla iletişim halinde olduğu, afetlerde etkilenen kişilerin kendilerinin düşünüldüğünü hissedildiği ve psikolojik olarak desteklendiğini göstermektedir. Afet sonrası sosyal medya yaşanan olayların halka ulaşmasını sağladığından toplumun ders çıkarmasını sağlayan, toplumun bilinçlenmesini sağlayan karar verme sürecinde etkisini gösteren bir araç olarak da fayda sağlamaktadır(Karaman ve Altay, 2016**)** & **(**Ilgın ve Karagül, 2023**)**. Sosyal medya afet

yönetiminde etkisi çok büyük olduğundan cankurtaran olarak görülmekte ve ihtiyaç anında halkı bilinçlendirmektedir(Şahinsoy, 2017).

5. AFETLERDE SOSYAL MEDYA DEZENFARMASYON

Kasıtlı olarak yapılan yanıltıcı bilgilere dezenformasyon denilmektedir(Ilgın&Karagül, 2023).Doğal afet sırasında resmi kaynaklardan bilgi alınmadığı durumlarda sosyal medyada yalan yanlış bilgiler gün yüzüne çıkmaya başlar ve kaosa neden olmaya kadar gitmektedir(Abedin ve Babar ve Abbasi,2014). Sosyal medyadaki bilginin hızlı yayılması ve bilginin kısa sürede bilginin ulaşılabilir olması afet anında kontrol edilebilirliğini etkilemektedir(Usta ve Yükseler, 2021). Sosyal medyada çoğu kez dezenformasyon yaşandığı görülmekte ve en çok dezenformasyon sosyal medya uygulama alanları Facebook, Twitter, Whatsapp olarak bilinmektedir. Bu yüzden Sosyal medyanın avantajları olduğu kadar dezavantajlarında vardır. Sosyal medya yanlış bilgilerle insanların olumsuz etkilenmesine ve afet bölgesinde kaosa neden olmaktadır. Sosyal medyada yapılan asılsız haberler arama kurtarma çalışmalarını etkilemeye de sebep vererek zaman kaybına neden olmaktadır hatta dolandırıcılığa kadar gitmektedir(Ilgın ve Karagül, 2023). Afet bölgesinde çekilen görüntüler geleneksel medya da sansürlenmektedir ancak sosyal medyada olduğu gibi görüntülenmektedir bu durum toplum için sarsıntı yaratacak görüntüleri olduğundan hem afeti yaşayan kişiler üzerinde hem de toplum için psikolojik yıkıma neden olmaktadır(Demiröz, 2020) & (Usta ve Yükseler, 2021). Sansürlenmemiş görüntüler kişileri çaresiz mağdur umutsuz gösterilerek verilmesi kişiler üzerinde psikolojik baskıyı artırmaktadır bundan dolayı afet öncesi ve sonrasında kişiler, kurum ve kuruluşlar sosyal medyada paylaşımında yaşam hakkını gözetmelidirler(Usta ve Yükseler, 2021).

Türkiye'de depremlerde yaşanan dezenformasyonlara örnek verecek olursak 24 Ocak 2020 tarihinde Elazığ'da gelen 6,8 büyüklüğünde ki depremde Twitter'da en kaz altında kaldığını söyleyen Twit atılmış ancak araştırıldığında en kaz altında kalmadığı ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak Elazığ'da bir fabrikanın ücretsiz ekmek çay çorba ikram edeceği ile ilgili paylaşımlarda bulunulmuş ancak gerçeğe bakıldığında fabrikanın öyle bir açıklaması bulunmamaktadır(Demiröz, 2020). Türkiye'de 6 Şubat 2023 tarihinde saat 04.17 ile 13.24 de merkez üssü Kahramanmaraş da 7,7 ve 7,6 şiddetinde gerçekleşen depremlerde sosyal medya da sosyal medya dezenformasyonu yaşanmıştır. Bunlara örnek verecek olursak; baraj patladı iddiaları ile kurtarma çalışmalarına engel olunması, depremin ardından saat 17.00 da 8 şiddetinde deprem olacağı iddiası ile toplumu kaosa sürüklemek, Uşak'ta battaniye fiyatların 100 TL den 250 TL ye çıktığı iddiaları ile toplumu kışkırtma, Hatay'da cezaevlerinde

mahkûmların firar ettiği ile ilgili iddiasıyla halkı korku ve paniğe itme gibi iddialar sosyal medya yaşanan dezenformasyonlardır(Ilgın ve Karagül, 2023).

Afet anında bilgi alırken ister resmi kanallar aracı ile isterse resmi olmayan kurumlardan alınsın bilginin hızlı bir şekilde ve sık sık açıklamalar yapılarak topluma ulaşması için gerekli kanallar oluşturulmalıdır (Karaman ve Altay, 2016) & (Demiröz, 2020). Ancak sosyal medya çok geniş bir alan olduğundan bilgiyi kontrol etmek ve bilginin de yanlış yorumlanmamasını sağlamak zordur (Şahinsoy, 2017). Bundan dolayı bir afet anında ilk yapılacak iş gerekli kurumlarla görüşülerek olan durumu ortaya çıkarmak ve doğru bilgiyi aktarmaktır. Ancak medya ile doğru bilgi aktaramazsak medya haberi farklı boyutlara taşıyabilir. Bundan dolayıdır ki afet anında açıklamaların hemen doğru şekilde yapılması, her yeni bilginin medyayla paylaşılması ve kurum medya ile ne kadar hızlı iletişime geçerse doğru ve yanlış bilginin kontrolünü de o derece elinde tutar(Karaman ve Altay, 2016).

Afet anında kurumların bilgisizlik belirsizliğin ve dedikodunun önlemek için tek bir ağızdan konuşmak önemlidir. Tek bir kişinin bilgi aktarması bu durumun profesyonelce yönetildiğinin göstergesidir. Medya kurumlardan her türlü bilgiyi isteme hakkını kendinde bulur çünkü medyanın amacı halka haber vermektir(Karaman ve Altay, 2016).

Ayrıca afet döneminde ve sonrasında dezenformasyonu engellemek için resmi makamlar aktif bir şekilde bilgilendirme yapması gerekli bilgiyi anında teyiz etmesi gerekmektedir. Bu yüzden sosyal medya resmi kurumlar tarafından etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Kurumlar doğru olmayan bilgi kamuoyunun tüm kesimine yayılmadan engellenmesini yada ortadan kaldırabilmesini sağlayabilirler. Kişiler ise sosyal medyada bilgilerin teyit etmek için öncelikle resmi kurumları dikkate almalıdırlar. Resmi kurumlar tarafından paylaşılmamış hiçbir bilgiyi kendi kanallarında paylaşmaması gerekmektedir. Bu yüzden sosyal medyadaki bu dezenformasyonu engellemek için medya okuryazarlığı toplumun her kesimi tarafından kavranması gereken bir süreç olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya okuryazarlığı bu dönemde önemli konulardan biri haline gelmiştir. Kişiler sosyal medya nasıl kullanacaklarını bildikleri takdirde afet yönetiminde sosyal medyanın rolü etkili bir şekilde sunulacak ve güvenilir bir ortam yaratacaktır(Koçyiğit, 2023).

6. AFETLERDE SOSYAL MEDYANIN HUKUKSAL BOYUTU

Afet zamanında sosyal medyada yapılan paylaşımların hukuksal boyutunu da ele aldığımızda Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 20. Maddesinde ve Türk Ceza Kanunun 134. Maddesinde Özel Hayatın Gizliliği ile ilgili maddeler düzenlenmiştir. Kişilerin özel hayatları

koruma altında olup kimse bu sınırı ihlal edemeyecektir. Kişilerin özel hayatlarına ait fotoğraflar, sesler, videolar rızası alınmadan yayınlanamaz ve yayınlanması durumunda Türk Ceza Kanununda suç niteliğindedir. Afet döneminde sosyal medyada yayınlanan kişiyi fiziksel ve ruhsal olarak dramatik şekilde gösteren görüntülerin kişinin rahatsız edecek şekilde veya istemediği bir durumda ise kişi özel hayatının ihlal edildiği gerekçesiyle Medeni Kanunun 23.24.25 maddelerinde ve Borçlar Kanunun 58. Maddesini ele alarak hak arama yoluna gidebilir. Afet sonrası yayınlanan bu görüntüler kişilerin psikolojik etki yaratacağından onların rızası dışında yayınlanan görüntüler kişinin sorumluluğu altındadır. Bu nedenle afet döneminde yapılan her paylaşım kişilerin sorumluluğu altındadır (Usta ve Yükseler, 2021).

Afet döneminde yaşanan bir diğer hak talep etme ise unutulma hakkıdır. Kişilerin afet anında istemediği görüntülerle baş başa kalması ve istemediği görüntülerin sıklıkla kullanılması kişinin geçmişinde bir iz olarak kalmaktadır. Bu nedenle kişileri rahatsız edecek bu görüntülerin internet ortamında unutulma hakkı olarak talebinin açık hale getirmektedir(Usta ve Yükseler, 2021).

7.TÜRKİYEDE YAŞANAN DOĞAL AFETLERİN SOSYAL MEDYAYA İŞLEVİ İLE İLGİLİ ÖRNEKLERİ

7.1 2011 VAN DEPREMİ

Türkiye'de sosyal medyanın işlevinin ne kadar büyük olduğunu gösteren ilk afet 2011 yılında yaşanan Van depremidir. Sosyal medya araçları sayesinde deprem hızlı bir şekilde toplumda duyulmuş ve bölgeyle hemen iletişim kurulmuştur. İhtiyaç halinde olan eksikler sosyal medya aracılığıyla bildirilmişti. Örnek olarak Van'da su krizi yaşanırken sosyal medya sayesinde su şirketleri hızlı bir şekilde toplumun su ihtiyacını karşıladı (Soydan ve Alparslan,2014) & (Şahinsoy, 2017). Van Depremi sadece Türkiye'de değil tüm dünyanın gündeminde yer aldı. Van depremi ile sosyal medyanın etkisini ne kadar büyük olduğu bu sayede keşfedilmiştir (Şahinsoy, 2017). Yaşanan depremin ardından sosyal medya kullanıcıları tarafından yardım kampanyaları ile ilk defa büyük bir yardım kampanyası düzenlenmiştir. Twitter da oluşturulan #evimevindir, #vanicintekyürek gibi kampanyalar hızlı bir şekilde yayılmıştır(Soydan&Alparslan,2014).

7.2 2020 ELAZIĞ DEPREMİ

24 Ocak 2020 tarihinde 6,8 büyüklüğünde meydana gelen Elazığ Depreminde de sosyal medyanın rolüne baktığımızda AFAD'ın sosyal medya paylaşımında iletişimin kesintisi yaşamamak için internet tabanlı uygulamaların kullanılması gerektiğini sosyal medya

aracılığıyla duyurmuş. Akut ise sosyal medya da yaptığı paylaşımla yakınlarından bilgi almak için AKUT uygulamasının indirilmesi gerektiğini paylaşmıştır. Oteller de sosyal medya ile depremzedelere otellerini açtığını duyurmuştur. Her ne kadar yararlı şekilde kullanılmış olsa da her depremde yaşanan sosyal medyada birli kirliliği bu depremde de yaşanmış birçok yanlış bilgi yayılmıştır(Çanakçi ve Öztürk ve Şaşmazlar, 2022).

7.3 2020 İZMİR DEPREMİ

30 Ekim 2020 tarihinde Türkiye'de saat 14.51 de İzmir Seferihisar merkezli olan 6,6 şiddetinde deprem meydana gelmiştir. Deprem sonucun birçok can kaybı yaşanmıştır. Türkiye afet yönetiminde bir kez daha medya açısından deneyim yaşadığı bir olay olmuştur. AFAD dâhil birçok kişi sosyal medya hesaplarını etkin olarak kullanmıştır(Usta ve Yükseler, 2021). Google,'nin arama motorunda en çok aranan terim olan, İzmir Depremi trendlere girmiş ve depremi duyurmak için Twitter'da deprem, İzmir, İzmir depremi gibi hashtagların gündeme girildiği görülmüştür(Mavi, 2020). Birçok sosyal medya kullanıcısı İzmir Depremi sırasında canlı yayınlar yaparak merakları gidermeye çalıştılar ayrıca sosyal medya kullanıcıları halk ile etkileşim haline girebilmiş bilgiyi en hızlı bir şekilde almıştır(Anar, 2021). Sosyal medyada İzmir Depremi sonrası açıklamalar ise kullanıcılar tarafından hızlıca yayılmıştır. İletişimin kesilmemesi için Sosyal medya uygulamaların kullanılması ya da SMS kullanılmasını gerektiği, hasarlı almış binalara girilmemesi gerektiği sosyal medya aracılığıyla duyurulmuştur. Ayrıca sosyal medya geçen yanlış doğru olmayan bilgilere itibar edilmemesi gerektiği resmi kaynaklarda bilginin teyit edilmesi gerektiği bilgisi verilmiştir. Deprem anında AFAD'IN sosyal medya aktif bir şekilde kullanması sosyal medyanın afet yönetiminde etkisini bir kez daha gözler önüne serilmiştir(Usta ve Yükseler, 2021).

İzmir Depreminde sosyal medya daha çok depremin duyurulması, göçük altında kalan afetzedelere ulaşılmasını sağlama, afetzedelerin ihtiyaçlarının belirlenmesi, afet bölgesinin gıda barınma ihtiyaçların gidermek için aktif olarak kullanılmıştır(Mavi, 2020).

4.4. 6 ŞUBAT DEPREMİ

6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye'de 11 ili etkileyen Kahramanmaraş Pazarcık ve Elbistan merkezli depremler 50 binden fazla can kaybına neden olmuştur.

6 Şubat döneminde sosyal medya tüm imkanları ile olumlu ve olumsuz kullanılmıştır. Olumlu yanlarından baktığımızda afet döneminin yönetilmesinde çoğunlukla sosyal medyada yürütüldüğü görülmektedir. Bu dönemde sosyal medya ile yardımlar talep edilmiş hatta AFAD gibi devlet kurumlarının da afet sırasında sosyal medyayı kullanıldığı görülmüştür. Bir çok grup

oluşturulmuş buraya gelen yardım çağrıların kişilerin birbirleri ile paylaşımları ile ilgili kişilere iletilmeye çalışılmıştır(Özcan ve Işık,2023).

Sosyal medya bu afet döneminde her ne kadar bilinçsiz bir şekilde kullanılsa da faydalarının yanında yaşattığı dezenformatik haberlerle gündeme gelmiştir. Sosyal medyada bilgi kirliliğinin, moral bozmasının, yanlış ihbarların, travmatik görüntülerin zemini haline gelmiştir. Yapılan araştırmalarda yalan yanlış haberlerle medya kurallarının ihlal edildiği gözlenmiştir. Bunlar, arama kurtarma çalışmaların yapılmadığı, asılsız deprem olacağı haberleri, barajların yıkıldığı, yardım taşıyan tırlara el konulduğu, salgın hastalıkların başladığı, sığınmacıların yağmalama yaptığı, çadırların dağıtılmadığı, iş makinelerinin çalışmadığı, yeni sığınmacıların ülkeye alındığı gibi birçok haber asılsız bir haberler olarak öne sürülmüştür. Bu gibi haberler sosyal medyada hızla yayılmıştır. Halk kaos ortamına sürüklenmeye başlanmıştır. Sosyal medyanın bu gücü kontrolsüz ve geri dönüştürülemeyecek şekilde büyümektedir(Demir,2023).

Diğer deprem afetlerinde görülen tüm olumlu ve olumsuz süreçler 6 şubat Kahramanmaraş depreminde de yaşanmıştır. Sosyal medyanın bu süreçte olumlu olarak kattığı kişi sayısı artarak büyümesinin yanında olumsuz anlamda kattığı dezenformasyon sürecide büyümüştür. Bu süreçte sosyal medyanın koordineli bir şekilde kullanılması gerektiği tekrar gündeme gelmiştir.

SONUÇ

Sonuç olarak günümüzde doğal afetler ülkelerin yaşamında yer edinmiş bulunmaktadır. Çoğu ülke gibi Türkiye'nin de doğal afetlerle karşı karşıya kaldığı görülmüştür. Birçok doğal afet olayında yaşanan temel ihtiyaçlardan, ulaşım ve haberleşme ihtiyacına kadar tüm bu sıkıntılı süreçte afet yönetimi planlamasına ihtiyaç duyulduğu bilinmektedir. Afet yönetimi sayesinde planlı, sistematik bir şekilde afet anını yönetebilme sağlamaktadır.

Afet yönetimi, günümüz teknolojileri ile sosyal medya araçlarına kadar uzanmıştır. Artık insanlar afet anını duyurma, yardım ihtiyaçlarını belirleme, afet anında koordinasyonu sağlamak için sosyal medya ile hızlı bir iletişim sağlamaktadır. Sosyal medyanın bu kadar hızlı bir iletişim sağlaması sayesinde afet yönetiminde sosyal medyanın işlevselliğini gösterilmiştir. Ülkeler günümüz teknolojileri sayesinde artık sosyal medyayı afet yönetimi sürecine dahil etmek durumundadır.

Sosyal medyanın bu kadar faydalarını görmekle beraber yaşattığı sorunlar da gözler önüne serilmiştir. Sosyal medya kişilerin özgürce düşüncelerini paylaşabildiği bir yer olduğundan yanlış bilginin yayılmasına da neden olmaktadır. Birçok kişi afet anında yanlış bilgi kolayca yayımlamaktadır. Bu yüzden sosyal medya, afet anında nasıl kullanılması gerektiğini afet yönetim sürecine dahil etmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

[1] Abedin, B. Babar, A. Abbasi, A. (2014). Characterization Of The Use Of Social Media İn Natural Disasters: A Systematic Review, In 2014 IEEE Forth İnternational Conference On Big Data And Cloud Computing, 449-454, IEEE.

[2] Ağça, M.E. (2023), Afet Odaklı Risk İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı Afad Örneği, Uluslararası Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi ,6(1),41-60.

[3] Afad, (2023), https://www.afad.gov.tr/. .(Erişim Tarihi: 20.04.2025)

[4] Beachler, N. (2018), Afet Risk Ve Zarar Azaltmada İletişim Stratejisinin Rolü , Academıc Platform, 809-817.

[5] Çanakçı, M. Öztürk, S. Şaşmazlar, C. (2022), Afet Ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Twitter Örneği, Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 11(3), 882-897.

[6] Demiröz, K. (2020), Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın İşlevselliği Ve Zararları Üzerine Bir İnceleme, Dirençlilik Dergisi, 4(2), 293-304.

[7] Demir, S. (2023), Afet Medyası Ve Medya Afeti: 6 Şubat Kahramanmaraş Depreminin Anımsattıkları, Trt Akademi, 8(18)

[8] Eldem Anar, Ü.İ. (2021) Sosyal Medya Ortamında Yer Alan Afet Haberlerinde Etkileşim: İzmir Depremi Örneği, The Turkish Online Journal Of Desing Art And Communication,11(3),1123-1147.

[9] Ilgın, H. Karagül, D. (2023) , Afet İletişimi Ve Sosyal Medya Dezenformasyon, Yeni Medya Araştırmaları ,4,61-93

[10] Karaman, Z. Altay, A. (2016), Bütünleşik Afet Yönetimi, İzmir, 1,249-279.

[11] Koçyiğit, A. (2023). Olağanüstü Hallerde Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele Ve Kriz İletişimi: Kahramanmaraş Depremi Üzerine Bir Analiz, Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, 10,68-86.

[12] Kotani, H. Honda,R. (2015), Effective Combinations Of İnformation Content And Channels Fort He Postdisaster Recontruction Of Rural Housing: A Case Study Of The 2015 Gorkha Nepal Eartquake, International Journal Of Disaster Risk Reduction, 39.

[13] Mavi, E.E.(2020), Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medya: 30 Ekim 2020 İzmir Depremi, Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi, 10(2),32-53.

[14] Memiş, L. Babaoğlu, C. (2020), Afet Yönetimi Ve Teknoloji , İç Farklı Boyutlarıyla Afet Yönetimi, Ankara , Nobel , 163-178

[15] Oral, V. Turan, M. (2018), Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı , International Journal Of Scientific And Technological Research, 4,10,282-293.

[16] Özcan, F. Işık, İ. (2023). Kahramanmaraş Depremi Çerçevesinde Sosyal Medya Ve Kriz Yönetimi, Dijital Çağda Halkla İlişkiler, Paradigma Yayınları,

[17] Parsons, S. (2019), The Evolving Symbiotic Relationship Between Social Media And Emergency Management: An Exploration İnto The Value Of Social Media For Emergency Responders İn The Uk, Unıversıty Of Southampton Faculty Of Engineering, Science And Mathematics School Of Electronics And Computer Science ,England.

[18] Soydan, E. Alparslan, N. (2014), Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi, Istanbul Journal Of Social Sciences, 7, 54-64.

[19] Şahinsoy, K. (2017), Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel Ve Sosyal Medya, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 36(1) 1-19.

[20] Usta, E. Yükseler, M. (2021), Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı Ve Etik İkilemler: İzmir Seferihisar Deprem Örneği , Afet Ve Risk Dergisi, 4(2),249-269.

[21] Velev, D. Zlateva, P. (2011), Use Of Social Media İn Natural Disaster Management, University Of National And World Economiy,Sofia, Bulgaria.

[22] Zincir, O. Yazıcı, S. (2013), Kriz Yönetimi Ve Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 49,65-82.

[23] AFAD mesajı nedir, kimlere gönderilir? AFAD uyarı mesajı ne zaman gelir ve anlamı nedir? (Erişim Tarihi: 24.05.2023)

SAĞLIK HİZMETLERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: AVRUPA ÜLKELERİ VE TÜRKİYE SAĞLIKTA FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK POLİTİKALARI KARŞILAŞTIRMASI

Prof. Dr. Handan ERTAŞ

Selçuk Üniversitesi, 0000-0003-1794-0296

Muhammet Raşit AKSOY

Selçuk Üniversitesi, 0009-0009-1528-0678

ÖZET

Sanayileşmenin gelişmesi ve kitlesel üretimler, üretim faaliyetlerinin hızla gerçekleştirilmesine neden olmuş ve çevreyi olumsuz etkilemiştir. Bozulan çevre dinamikleri dikkat çekmeye başlamış ve bunun için çözüm arayışları oluşmuştur. Çevresel sürdürülebilirlik kavramı faaliyetlerin çevreye zarar vermeden gerçekleştirilmesi ve bozulan çevreyi iyileştirme çabalarını gündeme taşımıştır. Sağlık hizmetleri faaliyetlerinde de çevresel sürdürülebilirlik önemli olmuştur. Ayrıca nüfusun hızla artması, kronik hastalıkların çoğalması ve salgın hastalıkların yayılması gibi etkenler sağlık hizmetlerine olan talebi artırmakta ve sağlık hizmetlerinin finanse edilmesini zorlamaktadır. Sağlık hizmetlerinin durmaksızın devam eden bir hizmet kolu olması ve insan yaşamı için sağlığın vazgeçilmez olması, bu hizmetlerin sekteye uğramadan finanse edilmesi, finansal olarak sürdürülebilir olması gerekmektedir. Hizmet sunumu gerçekleşirken, sağlık gibi insan yaşamı için önemli bir faaliyetin çevreye zarar vermeden, finansal olarak işletmeyi zorlamadan ve süreçteki tüm paydaşların etkili bir yönetişimi ile gerçekleştirilmelidir. Bu makalenin temel amacı; sağlık hizmetlerinde sürdürülebilirlik kavramlarını açıklamak ve bazı Avrupa ülkeleri ve Türkiye'nin sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik politikalarını kıyaslama yaparak ülkelerin bu konudaki eksik ve fazlalıklarını tespit etmektir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Hizmetlerinde Sürdürülebilirlik, Sağlık Hizmetlerinde Finansal Sürdürülebilirlik, Türkiye ve Avrupa Sağlık Hizmetleri Finansal Sürdürülebilirlik Politikaları

SUSTAINABILITY IN HEALTH SERVICES: COMPARISON OF FINANCIAL SUSTAINABILITY POLICIES OF HEALTH SERVICES OF EUROPEAN COUNTRIES AND TURKEY

ABSTRACT

The development of industrialization and mass production have led to the rapid realization of production activities and have negatively affected the environment. The deteriorating environmental dynamics have started to attract attention and the search for solutions for this has been formed. The concept of environmental sustainability has brought the realization of activities without harming the environment and efforts to improve the

deteriorating environment to the agenda. Environmental sustainability has also been important in health services activities. In addition, factors such as rapid population growth, the proliferation of chronic diseases and the spread of epidemics increase the demand for health services and make it difficult to finance health services. Health services should be a non-stop service branch and health should be indispensable for human life, these services should be financed without interruption and should be financially sustainable. While service delivery is taking place, an activity important for human life, such as health, should be carried out without harming the environment, without financially straining the business and with effective governance of all stakeholders in the process. The main purpose of this article is to explain the concepts of sustainability in health services and to identify the deficiencies and surpluses of countries in this regard by comparing the financial sustainability policies in health services of some European countries and Turkey.

Keywords: Sustainability in Health Services, Financial Sustainability in Health Services, Türkiye and European Health Services Financial Sustainability Policies

1.Giriş

Sanayi devrimi neticesinde kitlesel üretimler başlamış ve üretim faaliyetlerinin insanların bitmeyen tüketim ihtiyacını karşılamak için çok hızlı gerçekleştirme çabası ekolojik dengenin bozulmasına ve çevrenin kirlenmesine neden olmuş bunun sonucu olarak sürdürülebilir kalkınma kavramı gündeme gelmiştir (Ertan, 2018). 1982 yılında Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN) tarafından kabul edilen Dünya Doğa Şartı Belgesinde ilk kez tanımlanan Sürdürülebilirlik kavramı, insanların yararlandığı tüm kaynakların en uygun ve sürdürülebilirliğini elde edecek şekilde yönetilmeleri gerektiğini ancak faaliyetlerin ekosistemleri ve türleri tehlikeye atmadan yürütülmesini öngörmüştür (Mengi ve Algan 2003 akt., Yazar, 2006). Finansal sürdürülebilirlik ise işletmelerin ürün veya hizmetlerini üretirken kullandıkları finansal kaynakları ve bu kaynaklardan daha fazlasını işletmenin bütün paydaşlarına geri kazanma öz yeterliliğini sağlayan uzun vadeli finansal faaliyetler ve bunları sağlanmada oluşacak problemlerin önlenmesidir (Can, 2019).

Hastanelerin ticari olarak hayatta kalabilmeleri için sağlık hizmetlerini yüksek kalitede minimum maliyetle sunmaları ve kaynaklarını etkin kullanmaları gerekmektedir (Yiğit ve Yiğit, 2016). Nüfusun yaşlanması, globalleşme, teknolojinin gelişmesi ve ekonomik durgunluklar gibi faktörler sağlık hizmetleri finansman kaynaklarının sürdürülebilirliğini zorlamaktadır. Odaklanılması gereken konu sadece toplumun maliyeti karşılaması değil aynı zamanda tasarrufun nasıl sağlanması gerektiği ve nasıl yönetileceğine de odaklanılmalıdır (Liaropoulos ve Goranitis, 2015). Gelişmekte olan ülkelerde salgın hastalıklara ek olarak, kronik hastalıklarda sağlık hizmetleri finansmanına yük getirmiştir. Bir toplumda kişilerin sağlıklı olması üretkenliğe ve sürdürülebilir kalkınmaya fayda sağlayacaktır. Bu nedenlerden dolayı ülkeler finansal düzenlemeleri içeren sağlık politikaları çıkarmaktadır (Ener ve Yelkikalan, 2003). Sağlık hizmetleri için vergilerle daha fazla ödeme yapılmasının istenmemesi sağlık hizmetlerinde kamu harcamalarının finansal olarak sürdürülebilirliğinin ortaya çıkmasının esas nedenidir. Seçmenlerin tercihleri finansal politikaları da etkilemektedir. Çünkü

insanların başkalarının sağlık bakım maliyetlerini karşılamak istememesi, hizmet kalitesinden memnun olmamaları, sağlık sistemindeki israftan endişe etmeleri sağlık hizmetlerini finanse edebilmek için yüksek vergileri ödemeye karşı çıkabilirler (Thomson ve ark, 2009).

Bu kapsamda çalışmada, sürdürülebilirlik kavramının literatürdeki tanımları ile sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik tanımlarına yer verilerek, son zamanlarda planlanan veya yasalaşan sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik politikaları ele alınacaktır. Çalışmada yer verilecek Avrupa ülkelerindeki sağlık hizmetleri üzerine finansal sürdürülebilirlik politikaları ve Türkiye'deki sağlık hizmetleri üzerine finansal sürdürülebilirlik politikalarının içerikleri ve ne zaman çıkarıldıkları hakkında bilgi verilecektir.

2-Sürdürülebilirlik Kavramı ve Sürdürülebilirlik Yaklaşımları

Sanayileşme ve dünya savaşlarının neticeleri beraberinde kitlesel göçleri, hızla artan nüfusları, dengeli olmayan kentleşmeyi ve çevresel kirliliği getirmiş, oluşan bu çevresel sorunların çözümü istenmesi ile çevresel sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır (Özmehmet, 2008). 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan rapor ile işletmeler sürdürülebilirlik kavramını tanımıştır ve sürdürülebilirlik işletmelerin insanların sosyal, çevresel ve ekonomik alanlarına herhangi bir olumsuz etkiye neden olmadan, çevreyi de kötü yönde etkilemeden faaliyetlerini sürdürmeleridir (Ağ ve Güler Sülük, 2019). Dünyada 1980 dönemi ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde mali sıkıntılar bütçe açıkları ile ortaya çıkmaya başlayınca finansal politikalar tartışılmaya başlanmış, para politikalarının hedefe ulaşması için mali disiplinin önemi anlaşılmış ve finansal sürdürülebilirlik kavramı üzerine ilgi artmıştır (Al, 2019).

2.1. Çevresel Sürdürülebilirlik

Dünyanın bozulan doğal dengesi insanların hayatını gelecekte olumsuz yönde etkileyeceği, önlem alınmadığı takdirde doğada yapılan tahribatların gelecekte insanlar, hayvanlar, bitkiler ve doğal denge için bir felaket ile sonuçlanacağı öngörülmüş ve bu konu üzerine gerek küresel ısınma gerekse çevre koruma hakkında tüm dünyada oluşan bilinç ile hem işletmeler hem de insanların günlük yaşamları çevresel sürdürülebilirlik üzerine şekillendirilmeye başlanmıştır (Poyraz ve Türkün Kaya, 2018). İşletmeler artık toplumun çevresel duyarlılığı ve kamuoyunun ilgisi ile çevresel sürdürülebilirlik üzerine ciddi sorumluluklar üstlenmelidirler çünkü faaliyetlerini sürdürürken sınırlı kaynakların gelecek düşünülmeden tüketilmesi, sonraki nesiller için tehdit oluşturmakta ve işletmeler ticari süreçlerinde sınırlı kaynakların kullanımına, çevresel kirliliğin önlenmesine dikkat ederek çevresel sürdürülebilirliği sağlamalıdırlar (Şenocak ve Bursalı, 2018).

2.2. Finansal Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik anlayışı, Dünyanın sınırlı kaynaklarını bilinçli olarak kullanırken insanların yaşam kalitesini yükseltecek kalkınmadır ve bu kalkınmanın en önemli yapı taşı olan işletmelerin sürdürülebilir olabilmek için finansal durumlarına dikkat etmeleri gerekmektedir (Can ve Bakoğlu, 2021). Finansal sürdürülebilirliğin hangi alana uygulanacağı belirlenirken ilk olarak; çevre ve biyoçeşitliliğin korunması, iklim değişikliği, yoksulluk ve açlıkla mücadele

etmek, ikinci olarak ise; herhangi bir ekonomik faaliyet ile ilgili iyileştirmelerin değerlendirilmesidir (Arslan, 2022).

Bürokratik kalite, hukukun üstünlüğü, hesap verebilirlik ve politik istikrar gibi değişkenlerden oluşan yönetişim, yönetim silsilelerinde sürdürülebilir kalkınma amaçlı bir yönetim anlayışı ile şirketlerin ve hükümetlerin politikalarında sürdürülebilir yönetişim anlayışı yer alması gerekmektedir (Güney, 2015; Ünlükaplan ve Canıkalp, 2019). İşletmelerin iyi kurumsal yönetişim üzerine yoğunlaşmaları değer yaratmak, finansal performansı iyileştirmek ve sürdürülebilirliği sağlamak için önemlidir (Kardeş Selimoğlu ve Yazıcı, 2021). Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için ortak bir akılla yapılacak planlama ve organizasyon gereklidir (Güney, 2015).

3. Sağlık Hizmetlerinde Finansal Sürdürülebilirlik Politikaları

Endüstrilerin kirliliğe yol açmaları insan sağlığı ve sonraki nesiller için tehdit oluşturmuştur, yeşil ürünlerin ve yeşil hizmetlerin önemi artmıştır (Camgöz Akdağ ve ark, 2016). Yüksek miktarda enerji tüketen, kimyasal, kimyasal olmayan ve tıbbi atık üreten sağlık hizmet sunumu gerçekleştiren kurumları israfın önlenerek kaynakların daha etkin ve verimli kullanılması sağlamak, çevreye karşı duyarlı çevre dostu tesislere dönüştürmek için sağlık hizmetlerinde sürdürülebilirlik bilinci ile yeşil hastane kavramı ortaya çıkmıştır (Terekli ve ark, 2013).

Sağlık hizmetlerinin durmaksızın hizmet veren bir sektör olması, ihtiyaç duyulduğu anda insan yaşamı için vazgeçilmez olması bu hizmetlerin aralıksız devam etmesi için sekteye uğramadan finanse edilmesi gerekmektedir. Bu sebeplerden dolayı finansal olarak sürdürülebilir olmalı, finansal sürdürülebilirlik için ise geri ödeme yöntemleri önem göstermektedir. Geri ödeme yöntemlerinde taraflar arası amaç belirsizlikleri ve problemler önlenmeli, amaçlar tek bir noktada birleştirilmelidir (Top ve Tarcan, 2007 s.171 akt., Işıkçelik ve ark 2019). Sürdürülebilirlik endişeleri ve artan maliyetler sebebiyle sağlık sistemlerinin kendilerini finanse etme yetenekleri son zamanlarda sağlık sistemleri üzerinde tartışmalarda oldukça önemli bir şekilde yer almıştır. Bazı Avrupa ülkelerindeki ekonomik krizler de bu endişelere katkı sağlamıştır. Birçok Avrupa ülkesinde sağlık harcamalarının ekonomilerden daha hızlı büyümesi ve gayri safi yurtiçi hasılanın artan bir pay oluşturması küreselleşen bir ekonomide rekabet gücünde tedirginlik ortaya çıkarmıştır (Figueras ve ark, 2012).

3.1. İngiltere Sağlık Sistemi ve Sürdürülebilirlik Politikaları

Avrupa'nın kuzeybatı kıyısında yaklaşık 65 milyon nüfusa sahiptir ve Galler, İngiltere, İskoçya ve Kuzey İrlanda Birleşik Krallığı oluşturan dört ülkedir ve bu ülkelerin hepsinde genel olarak sağlık hizmetleri örgütlenmesi ve finansmanı aynıdır (Dinç, 2009). Birleşik Krallık'ta sağlık hizmetlerine erişim genellikle ücretsizdir, büyük oranda vergilerle finanse edilmektedir ve 1948 yılında Ulusal Sağlık Sistemi (NHS) kurulmuştur (Cylus ve ark, 2015). NHS sayesinde İngiltere tüm dünyada sağlık politikalarına kılavuzluk eden, sağlık reformlarına rol model olan bir ülke olmuştur (Eke ve Kişi, 2019). Vergilere dayalı finanse edilen sağlık sistemleri Beveridge modeli olarak bilinmektedir ve adını kamunun sağlık sistemlerini doğrudan üstlenmesi esaslı politika görüşünü ortaya atan Beveridge' den almaktadır (Dinç, 2009).

Birleşik Krallık sağlık harcamalarının tarihsel olarak en göze çarpan yönü harcamalardaki artış eğiliminde olmasıdır. 1950 ve 1951 ile 2010 ve 2011 arasında sağlık hizmetine yapılan harcama yılda yaklaşık yüzde 4,04 artmıştır ancak benzer dönemde gayri safi yurtiçi hasıla her yıl yüzde 2,54 artmıştır. Buradan NHS 1950'lerden bu yana ulusal gelirden payını artırarak devam ettiği anlaşılmaktadır. Sağlık hizmetleri harcamaları ve milli gelir benzer oranda artarsa, 2070'lerde NHS harcamaları toplam milli gelirin beşte birini, 2135' te yarısından biraz fazlasını, 1999-2000' den itibaren 10 yılda görülen oranda artarsa 2070'lerin ortalarında NHS'nin GSYİH'nın yüzde yüzüne yakınını tüketiyor olacaktır (Appleby, 2013).

Son zamanlarda sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik üzerine planlanan ve yasalaşan politikalar:

Nisan 2016' da ulusal yetkililer NHS tröstlerinin finansal toparlanması ve NHS'nin verimlilik ve hizmet dönüşümü istikrarını desteklemek için Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm Fonu oluşturmuş, Ocak 2019' da NHS England ve NHS Improvement 2019-2020 itibariyle yeni bir Mali İyileştirme Fonu oluşturulduğunu da duyurmuştur (National Audit Office, 2019). NHS finans topluluğu tarafından oluşturulan One NHS Finance vizyonunu destekleyen altı unsur vardır ve bunlar; adil, hasta odaklı, işbirlikçi, yenilikçi, dahil ve sorumlu bir hizmet sunumudur (NHS England, 2013). The NHS Long Term Plan 2019: Bölüm 6 içerisinde planın kilit önceliğinin NHS'yi sürdürülebilir bir finansal yola geri döndürmek olduğu belirtilmiştir (NHS England, 2019). Strengthening Financial Performance & Accountability in 2016/17: Bu belgede NHS'nin finansal sürdürülebilirliğinin sağlanması için eylemler belirtilmiştir (NHS England ve NHS İmprovement, 2016).

3.2. Almanya Sağlık Sistemi ve Sürdürülebilirlik Politikaları

Sosyal sağlık sigortası sistemlerinden Bismarck modeli, 1880'lerde Başbakan Otto Von Bismarck Almanya'sında ortaya çıkan zorunlu sosyal sigorta anlayışını hâkim kılarak esasen prim ödeme sistemine dayanmakta ve işçileri kaza, hastalık, yaşlılık ve malullüğe karşı koruma altına almayı hedeflemektedir (Dinçköklü Çakır, 2016). Çalışan ve işveren primleriyle fonlanan bu modelde vatandaşların tamamı sisteme dahil edilmek ve kar elde etmeme amacındadır (Karaman, 2019). Bu model halen uygulamadadır, sağlık sistemi yasal ve özel sağlık sigortaları ile ek sigortalar tarafından işlemektedir ve devletin vatandaşlara sunduğu önemli sosyal sigortalar şunlardır (Kırcı Çevik ve Yüksel, 2019): Krankenversicherung (Sağlık Sigortası), Unfallversicherung (Kaza Sigortası), Rentenversicherung (Emeklilik Sigortası) ve Arbeitslosenversicherung undPflegeversicherung (İşsizlik ve Bakım Sigortası).

Sağlık sigortası Almanya' da zorunludur ve Yasal Sağlık Sigortası (SHI) şeması veya tamamlayıcı özel sağlık sigortası altında sağlanır (Blümel ve ark, 2022). 2000' lerde sağlık hizmetleri politikaları ile önceki on yılın hedeflerini sürdürmek, maliyetleri sınırlandırmak ve sürdürülebilir bir finansman sistemini temin etmek amaçlanmış, 2004 yılında Yasal Sağlık Sigortası (SHI) Modernizasyon Yasası, 2011 yılında İlaç Piyasası Reformu Yasası bu amaçların en önemli kilometre taşlarını oluşturmuş ve sağlık hizmetlerine uygulanan siyasi müdahaleler SHI mali açıklara neden olduğunda meydana gelmiştir (Busse ve Blümel 2014 akt,. Blümel ve ark, 2020). Almanya sağlık sistemi merkezi olmayan ve karmaşık bir yapıda olup federal ve

eyalet birimleri ile korporatist özyönetim organları arasında bölünmüştür, federal birimler genel yasal çerçeveyi belirlerken eyalet hükümetleri hastane planlamalarından ve halk sağlığı hizmetlerinden sorumludur (Blümel ve ark, 2022). Hükümet ve hükümet dışı karar vericilerin benzersiz bir yapısı tarafından yönetilen Alman Sağlık Sisteminin bu yapısı sağlık sistemi yapısını (bir noktaya kadar) siyasi mülahazalardan yalıtır ancak hesap verebilirliği ve emir komuta zincirlerini karmaşıklaştırabilir (Grosser ve Greiner 2021). SHI sistemi içindeki karar verme yetkisinin çoğu, korporatist organlara (sağlayıcı dernekleri ve hastalık fonları gibi) devredilmiş olup sağlık sistemindeki halk sağlığı, ayakta ve yatarak tedavi ve uzun süreli bakım hizmetleri farklı mevzuata tabi tutulmuş ve bu nedenle yapı, finansman ve geri ödeme açısından ayrılmıştır (Blümel ve ark, 2022).

Son zamanlarda sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik üzerine planlanan ve yasalaşan politikalar(European Commission 2019);

- Yaşlı nüfustaki artışa yönelik politikalar: yaşlı nüfustaki artış sağlık ve uzun süreli bakım yardımlarına daha fazla ihtiyaç duyulmasına neden olacağı için Federal Hükümet bu zorluğu ele almakta ve sağlık hizmeti sunumunda verimliliği artırmak amacıyla sağlık sistemindeki rekabeti güçlendirecek reformlar gerçekleştirmiştir. Bu konu ile alakalı olarak sürdürülebilir bir finansman vurgulanmıştır.
- Eczacılık Ürünleri Piyasası Reformu (AMNOG): 2011 yılında yapılan bu reform ilaç harcamalarındaki artışı azaltmayı amaçlamıştır.
- Sağlık Finansmanı Reformu: 2015 yılında yürürlüğe giren bu kanun (SHI sisteminin finansal yapı ve kalitesini daha fazla iyileştirilmesine ilişkin kanun) sağlayıcılar ve sağlık fonları arasında kaliteye dayalı rekabeti teşvik etmektedir. Bu yasada belirtilen Kalite Güvencesi ve Şeffaflık Enstitüsü'nün (IQTIG) kurulması SHI sisteminde kalite rekabetini güçlendirmektedir.
- SHI Sisteminde Bakım Hizmetini Güçlendirme Yasası: Federal Hükümet tarafından ihtiyaca dayalı, evrensel, erişilebilir tıbbi bakım sağlamak için 2015'te çıkarılan bu yasanın amacı şehirlerde ve kırsal alanlarda uygun hekim ihtiyacını sağlamaktır.
- Koalisyon Anlaşması-2018 Şubat: Ayakta tedavilerde bekleme sürelerini düşürmek ve bakımı iyileştirmek için daha fazla değişiklik çağrısında bulunmaktadır.
- E-Sağlık Yasası-Aralık 2015.

3.3. Bulgaristan Sağlık Sistemi ve Sürdürülebilirlik Politikaları

Zorunlu sosyal sağlık sigortasında sahip Bulgar sağlık sistemi, gönüllü sağlık sigortalarının küçük bir paya sahip olduğu Zorunlu Sosyal Sağlık Sigortası (SHI) sistemine dayalı olup, bu sistem içerisindeki Ulusal Sağlık Sigortası Fonu (NHIF), 28 bölgesel sigorta fonunun tek sağlık hizmetleri alıcısıdır (OECD ve EOHSP 2021). Ulusal Meclis, ilgili bütçeleri ve Ulusal Sağlık Stratejilerini onaylar, ilgili diğer sağlık politikalarını kabul eder, NHIF' nun müdürünü seçer, Bakanlar Kurulu (CoM) ulusal sağlık politikalarını idare ederken Sağlık Bakanlığı (MoH) ise sistemin yönetişiminden ve işleyişinden sorumludur (Dimova ve ark 2022). Bölgesel düzeydeki halk sağlığı politikaları Sağlık Bakanlığı'nın yerel organları olan Bölgesel Sağlık Müfettişlikleri (RHI) tarafından düzenlenir (OECD ve EOHSP 2021).

Belediyeler ise sağlık hizmeti sağlayıcılarının önemli bir bölümünün sahibidir (Dimova ve ark 2022).

Sağlık hizmeti zorunlu SHI katkıları, vergiler, cepten ödemeler, gönüllü sağlık sigortası primleri gibi kaynaklarla finanse edilmektedir, SHI' nin 1990' ların sonlarında kullanılmaya başlandıktan sonra sağlık harcamalarının GSYİH' daki payı düzenli şekilde artarak 2015 yılında %8.2' ye ulaşmış ve Slovenya hariç tüm yeni AB üyesi ülkelerden GSYİH oranından sağlık harcamaları fazla olmuştur (Dimova ve ark, 2018).

Son zamanlarda planlanan veya yasalaşan politikalar (European Commission 2019);

- Ulusal Sağlık Stratejisi 2014-2020 stratejik hedefleri: Sağlık politikalarının tüm yaştaki Bulgar vatandaşlarının sağlığını sürdürülebilir şekilde iyileştirilmesine odaklanan beş ulusal sağlık önceliği vardır; 0-1 yaş arası bebek ölüm oranlarını 1.000 canlı doğumda 6.8' e düşürmek, 1-9 yaş arası çocuk ölüm oranlarını 1.000' de 0.24'e düşürmek, gençlerde ve 10-19 yaş arası ergenlerde ölüm oranını 1.000'de 0.28'e düşürmek, 20-65 yaş arası ekonomik aktif nüfusun ölüm oranını 1000' de 4.19'a düşürmek, 65 yaş üstü insanların ortalama yaşam sürelerini 16.4 yıl artırmak.
- Ulusal Sağlık Haritası: Nüfusun sağlık hizmetlerine, ayakta tedavi ve hastane bakımına erişimi için coğrafi ilkelere göre ihtiyaçların belirlenmesine ve planlanmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca engelli ve kronik hastalığı olan çocuklar ile nadir hastalığı bulunan kişiler için karmaşık multidisipliner merkezlerin oluşturulmasını sağlamaktadır.
- Aralık 2015'te kabul edilen sağlık sigortası kanunundaki değişikliklere uygun olarak, NHIF sisteminde dolandırıcılık ve kötüye kullanma fırsatlarını azaltmak için kontrol faaliyetlerinin uygulanmasına yeni mekanizmalar uygulanmıştır.
- Çoğu devlet hastanesi borçlarla mücadele ederken Nisan 2018'de Sağlık Bakanlığı devlet hastanelerinin mali yönetimi raporlamak ve izlemek için zorunlu bir araç getirdi. Araç, planlama ve hesap verebilirlik, yatırım politikası, insan kaynakları yönetimi ve kamu alımları için bir dizi denetime dayanmaktadır ve ortalama kalış süresi, yatak devir hızı, doluluk oranı, likidite oranları, net işleme sermayesi, borç/öz sermaye oranı gibi temel performans göstergeleridir.

3.4. Türkiye Sağlık Sistemi ve Sürdürülebilirlik Politikaları

Türkiye kuzey yarım kürede yer alan Avrupa ve Asya arasında köprü oluşturan bir ülkedir (Tatar ve ark 2011). Türk sağlık sistemi önemli ölçüde kamu kaynakları tarafından finanse edilmektedir (Arık ve İleri 2016). 2003 yılında Sağlıkta Dönüşüm Programı Türkiye Sağlık Sisteminde önemli değişiklikler ve düzenlemelere yol açarak bir dönüm noktası olmuş, sağlık sistemi finansmanındaki parçalı ve çoklu yapı giderilerek finans sistemi tek çatı altında toplanıp ilgili birimlerin uyum ve koordinasyonu artırılmış, sosyal güvenlik sistemi nüfusun tamamını kapsayıcı duruma getirilmiş ve sağlık hizmetlerine erişimi yükseltecek, sağlık hizmetlerinden faydalananların memnuniyetini artıracak adımlar atılmıştır (Memişoğlu 2018). Reform ile Sağlık Bakanlığı denetleyici ve düzenleyici bir rol üstlenmiştir (Kırcı Çevik ve Yüksel 2019).

Sağlıkta Dönüşüm Programı reformu ile sağlık hizmetlerinin sunumunda ve finansmanında köklü değişikliklere neden olmuş, işverenler ile çalışanların primleri ve bütçe açığı durumunda

devlet katkılarıyla finanse edilen Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) sağlık hizmetlerini satın almada tekelci güç haline gelmiştir, hizmet sağlama tarafında Sağlık Bakanlığı ana aktördür ve ülke genelinde tesisleri aracılığıyla birinci, ikinci ve üçüncü basamak sağlık hizmetleri sunumu gerçekleştirmektedir ayrıca üniversite hastaneleri de üçüncü basamak sağlık hizmetlerinin önemli sağlayıcılarındandır (Tatar ve ark 2011). Sağlık Bakanlığı'na ait sağlık kuruluşlarında geri ödeme yöntemi olarak 2006 yılında kullanılmaya başlanan Global Bütçe Modeli kullanılmaktadır (Arık ve İleri 2016). Sağlık hizmetleri finansmanı olarak 2008 yılında Genel Sağlık Sigortası (GSS) sistemine geçiş ile "finansmanı sağlanan sağlık hizmetlerinin" sürdürülebilirliği üzerine Türkiye başarılı olmuştur (T.C. Kalkınma Bakanlığı 2018).

Sağlık hizmetlerinin Finansal Sürdürülebilirliği üzerine alınan planlar, kararlar ve reformlar şöyledir;

- 2003 Sağlıkta Dönüşüm Programı: Reformun amacı kaliteli sağlık hizmetlerinin adil ve hakkaniyetli bir şekilde sunulması, yüksek sağlık giderlerine mali bir koruma sağlayarak finansal olarak sürdürülebilir bir sistem oluşturmaktır (Bostan ve Çiftçi 2016).
- Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan 2014-2018 raporunda Bölüm 3' te yer alan Stratejik Amaç 3 kısmı "Kamu sağlık tesislerinde, sağlık hizmetinden taviz vermeden mali sürdürülebilirliği sağlamak" başlığıyla direkt olarak finansal sürdürülebilirliğin sağlanmasına dikkat çekilmiş ve şu şekilde açıklanmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı 2014); SDP kapsamındaki düzenlemelerin amacı yeterli ve kaliteli sağlık hizmetini memnuniyet esasıyla ve mali sürdürülebilirlikle sunmaktır. Döner sermayeli sağlık kurumlarının mali sürdürülebilirliği de etkin ve verimli kaynak kullanımı ile olmalıdır. Mali sürdürülebilirlik kapsamında değişim ihtiyacı olan alanların değişimini en az maliyetle gerçekleştirmek amaçlanmaktadır. Kamuya ait sağlık kurumlarında elde edilecek mali sürdürülebilirlik ülkenin sağlık hizmetlerinin geleceği acısından önemlidir.
- Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan 2019-2023 raporunda Amaç 5'in gerçekleştirilmesini sağlayacak hedeflerde Hedef 5.8. "Sağlık finansman modelini finansal sürdürülebilirlik ve bireylerin finansal riskten korunmasını da dikkate alarak güncellemek" hedefi ve stratejileri yer almaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı 2019).
- Kalkınma Bakanlığı 10.Kalkınma planı dahilinde "Sağlık Hizmetlerinin Etkinliğinin artırılması ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu" hazırlanmış ve sağlık hizmetlerinin finansal sürdürülebilirliği üzerine çalışmalar yapılmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı 2014).
- Kalkınma Bakanlığı 11.Kalkınma Planı dahilinde de "Sağlık Hizmet Kalitesi ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu" hazırlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı 2018).
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı 11.Kalkınma Planı (2019-2023) raporundaki sağlık hizmetlerinin finansal sürdürülebilirliği üzerine hedefler şunlardır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı 2019);
    - 151. Paragrafta sağlık hizmetlerinde kalitenin daha da artırılarak mali sürdürülebilirliğin sağlanması hedeflenmektedir.

- 2.1.7. Sosyal Güvenlik Sistemi ve Finansmanı başlığı altında 266. Paragrafta Sosyal Güvenlik Sisteminin uzun dönemli mali sürdürülebilirliğinin sağlanmasının temel amaç olduğu belirtilmiştir.
- 2.3.3. Sağlık başlığı altında 578. Paragrafta vatandaşların ekonomik ve sosyal hayata aktif katılımı için kaliteli, güvenilir, etkin ve mali açıdan sürdürülebilir bir sağlık hizmeti sunumu ile bölgeler arası dağılımın iyileştirilmesi, fiziki altyapının ve insan kaynağı niteliğinin yükseltilmesi temel amaçtır.

4. İngiltere, Almanya, Bulgaristan ve Türkiye Sağlıkta Finansal Sürdürülebilirlik Politikaları Karşılaştırması

Sağlık sistemleri her ülkenin tarihi, sosyal, kültürel değerlerine ve politikalarına göre farklılık göstermektedir. Bu nedenler ülkelerin sağlık sistemlerini ve unsurlarını kıyaslamayı zorlaştırmaktadır. Gösterge ve tanımlamalarda veri standartlarını gerektirmektedir (Dinçköklü Çakır 2016). Bu sebeple çalışmada incelenen Avrupa ülkelerinin ve Türkiye'nin politikalarını karşılaştırmak yerine alınan politikaların tümü bir bütün olarak aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Ülkelerin sağlık hizmetlerindeki finansal sürdürülebilirlik politikaları şunlardır:

Çizelge 1: Avrupa Ülkeleri ve Türkiye Sağlık Finansal Sürdürülebilirlik Politikaları

İngiltere	**Almanya**	**Bulgaristan**	**Türkiye**
2016 Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm Fonu	Yaşlı nüfustaki artışa yönelik politikalar	Ulusal Sağlık Stratejisi 2014-2020 stratejik hedefleri	2003 Sağlıkta Dönüşüm Programı
2019 Mali İyileştirme Fonu	Eczacılık Ürünleri Piyasası Reformu (AMNOG)	Ulusal Sağlık Haritası	Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan 2014-2018 raporu
One NHS Finance vizyonu	Sağlık Finansmanı Reformu	NHIF sisteminde dolandırıcılık ve kötüye kullanma fırsatlarını azaltmak için kontrol mekanizmaları	Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan 2019-2023 raporu
NHS Long Term Plan 2019	SHI Sisteminde Bakım Hizmetini Güçlendirme Yasası	Sağlık Bakanlığı'nın devlet hastanelerinin mali yönetimi raporlamak ve izlemek için getirdiği zorunlu araç	Kalkınma Bakanlığı 10.Kalkınma planı dahilinde "Sağlık Hizmetlerinin Etkinliğinin artırılması ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu"

Strengthening Financial Performance & Accountability in 2016/17	Koalisyon Anlaşması-2018 Şubat		Kalkınma Bakanlığı 11.Kalkınma Planı dahilinde de "Sağlık Hizmet Kalitesi ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu"
	E-Sağlık Yasası		Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı 11.Kalkınma Planı (2019-2023) raporu içerisindeki sağlık hizmetlerinin finansal sürdürülebilirliği üzerine alınan hedefler

Kaynak: National Audit Office, 2019; NHS England, 2013; NHS England, 2019; NHS England ve NHS İmprovement, 2016; European Commission 2019; Bostan ve Çiftçi 2016; T.C. Sağlık Bakanlığı 2014; T.C. Sağlık Bakanlığı 2019; T.C. Kalkınma Bakanlığı 2014; T.C. Kalkınma Bakanlığı 2018; T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı 2019

5.Sonuç

Finansal sürdürülebilirlik ile ilgili en büyük engellerin başında politik veya siyasi problemler gelmektedir (Özer 2015 s.169). Sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik, sağlık sistemine yapılacak yatırımın miktarı, nasıl yapılacağı ve nasıl toplanması gerektiği ile ilgili politikalara bağlıdır. Artan ve yaşlanan nüfus ve gelişen teknolojiler sağlık hizmetlerinin finansal sürdürülebilirliğine olumsuz etki etmektedir (Özer ve Yıldırım 2016). Bazı gelişmiş ülkeler bu problemlerin üstesinden kolay gelmekte, bazı gelişmekte olan veya geri kalmış ülkeler ise sağlık hizmetleri finansmanı için kaynak oluşturmada ilk akla gelen kaynak fonu olarak milli gelirden yararlanmakta, vatandaşlardan sağlamakta veya bir yardım fonu oluşturmaktadırlar (Hussein 2019 s.50).

Bu çalışmada üç Avrupa ülkesinin ve Türkiye'nin son zamanlardaki sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik politikalarından bazıları incelenmiştir. İncelenen tüm ülkelerin bu konu üzerine plan, program, reform ve politikalar düzenlediği görülmüştür. Çalışmanın kapsamı sadece belirlenen 3 Avrupa ülkesi ve Türkiye'nin son zamanlardaki sağlık hizmetlerinde finansal sürdürülebilirlik adımları ve politikaları ile sınırlı tutulmuştur. Bu nedenle, Avrupa ülkelerinin tamamının ele alınmaması çalışmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada sürdürülebilirlik kavramlarını literatür olarak açıklansa da genel olarak finansal sürdürülebilirlik politikaları üzerine odaklanılmıştır. Yine de tüm sürdürülebilirlik kavramlarını içeren politikaların incelenmesi literatüre katkı sağlayabilir. Olası yapılacak çalışmaların sonuçları ile bu çalışmanın sonuçları karşılaştırılabilir.

Kaynaklar

[1] Ağ, A., & Güler Sülük, R. (2019). Sürdürülebilirlik, Çevresel Riskler ve Çevre Muhasebesi Arasındaki İlişkinin Tespiti: Erzurum İlinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *11*(3), 1945-1960.

[2] AL, İ. (2019). Mali sürdürülebilirlik analizi: Türkiye üzerine bir uygulama. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, *7*(2), 67-84.

[3] Appleby J. (2013). Spending on health and social care over the next 50 years. Why think long term? London: The King's Fund.

[4] Arık Ö., İleri, Y. Y. (2016). Sağlık hizmetlerinin finansmanında Türkiye'de yeni yaklaşım; teşhis ilişkili gruplar (TİG). *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, *7*(2), 45-50.

[5] Arslan, H. (2022). SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANSAL YAKLAŞIMLAR. *Muhasebe, Finans ve Denetim Alanlarında Kritik Yaklaşımlar*, 95.

[6] Blümel M, Spranger A, Achstetter K, Maresso A, Busse R. Germany: Health system review. Health Systems in Transition, 2020; 22(6): pp.i–273.

[7] Blümel M, Spranger A, Achstetter K, Maresso A, Litvinova Y, Busse R (2022). Germany: Health system summary, 2022.

[8] Bostan, S., Çiftçi, F. (2016). Sağlıkta dönüşüm programı uygulamalarının hastane hizmetleri üzerindeki değişim etkisi: sağlık çalışanlarının görüşleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, *7*(2), 1-8.

[9] Camgöz Akdağ, H., Beldek, T., Aldemir, G., Hoşkara, E. (2016). Green supply chain management in green hospital operations. IIOABJ;7(1):467-472.

[10] Can, İ. (2019). "Finansal Sürdürülebilirlik Göstergeleri Ve Değerlendirilmesi: Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi Şirketleri Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Fakültesi, Sürdürülebilir Büyüme ve Kalite Yönetimi Bilim Dalı

[11] Can, İ., Bakoğlu, R. (2021). Finansal Sürdürülebilirliğin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi. *Istanbul Management Journal*(91), 87-107.

[12] Cylus J, Richardson E, Findley L, Longley M, O'Neill C, Steel D. United Kingdom: Health system review. Health Systems in Transition, 2015; 17(5): 1–125.

[13] Dimova A, Rohova M, Koeva S, Atanasova E, Koeva-Dimitrova L, Kostadinova T, Spranger A. (2018). Bulgaria: Health system review 2018. Health Systems in Transition, 20(4): 1–256.

[14] Dimova A, Rohova M, Koeva S, Atanasova E, Koeva-Dimitrova L, Kostadinova T, Spranger A, Polin K (2022), Bulgaria: Health System Summary, 2022. WHO Regional Office for Europe on behalf of the European Observatory on Health Systems and Policies, Copenhagen. Erişim: https://iris.who.int/handle/10665/365286 Erişim Tarihi:03.11.2023

[15] Dinç, G. (2009). Birleşik Krallık Sağlık Sistemi, 1. Baskı, Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Matbaası.

[16] Dinçköklü Çakir, Ö. (2016). *Türkiye ve Avrupa Birliğinde uygulanan sağlık finansman politikalarının değerlendirilmesi.* Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İktisat Politikası Bilim Dalı.

[17] Eke, E., & Kişi, M. (2019). Geçmişten Günümüze İngiltere Sağlık Politikaları: Ulusal Sağlık Sistemi Odaklı Güncel Bir Perspektif. *OPUS International Journal of Society Researches*, *11*(18), 2687-2707.

[18] Ener, M., Yelkikalan, N. (2003). Gelişmekte olan ülkelerin sağlık sistemlerinin yeniden yapılanması ve finansmanı: Türkiye deneyimi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 99-113.

[19] Ertan, Y. (2018). "Türkiye'de Sürdürülebilirlik Raporlaması (2005-2017)". Muhasebe Ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 11(3), 463-478.

[20] European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs. Economic Policy Committee. (2019). Joint Report on Health Care and Long-Term Care Systems and Fiscal Sustainability. Country Documents 2019 Update. Brussels: European Commission.

[21] Figueras, J., Lessof, S., McKee, M., Durán, A., & Menabde, N. (2012). Health systems, health, wealth and societal well-being: an introduction. *Health Systems: Health, Wealth, Society and wellbeing, Open University Press, McGraw Hill, New York.*

[22] Grosser J, Greiner W, 2021. Sustainability and Resilience in the German Health System. Bielefeld University

[23] Güney, T. (2015). "Yönetişim ve Sürdürülebilir Kalkınma: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Panel Veri Analizi", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 29(2): 349-363.

[24] Hussein, H. A. (2019). Gelişmiş ülkeler ve Türkiye'nin sağlık hizmetleri finansmanı açısından karşılaştırılması [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.

[25] Işıkçelik F, Öztürk N, Ağırbaş İ. (2019). Sağlık hizmetlerinde geri ödeme yöntemlerinden teşhis ilişkili gruplar. SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi. 2019;9(2):431-48.

[26] Karaman, S. (2019). Avrupa Birliği üyesi ülkelerin sağlık sistemi ile Türk Sağlık sisteminin karşılaştırılması: Türkiye Almanya örneği. Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı

[27] Kırcı Çevik, N., & Yüksel, O. (2019). Türkiye, Almanya ve Hindistan sağlık sistemleri: Karşılaştırmalı bir analiz. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, *8*(16), 209-218.

[28] Liaropoulos, L., Goranitis, I. (2015). Health care financing and the sustainability of health systems. *International Journal for Equity in Health*, *14*(1), 1-4.

[29] Memişoğlu, D. (2018). Bir kamu politikası analizi örneği: Sağlıkta dönüşüm programı. *Yasama Dergisi*, (34), 62-93.

[30] National Audit Office (2019). NHS Financial Sustainability. Erişim: https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2019/01/NHS-financial-sustainability_.pdf Erişim Tarihi:03.11.2023

[31] NHS-England, (2013). The NHS belongs to the people: a call to action, NHS England London. Erişim: https://www.england.nhs.uk/wp-content/uploads/2013/07/nhs-belongs.pdf Erişim Tarihi: 03.11.2023

[32] NHS England (2019). 'The NHS long term plan'. NHS website. Erişim: https://www.longtermplan.nhs.uk/wp-content/uploads/2019/08/nhs-long-term-plan-version-1.2.pdf Erişim Tarihi: 03.11.2023

[33] NHS England ve NHS İmprovement, 2016. Strengthening Financial Performance & Accountability in 2016/17. Erişim: https://www.england.nhs.uk/wp-content/uploads/2016/07/strength-fincl-perfrmnc-accntblty-2016-17.pdf Erişim Tarihi: 03.11.2023

[34] OECD/European Observatory on Health Systems and Policies (2021), Bulgaria: Country Health Profile 2021, State of Health in the EU, OECD Publishing, Paris/European Observatory on Health Systems and Policies, Brussels.

[35] Özer, Ö. (2015). Türkiye Sağlık Sisteminde Finansal Sürdürülebilirlik: Paydaş Görüşleri ve Değerlendirmeleri. Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi.

[36] Özer, Ö., YILDIRIM, H. H. (2016). TÜRKİYE SAĞLIK SİSTEMİNİN FİNANSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Social Science Institute*, *8*(16).

[37] Özmehmet, E. (2008). Dünyada ve Tükiye Sürdürülebilir Kalkinma Yaklaşimlari. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, *3*(12), 1853-1876.

[38] Poyraz, E. Türkün Kaya, B. (2018). Turizm sektöründeki çevresel sürdürülebilirlik yatırımlarının finansmanı, Muğla ili örneği. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2(2), 11-19.

[39] Selimoğlu, S. K., YAZICI, R. (2021). Türkiye'de Kurumsal Yönetişim Ve Sürdürülebilirlik. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 113-136.

[40] Şenocak, B., Mohan Bursalı, Y. (2018). İşletmelerde Çevresel Sürdürülebilirlik Bilinci ve Yeşil İşletmecilik Uygulamaları ile İşletme Başarısı Arasındaki İlişki. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(1), 161-183.

[41] T.C. Cumhurbaşkanlığı. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019.

[42] T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2014). 10. Kalkınma Planı Sağlık Hizmet Kalitesi ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Kalkınma Bakanlığı, 2014.

[43] T.C. Kalkınma Bakanlığı. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Sağlık Hizmet Kalitesi ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Kalkınma Bakanlığı, 2018.

[44] T.C. Sağlık Bakankığı. (2014). Sağlık Bakanlığı Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu Stratejik Plan 2014- 2018.
Erişim:http://www.sp.gov.tr/tr/stratejikplan/s/403/Turkiye+Kamu+Hastaneleri+Kurumu+2014-2018 Erişim Tarihi: 03.11.2023

[45] T.C. Sağlık Bakanlığı, (2019). Sağlık Bakanlığı 2019-2023 Stratejik Planı. Erişim: https://sgb.saglik.gov.tr/TR,61665/tc-saglik-bakanligi-2019-2023--stratejik-plani.html Erişim Tarihi:03.11.2023

[46] Tatar M, Mollahaliloğlu S, Şahin B, Aydın S, Maresso A, HernándezQuevedo C. Turkey: Health system review. Health Systems in Transition, 2011, 13(6):1–186.

[47] Terekli, G., Özkan, O. & Bayın, G. (2013). Çevre Dostu Hastaneler: Hastaneden Yeşil Hastaneye. Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi, 12(2), 37-54.

[48] Thomson, S., Foubister, T., Figueras, J., Kutzin, J., Permanand, G., Bryndová, L. (2009). Addressing financial sustainability in health systems. World Health Organization

[49] Ünlükaplan, İ., ve Canıkalp, E. (2019). Sürdürülebilir yönetişim göstergeleri: Türkiye ve Avrupa Birliği ülkeleri için çok boyutlu ölçekleme analizi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 28(3), 183-195

[50] Yazar K. H. (2006). "Sürdürülebilir Kentsel Gelişme Çerçevesinde Orta Ölçekli Kentlere Dönük Kent Planlama Yöntem Önerisi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

[51] Yiğit, V., Yiğit, A. (2016). Üniversite Hastanelerinin Finansal Sürdürülebilirliği. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(16), s. 253-273.

ULUSLARARASI DÜZENLEMELER ÇERÇEVESİNDE KRİPTO VARLIKLARIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Doç. Dr. Betül Şeyma ALKAN
İzmir Bakırçay Üniversitesi, 0000-0002-4942-669X

ÖZET

Bitcoin ile birlikte gündeme gelen kripto paraların Türkiye'de düzenlenmesine yönelik yayımlanan yönetmelikte kripto varlık tanımı kullanılmıştır. Kripto varlıkların ödemelerde doğrudan veya dolaylı kullanılamayacağı ve gayri maddi bir varlık olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla ekonomik değeri olan kripto varlıkları döviz ya da menkul kıymet gibi değerlendirmek mümkün değildir. Diğer ekonomik kıymetlerde olduğu gibi kripto varlıklar da bunları kullanan kuruluşların mali tablolarında ele alınacaktır. Ancak henüz nasıl muhasebeleştirileceğine, hangi varlık sınıfında raporlanacağına ilişkin mevcut finansal raporlama standartları çerçevesinde herhangi bir standart geliştirilmemiştir. Bu çalışma kapsamında standart geliştirici otorite kuruluşlar olan IASB (Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu) ve FASB (Finansal Muhasebe Standartları Kurulu) tarafından kripto varlıkların muhasebeleştirilmesine yönelik yürütülen çalışmalar incelenmiş, karşılaştırmalı olarak açıklanmıştır. IASB tarafından yayınlanan IFRS (Uluslararası Finansal Raporlama Standartları) çerçevesinde kripto varlıklar satış amaçlı elde tutulması halinde Uluslararası Muhasebe Standartları-UMS 2 Stoklar, tutulmaması halinde ise UMS 38-Maddi Olmayan Duran Varlıklar standardı uyarınca muhasebeleştirilir. FASB ise şirketlerin kripto varlıkları için gerçeğe uygun değer muhasebesi kullanmasını gerektirecek yeni bir standart hazırlanmasına karar vermiştir. 2025 yılında uygulanmaya başlayacak yeni düzenlemede kripto varlıklar belirsiz ömürlü maddi olmayan duran varlıklar yerine bazı finansal varlıklar gibi işlem görecektir. Böylece gerçeğe uygun değerdeki değişiklikler (kazanç ve kayıplar) her raporlama döneminde net gelire dahil edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Bitcoin, Kripto Varlıklar, Muhasebe Standartları, IASB, FASB

1. Giriş

Blok zinciri teknolojisine dayalı kripto para birimi, herhangi bir otoriteye ve ulusal para birimine bağlı olmayan ve herhangi bir merkez tarafından desteklenmeyen sabit bir toplam tutara sahip, eşler arası ağ tabanlı bir kriptografik elektronik para birimidir.

Halka açık şirketler ve varlık yönetimi şirketleri her geçen gün piyasası artan kripto para birimlerini alternatif bir yatırım aracı olarak tuttukları ve bunları varlıklarının ve finansal performanslarının önemli bir parçası olarak raporladıkları için, piyasa katılımcılarının bu yeni sanal varlıkların finansal ve değer açısından etkilerini anlamaları oldukça önemlidir. Ancak kripto paraların ulusal ve uluslararası çerçevede ortak bir kavramsal tanımı ve yasal bir dayanağı olmadığı için kripto para madenciliği yapan ya da yatırım aracı olarak elinde kripto para bulunduran şirketlerin nasıl ve nerede muhasebeleştireceğine ilişkin henüz bir düzenleme mevcut değildir. Bu bağlamda uluslararası muhasebe kuruluşları, kripto para biriminin birçok yönünü spesifik olarak ele almakta ve şirket mali tablolarında nasıl raporlanması gerektiğine ilişkin güncel görüşlerini paylaşmaktadır. FASB ve IASB kripto para birimlerinin varlık niteliği taşıdığını kabul etmekte ancak sınıflandırılmasına ilişkin farklı görüşlere sahip olup mevcut standartlardaki değerleme modeline karşı çıkmaktadırlar. Kripto paralar ulusal bir para birimi özelliği taşımadıkları için parasal varlık niteliğini karşılamamakta böylece nakit ve nakit benzeri olarak değerlemeye alınamamaktadır. Edinme ve elde tutma amacına bağlı olarak kripto paralar stoklar veya maddi olmayan duran varlıklar kapsamında sınıflandırılabilir. Ancak kripto para birimlerinin elde tutulmasındaki kazanç veya kayıplar mevcut stoklar veya maddi olmayan duran varlıklara ilişkin standartlar kapsamına girmemektedir.

Türkiye'de ise kripto para birimlerinin düzenlenmesine ilişkin yayınlanan yönetmelikte[1] kripto varlık tanımı kullanılmıştır. Kripto varlıkların ödemelerde doğrudan veya dolaylı kullanılamayacağı ve gayri maddi bir varlık olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla ekonomik değeri olan kripto varlıkları döviz ya da menkul kıymet olarak da değerlendirmek mümkün değildir. Kripto varlıkların piyasa hacmi ve kullanım alanı arttıkça ve ticari işlemlere konu olmaya başladıkça muhasebeleştirilmesi ve değerlenmesi için bir temelin inşa edilmesi gerekecektir. Bu çalışma kapsamında kripto varlıkları konu alan bir muhasebe standardı bulunmadığından uluslararası muhasebe kuruluşlarının yaklaşımları vurgulanmakta, güncel düzenlemeler ışığında nasıl uygulanacağına ilişkin görüşler paylaşılmaktadır.

[1] Ödemeler Kripto Varlıkların Kullanılmasına Dair Yönetmelik
https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/04/20210416-4.htm

2. Kripto Varlıkların Sınıflandırılma Alternatifleri

Kripto para birimlerinin yasal statüsü henüz belirlenmediğinden mevcut odak noktası edinilen varlığın muhasebeleştirilmesi üzerinedir. Kripto varlıkların muhasebeleştirme ve finansal raporlama konularını ele alan ABD Muhasebe Standartları Kurulu'nun (FASB) ve Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu'nun (IASB) görüşleri bu çalışmasının kapsamını oluşturmaktadır. İlk kez 2016 yılında Avustralya Muhasebe Standartları Kurulu kripto para birimlerinin niteliklerini ve varlık kategorilerini ele alan bir metin yayınlamış ve IASB'ın bu konuya ilişkin gelişmeleri ele almasını tavsiye etmiştir. 2018'de ise FASB Kar Amacı Gütmeyen Şirketler Danışma Kurulu, bağışçıların kripto para birimlerini bir ödeme yöntemi olarak kabul etmeyi ve finansal raporlama sorunlarının ele alınmasını planladığını belirtmiştir. 2017'de Japonya'da Ödeme Hizmetleri Yasası'nın yürürlüğe girmesiyle kripto para birimlerinin ödeme yöntemi olarak kullanılması yasallaştırılmıştır.

Kripto para varlıklarının nasıl sınıflandırılacağı IASB tarafından düzenlenen UMS (Uluslararası Muhasebe Standartları) ve UFRS (Uluslararası Finansal Raporlama Standartları) çerçevesinde henüz kararlaştırılmamıştır. Ancak IASB'ın kavramsal çerçevesine göre varlık; "geçmişteki olayların sonucu olarak işletme tarafından kontrol edilebilen ve işletmeye gelecekte ekonomik yarar sağlaması beklenen bir kaynak" olarak tanımlanmaktadır (UMS 38)[2]. Bu ekonomik kaynak, ekonomik fayda yaratma potansiyeline sahip bir haktır. Kanada, Avustralya, Japonya, Kore, Beyaz Rusya ve Türkiye gibi ülkelerin otorite kuruluşları kripto para birimlerinin varlık tanımına ilişkin koşulları sağladığını düşünmektedir. Ancak nakit ve nakit benzerleri, finansal araçlar, stoklar veya maddi olmayan duran varlıklardan hangisinde sınıflandırılacağı uluslararası muhasebe organları arasında farklılık göstermektedir (Ernst ve Young, 2021).

UMS 7 – Nakit ve Nakit Benzerleri

Standart kapsamında nakit, nakit ve vadesiz mevduatları içerir. Nakit para, hükümetler tarafından çıkarılan ulusal para birimini temsil eder. Kripto para birimleri çoğu ülkede henüz ulusal para birimi olarak kabul edilmemiştir. Nakit benzerleri, kolayca bilinen miktarlarda nakde çevrilebilen, likit olan ve değerinin UMS 38 kapsamındaki maddi olmayan varlıklara tam olarak eşdeğer olması muhtemel olmayan kısa vadeli yatırımlardır. Kripto para birimlerini bilançodaki nakit paranın bir parçası olarak nakit akış tablosundaki 'nakit ve nakit benzerlerine'

[2]https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TMS/TMS_38_2018.pdf

dahil etmek anlamına da gelir. Nakit akışının bir banka hesabından diğerine taşınmasının nakit akışı olmaması gibi, bu da nakit akış tablosunda kripto para birimi alım veya satımına ilişkin herhangi bir giriş yapılmasına neden olmaz. Kripto para biriminin değerindeki değişiklikler, raporlanan para biriminde ifade edildiğinde genellikle kar ve zararda kambiyo karları ve zararları olarak görünür. Bu nedenle, kripto para birimlerinin nakit veya nakit benzeri olarak değerlendirilmesi mümkün değildir.

UMS 32 – Finansal Araçların Sunumu ve UFRS 9 – Finansal Araçlar

UMS 32 çerçevesinde bir finansal varlığın iki taraf arasında sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüğün var olması ifade edilmektedir. Bir finansal varlığın temel özelliği, varlık sahibinin başka bir kuruluştan nakit veya diğer finansal varlıkları alma hakkını, başka bir işletme ile değiş tokuş yapabilme hakkını vermesidir. Kripto para birimlerinin dolaşımda olduğu ağ üzerinde kullanıcılar arasında herhangi bir sözleşmeye dayalı ilişki bulunmadığından ve değer elde etmenin tek yolu varlığı satmak olduğundan finansal araç olarak sınıflandırılması uygun değildir. Bir finansal varlığı karakterize eden faiz, temettü, geri ödeme hakkı veya başka herhangi bir nakit akışı yoktur. Bu, finansal varlıkların nasıl ölçüleceğini (gerçeğe uygun değerin itfa edilmiş maliyeti) ve kazanç veya kayıpların nasıl raporlanacağını belirleyen muhasebe standartlarının uygulanmadığı anlamına gelir.

UMS 38 – Maddi Olmayan Duran Varlıklar

UMS 38'ye göre maddi olmayan duran varlık, fiziki bir varlığı olmayan ve tanımlanabilir olan parasal olmayan bir varlıktır. Kripto paranın fiziksel bir şekle sahip olmaması, bir varlık olarak ayırt edilebilir olması ve ayrı ayrı veya ilgili sözleşmeler, tanımlanabilir varlık veya yükümlülüklerle birlikte satılabilmesi, ödünç alınabilmesi veya takas edilebilmesi özelliğine sahip olması nedeniyle kripto paranın tanımı karşılaması nedeniyle UMS 38 kapsamında maddi olmayan duran varlık değerlendirilmesi en uygun seçenektir. Ancak bir işletme, bir yatırım aracı olarak mal veya hizmet satın almak için kripto para birimlerini elinde tuttuğunda UMS 38 kapsamındaki bir maddi olmayan duran varlığa tam olarak eşdeğer olmayabilir.

Maddi olmayan duran varlıklar ilk kayda maliyet değeri üzerinden alınır. Maddi duran varlıklar gibi de amortismana tabii tutulur. Ancak kripto para birimlerinin sınırsız ömrü olduğundan yıllık amortisman gideri yoktur. Değer düşüklüğü olması durumunda kayda alınır ve gider olarak raporlanır. Bir kripto para birimi satıldığında ise satış tutarı ile satış tarihindeki bilançodaki defter değeri arasındaki fark da kar ve zarar tablosunda raporlanır.

UMS 2 – Stoklar

Bir işletmenin faaliyet döngüsü içerisinde satmak amacıyla elinde tuttuğu kripto para birimleri stok olarak sınıflandırılabilir. Kripto varlıklar, varlık sınıflandırmasına bakılmaksızın, başlangıçta elde etme maliyeti üzerinden değerlenmelidir. Ancak sonraki değerlemeleri varlık sınıflandırmasına bağlı olarak önemli ölçüde farklılık gösterir. Kripto para birimlerinin stok olarak sınıflandırılması durumunda UMS 2 uyarınca maliyet ve net gerçekleşebilir değerin düşük olanı üzerinden ölçülür. Kripto para birimlerinin sınırsız faydalı ömre sahip maddi olmayan duran varlık olarak sınıflandırılması durumunda amortismana tabi tutulmazlar ancak UMS 2 uyarınca değer düşüklüğü karşılığına tabi tutulurlar. Kripto varlıkların ticari faaliyetlerdeki payının düşük olması ve değerinin sürekli dalgalı olması stok olarak muhasebeleştirilmesinin uygun olmayacağının göstergesidir.

UMS 40 – Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller

Bir işletmenin yatırım amacıyla kripto para birimleri tutması durumunda, kripto para birimlerinin fiyatındaki yüksek değişkenlik nedeniyle, kripto para birimleri UMS 40 - Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller kapsamında muhasebeleştirilebilir. Kripto para birimleri bir teşvik olarak sunulmaktadır.

Ancak mevcut uluslararası muhasebe standartları ticaret amaçlı maddi olmayan varlıkları kapsamadığından, kripto para birimlerinin hiçbiri mevcut varlık sınıflandırmasını karşılamadığı ve mevcut varlık sınıflarının dışında yeni bir varlık sınıfı olarak sınıflandırılması gerektiğini ortaya koyar.

3. Uluslararası Düzenlemelerin Yaklaşımı

3.1. IASB

Finansal raporlamaya ilişkin kavramsal çerçevedeki varlık tanımına göre, kripto para birimleri varlık kategorisine girmektedir. Kripto para piyasasının hızla gelişmesiyle birlikte IASB, 2015 yılında dijital para birimleri konusunu potansiyel yeni bir proje olarak gündeme almıştır. Ancak henüz kripto para birimlerini ele alan bir standart mevcut değildir. IASB komitesi mevcut UMS 2 Stoklar standardının, faaliyet konusu kapsamında satış amacıyla elde tutulan kripto para birimleri için kullanılacağı sonucuna varmıştır. Faaliyet konusu dışında elde tutulan kripto para birimlerinin ise UMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar standardı kapsamında ele alınacağı ifade edilmiştir (IASB 2019; Ramassa ve Leoni 2021).

Tablo 1. IASB Kapsamında Temel Alınan Standartlar

İşlemin Ekonomik Olgusu	**Tanınma**	**Ölçüm**	**Standart**	**Açıklama**
Satış Amaçlı Elde Tutulması	Varlık	Gerçeğe Uygun Değer	UMS 2	Gerçeğe Uygun Değer – Satış Maliyeti Not: Kripto varlıkların satışıyla ilgili işlem maliyet yoktur.
Yatırım Amaçlı Elde Tutulması	Varlık	Gerçeğe Uygun Değer	UMS 38	Gerçeğe Uygun Değer – Birikmiş Değer Düşüklükleri

Kaynak: Klopper, Nicolette, and Sophia Magaretha Brink. 2023. Determining the Appropriate Accounting Treatment of Cryptocurrencies Based on Accounting Theory. Journal of Risk and Financial Management 16: 379.

Kripto varlıkların değişken doğası göz önüne alındığında piyasa katılımcılarının varsayımlarına dayanan gerçeğe uygun değer ölçüm esası, kripto para birimleri için en uygun bilgilerin elde edilmesini sağlayan ve en gerçeğe uygun sunumu sağlayan en uygun ölçüm esası olarak kabul edilmiştir. Kripto para birimleri gerçeğe uygun değerden satış maliyetleri düşülerek ölçülecektir. UMS 2 ve UMS 38 uyarınca kripto para birimlerinin gerçeğe uygun değer eksi satış maliyetleri üzerinden ölçümü, kripto para birimlerinin satışıyla ilgili işlem maliyeti olmadığından, varlığı gerçeğe uygun değer üzerinden ölçen kavramsal çerçevenin uygulanmasıyla da uyumludur.

IASB'ın Mart 2021'de kripto varlıklara ilişkin toplantısında (IASB 2021), kripto para birimlerinin finansal tablo hazırlamak zorunda olan kuruluşlar tarafından elde tutulması yaygın hale geldikçe, UMS 2 veya UMS 38'in uygulanmasına ilişkin rehberlerin yeniden gözden geçirilmesi gündeme gelmiştir. UMS 2 ve UMS 38 ölçüm ilkeleri kripto para birimlerinin doğası gereği ihtiyacı tümüyle karşılamadığı görüşüne varılmış ve sonuç olarak kurul, bu tür dijital para birimlerinin tamamen ayrı bir varlık kategorisi olarak ele alınmasına karar vermiştir. Şu anda, mevcut somut bir rehberin bulunmaması nedeniyle kripto para birimlerine yapılan yatırımlara en uygun muhasebe yöntemi konusunda belirsizlik bulunmaktadır

(PricewaterhouseCoopers 2019). Bu durum, çeşitli aktörler ve işletmeler tarafından farklı yorum ve uygulamalara yol açarak finansal tabloların hazırlanmasında olası hatalara yol açabilmektedir (AASB 2016; Sundqvist ve Hyytiä 2019).

3.2. FASB

FASB tarafından yayımlanan US GAAP (Amerika Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri) kapsamında kripto para birimlerinin muhasebeleştirilmesi konusunda yazılmış herhangi bir özel uygulama mevcut değildir. 2020 yılında Amerika CPA Enstitüsü tarafından bir dijital varlık çalışma grubu oluşturulmuştur. GAAP kapsamında kripto varlıkların nasıl muhasebeleştirileceğine ilişkin bir kılavuz geliştirmek üzere Dijital Varlıkların Muhasebeleştirilmesi ve Denetlenmesi başlıklı bir metin yayınlanmıştır. PwC gibi denetim şirketleri 2021'de kendi Kripto Varlıklar kılavuzlarını yayınlamıştır. Bu uygulama kılavuzları, kripto varlık muhasebesini belirlemek için FASB Muhasebe Standartlarını ve geçerli muhasebe literatürünü dikkate almıştır. FASB kapsamında kripto varlıkların süresiz ömürlü maddi olmayan varlıklar olarak muhasebeleştirileceği belirtilmiştir. Bunlar başlangıçta maliyet bedeliyle kaydedilir ve daha sonra değer düşüklüğü zararı açısından test edilir. Faaliyet konusu kapsamında satış amacıyla elde tutuların kripto para birimleri gerçeğe uygun değer üzerinden ölçülen stok olarak muhasebeleştirilir ve gerçeğe uygun değerdeki değişiklikler kar ve zarar tablosunda raporlanır. Eylül 2023 tarihli FASB'ın kurul toplantısında nihai bir standart taslağı hazırlama talimatı verilmiştir. Yeni rehbere göre, bir işletmenin kripto varlıkları edindikten sonra gerçeğe uygun değer üzerinden ölçmesi gerekecek ve gerçeğe uygun değerdeki değişiklikler her raporlama döneminde net gelire dahil edilecektir. Bir işletmenin gerçeğe uygun değer üzerinden ölçülen kripto varlıklarını bilançodaki diğer maddi olmayan varlıklardan ayrı olarak sunması ve kripto varlıkların gerçeğe uygun değer ölçümündeki değişiklikleri gelir tablosundaki diğer maddi olmayan varlıkların defter değerlerindeki değişikliklerden ayrı olarak sunması gerekecektir. Yıllık ve ara raporlama dönemlerinde, bir işletmenin her bir önemli kripto varlığı için isim, maliyet esası, gerçeğe uygun değer ve birim sayısı ile kripto varlıklarının toplam gerçeğe uygun değerleri ve maliyet değerleri gibi bilgileri açıklaması gerekecektir. Böylece işletmeler hem yıllık hem de ara raporlama dönemleri için kripto varlıkların risklerini ve muhtemel riskleri analiz etmek ve değerlendirmek için gerekli bilgileri sağlayacak açıklamaları sunmuş olacaktır. Yeni standardın 2023 yılı sonunda yayınlanması planlanmaktadır. 2024'ten sonra başlayan mali yıllar için, bu mali yıllar içindeki ara dönemler de dahil olmak üzere tüm kuruluşlar için geçerli olacaktır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

ABD şirketleri, kripto para birimlerini maliyet eksi değer kaybıyla maddi olmayan varlıklar olarak raporlarken, IFRS'e tabii çoğu şirket, kripto para birimlerini maddi olmayan varlıklar veya gerçeğe uygun değer üzerinden stok olarak muhasebeleştirmektedir. Bir kısmı da maddi olmayan varlıkları maliyet bedeli üzerinden muhasebeleştirmektedir. Tesla gibi firmalar, kripto para birimlerini edindikleri andan itibaren en düşük fiyatla muhasebeleştirmekte ve maliyet ile en düşük fiyat arasındaki farkı değer düşüklüğü olarak dikkate almaktadır. Değişken fiyatları göz önüne alındığında, kripto para birimlerinin defter değeri elden çıkarma değerlerinden önemli ölçüde farklılaşabilir ve fiyatlar en düşük tahmini fiyatın üzerinde olduğunda şirketin kârlılığını olumsuz yönde etkileyebilir. Dolayısıyla, mevcut muhasebe standartlarının eksikliği, kripto para birimleri için muhasebe uygulamalarının çeşitliliğine yol açmakta ve kripto para birimiyle ilgili faaliyetlerde bulunan şirketlerin raporlama işlemlerindeki farklılıklar, muhasebe bilgilerinin karşılaştırılabilirliğini etkilemektedir.

Hem FASB hem de IASB kapsamında US GAAP ve IFRS standartları çerçevesinde işletmelerin yatırım amaçlı kripto para birimlerini maddi olmayan varlıklar olarak, satış amaçlı elde tuttukları kripto varlıklarını ise kısa vadeli varlık-stok olarak değerlendirmeleri gerektiği önerilmiştir. Ancak FASB, kripto para birimlerinin gerçeğe uygun değerindeki değişikliklerin kar veya zararda muhasebeleştirildiği yeni bir varlık kategorisi yaklaşımı önermektedir. 2023, Eylül döneminde yapılan kurul toplantısı yeni bir standart çalışmalarının başlatılması kararıyla sonuçlanmıştır. Bu bağlamda standart düzenleyici otorite kuruluşlarının fikir birliğine varmak suretiyle ortak amaca hizmet eden bir düzenleme ortaya koyması uzun vadede tüm ihtiyacı karşılaması adına faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Ernst and Young, 2021 - Applying IFRS, Accounting for Holders of Crypto-Assets, file:///C:/Users/betul.alkan/Downloads/ey-apply-ifrs-crypto-assets-update-october2021.pdf

FASB - https://www.aprio.com/fasb-approves-proposed-accounting-standards-for-crypto-assets/

IAS 38 Intangible Assets - UMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar Standardı - https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TMS/TMS_38_2018.pdf

IFRS. 2019. Holdings of cryptocurrencies. Interpretation Committee. https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/supporting-implementation/agenda-decisions/2019/holdings-of-cryptocurrencies-june-2019. pdf. Accessed 19 Nov 2022.

Klopper, Nicolette, and Sophia Magaretha Brink. 2023. Determining the Appropriate Accounting Treatment of Cryptocurrencies Based on Accounting Theory. Journal of Risk and Financial Management 16: 379.

Ödemeler Kripto Varlıkların Kullanılmasına Dair Yönetmelik- https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/04/20210416-4.htm

PwC, December 2019. Cryptographic assets and related transactions: accounting considerations under IFRS (PwC publication), https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/ifrs/publications/ifrs-16/cryptographic-assets-related-transactionsaccounting-considerations-ifrs-pwc-in-depth.pdf..

Ramassa, Paola, and Giulia Leoni. 2021. Standard Setting in Times of Technological Change: Accounting for Cryptocurrency Holdings. Accounting, Auditing & Accountability Journal 35: 1598–624

Sundqvist, Ellinor, and Piia Hyytiä. 2019. Accounting for Cryptocurrencies—A Nightmare for Accountants. Bachelor's Degree in Accounting dissertation, Umea University, Umea, Sweden

SAĞLIK EŞİTSİZLİKLERİNİN SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Arş.Gör.Dr. Gülizar Gülcan ŞEREMET
Çankırı Karatekin Üniversitesi, - 0000-0002-5790-2780

ÖZET

Sağlık bireylere verilen değerli bir olgudur ve bireyler için bir yaşam kaynağıdır. Bu nedenle özellikle toplumların varlığını devam ettirebilmesinde sağlık hizmetlerinin eşit bir şekilde, haklara uygun olarak kullanılması önem arz etmektedir. Aynı zamanda toplumların sürdürülebilirliğinde sağlık önemli stratejik bir unsurdur. Dünyada birçok ülkede sağlık hizmetlerine eşit bir şekilde erişim, bireylerin temel yaşam hakları arasında yer almaktadır. Bu nedenle sağlık hizmetlerinden, ayrım gözetmeksizin herkesin eşit bir şekilde yararlanması devletlerin temel önceliklerindendir. Devletler tüm bunları yaparken özellikle toplum içerisinde demografik unsurları dikkate alarak sağlık eşitsizliklerini gidermeyi amaçlamaktadır. Demografik özellikler dikkate alınmadan sağlık eşitsizliklerinde yapılacak iyileştirme çabaları amaçlarına uygun bir şekilde etkin olamayabilecektir. Bu nedenle çalışmada sağlıkta eşitlik ve sağlık eşitsizlik kavramlarını tanımlayarak, sağlık eşitsizliklerine yol açan demografik faktörler üzerinde durarak alanyazına katkı sunmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Sağlık Eşitsizlikleri, Sağlık Eşitliği, Sağlık Yönetimi, Demografik Değişkenler.

1. GİRİŞ

Temel insan haklarından biri olan sağlık hakkı, tüm insanların sağlık hizmetlerine eşit bir şekilde erişebilmeleri açısından önemlidir. Kişilerin özellikleri birbirinden farklı olmasından ötürü, sağlık statüleri de birbirinden farklılaşmaktadır. Bu nedenle bireylerin eşit bir şekilde sağlığa erişebilmeleri tartışmalı bir konu olmaktadır. Çünkü bireylerin aynı sağlık seviyesine sahip olmaları mümkün olmamaktadır.

Sağlıkta hakkaniyetin ya da eşitliğin olmaması sağlıkta eşitsizlik olarak ifade edilen bir olgudur ve bu olgu gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerin ortak sorunudur (Şantaş ve Şantaş, 2021). Çünkü sağlık eşitsizlikleri toplumun tümü için önemlidir ve ortak bir sorundur. Bu bağlamda sağlık eşitsizlikleri ülkelerin gelir ve refah kaybına, toplumsal huzursuzluğa sebebiyet verebilmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlıkta eşitsizliği "bireylerin doğdukları büyüdükleri, yaşadıkları, çalıştıkları ve yaşlandıkları sosyal koşullardan kaynaklanan" etmenlerin bir sonucu olarak ifade etmektedir (WHO, 2021). Bu nedenle sağlıkta eşitsizlikleri giderebilmek için öncelikli olarak sağlık eşitsizliğine neden olan etmenlere odaklanılarak sağlık eşitsizliklerinin neler olduğunun belirlenmesi gereklidir. Çünkü sağlık eşitsizlikleri önlenebilirdir.

Sağlıkta eşitsizliği değerlendirebilecek standart bir çalışma olmamakla beraber birbirinden farklı birçok bağımsız ve bağımlı değişken kullanılmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada, sağlıkta eşitsizlik sosyodemografik değişkenler açısından ele alınmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak sağlık eşitliğine değinilmiş sonrasında sağlık eşitsizliği açıklanmıştır. Bir sonraki bölümde ise, sağlık eşitsizliğine neden olan etmenler teorik açıdan ele alınmıştır.

2. SAĞLIKTA EŞİTLİK

Hem ulusal hem de uluslararası yasal düzenlemelerde sağlık, kişilerin doğuştan sahip olduğu sosyal hak olarak görülmektedir. Birey sağlığının korunarak toplum sağlığının geliştirilip iyileştirilmesi için, gelir düzeyi, eğitim, kişilerin sağlıklarını geliştirmeye yönelik davranış ve tutumlar gibi bireysel durumların yanında akılcı sağlık politikalarının geliştirilmesi, erişilebilir ve kaliteli sağlık hizmetlerinin üretilmesi, kaynak dağılımının ve kullanımının yapılmasında hakkaniyet önemlidir. Bu bağlamda, hukuki düzenlemeler doğrultusunda etkili ve kaliteli biçimde sunumu yapılan sağlık hizmetlerine kişilerin ihtiyacı olduğu anda adil bir biçimde erişebilmelerine engel olan, dezavantaj oluşturan durumların yok edilmesi sağlıkta eşitlik şeklinde ifade edilmektedir (Tekingündüz vd., 2016).

Dünyada birçok ülkede bireylerin eşit düzeyde sağlık hizmetlerinden yararlanmasını sağlamak, kişilerin hakkı ve devletin yükümlülükleri olarak kabul edilmektedir. Bu hakkın kişilerin ihtiyaçları doğrultusunda ve eşitlik çerçevesinde karşılanması gerekmektedir (Genç ve Kurutkan, 2021). En basit ifade ile eşitlik tüm toplumu kapsayacak şekilde eşit muamele yapılmasıdır. Sağlık hizmetlerinde eşitlik, sağlık farklılıklarını en az düzeye indirmek ve sağlık için eşit fırsatlar sunmak demektir.

Sağlık hizmetlerinde eşitlik ile hedeflenen, kaynakların tüm nüfusun yararına hakkaniyetli ve adil bir şekilde dağıtımının yapılmasıdır (Çetin Aslan ve Ekinci, 2022). Sağlıkta hakkaniyet, sağlığın sosyal belirleyicileri konusunda toplumdaki farklı katmanlar arasındaki farklılıkların ortadan kaldırılmasıdır (Braveman ve Gruskin, 2003).

Diğer bir ifade ile sağlık hizmetlerinde eşitlik, benzer hastalığa sahip olanların benzer şekilde tedavi edilmesidir (Culyer, 2001). Sağlıkta eşitliğin sağlanması için bir dizi eşitlik tanımı ortaya konmaktadır. Fakat bu tanımlamalarının hepsinin kişilerin adalet duygusunu tatmin etmesi mümkün değildir. Örnek vermek gerekirse sağlık hizmetlerinin kişi başına dayalı olduğu bir

bölgede mevcut sağlık hizmeti bütçesi nüfus büyüklüğüne göre bölgeler arasında eşit bölündüğünde, adil bölüşüm yapılması sağlanacaktır. Fakat bu durum sağlansa bile farklı sosyal ve yaş grupları arasında çeşitli bakım ihtiyaçları göz önüne alınacak bu sebeple birçok kişi tarafından hakkaniyetli olarak kabul edilmeyecektir (Çetin Aslan ve Ekinci, 2022). Bu bağlamda sağlıkta ortaya çıkan çeşitli farklılıkların adaletsiz olarak kabul edilip edilmeyeceği kişilerin sağlıksız bir hayatı seçip seçmediğine ya da sağlıksızlık durumunun kendi kontrolleri dışında (cinsiyet, yaş gibi) olup olmadığına bağlı olarak değişmektedir. Sağlıkta eşitlik, bireylerin sağlığa ihtiyacı olduğu anda tüm sağlık hizmetlerine erişebilmesi ve bu erişimi gerçekleştirirken kişilerin dezavantajlı olmaması olarak ifade edilebilir. Kısacası sağlıkta eşitlik, ideal bir hedeftir ancak ulaşılması oldukça zordur.

3. SAĞLIK EŞİTSİZLİKLERİ

Sağlık eşitsizliği, sağlık sisteminde yer alan yetersizliklerin ya da sağlığa etki eden sosyal faktörlerin etkisi ile kişiler ya da toplumların sağlık durumlarında kabul edilemez ya da önlenebilir bozulmaları ifade etmektedir (Şimşek ve Kılıç, 2012). Diğer bir ifade ile sağlıkta eşitsizlik, sağlık konusunda gruplar ve bireyler arasındaki farklılıkları ifade eden bir kavramdır (Genç ve Kurutkan, 2021). Eşitsizlikler, sosyal adaletten eksik üretim ve bölüşüm ilişkilerinden kaynaklanan, etkisi ile kişi onuruna yakışır yaşama olasılığı üzerinde ölümcül sonuçlara sebebiyet veren sosyoekonomik bir virüstür (Atatanır, 2021).

Sağlık eşitsizliği, farklı sosyal gruplardaki bireylerin mal veya hizmetlere erişimde eksiklik ayrımcılık, yoksulluk ve sağlıktaki haksız farklılıklara sahip olması şeklindeki dezavantajlarıdır (WHO, 2013). Diğer bir ifade ile sağlıkta eşitsizlik, bir topluluğun diğer bir topluluk üzerinde oluşturduğu engellenebilir, baskı niteliğindeki sosyoekonomik nedenler ile dezavantajlı grubun sağlık hizmetlerine erişimindeki engel olarak ifade edilmektedir (Saraçoğlu, 2014).

Uluslararası sağlık kamuoyunda sağlıkta eşitsizlik terimine ilk kez 1978 Alma Ata Konferansı Bildirgesinde yer verilmiştir. Bu bildirgede toplumun sağlık statüsündeki eşitsizliğin sosyal, politik ve ekonomik olarak kabul edilemez olduğu ifade edilmiştir (Crombie vd., 2005). Rapor, sağlık eşitsizliğinin varlığını ve büyüklüğünü belirleyebilmek için birbirinden farklı dört teoriye dayandırılmıştır (McCartney vd., 2013):

Yapay Teori/Teori 1: Bu teoride sağlık çıktılarında sağlık eşitsizliğini belirten göstergeler ile sağlık statüleri arasındaki ilişki ortaya konularak, sosyal statü belirleyicileri ile sağlık sonuçları arasındaki ilişkiye yer verilir. Yani sosyal statü belirleyicileri ile sağlık sonuçları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

Seçim Teorisi/Teori 2: Bu teori düşük sosyal statü ile kötü sağlık koşulları arasındaki ilişkiye dayanır. Diğer bir deyişle, hastalanmadan önceki sosyal durum ile hastalandıktan sonraki morbidite ve mortalite ilişkisi ortaya konmaktadır.

Kültürel ve Davranışsal Teori/Teori 3: Bu teoride diyet, gereksiz ilaç kullanımı, fiziksel aktivite, sigara, alkol tüketimi gibi alışkanlıkların toplumun farklı kesimlerindeki sıklığının sağlık eşitsizliğine sebep olduğu vurgulanmaktadır. Kısacası bu teori ile özellikle toplumda düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin sağlıksız alışkanlıklara sahip olduğu ve bu durumun sağlıkta eşitsizliğe sebep olduğu düşünülmektedir.

Yapısal Teori/Teori 4: Bu teoride, sosyal grupların sosyoekonomik yapı içerisindeki farklılıklarının, sağlık çıktılarında da farklılıklar yarattığı ifade edilmektedir. Sağlık çıktılarının daha çok geliştiği toplumların daha fazla kaynağa sahip olduğu düşünülür.

Sağlıkta eşitsizlik konusu hem ulusal hem de uluslararası düzeyde uzun yıllardan beri tartışmalı bir konudur. Çünkü sağlıkta eşitsizliğin yaratacağı yükler, yarattığı adaletsizlik ve haksızlık toplumun tamamını etkilemektedir.

Sağlıkta eşitsizlik, birçok farklı şekilde tanımlama olarak karşımıza çıkmakla birlikte tüm tanımlamalardaki ortak düşünce sağlıkta eşitsizliğin önlenebilir ve istenmeyen farklılıklar olduğudur. Gerekli önlemler alınması halinde sağlıkta eşitsizlikler ortadan kaldırılabilir veya azaltılabilir haksızlıklardır (Şantaş ve Şantaş, 2021). Sağlık eşitsizlikleri, toplumun değerleri ile kaynakların ne şekilde paylaşıldığını belirleyen süreçlerin değerlendirilmesini kapsar (Reid ve Robson, 2006).

Sağlıkta eşitsizlik sadece az gelişmiş ülkelerde değil aynı zamanda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde de önemli bir konudur (Tekingündüz vd., 2016). Global anlamda sağlık hizmetlerinden her toplum eşit seviyede yararlanamamakta, kişilerin sağlık ihtiyaçları karşılanamamaktadır (Genç veKurutkan2021). Bu bağlamda sağlık eşitsizliklerinin doğru hükümet politikaları ile azaltılması beklenir (World Health Organization, 2021).

Sosyoekonomik eşitsizliklerin sağlık üzerine etkisi yaşlı, çocuk ve kadın gibi riskli gruplarda daha çok belirgin olmakla birlikte toplumun genelinin sağlığını etkilemektedir (Koçoğlu ve Akın, 2009). Sağlık eşitsizlikleri, aynı ya da farklı ülke veya ülkeler içerisinde çeşitli sosyal gruplarda yer alan bireylerin sağlık düzeylerinde sağlık istatistikleri aracılığı ile açıkça görülmektedir. Bu kapsamda sağlıkta eşitsizlikleri varlığını belirleyebilmek için ülkelerin istatistiklerine ihtiyaç duyulur.

Eşitsizliği öne çıkaran en önemli göstergeler, sağlık düzeyi göstergeleri olup sağlık eşitsizliğinin başlıca göstergeleri arasında anne ölüm hızı, doğuşta beklenen yaşam süresi, çocuk ölüm hızı, bebek ölüm hızı gibi belirteçler yer almaktadır (Sönmez ve Çelik, 2021). İster

gelişmiş isterse gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülke olsun sağlık istatistikleri sağlık eşitsizliklerini göstermede önemlidir. Örneğin, Nijerya'da canlı olarak doğan her 1000 çocuktan 117'si beş yaşını bile göremezken durum Finlandiya'da yalnızca 2 kişidir (The World Bank, 2020).

Bir diğer sağlık eşitsizliği göstergelerinden biri de sağlık harcamaları ile ilişkili olan Gini indeksidir. 2018 yılı verilerine bu katsayı İngiltere'de 0.35, Almanya'da 0.31, Türkiye'de 0.42 ve Fransa'da 0.32 olup gelir dağılımındaki eşitsizlik Türkiye'de yüksektir (World Bank, 2021). Sağlık göstergeleri ile ülkelerin gelişmişlik düzeyi arasında oldukça güçlü bir ilişki mevcuttur ve sağlık göstergeleri konusunda ülkeler arasında büyük farklılıkların olduğu ifade edilmektedir. Global sağlık göstergelerine göre ülkelerin aldıkları toplam puanlarda Avrupa ülkelerinin ortalamalarının yüksek, Afrika ülkelerinin ise en kötü ortalamaya sahip olduğu görülmektedir (Aba vd., 2015).

Sağlık eşitsizlikleri, sağlık hizmet sunumlarında önlenebilecek olan farklılıkları ifade etmektedir. Örneğin, genç kişilerin yaşlı nüfusa oranla daha sağlıklı olması beklenir ya da yenidoğan kız bebeklerin erkek bebeklere oranla düşük doğum ağırlığına sahip olma eğilimindedir. Erkek bireylerde prostat sorunu varken kadın bireylerde prostat sorunu yoktur. Bu tür sağlık eşitsizliklerinin, adil olmadığı söylenemez (Braveman ve Gruskin, 2003). Diğer bir deyişle, kişiler arası sağlık farklılıkları, biyolojik ve doğal farklılıklardır bu nedenle bu durum sağlık eşitsizlikleri olarak görülmekten ziyade kaçınılmaz bir durumdur.

Erkek ve kız çocuklar arasındaki aşılama seviyesi ve beslenme durumları arasındaki farklılıklar ya da sağlık hizmet alım ihtimalinde etnik/ırksal çeşitlilikler, eşitsizlik açısından endişe verici olmaktadır. (Braveman ve Gruskin, 2003). Bu nedenle sağlıkta eşitsizlik, sağlık hizmet sunumlarında önlenebilecek olan farklılıkları ifade etmektedir. Mevcut sağlık kaynaklarının ve risklerin eşit bir şekilde dağıtılmaması olarak da ifade edilebilir.

Sağlık eşitsizlikleri gelir, eğitim, sosyal statü gibi adaletsiz dağılım sebebi ile ortaya çıktığı durumlarda önlenebilirdir (Gürsoy, 2014). Ancak cinsiyet ve yaş gibi kontrol edilemeyen sebeplerden kaynaklanan problemler sağlık eşitsizliği olmadığı gibi bireysel farklılık olarak belirtilebilir. Aynı hastalıklara sahip zengin bir kadının fakir bir kadına göre daha iyi bir şekilde sağlık hizmeti alabilmesi sağlıkta eşitsizlik olarak nitelendirilirken, yaşlı bir kadının genç bir kadına göre meme kanserine daha kolay yakalanabilmesi biyolojik farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Bu tür farklılıklar insan yaşamı gereği doğaldır.

Kız çocuklarına erkek çocuklarından daha az sağlık hizmeti vermek, cinsiyete bağlı kadınlara negatif ayrımcılık yaparak kırsal yerlerde evde kadının statüsünü düşürerek sağlıksız şartlar

altında yaşaması ya da daha kötü beslenmesine sebep olmak eşitsizliktir (Şimşek ve Kılıç, 2012).

4. SAĞLIK EŞİTSİZLİKLERİNDE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Sağlıkta eşitlik herkesin istediği kadar istediği anda sağlık hizmetlerine ulaşabilmesidir. Sosyal etmenler zaman zaman sağlıkta eşitsizlik yaratabilmektedir. Bu nedenle sağlıkta eşitsizlikleri giderebilmek için bu sosyo-demografik etmenlerin yaratmış olduğu olumsuzlukları göz önüne almak gereklidir. Demografik etmenle kastedilen yaş gibi değiştirilemez etmenler değildir.

Sağlık eşitsizlikleri, gerek gelişmiş ülkeleri gerekse gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerin tümünü ilgilendiren bir durumdur. Sağlık eşitsizliklerini değerlendirebilmek için birçok farklı teori ve yöntem bulunsa da sağlık eşitsizlikleri temelde sosyal sınıf, gelir, cinsiyet, gelir gibi belirleyicilerden etkilenmektedir.

4.1.Cinsiyet

Bir toplumda sağlık eşitsizliği yaratan durumlardan biri cinsiyettir. Araştırmalar sağlık eşitsizliğine neden olan faktörler arasında cinsiyetin de olduğunu göstermektedir. Araştırmalar kentsel ve kırsal alanlarda kadınların aynı eğitim ve gelir düzeyine sahip olsalar bile erkeklere göre sağlık düzeylerinin daha kötü olduğunu göstermiştir (Gönç Şavran, 2014).

Toplumsal yapıda bireylerin cinsiyet konusunda yaşamış oldukları sağlık eşitsizlikleri kadın ve erkek açısından birbirinden farklılık gösterir. Çünkü kadınların ve erkeklerin toplumsal yapı gereği rolleri birbirinden farklı olduğundan dolayı bu eşitsizlik göze çarpmaktadır. Erkekler ile kadınlar karşılaştırıldığında kadınların iş hayatında çalışma durumları, aile hayatındaki sorumlulukları ve konumu açısı ile erkeklere göre negatif bir ayrımcılığa sahip olduğu söylenebilir.

Sağlık eşitsizliklerinde cinsiyet kelimesi ile belirtilen biyolojik cinsiyet değildir. Şüphesiz kadın ve erkeğin maruz kaldığı sağlığa yönelik riskler biyolojik açıdan bakıldığında farklılaşabilmektedir. Bu nedenle eşitsizlik ile kastedilen toplumsal cinsiyettir (Solar ve Irwin, 2010).

Birbirinden farklı toplumlarda yer alan aynı cinsiyetteki bireyler arasında karşılaştırma yapmak sağlıklı olmayabilir. Çünkü her ülkenin bulunduğu yapı, kültür, gelişmişlik seviyesi birbirinden farklı olduğundan aynı toplumda yer alan cinsiyetler arasında karşılaştırma yapmak daha sağlıklı olacaktır. Sağlık eşitsizliğini cinsiyet açısından değerlendirilmek istendiğinden toplumsal cinsiyetin kastedilmesi gereklidir. Aksi halde gelişmemiş bir ülkedeki kadınların sağlık düzeyi ile gelişmiş bir ülkede yaşayan kadınların sağlık düzeylerinin karşılaştırılması uygun olmayabilir. Toplumsal cinsiyet ile kastedilen sağlık eşitsizliği aynı toplum içerisinde

yer alan iki aynı cinsiyet ve hastalığa sahip bireylerin karşılaşmış oldukları sağlık eşitsizliklerini ifade etmektedir.

4.2. Gelir/ Ekonomik Koşul

Sosyoekonomik sistemlerin ve bu sistemlerin yaratmış olduğu eşitsizlikler bireylerin yaşamlarında oldukça önemli izler bırakabilmektedir. Sosyal ekonomik düzeyin göstergelerinden biri olan gelir düzeyi, maddi kaynaklara ulaşımı doğrudan belirlemektedir. Gelir düzeyi yükseldikçe birey iyi kalitedeki maddi kaynaklara ulaşım sağlayabilmektedir. Gelir düzeyi sağlığı doğrudan ya da dolaylı şekilde etkileyen hizmetlere erişimi etkilediğinden bu durum kişinin sağlığını etkileyebilmektedir (Solar ve Irwin, 2010).

Gelir eşitsizliğinin yüksek olduğu toplumlarda sağlık eşitsizliklerinin de arttığı görülmektedir (Joe vd., 2008). Japonya'da yapılan bir araştırmada düşük gelire sahip yaşlı bireylerin orta ve yüksek gelire sahip yaşlı bireylere göre sağlık hizmetlerine erişirken daha çok zorluk ile karşı karşıya kalındığı gözlenmiştir (Higuchi, 2018). Sosyoekonomik durum yalnızca yaşlılık döneminde değil tüm yaş gruplarında sağlık eşitsizliklerine neden olmaktadır. Çocukluk döneminde yaşanan sağlık eşitsizlikleri bireyleri yetişkinlik dönemlerinde de etkilemektedir (Chen, Yan ve Gill, 2020).

Herhangi bir gelire sahip olmayan bireyler ya da düşük sosyoekonomik seviyeye sahip kişiler daha kötü sağlık koşullarına sahip olabilmektedir (Kocabaş,2014). Gelir eşitsizliği tüm sağlık göstergelerinde etkili olmaktadır. Örneğin, yüksek gelire sahip ülkelerde ortalama yaşam süresi 81 yıl iken, düşük gelire sahip ülkelerde ortalama yaşam süresi 62 yıl olmaktadır (WHO, 2021). Sağlık eşitsizliklerinde gelir düzeyi ülkelerin gelişmiş seviyelerine göre de farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, ölüm ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişki Tayvan'da incelenmiş ve gelir seviyesinin hızlı bir şekilde artarak gelişmekte olan bir ülkeden gelişmiş bir ülkeye geçmesi ile beraber ülkenin sağlık çıktıları üzerinde gelirin önemli etkisi olduğu görülmüştür (Chiang, 1999). Ayrıca gelirin, sağlık eşitsizlik göstergelerinden birisi olan bebek ölüm hızları ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Çoban, 2008). Bunun yanında sağlık eşitsizliklerinin neden olduğu yaşam kalitesinin sosyal güvencesi olmayan ya da düşük gelire sahip kişilerde daha düşük olduğu görülmüştür (Yologlu vd, 2020). Lopez-Cevallos ve Chi (2010) çalışmalarında hane halkının ekonomik durumu ile önleyici ve iyileştirici hizmetlerin kullanımı arasında önemli bir negatif ilişki tespit etmiştir. Ayrıca, yerli etnik köken, ekonomik durumdan bağımsız olarak sağlık hizmeti kullanımının önemli bir negatif belirleyicisi olarak bulunmuştur.

4.3. Eğitim

Eğitim düzeyi, sağlık ile en fazla ilişkili sosyoekonomik göstergelerden biridir (Yardım,2001). Sağlık açısından eğitim önemli göstergelerden biridir. Eğitim yılı sosyoekonomik düzeyi

belirlemektedir. Eğitim gelir durumunu belirlediğinden sağlık durumunda etkilidir. Eğitim ile kazanılan bilgi ve beceri kişinin sağlık hizmetlerine erişimini etkilemektedir (Solar ve Irwin, 2010).

Sağlık imkanlarına ulaşmada öğrenim durumu önemli bir etmendir. İyi eğitime sahip bireyler, sosyal rütbelerinden ve iş prestijlerinden dolayı daha az ekonomik sıkıntı çekmektedirler. Bu nedenle sağlıkla ilgili gerekli kaynaklara rahatlıkla erişebilmektedirler (Dorn vd., 2020). Eğitim seviyesinin yükselmesi ile sağlığa ilişkin farkındalık ve bilinç düzeylerinin de artması beklenmektedir. Yüksek farkındalık ve bilinç düzeyi bireylerin sağlıklı yaşam davranışlarını olumlu etkileyebilmektedir. Yapılan araştırmalarda eğitimin morbidite hızı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiş, eğitim düzeyinin düşük olduğu durumlarda morbidite hızlarının yüksek olduğu belirlenmiştir (Yardım ve Özcebe, 2010).

4.4. Sosyal Sınıf

Bireyler bulunduğu konum itibari ile toplum içerisinde belirli bir sosyal sınıfa aittir. Ait oldukları sosyal sınıf kişilerin sağlık durumlarını olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir. Yapılan bir çalışmada lgbt'li (lezbiyen, gey, biseksüel, transseksüel veya travesti) bireylerin sağlık hizmetlerine ulaşma konusunda birtakım zorluklar yaşadığı tespit edilmiştir (Ünal, Altındal ve Yılmaz, 2018). İsviçre'de yapılan bir araştırmada ise göçmenlerin yerli halka oranla sağlık hizmetlerine erişmede birtakım zorluklar çektiği tespit edilmiştir (Tzogiou, Boes ve Brunner, 2021).

5. SONUÇ

Sağlık hizmetlerine talep, tüm dünya 'da ve Türkiye'de her geçen gün artmaktadır. Sağlık hizmet talebinde meydana gelen artışlar devletlerin sağlık hizmet sunumlarına ilişkin yürütmüş oldukları faaliyetlere de yansımaktadır. Bu nedenle devletlerin sağlık hizmetlerine taleplerini etkin bir şekilde karşılayabilmelerinde sağlık eşitsizliklerini dikkate almaları gereklidir. Fakat zaman zaman küresel kapsamda bakıldığında toplumlar sağlık haklarından eşit bir şekilde yararlanamamaktadır.

Sağlık eşitsizlikleri hem toplumsal hem de soysal konular ile ilişkilidir. Sağlık eşitsizlikleri dünyada tüm ülkeler açısından çözülmesi gereken bir sorundur. Özellikle demografik değişkenler sağlık hizmet sunumunda sağlık eşitsizlikleri üzerinde önemli bir rol almaktadır.

Sağlık eşitsizliklerini iyileştirebilmek için toplumsal bazda gelir ve refah eşitsizliklerinin azaltılması ya da bunların yeniden dağıtılması gerekebilmektedir. Maddi durumu yetersiz olan bireylerin yaşam koşullarının iyileştirilmesi, geliri yetersiz kişilerinin sağlık hizmetlerine ücretsiz bir şekilde erişimine özen gösterilmesi, hizmetlere engellerin kaldırılması, toplumun ihtiyaçlarına yönelik sağlık hizmetlerine öncelik verilerek kamunun niteliklerinin ve

imkanlarının artırılması (Tekingündüz vd., 2016) konusunda gerekli hassasiyetlerin gösterilmesi gereklidir. Aynı zamanda toplumsal açıdan bakıldığında bireylerin cinsiyet ayrımcılığı, sınıf ayrımcılığına maruz kalmadan sağlık hizmetlerine eşit bir şekilde ulaşılabilmesi dikkate alınması gereken diğer noktalardandır.

Bu çalışma ile sağlık eşitsizliklerinde demografik unsurlara değinilmiş ve sağlık eşitsizliklerinde toplumsal açıdan demografik özelliklerin yaratmış olduğu eşitsizlikler üzerinde durulmuştur. Çalışmanın ileride yapılacak farklı çalışmalara ışık tutması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Atatanır, H. (2021). Post-Pandemi Sürecinde Sağlık Hakkı ve Sağlıkta Eşitlik, Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(45):2106-2118.

Beyaz Sipahi, F. B. (2014). Türkiye'de Obezite Üzerinde Sosyoekonomik Değişkenlerin Etkileri ve Eşitsizlik. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Braveman P.A. ans Gruskin S.(2003).Defining Equity in Health. Journal of Epidemiology and Community Health. 57(4):254-8.

Cevik, C., ve Kilic, B. (2018). Change From Health Center To Family Physician Period İn The Turkish Health System: A Qualitative Study. The International Journal Of Health Planning And Management, 33(4), e1022-e1036.

Chen, X., Yan, B. ve Gill, T. M. (2020). Childhood Circumstances and Health Inequality in Old Age: Comparative Evidence from China and the United States (No: 13460). Discussion Paper Series. Bonn.

Chiang, T.L. (1999). Economic Transition and Changing Relation between Income Inequality and Mortality in Taiwan: Regression Analysis. British Medical Journal, 319 (7218), 1162–5.

Crombie, I. K., Irvine, L., Elliott, L. and Wallace, H., (2005). Closing the Health Inequalities Gap: An International Perspective.WHO Regional Office for Europe, Copenhagen.

Culyer,A.J.(2001).Equity-some theory and its policy implications.Journal Of Medical ethics,27:275-283.

Çetin Aslan E. ve Ekinci N.(2022). Sağlık Alanında Eşitsizlikler, Editör:Öztürk, Z.Sağlık Yönetiminde Çağdaş Gelişmeler. Nobel Akademik Yayıncılık, Basım sayısı:1.Ankara.

Çoban, S. (2008). The Relationship among Mortality Rates, Income and Educational Inequality in Terms of Economic Growth: A Comparison between Turkey and the Euro Area. MPRA, Paper No:13296

Dorn V.A., Cooneye, R. and Sabin, M. L. (2020). Covıd-19 Exacerbating İnequalities İn The US. Elsevier Public Health Emergency Collection, 395(10232), 1243-1244.

DSÖ (1997). Final Report Of Meeting On Policy Oriented Monitoring Of Equity İn Health And Health Care. Genava, WHO, pp. 4. Erişim Tarihi 05.02.2023

Genç, G. ve Kurutkan, M. N. (2021). Eşitsizlik Bağlamında Karşılanmayan Sağlık İhtiyacı: Türkiye Sağlık Araştırması Verilerinden Kanıtlar . SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi , 3 (1) , 34-51.

Gönç Şavran, T. (2014). Sağlıkta Toplumsal Cinsiyet Eşitsizlikleri: Eskişehir'de Kırsal ve Kentsel Alanlarda Kadın Sağlığı. Fe Dergi, 6(1), 97-115.

Gürsoy, K. (2014).Are All Health İnequalities Really Unjust? Sosyal Güvence Dergisi, 5, 127-135.

Higuchi, M., Suzuki, K., Ashida, T., Kondo, N. and Kondo, K. (2018).Social Support and Access to Health Care Among Older People in Japan:Japan Gerontological Evaluation Study (JAGES). Asia Pacific Journal of Public Health. 30(5), 425-436

Joe, W., Mishra, U. S. ve Navaneetham, K. (2008). Health Inequality in India: Evidence from NFHS 3. Economic and Political Weekly, 43(31), 41-47.

Kocabaş. A. (2014) Küresel ve Ulusal Akciğer Sağlığına En Büyük Tehdit Sağlıkta Eşitsizlik. Toraks Bülteni. Haziran.9-14.

Koçoğlu,D ve Akın,B.(2009). Sosyoekonomik Eşitsizliklerin Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları ve Yaşam Kalitesi ile İlişkisi. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi. 2 (4), 145-154.

Lopez-Cevallos, D. F. and Chi, C. (2010). Health Care Utilization in Ecuador: A Multilevel Analysis of Socio-Economic Determinants and Inequality Issues. Health Policy and Planning, 25(3), 209-218.

McCartney, G., Collins, C. Ve Mackenzie, M. (2013). What (or who) Causes Health İnequalities: Theories, Evidence and İmplications?.Health Policy, 113(3), 221–227.

Nesanır. N.. Düzkalır. H.. Göktolga. G.. Ekin. F.. Ersin. C. ve Eser. E. (2005). Manisa İlinde Bir Sağlık Ocağı Bölgesinde Sağlıkta Eşitsizlikler. Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi.14 (10). s:221-228.

Reid, P. and Robson B. (2006). The state of Màori health In M Mulholland (ed) State of the Maori Nation: Twenty-First Century Issues in Aotearoa. Auckland: Reed.

Saraçoğlu, G.V. (2014). Dünya'da Kadın Sağlığındaki Eşitsizlikler. Toplum ve Hekim, 29(1), 32-40.

Solar O and Irwin A . (2010). A Conceptual Framework For Actionon The Social Determinants of Health . Social Detrminants of Health Discussion Paper 2 (Policy and Practice).

Şantaş, F. ve Şantaş, G. (2021). Sağlıkta Eşitsizliğe İlişkin Bir Araştırma . Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi , 7 (2) , 318-328 .

Şimşek, H. ve Kılıç, B. (2012). Sağlıkta Eşitsizliklerle İlgili Temel Kavramlar. Türkiye Halk Sağlığı Dergisi, 10(2), 116-127.

Tekingündüz, S., Kurtuldu, A. ve Işık Erer, T. (2016). Sağlık Hizmetlerinde Eşitsizlik ve Etik. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 8 (4) , 32-43 .

The World Bank. (2020). Mortality rate, under-5 (per 1,000 live births). https://data.worldbank.org/indicator/SH.DYN.MORT (Erişim Terihi: 02.01.2023)

Tzogiou, C., Boes, S. and Brunner, B. (2021). What Explains The Inequalities In Health nie Care Utilization Between Immigrants And Non-Migrants In Switzerland? BMC in Public Health, 21, 530.

Ünal, E., Altundal, H. ve Yılmaz, M. (2018). Kültürel Yetkinlik Gerçeği: LGBTİ ve Sağlık dan Hizmetlerinde Eşitsizlikler. Aslan, F. E. ve Sayıner, F. D. (Ed.) Hemşirelik ve Ebelik içinde

World Bank. (2021a). Gini İndex (World Bank estimate). https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI Erişim Tarihi:31.04.2023

World Health Organization. (2021b). Health İnequities and Their Causes. https://www.who.int/news-room/facts-in-pictures/detail/health-inequities-and-their-causes Erişim Tarihi:14.05.2023

Yardım, M. S. (2001). Ankara İli Çankaya İlçesi'nde 25 Yaş ve Üzeri Nüfusun Sağlık Düzeyinde ve Sağlık Hizmet Kullanımında Sosyoekonomik Farklılıklar.Uzmanlık Tezi, Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Ankara.

Yardım, M.S. ve Özcebe, H. (2010). Ankara İli Çankaya İlçesinde 25 Yaş ve Üzeri Nüfusun Sağlık Düzeyinde Sosyoekonomik Farklılıklar. Ege Tıp Dergisi, 49(1), 19-30.

Yoloğlu, A.C., Kurt, A.Ö., Sarıkaya Levent, Y., Levent, T., Burat, S., Karaca, S. ve Gökalp, S. (2020). Sağlık Eşitsizlikleri, DSÖ Yaşam Kalitesi Ölçeği Üzerinden Bir Değerlendirme: Mersin İli Mezitli İlçesi Örneği. Planlama, 30(1),66–88.

E-TİCARETTE MEVCUT VE ALTERNATİF ÖDEME SİSTEMLERİ; GÜVENLİK VE FRAUD YÖNETİMİ

Yasemin KEMAL

İstanbul Teknik Üniversitesi,– 0009-0009-3813-2483

ÖZET

Günümüzde e-ticaret, hızla büyüyerek gelişen bir sektör haline gelmiştir. İnternetin yaygınlaşması, online alışverişin artışına paralel olarak ödeme sistemlerinin evrim geçirmesine neden olmuştur. Kredi kartları, banka havaleleri, elektronik cüzdanlar ve çevrimiçi ödeme geçitleri gibi mevcut ödeme sistemleri kullanıcıların alışverişlerini güvenli ve hızlı bir şekilde tamamlamalarını sağlamaktadır. Ödeme sistemlerinin evrimi beraberinde güvenlik ve gizlilik endişelerini de artırmıştır. Tüketiciler kişisel ve finansal verilerinin korunmasını talep etmektedir. Bu nedenle, ödeme sistemlerinin güvenliği ve veri koruması e-ticaretin sürdürülebilir başarısı için kritik öneme sahiptir. Geleneksel yöntemlere alternatif olarak geliştirilen sanal POS, kripto paralar, biyometrik kimlik doğrulama ve QR kodlar gibi ödeme sistemleri e-ticaret platformları için yenilikçi çözümler sunmaktadır. Bu çalışma, e-ticarette mevcut ve alternatif ödeme sistemleri konusundaki sektörel gelişmeleri incelemektedir. Ayrıca, e-ticarette ödemelerdeki sahtekarlık (fraud) sorunu ele alınarak, ödeme kuruluşlarına ve işletmelere yönelik etkili izleme ve önleme stratejilerini vurgulamaktadır. Sürekli değişen fraud yöntemlerine karşı güncel ve çok katmanlı bir koruma stratejisinin benimsenmesi hayati önem taşımaktadır. Gelecekteki başarı ödeme sistemlerinin sürekli olarak güçlendirilmesi ve kullanıcı güvenliğinin sağlanmasıyla mümkün olacaktır. E-ticaretin dinamik yapısına uyum sağlayabilen ödeme sistemleri sektörün sürdürülebilir büyümesi için kritik bir rol alacaktır.

Anahtar Kelimeler : E-ticaret, Ödeme sistemleri, Fraud, Güvenlik

1. E-TİCARETTE ÖDEME SİSTEMLERİ

Teknolojinin gelişimiyle birlikte e-ticaret, internet tarihiyle paralel bir şekilde gelişimini sürdürmektedir. Günümüzde e-ticaret, müşterilere ve tedarikçilere fiziksel mağazaya gitmeden ürün satın alma kolaylığı sunmaktadır. İşletmeler ise müşterilere hitap edecek ürünleri sunarken aynı zamanda e-ticaret deneyimini iyileştirecek alternatif faydaları hedeflemektedirler.

E-ticarette satış yapan tedarikçiler, müşteri bağlılığı oluşturmak için müşterilerine alışkın oldukları ödeme yöntemleri arasından seçim yapma imkanı sunmaktadır. Geçmişte, ödeme alternatifleri sınırlıydı ve çoğunlukla banka havalesi yöntemi ile gerçekleştiriliyordu. Bu da müşterilerin bankalara gitme veya internet bankacılığı/mobil bankacılık gibi işlemleri yapma

gerekliliğiyle birlikte alışveriş yapmalarını engelliyordu. Ancak son yıllarda banka kartları ve kredi kartlarının yaygınlaşmasıyla e-ticarette büyük bir artış yaşandı. Özellikle 2019'daki COVID-19 salgını, elektronik ticaretin hızla yayılmasına katkı sağladı, çünkü temassız ödeme ve 3D güvenlikli ödeme gibi yöntemler popüler hale geldi.

Alternatif ödeme sistemleri sunmak, farklı coğrafi bölgelerdeki farklı demografik kitlelere ulaşmayı ve mümkün olan en geniş hedef kitleye ulaşmayı kolaylaştırır. Farklı şirketlerle işbirliği yapmak ve ürünlerinizi e-ticaret mağazanızın ödeme yöntemi olarak sunmak, marka bilinirliğini ve güvenini artırmaya yardımcı olur.
Günümüzde, gelişen teknoloji ve finansal teknoloji ile birlikte çeşitli çevrimiçi ödeme yöntemleri kullanılabilmektedir. E-ticaret yapan işletmeleri elektronik ödeme sistemlerini kullanmaya yönlendiren bazı etkenler şunlardır:

- Teknoloji maliyetlerini düşürmek
- Operasyonel maliyetleri düşürmek
- Çevrimiçi ticareti artırmak
- Daha çok müşteriye hitap edebilmek
- Kullanıcı kolaylığı sağlamak

1.1. Kredi Kartı ile Ödeme (Online)

Kredi kartı ile ödeme alma yöntemi, E-Ticaret siteleri için en yaygın ve hızlı ödeme seçeneğidir. Bu yöntem, alıcıların kredi kartı bilgilerini girerek ödemeyi saniyeler içinde tamamlamalarını sağlar. Kredi kartları, uluslararası olarak kabul görmüş, geniş bir müşteri kitlesi tarafından tercih edilen bir ödeme aracıdır. Bu ödeme yönteminin popülerliği, güvenliği, kullanım kolaylığı ve dünya genelinde kabul edilmesi gibi bir dizi nedenle artmıştır.

Kredi kartı işlemleri genellikle uluslararası standartlara uygun olarak yapılır ve kredi kartı veren kuruluşlar sorumludur. Bu nedenle birçok ülke, kredi kartlarını güvenli bir ödeme aracı olarak kabul eder. Kredi kartı işlemlerinin güvenliği için çeşitli şifreleme yöntemleri ve protokoller kullanılır.

Kredi kartı bilgileri güvenli bir şekilde karşı tarafa iletilir ve işlem süreci bu bilgilerin doğruluğu üzerine kuruludur. İnternet üzerinden yapılan işlemler için güvenlik yazılımları, bilgilerin doğru ve güvenli bir şekilde iletilmesini sağlar. Ancak bu işlem sırasında ek güvenlik önlemleri de alınmalıdır, çünkü bilgilerin sızdırılmasını önlemek önemlidir.

E-Ticaret işletmeleri için, her bir bankadan ayrı ayrı sanal pos almak zorlayıcı ve maliyetli bir süreç olabilir. Bu süreç, belgelerin teslimi, onayların alınması ve entegrasyon sürecini içerir ve her banka için ayrı ücretler ödenir. Ancak yüksek satış hacmine sahip E-Ticaret siteleri için, daha az komisyon ödeme avantajı uzun vadede daha karlı olabilir.

Online ödeme alma sistemleri, bütün bankaların kredi kartlarından ödeme alma imkanı sunar çünkü genellikle bütün bankaların sistemlerini bir araya getirirler. Bu sistemler için yıllık bazda bir ücret ödersiniz ve her işlemde bir miktar komisyon ödersiniz. Bu nedenle düşük satış hacmine sahip E-Ticaret siteleri için daha ekonomik bir seçenektir.

1.2. Mail Order ile Ödeme (Offline)

Mail order, telefonla veya online olarak satın alınan ürünlerin ödemesinin kredi kartı ile uzaktan yapılmasını sağlayan bir ödeme yöntemidir. Mail order işlemi sırasında kredi kartı bilgileri girilip sipariş tamamlandığında, bu bilgiler genellikle mail yoluyla site yöneticisine iletilir. Firma, bu kart bilgilerini kullanarak POS cihazı üzerinden kartsız işlem yapar ve ödeme işlemini gerçekleştirir.

Ancak bu yöntem, bazı güvenlik risklerini beraberinde getirebilir. Kullanıcıların gönderdikleri kredi kartı bilgileri ve kimlik bilgileri, firma tarafından arşivlenerek saklanır. Bu durum ise birçok riski beraberinde getirmektedir. Kart ve kimlik bilgileri 3. tarafların eline geçebilir, kart bilgileri kopyalanabilir, farklı çekim işlemleri gerçekleştirilebilir.

Firma için oluşabilecek en büyük sorun ise, kullanıcıların belli bir süre sonra bankalarına başvurup işlemin izni dışında gerçekleştiğini belirtmesi durumudur. Karttan çekim işlemi mail order yöntemiyle yapılıp, 3D Secure güvenlik doğrulaması yapılamadığı için firma tüm ücreti geri ödemek zorunda kalabilir. Bu durumda firma hem ürünü vermiş, hemde ücretini alamamış olacaktır. Ödemeler 3D Secure kullanıcı onayı olmadan gerçekleştiği için firmanın itiraz edeceği alan da çok kısıtlı olmaktadır.

1.3. Havale EFT İle Ödeme

Geleneksel bankacılık işlemleri arasında yer alan havale artık bankalar tarafından çevrimiçi olarak sunulmaktadır. Elektronik bankacılığın gelişimi ile birlikte bu işlem için belirli standartlar oluşturulmuş ve güvenlik bu bağlamda çok daha büyük bir önem kazanmıştır. Bu bağlamda, işlem sırasında göz önünde bulundurulması gereken konulardan biri, havale işleminin bir mal veya hizmet alımıyla ilişkilendirilmesidir.

Bankacılık uygulamalarında genellikle aynı anlamda kullanılan "ödeme hizmeti" ve "ödeme sistemi" kavramları, aslında aşağıda açıklandığı gibi farklı anlamlara gelir:

Ödeme Hizmeti: Bu kavram, kullanıcının ödeme hesabına veya ödeme hesabı olmaksızın yapılan para transferleri gibi işlemleri içerir. Ödeme hizmeti, ödeme hesabının işletilmesi, ödeme aracının çıkarılması ve kabul edilmesi, mobil ödemelere yönelik hizmetler, para transferleri ve fatura ödemeleri gibi işlemleri kapsar. Örneğin, bir müşteri bankasından başka bir bankanın hesabına para transfer ettiğinde, bu işlem bankaların müşterilerine sunduğu bir ödeme hizmeti olarak kabul edilir. Bu durumda, bankalar ödeme hizmeti sağlayıcıları olarak rol alırken, müşteriler ise hizmet kullanıcılarıdır.

Ödeme Sistemi: Ödeme sistemi, bankaların bu tür para transferlerini kendi aralarında gerçekleştirmek için kullandıkları altyapıyı ifade eder. Özellikle bankalar arası fon transferleri için kullanılan özel bir altyapıyı temsil eder. Türkiye'de, bankalar arası fon aktarımları Merkez Bankası tarafından işletilen "Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT)" üzerinden gerçekleştirilir. EFT sistemi, bankalar arası ve farklı bankalara ait müşteriler arasındaki fon transferlerini güvenli ve hızlı bir şekilde sağlar.

1.4. Kapıda Ödeme

Kapıda ödeme seçeneği, alışverişin elektronik ortamda gerçekleştiği ancak ödemenin teslimat anında nakit veya kredi kartı ile yapılabildiği bir ödeme yöntemini ifade eder. Bu yöntem, alıcıya önceden ödeme yapma zorunluluğu getirmediği için, ürün eline geçinceye kadar güvende hissetmelerine olanak tanır. Ayrıca, elektronik ödeme araçlarına güvenmeyen müşterilerin e-ticaretten yararlanma şansını artırır.

Kapıda ödeme seçeneğini tercih eden müşterilere, geri dönen kapıda ödemeli siparişlerin azaltılması için doğrulama SMS'i gönderilir ve böylece gerçek kişiliği doğrulanır. Kredi kartı kullanmayan veya kart bilgilerini paylaşmak istemeyen kullanıcılar, ürün aldıkları e-ticaret web sitesinin ödeme aşamasında "Kapıda Ödeme" seçeneğini tercih edebilirler. Ürün müşteriye gönderilir ve teslimat sırasında müşteri, kargo görevlisi aracılığıyla ödemesini nakit veya kredi kartı ile yapabilir. Kargo şirketi, bu ödemeyi e-ticaret web sitesine farklı komisyon tutarları keserek aktarır.

İnternet üzerinden ürün satın alan kişilerin sıklıkla tercih ettiği kapıda ödeme sistemin; güvenli ödeme, zaman tasarrufu, teslimat garantisi, fraud (sahtecilik) önleme ve cayma hakkı kullanımı gibi avantajları bulunmaktadır.

1.5. Sanal Kartlar ile Ödeme

Sanal kartlar, fiziksel bir kartı olmayan ve bireylerin asıl kredi kartlarına veya banka hesaplarına bağlayarak oluşturabilecekleri, kendi limitlerini belirleyebilecekleri kart türleridir. İnternet üzerinden güvenli alışveriş yapma imkanı sunan bu sanal kartlar için yıllık üyelik ücreti veya kart oluşturma ve kullanma ücreti gibi ek masraflar alınmamaktadır. Sanal kartlar, fiziksel bir kartın işlem anında fiziksel olarak bulunmadığı işlemler için kullanılırken, bu hizmetin sunulabilmesi için hem bankaların müşterilerine sanal kart hizmeti sunması hem de işletmelerin sanal kart ile ödeme kabul etmesi gerekmektedir.

Sanal kartlar, özellikle internetten güvenli alışveriş yapmak isteyen tüketiciler için popüler bir seçenek haline gelmiştir. Bu kartlar, kredi kartı bilgilerini (kart numarası, son kullanma tarihi, güvenlik kodu vb.) online platformlarda paylaşma riskini ortadan kaldırır. Sanal kartlar fiziksel bir varlık olmadığından, sadece online alışverişlerde kullanılabilirler. Bankalar, müşterilerine bu hizmeti ücretsiz olarak sunar ve müşteriler, internet bankacılığı aracılığıyla asıl kredi kartlarından veya banka hesaplarından sanal kartlarına limit aktarabilirler. Kullanılan sanal kartların kart numarası, son kullanma tarihi ve güvenlik kodu, tüketicinin asıl kredi kartından farklıdır, bu da tüketicilere internet üzerinden güvenli alışveriş yapma imkanı sunar. Sanal kartlar, online alışveriş sonrasında kullanılan limitin kalan kısmını hesaba geri aktararak limiti sıfırlama özelliği ile de dikkat çeker.

1.6. Dijital Cüzdanlar ve Ön Ödemeli Kartlar ile Ödeme

E-cüzdanlar, son yılların öne çıkan alışveriş trendlerinden biri olarak dikkat çekiyor. Bu ödeme yöntemi, hızlı ve kolay bir alışveriş deneyimi sunuyor ve kullanımı hızla popüler hale geliyor. E-cüzdanlar, dijital ödemelerin hızla yaygınlaştığı bir dönemde gelişmiş ve anında dijital ödeme yöntemleri olarak kabul ediliyor. Ayrıca, NFC gibi gelişmiş teknolojilerle mobil cüzdanlarla entegre edilebiliyorlar.

Ön ödemeli e-cüzdan hesapları, müşteri bilgilerini ve birden fazla kredi/banka kartını ve banka hesabını güvenli bir şekilde saklayabilme özelliğine sahiptir. Bu, her ödeme yaparken tekrar tekrar bilgi girmeniz gerekliliğini ortadan kaldırarak alışverişi hızlandırır. Dijital cüzdanlar, alışveriş sırasında kart numarası kullanılması gerektiği gibi, kart türüne göre QR kod veya numarik kod gibi farklı yöntemlerle de işlem yapmanıza olanak tanır.

Bu cüzdanların en dikkat çekici özelliklerinden biri ise kart üzerinde herhangi bir kişisel bilginin bulunmamasıdır. Bu sayede ödemeler daha güvenli hale gelir, çünkü kişisel bilgilerin kullanılma riski ortadan kaldırılır. Bu da e-cüzdanları güvenilir bir ödeme yöntemi haline getirir.

1.7. Mobil Ödeme Hazır Limit

Mobil ödeme, alışveriş sırasında harcamaların kullanılan GSM operatörü tarafına iletilmesini ifade eder. Bu yöntem, kullanıcıların sadece cep telefonu numarasıyla, kredi kartı veya nakit kullanmadan alışveriş yapabilmelerini sağlar. Harcama tutarı faturalı hat sahiplerinin faturalarına yansırken, faturasız hat sahiplerinin kullanıcı bakiyelerinden düşer. Ödeme tutarı genellikle GSM faturasına eklenir ve belirli bir ödeme döneminde faturayla birlikte tahsil edilir.

Bu ödeme yöntemini kullanabilmek için kullanıcıların kendi GSM operatörlerine mobil ödeme yetkisini açtırmaları gerekir. Türkiye'deki GSM operatörleri, bu ödeme yöntemini özellikle uygulama ve oyun içi alışverişler için 2021 yılında yaygınlaştırmıştır. Bu yöntem, hem geçmişte hem de günümüzde iOS cihazları için uygulama mağazalarında kullanılabilmektedir.

Gelişen teknolojiler, akıllı telefonlar aracılığıyla temassız ödemeleri mümkün kılmaktadır. Bu yöntem, marketlerde, toplu taşıma araçlarında, taksilerde, benzin istasyonlarında ve destekleyen birçok yerde telefonun ödeme cihazına yaklaştırılmasıyla çalışır. Ancak bu teknolojiyi kullanabilmek için belirli şartlar gerekmektedir. Mobil ödeme yapabilmek için iki temel şart vardır: İlk olarak, mobil cihazın NFC (Near Field Communication - Yakın Alan İletişimi) desteklemesi gerekir, ikincisi ise ödeme yapılacak kartın mobil veya temassız ödemeyi desteklemesidir.

Türkiye'deki yerleşik GSM operatörleri şu an için mobil ödemeyi genellikle yalnızca çevrimiçi ve uygulama içi alışverişler için kullanıyor olsalar da, bu ödeme yönteminin perakende sektöründe de gelecek yıllarda yaygınlaşması beklenmektedir.

1.8. Şimdi Al Sonra Öde (BNLP)

Müşterilerin herhangi bir ürün veya hizmeti satın alıp, 14 gün içinde örneğin veya taksitli olarak, o ürünü veya hizmeti sağlayan şirketin belirlediği kural ve düzenlemelere uygun olarak ödemesini sağlayan bir hizmettir. Buna karşılık, müşteriler istedikleri ürünleri veya hizmetleri nakit sıkıntısı çekseler bile satın alabilirler ve bunun arkasında yatan kolaylık, satın alma işlemini gerçekleştirmek için bir kredi geçmişine veya onaylara ihtiyaç duymamasıdır. BNPL'nin sağladığı rahatlık ve esneklik göz önüne alındığında, müşterilerin deneyim ve beklentilerini iyileştirmiştir.

BNPL ödeme yöntemi, bankaların başa çıkmakta zorlandığı işlemlerde istenen esneklik ve çeviklik göz önüne alındığında tercih edilen ödeme yöntemi olarak kabul ediliyor. faiz

ödemeden hemen harcamak istediklerinde ihtiyaç duyduklarını elde etmek için uzun bir bankacılık sürecinden geçiyorlar. Ödemeleri kişiselleştirmenin verdiği psikolojik rahatlama hissi, gerekli esnekliğe ve görünürlüğe sahip olurken, BNPL ödeme yöntemini sunanların satış kapanışlarında dönüşüm oranlarına ve sepet tutarlarında da artış oldukça artmıştır.

Finansal Teknolojiler alanında bu ödeme tipi 2 grup tarafından verilmektedir.

1- Bankaların alışveriş kredisi ürünü ile bankalar kendi altyapısı üzerinden müşterilere sunabilir.

2- BDDK tarafından banka ürün ve hizmetlerine aracılık edebilecek yetkili kurum ve kuruluşlar bu hizmeti sunabilir.

Her iki grup değerlendirildiğinde bankaların verdikleri hizmeti elektronik ticarette bir ödeme yöntemi olarak tanımlamanın getirdiği entegasyon zorluğu vardır. Bir e-ticaret sitesi müşterisine farklı bankaların alışveriş kredisi seçeneklerini seçeneklerini sunmak istediklerinde her bir banka ile ayrı ayrı entegrasyon yapmak durumunda kalabiliyorlar.

BDDK tarafından izin verilen kuruluşlar ise şuanda daha çok parekandede ve son kullanıcı mobil uygulaması üzerinden bilgi girişi ve taksit seçimi yaparak alışveriş kredisini kullanabilmektedir.

1.9. Sadakat Programı ve Çalışan Yemek-Ödüllendirme Kartları

Sadakat programı kartları, çalışanlar verilen yemek kartları ve çalışan ödüllendirme programları için kurumlar;

- Bayilerine performans primi,
- Çalışanlarına özel gün ödülleri,
- Günlük yemek kartı,
- Çalışan performans ödülleri gibi programda kullanılan kartları ifade etmektedir.

Kurumlar belirledikleri kitlelerine düzenli ya da düzensiz ödemeleri vergi avantajından faydalanabilmek adına tanımladıkları bakiye ile verdikleri kartlar/dijital cüzdanlardır. Genelde fiziksel noktalarda çip ile yada temassız özelliği ile pos cihazından ödeme alınabilmektedir. E-ticaretin gelişimi ve sadakat programı kartlarının yayılımının günümüzde gösterdiği artış ile online alışverişte kullanım ihtiyacı oluşmuştur.

Dağıtılan kartların ya da dijital cüzdanların sanal pos entegrasyonu olmaması sebebiyle bu durum e ticarette yaygınlaşmayı engellemektedir. Firmalar kendi API'lerini kullanımının gerçekleşmesi için online ticaret siteleri ile entegrasyonunu sağlamak istemektedirler. Bu durum online sayfalara yazılım departmanı bulundurma ve ya e ticaret altyapı sağlayıcısına ücret ödeyerek yaptırmak zorunda kalmaktadır. Her kartın ya da dijital cüzdanın entegrasyonunun yapılması bir maliyet oluşturması sebebiyle yayılım oldukça düşüktür.

Önümüzdeki günlerde tüm bu kart ve dijital cüzdanları ortak bir yapıda birleştirererek entegasyonu kolaylaştıracak bir yapı oluşturulması bir ihtiyaç haline gelmiştir. Tüm bu engellere rağmen bu kartların geçtiği e ticaret siteleri nadirde olsa bulunmaktadır.

Ödeme yöntemi genelde firmanın sanal posunun entegre edilmesi ve kart yada dijital cüzdanın ödeme yöntemine göre akışı değişmektedir. Genelde kart numarası kart şifresi ya da kullanıcının GSM numarasına gelen doğrulama kodu ile alışveriş yapılmaktadır. Ya da dijital cüzdanlarda QR kod ya da numerik 7 haneli kod ile ödeme işlemi yapılarak ödeme firmasına iletilmekte ve uygulamada üretilen kod ile eşleşmesi durumunda ödeme alınabilmektedir.

2. E-TİCARETTE ÖDEME TEKNOLOJİLERİ

2.1. Sanal POS

Sanal POS, alışveriş esnasında kredi kartı veya banka kartı ile ödeme yaparken kullandığımız POS Cihazının fiziksel olmayan şeklidir. Ödeme işlemi yaparken müşteriye ait kart bilgilerinin ekrandaki uygun yerlere girilerek yapılması gerekmektedir. Online alışveriş en çok kullanılan ödeme yöntemi kredi ve banka kartıdır. Bu işlemlerin rahat bir şekilde yapılması için Sanal POS sistemlerinin kullanması gerekmektedir. Sanal POS, fiziksel POS cihazlarının bir alternatifi olarak, müşteri kredi kartına fiziksel olarak erişiminiz olmayan çevrimiçi, mobil, çağrı merkezi vb. kanallarda veya fiziksel POS bulundurmanızın zor olduğu saha satış, teslimat ekipleri vb. hizmet noktalarınızda, müşteri banka kartı veya kredi kartı bilgilerini güvenli şekilde alarak, bankaya çevrimiçi bir teknik entegrasyon üzerinden ödeme ve kart bilgilerini iletmenize ve işlemin sonucunu aynı yolla almanıza imkân veren altyapıdır.

Sanal POS aracılığıyla gerçekleştirilen ödemeler, sektör, ürün türü, müşteri tipi, hizmet kanalı gibi faktörlere bağlı olarak farklı güvenlik seviyelerine sahip olabilir. Bu işlemler sırasında yalnızca kart numarası ve son kullanma tarihi (CVV'siz), kart numarası ve son kullanma tarihine ek olarak CVV/CVC bilgisi (CVV'li) veya işlemin onaylanması için banka tarafından kart sahibinin kayıtlı cep telefonuna gönderilen tek seferlik bir doğrulama kodu (3D Güvenlik) kullanılabilir.

Sanal POS sistemlerinin kullanımı, güvenlik ve işlem süreçlerinin yanı sıra uzmanlık gerektiren birçok önemli noktaya dikkat edilmesi gerektiği anlamına gelir. Bu kapsamda göz önünde bulundurulması gereken bazı temel hususlar şunlardır:

- Kart bilgilerinin SSL sertifikalı ve veri şifrelemesi sağlanmış güvenli sayfalarda toplanması,
- Kart bilgilerinin oturum sırasında risk taşımadan yönetilmesi,
- Kartın türüne, bankasına, ticari veya bireysel kullanımına ve kart markasına göre işlem yapabilme yeteneği,
- Kart puanlarının sorgulanabilmesi, gösterilebilmesi ve kullanılabilmesi,
- 3D Güvenlik süreçlerinin güvenli ve kullanışlı bir şekilde tasarlanması.

Sanal POS sistemleri, işletmelerin ana faaliyetlerine odaklanmalarını sağlar, böylece tasarım ve işlevselliği düzenli olarak kontrol edilir ve güncellenir. Aynı zamanda kart bilgilerini saklama ve kayıtlı kartla ödeme gibi özellikler sunar, müşterilere ödeme ekranlarında rahatlıkla işlem yapma imkanı sunar. Sanal POS, online alışverişin güvenli ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak tanır ve işletmelere birçok avantaj sunar:

Sanal POS'un Avantajları:

- Online satış için mükemmel bir çözümdür.

- Perakende (B2C) satışlarda kullanılarak satışları artırabilir.
- Şirketlerin yerel pazardan daha büyük pazarlara genişlemesine yardımcı olur.
- Şirket imajını yükselterek rekabet gücünü artırır.
- Alışveriş süresini kısaltarak müşteri memnuniyetini artırır.
- Bilgileri saklayarak raporlama yapma olanağı sağlar.

Güvenlik önlemleri sayesinde ödeme işlemleri güvenli bir şekilde tamamlanır. Sanal POS hizmeti seçiminde kullanıcılar iki alternatif arasından seçim yapabilirler:

- Bankaların Sunduğu Sanal POS Hizmeti
- Ödeme Kuruluşlarının Sunduğu Sanal POS Hizmeti

2.1.1. Bankaların Sunduğu Sanal POS Hizmeti

Sanal POS'dan yararlanabilmek için şirketinizin adına bir sanal POS sistemini, e-Ticaret sitenize entegre etmiş olmanız gereklidir. Geçmş yıllarda bunun içim bankaların fiziki poslarının yanı sıra sanal posları da mevcutttur. Bankalaların çoğu sanal pos hizmeti sağlar.Burada yapılan entegrasyon ile banka ve e ticaret sitesi arasında anlık veri akışı sağlanır ve ödeme işlemi tamamlanır. Bankaların sanal pos komisyon oranlarına göre farklılık göstermesi, entegrasyon kolaylığı, farklı bankalardan ödeme alma durumları değerlendirilebilir. Bazı bankalar;

- Akbank Sanal AKPOS
- Finansbank FinansWebPOS
- Garanti Bankası VPOS
- Vakıfbank VPOS 724
- Yapı Kredi POSNet
- Türkiye İş Bankası Sanal POS

2.1.2. Ödeme Kuruluşlarının Sunduğu Sanal Pos Hizmeti

Türkiye'de 2013 yılında Merkez Bankası tarafından yürürlüğe konulan "6493 Sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun" ile birlikte, internet üzerinden ödeme alan şirketlerinin düzenlemeleri ve lisanslamaları ciddi bir şekilde ele alınmıştır. Bu düzenleme ile ödeme alanındaki şirketler tek bir çatı altında toplanmış, ödeme lisans başvuruları Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) iznine bağlanmıştır. Bu adım, güvenli ödeme sistemleri oluşturmak, ödeme yöntemlerinde çeşitlilik sağlamak, sadakat programları oluşturmak, kolay erişim sağlamak ve rekabeti artırmak amacıyla atılmıştır. Ayrıca, alışverişlerin kayıt altına alınması ve devletin vergi tahsilatı bakımından da büyük önem taşımaktadır.

Özellikle, PayPal'ın Türkiye'den çekilmesi sonrasında yerli ödeme şirketleri bu fırsatı değerlendirmeye çalışmıştır. Türkiye'de lisans alan ödeme kuruluşları, bu düzenlemelere uyum sağlamış ve büyüme fırsatlarını yakalamışlardır.

İncelemeler sonucunda, karşılaştırma yapılan şirketlerin en temel özelliği sanal POS hizmeti sunmalarıdır. Bu hizmet, kredi kartı ile ödeme alma işlemini sağlar. İşte bu şirketlerden bazıları:

İyzico: Çevrimiçi ödeme işlemlerini kolaylaştıran bir ödeme kuruluşudur. İnternet üzerinden alışveriş yapan işletmelere ve bireylere ödeme hizmetleri sunar.

Moka: Ödeme çözümleri sunan bir teknoloji şirketidir. Özellikle restoranlar ve mağazalar için ödeme hizmetleri sunar.

Paytr: E-ticaret platformlarına ve işletmelere ödeme hizmetleri sağlayan bir ödeme kuruluşudur. Ödeme altyapısı ve entegrasyon çözümleri sunar.

Payu: Çevrimiçi ödeme hizmetleri sağlayan küresel bir şirkettir. Türkiye'de birçok işletme ve e-ticaret sitesi tarafından kullanılmaktadır.

Ödeal: Online ve mobil ödeme çözümleri sunan bir ödeme şirketidir. İşletmelere ödeme kolaylığı sağlar.

Paynet: Finansal teknoloji alanında hizmet veren bir şirkettir. Fatura ödemeleri, e-ticaret ödemeleri ve diğer finansal işlemlerde kullanılır.

Paratika: Özellikle mobil ödeme çözümleri sunar. Kullanıcıların kolayca ödeme yapmalarını sağlar.

2.1.3. 3D Secure (Güvenli Alışveriş Platformu)

3D Secure, internet üzerindeki alışverişlerin güvenliğini artırmak amacıyla Visa ve Mastercard tarafından geliştirilmiş bir sistemdir. Bu sistem, kart sahiplerini ödeme işlemi sırasında kendi bankalarının web sitesine yönlendirerek ek bir güvenlik katmanı oluşturur. Kart sahipleri, bankalarının sisteminde kayıtlı olan cep telefonlarına gönderilen tek kullanımlık şifre ile ödemeyi onaylarlar. Bu yöntem, kart bilgilerinin başka kişiler tarafından kötüye kullanılmasını engelleyerek elektronik alışverişi daha güvenli hale getirir.

2.1.4. SSL (Secure Sockets Layer)

SSL, "Secure Sockets Layer" ifadesinin baş harflerinden oluşan bir kısaltmadır ve alışveriş sırasında kişisel bilgilerin korunmasını sağlamak amacıyla geliştirilen bir şifreleme yöntemidir. Kredi kartı bilgileri gibi hassas veriler, kodlama yöntemiyle şifrelenerek gönderilir ve bu şifrelenmiş veriler, hedef web sunucusuna güvenli bir şekilde iletilir. SSL, tarayıcı ve web sunucusu arasındaki iletişimde şifreleme işlemi gerçekleştirir ve bu işlem için özel anahtarlar kullanır. SSL özel anahtarları uluslararası standartlara uygun olarak korunur ve SSL protokollerinin gerektirdiği şekilde kullanılır.

2.1.5. Güvenli Ödeme Sayfası

Güvenli ödeme sayfası, ödeme işlemi yapılırken SSL güvenliğini sağlayan özel sayfalardır. Bu sayfalar, ödeme işleminin gerçekleştirildiği sitelerde kullanılır ve kart bilgilerinin güvenli bir şekilde iletilmesini sağlar. Üye işyerleri için bu sayfalar, SSL sertifikasına sahip olma zorunluluğunu ortadan kaldırır. Güvenli ödeme sayfası, Türkçe veya İngilizce dil seçenekleri ve şifreli veya şifresiz işlem seçenekleri sunarak esnek bir kullanım imkanı sağlar. Bu sayede ödeme işlemleri güvenli bir şekilde gerçekleştirilir ve müşterilerin kişisel bilgileri korunmuş olur.

3. E-TİCARET ÖDEMELERİNDE FRAUD

E-ticarette sahtecilik, geçmişten günümüze var olan bir kavramdır ve teknolojinin gelişimiyle birlikte türleri ve alınması gereken önlemler de değişmiştir. Türkçe karşılığı sahtecilik /dolandırıcılık anlamı taşıyan fraud, finansal ve itibari kayıplara neden olan, adli soruşturmaya tabi tutulabilen, hemen hemen her sektörde farklı türlerde görülebilen bir terimdir.

Ödeme sistemleri açısından fraud, kart sahiplerinin bilgisi dışında kredi kartı veya debit kartlarıyla fiziksel mağazalarda, ATM'lerde veya çevrimiçi platformlarda sahtekarca işlemler gerçekleştirerek haksız kazanç elde etmeyi amaçlar. Bu tür işlemler, kart sahiplerini, iş yerlerini ve ödeme hizmeti sağlayan tüm paydaşları maddi ve manevi zarara uğratır. Fraud işlemleri, güvensiz çevrimiçi alışverişlerde art niyetli yazılımlar kullanılarak veya kişilerin telefonla aranarak kart bilgileri ve 3D Secure şifreleri gibi bilgilere ulaşma amacı güder. Ayrıca kredi kartlarının çalınması gibi yöntemlerle gerekli bilgiler ele geçirilir ve bu kartlarla alışverişler yapılır. Fraud, bazı sektörlerde daha yaygın olarak görülür. Bu sektörlere örnekler şunlardır:

- Oyun siteleri (anlık teslimat yapılan siteler)
- Elektronik ürün satışı yapan web siteleri (nakite çevrilmesi kolay ürünler)
- Uygulama indirme mağazaları (iTunes, Google Play, Facebook)
- Bilet satışı yapan web siteleri ve havayolu şirketleri (uçak ve otobüs biletleri)
- GSM siteleri (TL yükleme)
- Son dönemde gıda sektöründeki web siteleri

3.1. Ödeme Kuruluşlarındaki Fraud İzleme Süreçleri

Ödeme kuruluşları, oluşması muhtemel fraud tabanlı maddi zararların önüne geçmek maksadıyla Fraud Risk İzleme/Önleme ekipleri ve prosedürleriyle faaliyet gösterdikleri alanlarda oluşabilecek her türlü sahteciliğin önlenmesi konusunda çalışmalar yürütmektedir. Fraud Risk İzleme/Önleme süreçleri genellikle şu aşamalardan oluşur:

Fraud Kuralları: Fraud kurallarının oluşturulabilmesi için öncelikle bir senaryo oluşturulması gereklidir. Oluşturulan senaryonun çıktıları ise kuralların işleyişine etki etmektedir. Örnekleyecek olursak, oluşturulan senaryonun tipine göre hazırlanan kural, işlemi direkt onaylayacağı veya reddebileceği gibi manuel kontroller için işlemi beklemeye alabilir. Senaryonun niteliğine bağlı olarak oluşturulan kurallar bir izleme aracına aktarılmalı ve oluşacak alarmlar bu araç üzerinden izlenebilmelidir.

Yapay Zeka Destekli Fraud İzleme Motoru: Kural tabanlı programlar ve basit öngörücü yazılımsal modeller, geçmişte yaşanan fraud girişimlerinin çoğunu önleyebilir ancak günümüzde yaşanan sahtekarlık girişimlerinin ölçeğine göre yapay zeka, makine öğrenimi de kullanılabilmektedir. Geçmişten gelen olayların, faktörlerin, eğilimlerin incelenmesi ya da anomaliler, karmaşık ilişkiler ile geçerli ve ortaya yeni çıkan faktörler arasındaki ilişkiyi bulma konusunda kullanılacak modeller ile fraudlar engellenebilir.

Kural tabanlı çalışan ürünler/yazılımlar fraud vakalarını tespit ederken çok fazla false positive üretebilir. Örnek vermek gerekirse bir işletmeye x şehrinden atak gelmektedir. İlgili finansal kuruluş o işyerine x şehrinden gelen tüm ödemelerin iptali için kural yazabilir ve böylelikle dolandırıcılık şüphesi ödemeler engellenmiş olur ancak gerçek işlemler de bu sırada engellenmiş olabilir.

Manuel Kontrol/İzleme Faaliyetleri: Bu yöntem belirli programlar kullanılarak sahtekarlık belirtisi içeren işaretlenmiş her işlemin manuel incelenmesiyle gerçekleşir. Bu faaliyet yüksek oranda insan müdahalesi içerir. Bu sebeple daha maliyetli ve zaman kaybına yol açan bir yöntemdir. Fraud kuralları ve yapay zeka tabanlı fraud risk izleme/önlemle sistemlerinin

oluşturulması zaman yönetimi ve bütçe yönetimi açısından ilk başta pahalı bir yatırım olarak gözükse de uzun vadede gerek repütasyon gerekse sahtecilik kaynaklı maddi kayıpların önlemi için ödeme kuruluşları açısından en temel ihtiyaçtır.

Günümüz teknoloji dünyasında özel yazılımların, maddi kayıpları engelleme açısından hayati bir öneme sahip olduğu açık. Ancak, modeller ne kadar eğitilirse eğitilsin, veriler ne kadar doğru oluşturulursa oluşturulsun her gün gelişen fraud yöntemlerinin çeşitliliğinden dolayı insan kaynağına yani manuel kontrole de ihtiyaç vardır. Fraud yazılımları ve kuralları ile desteklenmiş manuel kontrol süreçlerinin otomatize edilmesi ve fraud analiste sağlanan bilgi akışının hız ve güvenilirliği sahtecilik vakalarını minimize eder.

3.2. Senaryo ve Kural Oluşturulması

Fraud kuralları, manuel izleme süreci ya da yapay zeka destekli araç kullanımında aşağıdaki içeriklere göre çeşitli senaryolar üretilmeli ve izleme araçlarında kullanılmalıdır.

- Sepet Özellikleri; Sepet içeriğindeki ürünlere göre senaryo yazılabilir. Kuyum sektörü, telefon, key-item vb ürünler fraudesterların daha fazla tercih ettiği ürünlerdir.
- Alıcı Özellikleri;Alıcı adresi ve ip nin birbirinden farklı olması riskli olarak değerlendirilmelidir. Alıcı adresinin kargo firması şubesi olup olmadığı da kurallara eklenmelidir.
- Kart Özellikleri; Kart tipi (Debit, Ön Ödemeli, Kredi Kartı) Kart ülkesi (Bin numarası ile ilgili ülkeler için senaryo yazılabilir. Japonya, Tayland , Amerika , Kanada vb)
- Satıcı Özellikleri; Üye işyeri segmentine göre kurallar oluşturulmalıdır. Yeni açılmış işyeri, chargeback oranı yüksek işyeri vb.
- Kartın/Alıcının Geçmişiyle İlgili Özellikler; Aynı kullanıcının t zamanda yaptığı tekrarlı işlemler, başarı oranları, red kodlarına göre ayrımlara göre kurallar belirlenmelidir. Örneğin 41,43 veya 04 hatası alan bir kart ile yapılan işlem direk reddedilmeli, sonraki denemeler ise otorizasyona çıkmadan engellenmelidir.)
- Tarayıcının Geçmişiyle İlgili Özellikler; Kullanılan tarayıcı ya da cihaz üzerinden tespitler. Bir cihazdan fraud işlem yapıldığı tespit edilebiliyorsa o cihazdan kullanım engellenmelidir.

3.3. Fraud Kuralları İçin Örnek

Kart bazlı fraud kuralları;

- Son 24 Saatte (t zamanda uzun aralıklı) birden fazla kez kullanılan kart numarası
- 10 dakika içinde (t zamanda kısa aralıklı) birden fazla kez kullanılan kart numarası
- Farklı bir kart sahibi adıyla birden fazla kez kullanılan kart numarası
- Farklı bir müşteri kimliğiyle (e-posta, telefon) birden fazla kez kullanılan kart numarası
- Kart numarası ters ibraz ve dolandırıcılık (SAFE/TC40 dosyası) verileri içeriyor
- Müşteri kimliğinde ters ibraz ve dolandırıcılık verileri var
- Yüksek riskli ülkeler BIN listesi
- Kart numarası, birden fazla küçük onaylı işlemle denendi ve ardından gerçekleşen daha büyük miktarlı işlemler
- Yüksek tutarlı reddedilen işlemlerle denenen kart numarası, ardından daha küçük tutarda onaylanan işlemler.

Coğrafi Bazlı Kurallar;

- İşlem yapılan ülke, BIN ve gönderim adresi farklı ülkeler
- Yüksek riskli IP Ülkesi
- Aynı müşteri için 1 saat içinde (t zamanda) x kez IP ülke değişikliği
- IP- VPN- TOR algılama
- Müşteri Kimliği Başına IP Sınırı

3.4. Fraud hacmi hesaplama ve standartlar

Fraud kontrolü yapılmasının bir diğer önemli noktası marka ve itibarın koruma altına alınmasıdır. Bir fraud saldırısına maruz kalındığında finansal kayıp dışında markanın (üye işyeri ve Pf'in) zarar görmesi de mümkündür. Bu konuda, Visa, Mastercard, American Express, BKM gibi kuruluşların belirledikleri standart oranların üzerine çıkıldığında, işyeri ilgili kuruluşlar tarafından diskalifiye edilebilir. Bu standartlar, işyerinin aylık bazda karşılaştığı fraud işlem adedi, fraud işlem tutarı ve raporlanan toplam fraud tutarının aylık toplam ciroya oranını içerir. Aynı şekilde aylık bazda karşılaşılan chargeback işlem adedi, chargeback işlem tutarı ve fraud rasyosu gibi önemli metrikler kullanılarak işyerinin durumu değerlendirilir.

Fraud hacmi hesaplaması ve standartları belirlemede kullanılan formül şu şekildedir: Bir işyeri veya banka için fraud rasyosu, (toplam fraud / toplam ciro) x 10.000 şeklinde hesaplanır ve "Baz Puan" olarak adlandırılır. Bu puanlar, işyerinin veya bankanın fraudla mücadele konusundaki etkinliğini değerlendirmek için kullanılır. Örneğin bir aylık dönem için fraud işlem tutarınız 100 TL ve cironuz 100.000 TL ise fraud baz puanınız "(100/100.000)x10.000= 10" On Binde 10'dur. Bir işyeri ve banka için maksimum fraud standardı On Binde 4'tür. Bu oran, Avrupa bölgesinde yaklaşık On Binde 8 iken, dünya genelinde On Binde 11 seviyesindedir. Türkiye ortalamasında ise bankadan bankaya göre değişiklik göstermekle birlikte, yaklaşık ortalama On Binde 2 seviyesindedir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Günümüzde e-ticaret, hızla büyüyerek gelişen dinamik bir sektör haline gelmiştir. İnternetin yaygınlaşması, online alışverişin artmasına yol açmış ve bu alandaki ödeme sistemlerinin evrimine katkıda bulunmuştur. Bu gelişmeler, tüketicilerin alışverişlerini daha kolay ve hızlı bir şekilde tamamlamalarına olanak sağlamıştır. Ancak, bu evrim aynı zamanda güvenlik ve gizlilik endişelerini de beraberinde getirmiştir. Tüketiciler, kişisel ve finansal verilerinin korunmasını beklemekte ve bu nedenle ödeme sistemlerinin güvenliği, e-ticaretin sürdürülebilir başarısı için kritik bir öneme sahiptir.

Mevcut ödeme sistemleri, kredi kartları, banka havaleleri, elektronik cüzdanlar ve çevrimiçi ödeme geçitleri gibi, kullanıcıların alışverişlerini güvenli bir şekilde tamamlamalarını sağlayan önemli araçlardır. Ancak, bu sistemlerin daha da güçlendirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, sanal POS, kripto paralar, biyometrik kimlik doğrulama ve QR kodlar gibi alternatif ödeme sistemleri önemli yenilikler sunmaktadır. Bu sistemler, kullanıcı deneyimini iyileştirmenin yanı sıra, ödeme işlemlerini daha güvenli hale getirme potansiyeline sahiptir.

Özellikle sahtekarlık (fraud) sorunu, e-ticaretin önemli bir zorluğunu temsil etmektedir. Bu tür suçlar, ödeme kuruluşları ve işletmeler için ciddi bir tehdit oluşturur. Bu nedenle, etkili bir izleme ve önleme stratejisi benimsemek hayati önem taşır. Ancak, sahtekarlık yöntemleri

sürekli olarak değişmektedir, bu nedenle güncel ve çok katmanlı bir koruma stratejisinin benimsenmesi gereklidir.

Sonuç olarak, e-ticaretin başarısı, ödeme sistemlerinin sürekli olarak güçlendirilmesi ve kullanıcı güvenliğinin sağlanmasıyla mümkün olacaktır. Bu dinamik sektörde, ödeme sistemleri geliştiricileri ve işletmeler, kullanıcıların güvenini kazanmak ve sürdürmek için teknolojik yeniliklere odaklanmalıdır. E-ticaret platformları, ödeme sistemleri sektörünün sürdürülebilir büyümesi için kritik bir rol oynayacaktır. Bu nedenle, sektörel gelişmeleri yakından takip etmek ve sürekli olarak güncellemeler yapmak, başarının anahtarı olacaktır. E-ticaretteki bu dönüşüm ve güncellemeler, tüketicilere daha güvenli ve sorunsuz alışveriş deneyimleri sunmanın yanı sıra, işletmelere de daha geniş bir müşteri kitlesi ve sürdürülebilir bir büyüme fırsatı sunacaktır. E-ticaret ve ödeme teknolojileri, gelecekte daha fazla potansiyele sahip olacak ve bu alanı şekillendiren inovasyonlar, sektörün büyümeye devam etmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Erdoğdu, C., *Avrupa Birliği'nde Elektronik Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler*, Bankacılar Dergisi, no. 24, p. 80, 2004.

Kalyoncuoğlu, S., *Tüketicilerin Online Alışverişlerindeki Sanal Kart Kullanımlarının Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi*, Eylül 2018.

Öztürk A., *Elektronik Ticaret Ve Türkiye'de Onlıne Ödeme Sistemleri Üzerine Bir Sanal Pos Uygulaması,* Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2018.

https://tobb.org/ *Dolandırıcılık Eylemleri ve Korunma Yöntemleri,* (Erişim tarihi: 02.09.2023).

https://medium.com/kartliodemeler/https-medium-com-kartliodemeler-auth-932995f6c245 (Erişim tarihi: 22.08.2023)

https://medium.com/kartliodemeler/visa-chargeback-ve-fraud-i%CC%87zleme-programlar%C4%B1-e%C5%9Fik-g%C3%BCncellemeleri-d8ddc04947db (Erişim tarihi: 02.09.2023)

https://medium.com/kartliodemeler/%C3%B6deme-hizmeti-sa%C4%9Flay%C4%B1c%C4%B1lar-i%C3%A7in-fraud-kay%C4%B1tlar%C4%B1n%C4%B1-anlamland%C4%B1rma-18ba635ce124 (Erişim tarihi: 22.08.2023)

MEASURING AND REPORTING THE INTERACTION OF BUSINESS WITH THEIR STAKEHOLDERS IN CREATING SUSTAINABLE VALUE: IMPACT ACCOUNTING

Prof. Dr. Durmuş ACAR
Burdur Mehmet Akif Ersoy University, , orcid.org/0000-0003-4701-6045
Doç. Dr. Özlem Nilüfer KARATAŞ ARACI
Burdur Mehmet Akif Ersoy University, , orcid.org/0000- 0001-9761-927X
Dr. Kadriye ARISOY
orcid.org/0000-0002-7659-5464

ABSTRACT

The sustainability of the values created by enterprises is measured through their impacts. In this context, an accounting system is needed to determine the impact units, evaluate the impacts of different structures and origins of traditional financials, and include them in the decision-making process by converting them into a common currency. Impact accounting enables businesses to control their impacts and provide more transparency to stakeholders. However, businesses do not have sufficient knowledge on how to measure and report their impacts. This study aims to draw a conceptual framework for impact accounting, which can also be expressed as a new language of accounting. The results of this study indicate that measuring and reporting the positive and negative impacts created by enterprises have become an important issue. In the future, impact analysis, impact-based business models, and capital accounting issues will become increasingly important. Some frameworks and standards help businesses report the impact, but the search for a single standard on a global scale is already underway. In short, it is foreseen that each enterprise will publish impact-weighted accounts in addition to its financial accounts, the net impact will be measured, and the impact will become more prominent in achieving social targets, such as SDGs. However, the net effect can be used as an important managerial tool in addition to operating profit in the future.

Anahtar Kelimeler: Corporate Reporting, Impact, Impact Reporting, Impact Accounting

1. INTRODUCTION

The financial accounting system, which is seen as a system for measuring and analyzing the economic resources, liabilities, and periodic performances of businesses based on changes over time, is used as one of the most important management and accountability tools in modern accounting history. However, the traditional financial accounting system is insufficient to measure assets, resources, income, and expenses and reveal the impact of the enterprise on society and the environment beyond profit maximization. In addition, while the expectations of the resource providers are kept in the foreground in the arrangement of the tables in the financial

accounting system, the employees, customers, suppliers, the public, etc. of the enterprises' expectations of other stakeholder groups can be ignored. In our age where business activities have a dominant impact on climate and the environment, in addition to stakeholder expectations, businesses need to find a way to measure, account for and manage these externalities. On the other hand, business activities cause many major effects, both positive and negative, for shareholders beyond profit, and they do not receive the attention and management they deserve due to their materiality. At this point, it becomes necessary to expand the field of accounting from "profit accounting" to "impact accounting". It has taken a significant amount of time to develop the current applied profit accounting principles and standards.

Businesses have impacts that are defined as changes in significant positive or negative outcomes for society and the planet. These effects are not currently being measured comparably or comprehensively. In the absence of clearly defined impact measures and transparency, these considerations are likely not to be included in decision-making processes. Decisions will continue to be made on existing financial metrics that do not reflect a holistic view of how an organization creates value because they ignore impacts on employees, customers, the environment, and the wider society (Serafeim et al., 2019: 5). Impact accounting also enables businesses to have control over their impacts and to provide more transparency to their stakeholders. However, businesses do not have sufficient knowledge about how to measure and report their impacts. On the other hand, the increase in research currently conducted on the reporting of the impact and the explanation of the issue with regulatory standards, frameworks and projects, the revised explanations on the identification of positive and negative impact by clarifying the distinction between results and results as a result of feedback from stakeholders and practitioners in the recently published revised integrated reporting framework have also revealed that the impact is a current issue that needs to be discussed. In this context, the study aims to investigate the impact, which is often raised with integrated reports and sustainability reports in the corporate reporting system today, both from the financial and management accounting perspective and to increase the understanding of the subject with sample reporting practices.

2. IMPACT ON CORPORATE REPORTING

Impact is a valuable and measurable change that an organization's activities produce in the well-being of its stakeholders relative to a reference scenario over a specified period of time. Impact is associated with many countable or uncountable changes that affect stakeholders' well-being. In the context of "impact-weighted calculations, the impact is generally considered measurable. In other words, each of the changes in the result is called *"impact"* and it is assumed

that it can be reported to the extent that it can be measured. The term *'impact of an organization'* is understood as the set of all impacts of the organization (IWAF, 2021c: 3). An impact is a change in a significantly positive or negative outcome for people or the planet. According to the Impact Management Project (IMP), impact is a change in output caused by the organization. An impact can be positive, negative, intentional, or unintentional. Again, according to IMP, five dimensions of performance should be considered when measuring the impact; in other words, it is stated that the impact can be measured in five dimensions (https://impactmanagementproject.com/impact-management/impact-management-norms/#anchor3).

The realization of impact and impact value by businesses has become more visible, mainly through integrated reporting and sustainability reporting. In particular, the emergence of metrics for the disclosure of Environmental, Social, and Governance (ESG) business data has increased the interest of businesses in their impact and impact value. Investors' interest in this field is another noteworthy dimension.

In order to fully express impact and impact value and to understand the change in the results included in the definition of impact, impact and its location are explained in the study titled "Measuring and Managing Total Impact: A New Language for Business Decisions" prepared by PWC.

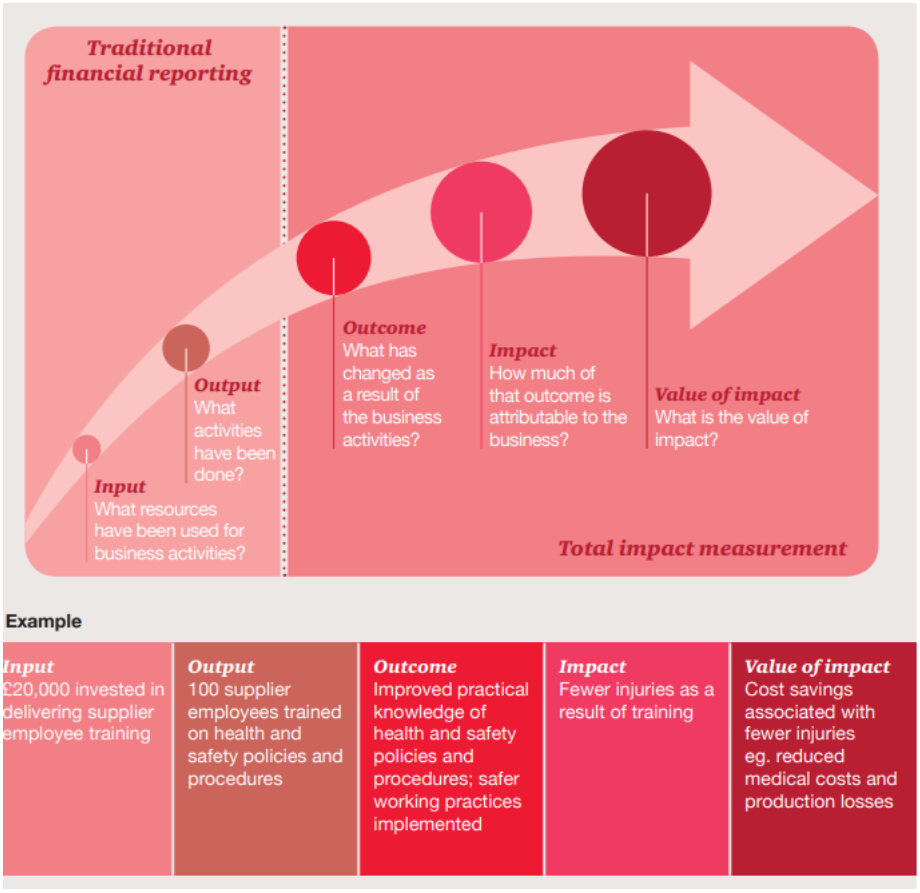


Figure 1: Location of Impact and Impact Value

Reference: PwC, Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, 2013: 12.

Traditionally, financial reporting has primarily focused on inputs and outputs. For example, as explained in Figure 1, it measures the money and resources invested in delivering an educational program to a community and the number of instructional hours provided. However, the consequences and impacts are rarely considered. This is because the importance of the results and effects cannot be fully understood and cannot be measured using traditional techniques (PwC, 2013: 12).

3. IMPACT ACCOUNTING

Impact Accounting was developed by Professor George Serafeim within the scope of the Impact Weighted Accounts project carried out at Harvard Business School. This project aims to explain the positive and negative effects of businesses' economic activities, such as environmental, social, and product impacts. The aim of the project is to create a framework for financial statements that includes the effects of businesses. The Impact Weighted Accounts project is based on an approach that, without clear measures of the impact businesses have on

the environment and society, businesses will continue to ignore these impacts in the pursuit of profit. For businesses to attach importance to these impacts, they must convert them into monetary values and include them in their financial statements. Consequently, it is necessary to create relatively new financial statement rules that include them. However, assigning a monetary value to each effect is a long and complex task (Catarino, 2022: 15-16). However, similar to the regulations of international accounting standards regarding which financial transactions should be recorded and how they should be reported in financial statements, a methodology is needed to report the overall value of a business to society through its impact.

The main purpose of the impact-weighted accounts project is to monetize the impact and reflect it in financial statements. In other words, nonfinancial measures are converted into financial measures (IWAF, 2022b: 1). Of course, considering that this situation is not easy compared with the traditional accounting system, the impact-weighted accounts framework has determined its mission to ensure the creation of financial accounts that reflect the financial, social, and environmental performance of a business. The idea is to create accounting statements that capture external influences to guide investors and managerial decision-making (https://www.icaew.com/insights/viewpoints-on-the-news/2020/nov-2020/people-and-planet-in-the-accounts-impactweighted-accounts facilitating-a-race-to-the-top).

4. IMPACT WEIGHTED ACCOUNTS FRAMEWORK

The IWAF is an inclusive and scientific collaboration with thought leaders and leading practitioners by the Impact Economy Foundation (IEF), a joint initiative of Harvard Business School, the Impact Weighted Accounts Framework, Singapore Management University, Rotterdam School of Management, and the Impact Institute.

While preparing the IWAF, the Harvard Business School's Impact Weighted Accounts Initiative and the Impact Disclosure Framework developed by the Impact Institute were utilized. The framework is aligned with the GRI standards and the six capital elements defined by the IIRC. These capital elements are financial, produced, intellectual, human, human, social and relational, and natural capital. The framework also recognizes already adopted impact reporting frameworks, such as IRIS+, Impact Management Project (IMP), Capital Coalitions, and Sustainable Development Goals (SDG) reporting. All these standards and frameworks comply with global sustainability commitments such as the Paris agreement or the SDGs (Sustainable Development Goals) (IWAF, 2021b: 6).

According to IWAF, IWA is defined as follows; “A set of comprehensive quantitative and valuable accounts containing impact information about an organization that the

organization and its stakeholders can use to make informed integrated decisions." (IWAF, 2021a: 13). IWA are elements of information on financial statements, such as income statements or balance sheets, which are added to complete the picture of financial health and performance by reflecting the positive and negative impacts of a business on employees, customers, the environment, and broader society (Serafeim vd., 2019: 5).

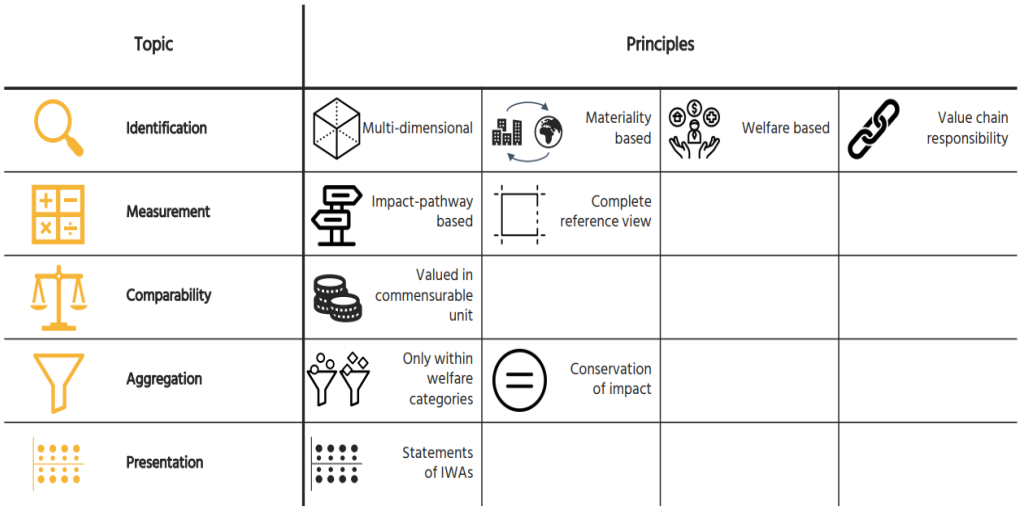


Figure 2. Impact Weighted Accounts Framework Topics and Principles

Reference . Impact -Weigted Accounts Framework Overview, 2023, p. 15.

IWAs are a set of comprehensive quantitative and valued accounts containing impact information about an organization that it and its stakeholders can use to make informed, integrated decisions. IWAs can contain at least two types of accounts: the IP&L Statement and Integrated Balance Sheet (IBaS). The annual IWAs of an organisation are a set of statements derived from the IP&L accounts and/or the IBaS that provide an organisation and its stakeholders with the information required to evaluate the degree to which the organization has realized its main organizational goals and societal functions during a given year and the degree to which it can continue to do so in the future (IWAF, 2022: 4).

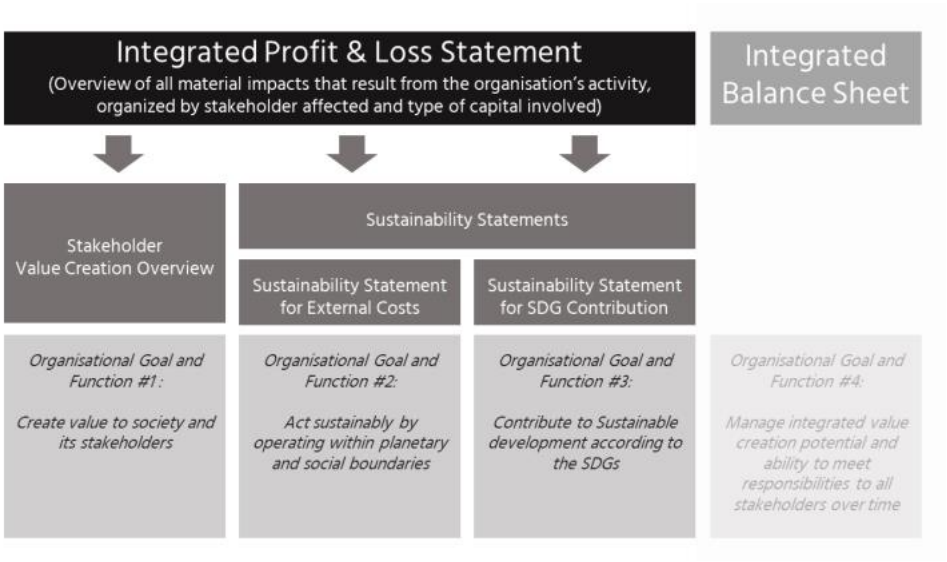


Figure 3. Integrated Profit and Loss Statement and Balance Sheet

Reference . IWAF, 2022: 20.

5. IMPACT MANAGEMENT AND MEASUREMENT

Impact measurement and management involve identifying and evaluating the positive and negative impacts of businesses' commercial activities on society and the environment, and ultimately finding ways to reduce the negative and maximize the positive in line with the businesses' goals.

For effective impact management, the measurement of the impact on businesses must be accurate and error-free. However, businesses do not yet have much knowledge of how to create impact management. In this regard, within the roadmap that can be followed for effective impact management, it would be appropriate to first determine the business objectives and the strategy compatible with the objectives, and then measure and evaluate the impact performance.

Impact measurement and management are inherently iterative. Impact measurement and management were conducted in four stages. These; (https://iris.thegiin.org/introduction/#b1)

- Determining goals,
- Designing strategies to achieve goals,
- Determining appropriate criteria for the determined targets,
- Measuring the impact and redetermining the strategy to use in decision-making.

Many projects, frameworks, and standardization studies have been conducted on impact measurement and management. A few of these are briefly explained in the following subsections.

Many projects, frameworks, and standardization studies have been conducted on impact measurement and management. A few of these are briefly explained in the following subsections.

5.1. Yorkshire Water's Total Impact and Value Assessment Framework

Total Impact and Valuation Assessment (TIVA) is a framework developed by Yorkshire Water outside of traditional accounting and reporting approaches to include a much wider range of metrics and improve the understanding of positive and negative impacts.

Yorkshire Water is a regulated water and wastewater company serving more than 5 million people and 130,000 businesses in the north of England https://capitalscoalition.org/casestudy/total-impact-valuation-assessment-by-yorkshire-water/). The organization first used the TIVA framework in the fiscal year 2014-2015. According to this framework, the reporting of impact occurs through changes in multiple capital types. Therefore, the reporting of impact is based on capital elements separated within the IR framework of integrated reporting.

TIVA was founded by Yorkshire Water to assign monetary value to impact beyond traditional approaches to help measure and compare impacts across value chains (YorkshireWater, 2018:6).

5.2. PWC'nin Toplam Etki Ölçümü ve Yönetimi Çerçevesi

Some studies have been conducted in the literature regarding the measurement and management of impact. One of these is the Total Impact Measurement and Management (TIMM) framework developed by PWC in 2013. The TIMM framework offers a holistic view of what businesses must identify their opportunities, understand their risks, and maintain a positive impact on society and the environment.

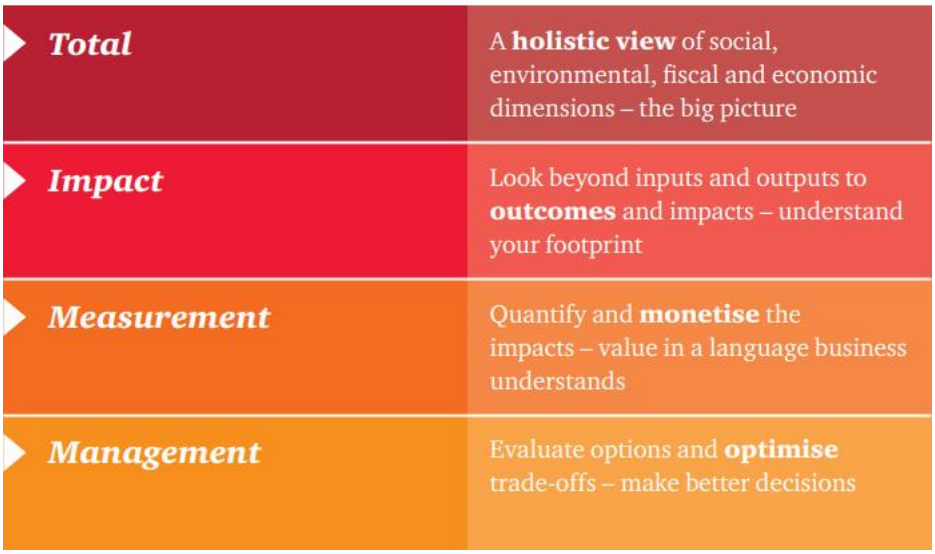


Figure 4. Total Impact Measurement and Management

Source. PwC Measuring and managing total impact: A new language for business decisions

According to the TIMM framework, the impact dimensions are social, environmental, tax, and economic. The interactions between these effects are shown in Figure 5.

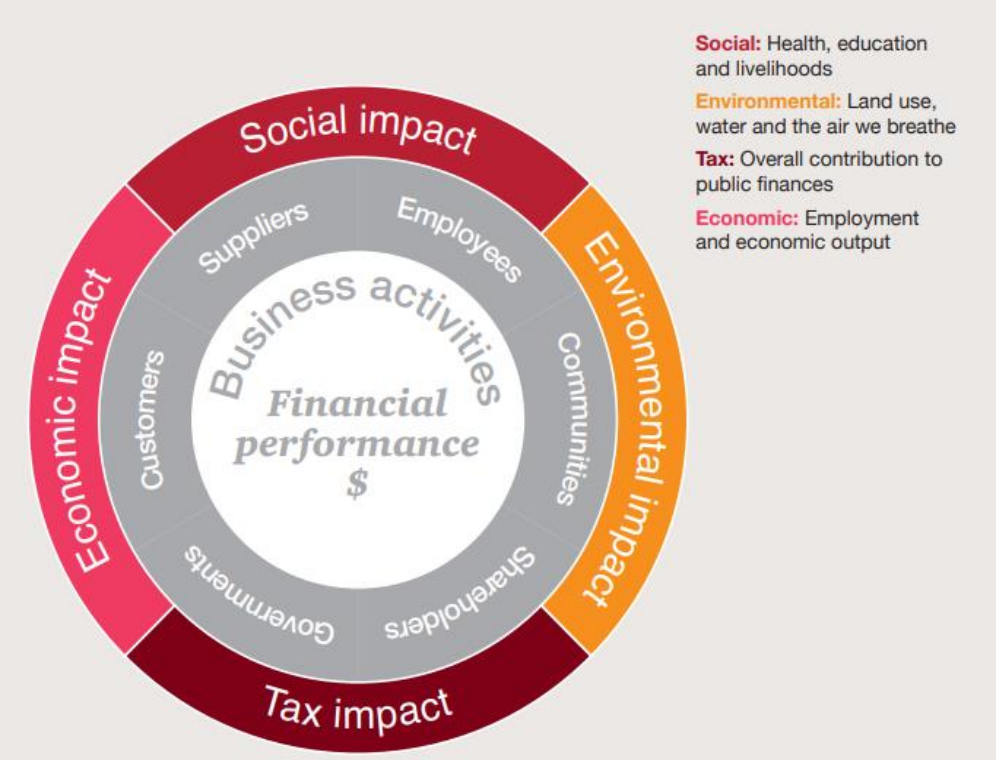


Figure 5. TIMM Frame Dimensions

Source. PwC Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, 2013, s.17.

Sample Application

ASE Group, a Taiwan-based technology manufacturing business, used the TIMM framework in its 2021 Impact Report. According to this framework, the company's 2021 impact statements are included in the report. The main impact dimensions of the business and the subdimensions related to these dimensions are shown in Figure 6.

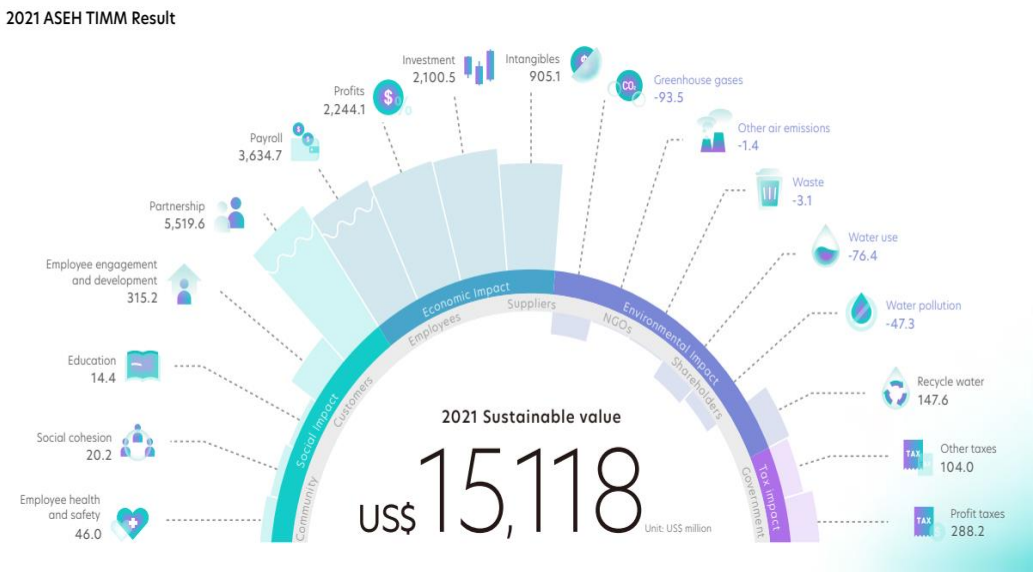


Figure 6. ASE Group 2021 TIMM Impact Statements

Reference.ASE HOLDINGS 2021 Total Impact Measurement and Management Report, 2021: 14

ASE Group's impact statements translated into traditional financials are provided in the TIMM Impact Report. When Figure 6 is examined, it is clear that the total impact analysis for the company is explained. In other words, not only the financial impact of the company, but also its environmental and resulting social impacts were analyzed. In the analysis of all impact levels, sub-impact levels were also included, as recommended by the TIMM framework. For example, measurements of greenhouse gases, air emissions, waste, water consumption, and water pollution can explain the total environmental impact. It has also been demonstrated that the effect created here is negative.

5.3. Impact Reporting and Investment Standards

In 2013, the Global Impact Investing Network (GIIN) created the Impact Reporting and Investing Standards (IRIS) to standardize measurement and reporting towards generally accepted impact performance measurements and methodologies. IRIS resources were subsequently developed into IRIS+ to advance the measurement, management, and optimization of the impact. IRIS+ metrics are designed to support the Impact Management Project (IMP), key impact performance insights, and SDGs. As of 2020, IRIS+ has more than 20,000 subscribers and more than 13,000 users from approximately 6,000 organizations (Nicholls, 2021: 25).

IRIS+ is a generally accepted impact accounting system that allows investors to measure, manage, and optimize their impact. Proper use of the IRIS+ system ensures consistency in a user's impact claims and performance, making it easier for investors to analyze and uncover useful information for decision-making. Using IRIS+ also makes it easier to compare impact information.

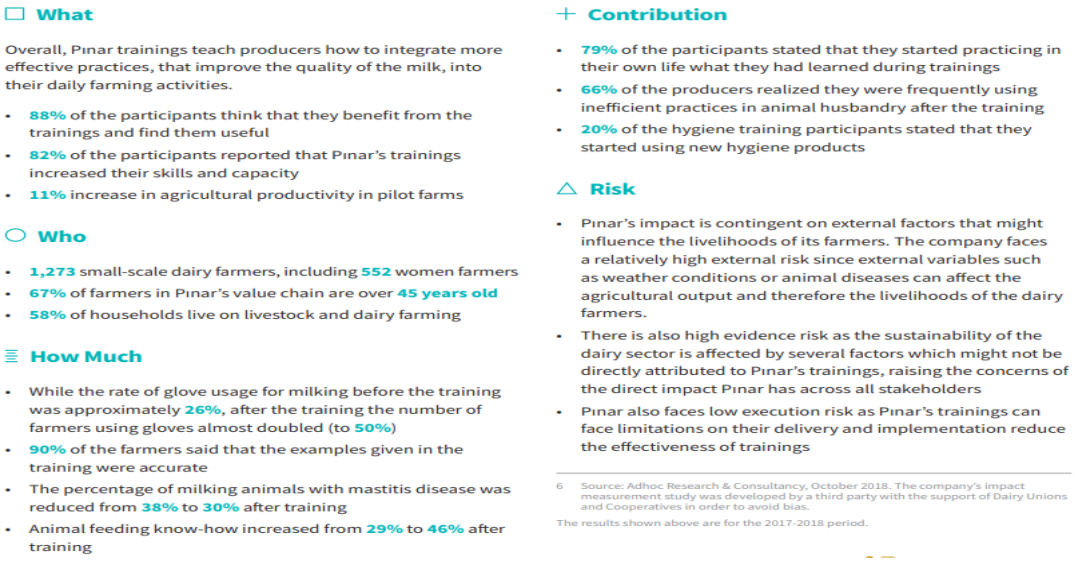
5.4. Impact Management Project

Another working group on impact measurement and management was a project launched in 2016 under the name of the Impact Management Project (IMP). This project aims to reveal and effectively measure the impact of business on people and the planet.

IMP launched in 2016 as a time-bound forum to build global consensus on how to measure, evaluate and report the impacts of businesses on people and the natural environment. Between 2016 and 2018, IMP brought together practitioners from all backgrounds to share impact management experiences and set future standards. Five years after its launch, IMP's facilitation role has been concluded as planned after supporting the development of four initiatives that are collectively well positioned for key impact management so that all organizations improve their sustainability impact and have the resources they need (https://impactmanagementproject.com/).

Sample Application

The Impact Champions Program was established within the scope of the Business Call to Action (BCtA) platform within the United Nations Development Program (UNDP). This program was applied on behalf of Pınar Süt, with the initiative of the Pınar Institute from Turkey, within the scope of '*The Future of Our Milk is in Conscious Hands'* project, and the 2017 impact study of the business institute was reported. Within the scope of this study, the impact was reported using IMP's five impact dimensions of IMP.



What

Overall, Pınar trainings teach producers how to integrate more effective practices, that improve the quality of the milk, into their daily farming activities.

- **88%** of the participants think that they benefit from the trainings and find them useful
- **82%** of the participants reported that Pınar's trainings increased their skills and capacity
- **11%** increase in agricultural productivity in pilot farms

Who

- **1,273** small-scale dairy farmers, including **552** women farmers
- **67%** of farmers in Pınar's value chain are over **45 years old**
- **58%** of households live on livestock and dairy farming

How Much

- While the rate of glove usage for milking before the training was approximately **26%**, after the training the number of farmers using gloves almost doubled (to **50%**)
- **90%** of the farmers said that the examples given in the training were accurate
- The percentage of milking animals with mastitis disease was reduced from **38%** to **30%** after training
- Animal feeding know-how increased from **29%** to **46%** after training

Contribution

- **79%** of the participants stated that they started practicing in their own life what they had learned during trainings
- **66%** of the producers realized they were frequently using inefficient practices in animal husbandry after the training
- **20%** of the hygiene training participants stated that they started using new hygiene products

Risk

- Pınar's impact is contingent on external factors that might influence the livelihoods of its farmers. The company faces a relatively high external risk since external variables such as weather conditions or animal diseases can affect the agricultural output and therefore the livelihoods of the dairy farmers.
- There is also high evidence risk as the sustainability of the dairy sector is affected by several factors which might not be directly attributed to Pınar's trainings, raising the concerns of the direct impact Pınar has across all stakeholders
- Pınar also faces low execution risk as Pınar's trainings can face limitations on their delivery and implementation reduce the effectiveness of trainings

6 Source: Adhoc Research & Consultancy, October 2018. The company's impact measurement study was developed by a third party with the support of Dairy Unions and Cooperatives in order to avoid bias.

The results shown above are for the 2017-2018 period.

Figure 7. Pınar Süt Impact Dimensions

Reference: : Pınar Institute Impact Management Case Study, 2017: 6.

Another experimental study in reporting impact is IMP. The impact dimensions of IMP are explained in the impact report of Pınar Dairy Institute. It is explained what the impact of Pınar Süt Institute is, for whom it was created, how much it is, what its contribution is and what risks it face

6. IMPACT PERSPECTIVE OF INTEGRATED REPORTING AND SUSTAINABILITY REPORTING

The monitoring results are critical elements of the impact paradigm shift. Integrated reporting is also included within the scope of the results perspective business model. Internal and external results in terms of capital elements arise from an organization's business activities and outputs. Key results of an integrated report (IIRC,2021: 42)

- Internal outcomes (e.g. employee morale, organisation's reputation, revenues and cash flow) and external outcomes (e.g. customer satisfaction, tax payments, brand loyalty, social and environmental impacts),
- It is described as a positive outcome (i.e., those that result in a net increase in capital elements and therefore create value) and a negative consequence (i.e., those that result in a net decrease in capital elements and therefore reduce value).

Within the IR framework of integrated reporting, it aims to reveal a clear distinction between the outputs and results within the scope of the business model and to convey the results in a more balanced way. In other words, it emphasizes the importance of balancing the tendency of businesses to convey only positive results (Acar et al., 2021: 260).

GRI, a leading standard producer organization in sustainability reporting, guides the disclosures of many businesses regarding their sustainability data with the standards it publishes globally. Sustainability reporting according to GRI standards is a reporting process that begins with a business identifying its material issues based on its impacts on the economy, environment, and society and extending to reporting disclosures regarding these impacts to its stakeholders.

In GRI standards, impact refers to the impact an organization has or may have on the economy, the environment and people, including impacts on human rights, as a result of its activities or business relationships. Impacts can be actual or potential, negative or positive, short-term or long-term, intentional or unintentional, or reversible or irreversible. These impacts indicate the positive or negative contribution of the organization to sustainable development. The organization's effects on the economy refer to the effects on economic systems at the local, national, and global levels. An organization can have an impact on the economy, for example, through competition practices, purchasing practices, taxes, and payments to governments. An organization's environmental impacts refer to its effects on living organisms and non-living elements, including air, soil, water, and ecosystems. An organization can have an impact on the environment, for example, by using energy, land, water, and other natural resources, as well as on individuals and groups, such as people, communities, vulnerable groups, or society. This includes the organization’s impact on human rights. An organization can also have an impact on people, for example, through its employment practices (e.g., the wages it pays employees), its supply chain (e.g., the working conditions of suppliers' employees), and its products and services (e.g., their safety or accessibility) (GRI, 2021:8).

The impacts of the organization on the economy, environment, and people are interrelated. For example, impacts on the economy and environment can affect people and human rights. Similarly, an organization's positive effects can cause negative effects and vice versa. For example, an organization's positive effects on the environment can lead to negative effects on people and human rights (GRI, 2021: 8).

CONCLUSION

Problems such as major environmental damage and increasing income and wealth inequalities in developed economies also show how the current value creation and distribution system is broken. Therefore, this situation necessitates a redesign of the current system. In other words, a more inclusive and sustainable economic model needs to be created for society, the planet, and employees. In this regard, our traditional accounting system requires transformation.

In addition to the returns they earn for their shareholders, businesses have an impact on society and the planet through the use of natural resources to produce or provide services. For example, the benefits they provide to the society in which they operate, the employment opportunities they create, their contribution to public finance, the waste they leave to the environment, and greenhouse gas emissions. Some of these effects are positive, whereas others are negative. Some of these effects are positive, whereas others are negative.

Measuring and reporting the positive and negative impacts created by businesses with both integrated reports and sustainability reports has recently become an important issue. Many frameworks and standards help businesses in this context. However, the search for a single standard on a global scale is ongoing. Before long, every business published impact-weighted accounts alongside their financial accounts. The net impact will be measured, and the impact will become more prominent in achieving social goals such as the SDGs. Most importantly, influence takes its place as one of the important managerial tools of businesses, alongside profit, in decision-making.

The IWA project, IWAF, was published to clarify the issue of monetizing and reporting the impact. The framework has now been published in draft form, and consultations with stakeholders began in April 2022. In addition, the framework is compatible with the standards and frameworks used in integrated reporting and SR.

Two important experimental studies have been conducted on impact management. The first is TIMM, introduced by Pwc. The second is the Impact Management Project (IMP). Both studies used businesses as exemplary frameworks to report the impact.

At the core of the TIMM framework is a holistic understanding of how a business's activities impact its stakeholders. These impacts occur directly through their activities and indirectly through their effects on customers in the market and other organizations in the supply chain. The resulting impact includes not only the financial impact, but also the environmental and social impacts in a holistic manner.

According to the IMP project, the impact is reported in various subdimensions and according to the suggested subdata categories. Impact reporting of the IMP, which was initiated and ended as a project, is one of the guiding frameworks that can be recommended to companies reporting the impact in the coming periods.

Both TIMM and IMP are compatible with reporting standards and frameworks, such as the International Integrated Reporting Framework and GRI, in reporting impact. It is anticipated that the number of studies on different projects aimed at measuring and reporting their impact will increase in the future.

REFERENCES

Acar, D- Aracı, K, Ö.N.- Arısoy, K. (2021). An Evaluation on Changes in Integrated Reporting and Sustainability Principles Compliance Frameworks, International Journal of Business, Economics, and Management Perspectives, Year: 6, Volume: 5, September, pp.251-266.

ASE HOLDINGS 2021 Total Impact Measurement and Management Report, (2021), pp.1-37 https://www.aseglobal.com/en/pdf/2021-aseh-timm-report-en.pdf 15.11.2022

Catarino, B. (2022). The Role of Impact Accounting in The Child Labour, Master Thesis, September.

GRI (Global Reporting Initiative), 2021. GRI 1: Foundation 2021 Universal Standard, https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/resource-center/?g=0f43cd79-f01d-438e-98a0-d87292076d9f&id=15871

PwC, (2013). Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, pp.1-46.

https://impactmanagementproject.com/impact-management/impact-management-norms/#anchor3 (03.02.2022)

Nichollas, A. (2021). Impact Measurement and Management in Sustainable Finance, Asian Development Outlook 2021: Financing a Green and Inclusive Recovery Background Paper.pp.1-54.

Pınar Institue Impact Management Case Study, 2017. https://static1.squarespace.com/static/6049e33a3512a120620cfe14/t/60a38f9a41ce1471836487f8/1621331867246/UNDP-Impact+Measurement+Case+Study-P%C4%B1nar-vf.pdf 20.02.2022.

Serafeim,G- Zochowski,R.T. - Downing,J., (2019). Impact-Weighted Accounts: The Missing Piece for an Impact Economy, Harvard Business School Research Report, pp.1-36.

(https://iris.thegiin.org/introduction/#b1) 20.02.2022

https://capitalscoalition.org/casestudy/total-impact-valuation-assessment-by-yorkshire-water/ 23.02.2022

YorkshireWater, (2018). Total Impact and value Assessment, pp.1-59.

Impact Weighted Accounts Framework (IWAF). (2021a). Summary The case for IWAF What IWAF contributes to the field Documents of IWAF, https://impacteconomyfoundation.org/impactweightedaccountsframework/ 01.02.2022.

Impact Weighted Accounts Framework (IWAF). (2021b). Introduction Impact-Weighted Accounts Framework (IWAF), https://impacteconomyfoundation.org/impactweightedaccountsframework/ 01.02.2022.

Impact Weighted Accounts Framework (IWAF). (2021c). Impact-Weighted Accounts Framework (IWAF), https://impacteconomyfoundation.org/impactweightedaccountsframework/ 01.02.2022.

Impact Weighted Accounts Framework (IWAF). (2022). Framework, https://impacteconomyfoundation.org/impactweightedaccountsframework/ 29.10.2023.

Impact Weighted Accounts Framework (IWAF). (2022b). Summary Public Consultation Version , https://impacteconomyfoundation.org/impactweightedaccountsframework/ 27.09.2022.

Impact Weighted Accounts Framework (IWAF). (2023), Impact -Weigted Accounts Framework Overview, https://impacteconomyfoundation.org/wp-content/uploads/2023/03/IWAF-Summary-Impact-Economy-Foundation.pdf 29.10.2023.

https://www.icaew.com/insights/viewpoints-on-the-news/2020/nov-2020/people-and-planet-in-the-accounts-impactweighted-accounts-facilitating-a-race-to-the-top 21.02.2022.

International Integrated Reporting Council (IIRC), (2021). INTERNATIONAL FRAMEWORK, January.
(https://impactmanagementproject.com/)

SANATTA ESTETİK DUYARLILIK VE ETİK İLİŞKİSİ

Prof. Dr. Emine NAS

Selçuk Üniversitesi, https://orcid.org/0000-0002-2513-2611

ÖZET

Sanat kavramında temel olan iki öge sanatçı ve eserdir. Bu unsurlar tarihsel süreç çerisinde insanın ve doğanın çevresinde gelişen sürekli bir etkinlik halindedir. Sanat olgusu çevresinde süregelen bu durum ve olaylar, insani değerleri inceleyen bir ilişkiler ağı biçiminde gelişim göstermektedir. Bu kapsamda sanatçının eylemlerini; belli ölçütler ve değerler bütününde ele alması gereği ortaya çıkmaktadır. Sanatçı ilgi duyduğu nesneye estetik bir duyarlılıkla yönelmekle kalmaz, yaşadığı toplumdaki çelişkileri kendine özgü bir yolla biçimlendirerek (şiir, heykel, resim gibi) sanatsal ifadelere ulaşır ve böylece toplumsal bilinçlenmeye öncülük eder. Özellikle sanat etkinliği içeriğinin insana dair değerlere yer verdiği düşünüldüğünde sanat ve etik ilişkisinin önemi bu noktada belirginlik kazanmaktadır. Çalışmada nitel yöntem dahilinde, sanat yapıtlarında estetik duyarlılık ve etik ilişkisi örneklem çerçevesinde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Örneklem, çağdaş sanat kavramı boyutunda yer alan performans sanatlarındaki popülasyondan kasti olarak seçilmiştir. Bu kapsamda sanat-sanatçı-sanat eseri üçleminde ele alınan etik değerlerin varlığı ve önem derecesi de vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik, sanat, estetik, duyarlılık.

1. GİRİŞ

Sanat kavramı en temel ifade ile; "teknik yeterliliği, güzelliği, duygusal gücü veya kavramsal fikirleri ifade eden yaratıcı veya yaratıcı yetenekleri içeren çok çeşitli insan faaliyetleri ve bunun sonucunda ortaya çıkan üründür" şeklinde tanımlanabilir.

Sanatı neyin oluşturduğuna dair genel olarak kabul edilmiş bir tanım yoktur ve bunun yorumu tarih boyunca ve kültürler arasında büyük farklılıklar göstermiştir.[1] Sanatın doğası, filozof Richard Wollheim tarafından "insan kültürünün geleneksel sorunlarından biri" olarak tanımlanmıştır.[2] Dolayısı ile; sanat, duyguların ve fikirlerin ifade edilmesi veya iletilmesi için bir araç, biçimsel öğelerin kendileri için keşfedilmesi ve takdir edilmesi için mimesis veya temsil olarak da ifade edilmiştir.[3]

Dünya tarihinde sanat kavramı; 17. yüzyıla kadar herhangi bir beceri veya ustalığı ifade ederken, 17. yüzyılın başlarından itibaren daha spesifik bir anlam kazanmış ve yaratıcı sanat olarak ifade edilen *güzel sanat kavramı* ortaya çıkmıştır.[4] Güzel sanatlar, sanatçının yaratıcılığını ifade etmek veya izleyicinin estetik duyarlılığını harekete geçirmek veya

[1] Davies, S., Definitions of Art, Cornell University Presw, 1991, ISBN 978-0-8014-9794-0, pp.25.
[2] Wollheim, R., Art and its Objects, Cambridge University Press, 1980, ISBN 0-521-29706-0, pp.1.
[3] Levinson, J.,The Oxford Handbook of Aesthetics, Oxford University Press, 2003,ISBN 0-19-927945-4, pp.5.
[4] Gilbert, K., E.; Kuhn, H., A History of Esthetics, Indiana University Press, Bloomington, 1954 (i.e.1962), pp. 73.

izleyiciyi daha rafine veya daha ince sanat eserlerinin değerlendirilmesine çekmek için kullanılan bir beceriyi ifade etmektedir.

Sanatın doğası, yaratıcılık ve yorum gibi kavramlar, felsefenin estetik olarak bilinen bir dalında incelenmektedir.[5]

Estetik birçok disiplin tarafından tartışılan, tanımlanmaya çalışılan bir kavramdır. Bu yaygın kullanıma rağmen estetik sınırları tam çizilememiş ve tartışmaya açık bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Estetik "sanatsal yaratının genel yasalarıyla sanatta ve hayatta güzelliğin kuramsal bilimi, güzel duyu, bediiyat" (TDK, 2023) şeklinde tanımlanmaktadır. Güzelliğin doğası ve zevkin doğasıyla ilgilenen felsefe dalıdır ve sanat felsefesi olarak işlev görür. Dolayısıyla estetiğin işlevi sanat, kültür ve doğa üzerine eleştirel düşüncedir.[6]

Estetik duyarlılık, bir eserin güzellik, uyum ve estetik değerlerini takdir etme yeteneğidir. Bir kişi, bir eseri estetik olarak değerlendirebilmek için, sanatsal özellikleri, kompozisyonu, renkleri, doku ve biçimleri gibi bir dizi faktörü değerlendirmelidir. Estetik duyarlılık, bir eserin sanatsal niteliklerini anlamak ve takdir etmek için geliştirilen bir yetenektir. Ancak, estetik duyarlılık sadece bir eserin güzelliğini takdir etmekle sınırlı değildir. Sanat eserlerinin içerdikleri mesajlar, duygusal tepkiler ve düşünsel derinlikler de estetik duyarlılığı etkileyen unsurlardır. Bir eserin estetik değeri, içerdiği fikirlerin ve duyguların nasıl ifade edildiğiyle de ilişkilidir. Bu noktada, etik ilişki devreye girer. Etik veya ahlak felsefesi, felsefenin doğru ve yanlış davranış kavramlarını sistemleştirmeyi, savunmayı ve tavsiye etmeyi içeren bir dalıdır. Etik alanı, estetikle birlikte değer meseleleriyle ilgilidir; bu alanlar felsefenin aksiyoloji adı verilen dalını oluşturur. Etik; iyi ve kötü, doğru ve yanlış, erdem ve kötülük, adalet ve suç gibi kavramları tanımlayarak insan ahlakına ilişkin sorunları çözmeye çalışır. Entelektüel bir araştırma alanı olarak "ahlak felsefesi, ahlaki psikoloji, tanımlayıcı etik ve değer teorisi"[7] alanlarıyla ilişkilidir.

Çalışmada sanat kavramında yer alan duyarlılık ve etik ilişkisinin güncel sanat profilinde vurgulanması amaçlanmıştır. Nitel olarak tasarlanan çalışmada örneklem kasti olarak seçilmiştir. Toplumun kabul ettiği ahlaki değerler kapsamında içerik ve biçim özelliklerine bağlı olarak; bir eserin estetik değerleri ve etik unsurlar arasındaki ilişki ele alınarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. SANAT, ESTETİK DUYARLILIK VE ETİK KAPSAMINDA DEĞERLENDİRMELER

Çağdaş sanat, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren 21. yüzyılda üretilen günümüz sanatı olarak, yakın zamanların tüm sanatlarının altında yer aldığı şemsiye terimdir. Tanımlanamayacak kadar geniş bir çeşitliliğe ve tam olarak belirlenemeyecek kadar hızlı bir tempoya sahiptir. Basit bir ifadeyle çağdaş sanat, bugüne dair, bugün yaratılan sanatı ifade eder.[8] 20. yüzyılda çoktan başlamış olan sanatın sınırlarının zorlanması ideolojisi;

[5] Biz, K., Art and Philosophy: Readings in Aesthetics, New York: St. Martin's Press. 1979, ISBN 978-0-312-05391-8, pp.47.
[6] Dickie, G., T., Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis, Cornell University Press, 1974, pp. 19-24.
[7] Martinez, Veronica Root, More Meaningful Ethics, Notre Dame Legal Studies, Paper No. 191023, University of Chicago Law Review Online (January 7, 2020), pp.19.
[8] Robertson, J., & McDaniel, C., Themes of Contemporary Art: Visual Art after 1980 (3rd ed.), Oxford: Oxford University Press, 2013, pp. 13,17.

malzemelerin, yöntemlerin, kavramların ve konuların dinamik bir birleşimi olarak çağdaş sanat başlığı altında devam etmektedir. Sanatsal ifade biçimleri; kişisel ve kültürel kimlik, aile, toplum, ahlak ve milliyet gibi daha geniş bağlamsal çerçeveleri ilgilendiren sosyo-kültürel diyaloğun bir parçası haline gelmiştir.

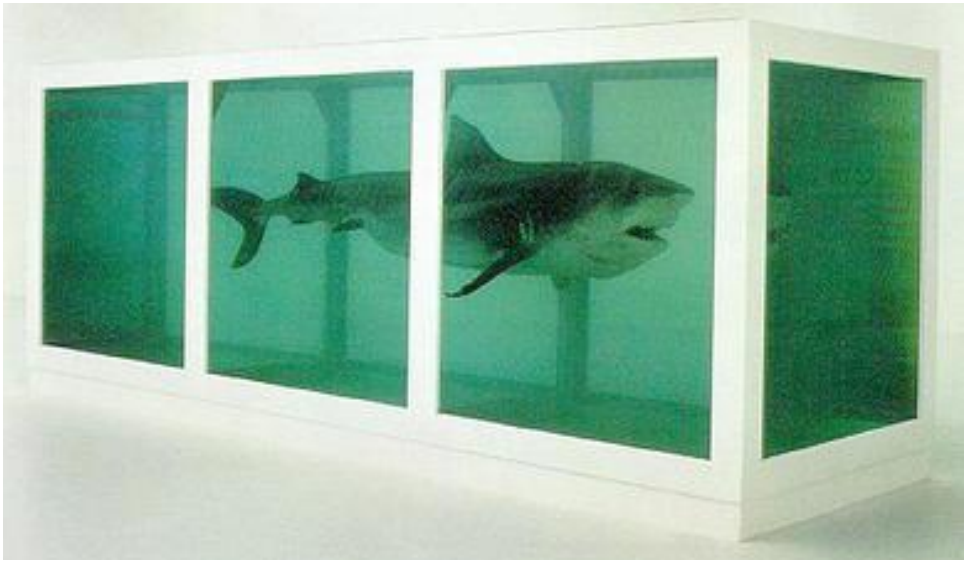
Çağdaş sanat kapsamında sanatta estetik duyarlılık ve etik ilişkisi konusu olukça tartışmalı bir durumdadır. Bir eserin estetik değerlerini takdir etme yeteneği ile ahlaki değerlendirmeler arasındaki ilişki son yıllardaki sanatsal bakış açıları ile farklı yorumlanmıştır. Bilindiği üzere; estetik duyarlılık, bir eserin sanatsal niteliklerini tanımak ve takdir etmek için geliştirilen bir yetenek olduğu gibi, etik değerlendirmeler de bir eserin içerdiği mesajların ahlaki açıdan değerlendirilmesini içerir. Ancak çağımızda sanatçıları kategorize eden bu kavramlar; farklı kültürler, farklı toplumsal değerler ve farklı dünya görüşleri ile bir eserin estetik değerini ve etik değerlendirmelerini etkileyebilmektedir. Bu nedenle, sanatta estetik duyarlılık ve etik ilişkisi, nispeten subjektif bir konu haline gelmekte ve bireysel değerlendirmelere dayanmaktadır.

Çalışma kapsamındaki odak noktası, çağdaş sanat kavramı altında hayvan figürlerinin sanat nesnesi ve sanatsal içerik olarak kullanımının estetik değeri ve etik boyutu üzerinedir. Sanatsal faaliyetlerde hazır nesne olarak yer almaya başlayan hayvan figürleri, sanatçının yansıtmak istediği içerikte sadece fiziksel özelliklerinden ötürü kullanılmaktadır. Sanat üretiminde hayvan bedenleri, cesetleri ve beden parçaları soyut kavramların giydirildiği birer özne kimliğine büründürülerek estetik duyarlılık kapsamında pek çok soruyu çağdaş sanatın merkezine taşımıştır.

Özellikle performans sanatlarında ve enstalasyonlarda kullanılan hayvan canlı veya cansız figürleri, sanatçının yüklediği anlam dahilinde bir takım biçimsel değişimler kazansa da bu durum "o canlının özünde ne olduğu?" ve "yaşamdaki varlık amacının ne olduğu?" sorularına verilecek cevabı kesinlikle değiştiremez niteliktedir. Buna rağmen 21. yüzyıl çağdaş sanat anlayışındaki bazı hareketler; hayvan imitasyonları, ölüleri ve canlı hayvanları sanatsal bir malzeme olarak kullanma eyleminde bir sorun olmadığı görüşünü savunarak toplumsal tepkileri göz ardı etmektedirler.

İngiliz sanatçı Damien Hirst (1965), Young British Artists olarak anılan grubun en önemli sanatçılarındandır. Çalışmalarında ölüm temasını işleyen sanatçı formaldehitte muhafaza edilen ölü hayvan figürleri ile gündem olmuştur. İkonik çalışması *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* (Yaşayan Birinin Zihninde Ölümün Fiziki İmkansızlığı), cam panelli bir vitrin içinde formaldehitte muhafaza edilen ölü bir kaplan köpekbalığından oluşmaktadır ve eserin 2004 yılında 8 milyon ABD dolarına alıcı bulduğu bilinmektedir [9] (Görsel 1).

[9] Vogel, Carol, *Swimming With Famous Dead Sharks*, The New York Times, 1 Ekim 2006, https://www.nytimes.com/2006/10/01/arts/design/01voge.html?ex=1317355200&en=6fcefeb8359f9748&ei=5088&partner=rssnyt&emc=rss, Erişim tarihi: 22.06.2023.



Görsel 1. *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living,* Damien Hirst, 1991, (Kaplan köpekbalığı, cam, çelik, %5 formaldehit çözeltisi), 213 cm × 518 cm × 213 cm (84 inç × 204 inç × 84 inç), https://en.wikipedia.org/wiki/The_Physical_Impossibility_of_Death_in_the_Mind_of_Someone_Living#/media/File:Hirst-Shark.jpg, Erişim tarihi: 14.06.2023.

Hirst'ün formaldehit kullanımı, "Minimalizm ile tanımlanan biçimsel araçları yaşam ve ölüm, gerçekler ve inanç üzerine bir meditasyona uyarlayarak, çoğu zaman rahatsız edici nesneleri bilerek havalı, klinik bir tarzda sunmasına olanak tanıdığı" şeklinde belirtilmektedir. Sergilemede kullandığı vitrinleri "kırılganlık korkusundan ve bunun sonucunda ortaya çıkan izolasyon ve koruma arzusundan kaynaklandığı" vurgulanmaktadır. Sanatçının formaldehitin nesneleri ve onların ilettiği fikirleri korumak için etkili bir araç olduğunu önermesi yanında, kaçınılmaz ölüm karşısında koruma fikrinin de boşuna olduğu mesajını verdiği görülmektedir. Sanat ve bilim arasındaki uçurumu kapatmaya yönelik devam eden çabasını somutlaştıran *Natural History (*Doğa Tarihi) serisi; ikiye bölünmüş, enine kesitlere bölünmüş veya derisi yüzülmüş koyun, güvercin, zebra, inek gibi çeşitli hayvanları içermektedir [10] (Görsel 2).

[10] "Damien Hirst", https://gagosian.com/artists/damien-hirst/, Erişim tarihi: 23.07.2023.



Görsel 2. Damien Hirst, Natural History *(*Doğa Tarihi), https://artlyst.com/wp-content/uploads/2022/03/damien-hirst-gagosian-artlyst.jpg, Erişim tarihi: 13.06.2023.

Belçikalı neo-kavramsal sanatçı Wim Delvoye (1965), 1992 yılında kesimhanelerden aldığı domuz derileri üzerine dövme yapmaya başlamış, 1997'de ise bu eylemine canlı domuzlar üzerinde devam etmiştir. Dövme yaptığı canlı domuzlar 2003-2010 yılları arasında Art Farm adını verdiği çiftlikte yaşamışlardır. Bu süreçte sergilenme amacıyla canlı domuzlar öldürülerek, tahnit (cesedin bozulmaması için iç organlarının çıkarılıp bir takım kimyasal işlevlerden geçirilerek içinin doldurulması) işlemi uygulanmış ve sanatçının sergilerinde kullanmıştır. Wim Delvoye domuzlara olan büyük ilgisini "bolluğu simgeledikleri ve aynı zamanda kirliliği de temsil ettikleri" şeklinde ifade etmiştir. Delvoye bu tartışmalı projesinde "domuz derisinin dövmeye çok elverişli olduğunu ve kullandığı farklı tasarımlar ile (haritalar, Gotik ve oryantal tarz süslemeler, goblen desenleri, logolar) her modelin gerçek bir kişiliğinin olduğunu ve buna bağlı olarak da domuzların her birinde ayrı bir tavır geliştiğini" belirtmiştir (görsel 3).



Görsel 3. Wim Delvoye, Qom, Hamadan, Usak, Arak (sanatçı tarafından domuzlara verilen isimler), 2011-2013, Royal Museum of Fine Arts, Brussels, Belgium, https://www.dailyartmagazine.com/wim-delvoye/, Erişim tarihi: 12.06.2023.

Sanatçı "domuzların bu görünümleri ile çamurlu ahırlarını daha sakin bir ortamla değiştiren sevimli evcil hayvanlara benzediklerini, klasik bir iç mekana mükemmel uyum sağladıklarını ve hem fiziksel hem de estetik olarak tam anlamıyla değer kazandıklarını" [11] vurgulamıştır.

Aksiyonizm akımının öncü ismi Viyana asıllı sanatçı Hermann Nitsch (1938-2022), performansa dayalı ve insanlığın ilkel yüzünü öne çıkaran radikal çalışmalarıyla bilinmektedir. Nitsch, Freud psikolojisine ve hareketli soyut resme gönderme yapan performanslarında, kökleri pagan ritüellerine dayanan kurban/adak ritüelleri dolayısıyla kan akıtma durumu sergilemiştir. Gerçek hayvan leşleri ve gerçek kanın çarmıha gerilme ve kusursuz gebelik gibi dini içeriklerle birleştirilmesi, izleyiciyi günlük yaşamda sıklıkla bastırılan kan ve ölüm gibi sembolik konular üzerinde düşünmeye sevk etmek için Nitsch tarafından bilinçli olarak kullanılmıştır. Çoğu zaman çıplak sanatçıların ve kanın kullanıldığı yoğun ve sansasyonel doğaları nedeniyle Nitsch, sanat eserleri nedeniyle kamuya açık ahlaksızlık suçlamalarıyla birçok mahkeme davasına maruz kaldı ve hatta üç kere hapis cezasına çarptırıldı. Eleştirmenler onun çalışmasının bazı insanların şiddete olan hayranlığını ve şiddete karşı duyarsızlaşmasını örnekleyebileceğini öne sürdü[12] (Görsel 4).



Görsel 4. Hermann Nitsch, 150. Aksiyon, Dark Mofo, Hobart, 2017, https://www.nitsch.org/en/6-days-play/, Erişim tarihi: 23.06.2023.

Sanatçının Orgien Mysterien Theater isimli performans serisi, gösterime açıldığı dönemde büyük eleştirilerin hedefi oldu. 2017 yılında, yeni ölmüş bir boğanın parçalanmasının sahnelendiği 6 günlük performansı oldukça tepki çekmiştir. Sanatçı bu performansın, "insanın en büyük ve en önemli kutlaması olmayı amaçlayan varoluşu yücelten estetik bir ritüel niteliği taşıdığını hem bir halk şenliği hem de bilince taşınan bir varoluş gizemi

[11] Laster, P., *Bringing Home the Bacon: Wim Delvoye*. Sperone West water. ArtAsiaPacific, 30 September 2007, pp.154–159, https://artasiapacific.com/issue/bringing-home-the-bacon-wim-delvoye?locale=en, Erişim tarihi: 12.06.2023.

[12] Winkler, M., *Review: Hermann Nitschs 'Orgien Mysterien Theater' und die "Hysterie der Griechen." Quellen und Traditionen in Wiener Atikedild seit 1900 by Ekkehard Stark,* The German Quarterly, Vol. 61, No. 4, 60th Anniversary 1928-1988 (Autumn, 1988), pp. 590–591.

olduğunu" vurgulamıştır. Hıristiyanlıkta da merkezi bir rol oynayan bu performans, Hıristiyan izleyiciler ve çok sayıda eleştirmen tarafından saygısızlık olarak algılanmıştır.[13]

İtalyan asıllı Maurizio Cattelan (1960) hipergerçekçi heykelleri ve enstalasyonlarıyla tanınan bir görsel sanatçıdır. Cattelan, 1990'ların ortalarında tahnitçilik kullanımıyla tanınır. 1997 yılında Novecento isimli eserinde, Tiramisu adlı eski bir yarış atının doldurulmuş bedenini bir koşum takımıyla tavana asılı biçimde uzun, sarkık bir duruşla sergilemiştir. Tahnitçiliğin kullanıldığı bir başka çalışması da 1996 yılında sergilediği Bidibidobidiboo'dur. Mutfak masasının üzerine yığılmış, ayaklarının dibinde bir tabanca bulunan bir sincabın minyatür tasvirinden oluşmaktadır [14] (Görsel 5-6).



Görsel 5. Maurizio Cattelan, "Novecento",1997, doldurulmuş at, 201.2 x 271 x 68.6 cm, (solda); Maurizio Cattelan, "Kaputt", 2007, doldurulmuş beş at, (sağda), https://publicdelivery.org/maurizio-cattelan-horses/, Erişim tarihi: 23.06.2023.

Cattelan'ın 1990'larda bir sanat formu olarak köpek, at ve sincap gibi hayvanları doldurulmuş bir şekilde kullanmaya başlaması ve bunları sergileme biçimi ironinin eyleme dönüşmesi olarak belirmektedir. Çoğunlukla doğal olmayan şekillerde sergilenen doldurulmuş hayvanlar ya tavandan asılmış ya duvara yarı gömülmüş ya da insana özgü davranışlar içinde galeri mekânına yerleştirilmiştir.

Ancak bu sıra dışı sergileme biçimi sadece hayvanlar için geçerli değildir. Cattelan, gerçek insan ya da balmumundan yapılmış insan heykellerini de alışılmışın dışında konumlandırmaktadır. Belli tepkileri kışkırtmak ve belirli anlamlar üretmek için sergileme mekânlarını özenle seçmektedir. Bu konumlandırma ve sergileme aracılığıyla eserleri toplumsal, siyasal ve dini kurumlarla ilişki kurmaktadır. Çoğunlukla bu güç otoritelerini eleştirdiği ve soru sordurma istemini yarattığı eserlerinde yeni anlamlar inşa etmektedir. Sanatçının heykelleri, kamuoyunun bilinçaltından çıkarılmış ve onları beklenmedik bir şekilde rahatsız edici kılıklara sokan figürler ve görüntülere dayanmaktadır. [15]

[13] Sakoilsky, Paul, *The School of Being - Nitsch in conversation, the morning after the 2-day play* (120th aktion), 2004, pub. www.collecteast.org, online journal, April 2007, Erişim tarihi: 23.07.2023.
[14] Verzotti, Giorgio, Maurizio Cattelan, Charta Art Books, Milan, 1997, ISBN 978-88-8158-267-9, pp.20-25; Hoptman,Laura and Schuppli, Madeleine, Maurizio Cattelan, Kunsthalle, Basel,1999,ISBN 3-7965-1404-9,pp. 32.
[15] Heartney, E., Sanat ve Bugün (Çev. Osman Akınhay), Agora Kitaplığı, İstanbul, 2008, s.21; Akdağlı, S., *Maurizio Cattelan'ın Eserlerinde İroni ve Eleştiri*, Sanat Dergisi, (37), 2021, Doi: http://doi.org/10.47571/atauni gsfd.871906, s. 67-68.



Görsel 6. Maurizio Cattelan, "Bidibidobidiboo",1996, doldurulmuş sincap, 45 x 60 x 58 cm, https://publicdelivery.org/maurizio-cattelan- squirrel /, Erişim tarihi: 23.06.2023.

3. SONUÇ

Son yıllarda çağdaş sanatçılar, eserlerine canlı hayvanları dahil ederek "bir sanat eseri yaratma" daha doğrusu "bir sanat eseri için canlı hayvanı ele geçirme" eylemini sürdürmektedirler. Bu gelişme çeşitlilik sunmakta ve farklı biçimlerde izleyici ile buluşmaktadır. Sanat dünyasında ve hayvan hakları aktivistleri arasında büyük ilgi gören bu eğilimler sanat eserlerinin yol açtığı ciddi etik ve sanatsal sorular göz önüne alındığında oldukça dikkat çekici hale gelmiştir.

Çalışmada ele alınan örneklem dahilinde sanatta estetik duyarlılık ve etik ilişkisi kapsamında "canlıların sanat pratiğinde kullanılması" bazı karşıt görüşler ortaya koymakla birlikte ahlaki sorunları da gündeme getirmektedir.

Bu durum çağdaş sanatta özgünlük arayışı çabaları içinde estetik değerin takdir edilmesi olarak değerlendirildiğinde, hayvanları sanat eserlerine dahil etmenin ayırt edici değeri veya faydasının ne olduğu sorgulanması gereken bir konudur. Sanatçıların, hayvanları sanatsal malzeme olarak kullanmayı normal bir tavır olarak algıladıkları, hayvanlara saygı duymadıkları, hiç acı çekmese bile bunun doğru olabileceğini savundukları da sanat kavramı altına yakışmayan bir düşünce biçimidir. Bu açıdan bakıldığında etik sorumluluk ile estetik duyarlılığın; sanatçının önceden benimsediği, yaşayarak deneyimlediği ve kazandığı bir değerler sistemi olduğunu da göz önünde bulundurmak gereklidir. Dolayısı ile sanatçının aidiyet hissettiği düşünceler ve eğilimleri sanatsal hayatı boyunca özgün yapısının oluşumunda etkilidir. Burada sürekli gelişim gösteren estetik duyarlılık, eleştirel düşünme becerisi ile de paralellik göstermektedir. Algı ve anlam ufkunu genişleten bu devimim, aslında bir

yaratım/ürün-süreç ilişkisi olarak açıklanabilir. Bu ilişkide estetik duyarlılık ve etik sorumluluk sanatçının hayal gücü, sezgileriyle sürekli beslenen bir anlam dünyasında yer edinir.

Örneklemde yer alan ütopik eserler sanatçıların anlam dünyasındaki boşluğu ilgi çekerek kapatma çabasıdır. Bu durum ve olayları normalleştirme çabaları, sanat olgusunun toplum içindeki sosyal varlığını ve sanatçının kimliğini sorgulamaya sebebiyet verir. Dolayısı ile sanatsal bir yaratımda bir canlının başka bir canlıyı kendi iradesi dışında kullanma girişimi estetik ve etik değerler ile çelişki göstermektedir. Sonuç olarak; "canlıların sanat nesnesi olarak bir tüketim malzemesi halinde kullanımının estetik kavramı altındaki boyutlarının neler olduğu? bir canlının sanatsal bir nesneye kalıcı olarak dönüştürülmesinin sanat pratiğindeki estetik duyarlılık ve etik unsuruna etkileri? ve sanatçının performans için bedenini veya bir canlıyı kullanırken sınırlarının olup olmaması?" gibi çoğaltılabilecek sorular çağdaş sanatta ele alınması gereken problemler olarak düşünülmelidir.

KAYNAKÇA

Akdağlı, S., *Maurizio Cattelan'ın Eserlerinde İroni ve Eleştiri*, Sanat Dergisi, (37), 2021, Doi: http://doi.org/10.47571/atauni gsfd.871906, s. 67-68.

Biz, Kennick, Art and Philosophy: Readings in Aesthetics, New York: St. Martin's Press. 1979, ISBN 978-0-312-05391-8.

"Damien Hirst", https://gagosian.com/artists/damien-hirst/, Erişim tarihi: 23.07.2023.

Davies, Stephen, Definitions of Art,Cornell University Presw,1991, ISBN 978-0-8014-9794-0.

Dickie, George, T., Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis, Cornell University Press, 1974.

Gilbert, Katharine E.; Kuhn, Helmut, A History of Esthetics, Indiana University Press, Bloomington, 1954 (i.e. 1962).

Heartney, E., Sanat ve Bugün (Çev. Osman Akınhay), Agora Kitaplığı, İstanbul, 2008.

Laster, Paul, *Bringing Home the Bacon: Wim Delvoye*. Sperone West water. ArtAsiaPacific, 30 September 2007, pp.154–159, https://artasiapacific.com/issue/bringing-home-the-bacon-wim-delvoye?locale=en, Erişim tarihi: 12.06.2023.

Levinson, Jerrold, The Oxford Handbook of Aesthetics, Oxford University Press, 2003, ISBN 0-19-927945-4.

Martinez, Veronica Root, More Meaningful Ethics, Notre Dame Legal Studies, Paper No. 191023, University of Chicago Law Review Online (January 7, 2020).

Robertson, J., & McDaniel, C., Themes of Contemporary Art: Visual Art after 1980 (3rd ed.), Oxford: Oxford University Press, 2013.

Sakoilsky, Paul, *The School of Being - Nitsch in conversation, the morning after the 2-day play* (120th aktion), 2004, pub. www.collecteast.org, online journal, April 2007, Erişim tarihi: 23.07.2023.

Winkler, Michael, *Review: Hermann Nitschs 'Orgien Mysterien Theater' und die "Hysterie der Griechen." Quellen und Traditionen in Wiener Atikedild seit 1900 by Ekkehard Stark*, The German Quarterly, Vol. 61, No. 4, 60th Anniversary 1928-1988 (Autumn, 1988).

Wollheim, Richard, Art and its Objects, Cambridge University Press, 1980, ISBN 0-521-29706-0.

Verzotti, Giorgio, Maurizio Cattelan, Charta Art Books, Milan, 1997, ISBN 978-88-8158-267-9, pp.20-25; Hoptman,Laura and Schuppli, Madeleine, Maurizio Cattelan, Kunsthalle, Basel,1999,ISBN 3-7965-1404-9.

Vogel, Carol, *Swimming With Famous Dead Sharks*, The New York Times, 1 Ekim 2006, https://www.nytimes.com/2006/10/01/arts/design/01voge.html?ex=1317355200&en=6fcefeb8359f9748&ei=5088&partner=rssnyt&emc=rss, Erişim tarihi: 22.06.2023.

UZAKDOĞU ÇİÇEK DÜZENLEME SANATI "İKEBANA"

Prof. Dr. Emine NAS

Selçuk Üniversitesi, https://orcid.org/0000-0002-2513-2611

ÖZET

İkebana "çiçek düzenlemek" veya "çiçekleri canlandırmak" anlamına gelen geleneksel Japon çiçek düzenleme sanatıdır. Tarihçesi 6. yüzyıla kadar uzanan İkebana insanın duygularını, mesajlarını, estetik bakışını doğayla uyum ve iş birliği içinde ifade etme yöntemi olan bir sanat alanı olarak ilerlemiştir. Erken dönemlerde mabetlerdeki sunaklar için yapılan İkebana çalışmaları, 10. yüzyıldan itibaren saksılarda, özel kaplarda, vazolarda yapılan bir sanat etkinliğine dönüşmüştür. Yapım sürecinde klasik bir çiçek düzenlemeden farklı olarak bir felsefe barındıran ikebana, farklı aranjmanlarla çiçekleri sanatsal olarak sergileme işidir. Üç dal esası üzerine temel tasarımların ilerlediği ikebanada pek çok stil bulunmaktadır. Ikebana, Japon kültüründe derin bir öneme sahiptir ve meditasyon, zihinsel odaklanma ve ruhsal denge sağlama gibi faydaları olduğuna inanılır. Aynı zamanda, çiçeklerin sembolik anlamlarını ifade etmek ve mevsimlere göre değişen doğal döngüyü yansıtmak için kullanılır. İkebana, dünya genelinde birçok insan tarafından ilgi gören bir sanattır ve çeşitli ikebana okulları ve stilleri bulunmaktadır. Her bir okulun kendi teknikleri, kuralları ve estetik anlayışı vardır, ancak hepsi doğanın güzelliğini vurgulamayı hedefler. Çalışmada nitel yöntem kullanılmış olup, ilgili literatür ve görsel popülasyonu üzerinden İkebana çiçek düzenleme sanatının tarihi gelişimi ve felsefesine değinilerek geleneksel yapısı ve türleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İkebana, Japon, çiçek, tasarım, sanat.

1. İKEBANA SANATI VE TARİHİ GELİŞİMİ

"Çiçek toplayıp başkalarına sunma" eyleminin, insanlık tarihinde kökeni bilinmemekle birlikte doğaya karşı duyulan sevgiden kaynaklı güçlü bir duygu olduğu düşünülmektedir. Evrensel insan zihniyetinin çiçekler, sevmesi dikkate değer bir konudur. Çiçekler pek çok toplumda; süsleme, şifa, meditasyon, adak vb. durumlarda sıkça kullanılagelmiştir. Ancak; dünya sanat tarihi içinde çiçeklere manevi anlamlar yükleyerek estetik bir zarafetle kullanan ve bunu geleneksel bir sanat haline dönüştüren Japon kültürü önemli özellikler sergiler. Japon estetik anlayışını yansıtan ve doğanın güzelliğini vurgulayan klasik Japon çiçek düzenleme sanatı İkebana özgün yapısı ile dikkat çekici bir konumdadır.

İkebana terimi Japonca *ikeru* (生ける) düzenlemek, hayat sahibi olmak, yaşamak ve *hana* (花) çiçek kelimelerinin birleşiminden gelir.[1] "Yaşayan çiçekler" olarak da ifade edilen İkebana, *kadō* (華道), çiçek arajmanı-çiçeklerin yolu olarak da bilinir. Kadō; çiçekleri, bitkileri ve ağaçları düzenleme sanatıdır. Antik çağlardan beri nesilden nesile aktarılan sistematik bir estetik anlayışı ve düzen teorisi vardır.[2]

Bu sanat dalı, çiçekleri düzenleyerek estetik bir denge ve güzellik yaratmayı amaçlar.

[1] The Modern Reader's Japanese-English Character Dictionary, Charles E. Tuttle Company, ISBN 0-8048-0408-7, pp.58.

[2] "History of Kado and Ikebana Explained", https://www.ikehikojapan.com/ blogs/traditional/g_20220628-4, Erişim tarihi: 22.05.2023.

İkebananın uzun tarihindeki odak noktası olan *kuge* (供華) bir Budist heykeline adak veya düzenleme olarak sunulan çiçek aranjmanıdır. Kuge, Budizm'in Çin ve Kore'den Japonya'ya tanıtıldığı 6. Yüzyıla kadar uzanan ve Budist rahipler tarafından tapınakların sunaklarına mevsim çiçeklerinin sunumlarını yerleştirme geleneğidir. Budizm'in yaklaşık MS 538 yılında Çin'e giden elçiler aracılığıyla Japonya'ya tanıtılmasıyla başlamıştır. Bu gelenek zamanla Buda'ya çiçek sunma ritüeli olarak resmileştirilmiş ve Kamakura ve erken Muromachi dönemlerinde üst sınıf rahiplerin ve din adamlarının ikametgahlarında yazı malzemeleri için stand olarak kullanılan dört ayaklı alçak bir masa üzerinde üç aksesuar olarak adlandırılan *mitsugusoku* (三具足) geleneği önemliydi. Bir buhurdan/tütsü, üç ayaklı bir çiçek vazosu içinde yaprağı dökülmeyen çiçek ve bir şamdan/mumluktan oluşan bu üç tören nesnesi sunma geleneği popüler hale gelmiştir [3] (Görsel 1-2).



Görsel 1. "Choju Jinbutsu Giga" (Eğlenceli hayvanlar ve insanlar parşömeni), Kyoto'daki Kozanji tapınağına aittir. Bu parşömen üzerinde Heian dönemine ait Budist çiçek sunumu resmedilmiştir. Lotus çiçeği, Buda'yı taklit eden bir kurbağanın önünde sunulmaktadır (https://www.ikenobo.jp/english/about/history.html#his01, Erişim



Görsel 2. A drawing of flowers arranged as part of *mitsu-gusoku*, from the *Senden-shō* (Senden-shō'dan mitsu-gusoku'nun bir parçası olarak düzenlenmiş çiçek çizimi),(https://en.wikipedia.org/wiki/Mitsu-gusoku #/media/.jpg, Erişim tarihi: 15.07.2023).

Japonya'nın Kyoto kentinde bulunan Budist tapınağı *Rokkaku -dō* (六角堂） ikebana'nın doğduğu ve ilk geliştiği yer olarak bilinmektedir. Rokkaku-dō tapınağı, 6. yüzyılda Prens Shōtoku tarafından Merhamet Tanrıçası Nyoirin Kannon Bosatsu'yu kutsallaştırmak için kurulmuştur. Bu tapınağın Budist sunağında çiçek adaklarında bulunan rahipler, bir göletin (Japonca "ike" terimidir) yakınında, küçük bir kulübede (Japonca "bo" terimidir) yaşıyorlardı. Bu nedenle insanlar rahiplere *ikenobo* ismiyle hitap etmeye başladılar ve ikenobo ikebananın ruhu haline geldi.[4] Bu şekilde ikebana'ya dair ilk tarihi kayıtlar Asuka dönemi (710-794) Japonya'sında ortaya çıkmıştır. Bu dönemde İkebana, sadece dini ritüellerde kullanılan çiçek düzenlemeleri olarak bilinmekteydi. Klasik Japon tarihinin son bölümü olan Heian döneminde (794-1185) dini ibadetlerin dışında da çiçek düzenlemeleri yapmak popüler hale gelmiştir. Üç yüz yıl süren ve sanatın altın çağı olarak kabul edilen bu dönemde İkebana, Japon

[3]Japanese Architecture and Art Net Users System, 2001, https://www.aisf.or.jp/~jaanus/deta/o/oshiita.htm, Erişim tarihi:12.06.2023; Nichiren Shoshu, Basics of Practice, West Hollywood, California, 2003, 90046-3812, 2., pp.44.
[4] Kenkyusha's New Japanese-English Dictionary. Kenkyusha Limited, Tokyo 1991, ISBN 4-7674-2015-6, pp. 68.

aristokratlarının günlük yaşamlarında da önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Özellikle Japon evlerinde bulunan Tokonoma (床の間) veya toko (床) adı verilen ve sanatsal beğeni için çeşitli ögelerin sergilendiği gömme bir alan olan resepsiyon odasında kaligrafik veya resimli parşömenler ve bir ikebana çiçek aranjmanlarının sergilendiğine dair belgeler bulunmaktadır. Bununla birlikte, ikebana aranjmanlarından hoşlanan ve hayran olan aristokrasiyi anlatan çok sayıda roman, makale ve şiir de mevcuttur [5] (Görsel 3).



Görsel 3. Tokonomada sergilenen ikebana aranjmanları (https://www.edo-tokyo-museum.or.jp/assets /img/2015/03/pic_02_36.jpg, Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Kamakura döneminde (1185-1333) ikebana, Zen Budist rahipleri için bir meditasyon biçimiydi ve Buda'yı ve ölülerin ruhlarını onurlandırmak için sunakların önüne çiçekler koymak yaygın bir gelenekti. Zamanla bu sunumlar ruh ve madde arasındaki uyumu ifade etmek için tasarlanmış çiçek aranjmanlarına dönüştü. Düzenlemeler başlangıçta farklı yükseklikteki üç ana çizginin bir araya gelerek üç boyutlu bir form oluşturmasından meydana gelmete olup, bu çizgiler arasındaki denge, ruh, insan ve toprak arasındaki birliği simgelemekte idi [6] (Görsel 4).



Görsel 4. Zen Budistleri İkebana çalışmaları (https://i.pinimg.com/originals/da/ 52/4d/da524dc 72096d307b031af4ba4a25e17.jpg, Erişim Tarihi: 23.09.2023).

Muromachi dönemi (1336-1573) ile İkebana, Japon savaşçıları olarak bilinen samuray sınıfı arasında popüler hale geldi ve çiçek düzenlemeleri, savaşçı estetiğini yansıtacak şekilde

[5]Stamm, Joan D. (2000). *Ikebana*, Tricycle, Culture Magazine/Feature, Fall, https://tricycle. org/magazine/ikebana/, (Erişim tarihi: 04.05.2023); History of Ikebana, Origin of Ikebana Asuka Period–Nanbokucho Period, https://www.ikenobo.jp/english /about/ history.html#his01, Erişim tarihi:21.06.2023.

[6]Yuan, Dian, *Evolution of Flower Symbolism in Japan: An Amplified Significance in Japanese Civilization through Manipulations*, The International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies, May 2023, 4 (1), pp.500. DOI: 10.54254/2753-7064/4/.20220758.

daha sade ve minimalist bir tarzda yapılmaya başlandı. Bu dönemde Japon toplumu büyük yaşam tarzı değişiklikleri yaşadı ve zengin kasabalıların evlerinde ikebana düzenlemelerinin sergilenmesi bir moda haline geldi. Samurayların etkili olduğu bu değişimde ikebana sadece bir çiçek aranjmanı olarak değil, insanın kendi ölümlülüğünü yansıtan kısa ömürlü bir yapıt olarak görülmekteydi. Özellikle samuraylar bir ikebana formu gibi yaşar ve ölürler ama ruhlarının sonsuz olduğuna inanılırdı. Savaşa girmeden önce samurayların konsantrasyon durumuna ulaşmak için ikebana düzenlemeleri yaptıkları bilinmekteydi. Doğayla olan bu bağlantı sayesinde kalbin ve zihnin arındığına inanılıyordu[7] (Görsel 5).



Görsel 5. Samuray sınıfının İkebana düzenlemeleri, (https://iloveikebana.com/2017/10/19/origin-of-ikebana/, Erişim Tarihi: 14.o6.2023).

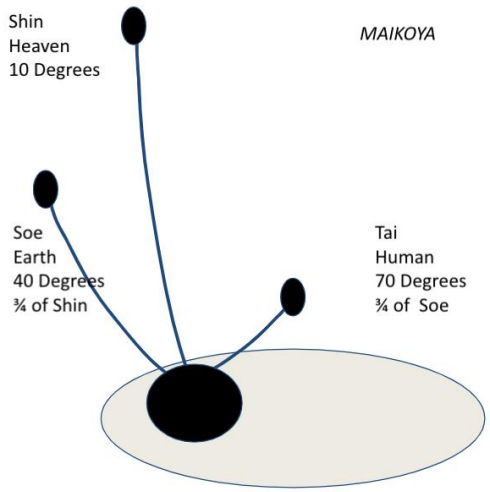
Bu dönemde geleneksel Japon festivali olan ve Vega ve Altair yıldızlarıyla temsil edilen Orihime ve Hikoboshi tanrılarının buluşmasının kutlandığı Tanabata festivalinde ikebana yarışmaları düzenlenmiş olup, aristokratlar ve keşişler bir araya gelerek yarışmalara katılmışlardı.[8]

Döneme ait tarihi belgelere göre keşiş Ikenobo Senkei, İmparatorluk Sarayı ve Budist tapınaklarındaki ikebana düzenlemelerinden dolayı 1462'de ilk kez tarihi kayıtlarda "çiçek düzenleme ustası" olarak geçmiştir. Ikenobo Senkei kendi öğretilerine dayanan bir ikebana teorisi derleyerek müritlerine kadensho adlı bir belge aktarmıştır. "Kaō irai no Kadensho" olarak bilinen bu kadenshonun öğretileri ikebana felsefesinin ana hatlarını ortaya koymaktadır. Teorinin temel dayanak noktaları; "ikebanada sadece güzel çiçekleri takdir etme eyleminin bulunmadığı, tomurcuklar ve solmuş çiçeklerin de canlı olduğu, bazı durumlarda kuru dalın kullanımına bile değer verilmesi gerektiği, bitkilerin içsel özlerini gözlemlemek ve doğal formlarını ifade etmenin önemli olduğu, çiçekleri saygıyla düzenleyen kişinin kendini geliştirdiği.." [9] şeklinde doğaya olan sonsuz sevgi ve saygıyı vurgulamaktadır.

2. İKEBANA STİLLERİ

[7] History of Ikebana, *Origin of Ikebana Asuka Period – Nanbokucho Period*, https://www.ikenobo.jp/english /about/ history.html#his01, Erişim tarihi:21.06.2023.
[8] Brown, Ju; Brown, John (2006). China, Japan, Korea: Culture and Customs. North Charleston: BookSurge, ISBN 978-1-4196-4893-9, pp. 75.
[9] Nakayama, Machiko, The Historical Development of Ikebana, Journal of Performing and Visual Arts, Vol. 4, December 2018, pp. 36-38.

İkebana yaratım sürecinde doğayla yakınlık geliştirme arayışının yüksek olması nedeniyle çiçek düzenlemeleri temelde *merkezde yer alan birinci dal, hemen yanındaki ikinci dal ve altta yer alan üçüncü dal* şeklinde 3 oran7orantı prensibine dayanır. Ayrıca; geniş ve alçak, uzun ve ince olmak üzere 2 temel vazo türü bulunmaktadır. İkebanada çiçekleri gelişi güzel bir vazoya koymak yerine, sapları dik ve açılı eğimli olarak düzenleme esastır. Sunumlarda kullanılan çiçekler tabanda yakın bir şekilde toplanmış olup, sudan tek bir parça olarak yükselen üç ana gövdeden oluşmaktadır. Daha derinlemesine düşünülmüş bir yaklaşıma dönüşen bu düzenleme cennet, insan ve dünya arasındaki uyumlu ilişkiyi temsil etmek için kullanılmıştır (Görsel 6).



Görsel 6. İkebana temel prensipleri, (https://mai-ko.com/travel/culture-in-japan/floral-art/japanese-ikebana-or-flower-arranging/, Erişim tarihi:26.07.2023).

Temel prensibe göre; *shin* ortada yer alan en uzun saptır. Cenneti temsil eder. Kök dal olarak nitelendirilir. diğer çiçeklerden veya dallardan 1,5 kat daha uzundur. Gövde tabandan 10 derece sola doğru eğilecek şekilde yerleştirilmiştir. Kök dalın sol tarafında dünyayı temsil eden *soe* bulunmaktadır. Tabanın sol tarafına 40 derece eğimlidir ve en uzun dalın 3/4'ü uzunluğundadır. Sağ tarafta ise, *tai* veya *hikae* adı verilen en kısa dal bulunur. Bu dal gövde sağ tarafa 70 derece eğimlidir ve ikinci en uzun gövdenin 4/3'ü uzunluğa sahiptir. Bu şekilde ikebananın en eski biçimlerinden biri olan (546-1300) ve Buda'ya basit bir çiçek sunusu olarak kullanılan *tatehana*/*tatebana* (立て花) (ayakta duran çiçekler) adı verilen ilk dikey arajmanları düzenlenmiştir. 15. yüzyılın sonlarına kadar çiçek düzenleme kurallarını belgeleyen hiçbir kayıt bulunmadığından, tatehana formlarının tasvirleri yalnızca maki-e (resim parşömenleri), nakışlar, resimli sutralar ve şiirlerde bulunmaktadır (Görsel 7).



Görsel 7. İkebana öğretisinin mevcut en eski el yazması olduğuna inanılan "Kaō irai no Kadensho" dan bir illüstrasyon, Ikenobo Senkei'den kısa bir süre sonrasına aittir. Belgenin sonunda 1486'dan 1499'a kadar olan tarihler kayıtlıdır ve ikebana temel düzenleme stillerini gösterir (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%E8%8A%B1%E7%8E%8B%E4%BB%A5%E6%9D%A5%E3%81%AE%E8%8A%B1%E4%BC%9D%E6%9B%B8_01.jpg, Erişim Tarihi: 12.08.2023).

Bu basit sunumlar daha sonra rikka olarak bilinen oldukça stilize edilmiş düzenlemelere dönüşmüş ve ikebana'nın aristokrasinin evlerinde sergilenmeye başlamasından sonra amacı dini bir adak olmaktan çıkıp evi dekore etme amacı haline gelmiştir. Değerli sanat eserleri yanında sergilenmeye başlanan ikebana düzenlemeleri, sergilenen nesneler arasındaki uyumu sağlarken mekanın güzelliğinin de bir parçası haline geldi. Bu nedenle ikebananın tasarımı da önem kazandı. Sergilenen objelerin mevsimi yansıtacak şekilde değişmesi, sergilenen aranjmanlarda mevsim çiçeklerinin kullanılmasına yol açtı ve 16. yüzyılda *tatehana* stili *rikka (*立花) (ayakta düzenleme)olarak sistemleştirildi. Düzenlemedeki her bir kök, hem dinden hem de doğadan alınan sembolik bir anlama sahip oldu. Tüm düzenleme, tüm evreni temsil eden bir tür mikrokozmos haline geldi.[10]

Rikka stili doğanın ihtişamını ve görüntüsünü yansıtan bir üsluba sahiptir. Çoğunlukla kullanılan çam dalları dayanıklılığı ve sonsuzluğu, sarı krizantem yaşamı, ağaçlar dağları, çimenler ve çiçekler ise suyu sembolize etmektedir. 1700 yılına kadar yedi ana hattan oluşan düzenleme, kabaca 1800 yılından itibaren her biri diğer yan hatları destekleyen dokuz ana hattan oluşmaktadır.[11] Çizgilerin doğası, uzunlukları ve malzeme kombinasyonları, kenzan (demirden yapılmış çiçek tutucu aparat) kullanımı ile ilgili önemli kurallar oluşturulmuştur. Bu tarzda düzenleme ancak düzenli ve uzun süreli pratikle yapılabilirdi. Ana eksen çoğunlukla dal ağırlıklı olarak diktir, çoğunlukla eksen çam dallarından oluşur ve bu özellikler düzenlemenin en belirgin unsurudur. Diğer her iki bölüm da alt kısımda düzenlenmiştir. Düzenleme merkezi bir buket çiçek gibi doludur (Görsel 9-10).

[10] "Rikka", Genshoku Chado Daijiten, (ed. Iguchi Kaisen et al.), Kyoto: Tankosha Publishing Co., 10th printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3, pp. 326.
[11] Sen'ei Ikenobo (45th Headmaster of Ikenobo), The Soul Of Ikebana, https://www.ee.embjapan.go.jp/static/imgs/culture/webikebana/soul_of_ikebana.pdf, Erişim tarihi: 24.08.2023.



Görsel 9. Ikenobō Senkō II'nin *Rikka stili, (Rikka-no-Shidai Kyūjūsanpei-ari*), Important Cultural Property.



Görsel 10. Shūgyoku'nun Rikka *stili, düzenlemesi (Rikka-zu narabini Sunamono-zu*), Important Cultural Property.

Bu süre zarfında başka bir tarz da popülerlik kazanıyordu. Zen rahipleri Çin'den çay geleneği ile birlikte ikebananın estetik sadeliğini geliştirmeye başladılar. Rikka stili büyük ve etkileyici olduğu için daha sade ve basit düzenlemeler çay töreni çiçekleri adı verilen *chabana* (茶花) stili ile ortaya çıktı. Genellikle tek bir mevsimlik çiçek veya dalın kullanıldığı basit tarzdaki aranjmanlardan oluşuyordu. Bu stil minimal kurallarla düzenlenen çiçeklerin sade ve doğal bir görünüm tercih edenlere hitap etmesi ile popüler hale geldi. Düzenleme, basit bir vazo veya sepete yerleştirilen çiçeklerin mevsimsel bir ifadesi oldu [12] (Görsel 11-12).





Görsel 11-12. Chabana Stili. (https://www.artstation.com/artwork/Pen6BZ, Erişim tarihi:30. 06.2023).

Chabana stili ile birlikte, hem tüccar sınıfı hem de halk arasında yeni bir düzenleme olarak gelişen *nageirebana* (抛入花) basitçe *nageire* (抛入) ve heika (瓶花) olarak da bilinen serbest bir ikebana tarzı ortaya çıktı. "Atılmış" anlamına gelen bu stil genellikle uzun bir vazoda serbest olarak düzenlenen bir aranjmandır.[13] Düzenleme için belirlenmiş kurallar yoktur ve herhangi bir alanı dekore etmek için kullanılabilir. Çiçeklerin doğal formuna yapılan vurgu,

[12] "Chabana", Genshoku Chadō Daijiten, (Iguchi Kaisen et al., ed.) Kyoto: Tankosha Pub. Co., 10th Printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3, pp.234.

[13] Averill, Mary, Japanese Flower Arrangement Ike-bana Applied to Western Needs, 1913, J. Lane Company, Kessinger Publishing, (September 10, 2010), pp.57-59.

nageire'de önemli bir rol oynamaktadır. Bu stilde, üçgen yapı ve renk uyumu gibi klasik ilkelere bağlı kalan taze ve spontane tasarımlar kullanılmaktadır (Görsel 13-14).[14]




Görsel 13-14. Nageire stili. (https://www.ikebanadreaming.com/post/nageire, Erişim tarihi: 12.05.2023).

Daha sonra Edo döneminde (1600-1867), yükselen tüccar sınıfı arasında yeni bir nageire stili popüler hale geldi. Shōka (正嘉) adı verilen yeni stil, rikkanın üç ana kökünden türetilmiştir. Cenneti, insanı ve dünyayı temsil eden üç dal asimetrik bir üçgen şekil oluşturuyordu. Nageirenin etkisini gösteren, rikkadan daha az malzeme kullanan bu stil; bir ila üç çeşit çiçek malzemesi kullanarak, toprakta kök salan ve yukarıya doğru büyüyen bitkilerin yaşam formunu ifade eder. Yapılması kolay olduğu için toplumun her kesimine hızla yayılan shoka huzurlu bir şekilde dengelenmiş üçgen tasarımlara sahiptir[15] (Görsel 14-15).

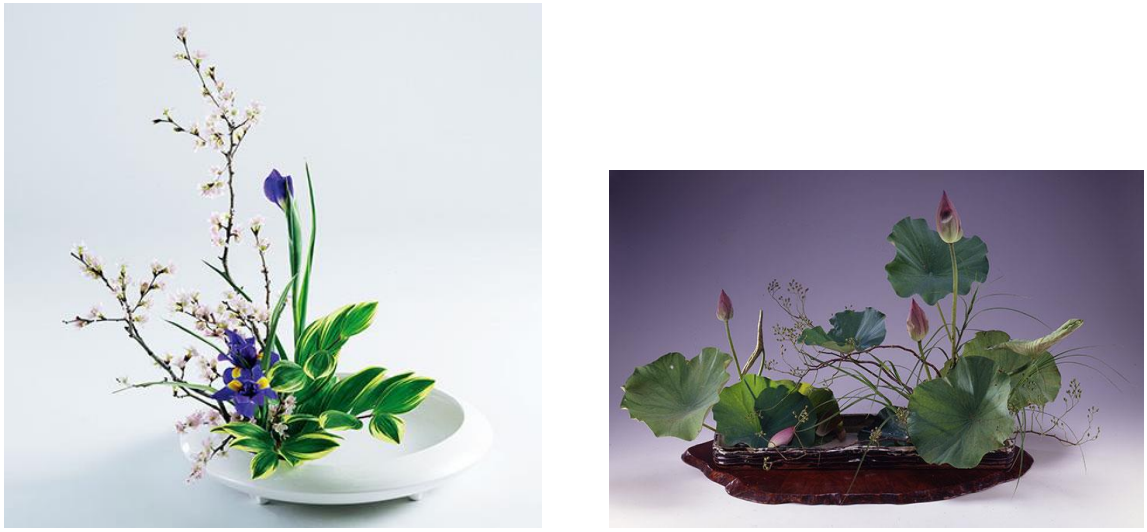



Görsel 13-14. Shōka stili. (http://www.ikenobolakewashingtonchapter.com/shoka.html, Erişim tarihi: 12.05.2023).

1867 yılında Amerika ilk kez Japonya'ya ticaret gemileri gönderince dış dünyanın kapıları Japonya'ya açıldı. Ülkeye yeni fikirler ve kültür akın etti. 1868 yılındaki Meiji

[14] Hunter, Norah T., The Art of Floral Design, Cengage Learning. 2012, ISBN 978-1-285-67778-1, pp. 429.
[15] "Shōka", Genshoku Chadō Daijiten, (Iguchi Kaisen et al., ed.) Kyoto: Tankosha Pub. Co., 10th Printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3, pp.530.

Devriminden sonra yabancı fikirlerin birçoğunun uygar ve aydınlanmış olduğu düşünüldü ve hızla Japon kültürü tarafından özümsendi. 1895'te tüccar Unshin Ohara, Japonya'nın ekonomisini Batı'ya açıp Avrupa'dan çiçek ithal etmeye başlamasıyla kendi Ikebana okulunu kurdu. Resmi kuruluş tarihi 1912 olan Ohara Okulu ile *moribana* (盛り花, 盛花) "yığılmış çiçekler" anlamına gelen tarz ortaya çıktı.[16] Çiçekler *suiban* adı verilen alçak, geniş, tepsiye benzer bir kap içinde düzenlenmekteydi. Tüm malzemelerin geleneksel olarak tek bir noktada sıkı bir şekilde düzenlenmesi üzerine kuru olan ikebana sistemi moribana tarzı ile bir düzlem üzerinde düzenlenen çiçekler stiline evrilmişti.[17] Bu yeni tarz ikebana düzenini değiştirdi ancak sonunda diğer okullar tarafından da kabul edilerek nageirei ve rikka ile birlikte moribana tarzı da öğretilmeye başlandı (Görsel 15-16).



Görsel 15-16. Moribana stili. (https://web-japan.org/kidsweb/virtual/ikebana/ikebana03.html, Erişim tarihi: 12.05.2023).

3. SONUÇ

İkebana çiçek düzenleme sanatı, 600 yılı aşkın geçmişi ile Japon kültüründe önemli bir yere sahip olmuştur. Günümüzde halen yaşatılan ve popülaritesini koruyan ikebananın farklı formları ve stilleri, insanların yaşadığı ve çalıştığı çağdaş alanlarla uyum sağlamaya çalışmaktadır. Basit doğrusal yapının uyumuna ve çiçeklerin ve doğal malzemenin incelikli güzelliğinin takdir edilmesine dayanan ikebana, tarihsel dönemlere ve farklı sanatsal kompozisyon teorilerine göre birkaç büyük ekole ayrılmıştır. Günümüzde Japonya'da bu ekolleri devam ettiren ve sayıları 3.000'den fazla olan farklı ikebana okulu bulunmaktadır. Ikenobo, Sogetsu ve Ohara en popüler üç okuldur. Ikenobo bu üçünün en eskisidir ve klasik ikebana kavramlarını hâlâ korumaktadır. Sogetsu en modern olanıdır ve kendini ifade etmeyi vurgular. Ohara geleneğe güvenir, ancak aynı zamanda her mevsime ve çiçeğe doğal güzelliğini ortaya çıkarmak için özel önem verir ve klasik formların modern bir yorumunu yaratır.

[16] "Moribana", Genshoku Chadō Daijiten, (Iguchi Kaisen et al., ed.) Kyoto: Tankosha Pub. Co., 10th Printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3, pp.402.

[17] "Moribana Form Demonstration", Ohara School Of Ikebana, Ikebana-demo-notes-PGC-Dec-2019-pdf., https://peninsulagardenclub.ca/wp-content/uploads/2020/01/Ikebana-demo-notes-PGC-Dec-2019-pdf., Erişim tarihi: 23.06.2023.

Ikebana'nın temel amacı, çiçeklerin ve bitkilerin doğal güzelliklerini vurgulamaktır. Bununla birlikte, düzenleme yapılırken kullanılan boşlukların da önemli olduğunu göstermektir. Düzenlemelerde çiçeklerin yanı sıra yapraklar, dallar ve diğer bitki malzemeleri de kullanılır. Doğal malzemelerin kullanılması doğanın güzelliğinin iç mekanlara taşınması amaçlıdır. İkebana'nın en önemli özelliklerinden biri minimalizmdir. Bu sanatta, az sayıda çiçek kullanılarak sade ve dengeli bir düzenleme oluşturulur. Çiçekler ve diğer malzemeler, belirli bir düzen içinde yerleştirilirken, aynı zamanda doğal bir akış ve hareket hissi de yaratılır. Bu denge, izleyiciye huzur ve dinginlik hissi verir. Bu şekilde sadece çiçek düzenleme sanatı olarak değil, aynı zamanda bir meditasyon şekli olarak da kabul edilir. İkebana yapılırken kişi çiçekler ve doğal malzemelerle birlikte olma fırsatı bulur. Bu süreçte, zihin sakinleşir, stres azalır ve iç huzur artar. İkebana'nın bu meditatif yönü, günümüzde de birçok insan tarafından terapi amacıyla kullanılmaktadır.

Sonuç olarak, ikebana sadece estetik bir güzellik sunmakla kalmaz, aynı zamanda doğanın güzelliklerini vurgular, ruhsal bir denge ve huzur sağlar, Japon kültürünün derin anlamlarını yansıtır ve insanların doğal çevreye olan saygısını artırır. Bu nedenle ikebananın değeri, sadece bir sanat formu olarak değil, aynı zamanda insanların ruhsal ve kültürel gelişimine de katkıda bulunmasıyla da önemlidir. Japon estetiğini, felsefesini ve ruhunu yansıtan gelenek herkesin zevk alabileceği modern bir sanata dönüşerek devam etmektedir.

KAYNAKÇA

Averill, Mary, Japanese Flower Arrangement Ike-bana Applied to Western Needs, 1913, J. Lane Company, Kessinger Publishing, (September 10, 2010).

Brown, Ju; Brown, John, China, Japan, Korea: Culture and Customs. North Charleston: Book Surge, 2006, ISBN 978-1-4196-4893-9.

“Chabana”, Genshoku Chadō Daijiten, (Iguchi Kaisen et al., ed.) Kyoto: Tankosha Pub. Co., 10th Printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3.

“History of Kado and Ikebana Explained”, https://www.ikehikojapan.com/ blogs/traditional/g_20220628-4.

History of Ikebana, Origin of Ikebana Asuka Period – Nanbokucho Period, https://www.ikenobo.jp/english /about/ history.html#his01.

Hunter, Norah T., The Art of Floral Design, Cengage Learning. 2012, ISBN 978-1-285-67778-1.

Japanese Architecture and Art Net Users System, 2001, https://www.aisf.or.jp/~jaanus/deta/o/oshiita.htm.

Kenkyusha's New Japanese-English Dictionary. Kenkyusha Limited, Tokyo 1991, ISBN 4-774-2015-6.

Nakayama, Machiko, *The Historical Development of Ikebana*, Journal of Performing and Visual Arts, Vol. 4, December 2018, Malaysian, pp. 36-62.

"Moribana", Genshoku Chadō Daijiten, (Iguchi Kaisen et al., ed.) Kyoto: Tankosha Pub. Co., 10th Printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3.

"Moribana Form Demonstration", Ohara School Of Ikebana, Ikebana-demo-notes-PGC-Dec-2019-pdf.,https://peninsulagardenclub.ca/wp-content/uploads/2020/01/Ikebana-demo-notes-PGC-Dec-2019-pdf.

Nichiren Shoshu, Basics of Practice, West Hollywood, California, 2003, 90046-3812, 2.44.

"Rikka", Genshoku Chado Daijiten, (ed. Iguchi Kaisen et al.), Kyoto: Tankosha Publishing Co., 10th printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3.

Sen'ei Ikenobo (45th Headmaster of Ikenobo), The Soul Of Ikebana (https://www.ee.embjapan.go.jp/static/ imgs/culture/webikebana/soul_of_ikebana.pdf., pp.1-2.

"Shōka", Genshoku Chadō Daijiten, (ed. Iguchi Kaisen et al.) Kyoto: Tankosha Pub. Co., 10th Printing, 1975, ISBN 4-473-00089-3.

Stamm, Joan D., *Ikebana,* Tricycle, Culture Magazine/Feature, Fall, 2000 https://tricycle.org/magazine/ikebana/.

The Modern Reader's Japanese-English Character Dictionary, Charles E. Tuttle Company, ISBN 0-8048-0408-7.

Yuan, Dian, Evolution of Flower Symbolism in Japan: An Amplified Significance in Japanese Civilization through Manipulations, The International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies, May 2023, 4 (1):497-504,DOI: 10.54254/2753-7064/4/.20220758.

Takenaka, Reiko, *Japon Çiçek Aranjmanı'ndan: Ikebana Adım Adım,* © 1995, JOIE, Inc., Japonya

MODA TASARIM KALIP HAZIRLAMA-I DERSİNDE ÖĞRENCİLERİN ZORLANDIKLARI KONULAR

Prof. Dr., Birsen ÇİLEROĞLU
AHBV Üniversitesi,– 0000-0003-2743-5963
Öğr. Gör., Ayfer İNCİ
Haliç Üniversitesi,– 0000-0001-9074-7842

ÖZET

Moda tasarım eğitimi ile tekstil ve hazır giyim sektöründe, katma değeri yüksek ürünler tasarlayabilecek ve bu tasarımların üretim süreçlerine hakim olabilecek bilgi ve beceriye sahip nitelikte bireyler yetiştirmek amaçlanmaktadır. Dolayısıyla tekstil ve moda tasarımı bölümlerinde verilen dersler ve bu derslerin etkin şekilde öğretilmesi oldukça önem taşımaktadır. Kalıp hazırlama dersi de hem giysi tasarımı hem de tasarlanan giysinin teknik olarak kalıba dökülmesi bakımından moda tasarım bölümlerinin temel derslerinden biri olarak öğretim müfredatında yer almaktadır. Yapılan araştırma ile Kalıp Hazırlama-I Dersinde öğrencilerin en çok zorlandıkları konular ve konuları kapsayan işlemlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın verilerinin elde edilmesi amacıyla dersin yer aldığı müfredatlardaki konular ve bunların öğretimi esnasında yapılması gereken işlemleri kapsayan likert türü anket geliştirilmiş, evrenin tamamını oluşturan dersi veren eğitmenlerin yanıtlaması istenmiştir. Araştırmanın bulguları anketleri cevaplayan 17 eğitmenin görüşleri ile oluşmuştur. Araştırma sonucunda öğrencilerin en çok farklı modellere sahip tasarımların kalıplarını kendi kendilerine yapmada zorluk yaşadıkları tespit edilmiştir. Araştırma öğrencilerin en çok öğrenme zorluğu çektiği konuların tespitinin yapılması, eğitmenlerin bu noktalara özgü öğretim yöntemlerini geliştirmesi ve eğitmenlere öneriler sunulması bakımından önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Moda tasarım, Kalıp hazırlama, Hazır giyim

ABSTRACT

With fashion design education, it is aimed to train individuals who have the knowledge and skills to design high value-added products in the textile and ready-made clothing industry and to master the production processes of these designs. Therefore, the courses offered in textile and fashion design departments and the effective teaching of these courses are crucial. Pattern making course is also included in the curriculum as one of the basic courses of fashion design departments in terms of both garment design and technical molding of the designed garment. With the research conducted, it was tried to determine the subjects that the students had the most difficulty with in the Pattern Making-I Course and the procedures covering the subjects. In order to obtain the data of the research, a likert type survey was developed covering the subjects in the curriculum of the course and the procedures to be done during their teaching, and the instructors teaching the course, which constitute the entire population, were asked to

answer. The findings of the research were formed by the opinions of 17 instructors who answered the surveys. As a result of the research, it was determined that the students had the most difficulty in making the pattern of the designs with different models on their own. The research is considered important in terms of identifying the subjects in which students have the most learning difficulties, developing teaching methods specific to these points for instructors, and providing suggestions to instructors.

Key Words: Fashion design, Pattern making, Ready-made

1. GİRİŞ

Sanayi devrimiyle birlikte her alanda olduğu gibi eğitimde modernleşme ve demokratikleşme hız kazanmıştır. Günümüzde devlet ve vakıf üniversitelerinin ön lisans ve lisans bölümlerinde birçok moda tasarım programı Türkiye'nin önemli sanayi kollarından biri olan tekstil ve giyim sektörüne nitelikli işgücü yetiştirmek üzere hizmet vermektedir. Eğitim programlarının, ders içeriklerinin ve öğretim yöntemlerinin günümüz meslekleri açısından güncellenmesi beklentisi ve lisans eğitim sürecinin çoğunluğunu oluşturan Z kuşağının öğrenme ve mesleki çalışmalara katılma eğilimlerinde görülen farklılıklar, bütün eğitim alanlarında olduğu gibi moda tasarımı alanında da mevcut durumun anlaşılmasına ve geliştirilmesine yönelik çalışmalara ihtiyacı arttırmaktadır. Bu nedenle moda tasarımı alanının uygulamaya dönük eğitim süreçlerinde öğrencilerin bilgi ve beceri düzeylerinin beklenen öğrenme çıktılarına ve sektörde gerçekleştirecekleri iş süreçlerine uyumlu hale getirilmesi amacıyla öğretim süreçlerindeki faaliyetlere odaklanacak çalışmalar önemli hale gelmiştir.

Moda tasarım lisans ders programlarında yer alan *Kalıp Hazırlama Dersi*, program müfredatlarındaki *Moda Tasarımına Giriş, Temel Sanat Eğitimi, Dikim Teknikleri* dersleri gibi müfredatın temel derslerinden biridir. Çoğunlukla giysi tasarımı gibi hem sanatı hem de bilimi içine alan uygulamalı endüstriyel üretim alanlarında ürünün (giysinin) bazen iki, bazen de üç boyutlu şablonu olarak tanımlamaktadır.[1] Cihangir'in, üretimi yapılacak olan giysinin üç boyutlu vücut formunu ve istenilen model özelliğini alabilmesi için hazırlanan iki boyutlu geometrik formu[2] olarak tanımladığı kalıp hazırlama, basit anlamıyla kalıp hazırlama, tasarlanan giysinin belli oranlar kullanılarak iki veya üç boyutlu olarak hazırlanması işlemidir.

Ders içeriği bakımından, araç-gereç kullanma, iki boyutlu çizim becerisi ve üç boyutlu düşünebilme becerisi gerektirmektedir. Beceri, performansı sergileyen bireyin gösterdiği yeterlik seviyesi olarak kavramsallaştırılabilir.[3] Türk Dil Kurumu sözlüğünde beceri; ''Kişinin yatkınlık ve öğrenime bağlı olarak bir işi başarma ve bir işlemi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneği, maharet, ustalık''[4] olarak tanımlanmaktadır. Kalıp hazırlama, giysileri dikmek amacıyla kumaşı kesmek için kullanılan kalıpların hazırlanmasını içerir. Matematiği, mantığı ve yaratıcılığı birleştiren bir disiplindir.[5] Dersin sonunda öğrenciden tasarımı yapılan bir giysinin iki boyutlu kalıbını teknik bilgi ve becerilerini kullanarak yapabilmesi beklenmektedir. Kavramsal bilgi yanında uygulama ağırlıklı bir ders olan kalıp hazırlama

[1] Çeğindir, 2017:64.
[2] Cihangir, 2006:15.
[3] Özcan, 2023.
[4] tdk.gov.tr
[5] Cavanagh ve Pete, 2017:1502.

dersinde anlatım yönteminin yanında demonstrasyon (gösterip-yaptırma) yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntemde ders, eğitmenin işlemi göstermesi ve öğrencinin gösterilen işlemi yapması şeklinde ilerlemektedir. Öğrencinin kalıp hazırlama becerisini edinmesi için öğrendiği bilgi ve beceriyi tekrar etmesi, farklı giysi tasarımlarının kalıp çözümlemelerini yapabilmesi gerekmektedir.

Bilgi ve teknik beceriler moda endüstrisinin iki önemli bileşenidir.[6] Lisans düzeyinde yeterli düzeyde kalıp eğitimi ile öğrencilerin donatılması hazır giyim sektörü için oldukça önem taşımaktadır. 2023 yılı verilerine bakıldığında AB ülkeleri hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Türkiye 3. sıradaki tedarikçi konumundadır.[7] İşçilik maliyeti avantajını büyük ölçüde kaybetmiş olmasına rağmen Türkiye hala AB'nin en yakın tedarikçisi olarak ithalat yaptığı ülkeler arasında yer almaktadır. Bunun nedeni son yıllarda özgün tasarımların ön plana çıktığı katma değeri yüksek ürünler kadar üretim kapasitesindeki esneklik ve şartlara kolay uyum sağlayabilen sektör olmasıdır.

Bir ürün grubunda üretim yapan firmaların, üretimlerine başlamadan önce: hitap edecekleri kitlenin ölçü standartlarını belirlemeleri, bu ölçü standartlarına göre ürün gruplarına yönelik giysi ölçülerini oluşturmaları, bedenler arasındaki büyüme ve küçülme miktarlarını belirleyerek beden numaralarını oluşturmaları gerekir. Giysinin modeline ve kullanılan malzemenin türüne göre gerekli artı/eksi toleranslar verilerek modele bağlı ölçü tabloları hazırlanır. Bu ölçü tabloları esas alınarak daha sonra temel beden kalıpları, temel bedenin modele uygulanmış ana beden kalıpları ve bunların beden serileri elde edilir.[8] Yüzlük ya da binlik adetlerde üretim yapan firmalarda, kalıp hazırlama ile ilgili süreçlerin doğru şekilde nitelikli kişilerce yapılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Kalıp hazırlama eğitiminin sektör açısından önemi göz önünde bulundurulduğunda, kalıp hazırlama eğitiminde öğrencilerin karşılaştığı öğrenme problemlerinin tespit edilmesi ve bunlara uygun çözümler üretilmesi önemli görülmektedir.

2. AMAÇ

Lisans kademesinde "Kalıp Hazırlama" dersinde öğrencilerin öğrenme zorluğu çektiği konuların ve işlemlerin tespit edilmesidir. Belirlenen amaç doğrultusunda "Kalıp Hazırlama-I dersinde öğrencilerin en çok öğrenme zorluğu çektiği konular ve işlemler nelerdir?" sorusuna cevap aranmıştır.

3. YÖNTEM

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle tespit etmeyi amaçlayan araştırma modelidir. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışır.[9] Veri toplama aracı olarak anket kullanılan araştırmada, anket hazırlama aşamasında alanında uzman ve yıllardır dersin eğitimini veren iki akademisyenden yardım alınmıştır. Sorular hazırlanırken, üniversitelerde Kalıp Hazırlama-I Ders içerikleri taranmış ve verildiği dönem, haftalık ders konuları, ders saati süreleri, AKTS bilgilerinden oluşan bir çalışma yapılmıştır. Çalışma sonucunda, dersin üniversitelerin büyük çoğunluğunda ortak içeriğe sahip olduğu ve temel etek

[6] Azman, Arsat ve Suhairom, 2019.
[7] https://www.ihkib.org.tr
[8] Yalçınkaya, 2017:709.
[9] Karasar, 2017:109.

ve etek işlemleri ile derse başlandığı görülmüştür. Etek konusundan sonra bölümlerin ders içeriklerinin çoğunlukla temel pantolon konusuyla devam ettiği görülmüştür. İncelen içeriklerden yola çıkarak kalıp hazırlama-I ders konuları *"temel kavramlar ve araç-gereç kullanımı, temel etek çizimi, şablon işlemi, etek pens işlemleri, etekte büzgü işlemleri, pili işlemleri, parçalı etek işlemleri, temel pantolon çizimi ve pantolon model uygulama işlemleri"* olarak sıralanmıştır. Eğitmen görüşleri belirlenen içerik sırasına göre tablolarda sunulmuştur. Tespit edilen konular dikkate alınarak sorular hazırlanmıştır. Kalıp Hazırlama-I Dersinin her bir konusunun işlemleri sıralanarak sorular düzenlenmiştir. Anketin pilot uygulaması dersi veren 5 eğitmene yapılmıştır. Onlardan alınan geri dönüşler doğrultusunda ankete son şekli verilmiştir. Anketin ilk bölümü eğitmenlere ait demografik bilgileri içermektedir. Anketin ikinci kısmı Kalıp Hazırlama-I Dersine yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Türkiye'de 2021-22 öğretim döneminde eğitim veren Yök'e bağlı Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda/Moda Tasarım lisans bölümlerinde kalıp eğitimi veren eğitmenler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu evren içerisinden en az 4 yıldır eğitim veren ve müfredatlarında kalıp hazırlama dersi zorunlu olan devlet ve vakıf toplam 22 Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda/Moda Tasarım lisans bölümünde kalıp hazırlama dersi veren eğitmenler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örneklemdeki eğitmenlerin tamamına anket online olarak gönderilmiş ve 17 eğitmenden geri dönüş sağlanmıştır. Kalıp Hazırlama-I dersine yönelik sorular, 5'li likert tipi ölçeklendirme kullanılarak hazırlanmıştır. n sayısı düşük olduğu için ve öğrencilerin zorlandıkları konulardaki öncelikli alanları tespit etmek için 5'li likert tipinde hazırlanan sorular tablolarda "çok az/az ve fazla/çok fazla" cevapları birleştirilerek sunulmuştur. Araştırma verileri frekans ve yüzde değerleri kullanılarak analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

Aşağıda verilere dair bulgular yer almaktadır.

Çizelge 1. Eğitmenlerin ünvanları, mesleki deneyimleri ve dersi verme süreleri

Kurumdaki Ünvanları			Meskeki deneyim				Dersi verme süresi
	%	n:17	Yıl	%	n:17	%	N:17
Profesör	5,9	1	**1-5**	11,76	2	17,64	3
Doçent	11,8	2	**6-10**	17,64	3	29,4	5
Dr. Öğr. Üyesi	29,4	5	**11-15**	17,64	3	29,4	5
Öğretim Görevlisi	52,9	9	**16-20**	5,9	1	5,9	1
			21-25	17,64	3	5,9	1
			26-30	29,4	5	11,76	2

Çizelge 1'e bakıldığında verilerin elde edildiği Kalıp Hazırlama dersi veren eğitmenlerin %52,9'unun öğretim görevlisi, %29,4'ünün Dr. Öğr. Üyesi olarak ders verdiği, %11,8'inin Doçent ve sadece %5,9'unun Profesör olduğu, bütün akademik ünvanlara sahip eğitmenlerden

görüş alınabildiği görülmektedir. Verilere bakıldığında akademisyenlerin ünvanları yükseldikçe dersi verme oranlarının düşmesi dikkati çekmektedir

Eğitmenlerin % 50'inin 10 yıl ve daha fazla süredir kalıp hazırlama dersi verdikleri, %70'nin ise 10 yıl ve daha fazla süredir meslekî deneyime sahip oldukları görülmektedir. Dersi veren ve anketi cevaplayan eğitmenlerin hem derse yönelik deneyimleri hem de derse yönelik görüşleri bakımından önemli düzeyde mesleki deneyime sahip oldukları söylenebilir.

Aşağıda eğitmenlerin Kalıp Hazırlama ile ilgili sorulara verdikleri yanıtlar yer almaktadır.

Çizelge 2. Eğitmenlerin çalıştıkları kurumlarda Kalıp Hazırlama-I ders saati süreleri ve Kalıp Hazırlama ders saati süresinin ne kadar olması gerektiğine dair görüşleri

	Kurum Ders Saati Süresi		Eğitmenlerin Talep Ettiği Ders Saati Süresi	
Ders Saati Süresi	**%**	**n:17**	**%**	**n:17**
3	35,29	6	-	-
4	41,17	7	41,17	7
5	5,88	1	11,76	2
6 saat ve üzeri	17,64	3	35,29	6
12	-	-	5,9	1
16	-	-	5,9	1

Çizelge 2'de anketi cevaplayan eğitmenlerin çalıştıkları lisans bölümlerindeki Kalıp Hazırlama-I ders saati süreleri görülmektedir. %41,17'sinde 4 saat, %35,29'unda 3 saat olduğu, %17,64'ünde 6 saat ve üzeri, sadece %5,88'inde 5 saat olduğu tespit edilmiştir. Üniversitelerin büyük çoğunluğunda Kalıp Hazırlama-I ders saati sürelerinin 3 ila 4 saat olduğu görülmektedir. Eğitmenlere Kalıp Hazırlama-I dersinin kaç saat olması gerektiği sorulmuştur. %41,17'si 4 saat olmalı derken, %35,29'u 6 saat ve üzeri cevabını vermiştir. Cevaplayanların yarısından fazlası Kalıp Hazırlama-I dersinin 5 saat ve üzerinde olması gerektiği fikrindedir. Tablo 4'deki sonuçlara bakıldığında eğitmenlerin dersi yürütmek ve gerekli beceriyi öğrenciye kazandırmak için ders saatlerinin yetersiz buldukları söylenebilir.

Çizelge 3. Geldikleri lise türü bakımından Kalıp Hazırlama dersinde en çok zorluk yaşayan öğrenciler

Lise türü	%	n:17
Meslek LisesiTekstil ve Moda/ Moda Tasarım	-	-
Akademik (Düz) Lise	76,47	13
Her ikisi de yaşamaktadır	11,76	2
Her ikisi de yaşamamaktadır	11,76	2

Çizelge 3'te eğitmenlere Kalıp Hazırlama-I dersinde en çok hangi lise çıkışlı öğrencilerin zorlandıkları sorusu yöneltilmiştir. Dersi veren eğitmenlerin %76,47'si akademik (düz) liseden gelen öğrencilerin zorluk yaşadığını belirtmişlerdir. Eğitmenlerin ders saati sürelerini yetersiz bulmalarının bir nedeni de meslek lisesi öğrencilerine göre düz lise çıkışlı öğrencilerin kalıp hazırlama ile ilgili bilgi sahibi olmamalarından kaynaklandığı söylenebilir. Çünkü bu durumda dersin en temel düzeyden itibaren, daha ayrıntılı planlanması gerekmektedir.
Aşağıdaki tablo verilerinde öğrencilerin Kalıp Hazırlama-I dersinde en çok öğrenme zorluğu çektikleri konular yer almaktadır.

Çizelge 4. Kalıp Hazırlama dersinde öğrencilerin en çok zorluk yaşadığı konular

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Temel kavramlar öğrenmede	35,29	**6**	41,17	**7**	23,52	**4**
Araç-gereçleri kullanma	23,52	**4**	47,05	**8**	29,41	**5**
Temel etek kalıbı hazırlamada	35,29	**6**	41,17	**7**	23,52	**4**
Şablon işleminde	52,94	**9**	23,52	**4**	23,52	**4**
Etekte açma işlemleri yapma	23,52	**4**	23,52	**4**	52,94	**9**
Etek pens kaydırma işlemlerinde (korsaj, kup ve açma vb.)	5,88	**1**	17,64	**3**	76,47	**13**
Büzgülü model uygulamalarda	23,52	**4**	29,41	**5**	47,05	**8**
Pilili model uygulamalarda	5,88	**1**	11,76	**2**	82,35	**14**
Çok parçalı etek model uygulamalarda	5,88	**1**	23,52	**4**	64,70	**11**
Pantolon ölçüleri alma	35,29	**6**	17,64	**3**	47,05	**8**
Temel pantolon kalıbı çizimi yapma	11,76	**2**	17,64	**3**	70,58	**12**
Pantolon model uygulamalarda	5,88	**1**	29,41	**5**	58,82	**10**

Kalıp Hazırlama-I dersinde öğrencilerin en çok zorluk yaşadığı konulara bakıldığında, eğitmenlerin %82,35'i "pilili model uygulamalar" ve %76,47'si "etek pens kaydırma işlemleri" konularında fazla/çok fazla seçeneklerini işaretlemişlerdir. Bu konuları %70,58 ile "temel pantolon kalıbı çizimi" ve %64,70 ile " çok parçalı etek çizimi" takip etmektedir. Bu konular birçok farklı teknik bilgiye ilişkin öğrenmeler içermektedir. Öğrencilerin bilişsel ve motor

becerilerini geliştirmek için tablo 3'teki verilerinde ortaya koyduğu gibi yeterli tekrar yapabilecekleri ders saati süresinin eksik olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bunu telafi etmek için eğitmenlerin öğrencilerin zorlandıkları konularda daha fazla çalışma yapabilecekleri ders dışı ödev ve etkinlikler planlamaları, geri bildirim vermelerinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Çizelge 4'te öğrencilerin en az öğrenme zorluğu çektiği konu ise %52,94 ile "şablon işlemi" olarak tespit edilmiştir.

Aşağıda yer alan tablolarda Kalıp Hazırlama-I Dersi konularında, öğrencilerin en çok öğrenme zorluğu çektiği işlemlerle ilgili eğitmen görüşleri yer almaktadır. Sorular her bir konu içeriğinin ayrıntılı işlemlerini kapsayacak şekilde hazırlanmıştır.

Çizelge 5. Araç-gereçleri kullanmada öğrencilerin en çok zorluk çektiği konular

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Kalıbın düz hattını çizmede araç-gereçleri doğru kullanma	35,29	**6**	47,05	**8**	17,64	**3**
Kalıbın kavisli hatlarının çiziminde araç-gereçleri (pistole-riga) doğru kullanma	17,64	**3**	5.88	**1**	76,47	**13**
Mezurayı doğru kullanma	47,05	**8**	41,17	**7**	11,76	**2**
Eşeli doğru kullanma	29,41	**5**	41,17	**7**	29,41	**5**
Dik açı almada cetveli doğru kullanma	41,17	**7**	17,64	**3**	47,05	**8**

Çizelge 5'e bakıldığında, öğrencilerin %76,47'si gibi büyük çoğunluğunun kalıbın kavisli hatlarını çizmede zorlandıkları görülmektedir. Kavisli hatların çiziminde riga ve pistole denilen eğri cetveller kullanılmaktadır. Öğrencilerin çoğu Kalıp Hazırlama-I dersinde bu araçları ilk defa kullanmayı öğrenmektedir. Öğrenciye insan vücut anatomisi ile bu araçların şekli ile ilişkisinin açıklanarak gösterilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Araç-gereç kullanmada öğrencilerin en az en az zorlandıkları işlemin % 47,05 ile mezurayı kullanma olduğu görülmektedir.

Çizelge 6. Temel etek kalıbında öğrencilerin en çok zorluk çektiği konular

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Genişlik ölçülerini doğru almada	35,29	**6**	35,29	**6**	29,41	**5**

Uzunluk ölçülerini doğru almada	47,05	**8**	35,29	**6**	17,64	**3**
Genişlik ölçülerini 1/2 , uzunluk ölçülerini 1/1 oranında kullanma	29,41	**5**	17,64	**3**	52,94	**9**
1/1 ölçek kullanmada	29,41	**5**	58,82	**10**	11,76	**2**
Küçültülmüş ölçek (eşel) kullanma	35,29	**6**	29,41	**5**	35,29	**6**
Uzunluk ölçüleri ile genişlik ölçüleri arasındaki ilişkiyi kavramada	17,64	**3**	35,29	**6**	47,05	**8**
Düz ip hattını kalıpta doğru olarak işaretleme	23,52	**4**	47,05	**8**	29,41	**5**
Standart ölçülerde (36-38-40 bd.) pens dağılımı yapma	35,29	**6**	23,52	**4**	41,17	**7**
Bel ve kalça ölçü farkı standart dışı olduğunda pens dağılımı yapma	11,76	**2**	11,76	**2**	41,17	**7**
Ön ve arka pensleri doğru şekilde işaretleme ve çizme	23,52	**4**	29,41	**5**	47,05	**8**
Yan pensleri işaretleme ve çizme	29,41	**5**	23,52	**4**	47,05	**8**
Farklı ölçüler kullanarak kendi başına etek çizimi yapma	17,64	**3**	29,41	**5**	52,94	**9**

Temel etek çiziminde öğrencilerin en çok zorlandıkları işlem %52,94 ile farklı ölçüler kullanarak kendi başlarına etek çizimi yapma ilk sırada yer almaktadır. Bu durum öğrencinin öğrendiği bilgiyi transfer edememesi anlamına gelmektedir. Bir diğeri genişlik ölçülerini ½, uzunluk ölçülerini 1/1 oranında kullanma olarak görülmektedir. Temel etek çalışmasında uzunluk ölçüleri aynı, genişlik ölçüleri etek simetrik olduğundan yarım kullanılmaktadır. Bu durumun kalıba başlanmadan önce öğrenciye ayrıntılı biçimde, kişi üzerinden ya da prova mankeni üzerinden açıklanması ve görsellerle desteklenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Çizelge 6'da öğrencilerin temel etek çiziminde en az zorlandıkları işlemler, %11,6 ile 1/1 ölçek kullanma ve %17,64 ile uzunluk ölçülerini doğru alma olarak karşımıza çıkmaktadır. Uzunluk ölçüleri etek çiziminde tam ölçü kullanılarak alındığından öğrencilerin daha az zorlandıkları söylenebilir.

Çizelge 7. Kup, korsaj ya da açma işlemi gerektiren uygulamalarda öğrencilerin zorlandıkları noktalar

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Pensleri kuplara kaydırma			29,41	**5**	70,58	**12**
Pensleri korsaja kaydırma			35,29	**6**	64,70	**11**
Pens boyunu kısaltarak veya uzatarak etek ucunda açma işlemi yapma	11,76	**2**	41,17	**7**	47,05	**8**
Farklı etek modellerinde pens işlemlerini kendi başlarına yapma			17,64	**3**	82,35	**14**

Çizelge 7'ye bakıldığında öğrencilerin %82,35'inin farklı etek modellerinde pens işlemlerini kendi başlarına yapmada zorlandıkları dikkati çekmektedir. Cavanagh ve Pete'nin belirttiği gibi öğrenciler kalıp hazırlamada bilgiyi farklı durumlara transfer etmede zorlanmaktadır.[5] Yine eğitmenlere göre öğrencilerin %70,58'inin pensleri kuplara kaydırmada, %64,70'nin pensleri korsaja kaydırmada zorlandıkları görülmektedir. Pens işlemleri kalıp hazırlamanın diğer öğrenmelerini de etkileyen oldukça önemli bir konudur. Bu konudaki eksik öğrenmeler kalıp dersinin sonraki öğrenmelerini doğrudan etkileyecektir.

Çizelge 8. Etek büzgü çalışmalarında öğrencilerin zorlandıkları noktalar

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Kumaş özelliğine göre büzgü miktarını hesaplama	5,88	**1**	17,64	**3**	76,47	**13**
Düz büzgülü etek uygulamaları yapma	23,52	**4**	29,41	**5**	47,05	**8**
Model uygulamalı etek büzgü işlemlerini (balon etek, tek taraflı büzgü vb.) yapma	5,88	**1**	29,41	**5**	64,70	**11**
Büzgü payı verilen parçalar üzerinde büzgü alanını işaretleme	17,64	**3**	35,29	**6**	47,05	**8**
Büzgülü etek model uygulamaları kendi başlarına yapma	5,88	**1**	23,52	**4**	70,58	**12**

Çizelge 8 incelendiğinde, etek büzgü çalışmalarında öğrencilerin %76,47'sinin kumaş özelliğine göre büzgü miktarını hesaplamada en çok zorlandıkları görülmektedir. Kalıp hazırlama giysi ile ve kumaş ile doğrudan ilişkilidir. Kumaş özellikleri kalıbın ölçülerini ve görüntüsünü etkilemektedir. Dolayısıyla kalıplar farklı özelliklerine sahip kumaşlardan dikilerek, ortaya çıkan görsel farklılıkların öğrenciye örneklendirilmesi ya da öğrencinin uygulama yapmasına olanak sağlayacak biçimde dersin planlanması, konuyu daha anlaşılır kılması bakımından daha faydalı olacaktır. Sonraki en çok zorlandıkları işlemler ise %70,58 ile büzgülü etek model uygulamaları kendi başlarına yapmada ve %64,70 ile model uygulamalı etek büzgü işlemlerini yapma olarak sıralanmaktadır. Çizelge verileri öğrencilerin genel olarak etek büzgü işlemlerinde zorlandıklarını göstermektedir. Büzgü konusu hem pens işlemlerini, hem de büzgü ile ilgili matematiksel kuralları içeren bir konudur. Bir önceki konudaki öğrenme eksiklerinin bir sonraki konu olan büzgü işlemlerinin anlaşılmasını daha zorlaştırdığı düşünülmektedir.

Çizelge 9. Etek pili çalışmalarında öğrencilerin zorlandıkları noktalar

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Pili/pilikaşe miktarını hesaplama	5,88	**1**	23,52	**4**	70,58	**12**
Pilikaşe, kanunpili ve pilise gibi kavramlar arasındaki farklılıkları kavrama	11,76	**2**	17,64	**3**	70,58	**12**
Pens miktarını pili içine ya da pililer içine dağıtma işlemini yapma			35,29	**6**	64,70	**11**
Farklı pilili etek model uygulamaları yapma			17,64	**3**	82,35	**14**

Pili çalışmalarında öğrencilerin en çok zorlandığı işlemlerin, pens kaydırma işlemlerinde olduğu gibi %82,35 oranıyla *farklı pilili etek model uygulamaları yapma* olduğu görülmektedir. Oldukça yüksek bir oran olarak karşımıza çıkan bu durum, öğrencilerin öğrendikleri pili işlemlerini farklı model çözümlemelerine aktaramadıklarını yani bilgiyi transfer etmede problem yaşadıklarını göstermektedir. Yine çizelge 9 incelendiğinde öğrencilerin %70,58'inin pili/pilikaşe miktarını hesaplama ve pilikaşe, kanunpili ve pilise gibi kavramlar arasındaki farklılıkları kavramada zorlandıkları belirtilmiştir.

Çizelge 10. Parçalı etek çalışmalarında öğrencilerin zorlandıkları noktalar

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17

Temel etek üzerinden farklı parça sayılarında kalıp elde etme	17,64	**3**	35,29	**6**	47,05	**8**
Parça sayısına göre hesaplama yapma	11,76	**2**	41,17	**7**	47,05	**8**
Farklı model özelliklerine sahip parçalı etek uygulamalarını kendi başlarına yapma	5,88	**1**	29,41	**5**	64,70	**11**

Çizelge 10 incelendiğinde, parçalı etek çalışmalarında öğrencilerin %64,70'inin farklı model özelliklerine sahip parçalı etek uygulamalarını kendi başlarına yapmada zorlandıkları görülmektedir. %47,05'i gibi yarıya yakın oranda ise temel etek üzerinden farklı parça sayılarında kalıp elde etmede ve parça sayısına göre hesaplama yapmada zorlandıkları görülmektedir. Buradaki problemin öğrencilerin matematik altyapılarının zayıf olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çizelge 11. Şablon hazırlamada öğrencilerin zorlandıkları noktalar

Konu Başlıkları	Çok Az/Az		Kısmen		Fazla/Çok Fazla	
	%	n:17	%	n:17	%	n:17
Kalıbın farklı hatlarına (etek ucu, bel vb.) farklı ölçülerde dikiş payı verme	41,17	**7**	29,41	**5**	29,41	**5**
Çıtları doğru noktalara koyma	29,41	**5**	23,52	**4**	47,05	**8**
Kalıba çıt koymayı önemli bulma	17,64	**3**	23,52	**4**	58,82	**10**
Şablon parçaları üzerine gerekli bilgileri yazma	41,17	**7**	17,64	**3**	41,17	**7**
Şablonla ilgili öğrendikleri bilgileri farklı etek modellerinin şablon çalışmalarında uygulama	29,41	**5**	29,41	**5**	41,17	**7**

Çizelge 11 incelendiğinde, öğrencilerin % 58,82'sinin kalıba çıt koymayı önemli bulmadıkları ve %47,05'inin çıtları doğru noktalara koymada zorlandıkları görülmektedir. Şablon üzerine çıt yerleşimi sonraki işlem aşamaları için büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, öğrencilerin çıt yerleşiminin önemini yeterli düzeyde kavrayamadıkları anlamına gelmektedir.

Şablon işleminde eğitmenin bu işlem üzerinde daha fazla durması ve ileriki işlemlerde oluşturacağı olası büyük problemlere daha fazla dikkat çekmesi gerektiği düşünülmektedir.

Çizelge 12. Temel pantolon çiziminde öğrencilerin zorlandıkları noktalar

Konu Başlıkları	Çok Az/Az %	n:17	Kısmen %	n:17	Fazla/Çok Fazla %	n:17
Oturuş yüksekliği ölçüsünü alma	17,64	**3**	35,29	**6**	47,05	**8**
Oturuş yüksekliği ölçüsünü kalıp üzerinde işaretleme	17,64	**3**	41,17	**7**	41,17	**7**
Ütü hattını belirleme	11,76	**2**	52,94	**9**	35,29	**6**
Baldır, ön ve arka ağ genişliklerini hesaplama	5,88	**1**	29,41	**5**	64,70	**11**
Ön bel hattını hesaplama ve çizme	11,76	**2**	41,17	**7**	47,05	**8**
Arka bel hattını hesaplama ve çizme	11,76	**2**	35,29	**6**	52,94	**9**
Ön ve arka yan kavisleri doğru çizme	17,64	**3**	17,64	**3**	64,70	**11**
Ön ve arka ağ kavislerini doğru olarak çizme	17,64	**3**	11,76	**2**	70,58	**12**
Arka iç paça boyunu ön pantolona göre işaretleme ve doğru çizme	11,76	**2**	41,17	**7**	47,05	**8**
Ön pensi doğru işaretleme ve çizme	35,29	**6**	29,41	**5**	35,29	**6**
Arka pensi doğru işaretleme ve çizme	35,29	**6**	29,41	**5**	35,29	**6**
Ön ve arka pantolon genişlik farkının insan vücudu ile olan ilişkisini kavrama	5,88	**1**	29,41	**5**	64,70	**11**
Etek model uygulamalarda öğrendiklerini pantolon model uygulamalara aktarma (pens kaydırma, pili uygulamaları vb.)	17,64	**3**	41,17	**7**	41,17	**7**

Temel pantolon çiziminde öğrencilerin zorlandıkları noktalara baktığımızda %70,58'inin ön ve arka ağ kavislerini doğru olarak çizme işlemi karşımıza çıkmaktadır. Bu işlemi %64,70 ile baldır, ön ve arka ağ genişliklerini hesaplama, ön ve arka yan kavisleri doğru çizme ve ön ve arka pantolon genişlik farkının insan vücudu ile olan ilişkisini kavrama işlemleri takip etmektedir. Etek konusundan farklı olarak pantolon işlemlerinin ve kavislerinin farklı olması öğrencilerin kavis çiziminde zorlanmalarının bir nedeni olarak düşünülebilir. Bir diğer neden ise pantolon kavislerinin vücud formu ile 3 boyutlu olarak bütünleştirmede öğrencilerin zorlanması olabilir. Eğitmenlerin teknik olarak çizim yaptırmadan, kumaş kullanarak manken üzerinde ağ çizimlerini yapması ve oluşan kavisleri göstermesi bir çözüm olarak önerilebilir. Pantolon çiziminde öğrencilerin %35,29'unun en az zorlandıkları işlemin ön ve arka pensi işaretleme olduğu belirtilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin en çok öğrenme zorluğu çektiği konular "pili işlemleri, pens kaydırma işlemleri, temel pantolon çizimi ve çok parçalı etek uygulamaları" olarak sıralanmıştır. Konulara dair işlemlere bakıldığında en dikkat çekici sonuç bireysel olarak farklı etek model uygulamalar yapmakta zorlandıkları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuçlar öğrencinin öğrendiği bilgiyi, yeni bir giysi kalıbı yaparken transfer edemediğini ortaya koymaktadır.

Kalıp hazırlama dersi kolaydan zora şeklinde öğretimin gerçekleştirildiği bir derstir. Etek kalıp işlemleri ise temel kalıp becerilerinin öğrencilere kazandırıldığı ilk derstir. Öğrencilerin sonraki öğrenmelerinin olumlu yönde ve etkili şekilde yapılandırılması bakımından, temel kalıp becerilerinde karşılaşılan öğrenme zorluklarının tespit edilerek, uygun pekiştireç ve çalışmaların gerçekleştirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Kalıp hazırlama ile ilgili yapılan farklı araştırma sonuçlarına bakıldığında, etkin öğrenme yaklaşımı[10], e-öğrenme uygulamalarının kullanılması[11], yapılandırılmış ders videolarının kullanılması[5] ve kalıp hazırlama ders içeriklerinin Bloom'un Bilişsel Öğrenme Basamaklarına ve Simpson'ın Psikomotor Öğrenme Basamaklarına uyarlanması esasına dayalı olarak dersin yürütülmesi[3] gibi farklı öğretim yöntemlerinin derste kullanılmasının öğrenci başarısı arttırdığı görülmektedir. Eğitmenlerin farklı öğretim yöntemlerini, tespit edilen öğrenme zorluklarını dikkate alarak derse dahil etmeleri ile daha etkin öğrenmenin gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir.

Araştırma etek ve pantolon konularında yapılmıştır. Kalıp hazırlamanın üst beden, çocuk gibi diğer konuları ile ilgili ayrıntılı çalışmaların yapılarak, öğrencilerin bu konularda da öğrenme zorluğu çektiği işlemlerin tespit edilmesi önerilmektedir. Bu tespitlerin yapılaması hem farklı öğretim yöntemlerinin derse dahil edilmesi hem de daha nitelikli mezunlar verilmesi bakımından önemli görülmektedir.

[10] Caner, 2008.
[11] Gürsoy, 2014.

KAYNAKÇA

[1] Çeğindir, N. *100 Soruda Giysi Mimarisi*, Gazi Kitapevi/Ankara, 2017

[2] Cihangir, E. *Kalıp Hazırlamada Kadın Dış Giyim*. İTKİB Eğitim Şubesi, Küre Basım ve Yayım /İstanbul, 2006

[3] Özcan, A. *Tekstil Moda Tasarım Eğitim-Öğretim Süreçlerinde Bilişsel ve Psikomotor Öğrenme*, Paradigma Akademi/Çanakkale, 2023

[4] https://sozluk.gov.tr/

[5] Cavanagh, M., Pete, M.,Fashion Students Choose How to Learn By Constructing Videos of Pattern Making, British Journal of Educational Technology, 48,6, 2017.

[6] Azman, M. S., Arsat, M., Suhairom, N., Integrating Innovation in Pattern Making Teaching and Learning for Higher Education in Fashion Design. *Innovative Teaching and Learning Journal, 3*,1, 2019.

[7] İTKİB. (2021). İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği. "Avrupa Birliği Hazır Giyim Ve Tekstil Pazarında Türkiye'nin Yeri. https://www.ihkib.org.tr/fp-icerik/ia/d/2022/03/25/avrupa-birligi-hazirgiyim-ve-tekstil-pazarinda-turkiye-nin-yeri-aralik-2021-202203251644100687-69319.pdf Erişim tarihi (24.10.2023)

[8] Yalçınkaya, B., *Mesleki Eğitimde Uygulamalı Derslerin Önemi (Giyim Üretim Teknolojisi Ve Moda Tasarımı Eğitimi Uygulamaları Örneği),* Umteb- Internatıonal Congress On Vocatıonal And Technıcal Scıences Aprıl, 8-12, Batum –Gürcistan, 2017.

[9] Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler,*: Nobel Yayıncılık/ Ankara, 2017

[10] Caner, T., *Kalıp Hazırlama Teknikleri Dersinde Etkin Öğrenme Yaklaşımının Uygulanması ve Öğrenci Başarısına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2008.

[11] Gürsoy, F., *Kalıp Hazırlama Teknikleri Öğretiminde Akıllı Tahtaya Dayalı Yüz Yüze Öğretim ve E-Öğrenme Uygulamalarının Öğrencilerin Başarı, Beceri ve Tutumlarına Etkisi,* Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Konya, 2014.

LİSE VE ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SANATA KARŞI TUTUMLARININ İNCELENMESİ

Doç. Dr., Firdevs SAĞLAM
Hakkari Üniversitesi, - 0000-0002-1284-0424

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, ortaokul ve lise düzeyindeki bireylerin sanata karşı tutumlarını ölçmektir. Ölçme aracı olarak Sanata Karşı Tutum Ölçeği (Dede, 2016) kullanılmıştır. SKTÖ beşli likert tipi ölçektir. Araştırmamız Hakkâri ilinde öğrenim gören ortaokul öğrencileri ve lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubu, 297 kız 288 erkek olmak üzere toplamda 585 ortaokul ve lise öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama ve analiz kısmında nicel yöntemler kullanılmıştır. Betimsel istatislikleri elde edebilmek için aritmetik ortalama ve standart sapma hesaplanmıştır. Bu istatistikler ile çalışmada ele alınan değişkenler T testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılarak analiz edilmiştir. Öğrencilerin sanata karşı tutumları, sınıf, cinsiyet ve eğitim kademelerine göre farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır. Elde edilen bulgular katılımcıların sanata karşı tutumlarının cinsiyet ve sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiğini, eğitim kademelerine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini sunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sanat, tutum, Hakkâri, lise, ortaokul

INVESTIGATION OF HIGH SCHOOL AND MIDDLE SCHOOL STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS ART

ABSTRACT

The purpose of this research is to measure the attitudes of middle school and high school students towards art. The Attitude Towards Art Scale (Dede, 2016) was used as a measurement tool. SCTS is a five-point Likert type scale. Our research was conducted on secondary school students and high school students studying in Hakkari province. The study group consists of a total of 585 secondary and high school students, 297 girls and 288 boys. Quantitative methods were used in the data collection and analysis part of the research. To obtain descriptive statistics, arithmetic mean and standard deviation were calculated. With these statistics, the variables discussed in the study were analyzed using T test and one-way analysis of variance (ANOVA).

It was examined whether students' attitudes towards art differed according to class, gender and education level. The findings showed that the participants' attitudes towards art showed a significant difference according to gender and class variables, but did not show a significant difference according to their education level.

Keywords: Art, attitude, Hakkari, high school, secondary school

GİRİŞ, AMAÇ VE ÖNEM

Kendi içinde farklı ifade biçimleri olan sanat, estetik haz vermesi, yaratıcılığı arttırması, hayal gücünü canlandırması, duygu ve düşüncelerin ifade edilmesi bakımından insanlar için önem arz eder. Bu özellikleri sayesinde hem geçmişten günümüze hem de çocukluk döneminden hayatın son bulmasına kadar geçen süreçte kendiliğinden oraya çıkan bir olgudur. Sanatın toplumdaki her bireyin dâhil olabileceği şekilde insan yaşamına eğitim, öğretim, sosyal faaliyetler ve benzeri gibi alanlarla dâhil edilmesi gerekmektedir. Bu durum insanın hem ruhsal hem de bilişsel olarak gelişmesini ve hem sanat hem de diğer alanlarda başarılı olmasını sağlar. Sanatın insan yaşamındaki yeri ve önemi düşünüldüğünde bu konu ile ilgili oluşan süreçler üzerine araştırmalar yapmak kaçınılmazdır. Öncelikli olarak bu alana yönelik tutumların bilinmesi yapılacak olan çalışmaların planlanması, seçilmesi ve uygulanması gibi süreçlere ışık tutarak yön verir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, ortaokul ve lise öğrencilerinin sanata karşı tutumlarını araştırmak ve bu sürece ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışmanın amacı ortaokul ve lise öğrencilerinin sanata karşı tutumlarını incelemektir. Bu hedef doğrultusunda aşağıda belirtilen sorular araştırılacaktır. Ortaokul ve lise öğrencilerinin;

1- Sanata karşı tutumları nedir?
2- Sanata karşı tutumlarda cinsiyet değişkeninde farklılık var mıdır?
3- Sanata karşı tutumlarda sınıf değişkeninde farklılık var mıdır?
4- Sanata karşı tutumlarda eğitim kademesi değişkeninde farklılık var mıdır?

YÖNTEM

Bu çalışmada, ortaokul ve lise öğrencilerinin Sanata karşı tutumlarını ölçmek için nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Karakaya (2012: 59), Bu modelin büyük gruplar üzerinde yapılan bir çalışma olduğunu, gruptaki bireylerin herhangi bir

olayla ilgili görüş ve tutumlarının belirlendiği ve bunların betimlendiği çalışmalar olarak tanımlar. Betimsel tarama modelinin birden çok değişken arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla kullanılan modellerden biri olduğunu, bu modelde yapılan çalışmaların, mevcut olaylarla daha önceki olay ve koşulların bağlantılarını dikkate alarak durumlar arasındaki ilişkiyi açıkladığını ekler. Ölçme aracı olarak Sanata Karşı Tutum Ölçeği (Dede, 2016) kullanılmıştır. Dört faktörlü olan ölçeğin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı ölçeğin bütünü için 0.894 olarak hesaplanmıştır. KMO değerinin 0.928 olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Bartlett küresellik testi sonucunun ki-kare değerinin anlamlı olduğu belirlenmiştir (X2 (210) = 2835,338; p<.01). Çalışma, 2023-2024 yılında, Hakkâri ilinde yaşayan çocuklardan oluşan çalışma grubu 297 kız 288 erkek olmak üzere toplamda 585 ortaokul ve lise öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmada analizler SPSS 21 programı ile yapılmıştır. Betimsel istatislikleri elde edebilmek için aritmetik ortalama ve standart sapma hesaplanmıştır. Bu istatistikler ile çalışmada ele alınan değişkenler T testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışma Grubu

Çalışma Hakkâri ili Merkez ilçesinde yer alan 3 lise 3 ortaokulda öğrenim gören 297 kız 288 erkek olmak üzere toplamda 585 öğrenci ile (Tablo 1) gerçekleştirilmiştir. Ortaokul olarak 23. Nisan ortaokulu, Şehit Selahattin Ortaokulu, Cumhuriyet Ortaokulu 5, 6, 7 ve 8. sınıflar lise olarak ise Sümbüli Atatürk, Cumhuriyet Anadolu Liseleri 9, 10, 11 ve 12. sınıflardan oluşmaktadır. Çalışma her okuldaki farklı sınıflardaki öğrencilere uygulanmıştır. Anket çalışması sınıfta sürdürülmüştür.

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgilerine İlişkin Verilerin Dağılımları

Veri Toplama Aracı

Değişkenler		*F*	%
cinsiyet	Kız	297	50,8
	Erkek	288	49,2
Okul kademesi	Ortaokul	286	48,9
	Lise	299	51,1
Sınıf	5. sınıf	75	12,8
	6. sınıf	72	12,3
	7. sınıf	68	11,6
	8. sınıf	71	12,1
	9. sınıf	75	12,8
	10. sınıf	76	13,0
	11. sınıf	75	12,8
	12. sınıf	73	12,5
Toplam		585	100,0

Sanata Karşı Tutum Ölçeği

Ölçme aracı olarak 21 sorudan oluşan Sanata Karşı Tutum Ölçeği (Dede, 2016) kullanılmıştır. SKTÖ dört faktörlü beşli likert tipi bir ölçektir. SKTÖ'nin Cronbach Alpha (α) güvenilirlik katsayısı ölçeğin tümü için 0.894 olarak bulunmuştur. Kaiser Mayer Olkin değeri 0.928 olarak hesaplanmıştır. Ek olarak Bartlett küresellik testi verileri sonucunda ki-kare değerinin anlamlı olduğu belirlenmiştir (X2 (210) = 2835,338; p<.01).

Bulgular

Çalışmamızda sanata yönelik tutumların değişkenlerden biri olan cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmış, bu durumun tespitinde T testi uygulanmıştır.

Ortaokul ve Lise öğrencilerinin cinsiyet farklılığına ilişkin sanata karşı tutum ölçeği t-testi sonuçları Tablo 2 de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların cinsiyet farklılığına dair SKTÖ T-testi verileri

Değişkenler	Cinsiyet	N	X	Ss	T	Sd	P
	Kız	297	3,59	,69	5,559	583	0,000
	Erkek	288	3,28	,65			

Katılımcıların SKTÖ puanları incelendiğinde kız öğrencilerin 3,59 erkek öğrencilerin 3,28 ortalama puan aldığı görülmektedir. Kız öğrencilerin SKTÖ'ye ilişkin puan ortalaması erkek öğrencilere göre daha yüksektir [t (583 =5,559, p<0,05]. T testi sonuçları SKTÖ değerlerine göre istatistiksel olarak kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir fark olduğunu bize verir. Ortaokul ve Lise öğrencilerinin okul kademesi farklılığına ilişkin sanata karşı tutum ölçeği T-testi verileri Tablo 3 de sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların eğitim kademesi farklılığına ilişkin sanata karşı tutum ölçeği T-testi sonuçları

Değişkenler	Eğitim kademesi	N	x	Ss	t	Sd	P
	Ortaokul	297	3,44	,72	-,82	583	,935
	Lise	288	3,44	,67			

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin SKTÖ için eğitim kademesine göre ortaokul 3,44 lise ise 3,44 ortalama puan aldığı görülür [t (583) = -,82, p> 0.05]. SKTÖ puanlarına göre T testi sonuçları bize eğitim kademesine (ortaokul ve lise) göre anlamlı farklılık olmadığı verir. Katılımcıların sınıf farklılığına ilişkin sanata karşı tutum ölçeği puanlarına göre ANOVA verileri Tablo 4 te gösterilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların sınıf farklılığına ilişkin sanata karşı tutum ölçeği tek faktörlü ANOVA sonuçları

No	Grup	N	x	Ss	Sd	F	P	Fark
1	5.sınıf	75	3,36	,727				
2	6.sınıf	72	3,73	,513				
3	7.sınıf	68	3,51	,696				
4	8.sınıf	71	3,14	,799				
5	9.sınıf	75	3,32	,609	7-577	4,889	,000	5-6; 6-5,8,9,11; 8,-6,10; 9-6; 10-8; 11-6
6	10.sınıf	76	3,55	,631				
7	11.sınıf	75	3,39	,664				
8	12.sınıf	73	3,50	,766				
Toplam		585	3,44	,696				

SKTÖ ölçeği puanları incelendiğinde 5. Sınıf 3,36, 6. Sınıf 3,73, 7. Sınıf 3,51, 8. Sınıf 3,14, 9. Sınıf 3,32, 10. Sınıf 3,55, 11. Sınıf 3,39 ve 12. Sınıf 3,50 ortalama puan almıştır. Bu açıdan 6. sınıf öğrencilerinin SKTÖ ölçeği puanlarının diğer sınıflara göre yüksek olduğu görülür. Uygulanan Tek Yönlü ANOVA testi sonucunda, SKTÖ verileri istatistiksel olarak sınıf değişkenine yönelik anlamlı bir fark olduğunu bize göstermiştir ($F= 4,889$, $p<0,05$).

TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Ortaokul ve lise öğrencilerinin sanata yönelik tutumlarının araştırıldığı bu çalışmada istatistiksel olarak SKTÖ puanları cinsiyet değişkenine göre bize anlamlı bir fark olduğunu

göstermiştir [t (583 =5,559, p<0,05]. Kız çocuklarının sanata karşı tutum puanlarının daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Baysal ve Dıvrak (2020: 87), kadınların sanatsal etkinliklere katılım hususunda erkeklerden daha istekli olmalarının literatürde yer aldığını, değişkenlerden biri olan cinsiyete bağlı olarak sanata yönelik tutum seviyelerinin kadınlar yönünde anlamlı bir farklılık gösterdiğini belirtir. Bu çalışmaları Baysal ve Dıvrak 2020, Akarca, 2018 ve Göktaş, 2019 olarak sıralar. Akgün (2015: 44) yüksek lisans tez çalışmasında, kız öğrencilerinin renk bilgisi öğreniminde, erkek öğrencilere göre daha etkin olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Memiş (2022: 153) çalışmasında elde ettiği bulgular neticesinde cinsiyet olarak kadınların sanata karşı tutum puanlarının erkeklere nazaran daha fazla olmasını, kadınların özünde estetik hassasiyetinin, sanata yönelik ilgisini kabiliyetinin daha fazla olması ile ilişkilendirmiştir.

Çalışmamızda okul değişkenine göre yapılan T testi analizinde elde edilen bulgular ışığında lise ve ortaokul öğrencileri arasında anlamlı bir fark görülmemiştir [t (583) = -,82, p> 0.05]. Ortalama verilerinin ise 3,44 olduğu görülmüştür. Araştırmada istatistiksel olarak sınıf değişkenine göre yapılan Tek yönlü ANOVA analizinde anlamlı bir fark olduğu görülmüştür (F= 4,889, p<0,05). Analiz sonucunda 5-6; 6-5,8,9,11; 8,-6,10; 9-6; 10-8; 11-6. sınıflar arasında anlamlı farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Dilmaç ve Öztürk (2016, 5-6) bir araştırmasında sınıf düzeylerine göre yapılan karşılaştırmada 6. sınıf ile 7. ve 8. sınıf öğrencileri arasında anlamlı farklılık bulmuştur. Bu farklılığı Ferahoğlu, Tepecik ve Kalyoncu'nun (2014), 8. sınıf öğrencilerinin görsel sanatlar dersine yönelik tutum puanlarının düşük olmasının nedenini, öğrencilerin liseye geçiş sınavına girecek olmasıyla açıklamıştır.

Çalışmadan sonucunda elde edilen bulgular ışığında;

1- Lise ve Ortaokul öğrencilerinin sanat alanlarına karşı ilgilerini artırmada daha fazla ve süresi uzun çalışmalar yapılabilir.

2- Eğitim öğretim dışında sanatsal faaliyetler düzenlenebilir.

3- sanata yönelik beceri sahibi öğrenciler belirlenerek bu öğrenciler için geliştirici programlar ve faaliyetler hazırlanabilir.

KAYNAKÇA

Akarca, A. (2018). İlkokul öğrencilerinin görsel sanatlar dersine ilişkin tutumları: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti örneği. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Lefkoşa: Yakın Doğu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Akgün, S. (2015). 5. sınıf görsel sanatlar dersinde öğrencilerin renk bilgisi konusunun öğrenimi ile ilgili başarılarında, tutumlarında ve serbest çalışmalarındaki renk seçimlerinde cinsiyet ve okul değişkenlerinin etkisi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Diyarbakır: Dicle Üniversitesi.

Baysal, Z. N. ve Dıvrak, M. (2020). Sınıf öğretmeni adaylarının sanata yönelik tutumlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi (BEST Dergi), 4(2), 44-55.

Dede, H. (2016). Öğrencilerin Sanata Karşı Bakış Açılarını Ortaya Koymaya Yönelik Bir Tutum Ölçeği. İdil, 5 (25), 1559-1576.

Dilmaç, O. ve Öztürk, D. (2016). Ortaokul öğrencilerinin görsel sanatlar dersine yönelik tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. Kafkas Üniversitesi, e – Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi, 3(3), 1- 7.

Ferahoğlu, N. S., Tepecik, A., ve Kalyoncu, R. (2014). İlköğretim okulları 8. sınıflarda Tokat yazma motiflerinin özgün baskı çalışmalarında uygulama etkililiği üzerine bir araştırma. Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 9(2), 182-192.

Göktaş, N., G. (2019). Sanat galerisi ziyaretçilerinin algı tutum ve tavsiye etme niyetine yönelik bir araştırma: Sakarya örneği. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü.

Karakaya, İ. (2012). Bilimsel araştırma yöntemleri. A. Tanrıöğen (Edt.) Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Anı.

Memiş, M. (2022). Dindarlık ile Sanatsal Tutum Arasındaki İlişki Üzerine Nicel Bir Araştırma. Türk Din Psikolojisi Dergisi, (6), 125-163.

HAKKÂRİ YÖRESİNDEKİ KİLLER VE SERAMİK SEKTÖRÜ

Doç. Dr., Firdevs SAĞLAM
Hakkâri Üniversitesi, - 0000-0002-1284-0424

ÖZET

Kilin insan hayatındaki yerine baktığımızda bunun geçmişte oluğu gibi günümüzde de önemli bir yerde durduğu görülür. Genellikle kap kacak yapımında kullanılan kilin endüstriyel değerinin fark edilmesiyle kulanım alanları genişlemiştir. Kil, seramik, gıda, kâğıt ve plastik gibi endüstriyel alanlarının yanı sıra sağlık gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Bu yüzden bulunduğu bölgenin ekonomisinin gelişmesi, iş sahalarının açılması bakımından önemli getirileri vardır. Araştırmamıza konu olan seramik alanına baktığımızda tuğla, porselen, çanak-çömlek, heykel, sıhhi tesisat, yer döşemesi ve çatı kiremitleri vb. gibi ürünlerin imalatında temel malzeme olarak kil kullanılır. Bu ürünlerin oluşturulmasında kullanılan kilin malzeme yapısı ve içeriğinin bilinmesi gerekmektedir. Hakkâri Yöresinde bulunan killerle seramik alanında yapılan çalışmalar arkeolojik kazılarda ortaya çıkan buluntularda görülmektedir. Çalışmamızda seramik sektörünün başlangıcı olan kille ilgili yapılan çalışmaların tarihsel süreci ve Hakkâri ilinde bulunan kille ilgili çalışmaların incelenmesini içermektedir. Bu çalışma Hakkâri Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'nün SB22BAP1 numaralı projesinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Hakkâri, seramik, kil

CLAYS AND CERAMICS INDUSTRY IN HAKKARI REGION

ABSTRACT

When we look at the place of clay in human life, we see that it has an important place today, as it did in the past. With the realization of the industrial value of clay, which is generally used in making pottery, its usage areas have expanded. Clay is used in many areas such as health, as well as industrial areas such as ceramics, food, paper and plastic. Therefore, it has important benefits in terms of the development of the economy of the region where it is located and the opening of business areas. When we look at the field of ceramics, which is the subject of our research, brick, porcelain, pottery, sculpture, sanitary ware, flooring and roof tiles, etc. Clay is

used as the basic material in the manufacture of products such as. It is necessary to know the material structure and content of the clay used in the creation of these products. Studies carried out in the field of ceramics with clays found in the Hakkari Region can be seen in the findings unearthed during archaeological excavations. Our study includes the historical process of the studies on clay, which is the beginning of the ceramic industry, and the examination of the studies on clay in Hakkari province. This study was produced from the project numbered SB22BAP1 of Hakkari University Scientific Research Projects Coordination Office.

Keywords: Art, Hakkari, ceramic, clay

GİRİŞ

İlk insanın doğada varlık gösterme çabası, yaşam alanları ile ilgili düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir. Bu düzenlemelerde yine doğada bulunan malzemeler kullanılmıştır. Kilin plastik yapısı itibariyle kolayca şekil alması, aldığı şeklin bozulmaması ve suyu tutma gibi özellikleri gündelik yaşamdan insan hayatına dair birçok alanda kullanım alanı bulmasını sağlamıştır.

Kilden yapılan seramiklere dair ilk örneklere baktığımızda idoller, çanak çömlek gibi gündelik yaşama dair nesneler olduğu görülür. Zamanla mimari, sağlık ve ileri teknoloji ürünlerinde de kil kullanılmıştır. Seramiğin gelişimine bağlı bu ürünlerin kullanım biçimi ve içeriğinde farklılıklar görülmektedir. Çalışmamıza konu olan Hakkâri ilinde bulunan kilin seramik alanında kullanımına yönelik yapılan araştırma 1998 yılında yapılan kazı çalışmalarında ortaya çıkan örnekler üzerinden gerçekleşmiştir. Bunun yanı sıra ekmek pişiriminde kullanılan tandırların yapımında yine kilin yapı malzemesi olarak uygulandığı görülür.

KİLİN SERAMİK SEKTÖRÜNDE KULLANIMINA TARİHSEL BİR BAKIŞ

Kil doğada kolaylıkla bulunabilen bir malzemedir. İçeriğine baktığımızda demir oksit, kalker, mika ve silis gibi minerallerden oluştuğu görülür. Metal oksitlerle karışık bir şekilde bulunması nedeniyle sarı, kırmızı ve daha koyu renklere doğal olarak dönüşen kilin dört farklı çeşidi vardır. Kilin plastik özelliği kolayca şekil almasına, kohezyon özelliği ise verilen şeklin muhafaza edilmesine ve pişirilip sertleşmesi ile farklı sektörlerde kullanılmasına neden olmuştur. Erman (2009: 60) insanoğlunun ilk atalarının ortaya çıktığı dönemin günümüzden yaklaşık iki milyon yıl önce başlayan ve 10.000 yıl önce son bulmuş olduğu tahmin edilen

Paleolitik Çağ olarak kabul edildiğini, bu dönemin ilk el aletlerinin üretimiyle insanlaşma sürecine girişi de temsil ettiği var sayıldığını ifade eder. Ancak verilen bu tarihlerin dünya geneli için geçerli olduğunu, yerel olarak değişmeye açık bulunduğunu da ekler. Kil kiremit, çanak, çömlek ve heykel gibi birçok alanda üretilen nesnelerin hammaddesini oluşturur. Muammer Çakı (1999: 10) çömlekçiliğin nerede, tam olarak ne zaman başladığına dair elimizde bugün bir bulgu olmadığını aksine yapılan araştırmalar çömlekçiliğin belli bir yerde başlayıp yayılmadığını- tıpkı medeniyetlerin birbirlerinden habersiz benzer kültürleri geliştirdiği- gibi ayrı ayrı bölgelerde, değişik zaman dilimlerinde geliştiğini belirtir. Dolayısıyla bu koşullarda seramik sanatının orijinini herhangi bir ırka, kültüre veya ülkeye ait kılmak pek mümkün sayılmaz. (Çakı, 1999: 10). İlk örnekleri Neolitik çağa tarihlenen kilden üretilen ürünler dini amaçlı üretilen figürünlerdir.



Görsel 1. Dolni Vestonice Venüsü, kil, MÖ 29.000 - MÖ 25.000

Dünyanın bilinen en eski seramik figürünü Dolni Vestonice Venüsü'dür. Çek Cumhuriyeti'ndeki Devin dağı civarında bulunmuş olan bu figürün (Görsel 1) Paleolitik döneme ait olduğu ifade edilir. Dolni Vestonice Venüsüne baktığımızda doğum yapmaktan

vücudu deforme olmuş bir kadın biçimini görürüz. Kibele heykelciklerinin bir benzeri olan bu çalışma kadının doğumla birlikte kazandığı kutsallığı, hayatın devamlığını temsil eder.

Doğada korunmasız bir şekilde bulunan insan kendini korumak, doğayı kontrol altına almak için büyü ya da sunak olarak bu figürünleri (Görsel 2) yapmıştır. Çam (2022:121) Terrakotta Figürinler başlıklı makalesinde tarih öncesi dönemlerden bu yana adak eşyası olarak üretilen terrakotta figürinlerin hem ilahi güçlerin öfkesinden korunmak için dini amaçlı hem de oyuncak, dekoratif eşya ve nadiren de olsa parfüm şişesi gibi günlük hayatta kullanılan ürünler olarak da üretildiğini ifade eder. Bu figürinler bize o dönem dair dini ve gündelik yaşama dair birçok bilgiyi sunar.

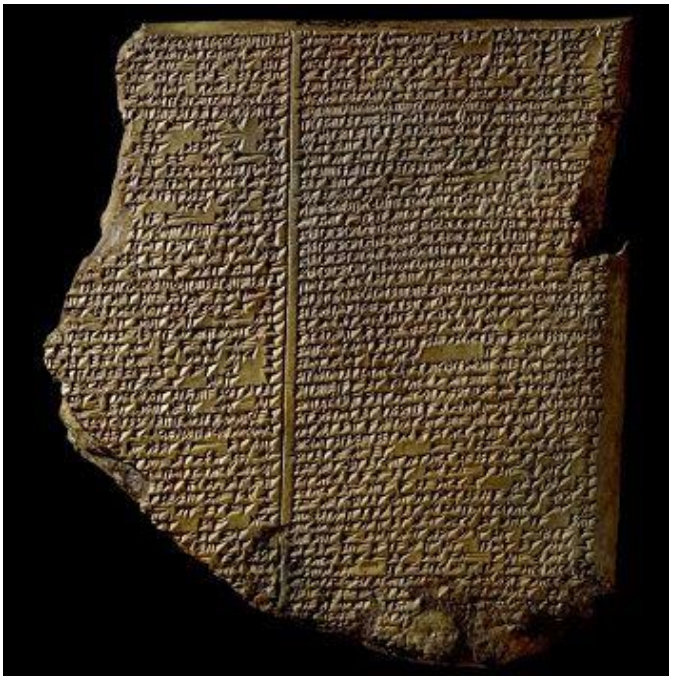


Görsel 2: Anadolu'da bulunan Figürinlere örnekler

Kilden üretilen figürünlerin yanı sıra gündelik ve toplumsal yaşama dair birçok bilgi kayıt altına kil tabletler aracılığı ile alınıyordu. Tunçel (2020: 307) tarihte ilk defa Mezopotamya'da ortaya çıkan çivi yazılı kil tabletlerin, kitabın ilk formunu oluşturduğunu belirtir ve şöyle devam eder: Sümerli tüccarların elinde ticaret ve mülkiyete konu olan malların alışverişinde bir makbuz işlevi gören kil tabletler, zamanla idari ve siyasi yazışmaların, kanunların ve fermanların yazıldığı, birçok dini ve edebi metni üzerinde taşıyan kitaplar haline gelmiştir. Mezopotamya bölgesinde kaliteli ve zengin kil yataklarının bulunması kolay ulaşılabilir bir malzeme olmasını sağlamış birçok alanda kullanılan bir malzeme halini almıştır.

Kilin kolay şekil alması tablet haline gelen yüzeylerin üzerine yazı yazılmasını da kolaylaştırıyordu. Önce kurutulup sonrasında daha dayanıklı hale gelmesi için pişirilen bu tabletler genellikle geometrik formlarda, üzerlerinde çivi yazısı ya da resimli yazılar bulunmaktadır. Görsel 3 te Asurlular dönemi milattan önce 7. Yüzyıla tarihlenen Gılgamış

Destanı'nın anlatıldığı bir kil tablet örneğini görebiliriz. Günümüze ulaşan en eski edebi ve dini eser olarak kabul edilen bu tablet çivi yazısı ile oluşturulmuştur.



Görsel 3: Kil Tablet, Gılgamış Destanı, Asurlar dönemi M.Ö. 7 yy.

Seramiğin temel malzemesi olan kille yapılan diğer ürünlere baktığımızda çanak çömlek gibi özellikle gündelik yaşamda kullanılan kap kaçakları (Görsel 4) görürüz. İlk örnekleri elle şekillendirilen çanak, çömlekler zamanla tornanın bulunması sonucunda bu düzenekle şekillendirilmiştir. Özellikle yerleşik yaşamla birlikte tarımın başlaması çanak-çömleğin daha çok üretilmesinde etken olmuştur. Bulunduğu coğrafya ve kültüre göre üretilen kapların biçimi ve üzerine yapılan motiflerde farklılıklar göstermektedir. Motiflerdeki simge ve semboller yazılı kaynakların olmadığı dönemde yaşayan topluluklarla ilgili bize bilgi verir.



Görsel 4: Gündelik yaşamda kullanılan çanak çömlek örnekleri

Başlangıçta kilin ham halinin kullanılması ile oluşan biçim ve rengin hâkim olduğu çanak çömlekler zamanla renklendirilerek, sır denilen cam yapı ile kaplanmıştır. Kilin bir diğer kullanım alanı ise mimaridir. Şekillendirildikten sonra kilin dış hava koşullarına bağlı olarak sertleşmesi, suyu geçirmeyen bir yapıda ve kolay bulunabilen bir malzeme olması mimaride kullanılmasının en önemli sebepleri arasında sıralanır. Saman ve kilin yoğurularak kalıplar aracılığıyla şekillendirilmesi kerpiç denilen yapı malzemesinin oluşmasını sağlar. Taş ya da ahşap gibi malzemelerin bulunmadığı coğrafyalarda, yapı malzemesi olarak kullanılan kerpiç ile farklı biçim ve formlarda ev ve benzeri yapıların inşa edildiği görülür.



Görsel 5: Kerpiçin Mimaride Kullanımına Örnek, Harran evleri

Kilin pişerek tuğla haline dönüşmesi hem yapı malzemesi hem de mimaride süsleyici unsur olarak kullanılmasını sağlamıştır. Bilginin kayıt altına alınması, gündelik yaşamda ihtiyaç duyulan kap kaçak üretimi, topluma ait kültürel sosyal, dini değerler ve inanışların sembollere dönüştürülmesi ve mimari yapıların tamamında ya da süsleyici bir unsur olarak kullanılan seramiğin, savunma sanayii, sağlık ve ileri teknoloji ürünlerinde de kullanıldığı görülür. Özellikle sanayinin gelişmesi ve endüstri devrimi ile birlikte seramiğin kullanım alanı olabildiğince genişlemiştir. İçeriğinde bulunan mineraller, pişirim derecesine göre değişen dayanıklılık ve yüzeyine uygulanan kaplamalar bu çeşitliliğin oluşmasına neden olmuştur.

HAKKÂRİ İLİNDE BULUNAN SERAMİK ÖRNEKLERİNE GENEL BİR BAKIŞ

Türkiye'nin güneydoğusunda yer alan Hakkâri geniş ve sarp bir coğrafyada konumlanmaktadır. İran ve Irak gibi ülkelere sınır olması, jeopolitik konumu itibariyle önemli bir yere sahip olan Hakkâri, birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Farklı uygarlıkların hüküm sürdüğü bu coğrafya ile ilgili bilgiler tarihi kazıların az olması nedeniyle tam olarak ortaya çıkmamıştır.

Çalışmamıza konu olan seramik alanı ile ilgili Hakkâri yöresinde üretilen ürünlere merkezde tesadüf eseri ortaya çıkan bazı buluntular sonrasında ulaşılmıştır. 1998 yılında il merkezinde bulunan kalenin eteklerinde hafriyat çalışmaları yapılırken 13 adet Stel bulunmuş ve sonrasında alanda kazı çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalar sırasında ortaya çıkarılan mezar odasında farklı renklerde killerden yapılmış çok sayıda seramik çanak çömlekler (Görsel 6) bulunmuştur.



Görsel 6. Hakkari'de Bulunan Çanak-Çömlekler

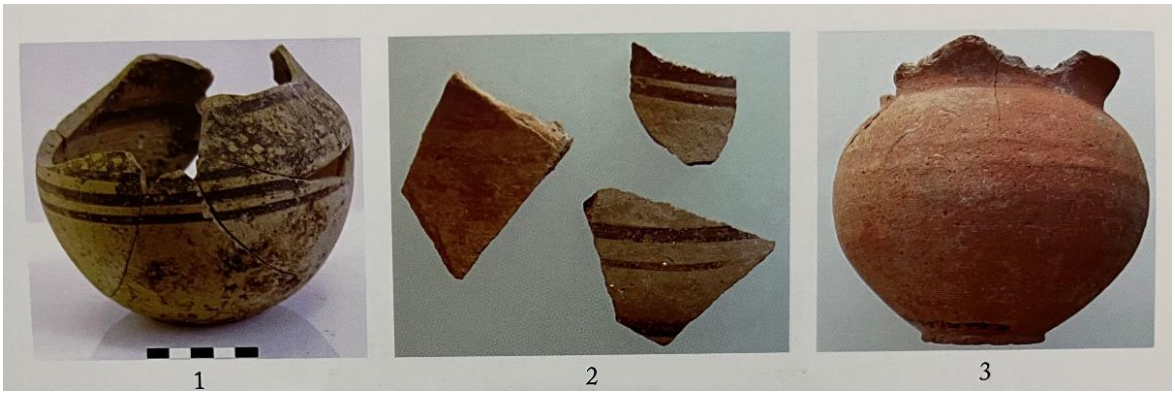
Çanak çömlek buluntularına baktığımızda bunların bazılarının elle şekillendirildiğini bazılarının ise basit torna yardımı ile biçimlendirildiğini görürüz. Sarımtırak ya da kiremit renginde killerden şekillendirilmiş çanak çömleklerin, gündelik yaşamda kullanılan eşyalar

olduğu görülür. genellikle sırsız olarak bulunan bu eşyaların bazılarının üzerine boya ile bezeme yapılmış, bazılarının ize astar kazıma yöntemi ile süslenmiştir.



Görsel 7. Hakkari'de bulunan Çanak-Çömlekler

Astar kazıma tekniğine baktığımızda kabın istenilen şekli almasından sonra farklı bir renkteki kilin sıvı hale getirilerek kabın heryerini kaplaması sağlanır. Astar kurduktan sonra üzerine istenilen şekiller çizilir ve ucu sert ve sivri bir cisim ile motifin olduğu yerler kazınır. Böylelikle ortaya çıkan alttaki renle birlikte oluşturulan desen kazıma yöntemiyle ortaya çıkarılır.



Görsel 8. Hakkari'de bulunan Çanak-Çömlekler

Buluntular arasında çanak şeklinde oluşturulmuş kapların yanı sıra bu biçimlendirmelerden farklı olarak yapılmış üç ayaklı kap (Görsel 8) dikkati çeker. Şekillendirildikten sonra yine aynı renkte kille üç farklı yerine ayak eklenmiştir. Kazıma tekniği ile üzerine birbirinin devamını içeren zikzaklar çizilmiiştir. Bu zikzaklar su motifini bir türü olup hayatın süreklikliği ve döngüyü bize verir.



Görsel 8. Hakkari'de Bulunan Üçayaklı Kap

Hakkaride bulunan seramiklerde diğer bir ayrıntı ise kulplu kaplardır. Bu kalplar yine yörede bulunan çeşitli renklerde killerden üretilmiştir. Çoğunlukla gündelik yaşamda kullanılan çanak çömlekler hem pişirme dercesi hem de kullanılan kilin farklılılığı nedeniyle değişik renklerde görülür. şekillendirmenin nasıl yapıldığına baktığımızda genellikle elle yapıldığı görülür.



Görsel 9. Hakkari'de Bulunan Çanak Çömlekler

SONUÇ

Hakkari, coğrafi özelliklerinen dolayı herzaman hüküm sürülmek istenilen bir kent olmuştur. Sarp bir arazide ve zor bir coğrafyada konumlanması nediyle kısa süreli de olsa birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Tarihsel geçmişi ile ilgili bilgilere terör bölgesi olması ve arkeolojik kazıların çok fazla yapılmaması nedeniyle ulaşılaşılamamıştır. Hakkari ilinde bulunan killerin seramik sektöründe kullanımına yönelik örneklere kent merkezinde yapılan kazılar sonucu ortaya çıkan buluntular aracılığıyla ulaşılmıştır. Kapalı bir mezar içinde bulunan ve kilden üretilen seramik nesnelere baktığımızda, farklı killerden üretildiği görülür. Bu nesneler farklı formlarda üretilmiş ve üzerlerine semboller ve şekillerle süslemeler yapılmıştır. Astar kazıma tekniği ve sivri ve sert bir cisimle asarsız olarak üretilen nesnenin üzerine uygulanan çizimlerle bezeme teknikleri oluşturulmuştur. Bunun yanı sıra kentin merkez ve diğer ilçelerinde ekmek yapılan tandırda da kil kullanılmıştır. Hakkari ilinde bulunan killerle geçmişte yapılan seramik çalışmalarına, günümüzde rastlanmamaktadır. Bu durumla ilgili yerel yönetimler ya da özel girişimler aracılığıyla kilden yapılan seramik ürünlerin tekrar yapılıp ilde bu sektörün canlandırılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Çakı, M. (1999). Neolitik dönemden ilk çağa seramiğin kültürel nesne olarak insan yaşamındaki yeri. Sanatta yeterlilik Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çam, A. (2012). Terrakotta Figürinler, Bilim, Teknik ve Endüstri Dergisi, Seramik, Sektörel: 39 Mart - Mayıs 2012.

Erman, D. O. (2009). Seramik Sanatında Kuş Figürü Üzerine Kişisel Uygulamalar. Yayımlanmış Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seramik Anasanat Dalı, Ankara 2009, s. 60.

Erman, D.O. (2012). "Türk Seramik Sanatının Gelişimi: Toprağın Ateşle Dansı". ACTA TURCICA, 4(1): 18-33.

Okumuş, H. (2017). Geçmişte ve günümüzde seramiğin kullanim alanlari. Journal of Awareness (JoA), 2(3), 1-14.

Sevin, V. (2015). Hakkari Taşları II: Gizemin Peşinde. Ankara:Türk Tarih Kurumu.

Tunçel, O. (2020). Kitabın İlk Formu: Eski Mezopotamya'nın Kil Tabletleri. Sanat ve Tasarım Dergisi, (25), 305-321.

Görsel Kaynakça

Görsel 1:

https://tr.wikipedia.org/wiki/Doln%C3%AD_V%C4%9Bstonice_Ven%C3%BCs%C3%BC, Erişim Tarihi: 25.09.2023

Görsel 2: https://ahmetustanindefteri.blogspot.com/2014/11/pisirilmis-toprak-figurin-terracotta.html Erişim Tarihi: 25.08.2023

Görsel 3: https://www.wikitarih.com/kil-tablet/ Erişim Tarihi: 25.08.2023

Görsel 4: https://sanattarihivearkeoloji.blogspot.com/2012/03/canak-comlekseramik-yapimi-ve.html Erişim Tarihi: 25.09.2023

Görsel 5: https://tr.wikipedia.org/wiki/Kubbe_ev#/media/Dosya:Kubbe_ev_harran.jpg Erişim Tarihi: 25.10.2023

Görsel 6: Sevin, V. (2015). Hakkari Taşları II Gizemin Peşinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Görsel 7: Sevin, V. (2015). Hakkari Taşları II Gizemin Peşinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Görsel 8: Sevin, V. (2015). Hakkari Taşları II Gizemin Peşinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Görsel 9: Sevin, V. (2015). Hakkari Taşları II Gizemin Peşinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

YİXİNG SERAMİKLERİNDE SEMBOLİK BİR İMGE OLARAK LOTUS ÇİÇEĞİ

Doçent, Fidan Tonza Helvacıkara
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik ve Cam Bölümü
- 0000-0002-5094-1066

ÖZET

Bitkisel motiflere her coğrafyada farklı kültür ve inançlar ekseninde sembolik anlamlar yüklenmiştir. Bu sembolik anlamlara sanatın her dalında vazgeçilmez bir unsur olarak rastlanılmaktadır. Antik Dönem'den itibaren kutsal anlamlar yüklenen bazı bitkiler arasında lotus çiçeği bu anlamda bilinen ve sembolik anlamlar taşıyan en önemli çiçeklerden birisidir. Asya kültüründe önemli bir yere sahip olan lotus çiçeği, özellikle Doğu Asya'da bulunan Çin'de inanç ve kültür odağında sanata yansımakta ve çeşitlenmektedir. Doğa ile uyum içinde, sanatsal olarak doğanın sunduklarından beslenen bir kültür olarak Çin, seramik alanında teknik, üslup ve sanatsal olarak öncü bir yere sahiptir. Çin, Yixing üretimli seramikler ile sanatsal olarak dikkat çekmektedir. Elle şekillendirme ile yapılan bu formlar arasında çaydanlıklar, figüratif formlar ve günlük kullanım objeleri yer almaktadır. Kültür ve inanç temelinde farklı sembollerin yansıdığı Yixing seramiklerinde lotus sembolüne sık rastlanılmaktadır.

Bu çalışma, lotus çiçeğinin sembolik ifade ile Yixing seramiklerine sanatsal olarak yansımaları üzerine biçimlenmiştir. Lotus çiçeğinin farklı kültürdeki anlamları üzerine durularak, sanatsal yansımaları araştırılmıştır. Ayrıca lotus çiçeğinin Çin kültürü içindeki sembolik anlamları üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Bu değerlendirmeler kapsamında, Jiangsu eyaletinde Yixing bölgesinde yer alan, elle şekillendirilerek üretilen seramikler, tarihsel süreç içinde, üretim teknikleri, üslup, tarz ve biçimsel olarak incelenmiştir. Lotus çiçeğinin sembolik anlamlarının, Yixing seramikleri üzerine sanatsal ifadesine dikkat çekilmiştir.

Anahtar Kelimeler; Lotus, Yixing seramikleri, Çin,

LOTUS FLOWER AS A SYMBOLIC IMAGE IN YIXING CERAMICS

ABSTRACT

Floral motifs have been given symbolic meanings in different cultures and beliefs in every geography. These symbolic meanings are found as an indispensable element in every branch of art. Among some of the plants that have been attributed sacred meanings since the Ancient Period, the lotus flower is one of the most important flowers known in this sense and carrying symbolic meanings. The lotus flower, which has an important place in Asian culture, is reflected and diversified in art with a focus on belief and culture, especially in China, located in East Asia. As a culture that is in harmony with nature and artistically nourished by what nature offers, China has a leading place in the field of ceramics in terms of technique, style and artistry. China attracts artistic attention with Yixing-produced ceramics. These forms made by hand shaping include teapots, figurative forms and daily use objects. The lotus symbol is

frequently encountered in Yixing ceramics, where different symbols are reflected on the basis of culture and belief.

This work is based on the symbolic expression of the lotus flower and its artistic reflection on Yixing ceramics. By focusing on the meanings of the lotus flower in different cultures, its artistic reflections have been investigated. Additionally, evaluations were made on the symbolic meanings of the lotus flower in Chinese culture. Within the scope of these evaluations, hand-shaped ceramics located in the Yixing region of Jiangsu province were examined in terms of production techniques, style and form throughout the historical process. Attention is drawn to the artistic expression of the symbolic meanings of the lotus flower on Yixing ceramics.

Keywords; Lotus flower, Yixing ceramics, China.

1. GİRİŞ

Çiçekler, erosun, güzelliğin, mükemmelliğin, saflığın, doğurganlığın, neşenin ve dirilişin amblemleri olarak dünya çapında ritüellere ve kutsal törenlere dahil edilmiştir. Çiçeğin radyal şekle sahip en basit formu, çiçeği sembolik olarak çark ve ebediyete, mistik ve yönlendirici bir merkez etrafındaki kozmik harekete bağlayan doğal bir mandala olarak görülebilmektedir. Çiçeğin hermafrodit[1] nitelikleri, varoluşu ile karşıtların birleşmesini akla getirmektedir. Yukarıdan görünen ama aşağıda görünmez olan kök ile yaşamını sürdüren çiçek, görünen ve görünmeyen dünyalar arasında bir metafor oluşturmaktadır.

Sabahın erken saatlerinde, çiçeklerini açan lotus, uzun gün bitkisidir. Tek bir çiçeğin ömrü yaklaşık dört gün sürmektedir. Lotus çiçeği hermafrodit özellikte, bahçecilik, tıp, gıda, din, kültür ve sanatta önemli değeri olan çok yıllık bir su bitkisidir.

Yaşam ve ölüme dair imgelemleri ile bitkilere, Antik dönemden itibaren pek çok kültürde kutsal özellikleri yüklenmiş ve bu şekilde sembolik bir inanç oluşmuştur. Lotus çiçeği de bu bitkilerden biri olarak birçok kültür ve inançta sembolik anlamları ile dikkat çekmektedir.

Lotus, sembolik anlatımlara sahip olan en önemli çiçeklerden biridir. Mısır, Hint ve Yunan mitolojisinde önemli bir sembol olan lotus çiçeği, gelişimsel olarak üç temel element olan su, hava ve ışık ile açıklanmaya çalışılmıştır. Suyun karanlığında kendiliğinden köklenerek, ışıkla olgunlaşan ve sonunda başını sudan çıkararak havaya ulaşarak görkemli bir şekilde boy gösteren lotus çiçeği, insan evrimi ile özdeşleştirilmiştir (URL 1). İnsanın doğma, büyüme ve olgunlaşma süreci bu elementler ile temas içinde olan lotus çiçeği ile sembolleştirilmiştir.

Varlığı İ.Ö.3000'den bu yana bilinen lotus, Ortadoğu sanatından Ortaçağ'a kadar, bezemenin değişmez ögesi olarak kullanılmıştır (Kuban, 1999:176). Kökeni Asya olan ve 18. yüzyılda Avrupa'ya getirilen lotus çiçeği, öncelikle Hint, Çin ve Mısır olmak üzere farklı uygarlıkların kültüründe çok özel bir yere konumlanarak, lotus çiçeğine sembolik anlamlar yüklenmiştir (Söğüt, 1996:77).

Hinduizm, Budizm gibi inançlarda ortak bir dil olan lotus, sembolik anlamların en çok kullanıldığı dinlerden biridir. Hintçe'de tüm lotus türleri "padma" olarak adlandırılır ve Hint kültüründe, tapınaklarda, heykellerde ve mimaride sıkça görülen bir sembol olarak yerini alır. Lotus, narin yapraklarında pek çok geleneği ve metaforu barındıran bir çiçek olarak bu inançta

[1] Erkek ve dişi organların aynı bitkide veya aynı çiçek üzerinde bulunmasına denir.

şekillenir. Hinduizm'in tanrılarının sahip olduğu tasvirlerde, sembolik ve ikonografik bir unsur olarak lotus sıklıkla yer almaktadır.

Budizm'de de en önemli bitki olan lotus, pek çok simgesel anlama sahiptir. Lotus'un sekiz yaprağı yönleri, kırmızı ve sarı lotus Güneş'i simgelemektedir. Ayrıca gök, ay, saflık, güzellik, tanrısallık, doğum, yeniden doğuş ve Nirvana[2] gibi anlamları da içeren lotus, yogada göbek (vişnu), kalp, göz gibi insan bedeninin merkezleri ile ilgili anlamlar taşımaktadır. "Bin yapraklı lotus çiçeği", her türlü ruhsal aydınlanma olayının simgesidir (Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü 2, 1997:1127).

Asya kökenli bir bitki olan lotus çiçeği, özellikle Çin'de inanç ve kültür odağında sembolik anlamlar yüklenmiş ve bu doğrultuda sanatın birçok alanına yansımıştır. Çin sanatında bitkisel form ve bezemeler, doğa ile uyum içinde ve sanatsal olarak doğanın sunduklarından beslenen bir kültür olarak Çin'i sanatsal olarak dünyada öne çıkarmaktadır. Seramik alanında da özel bir yere sahip olan Çin, Yixing seramikleri ile tanınmaktadır. Yixing kenti Çin'in Jiangsu eyaletinde, Taihu gölü kıyısında yer almaktadır. Her ne kadar figüratif formlar, günlük kullanım objeleri, vazolar, bonzai saksıları, saklama ve pişirme kapları gibi çeşitli üretimleri olsa da çaydanlık, tüm üretimlerin önüne geçmiştir. Çay üretimi ve çay kültürünün de kaynağı olması sebebi ile çaydanlık, özel bir yere konumlanmıştır. Ayrıca çaydanlığın ilk örneklerinin burada bulunması sebebi ile Yixing çaydanlıkları dünyada tanınır olmuştur. Elle şekillendirme ile yapılan bu çaydanlıkların üretimi çok eskiye gitmektedir. Seramik üretimini günümüzde de sürdürmekte olan bu bölgede "zisha" olarak adlandırılan mor renkli pekişmiş bir seramik bünye kullanılmaktadır. Zinterleştiği için sırsız olarak kullanılan bu üretimlerde kil İngilizce 'purple clay' (mor kil) olarak adlandırılmıştır.

Çay ticaretinin olduğu bu bölgede, Yixing çaydanlıklarının da diğer ülkelere ihraç edilmesi ile çay ve çaya dair oluşturulan kültürde Çin söz sahibi olmaya başlar. Hanedanlıklar döneminde, hükümdarların istekleri doğrultusunda kimi zaman biçimleri, kimi zamanda üzerine uygulanan dekor tekniklerinde değişikliklere uğrayarak sürekli yenilikler kaydeder. Çin Halk Cumhuriyeti kurulanan kadar geçirdiği sosyo-ekonomik ve kültürel değişiklikler yüzünden, bir dönem üretim gerileme kaydederek durma noktasına gelir. Ülkedeki istikrar sağlanınca Yixing seramikleri Avrupa ve Amerika'ya ihraç edilerek bu üretimlerin önemi artar.

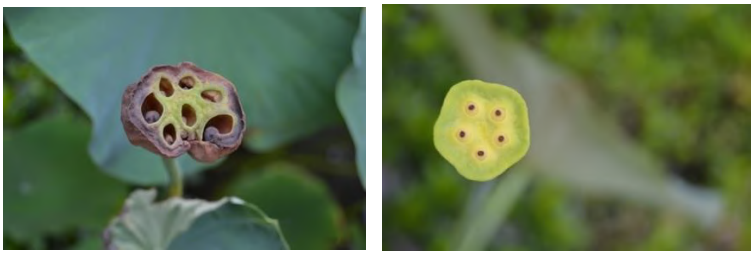
Kültür ve inanç temelinde farklı sembollerin yansıdığı Yixing seramiklerinde lotus sembolüne sık rastlanılmaktadır. Bu çalışmada lotus çiçeğinin sembolik ifade ile Yixing seramiklerine sanatsal olarak yansımaları değerlendirilmiştir. Hinduizm ve Budizm'de inanç odaklı sembolik anlamları üzerine durulmuştur. Aynı zamanda farklı kültürdeki sembolik anlamları irdelenerek sanatsal yansımaları araştırılmıştır. Ayrıca lotus çiçeğinin Çin kültürü içindeki sembolik anlamları üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Bu değerlendirmeler kapsamında, Yixing seramikleri hakkında bilgi verilmiş, üretim biçimlerine değinilmiş ve bu seramiklerin önemi aktarılmıştır. Lotus çiçeğinin Çin kültüründeki önemi üzerinden oluşturulan sembolik anlamların, Yixing seramikleri üzerine sanatsal ifadesine dikkat çekilmiştir.

2. LOTUS ÇİÇEĞİNiN SEMBOLİK ANLAMLARI

Mavi, Hint, kutsal lotus ve kutsal nilüfer olarak bilinen "Nelumbo nucifera", "Nelumbonaceae familyası"na bağlı bir su bitkisi türüdür. Çok hızlı büyüyen lotus, (Görsel 1-

[2] Budizm'de ruhun ulaştığı en yüksek mertebeye verilen ad (URL 2).

2) 20 cm ile 33 cm arasında bir çapa sahip olan, görkemli, kokulu tropik bir çiçektir (URL 3). Doğada beyaz, kırmızı, pembe, sarı, mor ve mavi renklerde bulunabilmektedir. Dünyada pek çok bölgede yetişen lotus, durgun sularda yaşayan, farklı tür ve çeşitlere sahiptir. Dayanıklı yapısı ile lotus, özellikle göl kenarlarında, sığ sularda ve bataklıklarda yaşamaktadır. Suyun yüzeyini kaplayan geniş yaprakların arasından, çiçekleri açtığında su ile teması olmadan, ince saplardan yükseliş gösterir.



Görsel 1-2: **Lotus Çiçeği, Shangyu, Çin (Lale Dilbaş Kişisel Arşivi, Ağustos 2016).**

Köklerinin bir göletin veya nehir tabanının bulanık toprağına gömülü olan lotus, saplarının su yüzeyinin üzerine çıkarak güneşte parlak çiçekler açar. Gün doğumunda çiçeklenmeye başlayan tabak benzeri tohum kapsülü, çok katmanlı lotus yapraklarıyla çevrilidir. Gün boyunca çiçekler güneşe doğru dönük bir halde gökyüzünde hareket ederken, gün batımından sonra lotus yaprakları merkezdeki tohum kabuğunun etrafında sıkı bir tomurcuk halinde kapanır. Çiçeklerin sıcaklıklarını kontrol etme konusunda olağandışı bir yeteneği vardır; arılar ve diğer tozlaştırıcılar için sıcak bir ortam yaratırlar (Carter, 2011:158).

Lotus çiçeğinin en önemli özelliği, köklerinin çamurla temas etmesine rağmen, estetik açıdan kusursuz ve temiz olarak büyüme göstermesidir. Yapraklarının temiz oluşu nedeni ile lotus efekti olarak bilinen çalışmaların ilham merkezinde olan bir çiçektir. Lotus yapraklarının kendi kendini temizleyebilme özelliği sayesinde, yaprağın nano yapısının bilinmesi ile birlikte dış mekân kaplamalarında, otomobillerde ve tekstil sektörü gibi birçok alanda kullanıldığına dair çalışmalar mevcuttur. Lotus, üzerine gelen tozları, yapraklarını salarak, belli noktalara doğru iterek kendinden uzaklaştırır. Yaprağın üzerine düşen yağmur damlaları da bu noktalara doğru yönlendirilir ve buradaki tozların süpürülmesi sağlanır (Li, 2011: 109). Bu yapısından dolayı mitolojide lotus, temizliğin ve saflığın sembolü olarak görülmektedir. Lotus çiçeğinin renklerine göre de anlamları değişmektedir. Beyaz lotus çiçeği saflığı, kırmızı lotus aşkı, mavi lotus bilge olmayı temsil ederken, pembe lotus, yeniden doğuş ve aydınlanmayı temsil etmektedir (URL 4).

2.1. Budizm ve Hinduizm'de Lotus Sembolünün Önemi

Lotus'un önemi Budizm'den gelir ve Budizm'deki en önemli sembollerden biri olarak görülmektedir. Lotusun Buda'nın doğum gününde çiçek açtığı ve o güne özel "Lotus Günü" olarak kutlandığı bilinmektedir. Eski Hindistan ve Çin'de Buda'nın Lotus çiçeğinin kalbinden doğduğuna inanılmaktadır. Çamurun içinde saf ve lekesiz olarak büyüyen lotus, Budizm'de kötülüklerden kirlenmeyen kişi olarak temsil bulmaktadır (URL 5). Lotus çiçeği yine Budizm'de yaprak ve tomurcukla tam bir birleşme olarak cinselliğe gönderme yapmaktadır. Ortak kalp ve uyum arzusu anlamında da kullanılan lotus, çiçeği dışında sapının da erkek cinsel organını simgelemekte olduğu bilinmektedir. Farklı öğeler ile bir arada kullanılması ile de farklı anlamlar da yüklenmiştir. Örneğin bir kadını temsilen lotus, bir erkeği temsilen de balık figürü, "aşk" anlamında buluşmaktadır (URL 6).

Budist kutsal metin külliyatı içerisindeki en önemli kitaplarından biri olarak kabul edilen Lotus Sutra, Sanskritçe ***"Saddharmapundarikasutra",*** *Çince* ***"Miaofalianhuajing"*** Japonca ise ***"Hokekyo"*** olarak adlandırılmaktadır. Lotus Sutra'nın köken ismi Sanskritçe Sad-Dharma-Pundarika-Sutra'dır. "Sad", kelime anlamı itibariyle "doğruluk" ve/veya "hakikat" demektir. "Dharme" ise Budizm'in "temel hakikatleri/esas öğretileri" ya da bir başka değişle "gerçek kanunları", "hakiki yasaları" veya "doğru yol öğretilerinin" genel adıdır. Pundarika, "nilüfer çiçeği", Sutra ise "vecizeler, özlü sözler" anlamına gelmektedir. Bu çerçevede Saddharmapundarikasutra'yı "Gerçek Yasanın Lotus Çiçeği Sutrası" olarak çevirmek mümkündür. "Lotus Sutra Mahayana" Budizmi'nin en önemli pratiklerinden olduğu varsayılan "Bodhisatva"[3] uygulamalarıyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Nitekim bu dünyadaki hiçbir şey onları kirletemez, çünkü onlar lotus çiçeğine benzetilmektedir. Buda olma yolunda ilerleyen kişiyi temsil eden Bodhisatva aydınlanma ve gerçeğe ulaşmanın bir yoludur. Burada çamurlu suyun bile kirletemeyeceğinden kasıt; lotus çiçeğinin kirli/çamurlu sularda açtıkları halde; bu çamurlu sulardan etkilenmediklerine olan vurguyu ön plana çıkarmaktır. Aslında temel amaç, her türlü kötülüğün yaşandığı ve her yapılan şeyin ıstıraba neden olduğu bu dünyada, bodisatvaların temiz ve günahsız kalabildiklerine dikkat çekmektir (Karataş, 2016: 601-624).

Lotus, Hinduizm dininde de kutsal anlamlar taşıyan tanrısal bir semboldür. "Çamurdan doğan" (pankaja), Hint nilüferi için Sanskritçe bir şiir terimidir. Şiirsel bir imge ve görsel ikon olarak lotus sembolü, kökleri çamurda olan, ayrışmış maddeyle beslenen, akışkan ve değişen bir ortamda yukarıya doğru büyüyen, tüm yaşamın ışıltılı bir şekilde uzaya ve ışığa açıldığının farkına varılmasını çağrıştırmaktadır. Çamur ve akışkanlık, aklın doğası da dahil olmak üzere doğanın kaba, daha ağır niteliklerini sembolize eder. Güzel bir şekilde çok yapraklı olan çiçek, merkezde altın rengi, ruhun ışıltısı ile daha incelikli, daha berrak niteliklerin dizisini sembolize etmektedir (Carter, 2011:158).

"Beş Bilgelik Buda"sı olarak bilinen Hindu ve Budist kutsal imgelerinde yer alan "Akshobya" lotus tahtında oturarak, aydınlanmaya dair resmedilmektedir. Samsarik[4] dünyanın, doğup ölen her şeyin onu rahatsız etmediğine şahitlik etmek için yere dokunmaktadır. Bağdaş kurarak oturan Buda, bir lotusun çamur dipli bir suda yaşaması gibi, onun da bir imgesi olduğu Nirvana, samsara'dan, samsara da Nirvana'dan ayrı değildir. Sanskritçe mantra[5] "om mâni padme hum "lotusun içindeki mücevher" olarak çevrilmektedir (Carter, 2011:158) "Om" bilinen ve kullanılan en eski ifadedir ve meditasyon yaparken söylenmektedir. "Hum" evrenin yok olmasıyla ilgili bir hecedir. "Mâni" taş ya da mücevher anlamına gelmektedir. Tibet Budizm'inde erkekler için cinsel bir sembol olarak da anlaşılmaktadır. "Padme" ise dişilerin saflığını ifade eden lotus çiçeği anlamına gelmektedir. Bu hecelerin birlikte okunmasıyla oluşan "Om Mâni Padme Hum" acılardan kurtulmaya, ruhun rahatlamasına yarayan bir mantradır.

[3] "Bodhisatva", "uyanmış gerçek", aydınlanma varlığı veya amacı uyanmak olan anlamlarına gelen Sankritçe bir kelimedir. En genel anlamı ile Buda olma yolundaki kişiyi ifade etmektedir (Kara, 2023).
[4] Reenkarnasyon ya da yeniden doğum döngüsünü anlatan bir kavram olarak bilinmekte olan samsara, dünyayı temsil etmektedir.
[5] Bir sesi, kelimeyi ya da ifadeyi arka arkaya tekrarlamak anlamına gelen antik bir öğreti (URL 8).



Görsel 3: Akshobhya Buda, 19. yüzyıl, Tibet gümüş bakır yaldızlı bronz heykel (URL 7).

2.2. Farklı Kültürlerde Lotus Sembolü ve Sanata Yansımaları

Çiçekler, uyumlu şekilleri, içerdikleri renk skalası ve eşsiz kokuları nedeniyle insanlar için vazgeçilmez bir doğa ürünüdürler. Medeniyetler ve kültürler içinde çiçeklere atfedilen anlam kültürler boyunca devralınmış, simgesel bir imgeye dönüşmüştür.

Eski Mısır'da, lotus kutsal bir çiçek olarak kabul edilirdi. Dini törenlerde ve süsleme ögesi olarak sütun başlıklarından duvar resimlerine kadar hemen her yerde kullanılırdı. II. Ramses'in mezarında çok sayıda kurutulmuş, mavi lotus çiçeği bulunmuştur. Ayrıca mezar duvarları da bu çiçeğin motifleriyle süslüdür (URL 9). Mısır efsanelerinde, yaşam ruhunun simgesi olarak ilkel denizin karanlık sularından çıkan bir lotus, parlak ve hoş kokulu, bazen ilahi bir çocuk olarak, Güneş Tanrısı Ra'yı sembolize etmektedir. Nil vadisindeki güzel mavi lotus biçiminde, yaşamın doğduğu rahim olan tanrıça için kutsaldır (Quirke,1992: 26).

Lotus sembolizmi, Mısır Firavun Dönemi'nde dini ifadenin ayırt edici özelliği olarak kullanılmıştır. Hristiyanlık öncesi çoğu tapınak kompleksinde ve mezarlık odalarında lotus bezemesi görülmektedir. Lotus çiçeğine Mısır'ın en eski yazılı kayıtlarından bazılarında doğrudan gönderme yapılmaktadır. Saqqara'daki Eski Krallık Hanedanı olan Kral Unas'ın (yaklaşık M.Ö. 2375-2345) erken dönem mezar odalarında lotus çiçeği sembolü görülmektedir. Bu hiyeroglif kayıtların İngilizce çevirileriyle birlikte "Eski Mısır Piramidi Metinleri"nde bir derlemesi vardır (McDonald, 2018). Ebedi yaşamı sembolize etmek için lotus çiçeği imgesinin kullanılması, firavun dönemi Mısır'ında standart bir uygulama olarak görülmüştür.

Eski Mısır'da "hayat veren" Nil Nehri'nden çıkan lotus, geceyi yaran Güneş'in simgesiydi ve Güneş tanrısını taşıdığına inanılırdı. M.Ö. 2000 ve 2400'lerden kalma, öbür dünyada ölüleri koruduğuna inanılan büyülü sözcük ve işaretlerin yer aldığı metinlerin M.Ö. 16.yy'da yapıldığı sanılan derlemesi "Ölüler Kitabı"nda Güneş Tanrısı Ra, lotus'tan çıkmış altın bir genç olarak tanımlanmıştır. Simgesel anlamı bu denli güçlü olan lotus, Mısır sanatında bezeme örgesi olarak yaygın kullanılmıştır. İsis kültünde temizlik ve saflığı simgeleyen Mısır lotus'u (Nymphaeaceae familyasından Nymphaea lotus) beyaz renklidir. Bezemede yaygın olan Nymphaea caerulea ise mavi renkli bir çiçektir. Pek çok mezar resminde ölü, mavi lotus çiçeğini koklarken betimlenmiştir. Bu yeniden doğuş isteğinin simgesel bir anlatımıdır. Yüzey bezemesinin yanı sıra stilize lotus biçimindeki "lotiform" sütun başlığı, Mısır mimarlığında önemli bir yer tutmaktadır (Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü, 2, s:1127). Mimari açıdan friz ve rölyef olarak yapılarda lotus çiçeğinin örnekleri birçok kültürde özellikle M.Ö. İlk Çağ Mısır kültüründe süsleme objesi olarak kullanılmıştır (Özçalık, 2017: 23).

Mimari de dekorasyon biçiminde sıklıkla karşılaşılan bir motif olarak lotus, palmet öğeleri ile birlikte kullanılmıştır. Mimari yapılarda "Anthemion" olarak bilinen bu motif, Antik

Yunan'da popüler bir bezeme öğesi olarak taş sütunlarda örnekler oluşturmuştur. Antik Yunan'da başlayan daha sonra da Roma mimarlığında lotus ve palmet örgelerinin ya da iki ayrı palmet örgesinin birbirini izlemesinden oluşan bezeme bandı olan "Anthemion" genellikle kyma recta (kyma) denilen "silme" üstünde yer almıştır. 18. ve 19. yüzyılda mobilya bezemesinin yanı sıra tabak vb. kullanım eşyasının bezenmesinde de yeniden kullanılan Anthemion, özellikle 18. yüzyıl sonlarında oval arkalığına işlendiği koltuk tipine adını vermiştir (Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü 1 1997:112).

Yunanların lotusu Güney Avrupa'ya özgü Rhamnaceae familyasındandır. Antik Çağ'da yoksulların bu bitkiden yiyecek ve şarap yaptıkları bilinmektedir. Yunan Sanatında Anthemion olarak adlandırılan lotus-palmet dizisi mimaride bezeme ve vazo resminde sıklıkla kullanılmıştır. Ayrıca lotus biçiminden etkilenen Asur kutsal ağacının ve fenike stel başlıklarının, İon sütun başlığının kökeni olduğu öne sürülmektedir. Etrüsk sanatında Tomba Campana'da ki (Campana Mezarı) bezemelerde rastlandığı gibi Mısır etkisi ile de lotus kullanılmıştır. Roma sanatındaysa hem Yunan hem de Etrüsk geleneği sürdürülerek lotus örgesi yaygınlığını korumuştur (Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü 2:1127).

Ön-Asya Sanatı ve Antik devirden beri bütün sanat çevrelerinde görülen palmet-lotus frizine İslam sanatında da rastlanır. Anadolu'da İran'ın stuko tezyinatına dayanan örnekler incelendiğinde, Divriği Ulu Caminde, lotusa rastlanmıştır. Bazen lotus ve palmetin ayırt edilmesini zorlaştıracak uygulamalar mevcuttur. Selçuklu Dönemi, Hunat Hatun Türbesi'nin pencerelerinin birisinde lotus- palmet frizi bulunmuştur. Lotuslar da çeşitlilik gösterirken, yine Selçuklu döneminde, Burdur İncir Han'da rozette yalın bir lotus, Kayseri Hacı Kılıç Medresesi portal kemer frizinde çift kollu şamdan gibi kolları kalkık lotus bezemesi görülmektedir. Sonuç olarak lotus-palmet formu mimaride Selçuklular 'da da devam etmiştir. Ayrıca lotusun Anadolu mimarisinde dikey karakterde kullanıldığı görülmektedir. Selçuklu Dönemi eseri olan Erzurum Çifte Minareli Medresesinin sütun başlığında palmetle birlikte lotus görülmektedir (Ögel, 1966: 78).

Selçuklu Dönemi'nin en simgesel ve yaygın bitkisel motifi lotustur. Divriği'de yaygın örneklerde bu motif izlenmektedir. İslam sanatının, nesnenin var olmasına fazla ağırlık vermeden, tümü ile soyut kavramsal bir bütünlüğü vurgulamakta olduğunu gösteren çok sayıda stilize çalışma söz konusudur (Kuban, 1999:176).

Osmanlı'da çiçekler sevilmenin ötesinde, stilize edilerek birçok sanatsal alana yansımıştır. Her çiçeğin taşıdığı anlamlar özelinde bezemeler gerçekleşmiştir. Ayrıca Osmanlı sanatında tasvir yasağının olmasının etkisi ile bitkisel ve geometrik motifler stilize edilmiş, birçok sanatsal alanda kullanılmıştır. Osmanlı'da su üzerinde yüzen lotus çiçeği, seccadelerini suyun üzerine seren dervişlerin simgesi olarak görülmektedir (Ekinci, 2021). Lotus, Osmanlı'da tekstil, cam, seramik, ahşap, vs gibi ürünlerin süslenmesinde kullanılmıştır. Padişah kaftanları, çini gibi birçok işlevsel-sanatsal formda lotus çiçeğinin farklı stilizasyonları görülmektedir. Kütahya ve İznik Çini'lerinde, lotus bezemeli üretimler yapılmıştır. Çin süsleme geleneğini gösteren Çin Yuan ve Ming Dönemi mavi-beyaz seramiklerinde yer alan lotus kompozisyonları, Osmanlı çini sanatının kaynağını da oluşturmaktadır (Ölçer, 2018: 281).

2.3. Çin Kültüründe Lotus Sembolü

Asya kültüründe eski ve çok değerli bir sembol olan lotus, Çin halkının gözünde dürüstlüğün, iyiliğin, güzelliğin ve saflığın simgesidir. Lotus, dünyada keşfedilen en eski ve

buzul çağından önce yeryüzünde hayatta kalmayı başaran bitkilerden biridir. Tarihi kayıtlara göre lotus yetiştiriciliğinin tarihi çok uzun olup, 3000 yıl öncesine kadar izlenebilmektedir. Lotus aynı zamanda çok büyük bir ekonomik değere sahiptir. Tohumları, kökü ve yaprağı gıda, tıbbi malzeme vb. için kullanılmaktadır. Lotus yaprağı ayrıca yaz aylarında yelek, süs tacı, çanta ve yiyecek ambalajı yapımında da kullanılmaktadır. Güneyde Hainan Adası'ndan, kuzeyde Heilongjiang'a, doğuda Tayvan'a ve batıda Sincan'dan Tianshan Dağları'nın kuzeyine kadar lotus, Çin'de yaygın olarak yetiştirilmektedir. "Kültür" perspektifinden çiçek ve bitkileri, incelemek ve araştırmak Çin, Japonya vb. ülkelerde çok popülerdir. Watanabe Dami lotus kültürüne önem verdiği "The Charm of Hualian" adlı kitabında lotusun tarihini aktarmaktadır. Bu kitapta lotusun, kültür, edebiyat, sanat, din ve felsefe ile olan örüntüsünü aktarmaktadır. Kuzey Song Hanedanı yazarlarından Zhou Dunyi, "Lotus'un Şarkısı"nda lotusa övgülerde bulunmuştur. "Çamurdan çıkan temizliğini ve saflığını koruyor, çapkın olmadan zarif bir şekilde poz veriyor" ifadesini kullanmıştır (Shi, 2015:1).

3. YİXİNG SERAMİKLERİ ve LOTUS

Çin'de üç ana seramik merkezi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, porselenin merkezi Jingdezhen, çömlekçilik merkezleri olarak da Kanton ve Yixing bölgeleridir. Yixing, tanrı heykelcikleri, biblolar, vazolar, bonsai kapları, çiçek saksıları, sırlı karolar, su küpleri, temizlik, saklama ve pişirme kapları, çaydanlıklar gibi geniş bir üretim çeşitliliğine sahiptir.

Başkent Şangay'ın 120 km kuzeybatısında bulunan Yixing'de Neolitik Çağ'dan bu yana çömlekçilik yapılmaktadır. Yixing'in Ding Shu Kasabasının dağlarında, nadir bulunan mor renkte pişen kil kullanılmaktadır. Neolitik Çağ'dan beri bilinip üretim yapılmakta olan bu merkez ve bu kil, seramik dünyasını etkilemiş, her döneme esin kaynağı olmuştur.

Yixing seramiklerinde kullanılan kil Çince 'de "zisha" olarak adlandırılmaktadır. İri taneli, kuvars ve mika içeren kaolinitlerden oluşmaktadır. İçeriğindeki demir oksit oranı çok yüksek olan bu kil, pişme renklerine göre üç farklı çeşit olarak sınıflandırılmaktadır. Zishani (mor kil) olarak bilinen ilk çamur, mor- kırmızı ve mor renktedir. Küçük taneli, pişme rengi mor-siyah ve mor-kahverengidir. Hongni (kırmızı kil), kızıl kahve rengindedir. Pişirildikten sonra gri-siyah renge dönüşür. Üçüncü olarak kil Luni veya Benshanlu (yeşil kil), gri-beyaz veya gri-yeşil renktedir. Pişme rengi açık gri veya gri-sarıdır. Killeri karıştırarak farklı tonlamalar yakalamak mümkündür.

Mükemmel bir plastikliğe sahip olan zisha kili, şekillendirme esnasında aletlere ve ele yapışmayarak, parçaları birbirine eklemekte zorluklar çıkarmaz. Toplam küçülmesi %10 civarındadır (Pan, 2004: 41).

Zisha kili ilk olarak Song Hanedanlığı'nda (960-1279) kullanıldığı bilinmektedir. Ming Hanedanlığı'nda (1368-1644) gelişmeye başlamıştır. İmparator Wanli'nin (1572-1620) Ming Hanedanlığı'nda saltanatı süresince Shi Dabing gibi birçok zisha ustası ortaya çıkmıştır. (1796-1820) Qing Hanedanlığı (1644-1911) Dönemi'nde Usta Chen Mingyuan'ın etkisiyle zarif ve klasik hale getirilmiş zisha üretimlerinin imparatorlar tarafından kullanılması teşvik edilmiştir. "Taiping İsyanı"[6] (1850-1864) nedeniyle Yixing seramikleri, İmparator Xianfeng (1851-1861) ve İmparator Guangxu (1871-1908) hükümdarlıklarında gerileme göstermiştir. Yixing

[6] Taiping Ayaklanması, 19. yüzyılda Çin'i sarsan siyasi ve dinsel nitelikli ayaklanma. Ülkenin büyük bölümünde geniş çaplı yıkıma ve yaklaşık 20 milyon kişinin ölümüne yol açmış, Qing hanedanının yıkılış sürecini başlatmıştır (URL 10).

seramiklerinin endüstrisinin gelişimi Qing Hanedanlığı'nın sonunda yeniden canlanmaya başlamıştır (Wu, 2015:15).

Ming Hanedanlığı'nın Kang Xi saltanatından, Oing Hanedanlığı'na kadar elle şekillendirme yöntemi yaygındır. Kalıba sıvama yönteminin de zaman içinde kullanıldığı Yixing seramiklerinde, günümüzde üretimler istisnasız elle biçimlendirilir. Elle şekillendirilen Yixing seramiklerinde plaka açma, turnette biçimlendirme ve ekleme unsurlarının yapıştırılması ile karma teknikleri içermektedir. Ev tipi atölyelerde üretimin tercih edilmesi, bölge halkının neredeyse tamamının seramik üretimi içerisinde yer alması gibi nedenler, Yixing'i birçok merkezden özel kılmaktadır. Şekillendirilen ürünler, dekorlandıktan sonra açık alanda kurutularak daha sonra saggar kutularına yerleştirilerek fırınlanır. Geleneksel pişirimde ejder fırınları kullanılsa da günümüzde sadece fırınlama işlemi yapan merkezler bulunmaktadır.

Yixing seramiklerinde çaydanlık formları stil ve tasarıma açısından üç grupta toplanmaktadır. Genellikle çaydanlıklarda bu üslup açık ve net görülmektedir. Sadelik anlayışı ile minimalist çizgiler içeren ve dengeli bir gövde oluşturan tasarımlar mevcuttur. Minimalist yaklaşımla çalışan sanatçılar arasında; Ming Hanedanlığı'ndan Shi Dabing, Qing Hanedanlığı'ndan Shao Dahen ve Huang Yuling ve çağdaş toplumda Gu Jingzhou yer almaktadır. Doğanın güzelliğini heykel ve farklı kil kombinasyonlarıyla sunan ikinci tasarım anlayışında, meyve, hayvan, çiçek vb. unsurlarla süslenmiş çaydanlık formlar yer almaktadır. Temsili şekilde dekore edilmiş zisha çaydanlık ustaları olarak Gong Chun (Görsel 4), Chen Mingyuan, Zhu Kexin, Pei Shiming, Wu Yungen ve Jiang Rong, Yixing seramiklerinin kültürünün çeşitliliğine katkıda bulunan sanatçılar arasındadır. Üçüncü versiyon ise gövdesi birçok eşit parçaya bölünmüş şeklindeki çaydanlıktır. Bu tür çaydanlıklar, net ve düzgün hatlarının yanında, kapak ile gövde arasında mükemmel bir bağlantı gerektirir ve bu nedenle yüksek bir sanat ve teknik anlayışa sahiptir (Pan, 1991). Bu üç stilin tümü Yixing çaydanlıklarının geleneksel stillerine katkıda bulunmaktadır.



Görsel 4: Gong Chun, Yixing Seramik Müzesi (Fidan Tonza Helvacıkara Arşivi, 2018).

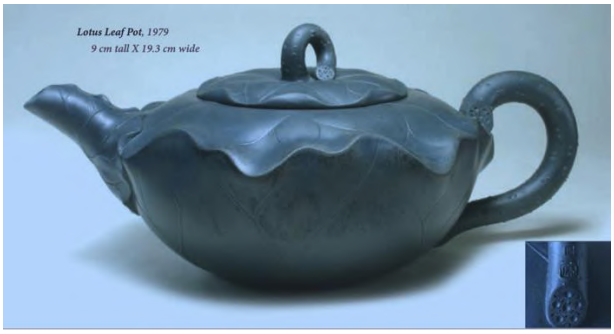
Çin kültür ve inancında önemli bir yere sahip olan, natüralist Yixing seramiklerinde öne çıkan en önemli sembol lotustur. Gerek form gerekse motif olarak kullanımı açısından lotus, tasarım ve uygulamalar ile Yixing seramiklerinde göze çarpmaktadır. Çaydanlıkları ile daha çok bilinen Yixing seramiklerinde lotus, süsleme unsuru olarak tercih edilen bir çiçektir. Lotus

formlu çaydanlıklarda kimi zaman hayvan figürleri ile birlikte eklentiler söz konusudur. Sanatçı Jiang Rong (Görsel 5-13) tarafından yapılan, lotustan esinlenilen çaydanlıklarda her detay, elle şekillendirilerek özenle yapılmıştır.





Görsel 5: Jiang Rong, 1955, kurbağa ve lotus, Yixing çaydanlık (Yijia, 2020:17).
Görsel 6: Jiang Rong, 1955, kurbağa ve lotus, Yixing çaydanlık kapak detayı (Yijia, 2020:17).





Görsel 7: Jiang Rong, 1979, lotus Yixing çaydanlık (Yijia, 2020:21).
Görsel 8: Jiang Rong, Lotus Yixing çaydanlık (Yijia, 2020:19).





Görsel 9: Jiang Rong, 1995, ayışığında lotus Yixing çaydanlık, (Yijia, 2020:25).
Görsel 10: Jiang Rong, 1950, kurbağa ve lotus Yixing çaydanlık, Nanjing Müzesi Koleksiyonu, Jiangsu, Çin (Hong Kong Müzesi Kataloğu, 2014).



Görsel 11: Jiang Rong,1996, lotus çiçeği ve kurbağa, Yixing çaydanlık ve çay kaseleri (Yijia, 2020:25).





Görsel 12: Jiang Rong, 1986, kurbağa ve lotus yaprağı, Yixing çaydanlık (Yijia, 2020:23).
Görsel 13: Jiang Rong, 1989, ayışığında lotus ve kurbağa, Yixing çaydanlık (Yijia, 2020:24).

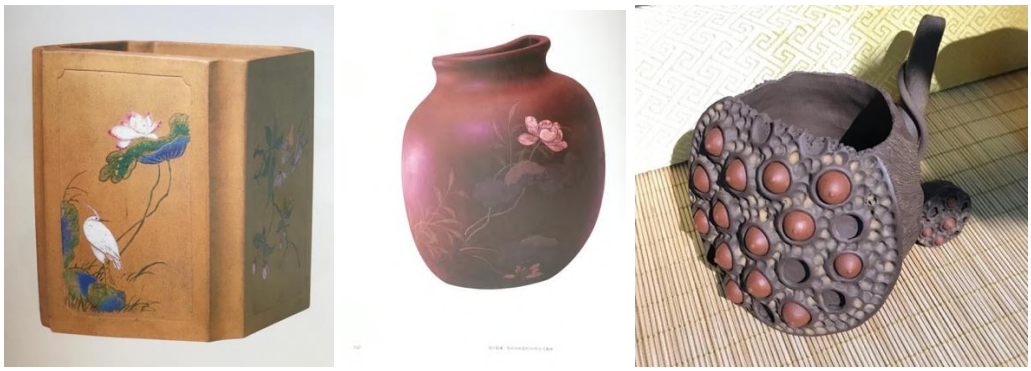
Suzhou Müzesi, Çin'in Jiangsu eyaletindeki Suzhou kentinde bulunan antik Çin sanatı, tablolar, kaligrafi ve el sanatlarının sergilendiği bir müzedir. Bu müze koleksiyonunda da Yixing lotus formlu ve bezemeli çaydanlıklar dikkat çekmektedir (Görsel 14).

Yixing'de seramiklerinde uygulanan eklemeli (Görsel 14) ve kazıma dekorları (Görsel 15), boyama tekniği (Görsel 16-17) ile yapılan dekorlar ve oyma (ajur) dekorları gibi uygulamalar ile de biçimsel farklılıklar elde edilmektedir. Lotus tohumlu görünümler (Görsel 18) için bu dekor tekniklerinin bir arada kullanıldığı görülmektedir.





Görsel 14: Yixing çaydanlık, gümüş kulplu, Qing Dynasty (1644-1911), Suzhou Müzesi, Jiangsu, Çin (Fidan Tonza Helvacıkara Arşivi, 18 Nisan 2018).
Görsel 15: Lotus formlu Yixing çaydanlık, önden ve üstten görünüm (Lale Dilbaş Koleksiyonu).



Görsel 16: Lotus motifli vazo, Yixing seramik (Jianhua, 2007:169).
Görsel 17: Lotus motifli vazo, Yixing seramik (Jianhua, 2007:232).
Görsel 18: Lotus formlu kap, Dinshuzen, Jiangsu, Çin (Fidan Tonza Helvacıkara Kişisel Arşivi, 18 Nisan 2018).

Yixing çaydanlıkları farklı form ve biçimlere sahiptir. Emzik, kulp, kapak gibi detayları da bu doğrultuda farklılaşmaktadır. Yixing çaydanlıklarının biçim, detay ve dekorlarında kullanılan şeftali formu uzun ömrü, mantar bereketi, lotus yaprağı saflığı ve temizliği, ejderha gücü simgelemektedir. Ağaç kavunu uzun ömrü simgelemekte ve şans sembolü olarak da görülmektedir. Kırmızı rengin ise kötü ruhları kovduğuna inanılmaktadır. Sayılar da sembolik dil için önemlidir. 8 rakamı zenginlik, 9 uzun yaşam, 4 ise ölümü simgeleyen sayılardır (Karagül, 2012: 333-342).

Çin'den ve tüm dünyadan gelen talebin artmasıyla birlikte Yixing seramik üretimi aktif bir sektör haline gelmiştir. Gelenekselden çağdaş formlara kadar geniş bir çerçevede üretim olan bu bölgede, sanatçıların sayısı günden güne artış göstermektedir. Sadece tarz ve estetik dışında, işlevsel formlar ile de büyük beğeni toplayan Yixing seramikleri, kültürel, ekonomik, turistik ve sanatsal değeri nedeniyle yerel kültürünün vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu yerel kültürün sahip olduğu farkındalık ve bilinç ile de bugün dünyada tanınır bir hale gelmiştir.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Doğaya ait olanı sembolleştirerek ona farklı anlamlar yüklenmesi birçok kültür, inanç ve sanat alanında yaygın bir kullanımdır. Bitkisel motifler bu alanlarda sembolik anlam çeşitliliğine sahipliği ile bilinmektedir. Antik Dönem'den itibaren kutsal anlamlar yüklenen bazı bitkiler arasında lotus çiçeği, bilinen ve sembolik anlamları ile farklı inanç ve kültür odağında zengin bir literatüre sahiptir. Özellikle Hinduizm ve Budizm inançlarının merkezinde lotus çiçeği, kutsallık başlığı altında önemli bir çiçek konumundadır. Birçok dinsel hikâyede kutsal figürler, lotus çiçeği ile ilişkili bir şekilde tasvir edilmişlerdir. Görsel sanatlara yansıyan bu hikayelerde de lotus çiçeği betimlemeleri dikkat çekmektedir. Lotusun fiziksel görünümünün ötesinde, yaşadığı habitat ile de ilgili özdeşleştirilen semboller, mesajların farklı bir aktarım kanalını göstermektedir. Çamurlu sularda yaşamasına rağmen güzel ve temiz kalan lotus, inançların oluşturduğu koruma çemberi içerisinde "kirlenmeyen insanın" temsiliyetine geçebilmektedir. Bununla birlikte, simgesel olarak zorlu koşullardan sıyrılmayı, zorluklarda dahi onurlu ve dürüst kalabilmeyi temsil etmektedir.

Kültür ve inanç odağında lotus sembolü özellikle Budizm ve Hinduizm dinlerinde, Yunan, Mısır, Selçuklu, Osmanlı ve Çin gibi birçok medeniyette ortak bir sembol olarak kullanılmış,

sanatsal eserlere yansımıştır. Özellikle sanatsal olarak sembolik dilin kullanılması yaşanan coğrafya, kültür, sosyal yapı ve inanç ile doğrudan ilişkilidir. Sanatın her alanında benzer olan bu ortak yaklaşımın kökleri çok eskilere dayanmaktadır.

Yixing seramikleri, sadece Çin'de değil tüm dünyada teknik, üslup ve sanatsal olarak öncü bir yere sahiptir. Tamamı elle şekillendirme ile üretilen Yixing seramiklerinde, farklı form ve dekoratif öğe ile karşılaşılmaktadır. Günlük kullanım eşyalarının yanında özellikle çaydanlık üretimleri ile tanınan bir bölgeye dönüşmüştür. Tasarımlar arasında dünya çapında bilinmekte ve dikkat çekmekte olan bu bölgede özellikle çaydanlık formları, çay kültürü içerisinde önemli bir yere sahiptir. Yixing'te sadece çaydanlık üreten sanatçılar olduğu gibi, çay kültürü odaklı seramik sunum tepsileri ve diğer kullanım objeleri de sıklıkla görülmektedir. Genellikle çaydanlık formu ile bilinen ve öne çıkan Yixing seramiklerinde farklı kullanım objeleri ile de karşılaşılmaktadır. Seramik heykel, saksı ve vazo gibi diğer gündelik eşya üretimi de söz konusudur. Yixing üretimlerini özel ve eşsiz kılan, elle üretim teknikleri açısından yetkinliğe sahip olmalarıdır. Biçimlendirme becerilerine duyulan hayranlığın yanında, dekor ve form özelliğine sembollerin stilize olacak bir şekilde aktarılması da ayrıca Yixing seramiklerini önemli kılmaktadır.

Sonuç olarak, Yixing seramiklerinde bilinen en önemli stilizasyon olarak lotus çiçeği ile karşılaşılmaktadır. Lotusun çiçeğinin açık, kapalı halleri, yaprakları ve tohumları ile oluşturulan kompozisyonlar ile birlikte kurbağa ve kelebek gibi hayvan betimlemeleri görülmektedir. Yerel sanatsal üretimlere sahip olan bölgelerde sembolik dile sıklıkla rastlanılmaktadır. Yixing bu anlamda gerek yerel üretimleri gerek geleneksel ve çağdaş uygulamaları ile ayrıcalıklı bir örnek oluştururken, lotus sembolünün yaygın kullanıldığı seramikler olarak ayrıca önem kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

[1] Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü (1997). *Lotus*, [Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi II]. İstanbul: YEM Yayınları.

[2] Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü (1997). *Anthemion*, [Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi I]. İstanbul: YEM Yayınları.

[3] Ekinci, E. B. (2021). Language of flowers in Islam and Ottomans, https://www.dailysabah.com/opinion/columns/language-of-flowers-in-islam-and-ottomans (Erişim Tarihi: 10.10.2023).

[4] Carter, L. (2011). Ronnberg, Ami & Martin, Kathleen (eds.). *The Book of Symbols: Reflections on Archetypal Images.* Cologne, Germany: Taschen.

[5] Hong Kong Müzesi Kataloğu, Printed by the Government Logistics Departments, 2014.

[6] Jianhua, W., *Yixing Zisha Wares*, (ISBN): 9787800476488, SBN： 9787800476488, 紫禁城出版社 出版时间, Çin, 2007.

[7] Kara, A. (2023). https://www.dinvemitoloji.com/2021/01/budizm-ve-bodhisattva.html (Erişim Tarihi: 03.11.2023).

[8] Karagül, M. F., *Richard Notkin ve Yixing Demlikleri*, 6. Uluslararası Eskişehir Pişmiş Toprak Sempozyumu, Eskişehir, 333 – 342, 2012.

[9] Karataş, H. (2016). *Budist Kutsal Metin Külliyatında Lotus (Saddharmapundarika) Sutra* (Prof. Dr. Ahmet Hikmet Eroğlu, Ed.) Dinler Tarihi Araştırmaları Armağan Serisi: 1, Türkiye'de Dinler Tarihi'nin Kurumsallaşması Sürecinde Prof. Dr. Abdurrahman Küçük, s.601-624, Berikan Yayınevi, Ankara, **ISBN:** 978-605-9661-63-8.

[10] Kuban, D., *Divriği Mucizesi*, YKY, İstanbul, 1999.

[11] Li Chunji *Hehua zai Yuanlin Sheji Zhong de Yingyong*, Zhongguo Yuanyi Wenzhai, Zhongguo, 2011.

[12] McDonald, A. J. Influences of Egyptian Lotus Symbolism and Ritualistic Practices on Sacral Tree Worship in the Fertile Crescent from 1500 BCE to 200 CE, 9(9):256, 2018. DOI:10.3390/rel9090256

[13] Ögel, S., *Anadolu Selçukluları'nın Taş Tezyinatı,* T.T.K., Ankara, 1966.

[14] Ölçer, S., 15 ve 16. Yüzyıl Mavi-Beyaz Seramikleri: Osmanlı, Safevi ve Çin Hanedanlığı Örneklerinin Üslup Bağlamında Karşılaştırılması, Sanat Tarihi Dergisi**,** DOI: 10.29135/std.391638, XXVII / 1, Nisan | *April* 2018, 265-301, 2018.

[15] Özçalık, M., Lotus Çiçeğinin Farklı Kültürlerdeki Önemi ve Peyzaj Tasarımında Kullanımının İrdelenmesi, Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi,10, 2017

[16] Pan, C., *Simple and Delicate Zisha Pottery* In Zisha Spring and Autumn, edited by Shi, Juntang & Sheng, Pansong, 65-81. Shanghai: Wenhui Press, 1991.

[17] Quirke, S., *Ancient Egyptian Religion*. Brıtısh Museum Press, ISBN-13 : 978-0714109664, London, 1992.

[18] Shi, H., *On the Characteristics and the Development Significance of Hangzhou Lotus Culture*, Web of Conferences 14, DOI: 10.1051/shsconf/20151402002, 2015.

[19] Söğüt Z., *Su Bitkileri ve Peyzaj Mimarlığında Kullanımı,* Adana, 1996.

[20] Wu, F. *Yixing Zisha Pottery*: *Place, Cultural Identity, and the Impacts of Modernity*, Master's Thesis, University of Alberta, Canada, 2015.

[21] Yijia, H. (2020). Tea&Tao Magazine, http://archive.globalteahut.org/docs/issues/2020-04.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2013).

İnternet Kaynakları

[22] URL 1: https://www.cised.org.tr/icerik/155/firavun-viagrasi-mavi-lotus-cicegi

(Erişim Tarihi: 20.10.2023).

[23] URL 2: https://www.seslisozluk.net/budizm-de-ruhun-ulaştığı-en-yüksek-mertebeye-verilen-ad-nedir-ne-demek/

(Erişim Tarihi: 15.10.2023).

[24] URL 3: https://floryalifidanligi.com/urun/nelumbo-nucifera/

(Erişim Tarihi:07.10.2023).

[25] URL 4: https://www.heryerbitki.com/blog/lotus-ciceginin-anlami-ve-bakimi/

(Erişim Tarihi: 17.09.2023).

[26] URL 5: https://www.thoughtco.com/chinese-flower-lotus-687523

(Erişim Tarihi:20.10.2023).

[27] URL 6: https://www.thoughtco.com/chinese-flower-lotus-687523

(Erişim Tarihi:18.10.2023).

[28] URL 7: https://www.buddhamuseum.net/products/akshobhya-buddha-rare-19th-century-tibetan-silver-repousse-copper-gilt-bronze-statue?variant=29796364812387

(Erişim Tarihi: 15. 09. 2023).

[29] URL 8: https://mibosowellbeing.com/blog/mantra-nedir

(Erişim Tarihi: 02. 11.2023).

[30] URL 9: https://www.hurriyet.com.tr/gundem/firavun-viagrasi-38290242

(Erişim Tarihi:10.09.2023).

[31] URL 10: https://artsandculture.google.com/entity/m0kx7_?hl=tr

(Erişim Tarihi:14.10.2023).

PORSELEN BÜNYEDE SIR ÜSTÜ FIRÇA DEKORLARI

Doçent, Fidan Tonza Helvacıkara
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik ve Cam Bölümü
0000-0002-5094-1066
Elvan GÖKMEN
Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Seramik ve Cam Bölümü 0000-0001-6101-6397

ÖZET

Beyaz, yarı saydam ve şeffaflık gibi özellik gösteren porselen, sert ve mukavemeti yüksek bir ürün grubudur. Sofra eşyası ve sağlık gereçleri başta olmak üzere geniş bir kullanım alanına sahip porselen, sanatsal anlamda da tercih edilen bir üründür. Kökleri Çin'e dayanan porselen, daha sonra Avrupa'da kullanılmaya başlamış, bünye ve dekor teknikleri de bu doğrultuda farklı coğrafyaların ekseninde kültürel farklılıkla gelişmeye devam etmiştir. Porselen ürünler üzerine dekoratif öğeler farklı dekor teknikleri kullanılarak aktarılmış ve bu şekilde estetik görünümler elde edilmiştir. Bilinen en önemli dekor tekniği olarak sır üstü uygulamalar, porselen bünyelerde sıklıkla kullanılmaktadır. Sanatsal olarak bir tuval görevi gören porselen, sır üstü uygulamalarda ki çeşitlilikle zenginleştirilmiştir. Porselen sır üstü uygulamalar incelendiğinde günlük yaşam sahneleri, botanik resimler ve soyut çalışmaların bu yüzeylerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Sır üstü boyalarının, sır içi ve sır altı boyalarına göre daha düşük sıcaklıkta pişirildiği bu dekor tekniğinde renk paletinin genişlediği ve porselen yüzeylerde rahatlıkla tonlama yapılmasını sağladığı görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, porselen bünyelerde uygulanan sır üstü fırça dekorlarına dikkat çekmektir. Porselenin tarihsel süreçte farklı kültürlerde dekor olarak nasıl çeşitlendiği, sanatsal ifadede önemi üzerine durulmuştur. Bu doğrultuda önce porselen hakkında bilgiler verilerek porselenin tarihsel süreci aktarılmıştır. Ayrıca sır üstü porselen dekorları incelenmiş, sanatçı örnekleri ile konu açıklanmıştır. Sır üstü dekor uygulamaları genel kapsamda ele alındıktan sonra fırça dekorları uygulamaları sanatsal ve kültürel örnekler ile açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Porselen, Sır üstü, Fırça dekoru.

ON-GLAZE BRUSH DECORATIONS IN PORCELAIN BODY

ABSTRACT

Porcelain, which has features such as white, translucent and transparency, is a hard and high-strength product group. Porcelain, which has a wide range of uses, especially in tableware and sanitary ware, is also a preferred product in the artistic sense. Porcelain, which has its roots in China, later began to be used in Europe, and its structure and decor techniques continued to develop with cultural differences in the axis of different geographies. Decorative elements were transferred onto porcelain products using different decor techniques and thus aesthetic

appearances were achieved. Onglaze applications, as the most important known decoration technique, are frequently used on porcelain bodies. Serving as an artistic canvas, porcelain is enriched with diversity in onglaze applications. When the porcelain onglaze applications are examined, it is seen that daily life scenes, botanical paintings and abstract works are realized on these surfaces. It is seen that in this decor technique, in which on-glaze paints are firing at lower temperatures than in-glaze and under-glaze paints, the color palette expands and enables toning on porcelain surfaces easily.

The aim of this study is to draw attention to onglaze brush decorations applied on porcelain bodies. It focuses on how porcelain has diversified as a decoration in different cultures throughout history and its importance in artistic expression. In this regard, first information about porcelain is given and the historical process of porcelain is explained. Additionally, onglaze porcelain decorations were examined and the subject was explained with artist examples. After onglaze decoration applications are discussed in general, brush decoration applications are explained with artistic and cultural examples.

Key Words: Porcelain, Onglaze, Brush decoration.

1. GİRİŞ

Porselen, estetik ve teknik özellikleriyle hayatımızın birçok alanında karşımıza çıkan bir malzemedir. Beyazlığı, yarı saydam kesiti ve gözeneksiz ince yapısıyla seramik ürünlerin en değerlisi olarak kabul edilmektedir. Porselen, sofra eşyaları, biblolar, dekoratif ürünler, takılar gibi gündelik hayatın hemen hemen her alanında karşılaşılan bir malzeme olmasının yanında, sanatsal anlamda da yaygın kullanım alanına sahiptir.

Teknolojik ve estetik gelişimini sürdüren bir malzeme olarak porselen, günümüzde çok farklı alanlarda kullanılmaktadır. Bu alanlar günümüzde ileri seramik teknolojisi başlığında toplanmış ve porselen bu alanlarda kendisine yer edinmiş bir malzeme olarak çıkmaktadır.

Kökeni Çin'e dayanan porselen, tarihsel süreçteki yolculuğu ile birlikte Avrupa'da geliştirilmiş, farklı kültürlerin odağında biçimlenmesini sürdürmüştür. Avrupa'da kurulan porselen fabrikaları o dönemin ihtiyaçları doğrultusunda, Avrupa'nın sipariş taleplerini karşılamışlardır. Bu çerçevede Avrupa'da kurulan fabrikalar, porselen endüstrisinde sahip oldukları bilgi ve birikiminin başka ülkelere taşınmasına öncülük etmişlerdir. Osmanlı Dönemi'nde de bu ihtiyaçlar bir dönem Avrupa tarafından sipariş usulü ile karşılanmıştır. Daha sonra porselen endüstrisinin Osmanlı'da da alt yapısının kurulmasına destek verilmiş ve böylelikle Osmanlı'da porselen konusunda söz sahibi olmaya başlamıştır. Gerek form gerekse dekor olarak kendi üslubunu yansıtan örnekler sunmuşlardır.

Çin'in porselenlerine duyulan ilgi ve istek, tarihsel süreçte farklı seramik bünyelerinin gelişmesine dolaylı olarak katkıda bulunmuş, özellikle bu konuda İznik Çini ve Delf seramiklerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. İran, Irak, Mısır ve Suriye'de porseleni taklit etme çabasının olduğu ve bu sayede farklı seramik ürün gruplarının oluştuğu görülmektedir.

Porselen ürünler üzerine oluşturulan dekoratif öğeler, farklı dekor tekniklerinin kullanılması ile sağlanmıştır. Başlangıçta Jingdezhen'de porselen üretimi sırasında karşılaşılan dekor olarak sır altı tekniği yaygın kullanılmıştır. Avrupa'yı büyüleyen Ming Dönemi mavi-

beyaz porselenlerinde kullanılan bir dekor tekniği olarak sır altı tekniği ile eşsiz üretimler gerçekleştirmişlerdir.

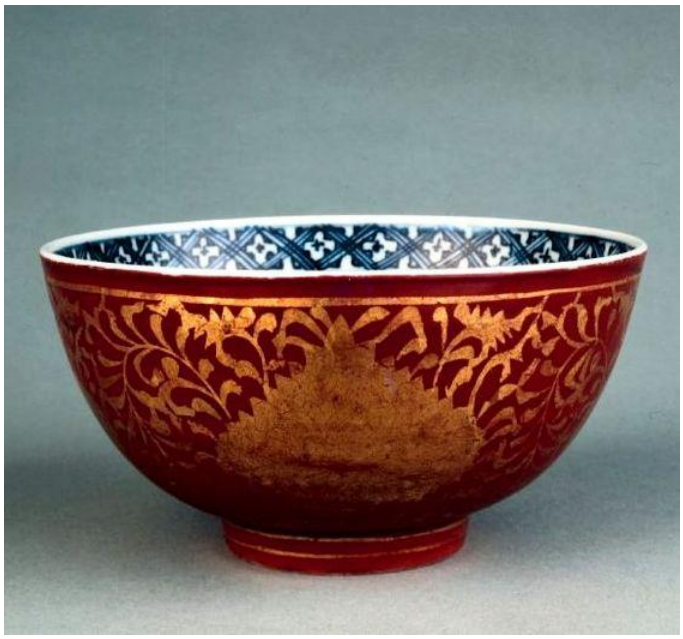
Günümüzde bilinen en önemli dekor tekniği olarak sır üstü uygulamalar, porselen bünyelerde sıklıkla kullanılmaktadır. Sanatsal olarak bir tuval görevi gören porselen, sır üstü uygulamalarda ki çeşitlilikle zenginleştirilmiştir. Porselen sır üstü uygulamalar incelendiğinde günlük yaşam sahneleri, botanik resimler ve soyut çalışmaların bu yüzeylerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Sır üstü boyalarının, sır içi ve sır altı boyalarına göre daha düşük sıcaklıkta pişirildiği bu dekor tekniğinde renk paletinin genişlediği, porselen yüzeylerde rahatlıkla renk tonlamaları yapılabildiği görülmektedir.

Porselen bünyelerde uygulanan sır üstü fırça dekorlarına bu çalışmada yer verilmiştir. Bu kapsamda bu çalışma, dört bölümde incelenmiştir. "Tarihsel Süreçte Porselen" adlı birinci bölümde, porselenin ilk olarak nasıl geliştiği ve tarihsel süreçte nasıl bir yol izlediği üzerine durulmuştur. "Sır Üstü Porselen Fırça Dekorları" adlı ikinci bölümde, porselende kullanılan dekorlardan bahsedilmiş ve sır üstü porselen dekor teknikleri açıklanmıştır. Sır üstü dekor uygulamaları genel kapsamda ele alınmış ve sanatçı örnekleri verilmiştir. Porselen üzerine fırça dekorları uygulamaları sanatsal ve kültürel örnekler ile açıklanmıştır. "Sonuçlar ve Değerlendirmeler" adlı son bölümde, tüm açıklamalar doğrultusunda sır üstü fırça dekorları ile ilgili bulgular paylaşılmıştır.

2. TARİHSEL SÜREÇTE PORSELEN

Bir seramik türü olan porselen, ilk olarak Çin'de üretilmiştir. Çin'in Tang Hanedanlığı döneminde (618-907) başlayan porselen üretimi, Hopei bölgesinde bulunan Ming Hanedanlığı döneminde (1368-1644) yaygınlaşmıştır (Görsel 1). Porselen ve seramik, hammadde olarak her ne kadar aynı gibi görünse de teknik özellikleri bakımından birbirinden ayrılmaktadır (Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü, 1997:1501). Porselen, yarı saydam, beyaz, yüksek mukavemet ve sertlik özelliğine sahipken, seramik bünyeler, porselene oranla düşük mukavemet ve sertliğe sahiptir. Ayrıca pişirim dereceleriyle de birbirlerinden ayrılmakta olan seramik ve porselen, yüksek derecelerde zinterleşmesi ile porselene ayırt edici bir özellik kazandırmaktadır. Porselen kelimesi, Latincede istiridye anlamına gelen "Porcellana"dan gelmektedir. "Porselen" kelimesi ilk olarak Venedikli bir kâşif olan Marco Polo tarafından 13.yy sonlarında Çin' de üretilen çömlekleri tanımlamak için kullanılmıştır.

Porselen; kaolen, kuvars ve feldspat hammaddelerinden oluşan bünyelerdir. Porselen, özel frit, petmatit, kaolen ve kemik külü olarak çeşitlilik göstermektedir. Porselen temel olarak yumuşak ve sert porselen olarak iki grupta toplanmaktadır. Sert porselen, yumuşak porselene göre daha fazla kaolen içerdiğinden daha yüksek sıcaklıklarda pişirilmektedir. Yumuşak porselen ise sert porselene göre daha fazla feldspat içermektedir (Serin, 2009:1-3).



Görsel 1. Ming Hanedanlığı, Porselen Kâse, 16. yüzyıl, British Müzesi, İngiltere (URL 1).

"Beyaz Altın" olarak bilinen porselen, Çin'in Jingdezhen Şehri'nde ilk olarak ortaya çıkmıştır (Görsel 2). Kaolen yataklarına sahip olmaları ve fırın atmosferini yüksek derecelere çıkarabilmeleri sayesinde, Çinliler porselen malzemeyi kullanılabilir kılmışlardır. Porselenin merkezi olan Jingdezhen, beyaz porselenin üretildiği yer olarak bilinmektedir (Koçak, 2009:5).



Görsel 2: Qingbai (Mavimsi beyaz) oymalı şakayık desenli sırlı kâse, Porselen, Jingdezhen, 1127–1279 (URL 2).

13. yüzyıl Moğol istilası ile İran'dan getirilen kobalt oksit ile Jingdezhen'de porselen imalatı hızlanmıştır. Kobalt oksitin ısıya dayanıklı olması, porselen sır altı dekorunda kolaylıkla kullanılmasını sağlamıştır. 14. yüzyıl ortalarına gelindiğinde Ming porselenlerinin çoğunda bitki, hayvan ve çiçek motifleri kullanılmıştır. Ming porselenlerinde kullanılan sırların yoğun kıvamlı ve pütürlü olması 15.yüzyıla kadar sürmüş, bu tarihlerden sonra yapılan teknik çözümler ile pürüzsüz mavi-beyaz porselenlerin üretimi gerçekleştirilmiştir. Mavi- beyaz porselenleri gelişimine devam ederken Ching Hua Dönemi'nde (1465-1487) camsı dekor boyaları ile sır üstü bezeme geliştirilmiştir. "Doucai" olarak bilinen karşıt renklerin kullanıldığı

çok renkli bezemeler, porselen sır üstü dekor tekniği dışında sır altı dekorlarında da kullanılmıştır (Görsel 3) (Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü 3, 1997: 1500).



Görsel 3: Doucai Kavanozu, Ming Hanedanı, Chenghua Hükümdarlığı (MS 1465-87) Jingdezhen, Çin (URL 3).

Venedikli gezgin Marco Polo, Çin seyahati esnasında porselen ile tanışarak, Avrupa'ya porseleni getirmiş ve böylelikle Doğu geleneğine ilginin de artmasına sebep olmuştur. Avrupa'nın porselen ile tanışmasının ardından üretim girişimleri başlamış ve birçok porselen fabrikası kurulmuştur. Avrupa'da ilk porselen deneyimi girişimi, 1695 yılında Fransa'da yapılmıştır. Teknik açıdan porselen olarak değerlendirilebilecek ilk ürün ise 1709 yılında Almaya'nın Meissen şehrinde Johann Friederich Böttger tarafından üretilmiştir. Johann Friederich Böttgeri'in uzun çabalar sonrası ürettiği porselenler "Kırmızı taş eşya" veya "Japis Porseleni" olarak adlandırılmıştır (Görsel 4). Üretilen porselenlerin içeriğinin gizlenmesine karşın, süreç içinde kurulan fabrikalar tarafından bünye reçetelerinin içeriği çözümlenerek başka fabrikalar tarafından bu porselen bünye yapılmıştır. Ancak Messien porselenlerinin özgünlüğünü ve kalitesini belirtmek için Saksonya Seçmenliğinin armasında ki imza niteliği taşıyan kılıçlardan oluşturduğu marka mührünü kullanmaya başlaması ile kendi üretim kimliğini ortaya koymuştur. 1722 yılında tanıtılan Messien porselenleri dünyada sürekli kullanılmış ve en eski ticari markalardan biri olmuştur (URL 4).



Görsel 4: Meissen Porselen Çaydanlık, Kraliyet Sofra Eşyası, 1713 (URL 5).

Porselen, yeni coğrafyalar ve kültürel etkileşimler ile bünye ve dekor uygulamalarında çeşitlilikler göstererek ilerleme kaydetmiştir. İmparatorların himayesinde ortaya çıkan ve desteklenen porselen, Avrupa'da da seçkin bir kesimin kullanımı ile prestijli bir ürün konumunda varlığını sürdürmüştür. Saray sanatı olarak da bilinen porselenin, 18. yüzyıl da Avrupa'da başlaması ve daha sonra üretim kapasitesini artıracak fabrikaların peşi sıra kurulması ile porselen kullanımı yaygınlaşmıştır. Avrupa'nın porselen üretimine geçmesi ve süreci ilerletmesi ile Osmanlı Dönemi de bu sürece dâhil olmuş, kendi üslubunu yansıtan çalışmalar ortaya çıkarmıştır.

Sanayi devrimiyle birlikte hızla gelişen Avrupa, 19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'na porselen sanayisinin de içinde bulunduğu yeni teknolojilerin getirilmesinde etkili olmuştur. 1890'lı yılların başında, Batı'da gelişen teknoloji kullanılarak, Anadolu çini ve seramik geleneği yeniden canlandırılmaya çalışılmış, ve Sultan II. Abdülhamid Dönemi'nde, "Yıldız Çini Fabrikası" kurulmuştur (Baytar, 2007: 10). Osmanlı üretimleri sarayın ihtiyaçları ve beğenileri doğrultusunda gelişerek sürmüştür (Görsel 5).



Görsel 5: Yıldız Çini Fabrikası Ürünü Vazo (URL 6).

3. PORSELEN BÜNYEDE SIR ÜSTÜ FIRÇA DEKORLARI

İnsanoğlu yaratım sürecine başlamasıyla birlikte ilk olarak doğayı ve çevresinde ki nesneleri de taklit etmeye başlamıştır. Doğadan etkilenme sadece taklitle sınırlı kalmayıp stilizasyonlar, detaylar, dokular ve soyutlamalar da sanatta var olmuştur (Karakaya,2014:78-82). Porselen dekor çeşitliliği üzerinde de doğadan esinlenilmiş çalışmalar porselenin keşfinden, günümüze devam etmektedir. Çin'in doğa ile uyumlu sanat anlayışının bir göstergesi olarak natüralist bezemeler özellikle porselen üzerine biçimlenmiştir. Tarihsel süreçte porselen sadece bünye olarak farklılıklar göstermemiş, dekor olarak da yaşanılan dönemin tarzını yansıtan yüzeyler olarak öne çıkmıştır. Kültürel kimlik kazanan porselen yüzeyler, aynı zamanda kültürel kullanım objeleri ile de çeşitlilik sergilemiştir. Yaşanılan coğrafyanın gelenekleri, dini, iklimi, bitki örtüsü ve dili kültürü şekillendirirken üretilmek üzere tasarlanan ürünlerinde şekillenmesinde rol oynamıştır (Küçükerman, 1996: 26).

İlk olarak 7.yüzyılda Mısır'da cam üstüne, 9.yüzyılda da Basra ve Bağdat'ta seramik üstüne uygulanan lüster tekniğinde ve 12.yüzyılda İran'da ortaya çıkan Minai tekniğinde sır üstü süsleme yapılmıştır. Porselen üzerine boyalı süslemeler genellikle pişirilmiş sır üzerine yapılır. Sır altındaki boyamanın (yani pişirilmiş, sırlanmamış bir gövde üzerine uygulanan boyalar) astar ve sırla aynı yüksek sıcaklıkta pişirilmesi gerektiğinden, birçok renk bu ısılardan etkilendiği için sorunlu çıkmaktadır. Bu nedenle, porselende sır altı boyama, büyük ölçüde Çin mavi-beyaz eşyalarında bulunan son derece sağlam ve güvenilir kobalt mavisi ile sınırlıdır. Sır üstü, emaye veya düşük sıcaklık renkleri olarak adlandırılan porselen renklerinin çoğu, pişirilmiş sırın üzerine boyanarak, çok daha düşük bir sıcaklıkta pişirilebilmektedir (URL 7). Bu yöntem ile istenilen renkler, canlı bir şekilde sır içine sabitlenerek, renk geçişlerinin ve tonlamalarının daha sağlıklı bir şekilde yapılmasına olanak vermektedir.

Sır üstü dekorlarını sırlı yüzeylere uygulayabilmek için bisküvi ve sır pişirimi olmak üzere iki pişirim işlemi yapılmaktadır. Sır üstü dekor boyaları ile dekorlama işlemi

gerçekleştirildikten sonra (Görsel 6), boyaların sır yüzeyine sabitlenmesi için üçüncü bir pişirim gerçekleştirilmektedir. Dekor boyalarının üçüncü bir işlem ile sır yüzeyine sabitlenmesi aynı zamanda maliyeti arttıran bir durumdur (Sevim, 2016: 47).



Görsel 6: Jingdezhen, Sır Üstü Fırça Dekoru Uygulaması (URL 8).

Sır üstü dekorları, sır altı ve sır içi dekorlarına nazaran daha düşük derecede (700-890° C) pişirilirler. Yüksek dereceli (1100-1380° C) sır içi ve sır altı dekorlarında renk paleti sınırlı iken, sır üstü dekorlarında ise pişirim daha düşük derecelerde (700-890°C) yapıldığı için renk paleti oldukça geniştir. Renk seçiminde neredeyse sınırlama yok gibidir. Porselen bünyelere uygulanan sır üstü dekorlar, rezinat lüsterleri ve sır üstü boyalar olarak iki farklı malzeme ile gerçekleştirilmektedir. Ancak rezinat lüsterlerin sır üstü boyalarına göre daha yüksek maliyetlerinden dolayı porselen sanatı ve endüstrisinde daha az kullanılmaktadır (Görgünay, 2017:2064).

Sır üstü porselen dekorlarında, baskı teknikleri, altın dekorları ve lüsterler kullanılmaktadır. Lüster uygulamaları sırlı yüzey üzerinde sedefli, menevişli ve dalgalı görüntüler oluşturan çok ince film tabakaları olarak tanımlanmaktadır (Görsel 7). Lüsterler sır pişirimi yapılmış parçalar üzerine fırça ya da püskürtmeyle uygulandıktan sonra 600-800 °C arası sıcaklıkta pişirilmektedir. Lüster uygulanacak yüzeyin temiz ve toz bulunmadığına emin olunduktan sonra uygulamaya geçilmesi önem arz etmektedir. Lüsterler ağır metal reçine asitlerinden oluşturuldukları tuzların lavanta, terebentin ve rozmarin gibi eteri yağlarda dağıtılmasıyla elde edilmektedir.



Görsel 7: Sevim Çizer, Porselen Sır Üstü Lüster Çalışması (URL 9).

Sır üstü dekorlarından olan altın yaldız, akışkan bir altın preparatı olup % 6-12 oranlarında saf altın içermektedir. İlk kez 1827 yılında Meissen Porselen Fabrikası'nda kullanılmıştır. Altın uygulamasının porselen sır üzerinde pişme derecesi 600-700°C arasındadır. Hassas bir çalışma isteyen altın dekoru, sır yüzeyine fırça, püskürtme, pudralama veya baskı yöntemleriyle uygulanmaktadır (Görsel 8).



Görsel 8: Meissen Demlik, Sıraltı Mavi Dekor, Altın Yaldız Dekorlu, 1724-1725 (URL 10).

Sır üstü boyaları kimyasal bileşenlerinden dolayı hazırlama ve uygulama aşamaları farklılık göstermektedir. Boyaların içeriğine bağlı olarak geliştiği derece farklı olup, renkler için ideal pişirim derecesi 600-800 °C olarak belirlenmiştir. Örneğin içeriğinde kadminyum barındıran kırmızı ve sarı renkleri 800°C'nin üstüne çıkıldığında sır üzerinde yok olmaktadır (Arcasoy ve Başkıran, 2021:248).

Sır üstü fırça dekor uygulamaları gerçekleştirilmeden önce eldeki toz boyaların hazırlanması gerekmektedir. Toz boyaların sır yüzeyine tutunmasını sağlamak için medium (organik yağ) kullanılır. Medium, su ve tiner bazlı olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Tiner bazlı mediumlar sır üstü dekor tekniklerinden olan çıkartma dekorunda kullanılırken, su bazlı mediumlar sır üstü fırça dekorunda kullanılmaktadır. Boya ve medium karışımları genellikle 100 gr medium, 50 gr boya olarak belirlenmektedir. Karışım koyu boza kıvamına getirildikten sonra ya hemen kullanılmalıdır ya da hava almayacak şekilde muhafaza edilmelidir. Hazırlanan boya kullanılmadan önce uygulanacak yüzeyin iyice kirden ve tozdan arındırılması gerekmektedir. Aksi halde pişirim esnasında boya yüzeye tutunamayacak ve koparak bünyeden uzaklaşacaktır (Sevim, 2015:39-40).

Sır üstü fırça dekorlarında kültürel çeşitliliğin yanında, renkler ve desenler ile farklı uygulamalar görülebilmektedir (Görsel 8-9-10). Kültürel farklılıklarında anlaşılabildiği form ve desenlerde sanatçıların fırça ile becerisi de öne çıkmaktadır.



Görsel 6: Sır Üstü Porselen Vazo, Ming Hanedanlığı (1368-1644), Çin (URL 11).



Görsel 7: Akae Kasesi, Sır Üstü Porselen Dekor, 19. yy. (URL 12).



Görsel 8: Şerbet Testisi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şehir Müzesi, Sır Üstü Porselen dekor (URL 13).

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRMELER

Estetik ve teknik özellikleri ile hayatımızda birçok alanda kullandığımız porselen, ilk olarak Çin' de üretilmiştir. Marco Polo'nun Çin seyahati esnasında tanıştığı porselen bünye sonrasında hızlı bir şekilde yayılmıştır. Kökleri Çin'e dayanan porselen, Doğu ve Batı arasında ticari köprülerin kurulmasını sağlamıştır. Çin porselenlerine duyulan hayranlığın sonucunda taklit bünyeler ile porselen beyazlığı yakalanmaya çalışılmış, seramik sanatı alanında farklı teknik be beğenilerin oluşmasını sağlamıştır. Porselen beyazlığı sembolleşmiş, ve bu malzemeyi çok özel bir yere konumlandırmıştır.

Çin'in tekelinde olan porselen, Avrupa'nın endüstriyel gelişmeleri ile el değiştirecek boyuta gelmiş ve böylelikle ürün, beğeni, tarz ve üslubunu geniş bir çerçeveye taşımıştır. Teknik konusunda da ilerlemeler ile istenen, arzulanan formlar ve desenler rahatlıkla elde edilmiş ve bu sayede porselen sadece bir malzeme olmanın dışında, başka anlamlar ile de sanat içerisinde yer almıştır. Sahip olduğu beyazlık, ışık geçirgenliği, incelik, dayanıklılık gibi özellikleri ile de sanatsal ve endüstriyel alanda tercih edilmektedir.

Bir tuval gibi üzerine işlenen motif ve bezemeler tarihsel süreçte, farklı kültür yapıları ile etkileşime geçmiş, dönemsel olarak tanınır bir kimlik kazanmıştır. Dekor tekniklerinin de bu doğrultuda gelişim gösterdiği ve çeşitlendiği görülmektedir.

Porselen bünye dekorlarından biri olan sır üstü fırça dekoru, sır altı ve sır içi dekor tekniklerine göre daha düşük sıcaklıkta fırınlanmaktadır. Üçüncü bir pişirime ihtiyaç duyan sır üstü fırça dekorunun maliyeti arttırdığı bilinmektedir. Günümüzde maliyet göz ardı edilerek kullanılmasının sebeplerinin başında renk çeşitliliği yer almaktadır. Sır üstü boyaları düşük sıcaklıkta pişirilmesinden dolayı geniş bir renk aralığına sahiptir. Porselen bünyenin beyaz ve yarı saydam yüzeyi birçok sanatçıya ilham olmuştur. Çoğu zaman tuval olarak kullanılmıştır. Porselen, çeşitli form ve geniş renk olanaklarıyla Asya, Avrupa ve Ortadoğu' da hızla yayılarak kültür ve coğrafyaların izlerini taşımada önemli rol oynamıştır. Günümüzde birçok sanatçı kendi tarz ve üslubunda üretimlerine porselen malzeme ile devam etmektedir. Sır üstü fırça uygulamalarının da yaygınlaştığı ve bu konuda eğitimler ile porselen yüzeylerin boyanması becerilerinin kazandırıldığı bilinmektedir. Porselen malzemeye ulaşımın kolaylığı ile sanatçılar kendi sanatsal yaklaşımlarını hazır bir şekilde sırlı porselen yüzeylere aktarabilmektedirler. Özellikle porselen sırlı tabak ve çanak formlarının kolay tedarik edilmesi ile bu yüzeylerde sır üstü fırça dekorları görmek çok yaygındır.

KAYNAKLAR

[1] Arcasoy, A. ve Başkıran, H. *Seramik Teknolojisi,* Literatür Yayıncılık Dağıtım Pazarlama San. Ve Tic. Ltd. Şti., 2021.

[2] Baytar, İ. *Saray Porselenlerinden İzler,* s.11-215, İstanbul: A4 Ofset, Çoşanel Karakullukçu, D., 2007.

[3] Eczacıbaşı Sanat Sözlüğü. *Porselen* (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi 3). İstanbul Yem Yayınları, 1997.

[4] Görgünay, G., (2017). Porselen Yüzeylerde Sırüstü Dekor Çalışmaları. İdil Dergisi, 6 (35),

[5] Karakaya, F.B., *Endüstrileşme Sürecinde Porselen Ürün Tasarımı ve Örnek Uygulama,*

Sanatta Yeterlilik Tezi, Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir, 2014.
[6] Koçak, Ş. *Jingdezhen'de Porselen Yapımı ve Çin Porselen Sırları,* Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir, 2009.
[7] Küçükerman, Ö. *Endüstri İçin Ürün Tasarımında Yaratıcılık*. İstanbul: YEM Yayınları, 1996.
[8] Serin, S. *Yıldız Çini/ Porselen Fabrikası,* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2009.
[9] Sevim, S.S. *Seramik Dekor ve Uygulama Teknikleri,* Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., 2015.
[10] Sevim, S.S., ve Yeşilmen, N. (2016). Çağdaş Takı Tasarımında Porselenin Kullanımı, Ulakbilge, 4 (7), s.129-140.

İNTERNET KAYNAKLARI

[11] URL 1 https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_PDF-548).
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[12] URL 2: https://ceramica.fandom.com/wiki/Jingdezhen_porcelain
Erişim Tarihi: 01.09.2023).
[13] URL 3: http://www.alaintruong.com/archives/2014/08/05/30365291.html
(Erişim Tarihi: 01.09.2023).
[14] URL 4. https://www.meissen.com/en/geschichte
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[15] URL 5: https://antique-marks.com/johann-friedrich-bottger.html).
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[16] URL 6: https://istanbultarihi.ist/206-yildiz-porselen-ve-cini-fabrikasi
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[17] URL 7. https://www.britannica.com/art/porcelain
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[18] URL 8: https://www.caixinglobal.com/2017-09-15/jingdezhen-where-emperors-got-their-porcelain-101145647.html
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[19] URL 9: https://docplayer.biz.tr/1904736-Endustri-seramiginde-sirustu-dekorlama-malzemelerinden-luster-ve-yaldizlarin-kullanimi.html
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[20] URL 10: https://art.thewalters.org/detail/1797/teapot/
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[21] URL 11: https://www.metmuseum.org/art/collection/search/42549
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[22] URL 12: https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/1061/103411.pdf?sequence=1
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).
[23] URL 13:
https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-276861/istanbul-buyuksehir-belediye-baskanligi39na-ve-universi-.html
(Erişim Tarihi: 01.11.2023).

KENTSEL YAŞAM KALİTESİ POLİTİKALARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA CİTTASLOW (YAVAŞ ŞEHİR) İZNİK'İN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Muazzez ÖZDEMİR

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Alaçam Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü,
ORCID: 0000-0003-4247-045X

ÖZET

Yavaş şehir felsefesi, 1999 yılında İtalya'da Greve in Chianti kentinde ortaya çıkmış ve akabinde Dünyaya yayılmıştır. Yavaş şehir felsefesinin temelinde, yerel değerlerin korunup kollanması ve devam ettirilmesi yer almaktadır. Yavaş hareketinin oluşmasında, 1986 yılında İtalya'da başkent Roma'da Piazza di Spagna meydanında Mc Donalds'ın açılması ve ona verilen tepkiler etkili olmuştur. Yavaş hareketi, ilk başta "Yavaş Yemek" olarak kendini göstermiş zamanla "Yavaş Şehir" alanına doğru gelişimini sürdürmüştür. Yavaş şehir oluşumu, kentsel yaşam kalitesinin artırılmasını ve sürdürülebilir bir çevreye sahip olmayı ama en başta kentin kimliğini korumayı hedeflemektedir. Yavaş şehir, günümüzde 33 ülke 288 kent tarafından devam ettirilmektedir. İznik, bu oluşuma 27 Kasım 2021 tarihinde katılmıştır. Çalışmada; yavaş şehir kavramı ve üyelik kriterlerinden kısaca bahsedilmekte, akabinde kriterler içinde yer alan kentsel yaşam kalitesi politikaları üzerinde durulmaktadır. İnceleme alanı İznik olmasından dolayı İznik, İznik'in yerel değerleri, İznik'in cittaslow olma süreci ve kentsel yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik politikaları hakkında ayrıntılı bilgi verilmektedir. Kentsel yaşam kalitesi politikaları ve sürdürülebilirlik bağlamında cittaslow İznik'in incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu sebeple, Cittaslow İznik'in kentsel yaşam kalitesi ve sürdürülebilir olmak adına yaptığı çalışmalar üzerine yoğunlaşılmaktadır. Çalışmanın yöntemi; literatür taramasına, cittaslow temsilcisi ile görüşmeye ve resmi internet sitelerinin incelenmesine dayalıdır. Çalışma sonucunda sürdürülebilir olma adına İznik'in turizm alanında yoğunlaştığı, kentsel yaşam kalitesi adına cittaslowa uygun hareket ettiği sonucuna ulaşılmıştır. İznik, şu ana kadar ulusal yazına çinileri aracılığıyla konu olmuş fakat cittaslow yönü ile konu olmamıştır. Bu özelliği ile literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

***Anahtar Kelimeler**: Kentsel Yaşam Kalitesi, Sürdürülebilirlik, Cittaslow, Yavaş Şehir, İznik.*

INVESTIGATION OF CITTASLOW (SLOW CITY) IZNIK IN THE CONTEXT OF URBAN QUALITY LIFE POLICIES AND SUSTAINABILITY

Abstract

The slow city philosophy emerged in the city of Greve in Chianti in Italy in 1999 and then spread to the world. The basis of the slow city philosophy is the preservation and maintenance of local values. The opening of McDonald's in the Piazza di Spagna square in the capital Rome in Italy in 1986 and the reactions to it were effective in the formation of the slow movement. The slow movement initially showed itself as "Slow Food" and over time continued its development towards the "Slow City" area. Slow city formation aims to increase the quality of urban life and to have a sustainable environment, but primarily to preserve the identity of the city. The slow city is maintained by 288 cities in 33 countries today. Iznik joined this formation

on 27 November 2021. In the study; The concept of slow city and membership criteria are briefly mentioned, and then the urban quality of life policies included in the criteria are emphasized. Since the study area is Iznik, detailed information is given about Iznik, its local values, the process of becoming a cittaslow and urban life quality and sustainability policies. It is aimed to examine cittaslow Iznik in the context of urban quality of life policies and sustainability. For this reason, the focus is on Cittaslow Iznik's work on the quality of urban life and sustainability. The method of the study; based on literature review, interview with cittaslow representative and review of their official web site. As a result of the study, it was concluded that İznik concentrated on Tourism in order to be sustainable and acted in accordance with the cittaslow for the quality of urban life. Iznik has been the subject of national literature through its tiles, but has not been the subject of cittaslow. With this feature, it is expected to contribute to the literature.

***Keywords**: Urban Quality of Life, Sustainability, Cittaslow, Slow City, Iznik.*

1.GİRİŞ

Yavaş şehir felsefesi, 1999 yılında İtalya'da Greve in Chianti kentinde ortaya çıkmış ve akabinde Dünyaya yayılmıştır. Yavaş şehir felsefesinin temelinde, yerel değerlerin korunup kollanması ve devam ettirilmesi yer almaktadır. Yavaş hareketinin oluşmasında, 1986 yılında İtalya'da başkent Roma'da Piazza di Spagna meydanında Mc Donalds'ın açılması ve ona verilen tepkiler etkili olmuştur. Yavaş hareketi, ilk başta "Yavaş Yemek" olarak kendini göstermiş zamanla "Yavaş Şehir" alanına doğru gelişimini sürdürmüştür. Yavaş şehir oluşumu, kentsel yaşam kalitesinin artırılmasını ve sürdürülebilir bir çevreye sahip olmayı ama en başta kentin kimliğini korumayı hedeflemektedir. Yavaş şehir, günümüzde 33 ülke 288 kent tarafından devam ettirilmektedir. İznik, bu oluşuma 27 Kasım 2021 tarihinde katılmıştır.

Çalışmada; yavaş şehir kavramı ve üyelik kriterlerinden kısaca bahsedilmekte, akabinde kriterler içinde yer alan kentsel yaşam kalitesi politikaları üzerinde durulmaktadır. Kentsel yaşam kalitesi politikaları ve sürdürülebilirlik bağlamında cittaslow İznik'in incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu sebeple, Cittaslow İznik'in kentsel yaşam kalitesi ve sürdürülebilir olmak adına yaptığı çalışmalar üzerine yoğunlaşılmaktadır. Çalışmanın yöntemi; literatür taramasına, cittaslow temsilcisi ile görüşmeye ve resmi internet sitelerinin incelenmesine dayalıdır.

2. Cittaslow (Yavaş Şehir-Sakin Şehir)

Cittaslow kavramı dilimizde yavaş şehir veya sakin şehir olarak kabul görmektedir. Cittaslow felsefesi, 1999 yılında İtalya'da Greve in Chianti kentinde ortaya çıkmış ve akabinde Dünyaya yayılmıştır. Yavaş şehir felsefesinin temelinde, yerel değerlerin korunup kollanması ve devam ettirilmesi yer almaktadır. Yavaş hareketinin oluşmasında, 1986 yılında İtalya'da başkent Roma'da Piazza di Spagna meydanında Mc Donalds'ın açılması ve ona verilen tepkiler etkili olmuştur (Ünal ve Zavalsız, 2016: 894-895). Yavaş hareketi, ilk başta "Yavaş Yemek" olarak kendini göstermiş zamanla "Yavaş Şehir" alanına doğru gelişimini sürdürmüştür (Onaran, 2013: 28). Yavaşlığı temsil eden "salyangoz" yavaş şehrin sembolü olarak seçilmiştir (Cittaslow.org, 2023).



Görsel: Yavaş (Sakin) Şehir Logosu (Cittaslow, 2023).

Yavaş şehir oluşumu, kentsel yaşam kalitesinin artırılmasını ve sürdürülebilir bir çevreye sahip olmayı ama en başta kentin kimliğini korumayı hedeflemektedir. Yavaş şehir, günümüzde 33 ülke 288 kent tarafından devam ettirilmektedir.

2.1. Yavaş Şehir Olma Kriterleri

Yavaş şehir olabilmek ve uluslararası birliğe dahil olabilmek için gerekli olan 7 ana kriter ve 72 alt kriter mevcuttur. Bu kriterlerin aday şehir tarafından başarılı bir şekilde yerine getirilmesi beklenmektedir. Ayrıca nüfus kriteri de yavaş şehir olabilme adına küçük kentlerde 50.000 ve altı olarak (Knox, 2005: 6) kararlaştırılmıştır.

Bir kentin yavaş şehir olabilmesi için gerekli olan kriterler:

- Çevre Politikaları,
- Altyapı Politikaları,
- Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları,
- Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkârlara Dair Politikalar,
- Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar,
- Sosyal Uyum
- Ortaklıklar şeklindedir. Bu kriterlerin yarısından çoğunun aday kent tarafından yerine getirilmiş olma şartı mevcuttur (Cittaslow Türkiye, 2023). Bu kriterler aslında yavaş şehir felsefesinin temel unsurları olarak nitelendirilebilir.

Kriterler içerisinde değişiklik olmamasına rağmen 2022 yılında şekil ve şart noktasında bazı düzenlemelere gidilmiştir. Söz konusu kriterlere "perspektif kriter" ve "zorunlu kriter" ibaresi getirilmiş ve evrensel bir düzen kurulması amaçlanmıştır. Zorunlu kriter adı üzerinde yer alan kriterin başarılı bir şekilde bitirilmesi, tamamlanmış olması gerektiğini vurgulamaktadır. Perspektif kriter ise bazı alt başlıklarda mevcut olmakla birlikte sadece o kriterin tamamlanması ona ek puan kazandıracaktır. Hali hazırda yapılan güncellemelerin birliğe üye olma sürecinde kente katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. İZNİK

İznik, Marmara Bölgesi'nde yer alan Bursa iline bağlı bir şehirdir. Şehir adını kentin batı kıyısında bulunan gölden almaktadır. Kentin nüfusu 2022 yılında yapılan nüfus sayımı

sonucunda 44.236 olarak kayıtlara geçmiştir. İznik kent olarak Roma İmparatorluğundan Osmanlı İmparatorluğunda kadar dini, ticari ve idari yönden son derece önemli bir kent niteliği taşımıştır. İznik kent olarak ulusal yazında en çok tarihi ve çinileri ile konu olmuştur. İznik, tarihi mirası ve yerel değerleri kapsamında bir açık hava müzesi niteliği taşımaktadır. "Yeşil Camii, Ayasofya Camii, Abdül Vahap Türbesi, Arkeoloji Müzesi, Türk İslam Eserleri Müzesi, II. Murat Hamamı, İznik'i Çevreleyen Surlar, Çini Fırınları, Roma Tiyatrosu, Çandarlı Türbeleri, İstanbul Kapı, Lefke Kapı, Yenişehir Kapı, I. Murat Hamamı, Hacı Özbek Cami, Süleyman Paşa Medresesi, Sualtı Bazilikası, Dikilitaş, Kırgızlar Türbesi, Hisardere Nekropol, Sarı Saltuk Türbesi, Eşrefzade Türbesi, Berber Kaya Mezarlığı" (https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22796/iznik.html, 2023) gibi tarihi yapıları ile öne çıkan geniş bir tarihi mirası mevcuttur.



Görsel: 650 Yıllık Türk Hamamı (Ahmet Barış Işıtan www.panoramio.com, 2023)



Görsel: Tarihi Şehir Surları (https://www.bizevdeyokuz.com/iznik-tarihi-yerler/, 2023)



Görsel: Dikilitaş (https://www.bizevdeyokuz.com/iznik-tarihi-yerler/, 2023)



Görsel: İznik Müzesi (https://www.bizevdeyokuz.com/iznik-tarihi-yerler/, 2023)



Görsel: İznik Gölü Suları Altındaki Bazilika(https://www.bizevdeyokuz.com/iznik-tarihi-yerler/, 2023)

3.1. İznik'in Yerel Değerleri

İznik'in en önemli yerel değerlerinden birisi coğrafi işareti olan İznik çinisidir. 1935 yılından itibaren Ekim ayında 5 gün süre ile gerçekleştirilen İznik panayırında geleneksel ve yöresel ürünlerin satışı gerçekleştirilmektedir. Ayrıca yerel değerlerin korunması adına köylüler ve yerel üreticiler tarafından gerçekleştirilen yöresel ürün çarşısı ve balık pazarı dikkat çekmektedir. İznik'in yerel değerlerinin korunması ve geleceğe aktarılması adına "Bursa Yemekleri" kitabında İznik'in 5 yöresel yemeğine yer verilmiştir (Sakinşehiriznik, 2023).

İznik belediyesi tarafından kadın üreticiler ile birlikte kadın üreticiler tarımsal kalkınma kooperatifi oluşturulmuş ve İznik çinisi, İznik müşküle iğne oyası, İznik sofralık zeytini, İznik zeytinyağı başta olmak üzere yerel ürünlerin satışı gerçekleştirilmektedir (Sakinşehiriznik, 2023).

3.2. İznik'in Cittaslow Süreci

İznik, uluslararası sakin şehirler ağı (cittaslow)'a aday olarak 2019 yılında başvuru yapmıştır. Bu vesile ile aday olma süreci resmi olarak başlamıştır. Aday olacak olan kentler için başvuru süreci adımlar halinde gerçekleşmektedir. Bu adımlar: aday olacak olan kentin Türkçe ve İngilizce dillerinde başvuru mektubu yazması, başvuru mektubunun Cittaslow Türkiye tarafından kabul görmesi, kent tarafından başvuru dosyasının tam ve eksiksiz olarak hazırlanması, başvuru dosyasının Cittaslow Türkiye tarafından etraflıca değerlendirilmesi, değerlendirme sonucunda Cittaslow Türkiye'nin kararının olumlu olması durumunda başvuru dosyası ziyaretinin gerçekleştirilmesi, başvuru dosyası ile yeterli puanın alınması durumunda aday kentin başvuru bedeli olan 600 euro'yu genel merkez hesabına yatırması, başvuru dosyasının genel merkez tarafından kontrolünün ve değerlendirmesinin yapılması, adaylığında problem olmayan kentin Cittaslow Birliği'ne üye olmasının kabulü ve kente sertifikasının verilmesi şeklindedir (Cittaslow Türkiye, 2023).

İznik'in Cittaslow süreci, 2019 yılında Türkiye'nin ilk Cittaslow Kenti Seferihisar'a ziyareti ile başlamıştır. Başvuru dosyası hazırlama süreci 2019 yılında başlamış ve süreç 2,5 yıl sürmüştür. Akabinde, Cittaslow Türkiye Teknik Koordinatörü Bülent Köstem, İznik'e saha ziyaretinde gelmiş ve başvuru dosyası kendisine teslim edilmiştir. Başvuru dosyasının teslim edilmesinin ardından Cittaslow Birliği kendi içinde değerlendirmeler yapmaya başlamıştır. Sonrasında Türkiye'de Cittaslow Türkiye Bilim Kurulu üyelerinin oylamalarıyla İtalya'da gerçekleşecek toplantıya katılma hakkı kazanan İznik, 27 Kasım 2021 tarihinde İtalya'da gerçekleşen toplantı sonucunda Uluslararası Sakin Şehirler Ağı Cittaslow'a katılmıştır. Bu süre zarfı içinde birliğe üye olma adına süreç titizlikle yürütülmüş ve sonunda İznik, yavaş şehir olma statüsü kazanmıştır.

Cittaslow Birliği'ne üye olmak ile birlikte İznik, sürdürülebilir bir kent olma yolunda adımlar atacak, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi adına yenilenebilir enerji kaynaklarına yönlenecek, su ve hava kirliliğini azaltacak, biyoçeşitliliğe önem verecek ve koruyacak, kültürel ve yerel mirası koruyacak ve kollayacaktır. Yavaş şehir olmaya hak kazanan İznik; doğaya, çevreye, insana, kültüre ve kültürel mirasına sahip çıkmakta ve onları korumaktadır (İznik Belediyesi, 2023). Çevreye dost bir şehir üretebilmek ve sürdürülebilir olabilmek için yavaş şehir olma bir yol haritası niteliğindedir.

3.3. İznik'in Kentsel Yaşam Kalitesi ve Sürdürülebilirlik Politikaları[1]

İznik belediyesi, İznik'in kentsel yaşam kalitesini artırmak adına birçok politika yürütmektedir. Kentsel yaşam kalitesini artırmak adına İznik Belediyesi tarafından gerçekleştirilen başlıca faaliyetler;

- Park ve bahçe yapımının artırılması,
- Yeşil alanların çoğaltılması,
- Merkezden kırsal parke taşı çalışmalarının devam ettirilmesi,
- Yollarda kalite ve ulaşımda rahatlığın getirilmesi amaçlı İznik kentinde sıcak asfalt uygulamalarının yapılması,
- Sahilde düzenlenen etkinlikler (açık hava sineması, yaz konserleri),
- Tarihsel bir değer olan güreş sporunun gelecek nesillere aktarılması,
- Çevre haftası etkinliklerinin düzenlenmesi,
- Türk mutfağı haftasının kutlanması,
- İznik'e ait yöresel bir değer olan derbent dokumasının coğrafi işaretinin alınmasıdır.

Bu faaliyetler şehir genelinde yoğunlaşan halkın iyi, güzel, konforlu ve daha rahat bir yaşam alanına sahip olması adına bir kereliğine yapılan faaliyetler olmamakla ve devamı gelmektedir.

Aynı zamanda bir ilk olarak EMİTT (Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı) 2023'e katılan İznik, cittaslow olması yönüyle öne çıkmıştır. İznik'in yerel değerlerinden bir tanesi olan İznik çinisi fuarda binlerce katılımcı tarafından boyanmıştır.

İznik şehir olarak cittaslow birliğine üye olmanın gereklerini yerine getirmekle birlikte özel gün ve haftaların kutlanmasında da olağanüstü çalışmalar gerçekleştirmektedir. Örneğin, öğrenciler ile birlikte yerli malı haftasını coşku ile kutlanmıştır.

İznik, değerlerine sahip çıkmak ve onları korumak adına sürdürülebilir bir yaşam için de ekstra çaba sarf etmektedir. Değerlerin korunması ve kollanması adına İznik belediyesi tarafından "yaşayan İznik hazineleri" adında bir belgesel hayata geçirilmiş ve belgeselin bu yıl 20. yayınlanmıştır.

4. Dünya Göçebe Oyunları, 2022 yılının Ekim ayında Türkiye'nin İznik kentinde gerçekleştirilmiş olup ilk üçü Kırgızistan'da yapılmıştır. Dünya göçebe oyunları Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımı ile açılmıştır. "Gelenekten geleceğe biz" sloganı ile oluşturulan spor oyunları yoğun ilgi görmüştür. Bu gibi organizasyonlar hem İznik'in tanıtımına hem de yaşam kalitesinin artırılmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca bir alan İznik Köylü Pazarı ve İznik El Sanatları olarak ayrılmış olup İznik'in yöresel ürünleri tüm dünyaya tanıtılmıştır.

Cittaslow İznik projeleri[2];

PTT Pul; PTT Sakin Şehirler Konulu Sürekli Posta Pullarında İznik'e yer verilmiş olup Türkiye'nin her yerinde kullanıma sunulmuştur.

[1] İznik Belediyesi, https://www.iznik.bel.tr/, adresinden 11.10.2023 tarihinde alındı.
[2] Cittaslow İznik Sözcüsü Burak Köse'den alınan bilgiler doğrultusunda oluşturulmuştur.

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Araştırılması; Kültür ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla İznik'te Somut Olmayan Kültürel Mirasın Araştırılması amacıyla görüşme sağlanmış olup 2023 yılında İznik kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması için kırsaldan merkeze çalışmalar gerçekleştirilmekte olup ileride kitap haline getirilecektir.

Hava Kalitesi Ölçümü; Cittaslow sürecinin en başında gerçekleştirilen ve İznik açısından önemli olan bir çalışmada Hava Kalitesi ölçümüdür. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'nın Hava Kalitesi Ölçüm aracının İznik'te yaptığı Hava Kalitesi ölçümü sonucunda hava kalitesi Yeşil olarak çıkmıştır. Hava kalitesinin yeşil olması yaşanabilir olmak anlamına gelmektedir. İznik, hava kalitesi temiz yaşanabilir bir kent olarak kayıt altına alınmıştır.

İznik'in Yöresel Yemeklerinin Tanıtılması; İznik yöresel yemeklerin tanıtılması ve gelecek kuşaklara aktarılması için çeşitli kanallar ve programlar ile işbirliği yapmıştır. Bunun sonucunda "Dünyayı Geziyorum", "Mutfağım Şahane" ve "Dünya'nın Tadı" adlı programların çekimleri 40 gün boyunca İznik'te gerçekleştirildi. Bu amaçla İznik'in yöresel tatları tüm Türkiye'ye tanıtıldı. Hafta içi her gün Kanal 7 ekranlarında yayınlanan Mutfağım Şahane ve Cumartesi günleri yayınlanan Dünya'nın Tadı programı ile İznik'te 300'ü aşkın yemek izleyiciyle buluştu. İznikli kadınların eşsiz lezzetlerini yansıttığı programlarda zaman zaman erkeklerde maharetlerini sergilediler.

Türk Mutfağı Haftası; Yavaş şehir felsefesinin çıkış noktası olan Yavaş Yemek (Slow Food) kapsamında Türk Mutfağı Haftası kutlanmıştır. "İznik Kadın Üreticiler Tarımsal Kalkınma Kooperatifi" aracılığıyla İznik'in yöresel lezzetleri tanıtılmıştır. İznik'in tarihinde köklü bir geçmişe sahip olan yöresel yemekleri, sağlıklı ve sürdürülebilir olması yönüyle ön plana çıkmaktadır.

Yaban Mersini Festivali; Yöresel değerlerin tanıtılması amacıyla bu yıl 2.Yaban Mersini Festivali düzenlenmiştir. Eşsiz lezzete sahip yaban mersini dondurması yapılmış ve katılımcılara ikram edilmiştir.

Bursa Gastronomi Festivali; Bursa'da gerçekleşen Gastronomi Festivalinde Slow Food kapsamında İznik'in köy ekmeği, İznik zeytini ve zeytinyağı katılımcılara tanıtıldı.

Zirai Atıklar Başta Olmak Üzere Atıkların Geri Dönüşümü; İznik'in temel geçim kaynağı arasında yer alan tarım faaliyetlerinde ortaya çıkan zirai atığın bertaraf edilmesi, atıkların geri dönüştürülmesi kentsel yaşam kalitesinin artırılmasında büyük önem arz etmektedir. İznik bu konuya çözüm için Zirai Atık Konteynerleri oluşturmuş ve zirai atıkların zararlarının azaltılmasını amaçlamıştır.

Turizm Esnafına Kapsamlı Eğitim; İlçede yer alan turizmle alakalı tüm esnafa her alanda eğitimlerin verilmesinin planlandığı ve yakın tarihte eğitimlerin başlayacağı bilinmektedir. Bu eğitimler ile birlikte esnafın turizmi sahiplenmesi sağlanacak, esnaf turizm hakkında donanım sahibi olacak ve kaliteli turizm gerçekleştirilecektir. Pazarlama, İnovasyon, Kişisel Gelişim ve Mesleki Gelişim, Ev Pansiyonculuğu, İletişim, Motivasyon, Zaman yönetimi gibi alanlarda eğitimler ile ilçenin sürdürülebilir bir turizm sağlaması amaçlanmaktadır.

4. CİTTASLOW İZNİK

Görsel: Yavaş (Sakin) Şehir Logosu İznik (https://www.iznik.bel.tr/proje/cittaslow-iznik.html, 2023).

İznik dünyaca bilinen marka bir kenttir. Bu bilinirliği arttırmak, turizmde sürdürülebilirliği sağlamak ve ilçenin korunmasını sağlamak amacıyla başta UNESCO, sonrasında Cittaslow alanlarında çalışmalar gerçekleştirmiştir.

İznik cittaslow olduktan sonra, 2022 Yılı Haziran ayında İtalya'nın Orvieto Kentinde düzenlenen Uluslararası Cittaslow Genel Kuruluna katılım sağlamıştır. Düzenlenen genel kurulda başta İznik Çinisi ve İznik'in Hristiyanlık açısından önemi katılımcılara aktarıldı. Sonrasında Roma'da İtalya Büyükelçisi, Vatikan Büyükelçisi, Yunus Emre Enstitüsü ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın İtalya Roma Tanıtım Ajansı ziyaret edilerek İznik hakkında geniş kapsamlı bilgi ve belgeler verildi (Sakin şehir İznik, 2023).

2022 Eylül ayında İzmir'de 91.si düzenlenen İzmir Enternasyonal fuarına İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin davetlisi olarak katılım sağlayan İznik, yerli ve yabancı katılımcılara İznik'in tanıtımı gerçekleştirildi ve İznik'in simgesi olan Çiniden yapılmış kolye hediye edildi. Ayrıca kentin broşürleri dağıtıldı (Sakin şehir İznik, 2023).

İznik'te yer alan tarihi eserler ve doğal güzelliklerin harita üzerinde TÜRSAB ile ortaklaşa rotaları hazırlandı. Bu rotalar tabela olarak kentin belirli noktalarına konumlandırıldı. İlaveten kent içinde trafik yoğunluğunun önüne geçilerek, esnafın kazancı arttırılacak ve yavaş şehir felsefesi desteklenmiş olacaktır.

Cittaslow sözcüsü Burak KÖSE, Cittaslow İznik'in ana amacının, kaliteli ve sürdürülebilir turizm potansiyelini artırmak olduğunu ifade etmiştir. Akabinde bütün projelerinin sürdürülebilir İznik üzerinde yoğunlaştığını dile getirmiştir. Yavaş şehir olmanın hem yurt içinde hem de yurt dışında büyük avantaj sağladığını, halkın yavaş şehir olma konusunda bilinçli olduğunu, yavaş şehir markasının tanınırlık üzerinde etkilerinin çok değerli olduğundan bahsetmiştir.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yavaş şehir, düşünce olarak 1999 yılında çıkmış olmasında rağmen hala kentlerden ilgi görmekte ve her geçen gün sayıları artmaktadır.

İznik, cittaslow başvuru sürecini başarılı bir şekilde yürütmüş ve 2021 yılında yavaş şehir unvanı almaya hak kazanmıştır. 2021 yılından itibaren İznik, cittaslow olan hakkından en iyi şekilde yararlanmıştır. İznik halkının, yardımı ve bilinç hali de takdire şayandır.

İznik'in en büyük projesi cittaslow birliğine üye olmaktır. Dönemin belediye başkanı Kağan Mehmet USTA önderliğinde bu proje hayata geçirilmiştir.

Cittaslow olan İznik'in en temel amacı, sürdürülebilir bir turizm hayata geçirmektir. Yapmış olduğu çalışmalarda görülmektedir ki İznik, sürdürülebilir turizm konusunda doğru adımlar atmaktadır. Sadece turizm alanında sürdürülebilir olmanın yanında belki bilinçli belki de bilinçsiz olarak kentsel yaşam kalitesinin artırılması ve sürdürebilir bir yaşam için de büyük katkılar sunulmuştur.

İznik'in projeleri ve arşivleri tarandığında kentsel yaşam kalitesinin artırılması için önemli faaliyetlerin gerçekleştirildiği ve aynı zamanda uygun yaşam ortamının sağlanması için sürdürülebilir olmanın önemli olduğu gözlemlenmektedir.

İznik'in bu kısa zaman diliminde bu faaliyetleri yapması gelecekte yapacağı faaliyetlerin bir ön izlemesi niteliğinde olacağı düşünülmektedir.

Çalışma sonucunda sürdürülebilir olma adına İznik'in turizm alanında yoğunlaştığı, kentsel yaşam kalitesi adına cittaslowa uygun hareket ettiğine ulaşılmıştır.

İznik'in yerel değerlerin korunması, geliştirilmesi ve korunması adına yaptığı projelerin de diğer kentlere örnek olması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Cittaslow International, (2023), www.cittaslow.org (Erişim Tarihi: 20.10.2023)

Cittaslow Türkiye, 2023, https://cittaslowturkiye.org/tr/uye-kentler/ (Erişim Tarihi: 25.10.2023)

İznik Belediyesi, (2023), https://www.iznik.bel.tr/, (Erişim tarihi: 11.10.2023)

İznik Belediyesi, 2023, https://www.iznik.bel.tr/habersayfa/15.html (Erişim Tarihi: 18.10.2023)

İznik Belediyesi, 2023, https://www.iznik.bel.tr/proje/cittaslow-iznik.html (Erişim Tarihi: 18.10.2023)

İznik'in Tarihi ve Tarihi Yerleri, (2023), https://www.bizevdeyokuz.com/iznik-tarihi-yerler/ (Erişim Tarihi: 2.11.2023)

Knox, P. L. (2005), Creating Ordinary Places: Slow Cities İn A Fast World. *Journal Of Urban Design***,** 10(1), 1-11.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023), https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22796/iznik.html_(Erişim Tarihi: 1.11.2023)

Onaran, D. C. (2013). *Yavaş Şehirlerde Kentsel Kimlik*. Yüksek Lisans Tezi, M.S.G.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü.

Sakin şehir İznik, 2023, https://sakinsehiriznik.com/kurumsal/hakkimizda (Erişim Tarihi: 15.10.2023)

Ünal, M. & Zavalsız, Y.S. (2016). *Küreselleşme karşıtı bir hareket: Yavaş hareketi,* İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5(4), 889-912.

KENT PAZARLAMASI BAĞLAMINDA VATANDAŞ MEMNUNİYETİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: AMASYA BELEDİYESİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Gülpamuk GÖKÇE

Ondokuz Mayıs Üniversitesi,– 0000-0002-0628-5217

Doktor Öğretim Üyesi Burcu ALTIPARMAK

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, - 0000-0001-5805-9919

ÖZET

İnsanların yerleşik hayatı geçmesinden itibaren kentler insanlık tarihinin belirleyicisi olmuştur. Sanayi devriminden sonra ise kentleşme devrimi olarak ifade edilen süreçte niceliksel ve niteliksel olarak yeniden şekillenen kentler giderek hizmet sektörü, finans sektörü, yerel yönetim, sanayi ve üretim alanlarında önemli işlevler yüklenmiştir. Kent pazarlaması kentleşme sürecinin doğurduğu rekabetin sonucu olarak önemli bir çalışma alanına dönüşmektedir. Bu çalışmada kentler arasındaki rekabette etkili bir araç olan kent pazarlamasında yerel yönetimlerden olan belediyelerin halka kaliteli hizmet verebilmesi, halkın desteğini kazanması ve halkın memnuniyet düzeyini arttırarak yani o yerde yaşayanlarda tatmin oluşturarak kent pazarlamasının kentte yaşayanların memnuniyetini ve a kentten aldığı tatmini sağlamasına yönelik bakış açısı vurgulanmaktadır. Günümüzde geleneksel kamu yönetim anlayışı yerini artık vatandaş odaklı bir çağdaş kamu yönetimi anlayışına bırakmıştır. Eskiden kamu kurumları ne üretirse halk onu tüketir anlayışı ön planda olmaktaydı şimdi ise vatandaşların ihtiyaçlarına göre üretim ve hizmet sunma ön plandadır. Bu çalışmada vatandaş odaklı belediye hizmetlerinin vatandaşın memnuniyet düzeyini etkilemesi sorgulanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Amasya Merkez'de yaşayan vatandaşların Amasya Belediyesi'nin sunduğu hizmetlerden memnuniyet düzeyini ölçmektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle on kişilik örneklem grubuyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşme sonucunda veriler kodlanmış, kodlama sonrası elde edilen bulgulardan kategoriler ve temalar oluşturulmuştur. Veri analizinde tümevarımcı analizle elde edilen temalar sonuç kısmında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kent, kent pazarlaması, belediye hizmetleri, vatandaş memnuniyeti.

1. GİRİŞ

Kentler, sanayi devrimi öncesi ve sanayi devriminden sonraki dönem bakımından incelendiğinde farklı özelliklere ve yapılara sahiptirler. Sanayi Devrimi öncesinde kentlerin ekonomik yapısı ve sunduğu hizmetler görece kırsal yapıya benzemektedir. Sanayi Devriminden önce kırsal alandaki nüfus çoğunlukla geçimini tarım ve hayvancılıkla sağlamaktaydı. El emeği ve insan gücünün üretimin kaynağı olmaktaydı. Sanayileşmeyle

birlikte kentlerin ekonomik yapısı da değişmiştir. Sanayiye dayalı üretimle birlikte kentlerin çoğalması ve genişlemesi kent pazarlamasına olan ihtiyacı da arttırmıştır. (Altıparmak, 2016, s. 19)

Kent, belirli sınırlar içerisinde nüfusa sahip olan ve bu sınırlar içerisinde ticaret, hizmet gibi ekonomik faaliyetlerin geliştiği, sivil toplum örgütlerin giderek arttığı, sosyal ilişkilerin daha yoğun olduğu, belirli bir kriterlere sahip olan fiziki yerleşim alanıdır (Keskin, Sağocak, Vural, 2015, s. 26-27).

Kent pazarlaması ise, literatürde birçok farklı kavramlarla ifade edilse de basit tanımıyla klasik pazarlama anlayışının kentlere uygulanmasıdır. Kentlerin pazarlanması için yatırım yapan birçok şirketler günümüzde kentleri rekabet eden kurumlar haline getirmektedir. Bazı kentlerin cazibesi, iş dünyasına kazandırdığı kârı veya o yerde yaşayan insanların memnuniyet düzeyleri kent pazarlamasını doğurmaktadır (Altıparmak, 2016, s. 19-21). Kent pazarlamasında başarıyı etkileyen faktörler, o kenti çekici hale getiren unsurlar olmaktadır. Bu unsurlardan bir tanesi sert cazibe faktörleri içerisinde yer alan yerel yönetim tarafından oluşturulan destek ve hizmetlerdir (Aladağ, 2011, s. 3).

Yerel yönetimde hizmet kavramı, vatandaşların beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir. Yerel yönetim bir diğer adıyla belediye 5393 sayılı "Belediye Kanununda" yer alan tanıma göre; "Belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikli ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi"dir (Şahin, 2011, s. 58-59). Türkiye'de yerel yönetimler il özel idaresi, köyler ve belediyeler olmak üzere üç grupta toplanmaktadır (Akyıldız, 2012, s. 4418). Buradan anlaşılacağı üzere o bölgede yaşayan vatandaşların ihtiyaçlarını karşılamak ve onları memnun etmek yerel yönetimin en temel görevidir.

Sanayileşmenin gelişmesiyle beraber kentler de gelişmekte ve artık kentlerde özellikle kamu yönetim alanında vatandaş odaklı yönetim anlayışı hâkim olmaktadır. Belediyeler, vatandaşların kamu hizmetinden duyduğu memnuniyeti ölçebilen yönetim birimi olduğu için kent pazarlaması açısından da bir bütünlük oluşturmaktadır (Akyıldız, 2012, s. 4421). Böylelikle vatandaş odaklı belediye hizmetleriyle vatandaşın memnuniyetlik düzeylerini ölçülmekte ve kent pazarlaması ve kenti yapmak için hedef kitlenin tutumları incelenebilmektedir.

Amasya Belediyesi tarafından yapılan yenilikler, projeler ve sunduğu hizmetler göz önünde bulundurularak bu hizmetten yararlanan vatandaşların memnuniyet düzeyleri derinlemesine görüşme tekniğiyle ölçülmeye çalışılmaktadır.

Araştırma sorusu "Amasya Merkez'de yaşayan bireylerin Amasya Belediyesi'nin sunmuş olduğu hizmetlerden memnuniyeti kent pazarlamaları çalışmalarını etkiler mi?" olarak belirlenmiştir. Çalışmada Amasya kent pazarlamasına konu olan bir ürün olarak ele alınmakta ve belediye hizmetleri kent pazarlamasıyla ilişkili olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda çalışmanın kuramsal bölümünü kent kavramı, kent pazarlaması kavramı ve kapsamı oluşturmaktadır.

2. KENT, KENT PAZARLAMASI VE VATANDAŞ MEMNUNİYETİ

Keskin, Sağocak ve diğerlerine göre (2015, s. 26-27) Kent, belirli sınırlar içerisinde nüfusa sahip olan ve bu sınırlar içerisinde ticaret, hizmet gibi ekonomik faaliyetlerin geliştiği, sivil toplum örgütlerin giderek arttığı, sosyal ilişkilerin daha yoğun olduğu, belirli bir kritere sahip olan fiziki yerleşim alanı olarak tanımlanmaktadır.

Kent kavramının tanımı, tarihsel süreçte kentlere yüklenen işlevlerin farklılaşmasına paralel olarak değişmektedir. Sanayi Devrimi'nden itibaren toplumsal hayattaki değişimlere ve üretime bağlı olarak gelişen teknolojiyle birlikte kentleşme olarak adlandırılan süreç yaşanmaya başlamış ve kenti tanımlamada kullanılan ölçütler değişmiştir. Yayınoğlu ve Susar (2008, s. 15) sözü edilen farklılığın en önemli kaynağını üretimde kullanılan enerjiye bağlamakta, buna farklılaşmayı, uzmanlaşmayı, denetimi ve eşgüdümü eklemektedir. Bu bakış açısıyla sanayi öncesi kentinde insan ve hayvan gücüne dayalı üretim söz konusuyken, sanayi devrimi sonrası kentte cansız güç kaynakları kullanılmaktadır. Aynı zamanda farklılaşma ve uzmanlaşma çok az seviyede gerçekleşmektedir. Canatan (2012, s. 101) sanayi devriminin etkisiyle ortaya çıkan kentleşme devrimiyle Ondokuzuncu yüzyıl kentlerinin nüfusunun ilk kez kırsal nüfusun üstüne çıktığını vurgulamaktadır. Bu tarihten sonra kentsel nüfus her zaman kırsal nüfustan fazla olmuştur.

Kent aynı zamanda şehir isminde de kullanılıp idari sınırlar içerisinde kalan yerleşim yeri olarak adlandırılmaktadır. Bu idari sınırlar içerisindeki mahalli idari birimleri şehir, mahalli idari sınırlar dışında kalan yerlere köy denilmektedir. Buna dayanarak belediyeye bağlı ve bu sınırlar içerisindeki nüfusa şehirli veya kentli nüfus denmektedir (Keleş, 2020, s. 13). İdari ölçütün dışında ekonomik ölçüte göre kent Özer'in (2004, s. 4) ifadesine göre tarım dışı etkinliklerin yoğunlukta olduğu yerleşimlerdir.

Belli bir idari alanda yoğunlaşmış nüfus, tarım dışı ekonominin yoğunlukta olması, işbölümü, uzmanlaşma, denetim ve heterojenlik gibi özelliklerle nitelenen kentlerin ortaya çıkması ve gelişmesi açısından en önemli itici güç sanayi devrimi olmuştur. Sanayi devrimini insanlık tarihinin en önemli aşaması olarak belirten Özer (2004, s. 7) bu tarihten sonra kentlerin çekim merkezi haline geldiğini vurgulamaktadır. Sanayi devrimi kentleşme olarak adlandırılan süreci doğurmuş, kentleşme süreciyle artan kent sayıları ve kent nüfusu kentler arasındaki rekabetin oluşmasını sağlamıştır.

Kent pazarlaması litaratürde birçok farklı kavramlarla ifade edilmektedir. Bunlar urban marketing (şehir pazarlaması), place marketing (mekan pazarlaması), city promoting (kent tanıtımı), city marketing (kent pazarlaması) vs. ifadelerdir (Altıparmak, 2015, s. 55). Kent pazarlamasının kısaca tanımı, klasik pazarlama anlayışının kentlere uygulanmış halidir. Kent, o kente değer katan tüm unsurların bütünü ve bu unsurlardan daha fazlasıdır (Altıparmak, 2016, s. 21). Hospers'e göre (2011, s. 372) yerler insanları ürünlerden daha fazla etkilemektedir.

Madsen (1992, s. 633) kent pazarlamasında kentlerin belirli miktarda kaynakları olduğunu belirtirken bu kaynakları, altyapı, evler, kale, parklar, insanlar, müzeler şeklinde sıralamaktadır. Bir kent pazarlanırken bu kaynaklar onu ürün olarak değerlendirmekte ve imaj oluşumunda etkilidir. Kent pazarlamasında imajın önemine vurgu yapan Kahvecioğlu (2010, s.66) kentin farklılığını imaja dönüştürerek bunu tanıtmasının çekim gücünü de arttıracağını belirtmektedir.

Erickson ve Roberts (1997, s. 38), kent pazarlamasında hedef kitleyi kentte oturanlar, yatırımcılar ve ziyaretçiler olarak üç kategoriye ayırmaktadır. Yatırımcılar ve ziyaretçiler kente dışarıdan çekilmesi istenen grubu oluştururken kentte oturanlar kentin içinde yer alan, ikamet eden ve varlığını kentte sürdüren grubu oluşturmaktadır. Bu yüzden kentte oturanların tatmini anlamına gelen memnuniyet, kent pazarlamasının başarısı açısından önem kazanmaktadır.

Yerel yönetimler yerel halkın istek ve ihtiyaçlarının yerine getirme amacıyla oluşturulmuş kurumlardır. Bu kurumlar ve sivil toplum örgütleri ve özel sektörün belirli bir bölgede yaşayan insanların ortak ihtiyacını karşılamak ve kamu yararını sağlamak üzere sundukları ilgili yerel yönetim biriminin gözetim ve denetimi altındaki sürekli ve düzenli hizmetlere yerel hizmet denilmektedir (Şahin, 2011, s. 81). Yerel hizmetlerden vatandaş memnuniyetinin sağlanması için bazı tedbirlerin alınabileceği ileri sürülmektedir (Şahin, 2011, s. 55-56): Bunlar;

Hizmet standartların belirlenmesi

Bilgi verme açıklık ilkesinin kamu hizmeti sunumunda hâkim kılınması

Vatandaş tercihlerinin danışılarak öğrenilmesi

Maliyetin azaltılarak kalitenin artırılması

Vatandaşla doğrudan temas eden personelden yararlanılması

Hizmette eşitlik ve adaletin sağlanması

Vatandaş şikâyetlerini inceleyip çözümleyecek birimlerin oluşturulması

Belediyeler açısından kalite: belediye faaliyetlerinin her yere nüfuz eden sürekli bir işlev, hizmetlerin vatandaşların beklentilerini karşılamadaki uygunluğu, olarak tanımlanmaktadır. Halkın desteğini kazanmak için belediyenin hizmetinden yararlananlara kaliteli hizmet sunması gerekmektedir. Halk bu hizmetten yararlanmak için belediyenin aldığı kararlara katılması lazım ki halkın karara katılmasıyla istekler, talepler belirlenir ve böylece belediye halkın istediği hizmet kalitesini gerçekleştirebilir (İnce ve Şahin, 2011, s. 6).

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın modeli/deseni

Bu araştırmada, Amasya kentinde yaşayan vatandaşların belediyenin sunmuş olduğu hizmetten memnuniyet düzeyleri incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, kent pazarlaması açısından memnuniyet düzeylerini açıklamak için Durum Çalışması deseni kullanılmıştır. Durum deseni çalışması, bir duruma ilişkin olay ve olguları bütüncül bir yaklaşımla inceler ve bu olay olguların durumu nasıl etkiledikleri ve var olan durumdan nasıl etkilendikleri üzerine yoğunlaşır (Yıldırım & Şimşek, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 2021).

3.2. Çalışma grubu/Örneklem

Amasya kentinde ikamet eden ve farklı mesleklerde olan kişiler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklemi ise, tesadüfi olmayan örneklem belirleme yöntemi içinde yer alan amaçsal örneklemle belirlenmiştir. 10 kişiden oluşan örneklem grubuyla önceden randevu alınarak görüşme yapılmıştır. Vatandaşlar gönüllülük esasına göre belirlenmiştir. Görüşmeye

katılan vatandaşların 6sı kadın, 4'ü erkektir. Bu katılımcılar 18-35, 35-43 ve 43-74 yaş aralığında olan kişilerdir. Vatandaşlar öğrenci, avukat, öğretmen, işçi, esnaf, ev hanımı, din görevlisi, akademisyen ve emekli kişilerdir. Eğitim düzeyleri ise sadece üç vatandaşın öğrenim durumu lise geri kalan vatandaşların öğrenim durumu üniversite ve lisansüstü mezunudur. Araştırmanın amacı doğrultusunda farklı meslek gruplarına dâhil, Amasya kentinde yaşayan vatandaşlarla o şekilde görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla görüşme gerçekleşmeden önce her birine ön bilgilendirme için görüşme formu okunmuştur ardından görüşmeye başlanmıştır.

3.3. Veri toplama araçları/yöntemleri

Araştırmada birincil ve ikincil veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Önce litaratür taraması yapılmış, ikincil veri kaynakları olarak, konuyla ilgili kitaplar, tezler, istatistiksel veriler, daha önce yapılan çalışmalar, internet haberleri ve dergilerde yayınlanmış makalelerden oluşmaktadır. Birincil veri toplamak için Amasya kentinde yaşayan, farklı mesleklere sahip olan 10 vatandaşa yüz yüze olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmıştır. Bu teknik katılımcıların konu hakkındaki kişisel memnuniyetini, düşüncelerini ve bakış açılarını kendi ifadesiyle anlatmasına olanak tanımaktadır. Katılımcılara açık uçlu sorular sorularak görüşme esnasında sabit soruların dışında ortaya çıkan sorular tartışılmıştır. 24 Ocak 2023 ve 7 Şubat 2023 tarihleri arasında vatandaşlarla yüz yüze görüşme yapılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevaplar, tümevarımcı analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular vatandaşların verilen hizmetten memnuniyet düzeylerini inceleyerek kavram ve ilişkilere ulaşılmıştır. Tümevarımcı analiz yönteminde temel amaç, toplanan veri kaynaklarını açıklayabilecek kavramlara, olgulara, temalara ve ilişkilere ulaşmaktır. Tümevarımcı analizde araştırma daha derin bir incelemeye tabi tutulur, kavram ve temalar bu analizle ortaya çıkar (Yıldırım & Şimşek, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 2021).

Katılımcılar K1-K2-K3-K4-K5-K6-K7-K8-K9 ve K10 şeklinde kodlanmıştır. Aynı zamanda görüşmelerin kodlanması için birinci döngü ve ikinci döngü kodlama yöntemleri kullanılmıştır. Birinci Döngü Kodlama yöntemlerinden Ön kodlama ve In Vivo kodlama tercih edilmiştir. Ön kodlama, veriyi tek tek parçalara ayırır, derinlikli inceleme yapar varsa benzer ve farklılıklar bunları kıyaslar. Temel amaç, veri kodlanırken araştırmacının karşısına çıkabilecek tüm doğrultuları önceden fark edebilmektir. Kodlama yapıldıkça araştırmacı veriye ihtiyaç duyabilir veya veride değişiklik yapabilir. In Vİvo kodlama veriyi olduğu gibi kodlar. Araştırmacı kodlama yaparken mantıklı kod üretemediği zaman veriyi olduğu gibi kodlamaktadır. İkinci Döngü Kodlama Yöntemlerinden Odaklı kodlama ve Eksensel Kodlama yöntemi kullanılmıştır. Bu kodlamaların temel özellikleri, birinci döngü kodlamada üretilen kodlar ikinci döngü kodlamada tekrar kodlanır, birleştirilmesi gereken kodlar birleştirilir, en sık tekrar eden veya en önemli kodlar aranır ikinci döngü kodlama yöntemlerinden oluşturulan kategoriler, temalar geliştirilir (Saldana, 2022, s.105-244). Katılımcılarla elde edilen bulgular yedi ana tema altında tartışılmıştır. Görüşme sorularından elde edilen bulgular dokuz ana tema altında tartışılmıştır. Bu temalar; "Belediyenin Tanımı", "Amasya'nın Tanıtılmasında Belediyenin Rolü", "Kaliteli Yaşamda Belediyenin Rolü", "Amasya'nın Tanımı",

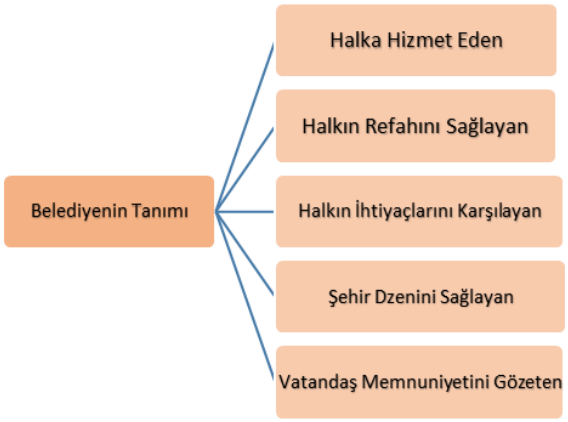
"Amasya'nın Cazibe Kenti Durumu", "Memnun Kalınan ve Kalınmayan Hizmetler", "Talep ve Şikâyette Belediyenin Tavrı", "Ziyaretçi Potansiyeline Halkın Tavrı" ve "Kent Pazarlaması ve Konumu" olarak belirlenmiştir. Bulguların zenginleştirmek için bu temalar altında katılımcı görüşlerine yer verilmiştir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

4.1 Belediyenin Tanımı

Belediyenin Tanımı kapsamında katılımcılara şu soru yöneltilmiştir: "Belediyeler/yerel yönetimler sizin için neyi ifade etmektedir?"

Elde edilen bulgulara göre "Belediyenin Tanımı" ana teması altında beş alt tema bulunmaktadır. Katılımcılara göre belediyeler/yerel yönetimler "Halka Hizmet Eden", Halkın Refahını Sağlayan", "Halkın İhtiyaçlarını Karşılayan", "Şehir Düzenini Sağlayan" ve "Vatandaş Memnuniyetini Gözeten" birim, kurum, kuruluş olarak nitelendirilmektedir. Bu temalar altında katılımcıların görüşlerine yer verilmiştir.

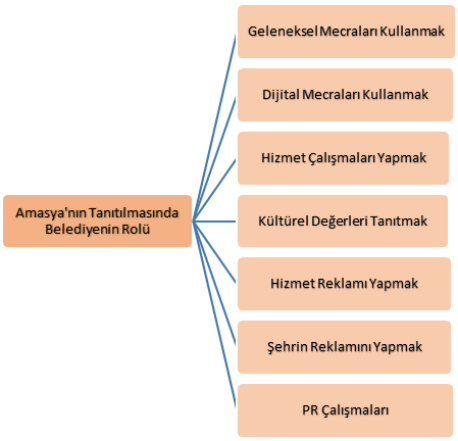


Görsel 1. Belediye tanımı

4.2 Amasya'nın Tanıtılmasında Belediyenin Rolü

Amasya'nın tanıtılmasında belediyenin rolü kapsamında katılımcılara "Amasya'da ikamet eden biri olarak Amasya'nın daha fazla tanınması için belediyenin rolünü nasıl tanımlarsınız?" sorusu yöneltilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, Amasya'nın tanıtılmasında "Geleneksel Mecraları Kullanmak", "Dijital Mecraları Kullanmak", "Hizmet Çalışmaları Yapmak", "Kültürel Değerleri Tanıtmak", "Hizmet Reklamı Yapmak", "Şehrin Reklamını Yapmak" ve "PR Çalışmaları" olarak yedi alt tema belirlenmiştir.

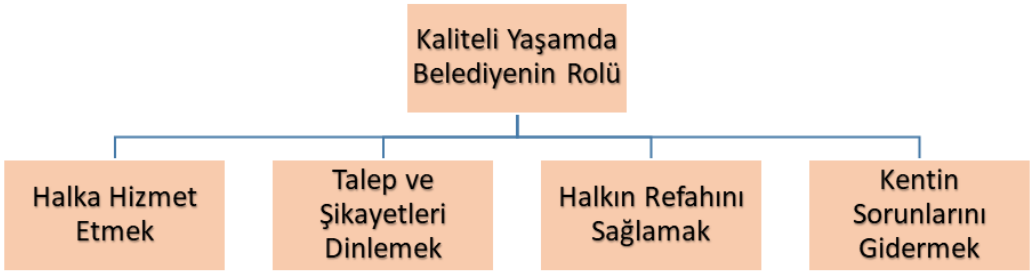


Görsel 2. Amasya'nın Tanıtımında Amasya Belediyesi'nin Görevleri

4.3. Kaliteli Yaşamda Belediyenin Rolü

Kaliteli Yaşamda Belediyenin Rolü kapsamında katılımcılara "Vatandaşların daha kaliteli ve konforlu yaşam sürmesi için sizce belediyenin rolü nedir?" sorusu sorulmuştur.

Elde edilen bulgulara göre, Kaliteli Yaşamda Belediyenin Rolü "Halka Hizmet Etmek", "Talep ve Şikâyetleri Dinlemek", "Halkın Refahını Sağlamak" ve "Kentin Sorunlarını Gidermek" olmak üzere dört alt tema olarak belirlenmiştir.



Görsel 3. Kaliteli Yaşamda Belediyenin rolü

4.4 Amasya'nın Tanımı

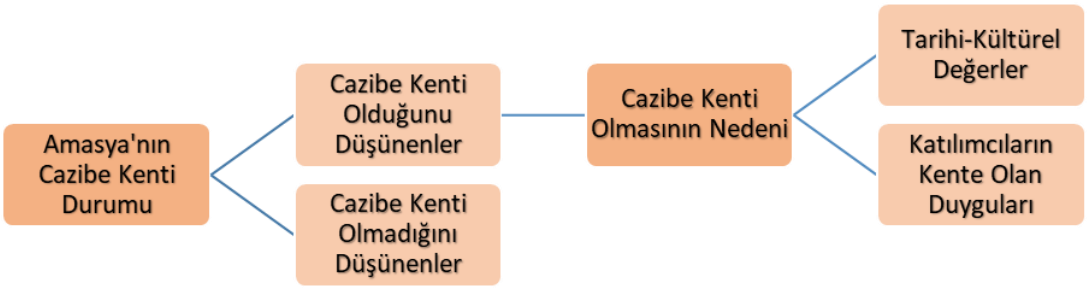
Amasya'nın Tanımı kapsamında katılımcılara "Amasya ile ilgili aklınıza ilk ne geliyor, yani Amasya'yı tanımlayacak olursanız nasıl açıklarsınız?" sorusu yöneltilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre Amasya'nın Tanımı "Akla İlk Gelenler" ve "Amasya'nın Bir Cümle Tanımı" olmak üzere iki ana tema olarak belirlenmiştir. "Akla İlk Gelenler" temasında "Yeşil Irmak Cazibesi", "Amasya Misket Elması", "Ferhat İle Şirin Âşıklar Şehri" ve son olarak "Şehzadeler Şehri" olmak üzere dört alt tema keşfedilmiştir. "Amasya'nın Bir Cümle Tanımı" temasında ise Amasya'nın "Tarihi Bir Kent Olması" ve "Huzur, Güven ve Samimiyetin Şehri" olarak iki alt tema oluşturulmuştur.

4.5 Amasya'nın Cazibe Kenti Durumu

Amasya'nın Cazibe Kenti Durumu kapsamında katılımcılara "Amasya'nın cazibe kenti olduğu konusundaki fikirleriniz nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre Amasya'nın Cazibe Kenti Durumu "Cazibe Kenti Olduğunu Düşünenler" ve "Cazibe Kenti Olmadığını Düşünenler" olmak üzere iki ana tema altında değerlendirilmiştir. Daha sonra bu temaların katılımcı görüşleriyle gerekçelerine yer verilmiştir. Cazibe kenti olduğunu düşünenlerin ve düşünmeyenlerin gerekçeleri alt temalar olarak belirlenmiştir. Katılımcılardan 7 tanesi cazibe kenti olduğunu düşünürken 3 tanesi cazibe kenti olmadığını vurgulamıştır.



Görsel 4. Amasya'nın Cazibe Kenti Olma Durumu

4.6 Memnun Kalınan ve Kalınmayan Hizmetler

Amasya Belediyesi'nin vermiş olduğu hizmetlerden Memnun Kalınan ve Memnun Kalınmayan Hizmetler kapsamında katılımcılara "Amasya Belediyesi'nin vermiş olduğu hizmetler ve faaliyetlerle ilgili memnuniyet düzeyinizi açıklar mısınız?" ve "Amasya'da yaşayan biri olarak Amasya ile ilgili hangi yönlerin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?" iki ayrı soru yöneltilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre ilk sorunun ana teması "Memnun Kalınan Hizmetler olarak belirlenirken, ikinci sorunun ana teması "Memnun Kalınmayan Hizmetler" yani geliştirilmesi gereken hizmetler olarak belirlenmiştir. "Memnun Kalınan Hizmetler" temasında "Sosyal Aktiviteler", "Belediye Hizmetleri" ve "Vatandaşı Memnun Etmek" alt temaları yer alırken "Memnun Kalınmayan Hizmetler" yani Amasya'nın geliştirilmesi gerektiğini düşünülen hizmetler "Yeşil Alan ve Aktivite Yetersizliği", Kısıtlı İş İmkânı", "Hoparlördeki Ses Sistemi", "Ulaşım ve Amasya'nın Pahalı Olması" ve son olarak "Hayvan Barınağı Sorunu" olarak belirlenmiştir.

4.7 Talep ve Şikâyette Belediyenin Tavrı

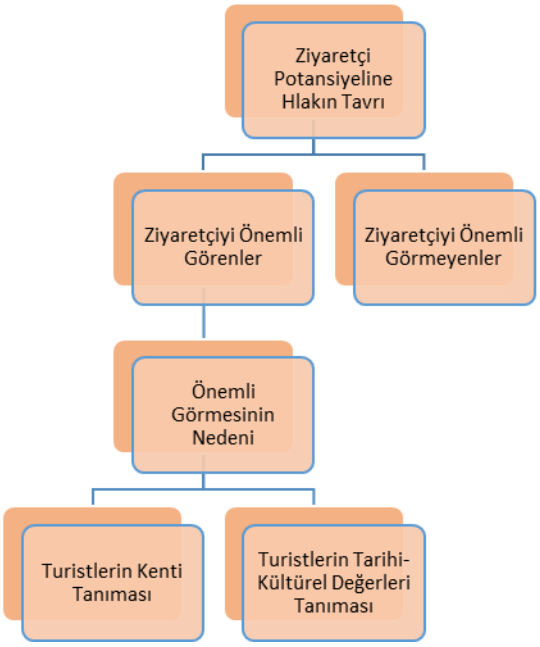
Amasya Belediyesi'ne yöneltilen istek, talep ve şikâyette belediyenin tavrı kapsamında katılımcılara "Amasya Belediyesi'ne yöneltilen istek, talep ve şikâyet konusundaki belediyenin tavrını nasıl değerlendirirsiniz?" sorusu sorulmuştur.

Elde edilen bulgulara göre, istek ve şikâyet konusunda belediyenin yaklaşımı "Şikâyet ve İstekte Bulunanlar" ve "Şikâyet ve İstekte Bulunmayanlar" ve "Tavsiye ve Öneriler" olmak üzere üç ana tema belirlenmiştir. "Şikâyet ve İstekte Bulunanlar" kısmı "Geri Dönüş Alanlar" ve "Geri Dönüş Almayanlar" olmak üzere iki alt tema altında katılımcı görüşleri elde edilmiştir. Buna göre katılımcılardan 5 tanesi talep ve şikayette bulunmuş, bunlardan 3 tanesi geri dönüş

almıştır. 2 tanesine ise geri dönüş yapılmamıştır. Geri kalan katılımcılar talep veya şikayette bulunmadıklarını belirtmişlerdir.

4.8 Ziyaretçi Potansiyeline Halkın Tavrı

Elde edilen bulgulara göre, Ziyaretçi çekme potansiyeline karşı Amasya halkının tavrı "Ziyaretçiyi Önemli Görenler" ve "Ziyaretçiyi Önemli Görmeyenler" olmak üzere iki ana temada değerlendirilmiştir. Bu iki temanın gerekçeleri alt temalar oluşturarak katılımcı görüşleriyle açıklanmış ve aşağıdaki görseldeki verilere ulaşılmıştır. Katılımcıların 7 tanesi Amasya'ya turist ve ziyaretçi gelmesine olumlu yaklaşırken 3 tanesi bu durumu olumsuz karşılamaktadır.



Görsel 5. Ziyaretçi Potansiyeline Halkın Tavrı

4.9 Kent Pazarlaması Tanımı ve Konumu

Kent Pazarlaması Tanımı ve Amasya'nın Kent Pazarlaması Konumu kapsamında katılımcılara ""Kent pazarlaması, şehrin markalaşması deyince aklınıza ilk ne geliyor?" ve "Amasya'nın kent pazarlaması konusunda nasıl bir konumda olduğunu düşünürsünüz?" iki ayrı soru yöneltilmiştir.

İki ayrı sorudan elde edilen bulgulara göre Kent Pazarlaması Tanımı ve Konumu "Kent Pazarlaması Tanımı" ve "Amasya'nın Kent Pazarlaması Konumu" olarak iki ana temada değerlendirilmiştir. Kent Pazarlaması Tanımı "Halk ve Ziyaretçi Memnuniyeti", "Belediye Hizmetleri", "Kent ve Ürünlerini Tanıtmak" ve son olarak "Kalite, İmaj ve Rekabet" olmak üzere dört alt temadan oluşurken "Amasya'nın Kent Pazarlaması Konumu" Amasya'nın Kent pazarlaması konumunu "Başarılı Bulanlar, "Orta Düzeyde Bulanlar" ve "Başarılı Bulmayanlar" olmak üzere üç alt temadan oluşmaktadır.

Katılımcılardan 5 tanesi kent pazarlamasıyla vatandaşları ve turistleri memnun etmenin ilgili olduğunu, katılımcılardan 4 tanesi kent pazarlamasının belediye hizmetleriyle ilgili olduğunu, bu cevaplar içinden kalite, imaj, rekabet gibi konulara da vurgu yapılmıştır. Kent pazarlaması

açısından Amasya değerlendirildiğinde 5 katılımcı başarılı bulduğunu, 2 katılımcı orta düzey değerlendirdiğini, 3 katılımcı ise başarısız bulduğunu belirtmiştir.

5. GENEL DEĞERLENDİRME

Amasya'nın Tanıtılmasında Belediyenin Rolü kapsamında elde edilen bulgular iki alt tema altında değerlendirilmiştir. Amasya halkına göre Amasya'nın tanıtılmasında belediyenin görevleri "Reklam mecralarını kullanmak" ve "Tanıtım faaliyetlerinde bulunmak" olarak nitelendirmişlerdir. Yerel halkın görüşlerinden yola çıkarak Amasya Belediyesi Amasya'nın tanıtımında geleneksel ve dijital medya kullanmalı aynı zamanda Amasya kenti, yapılan hizmetler ve kentin kültürel değerleri tanıtılmalıdır. Kavanoz ve Erdem (2017, s. 1977)Trabzon ilinde yaptıkları çalışmada Trabzon'un tanıtım stratejileri için TTSO ve Trabzon İl Kültür Müdürlüğü'nün dijital mecrayı etkin kullandığını tespit etmişlerdir. Yerel yönetimlerin aksine dijital mecrayı kullanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Okmeydan (2018, s. 131) kent markasına yönelik yaptığı bir çalışmada İzmir kentinin marka kent olmasında dijital medya ve geleneksel medyanın öneminden bahsetmektedir. Sosyal medya da önemli konuma sahip olan bloggerlar ve YouTuberlar deneyimlerinden yol çıkarak yaptıkları yorum sayesinde kentin Viral Pazarlaması oluşumunda katkı sağlamışlardır. Geleneksel medya sosyal medya ile desteklenerek kentin tanıtılmasında olanak sağlayacağı belirtilmiştir.

Vatandaşların kaliteli ve Konforlu Yaşam Sürmesinde Amasya Belediyesi'nin Rolü kapsamında elde edilen bulgular dört alt temada değerlendirilmiştir. Amasya halkına göre vatandaşların kaliteli ve konforlu yaşam sürmesinde Amasya Belediyesi'nin görevleri "halka hizmet etmek", "talep ve şikâyetleri dinlemek", "halkın refahını sağlamak" ve "kentin sorunlarını gidermek" olarak değerlendirilmiştir. Turan ve Songur (2017, s. 40) Ankara iline bağlı Şereflikoçhisar Belediyesi'ne yönelik yaptıkları çalışmada yerel halkın Şereflikoçhisar Belediyesi'nden en çok önemsediği hizmetler halkın refahını sağlayan, kentin sorunlarını gideren faaliyetler olduğunu belirtmiştir. En az önemsenen hizmetler ise belediye inşası ve belediye içindeki nesneler, malzemeler olduğunu saptamışlardır.

Amasya'nın Tanımı kapsamında elde edilen bulgular iki alt tema altında değerlendirilmiştir. Amasya halkına göre Amasya deyince akla ilk gelenler "Yeşilırmak ve Misket Elma" ve "Âşıklar ve Şehzadeler Şehri" olarak algıladıklarını belirtmişlerdir. Amasya'nın Bir Cümle Tanımı ile ilgili Amasya halkına göre "Amasya'nın tarihi bir kent olması" ve "Amasya'ya olan Duygusal Bağımlılığı" olarak tanımlamışlardır. Yeşilırmak, misket elma, Ferhat ile Şirin, Şehzadeler şehri ve Amasya'nın tarihi dokusu Amasya'nın kimliğini oluşturan unsurlardır. Amasya'nın kimliği aynı zamanda Amasya'nın imajını oluşturmaktadır. Koçyiğit ve Diker (2021, s. 54) Konya Mevlana Müzesi kent imajına yönelik ziyaretçi algılarını incelemişler elde edilen bulgular sonucunda ziyaretçilerin kent imajını olumlu yönde algıladıkları ortaya çıkmıştır. Olumlu algılamaların nedeninde, kent dokusundan hoşlanmaları, mistik ile manevi değerlerin olması, diğer kişilere tavsiye etme ve yeniden ziyaret etme gibi önemli etkenler olduğu saptanmıştır.

Amasya'nın Cazibe Kenti Durumu kapsamında elde edilen bulgular Amasya kentinin "cazibe kenti olduğunu düşünenler" ve "cazibe kenti olmadığını düşünenler" olmak üzere iki alt temada değerlendirilmiştir. Her iki temanın da gerekçesine yer verilmiştir. Amasya kentinin cazibe olduğunu düşünenlerin çoğu "kentin tarihi-kültürel değerlerin korunması" ve "vatandaşların

kente olan samimi duyguları" olarak gerekçelerini açıklamışlardır. Amasya'nın cazibe kenti olmadığını düşünenler ise, kentte iş imkânlarının kısıtlı olması, sağlık sektöründe alan, doktor yetersizliği, kentte gezilecek yerin olmaması, belediye başkanın yerel halkın ihtiyaçlarından çok ziyaretçi potansiyelini ön planda tutması gibi nedenlerden dolayı Amasya kentinin cazibe kenti olmadığını düşünmüşlerdir. Şolt (2018, s. 142) Karadeniz Ereğli'de yaptığı çalışmada kentin cazibesinin arttırılması için belediyelerin ve sivil toplum kuruluşlarının ortak çalışmalar yapması gerektiğini önermiştir.

Memnun Kalınan ve Kalınmayan Hizmetler kapsamında elde edilen bulgular "Memnun kalınan hizmetler" ve "Memnun kalınmayan hizmetler" olmak üzere iki alt tema altında değerlendirilmiştir. Amasya Belediyesi'nin sunmuş olduğu hizmetlerden en çok memnun kalınan hizmetler Sosyal aktiviteler (konser, özel gün etkinlikleri, tiyatro, Ramazan etkinlikleri…) , Yerel yönetim hizmetleri (Serçoban Peyzaj Çalışması, diğer hizmetler…), Belediye başkanının ulaşılabilir olması gibi vatandaşın memnun olduğu hizmet ve faaliyetlerdir. Amasya Belediyesi'nin sunmuş olduğu hizmetlerden en çok memnun kalınmayan, geliştirilmesi gerektiği düşünülen hizmetler ise, yeşil alan ve sosyal aktivite yetersizliği, kısıtlı iş imkânı, hoparlördeki ses sitemi, ulaşımın ve Amasya'nın pahalı bir kent olması, altyapı sorunu ve Hayvan Barınağı sorunu olarak belirlenmiştir.

Talep ve Şikâyette Belediyenin Tavrı kapsamında elde edilen bulgular üç alt tema altında değerlendirilmiştir. Amasya halkının Amasya Belediyesi'ne karşı "İstek ve şikâyette bulunanlar", "istek ve şikâyette bulunmayanlar" ve Amasya Belediyesi'nin talep ve şikâyetlere karşı yaklaşımı konusunda "Tavsiye ve öneriler" olarak belirlenen alt temalar tartışılmıştır. Katılımcılardan beş kişi Amasya Belediyesi'ne karşı istek ve talebi olmuştur bunlardan sadece üç kişi olumlu geri dönüş alırken diğer iki katılımcı olumsuz geri dönüş almışlardır. İstek ve şikâyette bulunanların arzuhalleri köy okuluna yardım, mahalleye hoparlör talebi, başıboş köpeklerin toplanması ve park kenarında tehlikeli demirlerin kesilmesi, merkezden uzak konumuna servis talep etmek, ırmaktan geçen kanalizasyon borusu şikâyeti olmuştur. Şikâyetlerini genellikle Amasya Belediyesi'nin e-belediyecilik uygulaması olan Hilâl Masa'ya iletmişlerdir." Katılımcılardan altı kişi Amasya Belediyesi'ne karşı hiçbir talep ve şikâyette bulunmadıklarını dile getirmişlerdir. Her iki kısmında bu konuda öneri ve tavsiyede bulunmuşlardır. Amasya belediyesi halkın talep ve şikâyetlerini dinlemeli, bu talep ve şikâyetlere geri dönüş yapmalı, halkın istek ve ihtiyaçlarını yerine getirmeli ve belediye başkanı her zaman ulaşılabilir başkan olmalı gibi öneriler sıralanmıştır. Azaklı (s. 251) Ege Bölgesi'nde yaptığı çalışmasında belediye başkanlarının yerel halkın talep ve şikâyetlerini dinleyip değerlendirmede örgütlenmiş, sistemli, objektif yapının olmadığını tespit etmiştir. Hizmet önceliği sırasında diğer hizmetlerle kıyaslanmış yerel halkın talep şikâyetleri konusunda belediye başkanlarının dikkate almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Uyar ve Mecek (2016, s. 156) Afyonkarahisar Belediyesi'ne yönelik yaptığı çalışmada halkın talep ve şikâyetlerinin iletildiği Beyaz Masa adlı online belediye uygulamasının büyük rağbet gördüğünü ve yapılan başvuruların çoğu kısmının çözüldüğü tespit edilmiştir. Beyaz Masaya yapılan başvurular genellikle günlük hayatta karşılaşılan sorunlar, altyapı problemleri, kültürel etkinlikler, ulaşım vb. gibi konulardır. Alodalı vd. (2012, s. 93) Akdeniz Bölgesi'nde yaptıkları çalışmada belediyelerin çoğunda e-belediyecilik uygulaması olan Beyaz Masa kapsamında yerel halkın

talep ve şikâyetlerini, önerilerini alındığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda e-posta yoluyla belediye başkanlarına doğrudan mesaj iletebildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ziyaretçi Potansiyeline Karşı Amasya Halkının Tavrı kapsamında elde edilen bulgular "Ziyaretçiyi önemli görenler" ve "Ziyaretçiyi önemli görmeyenler" olmak üzere iki alt temada değerlendirilmiştir. Amasya halkının çoğu, kente gelen ziyaretçiyi önemli görmektedir nedeni ise, yerli yabancı turistlerin Amasya kentini ve tarihi-kültürel değerlerin tanıması olarak belirlenmiştir. Amasya kentine gelen ziyaretçi potansiyelini önemli görmeyenler az sayıda katılımcı olmakla birlikte gerekçelerini açıklamışlardır. Ziyaretçiyi önemli görmemelerin nedeni, belediyenin öncelikli olarak halkın ihtiyaçlarına karşılık vermemesi, kentin küçük olmasından dolayı kalabalık turist kafilesinin uygun görülmemesi, Amasya'nın ziyaretçi potansiyelinin altında kalması gerekçelerle açıklanmıştır.

Kent Pazarlaması Tanımı ve Konumu kapsamında elde edilen bulgular "Kent Pazarlaması Tanımı" ve "Amasya'nın kent pazarlaması konumu" olarak iki alt temada değerlendirilmiştir. Amasya halkına göre kent pazarlaması, halk ve ziyaretçi memnuniyeti, belediye hizmetleri, kent ve ürünlerini tanıtmak son olarak kalite, imaj ve rekabet olarak tanımlamaktadır. Amasya'nın kent pazarlaması konumunu katılımcılardan beş kişi başarılı bulmuş, iki katılımcı orta düzeyde bulurken, üç katılımcı Amasya'yı kent pazarlaması açısından başarılı bulmamıştır. Başarılı bulanların gerekçeleri, belediyenin halka olan hizmeti, turistlere kent imajı kazandırması, kente has kültürel değerlerin korunması, turizm açısından yatırımlar yapılması gibi nedenler sıralanmıştır. Orta düzeyde bulanlar Amasya kentinin bazı illere göre zayıf kalması ve hizmetlerin yeterli gelmemesi olarak düşüncelerini dile getirmişlerdir. Başarılı bulmayan vatandaşlar belediye başkanın TV'de sürekli idari işlerden bahsetmesi, yetersiz belediye hizmetleri ve kentin marka ürünlerini pazarlayamama sorunu olarak nedenlerini belirtmişlerdir. Kent Pazarlaması, şehrin temel istek ve ihtiyaçların belirlenmesi ve karşılanmasıdır. Müşteri grupların ve şehir toplumunun refahını sağlayacak şekilde istek ve ihtiyaçların karşılanması o kenti rakipleri tarafından tehlikeye atmaz hatta daha verimli bir şekilde iyileştirir. Çünkü, pazarlamasının özünde kâr elde etmek vardır. Kısacası kent pazarlaması, pazarlama araçlarının koordineli bir şekilde kullanımı olarak tanımlanmaktadır (Braun, 2008, s. 47).

Sonuç olarak Amasya'da yaşayan bireylerin Amasya Belediyesi'nin sunmuş olduğu hizmetlerden memnuniyeti kent pazarlaması çalışmalarını olumlu yönde etkilemiştir.

Yerel yönetime yönelik öneriler;

Amasya'nın daha fazla tanınması için Amasya Belediyesi, iletişim kanallarını ve pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde kullanmalıdır.

Halkın kaliteli ve konforlu yaşam sürmesi için Amasya Belediyesi; belediye hizmetlerinde vatandaş odaklı olmalı, halkın refahını sağlamalı, talep ve şikâyetleri dinlemeli ve kentin sorunlarını gidermelidir.

Amasya'nın cazibe merkezi olmadığını düşünenlerin gerekçelerinden yola çıkarak kentte iş sahaları çoğaltılmalı, sağlık sektöründe doktor ve alan çeşitliliği arttırılmalı, gezilecek yerler çoğaltılmalı ve yerel halkın ihtiyaçlarına hizmet önceliği verilmelidir.

Amasya halkının memnun kalmadığı hizmetler göz önünde bulundurularak Amasya Belediyesi;

Yeşil alan ve park hizmetlerine yönelik çalışmalar arttırılmalıdır,

Sosyal aktiviteler arttırılmalıdır,

İş imkânları çoğaltılarak gençlerin rahatlıkla iş bulmasına yardımcı olunmalıdır,

Hoparlördeki ses sistemi iyileştirilip daha anlaşılır, kaliteli hale getirilmelidir,

Şehir içi toplu taşıma bilet fiyatları daha makul düzeye indirilmelidir,

Amasya'nın genel fiyat konusunda fahiş fiyatları zabıta tarafından sık sık denetlenmelidir,

Sık sık karşılaşılan altyapı sorunu daha derin çözüm odaklı çalışılarak uzun vadeli bir şekilde bu sorun giderilmelidir,

Hayvan barınağı sorununa köklü bir çözüm getirilmelidir.

Amasya Belediyesi yerel halkın talep ve şikâyetlerini dinlemeli, tatmin edici geri dönüşler yaparak istek ve şikâyetler yerine getirilmelidir. Sosyal medyayı kullanamayan kesim için belediye başkanı mahalle ziyaretlerine devam etmelidir.

Amasya kentine daha fazla ziyaretçinin gelmesi için Amasya Belediyesi, turizm çalışmalarını arttırılmalı ve yeni medya ve iletişim kanallarını etkin bir şekilde kullanarak kentin tanıtımını, reklamını yapmalıdır.

Amasya'nın kent pazarlama konumunu daha ileri düzeye çıkarmak için belediye başkanı dijital ve geleneksel basında sürekli idari işlerden bahsetmemeli, belediye hizmetleri arttırılmalı, belediye başkanı vizyonunu geniş tutarak kentin marka ürünlerini etkili bir şekilde pazarlamalıdır.

KAYNAKÇA

Akyıldız, F., *Belediye Hizmetleri ve Vatandaş Memnuniyeti: Uşak Belediyesi Örneği.* Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 4415-4436, 7(26), 2012

Aladağ, Ö. F. (2011). Kent Pazarlaması ve Marka Kentlerin Geliştirilmesinde Başarıyı Etkileyen Faktörler. Uzman Fırat Kalkınma Ajansı, Planlama Programlama ve Koordinasyon Birimi.

Alodalı, F. B., Tuncer, A., Usta, S., Halis, M., *Yerel Yönetimlerde E-Belediyecilik Uygulamaları: Akdeniz Bölgesi Örneği*. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 84-95, 1(1), 2012.

Altıparmak, B., *Kent Pazarlamasında İletişim Yöntemiyle Kentlilik Bilincinin Geliştirilmesi,* Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015.

Altıparmak, B., *Kent Pazarlamasında Kentlilik Bilincinin Geliştirilmesi*. Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi, 18-28, 1(1), 2016.

Arslan, H., *Belediye Hizmet ve Yönetiminden Memnuniyet Düzeyi Araştırması*, ÇKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 37-56, 10(2), 2019.

Azaklı, S., *Belediye Hizmetlerinde Bilinçli Strateji Geliştirme Süreci ve Sorunları (Ege Bölgesi Örneği)*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Mahalli İdareler ve Yerinden Yönetim Bilim Dalı, 1999.

Braun, E., *City Marketing Towards An Integrated Approach.* Erasmus University Erasmus Research Instute Of Management (ERIM), Rötterdam, 2008.

Canatan, K., *Batı Kenti*, 91-105, ed. Köksal Alver, Kent Sosyolojisi, Hece Yayınları: Ankara, 2012.

Erickson, B., Roberts, M., *Marketing Local Identity*. Journal of Urban Design, 35-59, *2*(1), 1997.

Hospers, G. J., *Places Marketing In Shrinking Europa: Some Geographical Notes*, Tijdscfrift Voor Economsche En Sociale Geografie , 369-375, 102(3), 2011.

İnce, M., Şahin, K., *Belediye Hizmetlerinde Vatandaş Memnuniyeti Ölçümü: Selçuklu Belediyesi Örneği*, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 1-22, 11(22), 2011.

Kahvecioğlu, Y. K., *21. Yüzyıl Kentleri,* 49-76, ed. Elif Karakurt Tosun,Geç Kapitalizm, Tüketim Toplumu ve Kent, Ekin Basın Yayın Dağıtım Yayınevi: Bursa, 2010.

Kavanoz, S. E., Erdem, N., *Küreselleşme Sürecinde Kent Pazarlama Stratejisi Olarak Kente Özgü Değerlerin İletişim Ağlarında Kullanımı: Trabzon Örneği*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1961-1978, 54 (15), 2017.

Keleş, R. Y., *Şehir ve Bölge Planlaması Bakımından Şehirleşme Hareketleri,* Palme Yayınevi: Ankara 2020.

Keskin, E. B., Sağocak, M., Vural A. T., *Kentlilik Bilinci Çalışmaları İçin Bir Model Önerisi: Bursa'da Kentlilik Blinci Araştırması*, Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 21-43, 11(1), 2015.

Koçyiğit, M., Diker, E., *Kent İmajının Sosyo-Demografik Değişkenlere Göre İncelenemesi: Konya Mevlana Müzesi Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma*, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 45-58, 12 (1), 2021.

Madsen, H., *Place-Marketing in Liverpool: A Review,* International Journal of Urban and Regional Research, 633-640, 16(4), 1992.

Okmeydan, S. B., *Marka Kent Olmaya Giden Yol: İzmir'de Kent Markası Çalışan İletişim Akademisyenlerine Yönelik Bir Araştırma*, The Journal of International Scientific Researches, 111-134, 3 (4), 2018.

Özer, İ., *Kentleşme, Kentlileşme ve Kentsel Değişme*. Ekin Yayınevi: Ankara, 2004.

Saldana, J., *Nitel Araştırmacılar İçin Kodlama El Kitabı.* (Çev.: A. Tüfekçi ve S. N. Şad). Pegem Akademi: Ankara, 2022.

Şahin, K., *Belediye Hizmetleri ve Hizmet Kalitesine Yönelik Vatandaş Memnuniyetin Ölçümü.* Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011.

Şolt, B. H., *Zonguldak Ereğli Kent Markalaşması ve Kentsel İmaj Algısı*, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 128-144, 16, 2018.

Turan, A., Songur, L., *Belediye Hizmetlerinde Halkın Beklentileri: Şereflikoçhisar Örneği*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16-45, 54, 2017.

Uyar, A., Mecek, M., *Kent Bilincinin Oluşturulması İle Hizmet Pazarlaması Aracı Olarak Beyaz Masa Uygulaması ve Hukuki Yapısı: Afyonkarahisar Belediyesi Örneği*, Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 143-157, 11, 2016.

Yayınoğlu, P.E., Susar F., *Kent, Görsel Kimlik ve İletişim*, Umuttepe Yayınları: Kocaeli, 2008.

Yıldırım, A., Şimşek, H., *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Seçkin Yayıncılık: Ankara, 2021.

GELENEKSEL REKLAM VE ADVERTORİAL REKLAMIN REKLAMDA KABUL VE REKLAMDAN KAÇINMA DAVRANIŞI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Yaşar TUNCEL

Ondokuz Mayıs Üniversitesi,– 0000-0003-1910-1365

Doktor Öğretim Üyesi Burcu ALTIPARMAK

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, - 0000-0001-5805-9919

ÖZET

Reklam rekabetinin artması ve marka olma bilincinin gelişmesi ile birlikte her geçen gün farklı ve yeni reklam türleri ortaya çıkmakta ve tüketicilerin maruz kaldığı mesaj yoğunluğu giderek artmaktadır. Bu sebeple reklamların yaşanan reklam kirliliği içerisinde fark edilme ihtimali azalmış, tüketicinin dikkatini çekmek ve onu yakalayabilmek daha zor hale gelmiştir. Reklam rekabeti içerisinde birçok farklı reklam modeli ve stratejilerine yönelen reklam verenlerin kullandıkları reklam türleri arasında kendisine etkin bir yer edinen geleneksel reklam ve advertorial reklamın amaçladıkları etkiye ulaşıp ulaşamadığı reklam etkisi açısından önemli bir sorundur. Çünkü günümüzde işletmeler açısından reklam bütçeleri oldukça önemli bir yer kaplamakta ve markalaşma adına yapılan önemli bir gideri oluşturmaktadır.

Bu bağlamda araştırmanın genel amacı, sektörel olarak basılı reklamlarda kullanılan geleneksel reklam ve advertorial reklamın, reklamda kabul ve reklamdan kaçınma davranışı bağlamında incelenerek, hangi reklam türünün tüketicide istendik yönde tutum ve davranış oluşturacağının tespit edilmesidir. Bu amaçla nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay incelemesi tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda reklamda kabul ve reklamdan kaçınma davranışları bağlamında karşılaştırıldığında advertorial reklam örneğinin reklamda kabul motivasyonları ile yüksek oranda örtüştüğü bilgi ve fayda sağlama özellikleri ile hedef kitle ile arasında duygusal bir bağ kurduğu öngörülmektedir. Geleneksel reklam türünün ise özellikle çok sayıda benzer reklam bulunması, kısıtlı bilgi aktarımı ve direk satış amacında olması sebepleri ile daha çok reklamdan kaçınmaya sebep olan etkenleri taşıdığı öngörülmektedir. Araştırma bu öngörüleri sınamak için tasarlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel reklam, advertorial reklam, reklamdan kaçınma, basılı reklam

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Reklam

Günümüzde reklam, toplumsal hayatın her anına, akla gelecek her türlü ortamı kullanmak suretiyle yayılan bir iletişim aracıdır. Kurumlar, markalar, ürünler ve hizmetler arasındaki rekabetin artması, reklam ortamlarının çeşitlenmesi, hedef kitlenin dikkatini çekmek için

reklamda yaratıcılığın ve ilgi çekiciliğin giderek daha da önem kazanması gibi durumlar reklama olan gereksinimi arttırmakta ve reklamın daha etkili hale getirilme zorunluluğunu doğurmaktadır. Apak ve Kasap (2014, s. 51) günümüzdeki reklam sektörünün boyutunu anlatmak için tüketicilerin reklamla kuşatıldığını ve reklamın vermek istediği mesajı birçok farklı araçla ilettiği için reklamdan kaçınmanın mümkün olmadığını vurgulamaktadır. Reklamcılık sektörünü bu kadar büyüten gelişmeler, reklam mesajını taşıyacak ortamların çeşitlenmesi, üretilen ürünlerin ve aynı ürünü üreten işletmelerin çeşitlenmesi, bu çeşitliliğin rekabeti arttırması, insan nüfusunun giderek çoğalması ve insanların ihtiyaçlarının çeşitlenmesi gibi durumlar olarak sıralanabilir.

Green (2012, s. 6)'e göre reklam, insanların belirli bir şekilde düşünmesini, hareket etmesini ve ya bilgi elde etmesini sağlamaya yönelik, bir bedel karşılığında, bireyler ve ya şirketlerin uyguladığı bir iletişim şeklidir. Bu tanıma göre reklam bir iletişim biçimidir ve reklamın amacına uygun olarak hedef kitlede yapmak istediği etki vurgulanmaktadır. Bu yaklaşımla reklamın amacı insanların istendik şekilde düşünmesini sağlamak, istendik şekilde davranmasını sağlamak ve reklamı yapılan ürün, hizmet, kurum ya da konu hakkında bilgi edinmesine teşvik etmektir.

Berger (2016, s. 12) reklamın sürekli olarak dikkat çekmeye çalıştığını, bunu gerçekleştirdikten sonra ise reklamı yapılan ürün veya hizmetin satın alınmasını sağlayacak bir arzu yaratmayı amaçladığını belirtmektedir. O'na göre reklam sadece kültürü veya toplumları şekillendirmez bunun yanında aynı zamanda bedenleri ve sağlığı da etkiler ve reklamcılık insanlara ne istediklerini onlar daha ne istediklerini bilmeden önce söyler. Bu yaklaşımla reklam tüketicilerin belirli ürün ve hizmete karşı isteklerini oluşturan ve yönlendiren bir iletişim biçimidir. Dyer (2020, s. 7) da aynı bakış açısıyla reklamın ana işlevinin var olmayan arzuları yaratmak ve istetmek olduğunu, bunun için de reklamcının görevinin bilgi vermekten ziyade ikna etmek olduğunu belirtmektedir.

Tikveş (2003, s. 192) reklamın özelliklerini şu şekilde belirtmektedir; ürünün, hizmetin veya fikrin tanıtımı için yapılır, bedel ödenerek yapılır ve iletişim açısından tek yönlü mesaj akışı olur, kişisel olmayan yollarla gerçekleştirilir. Sayılan bu özelliklerle birlikte reklam mesajının hedef kitleye iletilmesi için kullanılan reklam ortamlarının gerekliliği de ortaya çıkmaktadır. Kişisel olmayan yollarla gerçekleştirilen reklam kitlesel bir iletişim olarak düşünülmekte ve kitle iletişim araçları reklam için elverişli ortamları oluşturmaktadır.

Reklamın kişisel olmayan yollarla yapılması ve dolayısıyla iletişim araçlarına veya ortama ihtiyaç duyması reklama paralı gerçekleşen bir iletişim özelliği katmaktadır. Hangi ortamda olursa olsun reklam ücreti önceden ödenen bir bedel karşılığında (Babacan, 2012, s. 82), kitle iletişim araçlarından yer ve zaman satın alınarak (Elden, 2016, s. 164) gerçekleştiği için işletmeler açısından maliyeti yüksek ama katlanılması zorunlu bir iletişimdir. Reklamın bedel ödenerek yapılıyor olması reklam verenin reklamdan en yüksek etkiyi beklemesini doğurmaktadır. Bu açıdan reklamdan kaçınma davranışı ve reklamda kabul davranışı reklam verenin reklamdan elde edeceği faydayı etkileyen önemli unsurlardır. Reklam verenin reklam için harcadığı bütçenin işletmenin reklamdan beklediği amaçlarına ulaşmasını sağlayan bu davranışlar reklamın hedef kitle tarafından algılanışından hedef kitlenin reklamın amaçladığı tutum ve davranışların ortaya çıkmasına kadar etki etmektedir.

1.2. Geleneksel Reklam

Geleneksel reklamlar, herhangi bir reklam ortamında kullanılmak üzere tasarlanan ve yayımlanan, reklam olduğu açık bir şekilde belli olan, ücret karşılığı yer veya zaman satın alınarak gerçekleştirilmiş olan bir reklamlardır.

Geleneksel reklam ortamlarından bir tanesi basılı reklamlardır. Basılı reklam mecraları, reklam verenin ilettiği mesajı görsel unsurlarla desteklemek suretiyle ve medya aracılığı ile arzuladığı hedef kitleye ulaştırmasını sağlayan kanallardır. Özellikle basılı reklamlarda yazı, slogan, fotoğraf, tablo ve benzeri görsel öğeler kullanılmaktadır. Basılı reklam mecraları günlük ya da belirli aralıklarla yayımlanan gazeteler, dergiler, el ilanları, kataloglar ve broşürler olarak çeşitlendirilebilir (Kocabaş ve Elden, 1997, s. 33). Özellikle gazete ve dergi gibi araçlardaki reklamlar açısından en önemli unsur ve çalışmanın ele aldığı advertorial reklam ile farkını ortaya koyan en önemli konu, basılı geleneksel reklamların genel olarak reklam özellikleri taşıyan, reklam olduğu net olarak ortaya konulan, gazete veya derginin genel içeriğinden ayrılmış olan reklamlar olmasıdır.

1.3. Advertorial Reklam

Reklam mesajının haber metni gibi, haber görünümünde sunulması (Özel ve Öksüz, 2015, s. 69) şeklinde basitçe tanımlanan advertorial reklam, advertisement ve editorial kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuş bir kavramdır. Advertorial içinde bulunduğu yayına benzer şekilde sayfa tasarımına, dizgiye, yazı tipine ve görüntüye sahiptir ancak içeriğin yazınsal değil de reklam amaçlı olduğunu belirten, "Bu bir reklamdır." şeklinde bir açıklamayla birlikte yer almaktadır (Imbriale, 2007, s. 135). Advertorial uygulamasında içeriğin küçük bir bölümünde "reklam", "bu bir reklamdır", "reklam içeriği" gibi bir ibare bulunacak olmasına ve tüketicinin aslında okuduğu metnin bir haber değil reklam olduğunu biliyor olmasına dikkat edilmeli, marka isminin telaffuzu konusunda oldukça hassas davranılmalıdır.

Advertorial reklamlar haber formatında sunulması açısından geleneksel reklamlara göre daha fazla bilgi içermekte ve reklam algısı oluşturmamaktadır. Bu yönü ile bilinen reklam modellerinden ayrımının yapılması gerekmektedir.

Advertorial bir reklam türü olmasına karşın; doğrudan ürün veya hizmetlerin tanıtımını yapmayı, belirli bir pazara olan talebi artırmayı ve bunların sonucunda satışları direkt olarak artırmayı amaçlayan reklam ile ayırt edilmelidir. Advertorial reklamları diğer reklam modellerinden ayıran en önemli özellik ise bilgi verici, fayda sağlayıcı ve merak uyandırıcı olmasıdır. Advertorial reklamlar direk satış amacında bir reklam türü olarak algılanmamaktadır.

1.4. Reklamda Kabul Davranışı

Reklamda kabul davranışı okuyucunun gördüğü reklamlara karşı olumlu tavır sergilemesine ve reklamla ilgilenmesine sebep olan davranışların tümü olarak tanımlanabilir. Okuyucu reklamdan kaçınmaya iten sebepler olduğu gibi, reklama bakmaya ve ürünle ilgilenmeye itende başlıca etkenler vardır.

Motivasyon: Motivasyon, bireyin eyleminin yönünü, gücünü, öncelik sırasını belirleyen iç veya dış bir uyarıcının etkisiyle harekete geçmesini ifade eder. Gereksinimler hedef kitlenin ihtiyaçları ya da ihtiyacı olduğuna inandırılması olarak nitelendirilebilir. Her insan ihtiyacı olan

ya da olduğuna inandığı ürün ile doğal olarak ilgilenecek en azından ürünü inceleyecektir. Burada oluşturulan ihtiyaç algısı reklamda kabul etkenlerinden motivasyonun en önemli tetikleyicisidir.

Amaç yönelimi: "Amaç", kişinin başarmayı istediği şeydir (Hoyer ve Macinnis, 2009, s. 55) . Reklam izleyicisinin reklam uyarıcısına yönelimi, "amaçlı" (goal directed) ya da "deneyimsel" (experiential) olarak ayrılmaktadır.

Fayda: Tüketim mesajları karşısındaki izleyici bu uyarıları hazsal (hedonic) ya da fayda (utilitarian) bağlamında değerlendirmekte, hedonik yaklaşımda duygular harekete geçerken faydada bilişsel bir işleyiş söz konusu olmaktadır (Ratneshwar ve Mick, 2005, s. 337).

Seçicilik: Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının ortaya koyduğu "kullanım", aktif izleyicinin uyarıcı içeriğe yönelik "seçici" (selectivity- selection) deneyimini içermektedir. İletişim araştırmalarında seçicilik uyarıcıların etkilerine yönelik beklenti ya da korkular bağlamında değerlendirilmekte, (McQuail, 1997, s. 58) beklenti ve korkuların da geçmiş deneyim ve bunun sonucunda oluşan inançlarla elde edildiği düşünülmektedir.

Seçici dikkat: McCroscey ve Wheeless (1976, s. 277)' e göre dikkat, bir uyarıcıyı / mesajı almaya algılamaya yönelik seçici psikolojik bütün olarak tanımlanabilir. Dikkat, seçime yönelik bilişsel bir süreci içermekte, ortamdaki bir olgu üzerine yoğunlaşırken diğer şeyleri reddetme anlamı taşımaktadır.

Seçici maruz kalma: Bireyin herhangi bir durumda kullanacağı bilgiye ihtiyacının hayati olduğu düşünülmektedir. Bilgi, içeriği ne olursa olsun kişinin yaşadığı ortamla mücadele etme, yaşamını sürdürme ve mücadele edebilme becerisi için zorunlu görülmektedir (Zillman ve Bryant, 1985, s. 1,3).

1.5. Reklamdan Kaçınma Davranışı

Reklamdan kaçınma, medya kullanıcılarının, reklam içeriğine yönelik maruz kalma durumlarını azaltacak tüm eylemler şeklinde tanımlanmaktadır (Speck ve Elliott, 1997).

Tüketiciler reklamdan çeşitli sebeplerden dolayı kaçınmaktadırlar. Birinci sebep, tüketicilerin hakkında daha fazla bilgi istemedikleri ucuz ve sık alınan ürünlerin reklamları olabilir. İkinci sebep, tüketiciler reklamların yayınlandığı mecranın yayın içeriğine yoğun ilgi duyabilirler ve bu mecradaki reklamları dikkat dağıtıcı ve rahatsızlık verici görebilirler. Üçüncü sebep olarak, tüketiciler reklamı yapılan markaların karşısındaki rakip markalara sadık olabilirler ve karşı bilgi duymak istemeyebilirler. Dördüncü ve son olarak tüketiciler reklamları sıkıcı, sinir bozucu veya itici görebilirler (Telis, 2004, s. 31).

Speck ve Elliott (1997) reklamdan kaçınma için üç strateji ortaya koymaktadır. Bunlar bilişsel, davranışsal ve mekanik stratejilerdir.TV reklamları için izleyiciler reklamı görmezden gelerek reklama dikkatlerini vermeyebilirler (bilişsel strateji), reklam başladığında odayı terk edebilirler (davranışsal strateji) veya kanalı değiştirebilirler (mekanik strateji) (Speck ve Elliott, 1997).

Medya kullanıcısı bir reklama maruz kalmak istemiyor ve çeşitli yöntemler ile reklamdan kaçınıyorsa bu reklamlar reklam veren açısından yetersiz ve başarısızdır. Reklamdan kaçınmaya sebep olabilecek özellikler aşağıda sıralanmaktadır.

Demografik özellikler: Demografik değişkenler bireylerin izleme alışkanlıklarını değerlendirmek için kullanılmaktadır. Ayrıca literatür incelendiğinde demografik özelliklerle reklamdan kaçınma az da olsa deneklerin odadan ayrılması, gözlerini ekrandan ayırmaları ve reklam kuşağı esnasından televizyonu görmezden gelmeleri anlamında ilişkilendirilmiştir.

Reklama yönelik tutum: Reklama yönelik tutum araştırmalarının iki ana konusu vardır. Birincisi, bir reklama yönelik tutum, diğeri ise genel olarak reklama yönelik tutumdur. Bir reklama yönelik tutum, "belli bir reklam uyaranına, belli bir maruz kalma süresinde, olumlu ya da olumsuz anlamdaki tepkilerimizi içeren bir ön duruş" olarak tanımlanabilir (Lutz, 1985, s. 46). Genel olarak reklama yönelik tutum ise "genel olarak reklama yönelik, süreklilik arz eden olumlu ya da olumsuz anlamdaki tepkilerimizi içeren öğrenilmiş bir ön duruş" olarak tanımlanabilir (Lutz, 1985, s. 53).

İletişim problemi: Reklam tarafından yaratılan iletişim problemleri, reklamdan kaçınmayı da beraberinde getirebilir (Speck ve Elliott, 1997). Gürültü birçok şekilde oluşabilir. Bilgi kuramı terminolojisinde telefon, radyo, televizyon veya filmdeki sesin bozulması, televizyonda görüntünün bozulması ya da kesintiye uğraması gürültü olarak adlandırılabilir.

Medya ile ilişkili değişkenler: Speck ve Elliott (1997) yaptıkları çalışmada dört medya sınıfına (televizyon, radyo, dergi, gazete) yönelik karşılaştırılabilecek üç tane medya değişkeninden söz etmektedir. Bunlar; medya kullanım miktarı, bir mecraya yönelik tutum ve medya kullanım genişliğidir.

Algılanan reklam kirliliği: Algılanan reklam kirliliği kişinin bir mecradaki reklamların miktarının fazla olması hakkındaki inancı olarak tanımlanmaktadır (Elliott ve Speck, 1997).

Başkalarının varlığı: Reklamdan kaçınmayı açıklayan değişkenler olarak psikolojik değişkenler çok az ele alınmıştır. West, başkalarının varlığı ve algılanan zaman baskısı değişkenlerinin psikolojik değişkenler olarak kullanılabileceğini savunmaktadır. Başkalarının varlığı ve algılanan zaman baskısı pasif faktörler olarak değerlendirilebilir. Çünkü belirli derecede bu değişkenler izleyicinin kontrolünün dışındadır. Bu gibi pasif faktörler etkili ise tüketiciler reklamdan kendi istedikleri için kaçınmazlar ancak çevreleri onları reklamdan kaçınmaya zorlayabilir (West, Prendergast ve Cheung, 2008).

2. ARAŞTIRMA

2.1. Amaç

Basılı reklamlarda en sık kullanılan reklam türlerinden olan geleneksel reklam ve advertorial reklam bu anlamda üzerinden en çok çalışılan iki reklam türü olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda çalışmamızın genel amacı, sektörel olarak basılı reklamlarda kullanılan reklam türlerinden geleneksel reklam ve advertorial reklamın, reklamda kabul ve reklamdan kaçınma davranışı bağlamında incelenerek, hangi reklam türünün reklam veren açısından daha avantajlı olabileceğine yönelik çıkarımlarda bulunmaktır.

Reklam rekabeti içerisinde birçok farklı reklam modeli ve stratejilerine yönelen reklam verenlerin kullandıkları reklam türleri arasında kendisine etkin bir yer edinen geleneksel reklam ve advertorial reklamın amaçladıkları etkiye ulaşıp ulaşamadığı reklam etkisi açısından önemli

bir sorundur. Sonuç itibari ile günümüzde reklam bütçeleri oldukça önemli bir yer kaplamakta ve markalaşma adına yapılan önemli bir çabayı oluşturmaktadır.

Araştırma reklamcılık sektörünün gelişmesi ve son dönemlerde reklamcılık sektöründe önemli bir sorun haline gelen reklamdan kaçınma davranışına karşı bu reklamların hedef kitle üzerinde bıraktığı etkinin ve reklamda kabul davranışını sağlamada türler açısından değişkenlerin belirlenmesi açısından sonuçlar elde etmeyi amaçlamaktadır.

2.2. Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Nitel araştırma yöntemiyle genellemelere ulaşmak değil benzer durumlar için sonuçların uygulanmasına yönelik bir çıkarıma ulaşılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 270). Araştırmada kullanılan teknik ise örnek olay incelemesidir. Örnek olay incelemesi yöntemi, gerçek hayatta karşılaşılmış ya da karşılaşılması muhtemel sorun niteliğindeki olaylara ya da durumlara çözüm yolları arayarak gerçekleştirilir. Örnek olay yöntemi, katı bir protokol takip etmek yerine tek bir örneği ya da olayı derinlemesine inceleme olanağı tanıyan bir öğretim yoludur. Olaylara bakmayı, bilgi toplamayı, analiz etmeyi ve sonuçlara ulaşmayı öğretmek için sistemli bir yol sağlar. Sosyal bilimler araştırma yöntemlerinden biri olup, özgün bir duruma ya da konuya ilişkin sorunların anlaşılmasında ve çözümlenmesinde derinlik kazanabilmek amacıyla yapılan ayrıntılı araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 277).

2.3.Araştırmanın modeli/deseni

Araştırmada örnek olay analizi ile veri toplanmakta ve örnek olay incelemesi yöntemi kullanılmaktadır. Bu sebeple araştırmada tarama modeli kullanılmaktadır. Tarama modeli; geçmişte ya da günümüzde var olan bir durumun betimlenmesi ve tanımlanmasını amaçlamaktadır. Bu modelde; araştırma konularını etkileme ya da değiştirme gibi bir çaba bulunmamaktadır.

2.4.Çalışma grubu/Evren ve Örneklem

Söz konusu reklam kavramı olduğunda, reklamın yer aldığı birçok ortam bulunmaktadır. Araştırma bu derece geniş bir kapsamda yürütülemeyeceği için bu çalışmada rastlantısal olarak seçilen iki geleneksel reklam ve iki advertorial reklam örneği araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Açık ve net sonuçlara ulaşabilmek amacıyla, araştırma evreni sınırlandırılmıştır. Bu sınırlama çerçevesinde Samsun Gazetesi'nin 2022 yılı Haziran ayında otomotiv sektörünü kapsayan yedek parça firmaları için bir adet geleneksel reklamı ve bir adet advertorial reklamı, eğitim sektörünü kapsayan bir adet geleneksel reklam ve bir adet advertorial reklam örnekleri rastlantısal olarak seçilmiş ve araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

2.5. Veri toplama araçları/yöntemleri

Araştırmada örnek vaka analizi (case study) ile veri toplanmaktadır. Bu çalışmada sınırlılığımız; Samsun Gazetesi'nde 2022 yılı Haziran ayında geleneksel reklam türünde yayımlanmış olan ''ACR Otomotiv'' ve ''TED Koleji'' reklamları ile advertorial reklam türünde yayımlanmış olan "Fren ve Balata Spreyi Çağ Atlatacak'' ve ''Anaokulu Demek Gelecek Demek'' reklamları olacaktır.

Seçilen reklamlar reklamla kabul ve reklamdan kaçınma davranışı bağlamında ele alınarak incelenmektedir. Bu bağlamda, reklamların genel bir betimlemesi yapılarak çerçevesi belirlenmekte ve reklamların, reklamda kabul ve reklamdan kaçınma davranışı sebepleri bağlamında analizi ortaya konulmaktadır.

2.6.Verilerin analizi

Araştırmada Samsun Gazetesi'nde 2022 yılı Haziran ayında yayımlanmış basılı reklamlardan geleneksel reklam türünde olan ''ACR Otomotiv'' ve ''TED Koleji'' reklamları ile advertorial reklam türünde yayımlanmış Fren ve Balata Spreyi Çağ Atlatacak'' ve ''Anaokulu Demek Gelecek Demek'' reklamları çıkarımsal veri analizi yöntemi kullanılarak, var olan duruma yönelik çıkarımlar yapılmaktadır.

2.7.Hipotezler

Advertorial reklamların, editöryal bir dil ile yayınlanması ve haber formatında servis edilmesi sebebiyle, reklamlara karşı oluşan olumsuz tutum ve ön duruştan, reklam kirliliği ve reklamdan bıkkınlık durumlarından, reklam rekabeti içerisinde görünmemesi sebepleri ile reklamdan kaçınma davranışına karşı avantaj sağladığı öngörülmektedir.

Ayrıca advertorial reklamlar haber içeriği olarak sunulması bakımından haberciliğe benzemektedir. Uzun süreli yayın anlayışı, marka imajını önde tutmayı amaçlaması ve direk satış amacı gütmeyen tutumunun yanı sıra hedef kitle ile arasında bilgi aktarımı, duygusal bağ kurma gibi hedefleri ile halkla ilişkilere, bir reklam türü olması ve bir markanın tanıtımını sağlaması açısından reklamcılığa benzemektedir. Bilgi verici ve fayda sağlayıcı özelliği ile araştırmacı yönleri açısından son derece geniş kapsamlı bir tür olarak daha fazla alana ve daha geniş bir kitleye hitap eden bir tür olarak görülmektedir

Advertorial reklam ve geleneksel reklam türlerine reklamda kabul ya da reklamdan kaçınma davranışları açısından bakılacak olursa araştırma ya da bilgi arayışı motivasyonu, en iyi olan en iyi fayda sağlayandır görüşü açısından fayda ve faydalı bilgi içerme potansiyeli, bilgi edinme, duygusal bağ ve fayda açısından seçicilik davranışında ön plana çıkması, bireyin becerilerini geliştirme ve devamlılık sağlamaya yönelik içgüdüsü sebebiyle seçici maruz kalma açısından da advertorial reklam türünün ön plana çıktığı öngörülmektedir.

Geleneksel reklamlarda reklam kirliliği, rekabetçi ortam, abartılı anlatım, maruz bırakma, az alanda az bilgi ile etkili olma çabası gibi oluşan olumsuz durumların advertorial reklam türünde yer almaması da bu reklam bu türünü ön plana çıkaran etkenler olarak öngörülmektedir.

3. ADVERTORİAL VE GELENEKSEL REKLAM ÖRNEKLERİNİN REKLAMDA KABUL VE REKLAMDAN KAÇINMA DAVRANIŞI BAĞLAMINDA ANALİZ


GÜNCEL 7 Haziran 2022 Salı SAMSUN GAZETESİ 2.SAYFA

12 ay kesintisiz anaokulu eğitimi ile DOĞA fark yaratıyor

İTÜ ETA Vakfı Samsun Doğa Anaokulu, fark yaratan eğitimi ile okul öncesi eğitimi yeniden tanımlıyor

ANAOKULU DEMEK GELECEK DEMEK

Görsel 1. Samsun Gazetesi'nde 07.06.2022 tarihinde yayımlanmış olan ''ANAOKULU DEMEK GELECEK DEMEK'' başlıklı Advertorial reklam örneği.


GÜNCEL 20 Haziran 2022 Pazartesi SAMSUN GAZETESİ 9.SAYFA

Doğuş Mercedes'in yeni hamlesi

Fren ve balata spreyi ÇAĞ ATLATACAK

Samsun'da Doğuş Mercedes, distribütörlüğünü aldığı fren ve balata spreyi ile gücüne güç katarak, emin adımlarla ilerlemeye devam ediyor.

Görsel 2. Samsun Gazetesi'nde 20.06.2022 tarihinde yayımlanmış olan '' FREN VE BALATA SPREYİ ÇAĞ ATLATACAK'' başlıklı Advertorial reklam örneği.



Görsel 3. Samsun Gazetesi'nde 10.06.2022 tarihinde yayımlanmış olan '' TED SAMSUN KOLEJİ 2022-2023 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI KAYIT DÖNEMİMİZ DEVAM ETMEKTEDİR '' başlıklı geleneksel reklam örneği.



Görsel 4. Samsun Gazetesi'nde 25.06.2022 tarihinde yayımlanmış olan '' ACR OTOMOTİV, KALİTELİ HİZMET GÜVENİLİR KADRO '' başlıklı geleneksel reklam örneği.

Samsun Gazetesi'nde 2022 yılı Haziran ayında yayımlanmış olan ''Fren ve balata spreyi çağ atlatacak'' ve ''Anaokulu demek gelecek demek'' advertorial reklamları başlık itibari ile bir marka ya da reklam algısı oluşturma çabası içerisinde yer almamıştır. Her iki haberin başlığı da bilgi vermek ve haber içerisinde fayda unsurları içerdiğine değinerek okuyucunun dikkatini çekmeyi amaçlamıştır. Her başlıkta ilk bakışta bir ürünün satışı ya da bir markanın reklamı olduğu algısı oluşturmamaktadır. Her iki reklamda da markalar logolarını, editöryal bir dil ile okuyucuya sunulan, haber formatında yayınlanan, bilgi ve fayda unsurları taşıyan haberin önüne geçecek büyüklükte yayınlamamıştır. Logolar haber içerisinde küçük bir şekilde yer almıştır. Bu durumda okuyucunun gözünde reklam algısını daha az oluşturarak editöryal reklam metninin okunmasını sağlamaya çalışmıştır.

Ayrıca ''Fren ve balata spreyi çağ atlatacak'' ve ''Anaokulu demek gelecek demek'' haberleri gazetede genel görünüm itibari ile haber görüntüsünde bir tasarım ile yayımlanmış içerdiği bilgi verme fayda sağlama ve merak oluşturma içeriği ile reklamda kabul motivasyonlarından fayda, bilgi, motivasyon, amaç yönelimi, seçici dikkat, seçici maruz kalma gibi davranışlara uygun bir yönelim sergilemektedir. Yine reklamların haber formatında yayımlanması ve reklam algısı oluşturmaması sebebiyle başta algılanan reklam kirliliği sebebiyle reklamdan kaçınma davranışına sebep olan başlıca etkenleri taşımadığı görülmektedir.

Her iki haberde bilgi verici ve fayda sağlayıcı unsurlar içermesi sebebiyle reklamdan kaçınma davranışına sebep olan etmenler açısından, reklama yönelik tutum, algılanan reklam kirliliği, gelir ve eğitim seviyesi ile ilişkili olan demografik özellikler açısından reklamdan kaçınma davranışına sebep olabilecek unsurları taşımamaktadır. Bunun yanı sıra reklamdan kaçınma davranışına sebep olan etkenlerden iletişim problemleri ve başkalarının varlığı etkenleri her iki reklam içinde reklamdan kaçınma davranışı bağlamında geçerlidir ve reklam modeli gerekçesi ile bir ayrıcalık taşımamaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere advertorial reklam modeli medya kullanıcıları açısından ilk bakışta reklam algısı oluşturmamakta ve ya reklam algısı oluştursa bile içerdiği fayda ve bilgi unsurları ile reklamdan kaçınma davranışından daha az

etkilenmektedir çıkarımı yapılabilir. Advertorial reklam örnekleri incelendiğinde reklamda kabul motivasyonları ile daha uyumlu unsurlar içermekte ve reklamdan kaçınma davranışına sebep olan unsurları daha az taşımaktadır.

Samsun Gazetesi'nde 2022 yılı Haziran ayında yayımlanmış olan '' Ted Samsun Koleji 2022-2023 eğitim öğretim yılı kayıt dönemimiz devam etmektedir'' ve ''ACR otomotiv, kaliteli hizmet güvenilir kadro'' geleneksel reklamları başlık itibari ile açık ve net bir şekilde bir marka ve reklam algısı oluşturma çabası içerisindedir. Her iki reklamda tasarımlarında az kelime ile markalarını ve hizmetlerini anlatmaya çalışmış ve marka algılarını ön planda tutmak amacıyla tasarımda logolarını olabildiğince büyük bir şekilde kullanmışlardır. Geleneksel reklamlarda bilgi ve fayda unsurları yer almamakla birlikte marka logoları ve sloganlar yer almaktadır. Advertorial reklam, reklamda kabul davranışı bağlamında incelenecek olursa; reklamda kabul unsurlarından en önemli motivasyon olan bilgilendirilebilirlik unsuru reklamda açıkça ortaya koyulmaktadır.

Her iki reklam modelini de reklamda kabul motivasyonları ışığında inceleyecek olursak; advertorial reklam örnekleri, amaç yönelimi açısından incelendiğinde reklamın faydaya yönelik olması açısından, amaç yönelimi bağlamında okunabilir bir reklam olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum reklamın fayda sağlayıcı yönü ile reklamda kabul davranışına daha yatkın olduğu çıkarımının yapılmasını sağlamaktadır.

Geleneksel reklam örneklerinde ise; reklamda amaç yönelimi, fayda ve bilgi düzeyi advertorial reklama göre çok daha az bulunmaktadır. Bu sebeple reklamlar görsel açıdan reklamda kabul davranışına sebep olacak amaç ve yönelimleri yeterince taşımamaktadır.

Advertorial reklam örnekleri, seçicilik açısından analiz edildiğinde ise bilgi veren ve görsel açıdan reklam algısı oluşturmayan bir metnin reklamda kabul açısından daha seçilebilir olduğunu göstermektedir çıkarımı yapılabilir. Geleneksel reklam örneklerini seçicilik açısından incelediğimizde ise ürüne ve hizmete ihtiyacı olabilecek hedef kitlenin bilinçli olarak reklamı seçebileceği ve reklamda kabul davranışı sergileyebileceği çıkarımı yapılabilir. Reklamda seçicilik advertorial reklam örneklerinde fayda ve bilgi arayışında olan çok daha geniş bir kitleyi kapsarken geleneksel reklamda ise yalnızca ihtiyaç doğrultusunda olan kısıtlı bir kitleyi kapsar çıkarımı yapılabilir.

Advertorial reklam örnekleri, reklamda kabul davranışını sebeplerinden seçici maruz kalma düşüncesine göre incelendiğinde ''Fren ve balata spreyi çağ atlatacak'' ve ''Anaokulu demek gelecek demek'' başlıkları ile ve advertorial metinlerin faydalı bilgi içerdikleri görüşmektedir. Bilgi, fayda ve okuyucunun metinde yer alan sınırlı reklam unsurundan rahatsız olmaması, okuyucu reklama seçici olarak maruz kalmak isteyecektir çıkarımı yapılabilir. Okuyucu bu advertorial reklam örneklerinde bahsi geçen ürünlere ihtiyacı olmamasına rağmen bilgi ve fayda unsurlarının motivasyonu ile reklamı ilgi duyabilir. Geleneksel reklam örnekleri seçici maruz kalma davranışı bağlamında incelendiğinde daha çok özel okul ve otomotiv servisi, yedek parça hizmetine ihtiyaç duyabileceğini düşünen bir kitle tarafından seçici maruz kalma davranışı sergilenecektir. Daha geniş bir kitle tarafından seçici maruz kalma davranışı sergilenme oranı advertorial reklam örneklerine oranla daha düşük olacaktır çıkarımı yapılabilir.

Reklam örneklerini reklamdan kaçınma davranışı bağlamında inceleyecek olursak; advertorial reklam metinleri, Speck ve Elliott'a (1997: 63) göre yapılan çalışmaların çoğu, görmezden gelmenin gelir ile arttığını vurgulamaktadır. Yani reklamdan kaçınma davranışında demografik özelliklerin etkisi olduğunu anlaşılmaktadır. Fakat bilgi ve fayda arayışı gelir düzeyi farklıda olsa bütün insanlar için yaşamsal görüldüğünden dolayı advertorial reklamların demografik değişkenler sebebiyle reklamdan kaçınma davranışına maruz kalmayacağı ya da daha az maruz kalacağı çıkarımı yapılabilir. Geleneksel reklam örneklerinde ise; bilgi ve fayda etkenleri sınırlı olduğundan demografik etkenler ve gelir düzeyi değişkenleri bu reklamda hedef kitleyi etkileyecek ve reklamdan kaçınmaya sebep olabilecektir.

Advertorial reklam örnekleri reklama yönelik tutum bağlamında incelendiğinde ''Reklama yönelik tutum araştırmalarının iki ana konusu vardır. Birincisi, bir reklama yönelik tutum, diğeri ise genel olarak reklama yönelik tutumdur. Bu bilgiler ışığında advertorial reklam türünün okuyucu karşısında reklam algısı oluşturmaması sebebiyle reklamdan kaçınma davranışlarından reklama yönelik tutum ve ön duruş, advertorial reklamlarda reklamdan kaçınma davranışına sebep olmaz ya da geleneksel reklama göre daha az olur çıkarımı yapılabilir. Geleneksel reklam örnekleri reklama yönelik tutum bağlamında incelendiğinde açık ve net bir reklam görseli olması sebebiyle, genel olarak reklama yönelik genel tutumdan etkilenecek ve reklamdan kaçınma davranışına maruz kalacaktır. Ayrıca geleneksel reklam örnekleri açık ve net bir özel okul ve otomotiv yedek parça reklamı olması sebebiyle bu sektörlere yönelik reklamlarından kaçınan hedef kitlenin reklamdan kaçınması ile bir reklama yönelik tutumundan da etkilenerek yine reklamdan kaçınma davranışına maruz kalacaktır.

Reklamdan kaçınma davranışına sebep olan etkenlerden iletişim problemi ve gürültü birçok şekilde oluşabilir. Ses ve görüntü kalitesi açısından bakacak olursak bu durum basılı reklamlarda kalitesiz baskı olarak düşünülebilir. Bu durum advertorial reklamlar içinde geçerlidir. Bu bağlamda iletişim problemlerinin advertorial reklam türünde, geleneksel reklam türünde ve bütün reklam türlerinde reklamdan kaçınma davranışına sebep olabileceği çıkarımı yapılarak genellenebilir. Fakat advertorial reklam türünde görsel kullanımı geleneksel reklama göre daha az olması sebebiyle bu durumdan daha az etkilenecektir. Geleneksel reklamlar daha çok görsel içeriklerden oluşması sebebiyle kötü görsel kullanımı ya da görselde oluşacak görüntü kalitesizliği geleneksel reklamda daha fazla dikkat çekecektir.

Reklamdan kaçınma davranışını medya ile ilgili değişkenler, medya kullanım miktarı, bir mecraya yönelik tutum ve medya kullanım genişliği açısından incelendiğimizde reklam türüne bakılmaksızın öncelikle hedef kitlenin medyaya ulaşma veya ulaşmama isteği ile ilgili olduğunu görmekteyiz.

Medya kullanım genişliği bir mecra içerisinde ne kadar çok çeşitte kanala ya da reklama maruz kalındığı ile ilgilidir. Bu sebeple advertorial reklam örnekleri, geleneksel reklam ve diğer bütün reklam türleri medya ile ilgili değişkenler açısından eşit derecede reklamdan kaçınma davranışına maruz kalmaktadır çıkarımı yapılabilir. Çünkü reklam türünün farklılaşması hedef kitlenin medya kullanım miktarı, bir mecraya yönelik tutum ya da medya kullanım genişliğini değiştiremez. Dolayısı ile bu sebepler reklam türü ile alakalı değildir çıkarımı yapılabilir.

Algılanan reklam kirliliği açısından; bakılacak olunursa bu durum hedef kitlenin bir mecrada bulunan reklam sayısının fazlalığından rahatsızlığı olarak değerlendirilebilir. Advertorial

reklam türü reklam görünümünde olmamasından dolayı algılanan fazla reklamlardan biri olarak görülmeyecek, haber görünümü ve bilgilendirici yönü ile reklamdan kaçınma davranışına maruz kalmayacak ya da geleneksel reklama göre daha az maruz kalacaktır çıkarımı yapılabilir. Geleneksel reklamlar ise birçok benzeri bulunan, rekabet ortamı sert ve daha çok kullanılan bir reklam türü olması sebebi ile reklam kirliliği olan bir modeldir. Bu sebeple geleneksel reklamlarda reklam kirliliği sebebiyle reklamdan kaçınma davranışına maruz kalma ihtimali advertorial reklam türüne göre çok daha fazladır çıkarımı yapılabilir.

Reklamdan kaçınmayı açıklayan değişkenler olarak psikolojik değişkenler çok az ele alınmıştır. West, Prendergast ve Cheung (2008) başkalarının varlığı ve algılanan zaman baskısı değişkenlerinin psikolojik değişkenler olarak kullanılabileceğini savunmaktadır. Bu savunma bağlamında bütün reklam türleri ve haberler kaçınmaya maruz kalabilir çıkarımı yapılabilir. Çünkü başkalarının varlığı ya da zaman baskısı genel olarak reklamın yayınlandığı mecra ile ilgilenmeyi etkileyeceğinden reklam türüne bakılmaksızın reklamın bulunduğu kanala ya da alana ulaşamamakla ilgilidir. Dolayısı ile advertorial reklam türü de geleneksel reklam türü de başkalarının varlığı ya da zaman baskısı sebebiyle reklamdan kaçınma davranışına eşit derecede maruz kalabilir.

Araştırmada, Samsun Gazetesi'nde 2022 yılı Haziran ayında geleneksel reklam türünde yayımlanmış olan ''ACR Otomotiv'' ve ''TED Koleji'' reklamları ile advertorial reklam türünde yayımlanmış ''Fren ve Balata Spreyi Çağ Atlatacak'' ve ''Anaokulu Demek Gelecek Demek'' başlıklı reklamları incelenmiştir. Reklam örnekleri reklamda kabul ve reklamdan kaçınma davranışı bağlamında incelenerek, hangi reklam türünün reklam veren açısından daha avantajlı olabileceğine yönelik çıkarımlar yapılmıştır.

''Fren ve Balata Spreyi Çağ Atlatacak'' ve ''Anaokulu Demek Gelecek Demek'' advertorial reklam örnekleri, editöryal bir dil ile yayınlanmış ve haber formatında servis edilmiştir. Advertorial reklamın bilgilendirme ve fayda sağlama seviyesi fazladır. Reklamlara karşı oluşan olumsuz tutum ve ön duruştan, reklam kirliliği ve reklamdan bıkkınlık durumlarından, reklam rekabeti içerisinde görünmemesi sebepleri ile reklamda kabul davranışını sağlayan etkenler ile büyük oranda uyuşmaktadır. Geleneksel reklam türü incelendiğinde ise geleneksel ve reklam rekabeti yüksek olan türde bir reklam olması, medyada benzer türde yayınlanmış çok fazla reklam olması, sınırlı bilgi vermesi ve fayda algısının düşük olması gibi etkenlerin reklamdan kaçınma davranışı ile daha çok örtüştüğü saptanmıştır.

Ayrıca advertorial reklam örnekleri, haber içeriği olarak sunulması bakımından habercilik. Direk satış amacı gütmeyen tutumunun yanı sıra hedef kitle ile arasında bilgi aktarımı, duygusal bağ kurma gibi hedefleri ile halkla ilişkiler. Bir reklam türü olması ve bir markanın tanıtımını sağlaması açısından reklamcılık. Bilgi verici ve fayda sağlayıcı özellikleri ile geniş bir hedef kitleye hitap etmektedir. Geleneksel reklam örneklerinde ise özel okul ve otomotiv yedek parça satışı ve servisi hizmetleri verildiği açık bir şekilde belirtilmekte ve sınırlı bilgi sunarak hedef kitle anlamında daha kısıtlı bir hedef kitleye hitap etmektedir. Bu karşılaştırmadan advertorial reklamların bilgi aktarma ve fayda sağlama özellikleri ile geleneksel reklam türüne göre daha geniş hedef kitlelerin ilgisini çektiği ve markayı tanıttığı gözlemlenmiştir.

Advertorial reklam ve geleneksel reklam türlerine reklamda kabul ya da kaçınmama davranışları açısından bakılacak olunursa araştırma ya da bilgi arayışı motivasyonu, en iyi olan

en iyi fayda sağlayandır görüşü açısından fayda ve faydalı bilgi içerme potansiyeli, bilgi edinme, duygusal bağ ve fayda açısından seçicilik davranışında ön plana çıkması, bireyin becerilerini geliştirme ve devamlılık sağlamaya yönelik içgüdüsü sebebiyle seçici maruz kalma açısından da advertorial reklam türünün ön plana çıktığı anlaşılmıştır.

Geleneksel reklam örneğinde reklam kirliliği, rekabetçi ortam, maruz bırakma, az alanda az bilgi ile etkili olma çabası gibi oluşan olumsuz durumlar varken advertorial reklam türünde bu gibi reklamdan kaçınma davranışını tetikleyen etkenlerin yer almaması da advertorial reklam örneğini ön plana çıkarmıştır.

Marka isminin bilinirliği açısından değerlendirecek olursak yapılan reklam çalışmalarında geleneksel reklamlar başlık ve logo kullanımında marka ismini ön panda tutması sebebiyle reklamın okunmasına bakılmaksızın reklamın görülmesini sağlamaktadır. Hedef kitle reklamı okumayacak ya da izlemeyecek olsa bile markanın ismine maruz kalacaktır. Advertorial reklamlar da marka ismi ve logo kullanımı genellikle başlıkta dikkat çekici bir şekilde ve büyüklükte kullanılmadığından marka ismi yalnızca reklam metnini okuyan ya da reklamı izleyenler tarafından bilinecektir. Marka bilinirliği açısından bu durum geleneksel reklamı advertorial reklamın önünde tutmaktadır.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Reklam rekabeti içerisinde birçok farklı reklam modeli ve stratejilerine yönelen reklam verenlerin kullandıkları reklam türleri arasında kendisine etkin bir yer edinen geleneksel reklam ve advertorial reklamın amaçladıkları etkiye ulaşıp ulaşamadığı reklam etkisi açısından önemli bir sorun haline gelmiştir. Günümüzde reklam bütçeleri oldukça önemli bir yer kaplamakta ve markalaşma adına yapılan önemli bir gider oluşturmaktadır. Ayrıca toplumun reklam algısının değişmeye başladığı reklamdan kaçınma ve reklamda kabul davranışı gibi kavramların ortaya çıkması ile birlikte daha da belirgin hale gelmiştir.

Reklam verenler, reklamlarının amacına ulaşması ve hedef kitleyi etkilemesi amacıyla reklamdan kaçınma davranışına karşı çeşitli stratejiler geliştirmekte ve reklamda kabul davranışına sebep olan etkenler üzerinden reklam oluşturma çabasına girmişlerdir. Araştırma bu sebeple basılı reklamlarda en sık kullanılan reklam türlerinden geleneksel reklam ve araştırmada ortaya koyulduğu üzere reklamda kabul davranışına sebep olan etkenler ile en çok örtüşmekte olan advertorial reklam türü bağlamında yürütülmüştür.

Geleneksel reklamlar, basılı medyada genellikle yayımlanan reklamların belirli bir tarz ve imajı olmalıdır. Reklamlar, yaratıcı ve verilmek istenen mesajı en vurgulu şekilde göstermeli bu stratejiye uygun olarak tasarlanmalıdır. Bu sebeple sınırlı bilgi aktarımı, etkili ve yaratıcı olma çabasındaki belirli görseller, bir tasarım ile çok şey anlatma kaygısı ve reklam rekabeti, geleneksel reklam türünü hem marka hem de hedef kitle açısından zor bir tür haline getirmektedir.

Geleneksel reklam ve advertorial arasında temelde bazı farklılıklar söz konusudur. Öncelikli olarak belirtilmesi gereken husus, yani bir reklam ve advertorial arasındaki en temel fark, geleneksel reklamların tüketiciyi ikna etmeyi amaçlamasına karşın, advertorial'da yalnızca fikir veren duygusal bir yaklaşım olduğudur. Dolayısı ile hedef kitle kendisine fikir veren, bilgi veren ve fayda sağlama ihtimali bulunan bir metne kendi rızası ile seçici olarak maruz kalırken

direk olarak satış amacı güden ve çok fazla seçenek bulunan reklam türünden kaçınmaktadır. Bu sebeple direk satış amacı güden geleneksel reklamlara göre genellikle bilirkişi kullanımı yaparak bilgi verici ve fayda sağlayıcı haber görünümlü olarak kullanılan advertorial reklam türü ikna edicilik ve inandırıcılık açısından daha avantajı bir reklam türü olarak dikkat çekmektedir.

Reklamda tüketicinin dikkati daha çok büyük yazı karakterleri ve görseller ile çekilirken, advertorial uygulamasında tüketici, metinsel içerik ve daha az görsel kullanımı ile ikna edilmeye çalışılmaktadır. Advertorial içeriğinde hedef kitleye doğrudan bir yönlendirme yapılmamakta marka ve üründen daha çok bilgi vericilik ön planda tutulmaktadır. Buna karşın geleneksel reklamda ise ürün görseli, marka adı ve logo kullanımı ön planda tutulmaktadır.

Geleneksel reklam tüketiciyi etkilemek açısından kısa, vurucu ve etkileyici olmalıdır. Bu sebeple reklam mecralarındaki kullanım alanı ya da zamanı advertorial reklama göre az azdır. Bu sebeple de kullanım alanlarından ki maliyeti advertorial reklamlara göre daha düşüktür. Advetorial reklam türünde ise daha çok bilgi verici bir metin kullanımı olması sebebi ile reklam mecrasında yer alması gereken alan ya da zaman daha geniştir. Bu durumda advertorial reklam türünün maliyetini arttırmaktadır.

Artan reklam rekabeti ortamında reklam verenlerin reklamda kabul ve reklamdan kaçınma davranışı kavramlarını inceleyerek yeni reklam stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir. Başta advertorial reklam türü olmak üzere reklamda kabul davranışına daha uygun olan reklam türleri tercih edilmelidir. Reklamların hedef kitlenin reklamda kabul motivasyonları göz önünde bulundurularak geliştirilmesi ve advertorial reklam türünde bulunan reklam özelliklerinin yeni reklam modellerinde daha sık kullanılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Apak, K. H., Kasap, F., (2014). *Türk Televizyonlarındaki Gıda Reklamlarında Kadın Ve Erkek İmgesi Üzerine Bir İnceleme*, Journal of International Social Research, 814-832, 7(34), 2014.

Babacan, M., *Nedir bu reklam?*, Beta Yayınevi /İstanbul, 2012.

Berger, A. A., *Dictionary Of Advertising And Marketing Concepts*, Routledge Publishing /London and Newyork, 2016.

Dyer, G., *İletişim Olarak Reklamcılık*, çeviren Taşkıran N. Ö., Beta Yayınları/İstanbul, 2010.

Elden, M., *Reklam ve Reklamcılık,* Say Yayınları/İstanbul, 2016.

Green, J., *Advertising*, Rosen Centrel Publising/Newyork, 2012.

Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., Northey, G., *Consumer Behavior*. *Asia-Pacific Edition*. Cengage AU, 2009.

Imbriale, R., *Motivational Marketing: How to Effectively Motivate Your Prospects to Buy Now, Buy More, and Tell Their Friends Too!*, John Wiley & Sons, 2007.

İnceoğlu, M., *Tutum, Algı, İletişim.* İmaj Yayıncılık /Ankara, 2000.

Kocabaş F., Elden M., *Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar*, İstanbul/İletişim Yayınları, 1997

Lutz R. J., *Affective And Cognitive Antecedents Of Attitude Toward The Ad: A Conceptual Framework*, Psychological Process and Advertising Effects, 45-65, 1985.

McCroskey, J. C., Wheeless L. R., *Introduction To Human Communication.* Allyn and Bacon/ Boston, 1976.

McQuail, D., *Audience Analysis.* Sage Publications /London, 1997.

Özel, E. K., Öksüz, B., *Yazılı Basında Advertorıal: Gazeteciler İçin Şeytanın Ta Kendisi,* Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 67-104, 17(1), 2015.

Ratneshwar S., Mick, D. G., *Inside Consumption: Consumer Motives, Goals, And Desire,*. Routledge /New York, 2005.

Speck, P. S., Elliott, M. T., *Predictors of Advertising Avoidance in Print and Broadcast Media*. Journal of Advertising, 61-76, 26(3), 1997.

Telis, G. L., *Effective Advertising*, Sage/ London, 2004.

Tikveş, Ö. (2003). *Halkla İlişkiler ve Reklamcılık*, Beta Yayınevi /İstanbul, 2003.

Uzoğlu B. S., *Halkla İlişkiler Yazarlığı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları/Eskişehir, 2005.

West, D., Prendergast, G., Cheung, W., (2008) *Passive-Active Advertising Avoidance in China,* American Academy of Advertising Conference, 4-6, Amerika, 2008.

Zillman, D., Bryant J., *Selective Exposure To Communication.* Lawrence Erlbaum Assc. Inc/New Jersey, 1985.

ALIŞVERİŞ MERKEZİ YER SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİNİN ENTROPİ YÖNTEMİ İLE ÖLÇÜLMESİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Salih MEMİŞ

Giresun Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0003-1345-3618

ÖZET

Alışveriş merkezleri (AVM) gerek müşterilerin pek çok gereksinimine anında cevap vererek onların işlerini kolaylaştırmakta gerekse de satış alanlarını canlı tutmakta avantajlar sağlamaktadır. AVM ortamındaki mağazaları birbirine yakın tutması sebebiyle, rakip olsalar da bir sinerji oluşturmaları bağlamında önemlidir. Bununla beraber AVM'lerin kuruluş yeri seçimi varlıklarını sürdürebilmeleri açısından hayati bir öneme sahiptir. Kurulması planlanan yerin seçiminde özellikle süreklilik ve karlılığı hedefleyen bir işletme için çok önemli bir karar teşkil etmektedir. Bundan dolayı tarafsız, ihtiyaç gerektiren ve yeterli miktarda veri setinin işlenerek bilgi sağlayan metotların kullanılması bu yer seçim kararının verilmesinde, yatırımcıların hata oranının ve böylece zarar etme riskinin düşürülmesinde önemlidir. Bu çalışmada, AVM kuruluş yeri seçiminde önemli olan faktörlerin ağırlıklarılmasında ENTROPİ yöntemi kullanılmıştır. ENTROPİ yöntemi ile yapılan araştırma sonucunda AVM kuruluş yeri seçimini etkileyen en önemli kriter "Arazi Özellikleri" olurken en az öneme sahip kriter ise "Gelecekteki Gelişmeler" olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: AVM, Yer Seçimi, ENTROPİ Yöntemi.

1. GİRİŞ

Alışveriş, insanlık tarihinde en eski faaliyetlerinden biri olmakla birlikte takas sistemine dayanarak yapılmaya başlanmıştır. Bu faaliyet, takas sisteminden pazarlara, pazarlardan dükkânlara ve son olarak da sosyal mekânlar olan alışveriş merkezlerine doğru değişim göstermiştir. AVM'ler, toplumu bir araya getirerek yeni medeniyetlerin, kültürlerin ve toplum yapısının gelişimine tanıklık etmiştir (İpekçi, 2014).

20. yy ikinci yarısı itibariyle hem kent merkezleri hem de kent merkezi etrafında kurulmaya başlanan AVM'ler klasik AVM'lerin yerini alarak gerek mekân, gerekse de sayısal anlamda kısa zamanda büyük gelişim sergilemiştir. AVM'ler çağımızda müşteriler bakımından hem sosyalleşme ve eğlence anlamında hem de alışveriş bakımından vazgeçilmez ticari yerler haline

dönüşmüştür. Burada AVM'lerde albeniyi yükselten faaliyet ve kampanyaların varlığı da önemlidir. Yapılan bir araştırmada bireyler AVM'de geçirdiği zamanla harcadığı para miktarının doğru orantılı olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı AVM potansiyel ve mevcut müşterileri daha çok çekebilme ve daha uzun zaman AVM'ler içinde tutabilmek adına farklı stratejiler geliştirmektedir. Bun stratejiler içerisinde çocuklara dair oyun yeri ve faaliyetleri, özel gün ve haftaya ilişkin faaliyet ve kampanyalar, belirli tutar üstü gerçekleştirilen alışverişe hediye ve promosyon verme, türlü gösteri veya konserler tertip etme yer almaktadır. Albenisi olan tekliflerin sunulmasıyla birlikte bu AVM'lerin hava şartlarından izole edilmiş olması, motorlu araçların neden olduğu hava kirliliğine maruz kalmaması ve güvenlik tedbirleri ile donatılmaları bireyleri bu alanlara çekmede önemli unsurlar olmaktadır (Timor, 2001).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Yapılan literatür taraması sonucunda araştırmacılar tarafından kullanılmış olan unsurlar Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. AVM Kuruluş Yeri Seçim Kriterleri

Ölçütler		Kaynak
1	Erişilebilirlik (Ulaşımın kolay ve süresinin kısa oluşu)	Yang, (2002); Cheng, Li ve Yu, (2005); Timor, (2004); Önüt vd., (2010); Soba vd., (2014); Şengör Özegeli, (2016)
2	Görüş alanı (Yoldan görünür olması ve Yeterli işaret ve tabelaların olması)	Timor, 2004; Şengör Özegeli, 2016.
3	Coğrafi durum (Şehir içi ve/veya dışı ulaşım olanağı, Toplu taşıma ve farklı ulaşım çeşitlerinin birbirine entegrasyonu, Şehrin kültürel ve yerel Özellikleri, vb.)	Zolfani vd., (2013); Yavuz ve Deveci, (2014); Şengör Özegeli, (2016); Üke, (2016)
4	Arazi Özellikleri (Arazi maliyeti, arazi eğimi,	Kobu (2008)

	toprak yapısı, jeolojik ve jeomorfolojik konum vb.)	
5	Fiziksel olanaklar (AVM'ye ait fiziksel olanaklarla mağazaya dair fiziki imkanlar)	Timor, (2004); Soba vd., (2014); Şengör Özegeli, (2016)
6	Yasal Sınırlama ve Teşvikler (Devletin AVM'lerin kuruluşuyla ilgili yaptığı düzenlemeler)	Russell ve Taylor (1999); Aytekin vd. (2005); Ersoy (2011)
7	Gelecekteki gelişmeler (yakın alanlarda gelecek zamanda öngörülen gelişmelerin varlığı (büyüme ve diğer yatırımlar) gibi)	Ünlükara ve Berköz (2016)
8	Rekabet şartları (Mevcut AVM'lerin varlığı, Yapılmakta ya da Planlanmakta olan AVM'lerin konumları, Kentin alışveriş yerleri vb.)	Ünlükara ve Berköz (2016)

Tablo 1'de de görüldüğü gibi hem yurtiçi hem de yurtdışında kuruluş yeri seçimiyle ilgili yapılan literatür taraması sonuçlarında; AVM kuruluş yeri seçiminde etkili olan faktörler; Erişilebilirlik, Görüş Alanı, Coğrafi Durum, Arazi Özellikleri, Fiziksel Olanaklar, Yasal Sınırlama ve Teşvikler, Gelecekteki Gelişmeler ve Rekabet Şartları biçiminde sıralanabilir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada AVM kuruluş yeri seçimi faktörlerinin önem derecelerinin belirlenmesinde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden biri olan ENTROPİ tekniğinden faydalanılmıştır. Zira ÇKKV yöntemi; istatistiki analiz yöntemlerinden farklı bir şekilde uygulanmakla birlikte nesnel ve nesnel olmayan unsurların bir arada değerlendirildiği

metotlardandır. Uzman görüşleriyle analiz yapılmakta ayrıca tek uzman görüşü veya bir grup uzman görüşü çerçevesinde araştırma biçimlenebilmektedir (Korucuk, 2021).

Bu bölümde Giresun ili özelinde AVM kuruluş yeri seçim kriterlerinin değerlendirilmesi için ENTROPİ yönteminden faydalanılmıştır. ENTROPİ yöntemi ve uygulama adımları aşağıda anlatılmıştır.

3.1. ENTROPİ Yöntemi

ENTROPİ tekniği, gerçeği aktaran önceliklendirme metotlarından biridir. Tespit edilen probleme dair azami belirsizlik veya asgari belirliliği açıklama noktasında etkin metotlardan biri olan ENTROPİ ayrıca birey kaynaklı hataları da yok etmede önemli bir metotdur. Bununla beraber uygulama aşamasında metottaki değer küçüldükçe düzensizlik derecesi de küçülmektedir (Wu vd., 2011; Çiçek, 2013). ENTROPİ yöntemi uygulama adımlarıysa aşağıda gösterilmiştir (Abdullah ve Otheman, 2013 ve Memiş ve Korucuk, 2021).

Adım 1. Karar Matrisinin Meydana Getirilmesi: m adet karar alternatifi ve n adet değerlendirme kriterine haiz olan ÇKK problemine dair aşağıda verilen biçimde başlangıç karar matrisi meydana getirilir.

$$X_{mxn} = \begin{matrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1j} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{11} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m1} & \dots & x_{mn} \end{matrix} \quad (1),$$

Adım 2. Karar Matrisinin Normalize Edilmesi: Normalizasyon sürecinde kriterlerin yarar (2) veya maliyet (3) yönlü olma haline göre aşağıdaki formüller uygulanır:

$$P_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{min}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \quad \text{i=1,2,3,...,m ve j=1,2,3,...,n} \quad (2),$$

$$P_{ij} = \frac{x_j^{max} - x_{ij}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \quad \text{i=1,2,3,...,m ve j=1,2,3,...,n} \quad (3),$$

Başlangıç matrisi normalize edilmekle beraber sonra R=[r_{ij}]mxn matrisinde gösterilmekte ve eşitlik (4)' ten faydalanılmaktadır.

$$P_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum_{i=1}^{m} r_{ij}} \quad (4),$$

Adım 3. Entropi Değerinin Hesaplanması; Entropi değeri (Ej), aşağıdaki eşitlik (5) yardımı ile hesaplanmaktadır*:* ENTROPİ değişkeni (Ej), aşağıda belirtilen eşitlik (5) aracılığı ile bulunmaktadır:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^{m} P_{ij} \ln(P_{ij}) \qquad \text{i=1,2,...,m ve j=1,2,...,n} \qquad (5),$$

Burada k değeri; k = $(\ln(m))^{-1}$ formülüyle hesaplanmaktadır.

Adım 4. Farklılaşma Derecesi ve ENTROPİ Ağırlığının Hesaplanması: ENTROPİ değerinin farklılaşma derecesi (dj), eşitlik (6) yardımı ile hesaplanmaktadır: ENTROPİ değişkeninin farklılaşma ölçüsü (dj), eşitlik (6) aracılığı ile bulunmaktadır.

$$dj = 1\text{----}Ej \; ; \forall j \qquad (6),$$

Her bir kriterin nesnel ağırlığı (Wj), eşitlik (7)'ya göre tanımlanır:

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^{n} d_j}, \forall_j \qquad (7)$$

4. UYGULAMA

Çalışmada AVM kuruluş yeri seçiminde kullanılan unsurların saptanması amacı ile ÇKKV modeli meydana getirilmiştir. İlk aşamada karar modeline yönelik literatür taraması yapılarak ve uzman görüşlerinden yararlanılarak kriterler tespit edilmiştir. Karar vericiler, Giresun Ticaret Odası'ndan (2), Giresun İşadamı Müteahhitlerinden (6), Akademisyenler'den (3) ve Giresun Belediye'sinden (3) oluşan 14 kişilik bir uzman görüş grubu oluşturulmuştur. Belirtilen kriterler aynı önem düzeyine haiz olmamasından dolayı kriterlerin derecelendirilmesine gerek duyulmaktadır. Bu kapsamda ENTROPİ tekniğiyle kamu kurumları ve kurumsal kimliği olan işletmelerle AVM kuruluş yeri seçiminde kullanılan faktörlerin belirlenmesinin derecelendirilmesi yapılmıştır.

Kriterler belirlenirken karar vericilere başvurularak toplam 14 uzmandan görüş alınmıştır. Ayrıca literatürün taranmasından yararlanılarak aşağıdaki Tablo 2. oluşturulmuştur.

Tablo 2. Karar Kriterleri

Kriterler
Erişilebilirlik (K_1)

Görüş Alanı (K_2)
Coğrafi Durum (K_3)
Arazi Özellikleri (K_4)
Fiziksel Olanaklar (K_5)
Yasal Sınırlama ve Teşvikler (K_6)
Gelecekteki Gelişmeler (K_7)
Rekabet Şartları (K_8)

Aşağıda verilen Tablo 3. ise ENTROPİ Yöntemi ağırlıkları ve kriterlerin genel sıralaması verilmiştir.

Tablo 3. ENTROPİ Yöntemi Değerinin Hesaplanması ve Sıralama

	K_1	**K_2**	**K_3**	**K_4**	**K_5**	**K_6**	**K_7**	**K_8**
Ağırlık	0,143	0,142	0,138	0,146	0,144	0,142	0,136	0,140
Sıralama	3	4	6	1	2	4	7	5

Tablo 3.'e göre Giresun ilinde AVM kuruluş yeri seçimi ile ilgili kriterlerden en önemli unsurun "Arazi Özellikleri" olduğu tespit edilmiştir. Diğer en önemli unsurlar sırasıyla " Fiziksel Olanaklar ", "Erişilebilirlik" "Görüş Alanı" ve "Yasal Sınırlama ve Teşvikler" olduğu belirlenmiştir. Öte yandan "Gelecekteki Gelişmeler", "Coğrafi Durum" ve "Rekabet Şartları" faktörleri ise en az önemli unsurlar olmuştur.

SONUÇ

İşletmeler için kuruluş yerinin saptanması bir kez karar alındıktan sonra değişimi çok maliyetli ve zor olduğundan dolayı çok önemli konulardan biri olmaktadır. Bu kararın verilmesi sürecinde, etkili araç ve yöntemlerin kullanılmasıyla hata payının minimuma indirilmesi söz konusu olmaktadır.

AVM'lerin başarılı bir şekilde faaliyetlerini yürütebilmesinde göz ardı edilmemesi gereken konulardan birisi, hedef kitlenin doğru tespit edilerek onlar için AVM'nin optimum alanda konumlandırılmasıdır. Bu manada en uygun alanın neresi olduğu sorusunun cevabı oldukça önemli bir husustur. Çünkü bu kararın tarafsız ve bilimsel analizler sonucunda alınması gereklidir.

Bu çerçevede AVM kuruluş yeri seçimi karmaşık bir karar verme problemi olmak ile beraber alternatifleri arasında optimum olanının tespit edilmesi ÇKKV tekniklerinden faydalanmayı gerektirir.

Bu çalışmanın temel amacı, Giresun ili özelinde AVM kuruluş yeri seçiminin ağırlıklandırılmasıdır. Bu kapsamda ÇKKV tekniklerinden olan ENTROPİ yönteminden yararlanılmıştır. Yapılan çalışma sonucuna göre, AVM kuruluş yeri seçiminde en önemli ana ölçüt "Arazi Özellikleri (K4)" olarak saptanmıştır. Giresun ilinde arazi yapısının büyük bir kısmının dağlık bir yapıya sahip olması; arazi maliyeti, arazi eğimi, toprak yapısı, jeolojik ve jeomorfolojik konum vb. durumlardan dolayı kuruluş yeri seçiminde en önemli unsur olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Ayrıca, "Gelecekteki Gelişmeler (K7)", en az önemli ana ölçüt olarak belirlenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulguların uzman grupla gerçekleştirilen görüşmelerde karar vericilerin beklentilerini desteklediği belirlenmiştir. Ama insan beklenti, karar ve yargıları tamamıyla kati şekilde sayısal bir biçimde ifade edilememesinden ve belirsiz olmasından dolayı gerçek durumu modellemek çok zor ve karmaşıktır. Bu sebepten ötürü gelecek çalışmalarda bulanık ÇKKV tekniklerinden yararlanılarak neticeler karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

[1] Abdullah L. ve Otheman A., A New Weight for Sub-Criteria in Interval Type- 2 Fuzzy TOPSIS and Its Application, I. J. Intelligent Systems and Applications,2, 25-33, 2013.

[2] Aytekin, A. ve Kaygın, B., Bilgisayar Destekli İşletme Kuruluş Yeri Seçimi Gazi Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 25(2): 213-226, 2005.

[3] Cheng E W L, Li H ve Yu, L., The Analytic Network Process (ANP) Approach to Location Selection: A Shopping Mall Illustration, Construction Innovation, 5, 83-97, 2005.

[4] Çiçek H., Maksimum Entropi Yöntemi ile Türkiye'deki Coğrafi Bölgeleri Yıllık Hava Sıcaklık Değerlerinin İncelenmesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar, 2013.

[5] Ersoy, A. ve Saat, E.M., Üretim/İşlemler Yönetimi, 2.Basım, Ankara, İmaj Yayınevi, 2011.

[6] İpekçi, M. V., AVM'lerin Tüketim Kültürüne Etkisi Ve Türkiye örneği. Yayımlanmış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 2014.

[7] Kobu, B., Üretim Yönetimi, 14. Baskı, İstanbul, Beta Yayınları, 2008.

[8] Korucuk, S, (2021), Ordu Ve Giresun İllerinde Kentsel Lojistik Performans Unsurlarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 13, Sayı:26, 141-155.

[9] Memiş, S., Korucuk, S., Tedarikçi Bağlılığını Etkileyen Faktörlerin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Giresun İli Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 13 (3), 2033-2041, 2021.

[10] Önüt S, Efendigil T ve Kara, S. S., A Combined Fuzzy MCDM Approach for Selecting Shopping Center Site: An Example from İstanbul, Turkey, Expert Systems with Applications, 37, 1973-1980, 2011.

[11] Russell, R.S. ve Taylor, B.W., Operations Management, Third Edition, Prentice Hall, 1999.

[12] Soba, M., Şimşek, A. ve Bayhan, M., Bulanık TOPSIS Yöntemi ileAlışveriş Merkezi Kuruluş Yeri Seçimi: Uşak İlinde Bir Uygulama, Ekonomi veYönetim Araştırmaları Dergisi, 3(2), 103-130, 2014.

[13] Şengör Özegeli, A. D., Alışveriş Merkezleri Geliştirme ve Pazarlamasında Kuruluş Yerinin Rolü ve Önemi; İzmir Kent Ölçeğinde Bir Uygulama. Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İzmir, 2016.

[14] Timor, A., Pazarlama Coğrafyası Açısından Büyük Alışveriş Merkezleri ve İstanbul Örneği, Coğrafya Dergisi, 9, 53-80, 2001.

[15] Timor, M. Şehiriçi Alışveriş Merkezi Yer Seçimi Faktörlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yardımıyla Sıralanması, Yönetim, 48, 3-18, 2004.

[16] Üke, K., AHP Yöntemi İle Çorum Şehrinde AVM Kuruluş Yeri Seçimi, Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Çorum, 2016.

[17] Ünlükara, T. ve Berköz, L. Alışveriş Merkezlerinin Yer Seçimi Kriterleri: İstanbul Örneği, MEGARON, 11(3), 437-448, 2016.

[18] Wu, Z., Sun, J., Liang, L. ve Zha, Y., "Determination of Weights for Ultimate Cross Efficiency Using Shannon Entropy", Expert Systems with Applications, 38, 5162-5165, 2011.

[19] Yang, Z., Microanalysis of Shopping Center Location in terms of Retail Supply Quality and Enviromental Impact, Journal of Urban Planning and Development, 128:3, 139-149, 2002.

[20] Yavuz S ve Deveci M (2014) Bulanık TOPSIS ve Bulanık VIKOR Yöntemleriyle Alışveriş Merkezi Kuruluş Yeri Seçimi ve Bir Uygulama, Ege Akademik Bakış, 14(3), 463-479.

[21] Zolfani, S. H., Aghdaie, M. H., Derakhti, A., Zavadskas, E. K. ve Varzandeh, M. H. M., Decision making on business issues with foresight perspective; an application of new hybrid MCDM model in shopping mall locating. Expert systems with applications, 40(17), 7111-7121, 2013.

YEŞİL AKLAMA KAVRAMI VE PAZARLAMA ALANINDA BAZI UYGULAMALAR

Doç. Dr. Salih MEMİŞ
Giresun Üniversitesi, salih.memis@giresun.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-1345-3618

ÖZET

Son yıllarda küresel çevre sorunları, çevre bilinci ve doğal varlıkların korunması bir arada kullanılan kavramlar haline gelmiş ve şirketler bilinçli tüketicilerin talebine karşı olarak sürdürülebilir çözümlere geçmek durumunda kalmışlardır. Böylece kaçınılmaz bir sonuç olarak yeşil pazarlama faaliyetleri artmaya başlamıştır. Yeşil pazarlama faaliyetlerini benimsemek, müşterilerin satın alma niyetleri üzerinde olumlu bir etki oluşturmakla birlikte aynı zamanda rekabet üstünlüğü de sağlamaktadır. Ancak şirketin iddiası yanlış bilgi ve/veya eksiklik içerdiğinde çevresel özellikler hakkında aldatmaya yol açan bilgiler ortaya çıkmakta ve buna yeşil aklama denilmektedir. Yeşil aklamayı önlemek için şirketin reklamları, ambalajları veya sürdürülebilirlik raporlarının doğru ve çarpıtılmamış bilgileri beyan etmesi gerekmektedir. Bu çalışma yeşil aklama faaliyetlerinin şirketler açısından nasıl uygulandığını gösterme ve yeşil aklama kavramı üzerine yapılacak alan yazına katkı sağlamayı amaç edinmektedir. Çalışmada yeşil aklama faaliyetlerinin nasıl yürütüldüğü farklı yönleri ile incelenerek Türkiye ve Dünya'da yapılan örnek uygulamaları ile değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Yeşil Aklama, Yeşil Pazarlama, Örnek Uygulamalar.

1. GİRİŞ

Çevreci sürdürülebilir anlayış 21. Yüzyıl içerisinde daha da artan bir öneme sahip olmuştur. Dünya üzerindeki tüm ticari faaliyetlerde yenilikçi ve sürdürülebilir faaliyetlere öncelik verilmektedir. Günümüzde yaşanan iş rekabeti, işletmeleri kendilerini daima rakiplerden farklılaştırmaya itmektedir. Bu sebeple, işletmeler yeşil temalı uygulamaları, farklılaşmayı sağlama ve çevresel endişeleri giderebilmede etkili bir yöntem olarak kullanmaktadır.

İşletmeler, tüketici ve diğer paydaşlarla kurumsal çevre/finans performanslarına dikkat ettiğinden çevresel sorumluluk aktivitelerini odak noktaya almaktadır (Du 2015). Pazarda

oluşan rekabet işletmelerin mamul ve süreçlerini şeffaflaştırmakla birlikte hesap verilebilirliği öne almaktadır (Darnall ve Kim, 2012).

Yeşil uygulamalar, çevre dostu hayat stilini ve bilinçli tüketici alışveriş alışkanlıklarını desteklemede kurumların pazarlama uygulamalarında önemli bir değişimi beraberinde getirmiştir. Global kuruluşların yeşil uygulamaları tüketiciler için fırsat oluştururken doğal kaynakları koruyabilmenin inovatif yollarını bulmada yardımcı olmuştur. Çevrenin korunmasına yönelik hızla artan bu ilgi pek çok işletme için mamullerini organik, güvenli ve doğal gibi kavramlarla tanıtmalarına sebebiyet vermektedir (Singh vd., 2022:472). Pazarın getirdiği fırsatlardan azami ölçüde yararlanmak adına pek çok işletme kendilerini "yeşil bir pelerin" içerisine girmektedir (Beck ve Wade, 2009).

İşletmeler, yeşil tüketimin ihtiyaçlarını gidermek adına, çevre dostu, eco vb. çeşitli ambalaj ya da doğa dostu olmanın gerekliliğini vurgulayan çevre sertifikaları gibi mevcut mamulleri, klasik mamullerden ayırmaya yarayan niteliklerin öne çıkarıldığı bir süreci yönetmektedir. Bu bağlamda, bazı mamuller "yeşil" mamul niteliklerine haiz olurken, bazılarındaysa yeşil niteliklere gerçekte haiz olamadığı görülmektedir. Gerçekte olmayan ve çarpıtılan bu mamuller "çevresel makyajlı mamul" ya da "yeşil aklama" mamulü olarak ifade edilmektedir (Braga vd., 2019).

İşletmenin çevreci korumaya yönelik söylemleri, gerçekte işletmenin doğa dostu politika yükümlülüklerini gerçekleştireceği anlamına gelmeyebilir (Ramus ve Montiel 2005). Yani işletmenin yeşil slogan ya da iddiaları bazı zaman gerçek doğa dostu aktivitelere denk olmayabilir. Bu sebeple en önemli problem, varsayım ve iddialarla aldanmaktansa gerçekte gerçekleşen çevresel performansın değerlendirmektir. Zira yeşil aklama işletmelerin çevresel yükümlülüklerini ifa etme imkânını daha da düşürmekte ve göreceli zayıf çevresel performansa sahip olma imkânını da daha yükseltmektedir (Du, 2015).

2. YEŞİL AKLAMA KAVRAMI (GREENWASHİNG)

Son 50 yıl içerisinde çevreye duyarlı tüketici grupları oluşmuş ve işletmeler bu gruptaki tüketicilerin talepleri doğrultusunda oluşturdukları yeşil mamullerle cevap vermeye gayret göstermişlerdir (Majláth, 2016). Yeşil mamuller çoğunlukla yenilenebilir, sürdürülebilir, gereksiz ambalaj kullanılmayan, toksik maddeler barınmayan, doğa dostu mamullerden oluşmaktadır (Tor-Kadıoğlu ve Gürsoy, 2021). Bazı işletmeler ise gerçekte çevre dostu olmamasına karşın klasik olarak ürettikleri mamullerini, çevreci sloganlar ile doğa dostu

olduklarını ifade ederek bundan haksız yere faydalanabilmektedir. Yeşil (green) ile beyin yıkama (washing) kelimelerinin birleşimiyle meydana gelen yeşil aklama (greenwashing) kavramı 1989 tarihinden itibaren kullanıla gelmiştir (Majláth, 2016).

Müşteriler artık, doğaya yönelik daha bilinçli bir şekilde satın alma faaliyetini yürütürken doğa dostu ve sürdürülebilirliği olan mamulleri seçmektedir. İşletmeler de faaliyetlerini daha doğaya duyarlı ve sürdürülebilir bir şekilde yürüttüklerini sergilemeye çalışmaktadır (Erdoğan-Tarakçı ve Göktaş, 2019). Fakat yeşil olduğunu savunan pek çok işletmenin gerçekte bu tezleri belirsiz ve yanıltıcı olabilmektedir (Leblebici-Koçer ve Delice, 2017). İşletmeler, müşterilerine tutundurma faaliyetleriyle, çevreci olmasalar bile, doğa dostu imalat proseslerine sahip olduklarını ya da çevre ile alakalı projeleri desteklediklerine dair mesajları göndererek hedef pazarlarda kendilerine alan bulmayı başarabilir (Çavuşoğlu ve Demirağ, 2022). Mesela, çöp torbası imal eden bir işletme ürettiği mamulleri "geri dönüştürülebilir" olarak etiketleyebilir. Gerçekte çöp torbaları, depolama alanında veya yakma fırınlarında diğer çöplerden ayrılması mümkün değildir. Dolayısıyla bu mamullerin hangi amaçla olursa olsun tekrar kullanılması mümkün olmadığından iddia yanıltıcı olmaktadır. Ama doğa dostu bir sloganla tüketicilere yönelim sergilenerek hedef pazarda yer edinilmeye çalışılmaktadır.

Yeşil aklama, işletmenin, uygun olamayan uygulamaları saklayabilmek, hataları saptırabilmek, problemin özünü gizleyebilmek ve böylece iyi bir konuma gelebilmek için yapmış olduğu itibar yönetimi olarak kavramsallaştırılabilir (Laufer, 2003). Bunun ile beraber yeşil aklama, olumlu bir imaj oluşturmak için işletmenin sosyal ve çevreci performansı ile alakalı olumsuz durumlarının saklanarak olumlu ifadelerin seçilerek sunumu olarak söylenebilir (Lyon ve Maxwell, 2011: 9).

3. YEŞİL AKLAMA ÇEŞİTLERİ

Delmas ve Burbano (2011) yeşil aklamayı, işletme ve mamul seviyelerinde olmak üzere iki gruba ayırmaktadır. İşletme seviyesindeki yeşil aklama için örnek General Electrics'in "Ecomagination" (sürdürülebilirliği destekleyen teknolojilerin kullanımı) kampanyasını yürütürken ayrıca EPA'nın yeni temiz hava düzenlemesi ile mücadele etmek adına karşı hamle yaparak lobi oluşturmaya çalışması gösterilebilir. Mamul seviyesine örnek ise LG Electronics şirketinin hatalı sertifikalandırılmış buzdolabı modelleri gösterilebilir. Bir mamulün, bir takım enerji verimliliği yönergesine uyduğunu gösteren eko etiketi olan LG buzdolaplarının on tanesinin etiketlerinde yanlış enerji kullanımı ölçümlerini listeleyerek sertifikayı alabilmek adına gerekli verimlilik standartlarını, gerçekte sağlayamadıkları tespit edilmiştir. (Delmas ve

Burbano, 2011). Aynı şekilde Volkswagen şirketi ABD'deki araç pazarında oranını yükseltebilmek adına "doğa dostu araç" mottosuyla hareket ettiği ortamda dizel araç skandalı mamul seviyesinde yeşil aklama için örnek olarak gösterilebilir (Altuk ve İşcanoğlu-Çekiç, 2019).

Torelli vd., (2020) yeşil aklama düzeylerini daha da arttırarak dört düzeyde olabileceğini ifade etmişlerdir. İşletmelerin amacının, farklı hedef kitlelere etkili sinyaller vermek olduğu savından hareket ile türlü yaklaşım ve stratejik kararlardan oluşan farklı iletişim çeşitleri, esas olarak dört yeşil aklama seviyesi oluşturmaktadır. Bunlar: kurumsal, stratejik, karanlık ve mamul düzeyleridir:

• Kurumsal düzey, bir işletmenin gerçek itibar ve imajıyla alakalı veri ve konular ile ilgili aldatıcı bilgiler sunmayı içermektedir. Bu düzey, işletmenin ad, logo, vizyon, standartlara uyumu gibi özellikleri kapsamaktadır.

• Stratejik düzey, işletme yetkililerinin kamuoyunu bilgilendirmede, orta ve uzun vadeli hedeflerinden ve gelecekteki stratejilerinden bahsetme vb. durumlarla alakalı bilgilerde saptırma faaliyetlerinin yapılmasıdır.

• Karanlık düzey, kara para aklamak, gizli amaçlar doğrultusunda yatırım yapmak, suç işlemek ve yolsuzluk yapmak gibi illegal ve gizli uygulamalar ile alakalı aldatıcı bilgilerin sunulmasıdır.

• Mamul seviyesinde ise, bir mamul ya da mamul ailesinin reklam, etiket, ambalaj, mamul sertifikaları vb. belirli bazı özellikleri ile alakalı aldatıcı bilgilerin sunulması olarak ifade edilmektedir.

4. YEŞİL AKLAMAYA YÖNELİK ÖRNEK UYGULAMALAR

EPA'nın 2015 tarihinde karbon emisyonunun düşüklüğüyle bilinmekte olan Volkswagen'in emisyon testlerinden elde edilen sonuçların yanlış olduğunu açıklamasının peşinden Volkswagen, araçlarındaki emisyon test sonuçlarını aldatacak yazılımlar geliştirdiğini kabul etmek durumunda kalmıştır. Volkswagen bu noktada kamuoyundan özür dileyerek tekrardan çevre dostu araçları imal etme hedeflerini gerçekleştireceklerini ifade etmiştir. Volkswagen'in farkındalığı çevre bilinci yüksek olan tüketicileri etkileyerek kendisine çekebilmek adına kendisini EPA'nın standartlarına uymakta olduğunu göstermesiyle meydana çıkan Dieselgate skandalı, 2015 tarihine kadar başarılı olsa da, "yeşil aklama" için verilebilecek en iyi örneklerinden biridir.

İmalat ve hizmetler ile alakalı işletmelerin uyguladıkları yeşil aklamaya bir örnek BP şirketi verilebilir. BP'nin, kendisini bir petrol işletmesi olmaktan ziyade bir enerji işletmesi vizyonuyla konumlandırmayı amaçlamıştır. Zira bu şekilde BP petrol mamulünün çevre kirliliğine yönelik sorumluluğundan kurtulmaya çalışmıştır. BP 2000 tarihinden beri WPP Grubun Ogilvy & Mather ile yürttüğü "Beyond Petroleum" kampanyasıyla, iş dünyası ve tüketiciler tarafından güvenilir kurumsal bir sosyal sorumluluk modeli olarak ödüllendirilir iken bu durumun karşısında olanlarsa bu durumun rakiplerden farkı olmayan bir petrol imalatçısı ve rafinerisi tarafından yürütülen yeşil aklama uygulaması olduğu yönünde eleştirellerde bulunmuştur. BP'nin, bu kampanyayla alternatif enerji lideri olarak kendisini konumlandırmaya çalışır iken işletmenin ismi Multinational Monitor (En Kötü 10 İşletme) listesinde yerini almıştır (Solman 2008).

Fiji Water şirketi diğer bir yeşil aklama örneklerinden birisi olarak verilebilir. İşletme, müşterilerin şişelenmiş su alarak çevreye bırakılan karbon seviyesinin düşürülmesine katkı sağlayacaklarını savunmuştur. Şirketin eleştirildiği nokta, gerçekte çevre dostu olmadığı bilinse de kendini çevre dostuymuş gibi sunarak mamullerinin doğaya duyarlı olduğuna inanılmasını sağlamaktır. Pek çok müşteri bu olayı fark etmemekle birlikte doğaya duyarlı biçimde şişelenmiş olduğuna inandıkları suları satın alarak doğaya zarar vermediklerini düşünmektedir. Aslında olansa yeşil uygulamalar ile alakası olmamasına karşın bu olayı bir fırsata dönüştüren işletmeden mamul satın alınmış olmasıdır. "Her Damla Yeşil" mottosuyla Fiji Water şirketi, sularının, plastik şişelerle 100.000 millik arayı kat etmesiyle müşterilerine buluşturulduğu göz önüne alınacak olursa, Fiji Water sularının her damlasının yeşil olduğu tezi gerçeklikten uzak olan bir yeşil aklama örneğidir (Erdoğan-Tarakçı ve Göktaş, 2019).

Yeşil aklamaya dair en fazla gösterilen örneklerden biri de Ford Motor Company'nin hibrid Escape SUV modeline yönelik sunduğu "Yeşil Olmak Kolay Değil" kampanyası verilebilir. Kendini doğa dostu olarak ifade eden Ford araçları en fazla karbon yayan araba ve büyük otomobil imalatçıları içerisinde en kötü yakıt verimliliğine haiz taşıtlar olduğu kabul edilmektedir. Bundan dolayı, fazlasıyla eleştirilere maruz kalan Ford şirketi, kendini yeşil araç seçeneği olarak konumlandırma girişimlerinden geri dönmüştür (Furlow, 2010).

Yeşil aklama faaliyetlerinde farkındalık oluşturmayı amaç edinen kampanya örneğiyse Greenwash Gold 2012 Ödülleri olarak gösterilebilir (www.greenwashgold.org). Bu kampanya içerisinde Londra 2012 Olimpiyatları sponsorları özellikle incelenmiş ve halk oylaması ile olimpiyat sponsorlarının yeşil aklama uygulamalarına girebilecek faaliyetleri gösterilmiştir.

SONUÇ

Rakiplerin çevre ile alakalı durumlara karşın ne ölçüde duyarlı olduklarını göstermeleri, bunu gerçekleştirmeyen şirketlerin müşteri ve yatırımcıların gözünden düşmesine neden olabilmektedir. Bu durumun önüne geçebilmek için bazı işletmeler yeşil aklama olarak ifade edilen uygulamaları kullanabilmektedir.

Yeşil aklama, işletme seviyesinden mamul seviyesine kadarki birçok süreçte kendisini gösterebilmektedir. Pek çok işletme, mamullerinin algısını yönetebilmek adına yeşil aklama faaliyetleri yürütmektedir. Yeşil aklamanın önlenebilmesi için, bilgilerin şeffaf bir biçimde açıklanabilmesi gerekmektedir. Ayrıca kamusal denetim ve doğrulamasının olmaması sebebiyle oluşabilecek açığın çevresel ve sosyal denetimini sağlayacakların sayılarının artırılmasıyla mümkün olacaktır (Braga vd., 2019).

Delmas ve Burbano (2011), çalışmalarında yeşil aklama uygulamalarının düşürülerek önlenebilmesi adına bir dizi tavsiyelerde bulunmuşlardır. Bunlar; çevre performansın açıklığını artırma, işletme içi yapı, süreç ile teşviklerin etkili bir biçimde yönetmek, çevre performansı ile ilgili bilgi paylaşım akışını sağlama ile etik eğitimi sağlamaktan oluşmaktadır.

Sonuç olarak, yeşil aklama faaliyetleri çevreye dair yürütülen mücadeleleri sekteye uğratarak, sürdürülebilirliğe yönelik projelere şüpheyle yaklaşım sergileyici ve yeşil pazarlama stratejilerini engelleyici durumlar yaşatabilmektedir. Yeşil aklama tüketicilerin satın alma davranışlarını etkilemekle birlikte satın alındıktan sonra anlaşıldığındaysa mamul ve marka ile ilgili şüphe oluşturmaktadır (Kalafatis vd., 1999). Bu noktada özellikle kanun koyucuların yapacağı düzenlemeler yeşil aklama uygulamalarının işletmeler tarafından yapılmasının önüne geçmesi anlamında önem arz eden bir durum olduğunu söylemek yanlış olmaz.

KAYNAKÇA

[1] Altuk-Öztürk, V. E. ve İşcanoğlu-Çekiç, A., Dizel Skandalı ve Türk Yatırımcılarının Tepkileri Üzerine Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 11(3), 1388-1400, 2019.

[2] Beck, L. A. ve Wade, J., Effects of Estradiol, Sex, and Season on Estrogen Receptor Alpha mRNA Expression and Forebrain Morphology in Adult Green Anole Lizards. Neuroscience, 160(3), 577-586, 2009.

[3] Braga, S., Martínez, M. P., Correa, C. M., Moura-Leite, R. C. ve Da Silva, D., Greenwashing effect, attitudes, and beliefs in green consumption. RAUSP Management Journal, 54, 226-241, 2019.

[4] Çavuoğlu, S. & Demirağ, B., Yeşile Boyama ve Yeşil Satın Alma Davranışı: Çevresel Açıdan Sürdürülebilir Bir Bakış Açısı. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 61, 407-436, 2022.

[5] Darnall, N. ve Kim, Y., Which types of environmental management systems are related to greater environmental improvements?. Public Administration Review, 72(3), 351-365, 2012.

[6] Delmas, M. A. ve Burbano, V. C., The drivers of greenwashing. California management review, 54(1), 64-87, 2011.

[7] Du, X., How the market values greenwashing? Evidence from China. Journal of Business Ethics, 128(3), 547-574, 2015.

[8] Erdoğan Tarakçı, İ. ve Göktaş, B., Pazarlamanın Yeni Rengi: Yeşil Aklama. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 54(3), 2019.

[9] Furlow, N.E., Greenwashing in the New Millennium. Journal of Applied Business and Economics, 10(6), 22-25, 2010.

[10] Kalafatis, S. P., Pollard, M., East, R. ve Tsogas, M. H., Green Marketing And Ajzen"S Theory Of Planned Behaviour: A Cross-Market Examination. Journal of Consumer Marketing, 16(5), 441-460, 1999.

[11] Laufer, W. S., Social Accountability and Corporate Greenwashing, Journal of Business Ethics, 43, 253-261, 2003

[12] Leblebici - Koçer, L. & Delice, T., Yeşile Boyama ve Yeşil Güven Arasındaki İlişkide Algılanan Yeşil Riskin ve Algılanan Tüketici Şüpheciliğinin Aracılık Rolü. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 50, 1-25, 2017.

[13] Lyon, T. P. & Maxwell, J. W., Greenwash: Corporate Environmental Disclosure under Threat of Audit. Journal of Economics & Management Strategy, 20(1), 3-41, 2011.

[14] Majláth, M., How Does Greenwashing Effect the Firm, the Industry and the Society - the Case of the VW Emission Scandal, Proceedings of FIKUSZ ’16 Symposium for Young Researchers, 111-126.r, 2016.

[15] Ramus, C. A. ve Montiel, I., When are corporate environmental policies a form of greenwashing?. Business & Society, 44(4), 377- 414, 2005.

[16] Singh, N., Gupta, K. ve Kapur, B., Greenwashed word of mouth (GWWOM): a vibrant influence on customer green behaviour. Journal of Global Responsibility, 13(4), 472-487, 2022.

[17] Solman, G., Coloring Public Opinion?. Adweek, 49(2), 22, 2008.

[18] Tor-Kadıoğlu, C. ve Gürsoy, İ., Yeşil Pazarlama Örnekleri ve Yeşil Aklama Stratejileri. Ş. Karabulut (Ed.), Gazi Kitabevi, 2021.

[19] Torelli, R., Balluchi, F. ve Lazzini, A., Greenwashing and Environmental Communication: Effects on Stakeholders’ Perceptions. Business Strategy and the Environment, 29(2), 407-421, 2020.

[20] URL, www.greenwashgold.org, erişim tarihi: 03.10.2023.

KIRSAL BÖLGEDE YAŞAYAN HALKIN ÜRÜN TERCİHLERİNDE REKLAMLARIN ETKİSİ

NURGÜL ERDAL 1,

1 Dr Öğretim Üyesi Nurgül Erdal, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF Lojistik Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-2961-3906

FİLİZ SİVASLIOĞLU 2,

2 Dr. Öğretim Üyesi Filiz Sivaslıoğlu, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF Lojistik Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-8524-6928

ÖZET

Şiddetli rekabet ortamında tüketicileri etkileyici, ikna edici ve akılda kalıcı reklam ortaya çıkarmak oldukça önemlidir. Bu çalışma, kırsal bölgede yaşayan halkın ürün tercihlerinde reklamların etkisini araştırmak amacıyla planlanmıştır. Çanakkale'nin köylerinde yaşayan 68 kadın ve 43 erkek toplam 111 kişiye yüz yüze anket yapılmıştır. Toplanan veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların, 105 tanesi cep telefonu kullanmakta, 93 tanesinin cep telefonunda interneti ve 91 tanesinin aktif sosyal medya hesabı bulunmaktadır. 77 kişi televizyon reklamlarını izlemektedir. 78 kişi internet ortamında alışveriş yapmaktadır. Reklamların ürün tercihine etkisinde en yüksek ortalama "*Satış noktasında özel olarak yapılan ürün promosyonları tercihlerime etki eder"* (3,86± ,610) olmuştur. Bunu, "*Reklam sayesinde farklı markalar hakkında bilgi sahibi olurum* " (3,82±1,119) ve "*Tv radyo gibi işitsel/ görsel basın reklamları ürün / hizmet tercihlerimde önemlidir*" (3,82±,663) takip etmiştir. En düşük ortalama "*Kullandığım marka ile ilgili kötü bir reklamla karşılaşırsam ürün /hizmeti değiştiririm"* (3,05±,862)," *İhtiyacım olan ürün / hizmetle ilgili yeni bir reklam görürsem reklamdaki ürünü / hizmeti denemek isterim"* (3,15±,876) ve "*Medya da reklamı yapılan ürünlerin daha kaliteli olduğunu düşünüyorum"* (3,23±,1,024) olmuştur. Bu bağlamda tüketiciler için reklamlar ve bunların tüketicide bıraktığı iz çok önemlidir. Reklamların içeriği, tüketici kültürüne ve alışkanlıklarına uygun olursa tüketiciler bu ürünleri tercih edebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal bölge, internet, reklam, ürün tercihi, rekabet

THE EFFECT OF ADVERTISING ON THE PRODUCT PREFERENCES OF PEOPLE LIVING IN RURAL AREAS

ABSTRACT

In a fiercely competitive environment, creating impressive, persuasive, and memorable advertisements for consumers is very important. This study was planned to investigate the effect of advertisements on the product preferences of people living in rural areas. A face-to-face survey was conducted with 111 people, 68 women, and 43 men, living in the villages of Çanakkale. The collected data were analyzed with the SPSS package program. 105 of the

participants use mobile phones, 93 have internet access on their mobile phones and 91 have active social media accounts. 77 people watch television commercials. 78 people shop online. The highest mean for the effect of advertisements on product preference was "*Special product promotions at the point of sale affect my preferences*" (3.86±.610). This was followed by "*I learn about different brands thanks to advertising*" (3.82±1.119) and "*Audio/visual media advertisements such as TV and radio are important in my product/service preferences*" (3.82±.663). The lowest mean is "*If I encounter a bad advertisement about the brand I use, I will change the product/service*" (3.05±,862), "*If I see a new advertisement for the product/service I need, I would like to try the product/service in the advertisement*" (3.15±, 876) and "*I think the products advertised in the media are of higher quality*" (3.23±.1.024). In this context, advertisements and the traces they leave on the consumer are crucial for consumers. If the content of the advertisements suits the consumer culture and habits, consumers can choose these products.

Key Words: Rural region, internet, advertising, product choice, competition

1. GİRİŞ

Reklamlar, sosyal, ekonomik ve teknolojik olarak toplumu etkileyerek toplumun değişimlere ayak uydurmasını kolaylaştırır. Kişilerin bireysel, iş ve aile yaşantılarını şekillendirir ve yeniliklerden haberdar olmalarını sağlar. Müşterilere ulaşmakta en önemli araç reklamdır ve reklamlar sayesinde tüketiciler etkilenebilmektedir. Günümüzde, teknolojik gelişmeler ve internetin cep telefonlarına kadar ulaşımıyla kırsal bölgede yaşayan halkta istediği ürüne kolayca ulaşabilmekte ve alışveriş yapabilmektedir.

Dünyada nüfus çok hızlı bir şekilde artış göstermektedir. Kasım 2022'de Birleşmiş Milletlere göre dünya nüfusu 8 milyarı geçmiştir. Türkiye'nin nüfusu ise, 85,279,553 olmuştur (https://www.google.com/search).

2021 verilerine göre nüfusun %93,2'si il ve ilçe merkezlerinde ve %6,8'i köylerde yaşamaktadır. 2022 yılında ise bu oran il ve ilçelerde %93,4'e yükselmiş ve köyde yaşayanlar ise %6,6'ya düşmüştür (TUİK, 2023). Köylerde istihdam olanaklarının düşük olması, artan eğitim seviyesi, ekonomik ve sosyal kaygılar özellikle gençlerin köyleri terk etmesine sebep olmaktadır.

Dünyada yaşanan küreselleşme ve teknolojik gelişmeler kırsal alanlara da yansımıştır. Şehir ve kasabalarda yaşayan halkın teknolojik gelişmelere uyum sağlaması kırsal kesimde yaşayanlara göre daha erken olmaktadır (Demiryürek ve Atsan,2015). Özellikle tarım ve hayvancılık sektöründe yaşanan sorunlar, kırsal alanlardaki nüfusu azaltmıştır (Kutluay, Tutar vd. 2022).

Reklamlar, ürün ve hizmetlerin tüketicilere duyurması ile tüketicilerde firmaya, markaya karşı olumlu bir izlenim oluşturmayı amaçlar. Müşterilerle olumlu ilişki sağlayan reklamlar kültür işbirliği de sağlamalıdır. Hedef kitleyi yönlendiren reklamlar bu kitlenin kültürüne ve alışkanlıklarına uygun olmalıdır (Erdoğdu ve Taşdelen, 2019).

Şiddetli rekabet ortamında, firmaların faaliyetlerini sürdürmeleri ve rekabet avantajı sağlamaları satışlarının yüksekliğine bağlıdır. Tüketiciler ürün veya hizmetleri beğenirlerse alışverişe devam ederler. Tüketicilerin istek ve beğenilerini sağlamak için reklamdan yararlanılır. Reklam ürünlerin pazarlanması için tek başına yeterli değildir. Hedef kitle, ürünü yâda hizmeti beğenirse satın alma çabasına girer (Yaşar ve Baydaş, 2020).

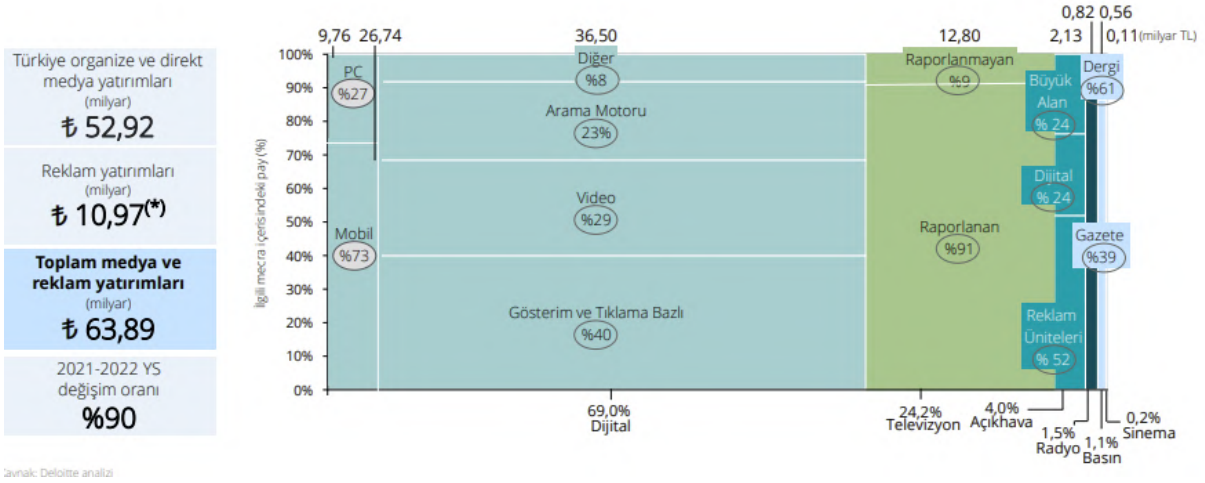
Reklam, tüketicilere ulaşmanın en etkili yollarından biridir. Reklamın ilgi çekici olması, beğenilmesi, ikna edici özelliği, mesajı etkili ve doğru vermesi ürün ve marka tercihinde önemli olmakla birlikte esas etki reklamın, ürün /markanın hafızada yer etmesi ve akılda uzun süre kalmasıdır (Toker ve Solak, 2020). Günümüzde internetin ve lojistik hizmetlerin köylere kadar gelmesi alışveriş alışkanlığını değiştirmiştir. Bu yüzden reklamlar ürün tercihlerinde önemli yer tutmaktadır. Bu çalışma kırsal bölgede yaşayan halkın ürün tercihlerinde reklamların etkisini ortaya çıkarmak için yapılmıştır.

1.1. Ürün Tercihinde Reklamların Etkisi

Reklamlar, sosyal hayattaki herkesin bildiği materyalleri alır ve onları amaçları doğrultusunda yeniden tasarlar ve onlara yeni anlam yükler. Bunları gerçekleştirirken halkın kültürel ögelerinden yararlanır. Günümüzde, işletme başarısı, bilgi teknolojilerinin doğru kullanılmasıyla ilişkilidir. Geleneksel ticaret yerine E- ticarete bırakmıştır. E–ticaret web siteleri ile ürün ve hizmetler pazarlanabilmektedir (Muttaqin, 2011).

Reklamların birçok yararı bulunmaktadır. Firmanın şiddetli rekabet ortamında pazarda rekabet etmesini ve rekabet avantajı elde etmesini sağlar. Küreselleşen dünyada işletmeler ürün ve hizmetlerini tanıtmak için çeşitli faaliyetlerde bulunurlar. Ürün ve hizmetleri tanıtmak için sosyal medyadan yararlanılır. Sosyal medya tüketiciyi bilinçlendirdiği gibi işletmeye de yarar sağlar (Battallar ve Cömert, 2015).

Reklam ve medya sektörünün dünyada önemli bir yeri olduğu gibi ülkemizde de önemli bir yeri bulunmaktadır. İşletmeler pazar paylarını artırmak için reklamlardan yararlanırlar (Saravanakumar ve Sugantha Laskhmi, 2012). Görsel 1'de görüldüğü gibi Türkiye'de Reklam ve Medya Sektörü 2022 yılı Toplam Yatırımları 63,89 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bunların 52,92 milyar TL' si medya ve 10,97 milyar TL 'si ise reklamdır. Son yıllarda ürün ve hizmet tanıtımında reklamın önemi iyice artmıştır. 2021yılına göre 2022 yılında reklam ve medya yatırımı %90 oranda artmıştır (https://www.rvd.org.tr/haberler/2022-medya-yatirimlari).



Görsel 1.Türkiye'de Toplam (Organize + Direkt) Medya ve Reklam Sektörü Yatırımları, 2022

Kaynak: Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 Raporu Nisan 2023 Deloitte Dijital

Reklamların tüketicilerin ürün tercihlerinde önemli olması nedeniyle reklama yapılan yatırımda artmaktadır. Nisan 2023 Deloitte verilerine göre 2022 yılında en büyük 34 sektör içerisinde reklam yatırımlarında en büyük pay E-ticaret, gıda ve finans olmuştur. Reklam yatırımlarındaki en çok büyüyen 3 sektör ise turizm, inşaat, yakıt ve enerjidir. Buradan da anlaşıldığı gibi hedef tüketicilere reklamlar vasıtasıyla ulaşılır. Ürün ve hizmetlerin özellikleri reklamlar ile sağlanır. Reklamlar müşteri ile iletişim kurar ve bağ oluşturur. Reklamlar aynı zamanda satışı artırır ve tüketicilerin satın alma davranışlarını olumlu yönde etkileyebilir. Battallar ve Cömert'e (2015) göre firmaların sosyal medya yoluyla yürüttükleri reklamlar işletmeye maddi ve manevi birçok yarar sağlamaktadır. Ayrıca reklamlar firmaların diğer firmalardan üstünlüklerini ortaya koyabilecek fırsatlar sağlayarak ürün ve marka bilincini geliştirecektir (Wei vd., 2010).

Teknolojinin ilerlemesi ve internetin yaygınlaşmasıyla, medyadaki reklam uygulamaları müşterilerin duygularına ve müşterilerin kimliğini yansıtacak şekilde planlanmıştır. İnternet reklamcılığı ise son yıllarda hızlı bir ilerleme göstermiştir. Özellikle internetin kırsal kesimlere kadar girmesi mecra reklâmlarına verilen önemi artırmıştır (Gümüş,2022). Sosyal medya reklamları önemlidir ve müşteri ürün almak istediğinde ürün ya da hizmet hakkında ilk bilgiyi internetten almaktadırlar. Daha önce ürünü alan ve kullananların yorumunu okumakta ve satın alıp almayacaklarını buna göre karar vermektedirler (Goyal, 2013).

1.2. Yapılan Çalışmalar

Tüketicilerin ürün veya hizmet hakkında ilk bilgiyi, internet, sosyal medya, görsel basın ve arkadaşlarından aldıkları bilinmektedir. Torun (2017) yaptığı araştırmada, ürün ya da hizmet

satın alma sürecinde tüketicilerin sosyal medya araçlarından etkilendiklerini ve satın alma davranışını belirlediklerini ortaya çıkarmıştır. Katılımcıların alışverişlerini % 72,3 oranında internetten yaptıklarını ve en çok giyim, elektronik, aksesuar, (diğer) çeşitli etkinlik bileti aldıklarını bulmuştur.

Reklamlar, tüm bireyleri etkileyebilme özelliğine sahip olsalar da en fazla çocuklar etkilenmektedir. Aileler çocuklarına ürün alırken görsel medyadan etkilendiklerini belirtmişlerdir (Doğan, 2003; Engin, 2013; Ersoy ve Özbaş, 2020). Ersoy ve Özbaş (2020) yaptıkları çalışmada çocukları en çok gıda içerikli ürünlerin % 84.70 etkilediğini belirtmişlerdir.

Koç ve Çevik (2019) yaptığı çalışmada, giysi reklamlarının tüketicileri etkilediği ve giysilerle ilgili görüşlerinde anlamlı ilişki bulunduğunu ifade etmişlerdir. Özbilen vd., (2022) reklamlarda ünlülerin oynatılması ve bu ünlülerin güvenilen ve beğenilen kişiler olması ürünlerin tercih edileceğini ortaya çıkarmıştır.

Chılashvılı ve Şahin, (2023) yatıkları çalışmada yeşil reklamların güvenilir ve inandırıcı bulmada kuşaklar arasında farklar olduğunu belirtmişlerdir. Y ve Z kuşağı genel olarak yeşil reklamları, çevrecilik bilinci oluşturmada faydalı fakat ürünün içeriğini güvenilir ve inandırıcı bulmadıklarını belirtmişlerdir.

Öz ve Yıldız (2023) abartılı reklamların şüpheyi pozitif, reklama yönelik şüphenin ise marka tutumunu, marka güvenini ve satın alma niyetini negatif olarak etkilediğini ortaya çıkarmışlardır.

2. DENEYSEL UYGULAMALAR

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Reklam tüketicinin ürün ve hizmet taleplerine etki etmektedir. Birçok tüketici ürün ya da hizmet satın alırken reklamı olan ürün tercih eder. Reklamın senaryosu doğru hedef kitleye ulaştığında başarılı olur. Bu çalışma kırsal kesimde yaşayan halkın ürün tercihlerinde reklamların etkilerini ortaya çıkarmak için yapılmıştır.

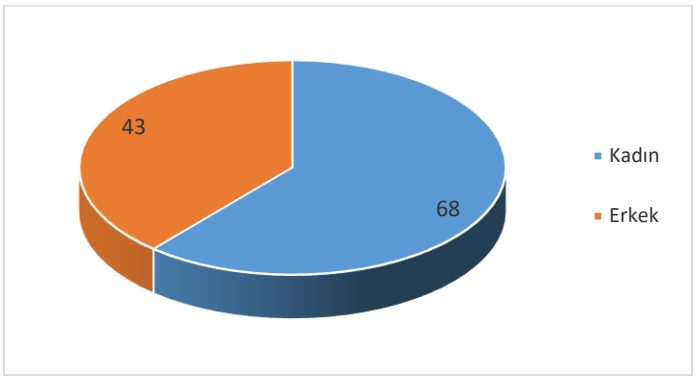
2.2. Araştırma Örneklemi ve Araştırma Ölçekleri

Araştırma 01.09.2023 ile 10.10.2023 tarihleri arasında Çanakkale'nin köylerinde ikamet eden kişilerle yapılmıştır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış ve 130 kişi katılmıştır. Bunların 111 tanesinin anketi geçerli kabul edilmiştir. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, müşterilerin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, gelir durumu, mesleği, eğitimi cep telefonu kullanma durumu, internet kullanma durumu, sosyal medya da hesabı olma durumu, televizyon reklamı izleme durumları, e- alışveriş yapma durumları sorgulanmıştır. İkinci bölümde ise, Altuğ Okumuş'un (2015), tüketicilerin ürün tercihlerinin belirlenmesinde

televizyon reklamlarının etkisi isimli yüksek lisans tezinden ölçek alınmıştır. Ölçek toplam 22 sorudan oluşmaktadır. Sorular 5'li likert ölçeğiyle tasarlanmıştır.

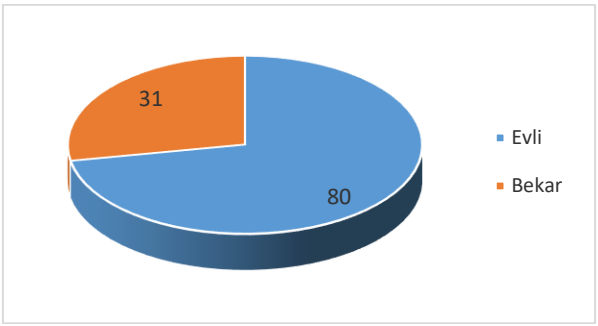
2.3. Bulgular

Kırsal bölgede yaşayan 111 kişiye ulaşılmıştır.



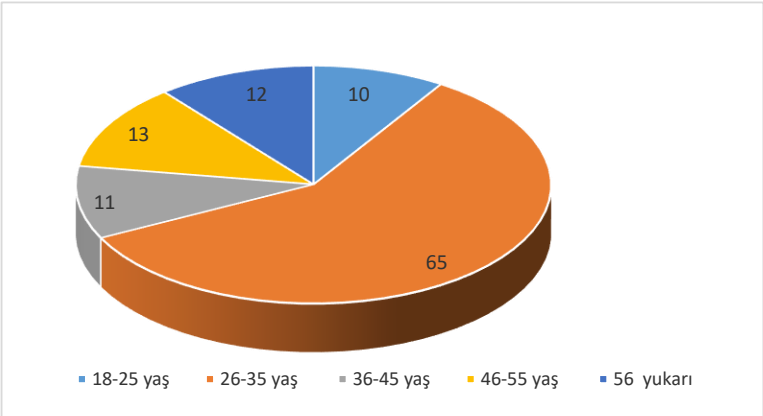
Görsel 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Görsel 2' de katılımcıların cinsiyet dağılımı görülmektedir. Bunlardan 68 kişi (% 61,3) kadın ve 43 kişi (%38,7) erkektir.



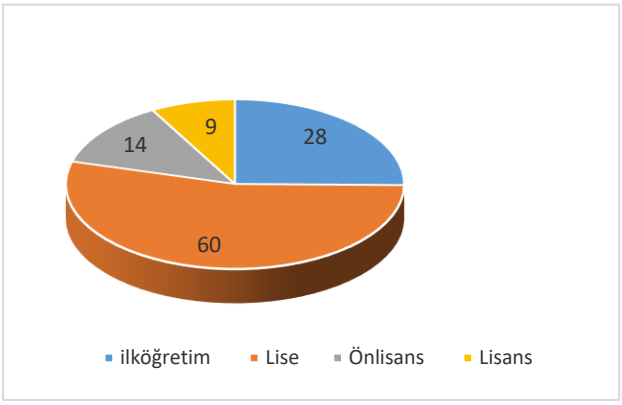
Görsel 3. Katılımcıların Medeni Durum Dağılımı

Görsel 3' de katılımcıların medeni durum dağılımı görülmektedir. Bunlardan 80 kişi (% 72,1) evli ve 31 kişi (% 27.9) bekârdır.



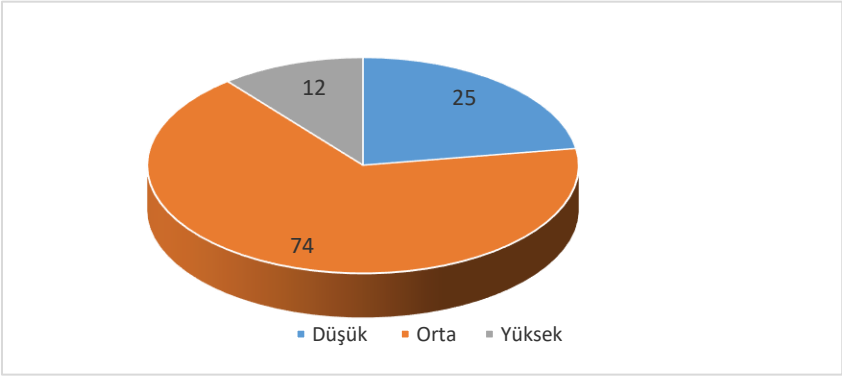
Görsel 4. Katılımcıların Yaş Dağılımı

Görsel 4'de katılımcıların yaş dağılımı görülmektedir. Bunların en fazlası 65 kişi (%58,6) 26-35 yaş aralığındadır. En azı ise 10 kişi (18-25) yaş aralığındadır.



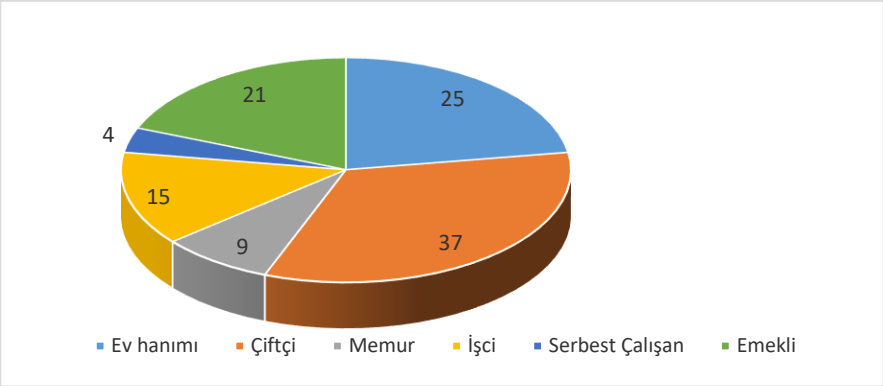
Görsel 5. Katılımcıların Eğitim Durumları

Görsel 5'de katılımcıların eğitim dağılımı görülmektedir. Bunların büyük çoğunluğu 60 kişi (% 54,1) lise mezunudur. Bunu 28 kişi (%25,2) ile ilköğretim takip etmektedir. Ön lisans mezunu ise 14 kişi (%12,6) dir. En az 9 kişi (%8,1) lisans mezunudur.



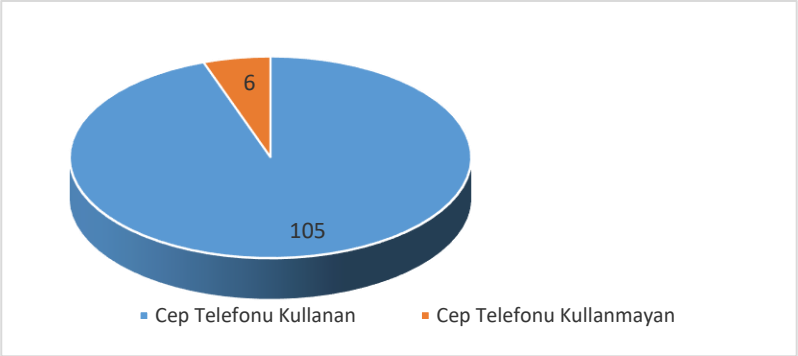
Görsel 5. Katılımcıların Gelir Dağılımları

Görsel 6'da katılımcıların gelir dağılımı görülmektedir. Bunların 25 kişi (% 22, 5) düşük gelirli, 74 Kişi (% 66,7) orta gelirli ve 12 kişi (%10,8) yüksek gelirlidir.



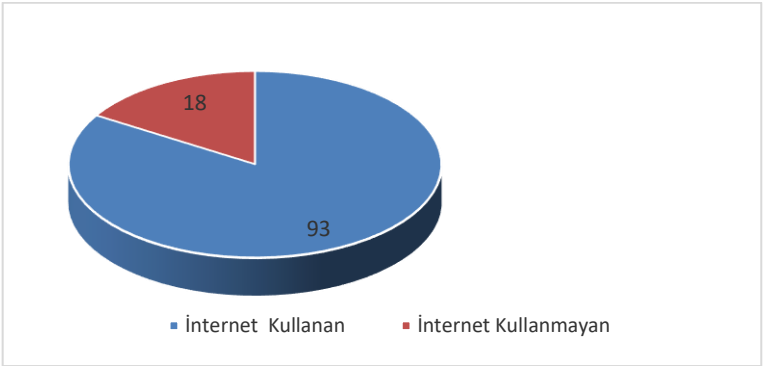
Görsel 7. Katılımcıların Meslek Dağılımı

Görsel 7'de katılımcıların meslek dağılımı görülmektedir. Bunlardan 25 kişi (%22,5) ev hanımıdır. 37 kişi (%33,5) çiftçi, 9 kişi (%8,1) memur, 15 kişi (% 13,5) işçi, 4 kişi (% 3,6) serbest çalışan, 21 kişi (% 18,9) emeklidir.



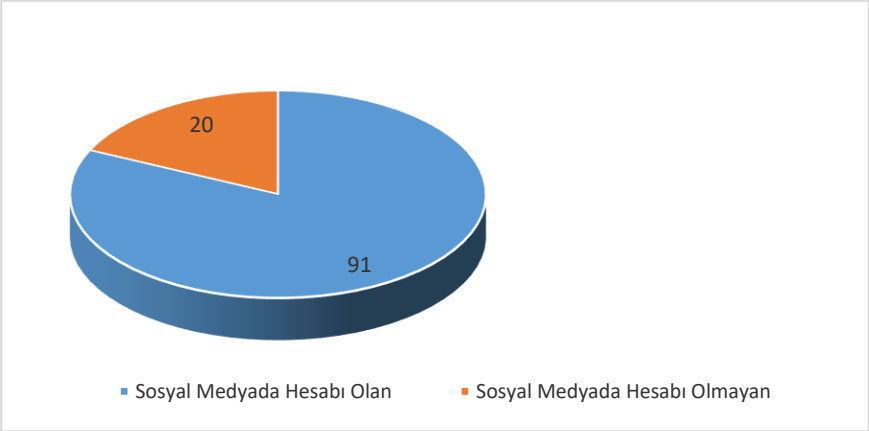
Görsel 8. Katılımcıların Cep Telefonu Kullanma Dağılımı

Görsel 8'de katılımcıların cep telefonu kullanma dağılımı görülmektedir. Bunlardan 105 kişi (% 94,6) cep telefonu kullanmaktadır. 6 kişi (% 5,4) cep telefonu kullanmamaktadır.



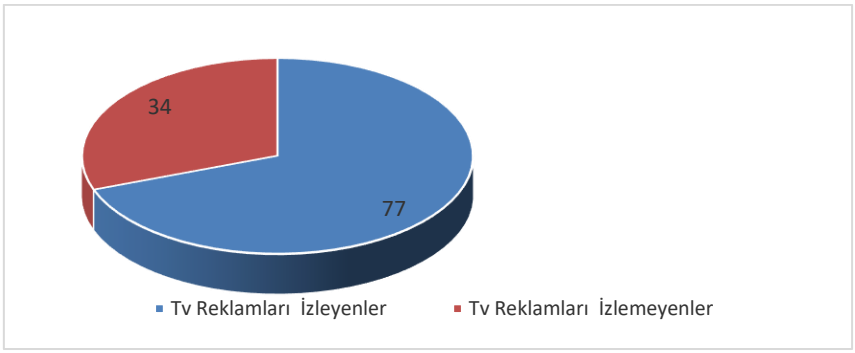
Görsel 9. Katılımcıların Cep Telefonlarında İnternet Kullanma Durumu

Görsel 9'da katılımcıların cep telefonlarında internet kullanma durumu görülmektedir. Bunlardan 93 kişi (% 83,8) kişi cep telefonunda internet kullandığını ve 18 kişi (%16,2) kullanmadığını belirtmiştir.



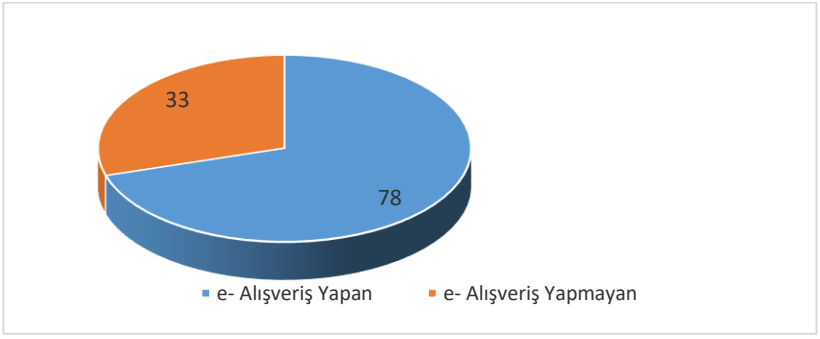
Görsel 9. Katılımcıların Sosyal Medya da Hesabı Olma Durumu

Görsel 9'da katılımcıların sosyal medya da hesabı olma durumu görülmektedir. Bunlardan 91 kişi (%82,0) sosyal medyada hesabı bulunmakta ve 20 kişi (% 18,0) kişinin sosyal medyada hesabı bulunmamaktadır.



Görsel 10. Katılımcıların Televizyon Reklamı İzleme Durumları

Görsel 10'da katılımcıların televizyon reklamı izleme durumları görülmektedir. Bunlardan 77 kişi (69,4) izlemekte ve 34 kişi (% 30,6) izlememektedir.



Görsel 11. Katılımcıların e- Alışveriş Yapma Durumları

Görsel 11'da katılımcıların e- alışveriş yapma durumları görülmektedir. Şekilde de görüldüğü gibi 78 kişi (% 70,3) internet ortamında alışveriş yapmakta ve 33 kişi (% 29,7) internet ortamında alışveriş yapmamaktadır.

Ürün tercihlerinde reklamların etkisini incelemek için normallik testi yapılmıştır. Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmıştır. Skewness = -,365 ve Kurtosis = ,451 bulunmuştur. Bu değerler + 1,5 ve – 1,5 arasında olduğu için normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Ölçeğin güvenilir olup olmadığını araştırmak için Cronbach's Alpha testinden yararlanılmıştır.

Çizelge 1. Ölçeğin Güvenilirlik Testi

Ölçek	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Ürün tercihinde Reklamın Etkisi	,708	22

Çizelge 1'de görüldüğü gibi Cronbach's Alpha = ,708 çıkmıştır. Bu değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Cronbach's Alpha değeri, 0,7 den büyük olan ölçekler güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Kılıç 2016).

Ölçeğin geçerli ve anlamlı olup olmadığını değerlendirmek için Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) ve Bartlett's Küresellik testinden yararlanılmıştır.

Çizelge 2. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's Küresellik Test

Kaiser-Meyer-Olkin		,704
Bartlett's test	Yaklaşık. Ki-Kare	798,055
	df	231
	Sig	,000

Çizelge 2'de KMO ve Bartlett's test sonuçları görülmektedir. KMO değeri, 704 olduğu için geçerlidir ve sig = ,000 olduğu için anlamlıdır.

Çizelge 3. Ölçek Sorularının Ortalama, Standart Sapma ve Varyans Değerleri

Ölçek Sorular	Ortalama	Standart Sapma	Varyans
1. Reklam sayesinde farklı markalar hakkında bilgi sahibi olurum	**3,82**	**1,119**	**1,252**
2. Reklamlar sayesinde farklı ürünleri daha iyi değerlendirme imkânı buluyorum.	3,65	1,076	1,157
3. Reklamlar sayesinde farklı markalar arasında karşılaştırma yapabiliyorum.	3,65	1,015	1,030
4.Reklamlardan edindiğim bilgiler hatalı tercih yapma olasılığını azaltıyor.	3,52	,999	,997
5. Kullanmakta olduğum ürünleri /hizmetleri reklamlardan edindiğim bilgiler ışığında seçtim.	3,50	,943	,889
6. Medya da reklamı yapılan ürünlerin daha kaliteli olduğunu düşünüyorum.	**3,23**	**1,024**	**1,049**
7. Medyada reklam yapılan ürünlerin yapılmayanlara nazaran daha pahalı olacağı inancındayım.	3,54	,998	,996
8.Medyada reklamı yapılan markaların ürünlerine daha fazla güveniyorum.	3,50	,873	,761
9.Reklamlar doğru ürünü tercihi etmemi sağlıyor.	3,30	,959	,920
10.Ürün tercihlerimde reklamların etkisi yüksektir.	3,53	1,086	1,179

11.Reklam yapılan ürün/ hizmet kullanımının getireceği prestij benim için önemlidir.	3,40	1,073	1,151
12. Ürünün /hizmetin kalitesinin beklentilerimi karşılayabilmesi benim için önemlidir.	3,79	,715	,511
13.Ürünün etiketinin görünür olması benim için önemlidir.	3,53	,961	,924
14. Alacağım ürün / hizmetin reklamının olması tercih etmemde önemli rol oynar.	3,70	1,352	1,829
15. Ürün / hizmet tercihimde markanın bilindik, tanımış oluşu önemlidir.	3,70	,920	,847
16. Reklamı olan ürünün güvenilir bir firmaya ait olduğunu düşünüyorum.	3,65	,805	,648
17.Gazete, dergi gibi yazılı basın reklamları olan ürünleri tercih ederim.	3,50	,980	,961
18.Tv radyo gibi işitsel / görsel basın reklamları ürün / hizmet tercihlerimde önemlidir.	**3,82**	**,663**	**,440**
19. Satış noktasında özel olarak yapılan ürün promosyonları tercihlerime etki eder.	**3,86**	**,610**	**,372**
20. Alternatif markaların yaptığı reklam faaliyetlerini beğenirsem kullandığım ürün / hizmeti değiştiririm.	3,68	,886	,785
21. Kullandığım marka ile ilgili kötü bir reklamla karşılaşırsam ürün /hizmeti değiştiririm.	**3,05**	**,862**	**,743**
22. İhtiyacım olan ürün / hizmetle ilgili yeni bir reklam görürsem reklamdaki ürünü / hizmeti denemek isterim.	**3,15**	**,876**	**,767**

Çizelge 3'de ölçek sorularının ortalama, standart sapma ve varyans değerleri görülmektedir. Ölçek sorularının ortalamasına baktığımızda en yüksek ortalama 19. soru (3,86±, 610) olmuştur. Bunu 1. soru (3, 82±1,119) ve 18. soru (3,82±, 663) takip etmiştir. En düşük ortalama ise 21. soru (3,05± ,862) olmuştur. Bunu 22. soru (3,15± ,862) ve 6. soru (3,23± , 1,024) takip etmiştir.

SONUÇ

Tüketim kültürünü etkileyen reklamlar anlam oluşturulmasında önemlidir. Reklam belli bir ürüne yan anlamlar eklenerek tüketicilerde çağrışım oluşturur. Tüketicide oluşan bu çağrışım o ürünü almayı kolaylaştırır**.** Reklam toplumun alışkanlıklarını ve aile yapısını etkiler, Yeniliklerden haberdar olmasını sağlar, toplumu yönlendirir ve bilgilendirir.

Bu çalışma kırsal kesimde yaşayan halkın ürün tercihlerinde reklamın etkisini ortaya çıkarmak için planlanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu 68 kişi (% 61,3) kadındır. Evliler 80 kişi (% 72,1) olarak çoğunluktadır. 18- 70 yaş üstü katılım sağlanmıştır ve en fazla 65 kişi (%58,6) 26-35 yaş aralığındadır. Lise mezunlarının 60 kişi (% 54,1) oranı fazladır. Gelir durumları ise 25 kişi (% 22, 5) düşük gelirli, 74 kişi (% 66,7) orta gelirli ve 12 kişi (%10,8) yüksek gelirlidir. Görsel 7'de katılımcıların meslek dağılımı görülmektedir. Meslek olarak çiftçilik ve hayvancılıkla uğraşanlar 37 kişi (%33,5) dir. Bunu 25 kişi (%22,5) ev hanımları takip etmiştir. En az 4 kişi (% 3,6) serbest çalışan ve 9 kişi (%8,1) memur olduğu görülmektedir.

Katılımcıların 105'inin (% 94,6) cep telefonu kullanmakta olduğu görülmektedir. İster şehir merkezinde olsun ister kırsal bölgede olsun insanlar cep telefonu kullanmaktadırlar. Kullanmayanlar, ya cep telefonları ya da ev telefonları olduğu için kullanmamaktadırlar. Sosyal medyada hesabı olma durumuna bakıldığında 91 kişinin (%82,0) hesabı bulunmakta olduğu görülmektedir. Televizyon reklamı izleme durumları ise 77 kişi (69,4) oldukları görülmüştür. İnternetten alışveriş yapanların oranı 78 kişi (% 70,3) dir. Buradan da anlaşıldığı gibi kırsal bölgelerde tv, internet vb. sosyal medyadan yararlanmaktadırlar. Bu yüzden işletmeler de kırsal kesimdeki halkı kazanmak için onların kültür yapısına ve alışkanlıklarına yönelik reklamlar yapmalıdırlar. Bu tür reklamlar ürün ve hizmetlerin satın alınmasını kolaylaştıracaktır.

Ölçek sorularının ortalamasına baktığımızda en yüksek ortalamanın 19. soru olan "satış noktasında özel olarak yapılan ürün promosyonları tercihlerime etki eder" (3,86±, 610) sorusu olmuştur. Bunu 1. soru "reklam sayesinde farklı markalar hakkında bilgi sahibi olurum" (3, 82±1,119) ve 18. soru olan "tv radyo gibi işitsel/görsel basın reklamları ürün/hizmet tercihlerimde önemlidir" (3,82±, 663) takip etmiştir. Bu bağlamda ürün tercihinde promosyonların önemi çok fazladır. İşletmeler ürünlerini satmak için promosyonlardan yararlanabilirler. Örneğin, deterjanların yanına yumuşatıcı vererek, ya da diş macunlarına diş fırçası ekleyerek satışlarını artırabilirler. Reklamlar aynı zamanda ürün hakkında bilgi verir. Bu yüzden reklamın teması bilgi verici olduğunda ürün tüketici tarafından tercih edilmektedir. TV, radyo ve diğer sosyal medya reklamlarındaki ürünler reklamı olmayan ürünlere göre daha avantajlıdır. Tüketiciler reklamı yapılmış olan ürünü daha fazla tercih etmektedir.

En düşük ortalama ise, 21. soru olan "kullandığım marka ile ilgili kötü bir reklamla karşılaşırsam ürün /hizmeti değiştiririm" (3,05± ,862) olmuştur. Bunu 22. soru "ihtiyacım olan ürün / hizmetle ilgili yeni bir reklam görürsem reklamdaki ürünü/hizmeti denemek isterim" (3,15± ,862) ve 6. soru olan "medya da reklamı yapılan ürünlerin daha kaliteli olduğunu düşünüyorum" (3,23± , 1,024) takip etmiştir. Burada görüldüğü gibi tüketici üründen memnunsa reklam kötü olsa bile ürünü değiştirmemektedir. Yine kullandığı üründen memnun olan müşteri yeni bir reklam gördüğünde bundan etkilenmemektedir. Tüketici reklamı yapılan her ürünün kaliteli olduğuna inanmamaktadır ve seçici davranmaktadır.

Reklam, tüketici davranışlarını ve satın alma eğilimlerini etkiler. Bunu anlayan işletmeler reklam yatırımlarını artırmaktadırlar. Reklama yatırım yapmak önemli olsa da önemli olan tüketicinin istek ve taleplerine uygun reklam yapmak, kaliteli ürün sunmak, müşteri ile arasında güven oluşturabilmektir. Bu çalışma yalnız bir ilin birkaç köyünde yapılmıştır. Araştırma genişletilip daha fazla bölgede yapıldığında farklı sonuçlar çıkabilecektir.

KAYNAKÇA

(Kitap Örneği)

Field, A. Discovering statistics using SPSSfor Windows, London, Sage Publications, Thousand Oaks New Delhi, 2000

(Bildiri Kitabı Örneği)

Engin, H.B. Çocuk ve reklam: çocuklar olması gerekenden erken büyüyor. 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi. 14-15 Kasım 2013, İstanbul, Türkiye. 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı (1. Cilt), Çocuk Vakfı Yayınları:104, Yayın Dizisi: 5, 217-İstanbul, 234, 2013

(Tez Örneği)

Doğan, M. Televizyon Reklamlarının Çocuklar Üzerindeki Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, 2003

Okumuş A. Reklam ve Reklamın Tüketici Tercihlerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, 2015

(Makale Örneği)

Battallar, Z., ve Cömert, M. Tüketicilerin Tercihlerinde Sosyal Medyadaki Reklamların Etkisi, Turizm Akademik Dergisi, 2 (1), 39-48, 2015

Chılashvılı, N., ve Şahin, E. Kadın Tüketicilerin Marka Tercihlerinde Yeşil Reklamların Önemi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (50), 287-302, 2023

Demiryürek, K., ve Atsan, T. Distance Education through Television for Farmers in Developing Countries the Case of Turkey. Anthropologist, 21(3), 374–379, 2015

Erdoğdu, Z. S., ve Taşdelen, B. Televizyon Reklamlarında Kültürel Ve Dini Göstergelerin Kullanımı: 2010-2017 Coca-Cola Ramazan Dönemi Reklamlarının Gösterge Bilimsel Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(2), 1296-1326, 2019

Ersoy, S., ve Özbaş, S. Çocukların Gıda Tüketimi Üzerine Televizyon Reklamlarının Etkisi. Akademik Gıda, 18(2), 172-179, 2020

Gümüş, S. İnternet Reklamlarının Satışı Artırmadaki Çarpan Etkileri ve Bir Araştırma,International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, 8(37),83-92, 2022

Goyal, S. Advertising On Social Media, Scientific Journal of Pure and Applied Sciences, 2(5), 220-223, 2013

Kılıç S. Cronbach's Alpha Güvenilirlik Katsayısı, Journal of Mood Disorders 6 (1), 47-48, 2016

Koç, F., ve Çevik, S. Tüketicilerin Hazır Giyim Markaları Tercihlerinde Giysi Reklamlardan Etkilenme Durumları Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (99), 48-65, 2019

Kutluay Tutar, F., Tutar, E., ve Sever, Y. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Ulusal Kırsal Ağ Yaklaşımı: Türkiye'de Ulusal Kırsal Ağ Projesi Uygulama Örnekleri, Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 8(55),940-947, 2022

Muttaqin, Z. Facebook Marketing Dalam Komunıkası Pemasaran Modern, Teknologi, 1(2), 103-109, 2011

Öz, H. H., ve Yıldız, S. Abartılı Reklamların ve Reklama Yönelik Şüphenin Marka Tutumuna, Satın Alma Niyetine ve Marka Güvenine Etkisi. Turkish Management Review, 2(1), 1–17, 2023

Özbilen, E. E. E., Eser, Z., ve Sığrı, Ü. Reklamlarda Ünlülerin Kullanılmasının Tüketicilerin Marka Tercihine Olan Etkisi: Nitel Bir Araştırma. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 15(1), 29-70, 2022

Saravanakumar, M., ve Sugantha Lakshmi, T. Social Media Marketing, Life Science Journal, 9(4): 4444- 4451, 2012

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., ve Ullman, J. B. Using Multivariate Statistics, Boston, MA Person,6, 497-516, 2013

Toker, A., ve Sulak, H. Reklam Filmlerinde Kullanılan Çekicilik Türleri ve Tüketiciler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11(Ek), 117-133, 2020

Torun, E. Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerinde İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri Ve Önemi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 16(62), 955-970, 2017

Wei, P. L., Huang, J. H., Tzeng, G. H., ve Wu, S. I. Causal Modeling Of Web-Advertising Effects By İmproving SEM Based On The DEMATEL Technique. International Journal Of Information Technology & Decision Making, 9(05), 799-829, 2010

Yaşar, M. E., ve Baydaş, A. Reklam Etkinliğinin Tüketici Perspektifinden Değerlendirilmesi. Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (19), 179-206, 2020

(Yalnızca İnternet Ortamında Yer Alan Kaynaklar)

https://www.google.com/search?q=t%C3%BCrkiye+n%C3%BCf%C3%BCs%C3%BC&rlz) (Erişim tarihi: 18. 10. 2023)

TUİK, 2023 https://data. tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=49685(Erişim tarihi: 18. 10. 2023)

(https://www.rvd.org.tr/haberler/2022-medya-yatirimlari).Erişim tarihi: 18. 10. 2023)

Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 Raporu Nisan 2023 Deloitte dijital https://rd.org. tr/Assets/uploads/7587437b-563d-4917-b767-676021317bb1.pdf (Erişim tarihi: 18. 10. 2023)

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) 2022) https://www.google.com/search?q=%C3%BClkemizin+n%C3%BCfusu&rlz=1C1CHZN_trTR942TR942&oq=%C3%BClkemiz&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgBEAAYQxiKBTIGCAAQRRg5MgkIARAAGEMYigUyCQgCEAAYQxiKBTIGCAMQABgDMgkIBBAAGEMYigUyBwgFEAAYgAQyDQgGEAAYgwEYsQMYgAQyBwgHEAAYgAQyBwgIEAAYgAQyBggJEAAYA9IBCTYzOTlqMGoxNagCALACAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8(Erişim Tarihi: 18. 10. 2023)

SOSYAL MEDYA PAZARLAMA FAALİYETİNİN MARKA İMAJI, MARKA SADAKATİ VE MARKA DEĞERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: DİJİTAL YAYIN PLATFORM KULLANICILARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Doktora Öğrencisi, Özlem ŞİBİL

Gümüşhane Üniversitesi, ORCID ID: 0009-0000-9202-818X

Prof.Dr.Salih YILDIZ

Gümüşhane Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-1002-5960

ÖZET

Sosyal medya pazarlama faaliyetinin bağımsız değişken rolünün incelendiği bu araştırmada, dört önemli kavram üzerinde durulmaktadır. Bunlar; sosyal medya pazarlama faaliyeti, marka imajı, marka sadakati ve marka değeridir. Araştırmada sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin marka imajı, marka sadakati ve marka değeri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sosyal medyayı ve dijital yayın platformlarını kullanan kullanıcılar üzerinde yapılmıştır. Ayrıca araştırmada demografik ve frekans sorularına yer verilerek çalışmanın kapsamı genişletilmiştir. Araştırma çevrimiçi anket yöntemiyle gerçekleştirilmiş olup 472 veri değerlendirilmeye alınmıştır. Elde edilen veriler yapısal eşitlik modellemesi (YEM) programıyla analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin marka imajı, marka sadakati ve marka değeri üzerinde olumlu yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Pazarlama Faaliyeti, Marka İmajı, Marka Sadakati, Marka Değeri

THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON BRAND IMAGE, BRAND LOYALTY AND BRAND EQUITY: AN APPLICATION ON DIGITAL BROADCAST PLATFORM USERS

ABSTRACT

In this research, where the independent variable role of social media marketing activity is examined, four important concepts are emphasized. These; social media marketing activity, brand image, brand loyalty and brand equity. In the research, the effect of social media marketing activities on brand image, brand loyalty and brand equity was examined. The research was conducted on users using social media and digital broadcast platforms. In addition, the scope of the study was expanded by including demographic and frequency questions. The research was carried out using the online survey method and 472 data were evaluated. The obtained data were analyzed with the structural equation modeling (SEM) program. According

to the results of the study, it was determined that social media marketing activities had a positive effect on brand image, brand loyalty and brand equity.

Keywords: Social Media Marketing Activity, Brand Image, Brand Loyalty, Brand Equity, Digital Broadcasting Platforms

1. GİRİŞ

Sosyal medya, etkileşimleri, iş birliklerini ve içerik paylaşımını kolaylaştırmayı hedefleyen çevrimiçi uygulamalar, medyalar ve platformlardır (Kim ve Ko, 2012: 1481). Web 2.0'ın teknik ve ideolojik temelleriyle kurulan sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin biçimlenmesine ve kullanıcıya değiş tokuş izni veren internet tabanlı bir grup uygulama olarak açıklanmaktadır (Akgün, 2020: 4219).

Sosyal medya, düşünce, yorum ve fikir paylaşmak için benzer ilgiye sahip çevrimiçi bir ortamdır. Bu ortamda, kullanıcının çevrimiçi alışverişe katılmasını, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe katkıda bulunmasını veya blog gibi çevrimiçi topluluğa katılmasını sağlayan internet ve hücresel hizmete dayalı birçok hizmet için referans olarak kullanılmaktadır; örneğin Tumblr, Wikipedia, sosyal medya sitesi (ör. Facebook, Twitter, LinkedIn) ve medya paylaşım sitesi (ör. YouTube, Instagram) (Aji vd., 2020: 93).Sosyal medya, reklamcılık ve pazarlama faaliyetlerini sürdürmek için yaygın olarak kullanılan bir platformdur (Hilal, 2022:1). Birçok firma, ürün ve hizmetlerini tanıtmak için sosyal medya platformlarından yararlanmaktadır.

Sosyal medya kullanıcıları, çeşitli kaynaklardan bağlantılar veya haberler göndererek içerik üretimine aktif olarak katılırlar ve neredeyse her zaman çevrimiçidirler. Arkadaş edinme, içerik oluşturma, bilgi, deneyim ve görüş paylaşma gibi çeşitli faaliyetlere sosyal medya platformları sayesinde katılmaktadırlar (Song ve Yoo, 2016: 85). Tüketiciler sosyal medyada daha fazla zaman geçirdikçe, satın alma kararları bu ağlar aracılığıyla gerçekleşen etkileşimlerden oldukça etkilenmektedir (Heinrichs vd., 2011: 348). Sosyal medya, kullanıcıların düşüncelerini, deneyimlerini ve gözlemlerini paylaşmalarına olanak tanıyarak sosyal etkileşimi teşvik eden çevrimiçi platformlar ve gruplar tarafından temsil edilmektedir (Alalwan vd., 2017: 1186). Filo ve arkadaşlarına göre (2015: 9), sosyal medya platformlarının kullanılması firmaların kendi markalarına daha fazla müşteri bağlamalarına katkı sağlamaktadır.

Marka imajı, ürünün içeriğidir, çünkü tüketici bir ürün satın aldığında, geri bildirim sırasında oluşan bir imajı satın alır (Virvilaite, 2015: 643). Shamma ve Hassan (2011:16), tüketici zihninde marka imajının güçlü olması durumunda satın alma niyetinin ortaya çıkma olasılığına dikkat çekmektedir. Bu nedenle marka imajı hem pazarlamacılar hem de araştırmacılar tarafından önemli sayılmaktadır. Pazarlamacılar markalarının imajını geliştirmek için farklı reklam yöntemleri kullanırlar. Bu nedenle reklam, marka imajının geliştirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Gökerik vd., 2018: 1224).

Tüketicinin bir ürün kategorisinde belirli bir markayı satın alma tercihi marka sadakati olarak ifade edilmektedir. Marka sadakati, bir markanın tüketicilere doğru ürün özelliklerini, görsellerini veya kalite düzeyini doğru fiyata sunduğunda ve tüketicilerin bu sunuşu algılamasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu algı, sadakatle sonuçlanırsa tekrar satın alma anlamına

gelebilmektedir. Marka sadakati bu nedenle müşterinin tercihi ve bir markaya bağlılığıyla ilgilidir. Bir ürünü uzun süre kullanma ile gelişen güvenden kaynaklanabilir (Ishak ve Ghani, 2013: 188).

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Fiaz vd. (2019) çalışmalarında, sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin üniversitenin marka imajı ve itibarı üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu kapsamda 205 üniversite öğrencisinden veri elde edilmiştir. Elde edilen verilere göre sosyal medya pazarlama faaliyetinin marka imajı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç Wijaya ve Putri (2013), Seo ve Park (2018), Bilgin (2018) ve Heskiano vd. (2020)'nın çalışmalarıyla da örtüşmektedir.

Haudi ve arkadaşları (2022) çalışmalarında, sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin sosyal medyada marka güveni, marka sadakati ve marka değeri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Elde edilen sonuçlara göre sosyal medya pazarlamasının marka sadakati ve marka değeri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca Bilgin (2018), Heskiano vd. (2020), Fatima vd. (2022) ve Hilal (2022) çalışmalarında, sosyal medya pazarlama faaliyetinin, marka sadakati üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi olduğunu tespit edilmişlerdir.

Hamşıoğlu ve Nalcı (2021)'nın sosyal medya pazarlamasının marka değeri, marka güveni ve marka bağlılığı üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında, sosyal medya pazarlamasının marka değeri üzerinde doğrudan ve pozitif etkilerinin olduğunu tespit etmişlerdir. Literatür incelendiğinde Godey vd. (2016), Fatima vd. (2022) ve Haudi vd. (2022) çalışmalarında, sosyal medya pazarlama faaliyetinin marka değeri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu saptamışlardır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

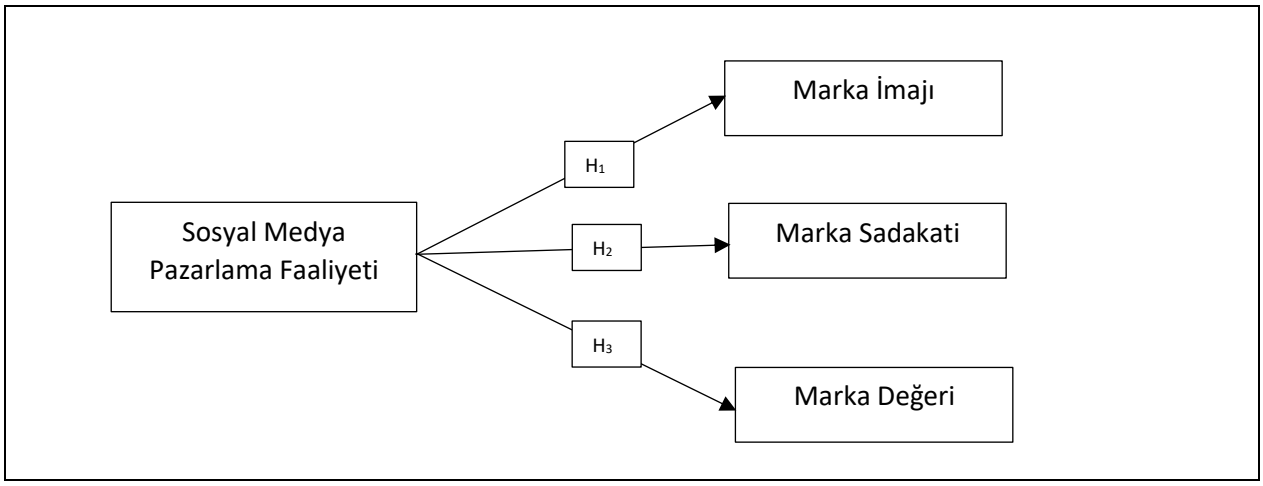
Bu çalışmanın amacı araştırmanın bağımsız değişkeni olan sosyal medya pazarlama faaliyetinin üç farklı bağımlı değişken olan marka imajı, marka sadakati ve marka değeri üzerindeki etkileri tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'de hizmet veren dijital yayın platformlarını kullanan tüketicilere yönelik bir anket formu oluşturulmuş ve katılımcıların söz konusu dijital yayın platformlarının sosyal medya pazarlama faaliyetlerine yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi, Kapsamı ve Kısıtları

Bu araştırma, Türkiye'de faaliyet gösteren dijital yayın platformlarını kullanan kullanıcıları kapsamaktadır. Araştırma çevrimiçi anket yöntemi ile gerçekleştirilmiş olup 479 bireyin ankete eriştiği tespit edilmiştir. Elde edilen 479 veriden 7 tanesi bu platformları kullanmadığından dolayı diğer soruları cevaplamadıkları tespit edilmiş ve araştırma kapsamının dışına alınarak sadece 472 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Anket çalışması 30.07.2022-15.08.2022 tarihleri arasında sanal ortamda gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Sosyal medya pazarlama faaliyeti ile ilgili literatürün incelenmesi sonucunda aşağıda yer alan araştırma modeli geliştirilmiştir.



Görsel 1: Araştırma Modeli

Bu çalışma üç hipotezi test etmektedir:

H_1: Sosyal medya pazarlama faaliyeti, marka imajını pozitif yönde etkiler.

H_2: Sosyal medya pazarlama faaliyeti, marka sadakatini pozitif yönde etkiler.

H_3: Sosyal medya pazarlama faaliyeti, marka değerini pozitif yönde etkiler.

4. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmaya katılan 472 tüketiciden %65,9'u kadın, %34,1'i ise erkektir. Araştırmaya katılan tüketicilerin genel demografik bulgularına bakıldığında; %58,5 ile bekarlar, %50,6 ile 29-39 yaş arası tüketiciler, %61,7 ile lisans mezunları, %45,6 ile kamu sektörü çalışanı ve %28,4 ile 4250TL ve altı gelir sahibi tüketiciler, ilgili demografik grupların çoğunluğunu oluşturmaktadırlar.

Araştırmada yer alan ölçeklerin güvenirliliklerini belirlemek amacıyla Cronbach Alfa analizi yapılmıştır. Araştırmanın güvenilirlik sonuçlarına bakıldığında; sosyal medya pazarlama faaliyetinin güvenilirlik sonucu 0,875, marka imajının 0,844, marka sadakatinin 0,919, marka değerinin 0,864 olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlerin $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ aralığında olması ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Prahiawan vd. 2021: 596).

Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik faktör analizi sonuçları incelendiğinde tüm ölçeklerin tek bir ölçek altında toplandığı ve açıklanan varyans oranı %55'in üzerinde ve öz değerin 1'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple ölçeğin yapısal geçerliliğinin iyi düzeyde olduğunu ve ölçekten herhangi bir sorunun silinmesine gerek olmadığı anlaşılmıştır.

Araştırmada hipotezlerin, desteklenip desteklenmediğini test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda modelin GFI:0,935 NFI: 0,946 ve RMSEA: 0,053 uyum değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde uyum sağladığı; CFI: 0,969, IFI: 0,969, TLI: 0,961 ve $\chi 2$ /df: 2,305 uyum değerlerinin ise iyi uyum içinde yer aldığı tespit

edilmiştir. Bu bulgulara göre kabul edilen araştırma modelinde oluşturduğumuz hipotezlerin durumu da aşağıdaki gibidir.

Çizelge 1: Hipotezlerin Testi Sonuçları

Hipotezler	Estimate	S.E	C.R	P değeri	Durum
H_1: SMP→ MI	1,053	0,097	10,833	***	Kabul
H_2: SMP→ MS	1,311	0,112	11,714	***	Kabul
H_3: SMP→ MD	1,015	0,100	10,134	***	Kabul

Çizelge 1'de yer alan hipotezlerin test sonuçlarına bakıldığında p anlamlılık değerlerinin 0,10'dan küçük olması sebebiyle H_1, H_2 ve H_3 hipotezleri kabul edilmiştir.

5. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'de faaliyet gösteren dijital yayın platformları, günümüz dijital çağında markaların imajını, sadakatini ve değerini artırmak için kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışma sosyal medya pazarlama faaliyetinin marka imajı, marka sadakati ve marka değeri üzerindeki etkileri tespit etmektedir. Bu doğrultuda Türkiye'de hizmet veren dijital yayın platformlarını kullanan tüketicilere yönelik bir anket yürütülmüş ve katılımcıların söz konusu dijital yayın platformların sosyal medya pazarlama faaliyetlerine yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda Türkiye'nin faklı illerinde yaşayan 472 katılımcıdan çevrimiçi olarak anket verisi elde edilmiş araştırmanın modeli oluşturulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir.

Türkiye'de dijital yayın platform alanında hizmet veren firmalar örnekleminde, sosyal medya pazarlamasının marka imajı, marka sadakati ve marka değeri üzerinde pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur. Sosyal medya pazarlama faaliyetinin, marka imajı, marka sadakati ve marka değeri üzerine yapılan literatürdeki çalışmalar incelendiğinde (Wijaya ve Putri, 2013; Seo ve Park, 2018; Bilgin, 2018; Fiaz vd., 2019; Godey vd., 2016; Fatima vd., 2022 ve Haudi vd., 2022) elde edilen bulguların çalışmamızla paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Aji, P., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. International Journal of Data and Network Science, 4(2), 91-104.

Akgün, Z. (2020). Sosyal Medya Pazarlama Aktivitelerinin Marka Değeri, Tüketici Yanıtları ve Satın Alma Niyetine Etkisi: Hızlı Moda Markalarına Yönelik Bir Araştırma. Business & Management Studies: An International Journal, 8(5), 4211-4240.

Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. Telematics and informatics, 34(7), 1177-1190.

Bilgin Y. (2018), The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty, BMIJ, (2018), 6(1): 128-148

Fatima, S., Alqahtani, H., Naim, A., & Alma'alwi, F. (2022). E-CRM Through Social Media Marketing Activities for Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. In Building a Brand Image Through Electronic Customer Relationship Management (pp. 109-138). IGI Global.

Fiaz, M., Ikram, A., Basma, A., Tariq, Z., Jafri, S. K. A., & Khurram, W. (2019, November). Role of social media marketing activities in creating university brand image and reputation: the mediating role of customer value co-creation behavior. In 2019 8th International Conference on Information and Communication Technologies (ICICT) (pp. 135-141). IEEE.

Filo, K., Lock, D., Karg, A. (2015). Sport and social media research: a review. Sport Manage. Rev. 18 (2), 166–181.

Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. Journal of business research, 69(12), 5833-5841.

Gökerik, M., Gürbüz, A., Erkan, I., Mogaji, E., & Sap, S. (2018). Surprise me with your ads! The impacts of guerrilla marketing in social media on brand image. Asia Pacific journal of marketing and logistics, 30(5), 1222-1238.

Hamşıoğlu, A. B., & Nalcı, M. M. (2021). Sosyal Medya Pazarlamasının Marka Değeri, Marka Güveni ve Marka Bağlılığı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi: Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *13*(4), 3076-3089.

Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y., Prasetio, T., Pitaloka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I & Cahyon, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty.International Journal of Data and Network Science, 6(3), 961-972.

Heskiano, H., Syah, T. Y. R., & Hilmy, M. R. (2020). Social Media Marketing Relations, Brand Awareness to Brand Loyalty Through The Brand Image. Journal of Multidisciplinary Academic, 4(4), 208-214.

Hilal, O. A. (2022). A Moderation and Mediation Model of Social Media Marketing and Brand Loyalty Among Smartphone Users in Egypt. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM)*, *13*(1), 1-21.

Heinrichs, J. H., Lim, J. S., & Lim, K. S. (2011). Influence of social networking site and user access method on social media evaluation. Journal of Consumer Behaviour, 10(6), 347-355.

Ishak, F., & Abd Ghani, N. H. (2013). A review of the literature on brand loyalty and customer loyalty.186-198

Prahiawan, W., Juliana, J., & Purba, J. T. (2021). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. Anser, MK, Tabash, MI, Nassani, AA, Aldakhil, AM, & Yousaf, (2021).

Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. Journal of Business research, 65(10), 1480-1486.

Seo, E. J., & Park, J. W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, *66*, 36-41.

Shamma, H. M., & Hassan, S. S. (2011). Integrating product and corporate brand equity into total brand equity measurement. International Journal of marketing studies, 3(1), 11-20.

Song, S., & Yoo, M. (2016). The role of social media during the pre-purchasing stage. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 7(1), 84-99.

Virvilaite, R., Tumasonyte, D., & Sliburyte, L. (2015). The influence of word of mouth communication on brand equity: Receiver perspectives. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *213*, 641-646.

Wijaya, B. S., & Putri, D. M. (2013). Is social media impactful for university's brand image?. Jurnal Manajemen Teknologi, 12(3).

SIFIR ATIK PROJESİ KAPSAMINDA TÜKETİCİLERİN GERİ DÖNÜŞÜM DAVRANIŞINA YÖNELİK TUTUM VE NİYETLERİ[1]

Prof.Dr.Salih YILDIZ

Gümüşhane Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-1002-5960

Doktora Öğrencisi, Özlem ŞİBİL

Gümüşhane Üniversitesi, ORCID ID: 0009-0000-9202-818X

ÖZET

Geri dönüşüm atıklarının küresel olarak önemli bir çevresel sorun oluşturduğu bilinmektedir. Bu nedenle tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sürdürülebilir çevre politikaları gereği Sıfır Atık uygulama çalışmaları yaygınlaşmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde israfı önleme, kaynakları daha etkin kullanma, atık miktarını azaltma ve geri dönüştürülebilir atıkların geri kazanımı gibi olgulara daha fazla dikkat çekilmek istenmiştir. Bu nedenle bu çalışma Sıfır Atık projesi kapsamında tüketicilerin geri dönüşüm davranışına yönelik tutum ve niyetlerini incelemektedir. Bu kapsamda araştırmada tüketicilerin geri dönüşüme yönelik tutumlarını, subjektif normlarını, algılanan davranışsal kontrolünü, geri dönüşüm alışkanlıklarını ve algılanan ahlaki yükümlülük boyutları ele alınmıştır. Ele alınmış olan bu 5 değişkenin geri dönüşüm niyetine etkisi ve geri dönüşüm niyetinin de davranışa etkisi incelenmektedir. Araştırma, Gümüşhane ilinde bulunan tüketicileri kapsamaktadır ve araştırmada veriler yüz yüze anket yöntemi ile 613 kişiden toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi için yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ve SPSS paket programından yararlanılmıştır. Araştırma bulguları neticesinde tutumun, subjektif normun, algılanan davranışsal kontrolün, geri dönüşüm alışkanlıklarının, algılanan ahlaki yükümlülüğün geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca geri dönüşüm niyetinin geri dönüşüm davranışı üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır

Anahtar Kelimeler: Tutum, Subjektif Norm, Algılanan Davranışsal Kontrol, Geri Dönüşüm Alışkanlıkları, Algılanan Ahlaki Yükümlülük, Geri Dönüşüm Niyeti ve Davranışı

CONSUMERS' ATTITUDES AND INTENTIONS TOWARDS RECYCLING BEHAVIOR WITHIN THE SCOPE OF ZERO WASTE PROJECT

ABSTRACT

It is known that recycling waste poses an important environmental problem globally. For this reason, as in the whole world, zero waste implementation studies are becoming widespread in our country as well as in accordance with sustainable environmental policies. Thanks to these

[1] Bu araştırma, Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: 23.F2911.02.01

practices, it was desired to draw more attention to facts such as preventing waste, using resources more effectively, reducing the amount of waste and recycling recyclable wastes. Therefore, this study examines the attitudes and intentions of consumers towards recycling behavior within the scope of the Zero Waste project. In this context, the research examined consumers' attitudes towards recycling, subjective norms, perceived behavioral control, recycling habits and perceived moral obligation dimensions. The effect of these 5 variables on recycling intention and the effect of recycling intention on behavior are examined. The research covers consumers in Gümüşhane province and 613 data were collected by face-to-face survey method. Structural equation modeling (SEM) and SPSS package program were used to analyze the data obtained within the scope of the research. As a result of the research findings, it was determined that attitude, subjective norm, perceived behavioral control, recycling habits, and perceived moral obligation had a positive effect on recycling intention. Additionally, recycling intention has a positive effect on recycling behavior.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Recycling Habits, Perceived Moral Obligation, Recycling Intention and Behavior

1. GİRİŞ

Dr. Paul Palmer, 1973'te belediye katı atıklarının depo alanlarından tamamen kaldırılmasını tanımlamak için "sıfır atık" ifadesini (Bhambulkar vd. 2020: 1732) ilk ortaya atan kişidir. Sıfır Atık projesi, ülkemizde 26. 09. 2017 tarihinde uygulamaya koyulmuş ve 12.07.2019 tarihlinde Resmî Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yürütülen Sıfır Atık projesi uygulamasıyla çevremizde ortaya çıkan atıkları kontrol altına almak, yeniden ekonomiye kazandırmak ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir çevre bırakmak amaçlanmıştır. Bu proje, bireysel ve kamusal anlamda yaygınlaşmakla birlikte belediyelerce de her geçen gün daha fazla benimsenmektedir. Sıfır Atık, "yakma veya gömme değil, atıkların uzaklaştırılması, malzemelerin tutulması ve rehabilitasyonu için ürün ve süreçlerin tasarlanması ve yönetilmesine yönelik bir sistem" olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle Sıfır Atık, atık depolama veya yakma yoluyla atık yönetimi değil, sürdürülebilir tasarım ve tüketim uygulamaları, optimum atık geri kazanımı yoluyla atıkların önlenmesiyle ilgilenmektedir (Hamid vd., 2020).

Gümüşhane ili, Sıfır Atık projesine 2020 yılının ilk yarısında başlamış ve halen çalışmalarını sürdürmeye devam eden bir şehrimizdir. Bu şehrimizden yola çıkarak araştırmamızda geri dönüştürülebilir atıkların Sıfır Atık projesine kazandırılması için tüketicilerin hangi değişkeninden daha fazla etkilendikleri belirlemek hedeflendi. İlaveten araştırma değişkenleri ile kapsamlı bir tahmin modeli genişletilmiştir. Bu kapsamda çalışmamızda Ajzen (1991: 188)'ın Planlanmış Davranış Teorisi'nden yararlanılarak insan davranışlarının yönetilmesinde etkili olan değişkenler araştırmaya dahil edilmiştir.

Planlı davranış teorisine göre, bireyin davranışının temel öncülü onun niyetidir. Bu bağlamda niyet üç yapı tarafından belirlenir. Birincisi, bireylerin davranışa yönelik genel tutumu. İkincisi, davranışın gerçekleştirilmesiyle ilgili hissedilen sosyal baskıyı ifade eden subjektif (öznel) normları. Üçüncüsü ise, algılanan davranışsal kontrolüdür. Yani, bireyin davranışı gerçekleştirmenin zorluğuna ilişkin algısını veya başka bir deyişle, bireyin davranışı

gerçekleştirme konusunda öz-yeterliğine ne ölçüde sahip olduğuna inanmasını ifade eder (Ajzen, 1985:12).

Geri dönüşüm için yapılan hizmetlere erişim ve insanların eyleme geçme yeteneğinin geri dönüşüm davranışlarına katılımda literatürdeki bazı çalışmalarda büyük rol oynadığı açıkça görülmektedir. Ancak, insanların geri dönüşüm hareketine geçmesini sağlayacak hizmetler sunulsa bile, tüm bireylerin bu harekete katılmamış ya da tam anlamıyla katılmamış olabilir. Sonuç olarak insanların geri dönüşüm davranışlarını etkileyebilecek diğer faktörlere bakmak için araştırma yapılması gerekmektedir (Thomas ve Sharp, 2013). Bu nedenle araştırmamıza iki değişken olan geri dönüşüm alışkanlıkları ve algılanan ahlaki yükümlülük değişkenleri de ilave edilmiştir.

Algılanan ahlaki yükümlülük, kişinin etik bir durumla karşı karşıya kaldığında ahlaki açıdan belirli bir davranışı sergilemekten kendini sorumlu hissetmesini ifade etmektedir (Chen ve Tung, 2014). Manstead (2000) ahlaki yükümlülüğü, bireyin kişisel sorumluluğu veya görevine dayalı olarak belirli bir davranışı gerçekleştirme isteğini gösterdiği kişisel bir norm olarak tanımlamıştır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Kumar (2019) çalışmasında genişletilmiş bir Planlı Davranış Teorisi (TPB) modeli kullanarak genç yetişkinlerin e-atık geri dönüşüm davranışlarınının kültürler arası farklılıklarını keşfetmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda e-atık geri dönüşüm niyetlerini etkileyen kritik faktörlerin Tutum, Öznel Norm, Algılanan Kontrol ve Bireysel Sorumluluk olduğunu tespit edilmiştir. Chen ve Tung (2014)'un Tayvan'da yaptıkları çalışmada tüketicilerin çevresel endişenin gerçekten yeşil otelleri ziyaret etmeye yönelik tutumlarına, subjektif normlara ve algılanan davranışsal kontrolü üzerinde olumlu bir etki yaptığını göstermiştir. Ayrıca algılanan ahlaki yükümlülükleri üzerinde etkisi bulunduğunu yani yeşil otelleri ziyaret etme niyetlerini beklenildiği gibi etkilediği sonucu tespit edilmiştir.

Rosenthal (2018) çalışmasında geri dönüşümle ilgili prosedürel bilgilerin (yani, nasıl ve nerede geri dönüştürüleceğine ilişkin bilgilerin) aranmasının davranışsal kontrolle nasıl ilişkili olduğunu incelemiştir. Bu kapsamda katılımcılardan 553 anket toplanmış ve elde edilen veriler regresyon analizini kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucu geri dönüşüm niyeti ve davranışı arasındaki bağlantının, bireylerin nasıl ve nerede geri dönüşüm yapacakları hakkında bilgi aradıklarında daha güçlü olduğunu göstermiştir. Sidique vd. (2010) çalışmalarında geri dönüşebilir atıkların geri dönüşüm alanlarına bırakılmasında yaş, eğitim, gelir ve hane halkı büyüklüğü gibi demografik faktörlerin etkili olduğunu tespit etmiştir.

Kaçtıoğlu ve Şengül (2011) çalışmalarında, ambalaj atıklarının geri dönüşümü ile ilgili tersine dağıtım sisteminin planlanması ve işleyiş etkinliğinde karar almayı desteklemek için bir karma tamsayılı programlama modeli geliştirilmiştir. Öktem (2021) çalışmasında Hacettepe Üniversitesi öğrencilerinin geri dönüşüm davranışını planlı davranış teorisini temel alarak incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü geri dönüşüm davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ve üniversite öğrencilerinin çevresindeki kişilerin geri dönüşüm davranışlarından etkilendikleri saptanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

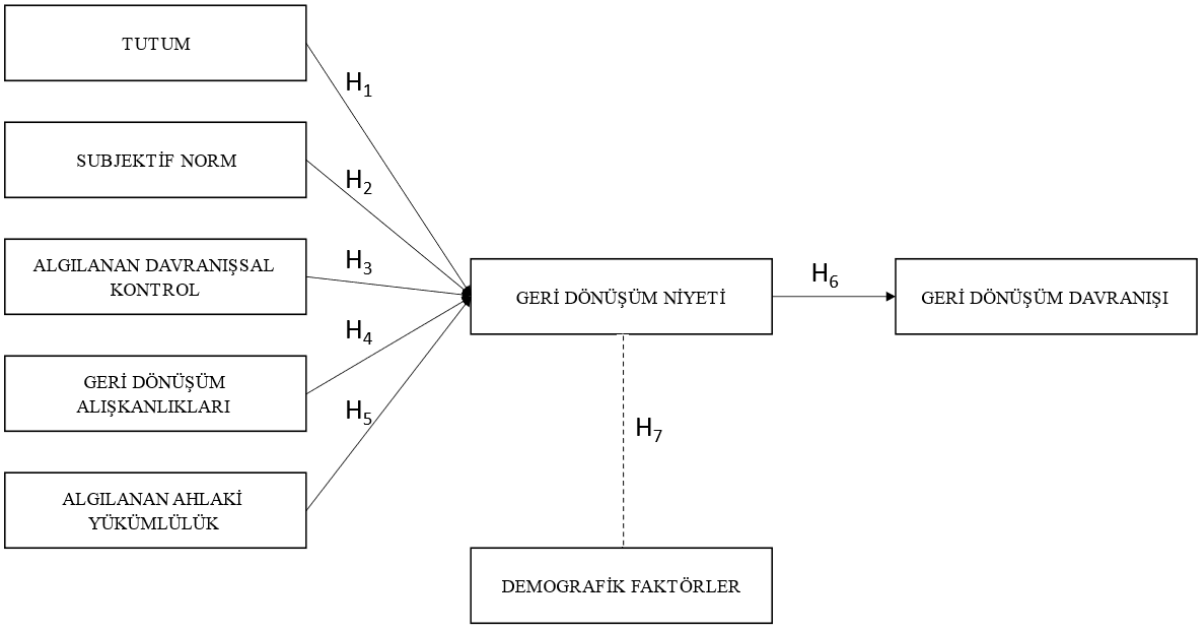
Araştırmanın amacı tutum, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrol, geri dönüşüm alışkanlıkları ve algılanan ahlaki yükümlülük değişkenlerinin geri dönüşüm niyetine etkisi incelemek ve geri dönüşüm niyetinin geri dönüşüm davranışına olan etkisini açıklamaktır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi, Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın ana kütlesi Gümüşhane ilinde yaşayan tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırmada veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplanmış olup 613 veri elde edilmiştir. Anketler 16.06.2023 ile 16.09.2023 tarihleri arasında uygulanmıştır.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Geri dönüşüm niyeti ve davranışı ile ilgili literatürün incelenmesi sonucunda aşağıda yer alan araştırma modeli geliştirilmiştir.



Görsel 1: Araştırma Modeli

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H_1: Tutumun geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_2: Subjektif normun geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_3: Algılanan davranışsal kontrolun geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_4: Geri dönüşüm alışkanlıklarının geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_5: Algılanan ahlaki yükümlülüğün geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_6: Geri dönüşüm niyetinin geri dönüşüm davranışı üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_7: Demografik faktörlerin geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

H_{7a}: Cinsiyet, geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

H_{7b}: Yaş, geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

H_{7c}: Medeni durum, geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

H_{7d}: Öğrenim durumu, geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

H_{7e}: Meslek, geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

H_{7f}: Gelir durumu, geri dönüşüm niyeti üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olur.

4. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmaya katılan tüketicilerin genel demografik bulgularına bakıldığında; 613 tüketiciden %55,8'i kadın, %44,2'si ise erkektir. Ayrıca %35,2 oranı ile 29-39 yaş arası tüketiciler, %67,9 oranı ile evliler, %49,6 oranı ile lisans mezunları, %48,3 oranı ile kamu sektörü çalışanları, %60,8 oranı ile 21501 TL ve üzeri gelir sahibi tüketiciler, ilgili demografik grupların çoğunluğunu oluşturmaktadırlar.

Araştırmada yer alan ölçeklerin güvenirliliklerini belirlemek amacıyla Cronbach Alfa analizi yapılmıştır. Araştırmanın güvenilirlik sonuçlarına bakıldığında; tutum ölçeğinin güvenilirlik sonucu 0,869, subjektif norm ölçeğinin 0,813, algılanan davranışsal kontrol ölçeğinin 0,911, geri dönüşüm alışkanlıkları ölçeğinin 0,840, algılanan ahlaki yükümlülük ölçeğinin 0,788, geri dönüşüm niyeti ölçeğinin 0,852 ve geri dönüşüm davranışı ölçeğinin 0,843 olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlerin $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ aralığında olması ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Prahiawan vd. 2021: 596).

Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik faktör analizi sonuçları incelendiğinde tüm ölçeklerin tek bir ölçek altıda toplandığı ve açıklanan varyans oranı %55'in üzerinde ve öz değerin 1'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple ölçeğin yapısal geçerliliğinin iyi düzeyde olduğunu ve ölçekten herhangi bir sorunun silinmesine gerek olmadığı anlaşılmıştır.

Araştırma bağlamında gerçekleştirilen Bağımsız Örneklem T-Testi sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyet ve medeni durum değişkenleri açısından geri dönüşüm niyetinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu tespite göre erkeklerin kadınlara ve evlilerin bekarlara oranla daha fazla geri dönüşüm niyetinde bulunduklarını söyleyebilmek mümkündür. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen ANOVA testi sonucunda ise katılımcıların yaşları, aylık ortalama gelirleri ve eğitim düzeylerine göre geri dönüşüm niyetlerinde anlamlı farklılıklar olduğu fakat mesleğin geri dönüşüm niyetlerinde anlamlı bir farklılığa neden olmadığı saptanmıştır.

Araştırmada hipotezlerin, desteklenip desteklenmediğini test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda modelin GFI:0,914, CFI: 0,946, NFI: 0,915, IFI: 0,946, RMSEA: 0,050 ve TLI: 0,937 uyum değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde uyum sağladığı; $\chi 2$ /df: 2,558 uyum değerlerinin ise iyi uyum içinde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre kabul edilen araştırma modelinde oluşturduğumuz hipotezlerin durumu da aşağıdaki gibidir.

Çizelge 1: Hipotezlerin Testi Sonuçları

Hipotezler		β	S.E.	C.R.	P	Durum
H_1	TTM → GDNYT	0,142	0,061	2,333	0,02	Kabul
H_2	SBN → GDNYT	0,425	0,082	5,183	***	Kabul
H_3	ADK → GDNYT	0,093	0,034	2,726	0,006	Kabul
H_4	GDALS → GDNYT	0,143	0,052	2,733	0,006	Kabul
H_5	AAYKM →GDNYT	0,124	0,044	2,799	0,005	Kabul
H_6	GDNYT → GDDAV	0,662	0,051	12,913	***	Kabul

Çizelge 1'de yer alan hipotezlerin test sonuçlarına bakıldığında p anlamlılık değerlerinin 0,10'dan küçük olması sebebiyle H_1, H_2, H_3, H_4, H_5 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiştir.

5. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Tüm canlılar hayatta kalabilmek için doğal kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Ancak, endüstri ve teknoloji alanındaki hızlı ilerlemeler, kaynakların düşüncesizce tüketilmesi doğal kaynakların azalmasına neden olmaktadır. Hızlı tüketimin artmasıyla birlikte çevreye bırakılan atıkların miktarı da artmaktadır. Çevreye bırakılan her çöp doğal dengeyi bozmakta ve insanlarda sağlık sorunları meydana getirmektedir. Bu sebeple tüketicilere geri dönüşüm alışkanlığı kazandırılmalıdır. Tüketicilerin geri dönüşüm davranışlarını anlamak için geliştirilen bu çalışmada Sıfır Atık geri dönüşüm niyetlerini etkileyen kritik faktörlerden: tutum, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrollü, geri dönüşüm alışkanlığı ve algılanan ahlaki yükümlülük boyutlarına değinilmiştir. Bu boyutların geri dönüşüm niyeti üzerindeki etkisi incelenmiş ve geri dönüşüm niyetinin de geri dönüşüm davranışı üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Kısacası bu çalışma, planlı davranış teorisini ve iki bağımsız değişkeni temel alarak Gümüşhane ilinde yaşayan tüketicilerin geri dönüşüm davranışını tanımlamaktadır. Gümüşhane ilinde yaşayan 613 tüketiciye yüz yüze anket uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS ve AMOS programlarında analiz edilerek sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre tutumun geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Elde dilen bu hulgu literatürdeki Aboelmaged (2020), Wang vd. (2018) ve Gkargkavouzi vd. (2019) çalışmalarıyla da örtüşmektedir. Subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrollün geri dönüşüm niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş ve H_2, H_3 hipotezleri kabul edilmiştir. Elde edilen bu bulgunun Öktem (2021), Gkargkavouzi vd. (2019) ve Arli vd. (2019) çalışmalarıyla paralellik gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca H_4, H_5 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiş ve literatürdeki Aboelmaged (2020), Arli vd. (2019), Chen ve Tung (2014) çalışmalarıyla sonuçlar paralellik göstermektedir.

Atık azaltma çabaları, yalnızca ulusal değil, aynı zamanda uluslararası pazarlarda da fayda sağlar. Sıfır Atık hedefine ulaşmaya yönelik hala kat edilmesi gereken uzun bir yol bulunmaktadır. Bu süre zarfında, aşağıdaki adımlar önerilmektedir;

1-Sıfır Atık projesinin performansı kontrol edilmeli. İstenilen hedefe ulaşmak ve hedefi karşılamak için gerekli adımları belirlenmeli. Belirlediğiniz bu adımlar için gözden geçirme sistemi kurulmalı.

2-Sıfır Atık projesinin uygulanması, malzemelerin en verimli şekilde kullanılması ve atıkların minimum düzeyde bertaraf edilmesi fikrine odaklanılmalı ve bu, ideali bir hedef olarak benimsenmeli.

3-Bir çevre dostu endüstriyel sistem oluşturulmalı. Bu sistemi endüstrilere ve halka tanıtın. Atıklarını yeniden kullanmaya teşvik etmek için endüstriyi (özellikle küçük ve orta ölçekli endüstrileri) bertaraf etmek yerine bu sistemi kullanmalarını sağlamak için teşvikler veya düzenlemeler yapılmalı. Bu adımlar hedefe ulaşmayı kolaylaştıracaktır.

KAYNAKÇA

Aboelmaged, M. (2021). E-waste recycling behaviour: An integration of recycling habits into the theory of planned behaviour. Journal of Cleaner Production, 278, 124182.

Ajzen I. (1991) The Theory of Planned Behaviour. Organisational Behav Hum Decision Proces, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In Action control: From cognition to behavior (pp. 11-39). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Arli, D., Badejo, A., Carlini, J., France, C., Jebarajakirthy, C., Knox, K., ... & Wright, O. (2019). Predicting intention to recycle on the basis of the theory of planned behaviour. International journal of nonprofit and voluntary sector marketing, 25(2), e1653.

Bhambulkar, A. V., & Patil, R. N. (2020). A New Dynamic Mathematical Modeling Approach of Zero Waste Management System. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 11(3), 1732-1740.

Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. International journal of hospitality management, 36, 221-230.

Gkargkavouzi, A., Halkos, G., & Matsiori, S. (2019). Environmental behavior in a private-sphere context: Integrating theories of planned behavior and value belief norm, self-identity and habit. Resources, Conservation and Recycling, 148, 145-156.

Hamid, S., Skinder, B. M., & Bhat, M. A. (2020). Zero waste: A sustainable approach for waste management. In Innovative waste management technologies for sustainable development (pp. 134-155). IGI Global.

Kaçtioğlu, S., & Şengül, Ü. (2011). Erzurum kenti ambalaj atiklarinin geri dönüşümü için tersine lojistik ağı tasarimi ve bir karma tamsayili programlama modeli. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 24(1), 89-112.

Kumar, A. (2019). Exploring young adults'e-waste recycling behaviour using an extended theory of planned behaviour model: A cross-cultural study. Resources, Conservation and Recycling, 141, 378-389.

Manstead, A.S.R., 2000. The role of moral norm in the attitude-behavior-relation. In: Terry, D.J., Hogg, M.A. (Eds.), Attitudes, Behavior and Social Context: The Role of Norms and Group Membership. Erlbaum, Mahaw, NJ, pp. 11–30.

Öktem A.G. (2022), Investıgatıng The Determınants Of Unıversıty Students' Recyclıng Behavıor, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Thomas, C., & Sharp, V. (2013). Understanding the normalisation of recycling behaviour and its implications for other pro-environmental behaviours: A review of social norms and recycling. Resources, Conservation and Recycling, 79, 11-20.

Wang, Z., Guo, D., Wang, X., Zhang, B., & Wang, B. (2018). How does information publicity influence residents' behaviour intentions around e-waste recycling? Resources, conservation and recycling, 133, 1-9.

SEKTÖREL RİSK ÇEŞİTLENDİRMESİ: YATIRIMCILAR İÇİN BİR ÇÖZÜM

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem YERLİ

Bartın Üniversitesi, cyerli@bartin.edu.tr – 0000-0001-7629-7064

ÖZET

Bu çalışma, risk yoğunlaşmasını engellemek ve daha etkili bir risk dağılımı elde etmek amacıyla bağımsız portföylerin oluşturulmasına odaklanmaktadır. Özellikle borsada farklı sektörlere yatırım yaparak riski çeşitlendirmeye çalışan bir yatırımcı, sektörler arasındaki yüksek korelasyon nedeniyle riski etkili bir şekilde dağıtamayabilir. Bu çalışma, bu sorunun üstesinden gelmek için bir yol sunmaktadır. Bu yaklaşımın ilk aşaması, bağımsız portföylerin oluşturulmasıdır ve bu amaçla temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Bu bağımsız portföyler, her biri belirli bir sektörü temsil eden portföyler olarak kabul edilir. İkinci aşamada ise, bu bağımsız portföyler kullanılarak riskin etkili bir şekilde dağıtılması hedeflenir. Bu yaklaşım, yatırımcılara sektörler arasındaki korelasyon etkilerini minimize ederek daha etkili bir risk çeşitlendirmesi sağlama konusunda yardımcı olabilir.

Bu çalışma ayrıca, temel bileşenler analizine dayalı olarak oluşturulan temel portföy ile literatürde ve pratikte yaygın olarak kullanılan eşit ağırlıklı portföy stratejisinin getiri ve risk özelliklerini karşılaştırmıştır. Daha sonra, bu stratejilerin Eylül 2001 ile Eylül 2023 arasındaki aylık BIST sektör endekslerine uygulanmıştır. Bu sektörler, SINAI, HIZMETLER, MALI, TEKNOLOJI, BANKA, ARACI KURUMLAR, BILISIM, ELEKTRIK, FINANSAL KIRALAMA FAKTORING, GAYRIMENKUL YATIRIM ORTAKLIGI olarak belirlenmiştir. Sonuçlar, temel bileşenler analizine dayalı olarak oluşturulan temel portföyün, eşit ağırlıklı portföyden neredeyse aynı yıllık getiriye sahip olduğunu, ancak daha düşük risk ve daha yüksek Sharpe oranına sahip olduğunu göstermektedir. Bu, temel portföyün riskin daha iyi çeşitlendirildiği bir portföy olduğunu gösterirken, eşit ağırlıklı portföyün riskin belirli sektörlere yoğunlaştığı bir sonuç verdiğini göstermektedir. Bu çalışma, yatırımcıların daha etkili bir şekilde risk çeşitlendirmesine yardımcı olacak bir yaklaşım sunarak, sektörel risklerle başa çıkmalarına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Temel bileşenler analizi, eşit ağırlıklı portföy, risk çeşitlendirme

1. GİRİŞ

Varlık tahsisi, yatırım yönetiminde temel bir rol oynar. Yatırımcılar, sermayelerini farklı varlık sınıfları arasında nasıl dağıtmaları gerektiğini anlamaya çalışırlar. Bu amaçla, risk-getiri dengesi temelinde en iyi varlık tahsisini bulmayı hedefleyen teknikler kullanılır. En çok kullanılan tekniklerden biri de Markowitz ortalama-varyans metodudur. Bu yaklaşım, teorik mantıklılığı nedeniyle yaygın bir şekilde kullanılmasına rağmen, tahmin edilen ortalamada büyük tahmin hataları ortaya çıkmaktadır (Braga, 2016, Chopra ve Ziemba, 2011). Tahmin edilen ortalamadaki büyük hata riskini azaltmak amacıyla, son zamanlarda "risk tabanlı varlık tahsis stratejileri" olarak adlandırılan ortalamayı hesaba katmayan portföylerin oluşturulmasına odaklanan yöntemler ortaya çıkmıştır. Bu stratejiler, sadece kovaryans matrisini kullanır. Risk

tabanlı varlık tahsis stratejileri, literatürde kabul görmüş ve 2008 finansal krizi sırasında etkileyici bir performans sergilediği için popülerlik kazanmıştır (Maillard vd. 2010). Bu stratejilerin temel amacı, sermayeyi varlık sınıflarına direkt dağıtmak yerine varlık sınıfları arasındaki riski göz önünde bulundurarak ve risk açısından dengeli portföyler oluşturmaktır. Ancak, risk tabanlı stratejilerin çeşitlendirme yeteneği, temel varlıkların özelliklerine bağlı olarak sınırlıdır. Eğer seçilen varlıklar yüksek derecede korelasyona sahipse ve aynı temel risk faktörlerine bağımlıysa, çeşitlendirme hedefine ulaşmak zorlaşabilir ve portföy konsantre bir risk yapısına sahip olabilir. Bu sorun, özellikle ekonomik zorlukların yaşandığı dönemlerde ortaya çıkabilir, çünkü genellikle ekonomik krizler sırasında korelasyonlar artar.

Varlık sınıfları arasındaki yüksek korelasyon, birden fazla risk faktörüne sahip olmakla sonuçlanabilir (Qian, 2013). Bir portföyün bir tür risk faktörüne nasıl yoğunlaştığını göstermek için bir örnek sunabiliriz. Örneğin, dört hisse senedi ve dört tahvilden oluşan bir portföyümüz olsun. Eğer seçilen tahviller hisse senetleri ile yüksek korelasyona sahipse portföy hisse riski yoğun olur. Portföyden beklenen, hisse senedi riski ve tahvil riski olmak üzere iki farklı risk kaynağının bulunmasıdır. Ancak, tahvil sınıflarının çoğunluğunun farklı derecelerde hisse senedi riskine sahip olması nedeniyle portföy gerçekten de hisse senedi riskine yoğunlaşmış bir risk yapısı sergilemektedir. Genellikle, birçok varlık sınıfı hisse senedi riskinden etkilenmektedir. Son zamanlarda belirtildiği gibi, bazı sabit gelir sınıfları, genellikle tahvillerin ve hisse senetlerinin genellikle zıt yönlere hareket etmelerine rağmen, farklı derecelerde hisse senedi riskine sahiptir. Bu sorunu aşmak için portföy kararı, yalnızca varlık sınıflarından gelen risk katkılarına değil, aynı zamanda risk faktörlerinden gelen risk katkılarına da önem verir. Ana özellik, istenen risk faktörlerinin mümkünse daha az ilişkili veya mümkünse ilişkisiz olması gerektiğidir.

İlişkisiz risk kaynakları elde etmek için bazı nicel yöntemler bulunmaktadır. Bunlardan biri, değişkenleri doğrusal olarak ilişkisiz yeni değişkenlere dönüştüren istatistiksel bir boyut azaltma tekniği olan temel bileşen analizi (TBA) adlı yöntemdir. Partovi ve Caputo (2004), temel bileşen analizi yaklaşımını kullanarak temel portföyler olarak da adlandırılan ilişkisiz portföyler oluşturmak için TBA yaklaşımını kullanır. Bu çeşitlendirmenin düşüncesi, portföyleri çeşitlendirmeye yardımcı olabilecek bağlantısız varlıkları aramaya teşvik ediyor. Ayni yöntemi izleyen, Meucci (2009), temel bileşen analizi (TBA) kullanarak temel varlıklarda bulunan birbirleriyle korelasyonu olmayan risk kaynaklarını kullanmayı hedefler. Elde edilen özvektörler, temel varlıkların lineer kombinasyonlarını temsil eder ve bu nedenle genellikle temel portföyler olarak adlandırılır. İyi çeşitlenmiş bir portföyün, genel riskinin bu temel portföyler arasında eşit olarak dağıtılması gerektiğini belirtir. Lohre vd. (2014), çoklu varlık tahsis çalışmasında maksimum çeşitlendirme portföylerini belirlemek için Meucci'nin (2009) yöntemini benimsemişlerdir. Stratejileri, temel varlıklar yerine riski başlıca portföylere tahsis eden bir risk dengeleme stratejisidir. Yazarlar, bu çeşitlendirilmiş risk dengeleme stratejisinin, diğer risk tabanlı yatırım stratejilerine karşı risk dağıtımında ve riski minimize etmede daha iyi performans sağladığını ve üstün çeşitlendirme özellikleri sunduğunu göstermektedirler.

Bu çalışmada, Lohre, Opfer ve Ország (2014) çalışmasını izleyerek, BIST sektör endekslerinden oluşan bir portföyde riski ilişkisiz portföyler oluşturarak riski çeşitlendirmeyi amaçlamaktayız. Bu amaç doğrultusunda, temel bileşenler analizine dayalı portföy ile eşit ağırlıklı portföy stratejilerini kullanarak portföy riskini sektörlere dağıtmayı hedeflemekteyiz.

Özellikle, temel bileşenler analizine dayalı temel portföyün, eşit ağırlıklı portföy stratejisine göre daha dengeli bir risk dağılımı sunmasını beklemekteyiz. Temel bileşenler analizi, portföy içindeki varlıklar arasındaki korelasyonları dikkate alarak risk faktörlerini daha iyi anlamamıza ve daha etkili bir şekilde çeşitlendirmemize yardımcı olabilir.

Bu yöntemlerin karşılaştırması, Eylül 2001 – Eylül 2023 yılları arasında Yahoo Finance'den toplanan gerçek veriler üzerinde gerçekleştirilmektedir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Risk değerlendirme ölçütleri

Bir portföyün bileşenlerinin marjinal risk katkısı (*MRC*), tüm portföy riskinin her bir bileşene göre kısmi türevi alınarak hesaplanır. Varlık i'nin *MRC*'si aşağıdaki gibi verilir:

$$MRC_i(w) = \frac{\partial \sigma(w_i)}{\partial w_i}$$

$\sigma(w_i)$ sektör *i* nin riskini temsil ederken, *w* sektörün portföydeki ağırlığını göstermektedir.

Toplam risk katkısı (*RC*), bir bileşenin ağırlıklı marjinal katkısıdır ve aşağıdaki şekildedir:

$$RC_i(w) = w_i MRC_i(w)$$

Çeşitlendirme, risk tabanlı stratejilerdeki diğer önemli bir özelliktir. Gini katsayısı, Shannon entropisi, çeşitlendirme oranı ve Herfindall endeksi gibi çeşitlendirmeyi ölçme farklı yaklaşımlar bulunmaktadır.

Chaves vd. (2012), varlıkların risk katkıları açısından çeşitlendirme düzeyini ölçmek için Gini katsayısını kullanır. Her bir strateji *k* için, risk katkılarına dayalı Gini katsayısı aşağıdaki gibi verilir:

$$Gini_k(risk) = \frac{2}{N}\sum_{i=1}^{N} \sigma_{i,k} - \overline{\sigma_k}$$

Meucci (2009) ayrıca Shannon entropisini varlıkların risk katkılarını değerlendirmek için alternatif bir yöntem olarak kullanmışlardır. p_i varlıkların risk olasılık dağılımını göstermek üzere portföyün Shannon entropisi aşağıdaki gibidir:

$$N = \exp\left(-\sum_{i=1}^{N} plog(p)\right).$$

p_i varlıkların olasılık dağılımı olmak üzere aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$p_i = \frac{\widetilde{w}_i{}^2 \lambda_i}{Var(R_w)}.$$

Shannon entropisi, bir portföy dağıtımının getiri ve risk profilini değerlendirmek için kullanılabilir. Her bir varlık veya varlık sınıfının portföye katkısının belirsizliğini ölçerek, portföyün belirsizlik düzeyini değerlendirmeye yardımcı olur. Daha yüksek Shannon entropisi, daha fazla belirsizliği ve riski temsil eder.

2.2. Risk Temelli Varlık Tahsis Stratejileri

Bu bölümde, yaygın olarak kullanılan risk temelli stratejilerden ikisine odaklanılacaktır: eşit ağırlıklı ve temel bilesen analizine dayalı stratejilerdir. Bu stratejilerin amacı, portföyün riskini en aza indirgemek ve varlıklar arasında riski dengelemektir. Ortak özellikleri, beklenen ortalamanın tahminini girdi parametresi dışlanmaktır.

2.2.2. Eşit Ağırlıklı Strateji

Eşit ağırlıklı (EW) stratejisinde yatırımcılar portföylerinde her bir varlıktan eşit ağırlıklar tutarlar. Ayrıca "naif strateji" olarak da bilinir çünkü herhangi bir optimizasyon yöntemi gerektirmez ve uygulaması kolaydır. EW stratejisi, varlık tahsisi için klasik ortalama-varyans yaklaşımının aksine tahmin edilen herhangi bir parametreye sahip değildir. Girdi parametrelerinin tahmini kolay değildir ve genellikle hatalara yol açar. Bu nedenle, EW stratejisi, tahmin parametrelerini dışarıda bırakarak sağlam bir strateji olarak kabul edilir. Varlıkların risk, getiri ve korelasyon bilgisini dikkate almaz. Ayrıca, EW yaklaşımı varlıkların ağırlık tahsisi açısından iyi çeşitlendirilmiştir.

Bir portföyde yer alan varlıkların sayısı ağırlıkları belirler. Bir portföyde n tane varlık bulunması durumunda, her bir varlık ağırlığı aşağıda verilmiştir.

$$w_i = \frac{1}{n}, \qquad i = 1, \dots, n.$$

n tane varlıktan oluşan bir portföy için getiri R (ortalama getiri) ve risk σ şunlardır:

$$R = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} R_i$$

ve

$$\sigma = \sqrt{\left(\frac{1}{n}\right)^T \sum \frac{1}{n}}.$$

Varlık i'nin marjinal MRC_i ve toplam risk katkıları TRC_i şu şekildedir:

$$MRC_i = \frac{w_i}{\sqrt{w_i^T \sum w_i}}$$

ve

$$TRC_i = w_i \frac{w_i}{\sqrt{w_i^T \sum w_i}}.$$

Basitlik avantajına rağmen, bu yaklaşımın ekonomik yorum eksikliği gibi bazı dezavantajları vardır. Bununla birlikte, bazı araştırmacılar EW stratejisinin Sharpe oranına dayalı ortalama-varyans modelini ve sofistike genişletilmiş sürümlerini geride bıraktığını ve gelişmiş modellere göre daha iyi dış örneklem sonuçları gösterdiğini iddia etmektedir (Behr

vd., 2008, DeMiguel vd., 2007). Öte yandan, uzun vadeli tahminlerde EW stratejisi, optimize edilmiş portföylere kıyasla mantıklı bir seçenek değildir (Kritzman vd., 2010).

2.3.3. Çeşitlendirilmiş risk dengeleme stratejisi

Bir portföy farklı varlık sınıflarından oluşturulsa bile, genellikle hisse senedi riskine yoğunlaşma eğilimindedir. Bu, çoğu varlık sınıfının genellikle hisse senedi piyasası ile belirli bir düzeyde korelasyona sahip olmasından kaynaklanır. Sonuç olarak, portföy içindeki her varlık sınıfı birden fazla riskle karşı karşıyadır ve farklı varlık sınıflarına yatırım yapmak, risk açısından gerçek anlamda çeşitlendirilmiş bir portföy sağlamayabilir.

Bu gizli risk konsantrasyon sorununun farkına varılması, akademisyenleri ve yatırımcıları varlık getirilerinin bağımsız ve temel belirleyicilerine odaklanmaya yönlendirmiştir. Bu belirleyicilere genellikle "risk faktörleri" denir. Bu risk faktörlerini anlayarak ve portföy oluştururken bunları dahil ederek, yatırımcılar farklı risk kaynaklarına, hisse senedi riski dahil, daha iyi bir şekilde maruz kalmayı ve yönetmeyi hedeflerler. Bu yaklaşım, risk ile ağırlıklandırılmış getirileri iyileştirmeyi ve portföylerin aşırı piyasa olaylarına karşı hassasiyetini azaltmayı amaçlar.

İyi çeşitlendirilmiş bir portföy için anahtar nokta, risk kaynaklarının veya risk faktörlerinin ilişkisiz olması gerektiğidir. Partovi ve Caputo (2004), bağımsız portföyler oluşturmak için temel bileşen analizi (TBA) kullanır. Temel bileşenler analizine dayalı bağımsız portföyler olusturmak için diğer bir yöntem ise "çeşitlendirilmiş risk dengeleme stratejisi" olarak bilinir (Meucci, 2010 ve Lohre vd., 2011). Bu çalışma, Meucci (2010) ve Lohre vd. (2011) çalışmalarını takip ederek çeşitlendirilmiş risk dengeleme stratejisini uygulayacaktır.

TBA, matematiksel bir prosedürdür ve değişken uzayının varyansını maksimize eden bir dönüşüm yapar; bu dönüşüm değişkenlerdeki tüm değişkenliği dikkate alır. Temel fikir, olası şekilde ilişki olabilen rastgele değişkenler kümesini, temel bileşenler olarak adlandırılan ilişkisiz değişkenler kümesine dönüştürmektir. İlk temel bileşen verilerdeki mümkün olduğunca fazla varyansı açıklar ve her bir sonraki bileşen, kalan varyansın mümkün olduğunca fazlasını açıklar.

Aynı fikir, portföy riskleri için de geçerlidir. Portföyün riski, ilişkisiz faktör kümesi aracılığıyla açıklanabilir. TBA, bu ilişkisiz risk kaynaklarını ayıklama sürecidir.

Spektral çözümleme teoremine göre, kovaryans matrisi Σ aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

$$\Sigma = E\Lambda E'.$$

Burada, $\Lambda = \text{diag}(\lambda_1, \dots, \lambda_N)$ Σ'nin özdeğerlerini içeren azalan sırayla düzenlenmiş bir köşegen matristir, $\lambda_1 \geq \dots \geq \lambda_N$. Matris E'nin sütunları, Σ'nin özvektörlerini temsil eder. Bu özvektörler, $\tilde{R} = E'R$ =tarafından verilen ve korelasyonsuz olan ve varyansları $\lambda_1, \dots, \lambda_N$ olan N temel portföyü tanımlar. Sonuç olarak, verilen bir portföy, orijinal varlıklardaki ağırlıkları w veya temel portföylerdeki ağırlıkları $\tilde{w}$ olarak ifade edilebilir.

Temel portföyler tasarım gereği ilişkisiz olduğundan, toplam portföy varyansı basitçe λ_i özdeğerlerinin ağırlıklı ortalamasını hesaplayarak, $\tilde{w}_i{}^2$ ağırlıklarını kullanarak oluşur:

$$Var(R_w) = \sum_{i=1}^{N} \widetilde{w}_i{}^2 \lambda_i.$$

Varlık *i*'nin marjinal MRC_i ve toplam risk katkıları TRC_i şu şekildedir:

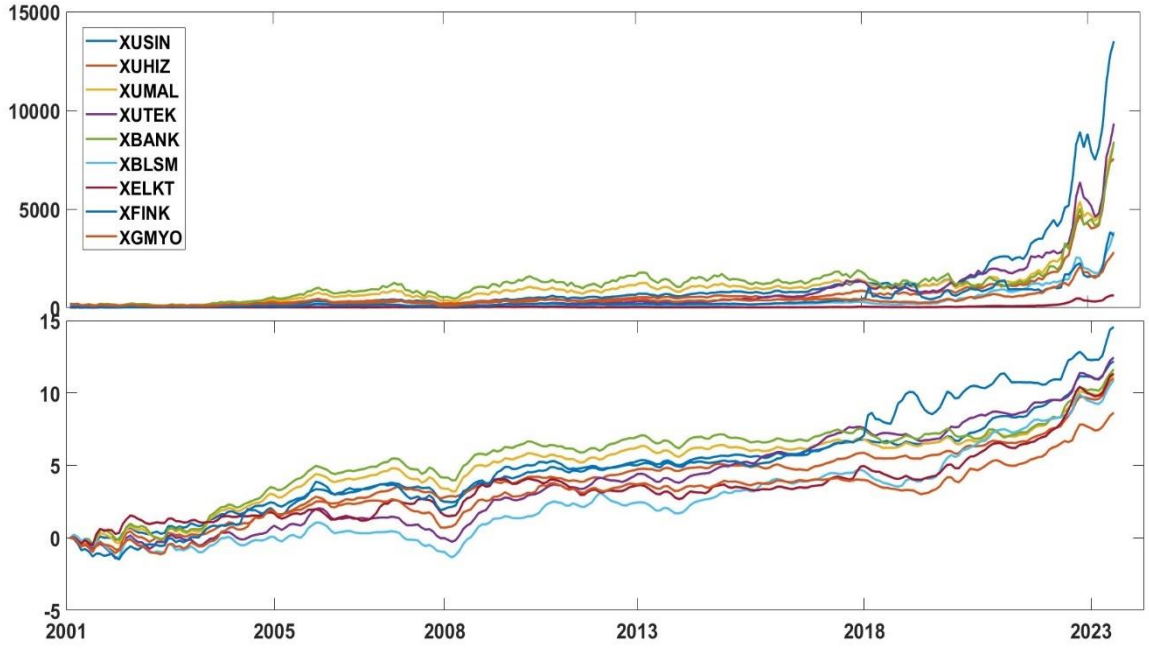
$$MRC_i = \sqrt{\frac{\widetilde{w}_i{}^2 \lambda_i}{Var(R_w)}}, \ i = 1, \dots, N.$$

$$TRC_i = w_i \sqrt{\frac{\widetilde{w}_i{}^2 \lambda_i}{Var(R_w)}}, \ i = 1, \dots, N.$$

3. UYGULAMALAR

3.1. Veri

Bu çalışmada, portföyleri oluşturmak için Borsa İstanbul'daki dokuz sektör seçilerek risk dağılımı hedeflenmiştir. İncelenen periyotta eksik verisi olan sektörler değerlendirilmeye alınmamıştır. Varlıkların aylık fiyatları Eylül 2000 ile Eylül 2023 arasında Yahoo Finance kaynağından alınmıştır. Logaritmik getiri, her ayın sonunda kapanış fiyatlarına dayalı olarak hesaplanmıştır. Analizler Matlab 2023'te çalıştırılmıştır. Veri seti SINAI, HIZMETLER, MALI, TEKNOLOJI, BANKA, ARACI KURUMLAR, BILISIM, ELEKTRIK, FINANSAL KIRALAMA FAKTORING, GAYRIMENKUL Y.O. sektörlerinden oluşmaktadır. Kısaltmalar Borsa İstanbul göstergelerinde olduğu gibi korunmuştur. Aylık varlık fiyatları ve birikmiş getirileri Görsel 1'de görülebilir. Sınai endeksi fiyatları en fazla volatiliteye sahipken, en az volatiliteye sahip sektör Gayrimenkul Yatırım Ortaklığıdır. En fazla birikmiş getiri Sınai endeksinde görülürken, en az birikmiş getiri ise Gayrimenkul Y.O. endeksinde görülmektedir. Çizelge 1 verilerin tanımlayıcı istatistiklerini göstermektedir. XFINK en fazla getiriye sahipken, dolayısıyla en fazla riske sahipken, en düşük getiri XGMYO endeksinde olmasına rağmen, en düşük risk ise sınai endeksinde görülmektedir. Gözlemlenen periyotta en yüksek düşüşü %83.93 ile bilişim sektörü gösterirken, sınai endeksi ise en fazla %54.52 düşüş göstermiştir.



Görsel 1. Aylık sektör indeks fiyatları ve birikmiş getirileri (%)

Çizelge 1. Tanımlayıcı istatistikler

Endeks adi	Endeks kodu	Yıllık getiri (%)	Yıllık risk (%)	Maximum düşüş
BIST SINAI	XUSIN	29,51	31,14	54,52
BIST HIZMETLER	XUHIZ	26,74	32,30	56,77
BIST MALI	XUMAL	27,25	39,64	64,90
BIST TEKNOLOJI	XUTEK	30,00	39,72	74,31
BIST BANKA	XBANK	28,67	43,83	63,81
BIST BILISIM	XBLSM	26,20	42,14	83,98
BIST ELEKTRIK	XELKT	26,44	40,89	61,55
BIST FIN. KIR. FAKTORING	XFINK	36,88	56,19	74,94
BIST GAYRIMENKUL Y.O.	XGMYO	20,10	37,98	74,48

Çizelge 2'de sektörler arasındaki ilişki korelasyon matrisi ile incelenmiştir. Ağustos 2000 -Ekim 2023 dönemi arasında çizelgeden de görüleceği üzere sektörler arasında yüksek korelasyon görülmektedir. XFINK endeksi diğer sektörler ile en düşük ilişkiye sahipken, sınai endeksi diğer sektörlerle en fazla korelasyona sahip sektördür.

Çizelge 2. Ağustos 2000 – Ekim 2023 arası BIST sektörlerinin korelasyon matrisi

	XUSIN	XUHIZ	XUMAL	XUTEK	XBANK	XBLSM	XELKT	XFINK	XGMYO
XUSIN	1								
XUHIZ	0,84	1							
XUMAL	0,88	0,82	1						
XUTEK	0,81	0,77	0,75	1					
XBANK	0,80	0,76	0,97	0,68	1				
XBLSM	0,78	0,71	0,73	0,90	0,66	1			

XELKT	0,78	0,77	0,75	0,71	0,69	0,70	1		
XFINK	0,55	0,48	0,55	0,47	0,51	0,48	0,47	1	
XGMYO	0,81	0,75	0,83	0,75	0,76	0,75	0,75	0,57	1

Kriz dönemlerinde varlıklar arasında korelasyonun arttığı bilinmektedir. Çizelge 3'de 2008-2009 donemi arasında sektörler arasındaki ilişkiye baktığımızda sektörler arasındaki ilişkinin arttığını görüyoruz. Dolayısıyla, özellikle kriz dönemlerinde ilişkisiz portföyler oluşturma ihtiyacı daha fazladır.

Çizelge 3. 2008 - 2009 finansal kriz donemi BIST sektörlerinin korelasyon matrisi

	XUSIN	XUHIZ	XUMAL	XUTEK	XBANK	XBLSM	XELKT	XFINK	XGMYO
XUSIN	1								
XUHIZ	0,82	1							
XUMAL	0,85	0,81	1						
XUTEK	0,85	0,78	0,77	1					
XBANK	0,86	0,78	0,99	0,71	1				
XBLSM	0,78	0,73	0,72	0,94	0,65	1			
XELKT	0,84	0,67	0,64	0,76	0,57	0,72	1		
XFINK	0,82	0,70	0,77	0,70	0,72	0,62	0,76	1	
XGMYO	0,92	0,76	0,79	0,84	0,73	0,77	0,85	0,87	1

3.2. İlişkisiz portföyler oluşturma

Temel bileşenler analizine dayalı oluşturulan portföylerin ekonomik yorumu, özvektörlerdeki varlık sınıflarının katsayılarına dayanır. Mutlak değeri yüksek olan katsayılara sahip olan sektör, özvektörün volatilitesini yönlendirir. Partovi ve Caputo (2004) de belirttiği üzere her bir özvektör, bağımsız temel portföyleri (TP'ler) temsil etmektedir. Eylül 2001 ile Eylül 2023 tarihleri arasındaki döneme dayalı olarak varlık sınıflarının aylık getirilerine göre hazırlanan özvektör matrisini gösteren Çizelge 4'te gösterildiği gibi dokuz TP bulunmaktadır. Her bir özvektörün temsil ettiği sektör ile varyansları sunulmuştur. Böylece, her sektörü temsil eden bağımsız portföyler elde edildi. Kalın sayılar yüksek katsayıları temsil eder.

Çizelge 4. Özvektör matrisi

	TP1	TP2	TP3	TP4	TP5	TP6	TP7	TP8	TP9
XUSIN	0,18	-0,09	0,02	0,04	0,18	0,27	0,02	**0,88**	-0,19
XUHIZ	0,27	-0,13	0,05	0,15	-0,28	**0,76**	-0,38	-0,28	-0,01
XUMAL	0,06	-0,12	0,37	-0,18	-0,03	-0,08	0,05	0,08	**0,81**
XUTEK	**0,73**	-0,19	-0,45	-0,24	-0,20	0,16	0,31	-0,13	-0,03
XBANK	0,27	-0,13	**0,69**	-0,30	-0,20	-0,25	0,02	-0,13	-0,55
XBLSM	0,05	-0,18	-0,54	-0,31	-0,03	-0,35	**0,78**	0,03	0,00
XELKT	0,03	-0,16	-0,05	**0,83**	-0,21	-0,35	0,07	-0,01	0,00
XFINK	0,38	**0,92**	-0,07	0,00	-0,08	0,00	0,00	0,00	0,00
XGMYO	0,03	-0,06	0,02	0,10	**0,87**	0,07	0,04	-0,33	-0,07
	XUTEK	**XFINK**	**XBANK**	**XELKT**	**XGMYO**	**XUHIZ**	**XBLSM**	**XUSIN**	**XUMAL**
Varyans	%71,59	%12,61	%6,12	%3,81	%2,25	%1,78	%0,92	%0,78	%0,13

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Risk ve sektör kategorilerine göre, temel portföy ve eşit ağırlıklı portföy performansları yıllık getiri, risk, Sharpe oranı ve Gini katsayısına göre değerlendirilmiştir. Performans sonuçları Çizelge 5'de verilmiştir.

Çizelge 5. Portföylerin performans sonuçları

	Getiri (%)	Risk (%)	Sharpe oranı	Gini katsayısı	İlişkisiz risk sayısı
Portföy_TBA	27,98	30,19	0,42	0,08	6,66
Portföy_EA	27,91	34,51	0,37	0,83	1,07

Portföy_TBA'nin getirisi eşit ağırlıklı portföyün getirisine çok yakın olmakla birlikte Portföy_TBA, %30,19'luk risk seviyesiyle, Portföy_EA'nın %34,51'lik riskine kıyasla daha düşük bir risk taşımaktadır. Aynı zamanda, Portföy_TBA'nın Sharpe oranı 0,42 iken, Portföy_EA'nın Sharpe oranı 0,37. Bu, Portföy_TBA'nın her bir birim fazladan risk için daha yüksek getiri sağladığını gösterir.

Portföy stratejilerinin risk özellikleri ise Gini katsayısı ve entropi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Gini risk, yatırım stratejilerinin risk dağılımını göstermektedir. Gini katsayısı sıfıra yaklaştıkça iyi çeşitlendirmeyi, 1'e yaklaştıkça ise risk çeşitlendirmesinin azaldığını gösterir. Çizelge 5'te verilen sonuçlara göre Gini katsayısı açısından Portföy_EA, daha yüksek bir değere (0,83) sahiptir, bu da portföyün dengesiz risk dağılımı olduğunu ve bazı varlıkların daha fazla katkı sağladığını gösterir. Özellikle, Portföy_TBA'nın Gini katsayısı çok düşük (0.08), yani risk dağılımı daha dengeli bir şekilde gerçekleşmektedir. Ayrıca, ilişkisiz risk sayısı incelendiğinde, Portföy_TBA'nın 6,66 değerinin Portföy_EA, 1,07 değerine kıyasla daha yüksek bir çeşitlendirme düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu, Portföy_TBA'nın daha bağımsız varlık bileşenlerini içerdiği ve riski daha etkili bir şekilde yaydığı anlamına gelir. Portföy_TBA riski neredeyse 7 sektör arasında dağıtırken, Portföy_EA'nin riskinin tek sektörde yoğunlaştığı görülmektedir.

Çizelge 6'da iki farklı portföy stratejisi olan Portföy_TBA ve Portföy_EA'nın sektör ağırlıkları ve risk katkıları açıkça görülmektedir. Portföy_TBA, temel bileşenler analizi yöntemi nedeniyle negatif değerler almaktadır, yani stratejinin açığa satışa izin verdiği varsayılmaktadır.

Portföy_EA, XFINK sektör endeksine ağırlık verirken, diğer sektörlerde ise daha düşük ağırlıklara sahiptir. Bu, Portföy_EA'nın bir sektörlerde yoğunlaştığını ve bu sektörün portföyde daha fazla risk taşıdığını gösterir. Çizelge 3'de sektörlerin XFINK ile yüksek korelasyona sahip olduğu gösterilmiştir. Bu durum, portföyün aslında XFINK sektörüne yoğunlaşmasına neden olmuştur. Sektörler eşit ağırlıklara sahip olmasına rağmen, riskin çoğunun sadece bir sektörden geldiği görülmektedir.

Portföy_TBA ise daha farklı bir yaklaşım benimser. Tüm sektör endekslerine eşit ağırlık verilir, bu da riskin daha dengeli bir şekilde dağıtıldığını gösterir. Sektörlerin MRK değerleri birbirine yakındır ve hiçbir sektör endeksi öne çıkmaz. Sektörlerin portföye olan risk katkılarına baktığımızda RK değerleri birbirine çok yakındır. Bu da Portföy_ TBA'nın farklı sektörlerde daha dengeli bir şekilde yatırım yaptığını gösterir.

Sonuç olarak, Portföy_EA belirli sektörlerde daha fazla risk taşıyan ve belirli sektörlere odaklanan bir strateji izlerken, Portföy_TBA riski daha dengeli bir şekilde dağıtan ve farklı sektörlerde daha dengeli bir şekilde yatırım yapan bir strateji benimser.

Çizelge 6. Sektörlerin portföylerdeki ağırlıkları ve risk katkıları (%)

Strateji/ Sektör		XUSIN	XUHIZ	XUMAL	XUTEK	XBANK	XBLSM	XELKT	XFINK	XGMYO
Portföy _TBA	Ağırlık	23.98	25.01	12.41	-10.45	13.72	-15.35	14.33	12.02	21.33
	MRK	42.16	43.73	53.67	53.77	59.34	57.05	55.36	53.07	51.42
	RK	11.4	10.27	10.70	8.5	13.19	10.63	10.83	13.56	10.92
Portföy _EA	Ağırlık	11.11	11.11	11.11	11.11	11.11	11.11	11.11	11.11	11.11
	MRK	22.99	25.45	23.35	13.35	35.17	30.28	26.62	97.12	28.87
	RK	7.25	7.45	9.62	9.83	11.63	11.91	10.81	44.14	8.75

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Bu çalışmada, portföyün riskini korelasyonu düşük risk faktörleri arasında dağıtarak risk çeşitlendirmeyi maksimize etmek amaçlanmıştır. Borsa İstanbul'da dokuz sektörü kapsayan eşit ağırlıklandırılmış portföy ve çeşitlendirilmiş risk dengeleme stratejilerinin performanslarını değerlendirmektedir. Eylül 2000 ile Eylül 2023 arasındaki dönemi kapsayan veriler, aylık fiyatlar üzerinden hesaplanmış ve analizler Matlab 2023'te gerçekleştirilmiştir. Bu veri seti SINAI, HIZMETLER, MALI, TEKNOLOJI, BANKA, ARACI KURUMLAR, BILISIM, ELEKTRIK, FINANSAL KIRALAMA FAKTORING ve GAYRIMENKUL Y.O. sektörlerini içermektedir.

Risk ve sektör kategorilerine göre, temel portföy ve eşit ağırlıklı portföy performansları yıllık getiri, risk, Sharpe oranı ve Gini katsayısına göre değerlendirilen Portföy_TBA ve Portföy_EA stratejileri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Portföy_TBA, eşit ağırlıklı bir portföyün getirisine yakın bir getiri sunarken daha düşük riske sahiptir. Ayrıca, Portföy_TBA'nın Sharpe oranı Portföy_EA'ya göre daha yüksektir, yani daha düşük riskle daha yüksek bir getiri elde etmektedir. Risk dağılımı açısından Portföy_TBA daha dengeli bir yaklaşım benimserken, Portföy_EA riskini belirli bir sektöre odaklanarak artırır.

Bu çalışma, yatırımcıların portföylerini daha iyi şekillendirmelerine ve riski etkili bir şekilde yönetmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu iki farklı portföy stratejisinin karşılaştırılması, yatırımcılara risk faktörlerini daha iyi anlama ve portföylerini daha iyi yönetme konusunda faydalı bilgiler sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Braga, M. D., *Risk-Based Approaches to Asset Allocation: Concepts and Practical Applications*, Springer, 2016.

Behr, P., Guttler, A. and Miebs, F. Is minimum-variance investing really worth the while? an analysis with robust performance inference, EDHEC-Risk working paper, 2008.

Chaves, D., Hsu, J., Li, F., and Shakernia, O. Efficient algorithms for computing riskparity portfolio weights. *The Journal of Investing*, *21*(3), 150-163, 2012.

Chopra, K. and Ziemba, W. T., The effect of errors in means, variances, and covariances on optimal portfolio choice, The Kelly Capital Growth Investment Criterion: Theory and Practice, 3, 6-11, 2011.

De Miguel, L. Garlappi, and R. Uppal, Optimal versus naive diversification: How inefficient is the 1/n portfolio strategy?, The review of Financial studies, 22(5), 1915-1953, 2007.

Kritzman, M., Page, S. and Turkington, D., In defense of optimization: the fallacy of 1/n, Financial Analysts Journal, 66(2), 31-39, 2010.

Lohre, H., Opfer, H. and Orszag, G., Diversifying risk parity, Journal of Risk, 16(5), 53-79, 2014.

Maillard, S., Roncalli, T. and Teiletche, J., The properties of equally weighted risk contribution portfolios, The Journal of Portfolio Management, 36(4), 60-70, 2010.

Meucci, A., Managing diversification, Risk, 22(5), 74-79, 2010.

Qian, E., Are risk-parity managers at risk parity?, Journal of Portfolio Management, 40(1), 20-26, 2013.

Partovi, M. H., and Caputo, M., Principal portfolios: Recasting the efficient frontier, Economics Bulletin, 7(3), 1-10, 2004.

ORTALAMA-VARYANS STRATEJİSİNE KARŞI 1/N STRATEJİSİ: BASİT BİR PORTFÖY DAHA İYİ PERFORMANS GÖSTERİR Mİ? BİST 100 UYGULAMASI

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem YERLİ

Bartın Üniversitesi,– 0000-0001-7629-7064

ÖZET

1/n stratejisi sermayeyi mevcut *'n'* sayısındaki varlıklar arasında eşit bir şekilde dağıtır. Bu strateji, beklenen ortalama ve kovaryans matrisi gibi herhangi bir tahmin parametresi gerektirmez. Ayrıca, bu yaklaşım tarihsel verilere de bağlı değildir. Bu nedenle literatürde *1/n* stratejisi genellikle 'yalın strateji' olarak adlandırılır. Ortalama-varyans portföyü genellikle optimal bir portföy oluşturmak olarak kabul edilir. Ortalama-varyans optimizasyonu, beklenen ortalama ve kovaryans matrisinin tahminine dayalıdır. Tahmin parametrelerine bağımlılık, tahmin edilen parametrelerde büyük tahmin hatalarına özellikle tahmin edilen beklenen getiri alanında neden olduğu için, örneklem dışı performansta zayıf sonuçlara yol açar. *1/n* stratejisinin bu parametrelere sahip olmaması nedeniyle, bazı araştırmacılar *1/n* stratejisinin Sharpe oranı açısından ortalama-varyans yaklaşımını geride bıraktığını iddia etmektedir. Seçilen BIST100 hisselerine her iki stratejiyi de uygulayarak, sonuçlara göre *1/n* stratejisinin, örneklem dışı Sharpe oranı temelinde ortalama-varyans stratejisini geride bıraktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *1/n* strateji, ortalama-varyans stratejisi, tahmin hataları

1. GİRİŞ

Ortalama-varyans optimizasyon modeli portföy yönetiminde yaygın olarak kullanılmasına rağmen ve gelişmiş pek çok sofistike varlık tahsisi modeli bulunmasına rağmen, yatırımcılar hala *1/n* tahsis stratejisini kullanma eğilimindedir.

1/n stratejisi sermayeyi mevcut *'n'* sayıda varlık üzerinde eşit bir şekilde dağıtır. Bu yaklaşım aynı zamanda "eşit ağırlıklı yatırım stratejisi" olarak adlandırılır. Ortalama-varyans stratejisine karşı, *1/n* çeşitlendirme kuralı, daha düşük varyansla daha yüksek ortalama üreten varlıklara daha fazla ağırlık tahsis etmez. *1/n* stratejisinin en cazip özelliklerinden biri basit uygulanabilirliğidir. Bu nedenle bu strateji aynı zamanda sezgisel strateji olarak da bilinir. Bu yöntemde, varlık getirilerinin anlık tahminine dair herhangi bir tahmin yapılması gerekmez. Bu, tahmini getiri hesaplamasında, hisselerin varyansının ve hisseler arası korelasyonun tamamen göz ardı edildiği anlamına gelir. Ayrıca, herhangi bir optimizasyon modeline bağlı değildir. Bu özellikler, sezgisel kuralın büyük tahmin hatalarına sahip olmasını engeller (Maillard vd., 2010).

Markowitz (1952), ortalama-varyans portföy oluşturmayı, verilen bir varyans seviyesi için beklenen getiriyi maksimize etmek veya verilen bir getiri seviyesi için beklenen varyansı minimize etmek suretiyle riskli varlıklara yönelik normatif sermaye tahsisini tanıttı. Bu

yaklaşım, modern portföy teorisinin temelini oluşturmuştur ve finans alanında ilerlemelere yol açmıştır. Ancak o zamandan beri optimizasyonun etkililiği sorgulanmıştır. Ortalama-varyans tekniğine yönelik iki temel eleştiri bulunmaktadır. İlk olarak, varlık getirilerinin normal dağılıma sahip olduğunu varsayar, ancak bu pratikte geçerli değildir. İkinci eleştiri hata maksimizasyonu ile ilgilidir. Ortalama-varyans yaklaşımı, beklenen getiri, varyans ve korelasyonun tahminine dayanır. Bu nedenle, beklenen parametrelerin tahmin edilmesi büyük tahmin hatalarına neden olur ve bu da örnek dışı performansın zayıf olmasına yol açar. Bu çalışma ikinci eleştiriye odaklanmaktadır.

Ortalama-varyans yaklaşımı ile tahmin hatası arasındaki ilişkiyi inceleyen geniş bir literatür bulunmaktadır. Bloomfield vd. (1977), optimize edilmiş stratejileri inceledi ve farklı veri kümesi boyutları için *1/n* stratejisini referans stratejisi olarak kullandı. Yazarlar, ortalama-varyans stratejisinin *1/n* stratejisini geçemediğini bulmuşlar ve karmaşık modellerin kullanımının maliyetli olduğunu ve kullanmaya değmediğini iddia etmişlerdir. Jobson ve Korkie (1980) farklı büyüklükteki portföyler için Monte Carlo simülasyonunu kullanarak tahmin hatasının etkisini incelemişler ve yalın kuralın beklenen getiri ve varyans-kovaryans yapısının tahminini tamamen yok saydığı için klasik ortalama-varyans yaklaşımını geride bıraktığını göstermişlerdir. Jorion (1991), NYSE'de listelenen hisse senetlerinin aylık getirileri için aktif yatırım politikalarını incelemiş ve farklı kısıtlamalar uygulamıştır. Yazar, yalın portföyün minimum varyans portföyü ile benzer örnek dışı performansa sahip olduğunu ve ortalama-varyans portföyünden daha iyi sonuçlar verdiğini göstermiştir. S&P 500 endeksini kullanan Jagannathan ve Ma (2003), klasik ortalama-varyans optimizasyonunun minimum varyans ve eşit ağırlıklı portföyler tarafından geçildiğini gözlemlemişlerdir. DeMiguel vd. (2009), *1/n* kuralının örneklem dışı performansını ortalama-varyans portföyü ve farklı ortalama-varyans modelleri kapsamlı bir şekilde karşılaştırmıştır. Literatürdeki 14 farklı ortalama-varyans stratejisini yalın kıyaslama ölçütüne karşı test etmişlerdir. Sonuçlar, sofistike ortalama varyans kurallarının hiçbirinin çalışmadaki sekiz veri setinin tamamında tutarlı bir şekilde *1/n* kuralından daha iyi performans sergilemediğini göstermektedir. Teorik olarak, *1/n* kuralından daha iyi performans göstermek için, herhangi bir örnek tabanlı ortalama-varyans portföyünün, varlık sayısı büyükse beklenen getirileri ve kovaryans matrisini tahmin etmek için çok uzun bir örneklem gerektirdiğini gerekçelendirmektedirler. *1/n* stratejisinin avantajı, tahmin yanlılığına maruz kalmamasıdır.

1/n kuralının faydaları sadece tahmin hatalarının olmaması değildir. Pflug vd. (2012), bir yatırımcının belirsiz kayıp dağılımları şeklinde yeterince yüksek derecede model belirsizliği ile karşı karşıya olduğu durumlarda yalın kuralın rasyonel olduğunu bulmuştur. Ayrıca, model belirsizliğinin derecesi yeterince yüksek olduğunda, optimal portföyün *1/n* portföyüne yakınsadığını göstermişlerdir. Brown vd. (2013) yalın çeşitlendirmenin çarpıklık ve basıklık ile ölçülen kuyruk riskini artırdığını ve içbükey bir getiri sergilediğini göstermiştir. Ortalama varyans stratejilerine kıyasla *1/n* kuralının üstün performansı kısmen kuyruk riskinin telafisinden ve içbükey getiri ile ilişkili azalan yukarı yönlü potansiyelden kaynaklanmaktadır. Fischer ve Gallmeyer (2016) yalın *1/n* kuralının vergi ve işlem maliyetlerinden tasarruf etme avantajına sahip olduğunu bulmuştur. Ortalama-varyans ve *1/n* kurallarının performansını, bir yatırımcının hem sermaye kazancı vergileri hem de orantılı işlem maliyetleriyle karşı karşıya kaldığı bir bağlamda incelemişlerdir. Sofistike alım satım stratejilerinin hiçbirinin vergi

sezgiselliği ile güçlendirilmiş bir *1/n* stratejisinden daha iyi performans göstermediğini bulmuşlardır. Deniz ve Okuyan (2018) çalışması, Türkiye pay piyasasında geleneksel portföy teorisi ile modern portföy teorisi doğrultusunda oluşturulan portföylerin başarılarını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Araştırmacılar, bu amaçla BIST'te işlem gören 230 firma ile ilgili verileri kullanmışlardır. Çalışmanın sonuçları hem yükselen piyasa dönemleri hem de düşen piyasa dönemleri için, ortalama-varyans modeli kullanılarak oluşturulan portföylerin, basit çeşitlendirme ile oluşturulan portföylere göre daha yüksek beklenen getiri ve Sharpe oranına sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, gerçekleşen getiri ve Sharpe oranı dikkate alındığında, yalın çeşitlendirme ile oluşturulan portföylerin daha iyi performans sergilediği ancak portföy türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucuna varmışlardır.

Öte yandan, ortalama-varyans stratejisi lehine daha iyi performans sonuçları gösteren bazı araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin, Duchin ve Levy (2009) *1/n* kuralının ortalama-varyans portföyüne göre etkinliğini farklı varlık sayıları ile test etmiştir. Varlık sayısı büyük olduğunda ortalama-varyans stratejisinin yalın kuraldan daha iyi performans gösterdiğini bulmuşlardır; bu da ortalama-varyans çeşitlendirmesinin bireysel yatırımcılara kıyasla kurumsal yatırımcılar için daha uygun olduğu anlamına gelmektedir. Kritzman vd. (2010), ortalama-varyans portföyünün beklenen getiri ve kovaryanslara dayalı olarak hesaplamaların basit olduğu durumlarda, yani beklenen getiri uzun vadeli tarihsel ortalama temel alındığında, *1/n* stratejisine göre daha yüksek örneklem dışı Sharpe oranına sahip olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı, BIST100 endeksi hisselerinden rasgele beş farklı portföy oluşturarak, ortalama-varyans optimizasyonu ve 1/n stratejisinin örneklem dışı performansını Sharpe oranı ile incelemektir.

Çalışma aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir. İkinci bölüm, iki varlık tahsis modelini kısaca tanıtmaktadır. Üçüncü bölüm veri ve metodolojiyi sunmaktadır. Bu çalışma sonuçların değerlendirilmesi ile sona ermektedir.

2. *1/n* ve ORTALAMA-VARYANS STRATEJİLERİ

Bu bölüm, bu çalışmada kullanılan varlık tahsis modellerini tanıtmaktadır.

2.1. *1/n* stratejisi

1/n stratejisi, mevcut *"n"* sayıdaki varlıklar arasında serveti dağıtır. Varlık *i*'nin ağırlığı

$$w_i = \frac{1}{n}. \qquad (1)$$

Bu yaklaşım, herhangi bir veri bilgisini, optimizasyonu veya tahmini dikkate almaz.

2.2. Ortalama-varyans stratejisi

Ortalama-varyans (OV) modelinin optimal portföy ağırlıkları iki aşamalı bir prosedürle hesaplanır. İlk adımda, beklenen ortalama ve beklenen getirilerin kovaryansı, örnek ortalama

($\hat{\mu}$) ve örnek kovaryans matrisi ($\hat{\sum}$) kullanılarak tahmin edilir. İkinci adımda, örnek tahminler, aşağıdaki şekilde optimizasyon problemine yerleştirilir.

Verilen bir getiri düzeyi ile portföy riskini en aza indiren ilk optimizasyon problemi:

$$\begin{aligned} & \min \bar{\sigma} = w^T \sum w \\ s.t. \quad & w^T \hat{\mu} = \bar{r} \\ & w^T 1 = 1 \\ & w \geq 0 \end{aligned} \tag{2}$$

Belirli bir risk seviyesi ile portföy getirisini en yüksek seviyeye çıkaran ikinci optimizasyon problemi:

$$\begin{aligned} & \max \bar{r} = w^T \hat{\mu} \\ s.t. \quad & w^T \sum w = \bar{\sigma} \\ & w^T 1 = 1 \\ & w \geq 0 \end{aligned} \tag{3}$$

Bu iki optimizasyon problemi için, uzun pozisyon kısıtı uygulanır ve borçlanmaya izin verilmez. Bu çalışma, ilk optimizasyon problemine odaklanır ve açığa satışa izin verilmez.

3. UYGULAMALAR

3.1. Data

Bu çalışma, BIST100 endeksindeki hisse senetlerinin 01.2009 - 01.2023 dönemleri arasındaki aylık logaritmik getirilerini kullanmaktadır. Bu dönem boyunca BIST100 endeksinde sürekli işlem gören 88 hisse senedi bulunmaktadır. Logaritmik getiri, her ayın sonundaki kapanış fiyatlarına dayalı olarak hesaplandı. Hisse senedi fiyat bilgileri, Yahoo Finance'den elde edilmiş olup, bu bilgiler geçmişe yönelik olarak temettü ve hisse senedi bölünmelerine göre düzeltilmiş fiyatlar şeklinde sunulmaktadır. Hesaplamalar Matlab 2023 ile yapıldı.

3.2. Portföyler

BIST100 endeksinde bulunan on farklı hisse senedinden oluşan beş farklı portföy oluşturulmuştur. Hisse senetleri yerine koyma yöntemiyle seçilmiştir. Rastgele seçilen portföyler aşağıdaki tabloda verilmiştir. Çizelgede hisseler endeksteki kodları ile belirtilmiştir.

Çizelge 1. BIST100 endeksinden rasgele oluşturulmuş beş portföy

Portföy 1	Portföy 2	Portföy 3	Portföy 4	Portföy 5
AEFES	TAVHL	KARSN	ISGYO	ALARK
BAGFS	GLYHO	AFYON	TURCS	EGEEN
FROTO	KRDMD	TRCAS	SAHOL	TUPRS
CCOLA	TCELL	AYGAZ	YATAS	GOODY
BANVT	KONYA	TSKB	ZOREN	GUBRF
AKBNK	DOHOL	ISCTR	CLEBI	ASELS
THYAO	ARCLK	HEKTS	EREGL	TATGD
GOLTS	ULKER	ECILC	DARDL	VESTL
SASA	AKENR	SISE	GSRAY	MGROS

PETKM	CEMTS	KORDSA	ENKAI	KCHOL

Parametreler, DeMiguel vd. (2009) tarafından tanımlanan hareketli pencere yaklaşımı ile hesaplanır. Sürecin adımları aşağıda verilmiştir:

1. *T*, varlık getirilerinin gözlemlerinin sayısı olsun.
2. *M* pencere boyutunu belirlesin.
3. Her ay *t*, *t=M+1*'den başlar. Parametreler önceki *M* aydan tahmin edilir. Tahmini parametreler, portföydeki varlık ağırlıklarını hesaplamak için kullanılır. Bu ağırlıklar, *t+1* ayında getiri ve kovaryans matrisinin hesaplanması için kullanılır.
4. Getiriler bir sonraki dönem için eklenir ve önceki dönemden getiriler bırakılır. Bu süreç, veri kümesi tamamlanana kadar devam eder. Bu şekilde örneklem dışı getirileri hesaplanır.

3.3. Performans değerlendirme

Bu makale, portföy performansının bir ölçüsü olarak Sharpe oranını kullanmaktadır. Bu oran aynı zamanda "getiri-volatilite" oranı olarak da bilinir. Sharpe oranı, yatırımın getirisi ile getiriye eklenen risk arasındaki dengeyi ölçen bir finansal performans ölçütüdür. Bu oran, yatırımın riski ile ne kadar getiri sağladığını değerlendirmek için kullanılır. Sharpe oranı, daha yüksek bir oranın daha iyi olduğu kabul edilir çünkü daha fazla getiri elde etmek için daha az risk taşıyan bir yatırım stratejisinin tercih edilmesini önerir.

Portföy p'nin Sharpe oranı aşağıdaki gibi verilir:

$$SR = \frac{R_p - r_f}{\sigma_p} \tag{4}$$

Burada R_p portföyün getirisini, r_f risksiz getiriyi, σ_p ise portföyün standart sapmasını gösterir. Sharpe oranı, bir yatırım stratejisinin risk getirisini ölçerek yatırımcılara hangi portföyün daha iyi bir risk-getiri profili sunduğunu anlamalarına yardımcı olur. Daha yüksek bir Sharpe oranı, daha iyi bir performans ve daha iyi bir risk yönetimi anlamına gelir. Sharpe oranı, yatırımcılara yatırım seçeneklerini karşılaştırırken yardımcı olan önemli bir metriktir.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, portföylerin performansları çeşitli periyotlarda değerlendirilmiştir. Öncelikle, tüm periyot boyunca stratejiler incelenmiştir ve sonuçlar Çizelge 2'de görülebilir. Çizelge 2'deki verilere dayanarak yapılan analiz, *1/n* ve OV stratejilerinin performansını getiri, risk ve Sharpe oranları açısından karşılaştırmaktadır. İlk olarak, 1/n stratejisinin getirilerine odakladığımızda, P5 hariç diğer portföylerde %22,37 ile %31,48 arasında değişen getiriler gözlemlenmiştir. Aynı zamanda, portföylerin Sharpe 0,32 ile 0,64 arasında değişmektedir.

Öte yandan, ortalama varyans stratejisi daha yüksek getiriler elde etmiştir, özellikle P1'de %48,25 getiri sağlamıştır. OV stratejisi ile risk (standart sapma) daha dengeli bir şekilde dağıtılmıştır ve P1'de %38,06 ile en yüksek risk bulunmuştur. Sharpe oranları açısından OV stratejisi, *1/n* stratejisine göre daha yüksektir ve daha iyi bir risk-getiri dengesi sunar.

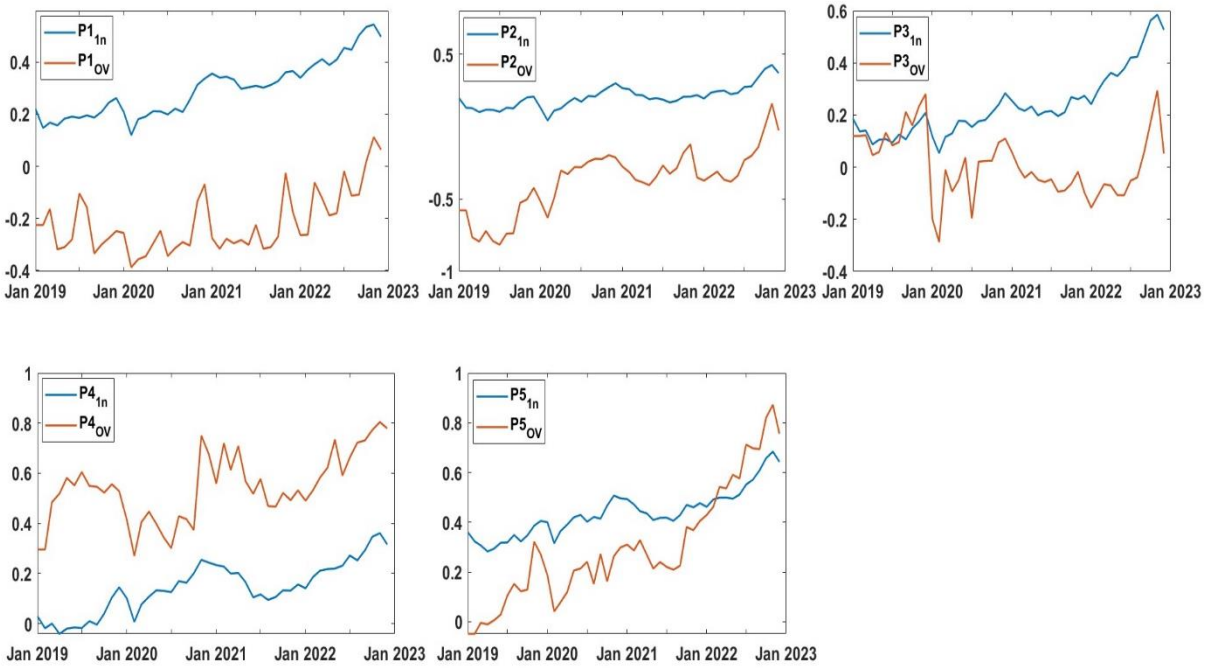
Sonuç olarak, Çizelge 2'deki verilere göre OV stratejisi, *1/n* stratejisine kıyasla daha yüksek getiri, daha düşük risk ve daha yüksek Sharpe oranları sunmaktadır.

Çizelge 2. 1/n ve ortalama varyans stratejilerinin 2009-2023 arası yıllık performansı

		P1	P2	P3	P4	P5
1/n	Getiri (%)	26,56	23,51	25,06	22,37	31,48
	Standard sapma (%)	26,63	27,58	26,35	28,63	28,23
	Sharpe oranı	0,50	0,37	0,45	0,32	0,64
OV	Getiri (%)	48,25	31,78	44,85	35,00	45,55
	Standard sapma (%)	38,06	35,20	33,05	41,54	34,64
	Sharpe oranı	0,92	0,52	0,95	0,52	0,93

2009-2018 yılları örneklem içini oluştururken 2019-2023 yılları ise örneklem dışı kısmı oluşturmaktadır.

Örneklem dışı periyot 2019 - 2023 dönemini kapsamaktadır ve tahminlerde kullanılan kayan pencere boyutu *M*, bir ay olarak belirlenmiştir. Ortalama-varyans stratejisi için, 2019 yılından itibaren her ayın sonunda hesaplanan ağırlıklar, bir önceki ayın sonunda hesaplanan ağırlıkların kullanılmasıyla oluşturulacaktır. Bu yaklaşım, ağırlıkların bir ay öncesinden hesaplanmasının portföy performansı üzerindeki etkisini gözlemlememizi sağlar. Elde edilen sonuçlar, Görsel 1'de sunulmuştur. Sonuçlara göre 1/n stratejisi dördüncü portföy hariç OV model portföylerinden örneklem dışı donemi boyunca daha iyi performans göstermiştir. Portföy 5'te uzun bir donem 1/n modeli daha iyi Sharpe oranlarına sahipken, Ocak 2022'den sonra OV modeli öne geçmiştir. Yalın yatırım stratejisi, örneklem dışı periyot boyunca hep pozitif Sharpe oranlarına sahip olurken, OV stratejisi Portföy 4 ve 5 hariç, çoğunlukla negatif Sharpe oranı değerlerine sahip olmuştur. Örneklem içi Sharpe oranı sonuçlarına göre, OV stratejisi bütün portföylerde neredeyse 1/n stratejisinin iki katı değere sahipken, örneklem dışı sonuçlarında yalın portföy stratejisinin çok gerisinde kalmıştır. Sonuçlar, DeMiguel vd. (2009) çalışmalarını desteklemektedir.



Görsel 1. 1/n ve ortalama varyans stratejilerinin örneklem dışı Sharpe oranları

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Bu çalışmanın sonuçları, ortalama varyans optimizasyonunun örneklem dışı Sharpe oranı açısından 1/n stratejisini geride bırakmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, örneklem içi değerlendirmeye dayalı olarak ortalama varyans stratejisi yalın stratejiye göre çok daha iyi sonuçlar göstermektedir. Detaylara bakıldığında, ortalama varyans stratejisi örneklem içi ve örneklem dışı performanslar arasında dikkat çekici bir farka sahiptir ve literatüre göre bu fark büyük tahmin hatalarından kaynaklanmaktadır. Bu büyük tahmin hatası, ortalama varyans optimizasyonundan elde edilen potansiyel kazançları erozyona uğratmıştır. Diğer yandan, yalın portföyler için önemli bir fark yoktur, bu nedenle yatırımcılar portföylerinde beklenmedik büyük potansiyel kayıplara maruz kalmazlar. Bu çalışmanın sonuçları DeMiguel vd. (2009) çalışmasının sonuçları ile uyumludur. Çalışmanın sonuçları, portföy yatırımcıları ve portföy yönetim firmaları için potansiyel olarak değerli bilgiler sunmaktadır. Bulgular, farklı portföy stratejilerinin performansını karşılaştırarak, yatırım kararlarını şekillendirmek isteyen yatırımcılara yol gösterici olabilir.

KAYNAKÇA

Bloomfield, T., R. Leftwich, and J. Long. (1977). Portfolio Strategies and Performance, *Journal of Financial Economics*, 5, 201–18.

Brown, S. J., I. Hwang, and In, F. (2013). Why optimal diversification cannot outperform naive diversification: Evidence from tail risk exposure, SSRN Working Paper.

DeMiguel, V., Garlappi, L., and Uppal, R. (2009). Optimal versus naive diversification: How inefficient is the 1/n portfolio strategy?, *Review of Financial Studies*, 22, 1915-1953.

Deniz, D. Ve Okuyan, H. A. (2018). Geleneksel ve Modern Portföy Yönetiminin Ampirik Sonuçlarının Karşılaştırılması: BİST Uygulaması, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(3), 467-482.

Duchin, R., and Levy, H. (2009). Markowitz versus the Talmudic portfolio diversification strategies, *Journal of Portfolio Management*, 35:71–74.

Fischer, M., and Gallmeyer, M. F. (2016). Heuristic portfolio trading rules with capital gain taxes. *Journal of Financial Economics*, 119:611–625.

Jagannathan, R., and Ma, T. (2003). Risk Reduction in Large Portfolios: Why Imposing the Wrong Constraints Helps, *Journal of Finance*, 58, 1651–84.

Jobson, J. D., and Korkie, R. (1980). Estimation for Markowitz Efficient Portfolios, *Journal of the American Statistical Association*, 75, 544–54.
Jorion, P. (1991). Bayesian and CAPM Estimators of the Means: Implications for Portfolio Selection, *Journal of Banking and Finance*, 15, 717–27.

Kritzman, M., Page, S. and Turkington, D. (2010). In defense of optimization: The fallacy of 1/n, *Financial Analysts Journal*, 66, 31-39.

Maillard, S., Roncalli, T., & Teïletche, J. (2010). The properties of equally weighted risk contribution portfolios, *The Journal of Portfolio Management*, *36*(4), 60-70.

Markowitz, H. M. (1952). Portfolio Selection, *The Journal of Finance*. 7 (1), 71-91.

Pflug, G. C., A. Pichler, and D. Wozabal. (2012). The 1/N investment strategy is optimal under high model ambiguity, *Journal of Banking & Finance*, 36:410– 417.

MEDİKAL TURİZM KAVRAMI İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN VOSVİEWER İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Arş. Gör. Havva Nur ATALAY

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, 0000-0002-2805-1921,

Prof. Dr. Recep YÜCEL

Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, 0000-0002-4755-417X,

ÖZET

Bireylerin kendi ülkelerinde sunulmayan sağlık hizmetlerini farklı ülkelere giderek talep etmesi sağlık turizminin temelini oluşturmaktadır. Sağlık turizmi; termal turizm, medikal turizm ve yaşlı ve engelli turizmi olmak üzere 3 farklı Görselde gerçekleştirilmektedir. Bireylerin kendi ülkelerinde daha yüksek fiyata aldığı veya ülkelerinde hiç sunulmayan sağlık hizmetlerini daha uyguna bulabilmesi veya temin edebilmesi için tedavi amaçlı farklı ülkelere yaptıkları seyahatler medikal turizm kavramı ile ele alınmaktadır. Bireylerin daha sağlıklı yaşama arzusu, sağlık hizmetlerinde oluşan kalite algısı, bilinçli sağlık hizmeti kullanıcılarının artması ile birlikte medikal turizm talebi de artmaktadır. Bu artışın bilimsel çalışmalara nasıl yansıdığının belirlenmesinin hem uygulama alanlarında sağlık kuruluşlarına hem de gelecek çalışmalar için akademisyenlere katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda medikal turizm ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Web of Science veri tabanında "medical tourism" kavramı başlık, özet ve anahtar kelime alanlarında taranarak ulaşılan 2006-2023 yılları arasında yayımlanmış 472 çalışmaya ulaşılmıştır. Elde edilen çalışmalar ortak atıf, kavram birlikteliği, ortak yazarlık ve atıf ağı analizleri kapsamında incelenmiştir. Çalışmada, medikal turizm ile ilgili yapılan atıflar en çok Amerika Birleşik Devletleri'ne yapıldığı, çalışmaların yıllara göre artık gösterirken 2019 yılından sonra azalmaya başladığı ve en çok atıf alan yazarların John Connell, Heesup Han ve Jeremy Snyder olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan çalışmaların genellikle makale olarak gerçekleştirildiği ve bu çalışmalarda ortak kullanılan kelimelerin sağlık turizmi, sağlık hizmetleri, turizm destinasyonu, hizmet kalitesi ve Kanada olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medikal turizm, sağlık turizmi, VOSviewer, bibliyometrik analiz.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES RELATED TO THE CONCEPT OF MEDICAL TOURISM USING VOSVIEWER

ABSTRACT

The basis of health tourism is that individuals go to different countries to request health services that are not offered in their own country. Health tourism is carried out in three different ways: thermal tourism, medical tourism and elderly and disabled tourism. Travels made by individuals to different countries for treatment purposes in order to find or obtain health services at a higher price in their own countries or that are not offered at all in their countries are handled with the concept of medical tourism. With the desire of individuals to live a healthier life, the perception of quality in health services, and the increase in conscious health service users, the demand for medical tourism is also increasing. It is believed that understanding how this increase is reflected in scientific studies will contribute to both healthcare organizations in practical fields and academics for future research endeavors. In this regard, the aim of the study is to examine scientific studies on medical tourism, which is one of the types of health tourism, with the bibliometric analysis method. For this purpose, 472 studies published between 2006 and 2023 were found by scanning the title, abstract and keyword fields of the concept of "medical tourism" in the Web of Science database. The obtained studies were examined within the scope of co-citation, co-authorship, concept coexistence and citation network analyses. In the study, it was concluded that the most cited references to medical tourism were made to the United States, that the studies increased over the years and started to decrease after 2019, and that the most cited authors were John Connell, Heesup Han and Jeremy Snyder. In addition, the findings suggest that the studies are generally carried out as articles and the words commonly used in these studies are health tourism, health services, tourism destination, service quality and Canada.

Keywords: Health tourism, medical tourism, VOSviewer, bibliometric analysis.

GİRİŞ

Sağlık sistemleri bir ülkeden diğerine, hatta aynı ülke içinde bir bölgeden diğerine büyük farklılıklar gösterebilir (Beland ve Zarzeczny, 2018). Bu nedenle bireyler kendi bölgelerinde veya ülkelerinde bulamadıkları sağlık hizmetlerini diğer bölge ve ülkelerden talep edebilmektedir. Medikal turizm kavramı da bu noktada oluşmakta ve *"sağlık hizmeti (elektif cerrahi, diş tedavisi, üreme tedavisi, organ nakli, tıbbi kontroller vb.) almak amacıyla başka bir ülkeye seyahat etme uygulaması"* olarak tanımlanmaktadır (Beland ve Zarzeczny, 2018; Chanda, 2002; Crooks, Kingsbury, Snyder ve Johnston, 2010). Medikal turizm pazarı, çok çeşitli tıbbi, cerrahi ve dişçilik hizmetleri sunarak hastalar için rekabet eden, sayıları giderek artan ülkelerden oluşmaktadır. Horowitz ve diğerleri (2007) tarafından bu ülkeler literatür taraması ve internet araştırması yapılarak Çizelge 1'deki gibi belirlenmiştir.

Çizelge 1. Sağlık Turizmi Destinasyonları

Asya/Orta Doğu	Amerika	Avrupa	Afrika	Diğer
Çin	Arjantin	Belçika	Güney Afrika	Avustralya
Hindistan	Brezilya	Çek Cumhuriyeti	Tunus	Barbados
İsrail	Kanada	Almanya		Küba
Ürdün	Kolombiya	Macaristan		Jamaika
Malezya	Kosta Rika	İtalya		
Singapur	Ekvador	Letonya		
Güney Kore	Meksika	Litvanya		
Filipinler	Amerika Birleşik Devletleri	Polonya		
Tayvan		Portekiz		
Türkiye		Romanya		
Birleşik Arap Emirlikleri		Rusya		
		İspanya		

Kaynak: Horowitz ve diğerleri (2007) kaynağından alınmıştır.

Birçok ülke medikal turizme ithalatçı, ihracatçı veya her ikisi olarak katılmaktadır. Başlıca ithalatçı ülkeler (medikal turistlerin geldiği ülkeler) Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'dadır. Başlıca ihracat yapan ülkeler (medikal turistlere hizmet sağlayanlar) Latin Amerika, Doğu Avrupa, Afrika ve Asya dahil olmak üzere tüm kıtalarda bulunmaktadır (Smith, Martínez Álvarez ve Chanda, 2011). Medikal turizmde, çok gelişmiş ulusların vatandaşları kendi toplumlarında sunulan hizmetleri atlayarak tıbbi bakım için dünyanın daha az gelişmiş bölgelerine seyahat etmektedirler (Horowitz ve diğerleri, 2007). Crooks'a (2010) göre bu durum sağlık hizmetlerinde maddi gücü daha yüksek olan insanların sağlık hizmetini satın alabileceğinden metalaşmaya yol açacaktır. Ancak diğer taraftan bakıldığında ise gelişmekte olan ülkelere sağlık turizmi amacıyla gelen bireyler ülkeye maddi kaynak sağlayacaktır. Burkett (2007) tarafından da medikal turizm, sağlık hizmetleri için büyümeye itici bir güç olarak görülmekle birlikte aynı zamanda bireyler için sağlıklarına kavuşması için bir fırsat olarak belirtilmektedir. Bu durumda medikal turizm ve daha genel anlamda sağlık turizmi kavramının hem bireylere hem işletmelere hem de ülkelere sağlayacağı faydalar ve zararlar açısından önem taşıdığı söylenebilmektedir. Bu önemin bilimsel araştırmalara nasıl yansıdığının tespit edilmesi için araştırmada Web of Science (WOS) veri tabanında "medikal turizm" ile ilgili yayınlanmış çalışmaların incelenmesi amaçlanmıştır.

GEREÇ VE YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden bibliyometrik araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Bibliyometrik analiz literatürde yer alan çalışmaları yazar, atıf, ülke, dergi, anahtar kelime vb. açıdan incelemeye ve bu doğrultuda çalışmaların yıllara göre eğilimini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Bu doğrultuda WOS veri tabanında "medikal turizm" ile ilgili yapılmış olan çalışmaları bibliyometrik analiz tekniği ile incelenmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada Çizelge 2'de yer alan analiz türlerinden ortak atıf, ortak yazarlık, kavram birlikteliği ve atıf ağı analizleri kullanılmıştır.

Çizelge 2. VOSviewer Programı Analiz Türleri ve Analiz Birimleri

Analiz Türü	**Analiz Birimi**
Ortak atıf	Atıf yapılan referanslar, kaynaklar, yazarlar
Bibliyografik eşleşme	Doküman, kaynak, yazar kurum, ülke
Ortak yazarlık	Yazarlar, kurumlar, ülkeler
Atıf ağı	Doküman, kaynak, yazar, kurum, ülke
Kavram Birlikteliği	Anahtar sözcükler, özet

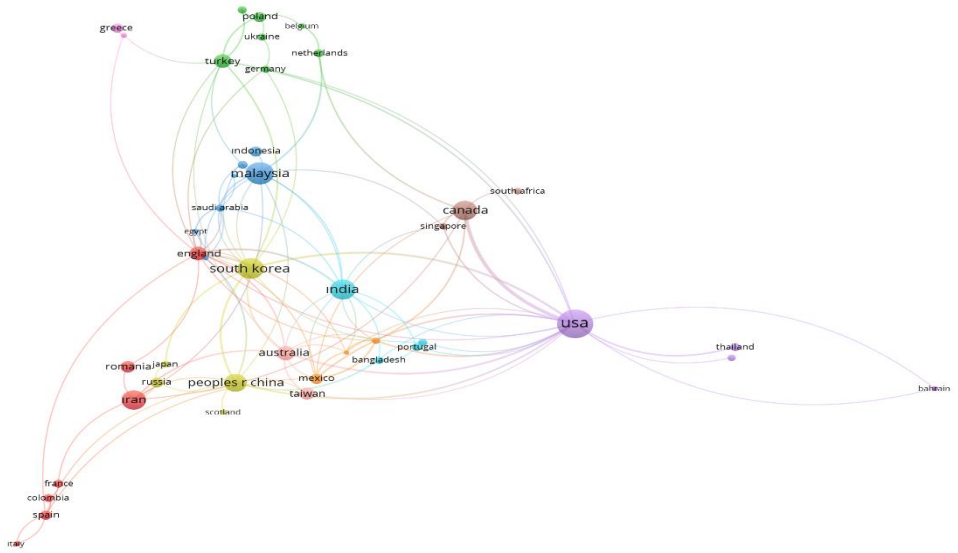
Kaynak: Arslan (2022) kaynağından alınmıştır.

13.09.2023 tarihinde, "medical tourism" anahtar sözcüğü ile "başlık/title, özet/abstract ve anahtar kelimeler/keywords" seçilerek yapılan araştırmada 842 sonuca ulaşılmıştır. Ulaşılan veriler, yazar, atıf, dergi, ülke, kurum ve anahtar sözcük temel alınarak incelenmiştir. WOS tarafından endekslenen içerikler kriter alınmıştır. Bu noktada çalışmaya sadece, WOS tarafından endekslenen içeriklerin alınması araştırmanın bir kısıtını oluşturmaktadır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen verilerin bir kısmı yüzde ve frekans şeklinde ifade edilerek tablolaştırılmıştır. Araştırmanın bulguları betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiş, ayrıca bibliyometrik amaçla geliştirilmiş yazılımlardan biri olan VOSviewer 1.6.18 versiyonu ile bibliyometrik haritalama programı yardımıyla yoğunluk ve ağ haritaları kullanılmıştır.

BULGULAR

Yeşil yönetim ile ilgili hazırlanan bibliyometrik çalışmada, 2006-2023 yıllarına ait toplam 472 makale WOS veri tabanı üzerinden elde edilmiştir. Görsel 1'de medikal turizm ile ilgili atıfların ülkelere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.



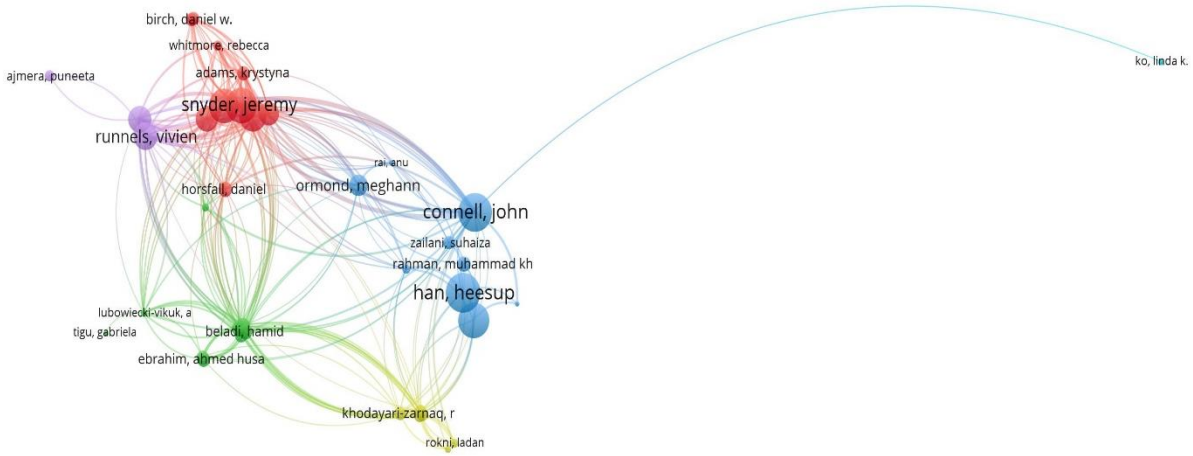
Görsel 1. Medikal Turizm ile İlgili Yapılan Atıfların Ülkelere Göre Dağılımları

Görsel 1 incelendiğinde, medikal turizm ile ilgili atıf yapılan ülkelere bakıldığında mor renk ile en çok Amerika Birleşik Devletleri, ardından koyu mavi renk ile Malezya, kahverengi renk ile Kanada ve açık mavi renk ile Hindistan ve Sarı renk ile Güney Kore gelmektedir.

Grafik 1. Medikal Turizm ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

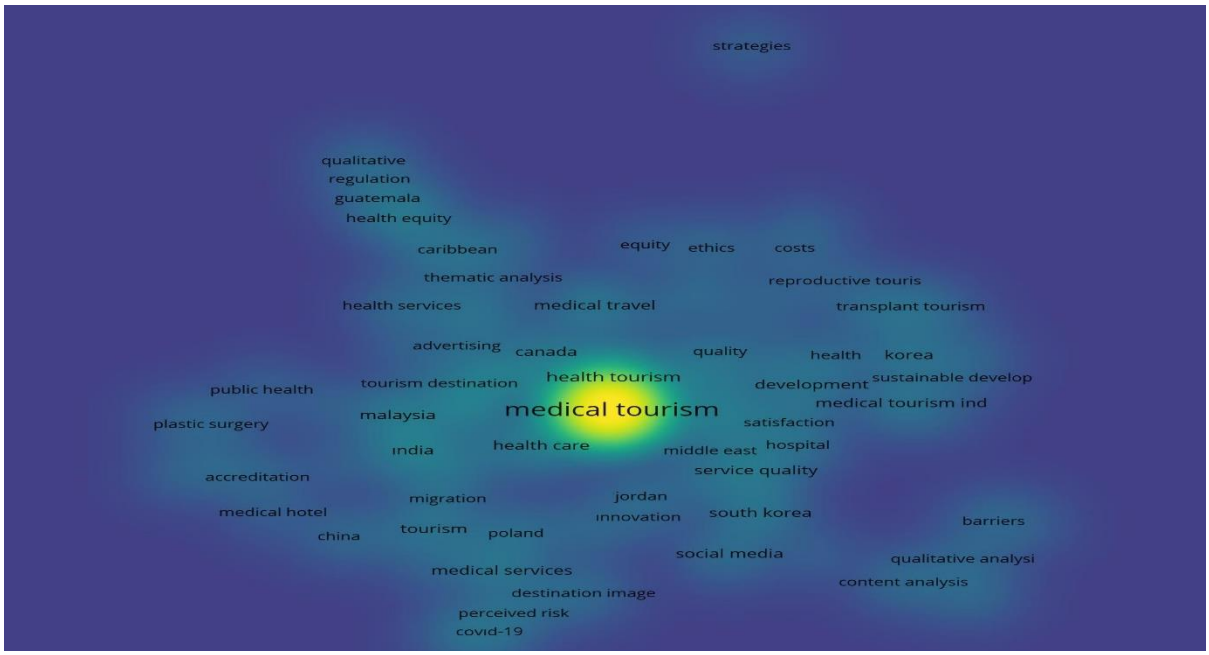


Medikal turizm ile ilgili yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımlarının yer aldığı Grafik 1'e bakıldığında, çalışmaların her yıl giderek artış gösterdiği ancak 2019-2020 yıllarından sonra azalmaya başladığı görülmektedir. Bunun sebebini 2019 yılında tüm dünyada etkisini gösteren ve ülkeler arası geçişlerin sekteye uğradığı bu nedenle de medikal turizmin de etkilenmesi ile yapılan çalışmaların azaldığı şeklinde belirtmek mümkündür.



Görsel 2. Medikal Turizm ile En Çok Atıf Alan Yazarlar

Çalışmada gerçekleştirilen diğer bir analiz, atıf ağı haritasıdır. Bu harita oluşturulurken analiz birimi doküman olarak seçilmiştir (Görsel 2). Ayrıca analize tabi tutulması için her bir yazarın en az 2 dokümanının olması ve en az 2 atıf alması kriterleri eklenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, medikal turizm ile ilgili en çok atıf alan yazarların John Connell, Heesup Han ve Jeremy Snyder olduğu tespit edilmiştir.



Görsel 3. Ortak Kullanılan Anahtar Kelimeler

Çalışmada ortak kullanılan anahtar kelimelerinin belirlenmesi diğer bir analizdir. Ortak kullanılan anahtar kelimeler medikal turizmin birlikte en çok çalışıldığı konuları da belirlemektedir. Bu kapsamda her yazarın en az 2 çalışması ve 2 atfı olması kriteri getirilmiştir. Ortak kullanılan anahtar kelimeler Görsel 3'te ısı yoğunluk haritası ile verilmiştir. Haritada, sarı rengin yoğun olduğu bölgeler en çok kullanılan kelimeleri, yeşil renk daha az kullanılan kelimeleri ve koyu mavi renk en az kullanılan kelimeleri göstermektedir. Görsel 3'e bakıldığında en çok kullanılan anahtar kelimenin medikal turizm olması araştırmanın bu kavram ile yapılmasından kaynaklanmaktadır. Medikal turizmden sonra en çok kullanılan kavramlar sağlık turizmi, sağlık hizmetleri ve turizm destinasyonudur. Devamında hizmet kalitesi, kalite, Kanada, Orta Doğu vb. kavramlar gelmektedir.

Çizelge 3. Medikal Turizm ile İlgili Yapılan Çalışmaların Türlere Göre Dağılımı

Çalışmanın Türü	**Sayısı (n)**
Araştırma Makalesi	353
Derleme Makale	45
Kitap Bölümü	10
Editoryal	6
Devam Eden Çalışma	76
Erken Erişim	15
Toplam	**505**

Çizelge 3'te medikal turizm ile ilgili yapılan çalışmaların türlerine göre dağılımları verilmiştir. Buna göre çalışmaların çoğunluğu araştırma makalesi olarak gerçekleştirilmiştir. Toplamın 505 olması bir çalışmanın aynı anda iki farklı kategoriye de girebilmesi ile açıklanmaktadır. Örneğin bir araştırma makalesi ve derleme makale erken erişimde olabileceği için her iki kategoriye de girmektedir.

SONUÇ

Sağlık hizmeti almak amacıyla seyahat etmek yeni ortaya çıkmamıştır. Bakım ve iyileşme sırasında destek sağlayabilecek arkadaşlara veya aileye yakın olmak veya genellikle daha gelişmiş bir bölgede yerel olarak mevcut olmayan daha karmaşık veya uzmanlaşmış bakım aramak için seyahat etmek uzun bir geçmişe sahiptir (Reed, 2008). Ancak bu durumun sosyal hayattan çıkarılarak bilimsel açıdan ele alınması ve bir sağlık hizmeti pazarlaması alanı olması yenidir. Çalışma sonucunda WOS veri tabanında yapılan çalışmaların 2006 yılından başlaması bu düşünceyi destekler niteliktedir. Çalışmada medikal turizm ile ilgili WOS veri tabanında yapılan çalışmaların aldıkları atıflara göre ülkelerin dağılımları incelendiğinde en çok Amerika Birleşik Devletleri'nin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunu takiben Malezya, Kanada, Hindistan ve Güney Kore gelmektedir. Belçika, Kanada, Almanya, İsrail ve İtalya'nın da aralarında bulunduğu çok sayıda gelişmiş ülke, medikal turizm bayrağı altında yabancı hastaları çekerek, hasta tercihine, hizmete ve memnuniyetine özen göstererek gelişmiş modern bakım sunuyor (Horowitz ve diğerleri, 2007). Chanda (2002) tarafından da Hindistan, Tayland vb. Endonezya ülkelere yeni destinasyonlar kurulması amacıyla sağlık hizmetleri sektöründe yeni yatırımlar yapıldığı belirtilmiştir. Arı (2017) tarafından da medikal turizmin ülkelere katkı sağlayacağı, *"Tüm turistik faaliyet alanlarında olduğu gibi medikal turizm de önemli bir ihracat kalemidir. Ülke ekonomisini cari açık dengesini olumlu yönde katkı sağlayan bir kapasiteye sahiptir."* şeklinde belirtilmiştir. Bu nedenle bilimsel çalışmaların yapıldığı ülkelerin çeşitlenmesi ve sayısının artması hem ülkelere fırsat oluşturacağı hem de rekabet ortamı yaratacağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın bu sonucunun literatüre olumlu bir katkı sağlayacağı belirtilmelidir. Ayrıca çalışma sonucunda medikal turizm ile ilgili en çok çalışılan konuların sağlık turizmi, sağlık hizmetleri, turizm destinasyonu ve hizmet kalitesi olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda sağlık hizmetlerinde pazarlama alanının odaklandığı sağlık turizminin bilimsel çalışmalara aynı oranda yansımadığı görülmektedir. Bu doğrultuda medikal turizm ve pazarlama kapsamında çalışmaların yapılması önerilebilmektedir.

KAYNAKLAR

Arı, H. (2017). Pazarlama perspektifinden medikal turizm ve türkiye'nin medikal turizmdeki yeri. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, *1*(1), 1-10.

Arslan, E. (2022). Sosyal bilim araştırmalarında VOSviewer ile bibliyometrik haritalama ve örnek bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *22*(Özel Sayı 2), 33-56.

Beland, D. ve Zarzeczny, A. (2018). Medical tourism and national health care systems: An institutionalist research agenda. *Globalization and Health*, *14*(1), 68. doi:10.1186/s12992-018-0387-0

Burkett, L. (2007). Medical tourism: Concerns, benefits, and the american legal perspective. *Journal of Legal Medicine*, *28*(2), 223-245. doi:10.1080/01947640701357763

Chanda, R. (2002). Trade in health services. *Bulletin of the World Health Organization*, *80*(2), 158-163.

Crooks, V. A., Kingsbury, P., Snyder, J. ve Johnston, R. (2010). What is known about the patient's experience of medical tourism? A scoping review. *BMC Health Services Research*, *10*(1), 266. doi:10.1186/1472-6963-10-266

Horowitz, M. D., Rosensweig, J. A. ve Jones, C. A. (2007). Medical tourism: Globalization of the healthcare marketplace. *Medscape General Medicine*, *9*(4), 33.

Reed, C. M. (2008). Medical tourism. *Medical Clinics of North America*, *92*(6), 1433-1446. doi:10.1016/j.mcna.2008.08.001

Smith, R., Martínez Álvarez, M. ve Chanda, R. (2011). Medical tourism: A review of the literature and analysis of a role for bi-lateral trade. *Health Policy*, *103*(2), 276-282. doi:10.1016/j.healthpol.2011.06.009

TÜRKİYE'DE İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİLERİNİN İŞ GÜVENCESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Muhammet Enes Demir

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, – 0000-0002-4280-0079

Öz

Sendikalar, küreselleşen ve değişen dünyanın en temel unsurlarından birisidir. Sendikaların yetkili oldukları işyerlerinde ise birer temsilcileri bulunmaktadır. Bu temsilciler sayesinde işyerlerinde işçilerin haklarını savunan, dilek ve şikâyetlerini dinleyen, sendikal işleyişleri takip eden birer hatta kimi işyerlerinde ise birden fazla sendika temsilcisi bulunmaktadır. Temsilcilik görevleri kanunlar, tüzükler, yönetmelikler, sendika ana tüzükleri gibi birçok farklı yönden ele alınmıştır. Görevleri gereği söz konusu bu temsilciler işverenlerle sık sık karşı karşıya gelmektedir. Sendika temsilcilerinin sözü edilen bu görevlerini yerine getirebilmeleri açısından sağlanan hukuki düzenlemenin önemi oldukça büyük bir yere sahiptir. Yaptıkları işin niteliğinden dolayı diğer işçilere göre daha etkin bir korunmaya ihtiyaç duydukları kabul edilmektedir. İşverenlerle aralarında yaşanan uyuşmazlıklardan doğabilecek fesih durumlarını önlemek amacıyla kanun koyucu, 6356 sayılı kanununun 24. Maddesini işyeri sendika temsilcilerine bir kalkan olması için hayata geçirmiştir. Böylelikle haklı bir sebep olmaksızın veya sebebi açık, net ve yazılı olarak belirtilmeden sendika temsilcilerinin iş akitleri fesih edilemeyecektir. Temsilcinin işe iade davası açması halinde ve mahkemenin temsilciyi haklı bulması durumunda temsilcinin işe tekrar başlamasına kadar geçen süreye yönelik tüm haklarına karar verilmektedir. İşe tekrar başlaması kesinleşen temsilcinin ücret ve diğer hakları da ödenmektedir. Bu çalışma ile Türkiye'de işyeri sendika temsilcilerinin mevcut durumu ve 2821 sayılı kanun ve 6356 sayılı kanun dönemlerinde feshe karşı korunma durumları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşyeri sendika temsilcisi, Fesih, Sendika, Türkiye

JOB SECURITY OF TRADE REPRESENTATIVES IN THE WORKPLACE IN TURKEY

Abstract

Trade unions are one of the fundamental elements of the globalizing and changing world. Trade unions have one representatives each in the authorized workplaces. Thanks to these representatives, there are even more than one union representatives in some workplaces who defend the rights of workers at workplaces, listen to their wishes and complaints, follow the Trade union operations. Representatives duties are considered in many different ways, such as laws, by-laws, regulations, the main by-laws of the trade union. Due to their duties, these representatives in question often come into contact with employers. The importance of the legal regulations provided for in terms of the abilty of trade union representatives to fulfill these aforementioned duties has a fairly large place. Because of what they do, it is accepted that they need more effective protection than other workers due to their qualifications. In order to prevent

termination situations that may arise from disputes between employers and them, the legislator has deciphered the 24th amendment of the law No. 6356. It has implemented its article to be a shield for workplace union representatives. Thus, the employment contracts of the trade union representatives of the workplace shall not be terminated without a justfied reason or without the reason being clearly and clearly stated in writing. If the representatives files a case for reinstatement to work and the court finds the representative justfield, all his rights related to the idle time until the decision to return the representative to work is ruled. The wages and other rights of the representative whose return to work is finalized are also paid. With this study, the current situation of trade union representatives in the workplace in Turkey and their protection against termination during the periods of law No. 2821 and law No. 6356 were discussed.

Keywords: Workplace union representatives, Termination, Union, Turkey

GİRİŞ

Sendikalar, işçiler ve işverenler arasında birer köprü görevinde bulunmaktadırlar. Emeğin, işçinin alın terinin olduğu her yerde birer sendikaya, bir sendikal harekete rastlamak mümkün olacaktır. Sendikacılık, sanayi devriminden sonra hayatımıza giren ve günümüze kadar geçen sürede başlarda çok yoğun baskılar ve yasaklamalar sonucu kapansalar da işçilerin hak ve çıkarlarını ortaya koymaları ve örgütlenmeleri için oluşan kuruluşlardır.

Hem Dünya'da hem de Türkiye'de sendikalizmin gelişim göstermesiyle beraber sendikalar da işyerlerinde olan etkinliklerini daha da arttırmışlardır ve işyerlerinde yetkili sendikayı temsilen "işyeri sendika temsilcisi" kavramları doğmuştur.

Böylelikle işyeri sendika temsilcileri, yetkisi kesinleşen sendikalar tarafından işyerlerinde görevlendirilmek üzere atanmaktadır. Görevli olduğu işyerindeki tüm işçilerin dilek ve şikâyetlerinden, hak ve çıkarlarını koruma gibi sorunlarıyla ilgilenmekte olup aynı zamanda da toplu iş sözleşmelerinde belirtilen çalışma şartlarını yerine getirmekle yükümlüdürler. Sendikalar, seçilen işyeri sendika temsilcilerinin kimliklerini on beş gün içerisinde işverene bildirmektedirler. Seçilen temsilciler arasından da bir baş temsilci ayrıca görevlendirilir. Temsilciler, sendikanın yetki süreci boyunca görevlerini devam ettirirler.

Sendika temsilcileri, görevleri gereği işverenle sürekli olarak bir temas halinde olduğundan kanun koyucu, 6356 sayılı kanunla işyeri sendika temsilcilerine birtakım güvenceler getirmiştir. Söz konusu bu güvencelerin başında da 6356 sayılı kanunun 24. Maddesi uyarınca sendika temsilcilerinin iş akitlerinin sadece haklı nedenle feshedilebileceğini öngörmektedir. Haklı bir neden olmaksızın yapılan tüm fesihler geçersiz sayılacaktır.

Çalışmamızı iki bölüm altında inceleyeceğiz. Çalışmamızın amacı, işyeri sendika temsilcilerinin üyesi oldukları sendikanın işyerinde yetki alıp bir temsilci atanmasından itibaren ve atandıktan sonra da yapması gereken görevleri, bu görevleri yerine getirirken karşılaştığı sorunları ortaya koymaktır. Bu görevleri yerine getirirken bulunmuş olduğu konum nedeniyle diğer işçilere nazaran iş güvencesi bakımından daha ayrıcalıkla korunması ve iş güvencesi anlamında 2821 sayılı kanun ve 6356 sayılı kanun dönemleri tartışılacaktır.

1. İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİSİ KAVRAMI

İşyeri sendika temsilcileri, sendikaların yetkili oldukları işyerlerinde faaliyette olabilme hakkının tanınmasının bir sonucu şeklinde açıklanabilir. Sendika temsilcileri, çalışmakta olduğu işyerinde sendikayı temsil eden, sendikal süreçleri sürekli olarak izleyen, aynı işyerinde bulunan diğer işçilerin sorunlarını ve isteklerini dinleyen, İş Kanununda ve yapılan toplu iş sözleşmesinde belirtilen çalışma şartlarının işyerinde sürekli olarak yerine getirilmesini sağlamakla görevli kişilerdir(Çoban, 2020:98).

Diğer bir tanıma göre ise işyeri sendika temsilcileri, işyerinde çalışmakta olan sendika üyeleri içerisinden seçilen, kanunda belirtilen görevler ile toplu iş sözleşmesi, sendika ana tüzüğü ve temsilci yönetmeliklerinin getirmiş olduğu haklar neticesinde sendikanın işyerindeki faaliyetlerini gerçekleştiren, işçilerin hak ve çıkarlarını koruyan kişiler olarak tanımlanır(Bağcı, 2017:3).

Bir Yargıtay kararında sendika temsilcileri, işyeriyle yükümlü olmak şartıyla çalışanların dileklerini ve sorunlarını dinleyen, onların haklarını ve çıkarlarını gözeten, toplu sözleşmelerde ve 4857 sayılı İş Kanununda öngörülen çalışma koşullarının hayata geçirilmesine destek sağlamakla görevli kişiler şeklinde tanımlanmaktadır(Yargıtay 9. HD.26.05.1987).

1.1. İşyeri Sendika Temsilcisi Olabilecek Kişiler

Sendikalar, yetkili oldukları işyerlerinde toplu iş sözleşmesinin imzalanmasından sonra en az bir işyeri sendika temsilcisi seçmektedirler. Temsilciler, işveren kesimi ve sendika tarafı arasında bir bağ oluşturduğundan dolayı kanun koyucu işyeri sendika temsilcisi olabilecek kişiler için bazı şartları gerekli kılmıştır.

2821 sayılı Sendikalar Kanunu 34. Maddede açıkça belirtildiği üzere işyeri sendika temsilcisi olabilmek için bazı şartlar gereklidir. Söz konusu bu şartlar sendika kurucusu olmak için gereken şartlarla aynı şekilde düzenlenmiştir. Sendika temsilcisi olabilmek için gerekli şartlar aşağıda belirtildiği şekildedir(SenK. Md.34):

- Türk vatandaşı olmak,
- Türkçe okur – yazar olmak,
- Atanacağı işkolunda ve işyerinde aktif olarak çalışır vaziyette olmak,
- Medeni hakları kullanmaya ehil olmak,
- Yasada belirtilen suçlardan mahkûm edilmemiş olmak,
- Atamayı yapacak sendikanın üyesi olmak,

Yukarıda belirtilen şartlara haiz olan kişiler üyesi oldukları sendika tarafından işyeri sendika temsilcisi seçilebilmektedir.

1.2. İşyeri Sendika Temsilcisinin Atanması

İşyeri sendika temsilcileri, 6356 sayılı STİSK madde 27'de belirtildiği şekilde yetkisi kesinleşen sendikanın o işyerinde bir sendika temsilcisi atayacağını düzenlemiştir. Böylelikle de toplu iş sözleşmesi yapması kesinleşen sendikanın işyerlerinde bir temsilcisi olacaktır. Ayrıca işyerinde çalışan sayısına göre de birden fazla temsilci seçilebileceği yasada

belirtilmiştir. Birden fazla temsilci olması durumunda seçilen temsilciler arasından da bir baş temsilci seçilip ayrıyeten görevlendirilmektedir.

Seçilen işyeri sendika temsilcileri üyesi oldukları sendikanın yetki süresince görevlerine devam etmektedirler. Yetki süresi sonunda sendika tekrar yetki alırsa, işyeri sendika temsilcilerinin görevi kesintisiz bir şekilde devam etmektedir. Ancak yetkiyi başka bir işçi sendikası alması durumunda, mevcut temsilci toplu iş sözleşmesi süresi bitene kadar görevine devam eder sözleşme sonunda temsilcilik görevi de sona erer(Uslu, 2016:2). Fakat yeni yetki alan sendikanın bir temsilci atama hakkı ortaya çıkacaktır. Bu durumda da her iki sendikanın birden bir işyerinde sendika temsilcisi bulundurma hakkı meydana gelecektir(Ertürk, 2007:4).

İşyerindeki işçi sayılarının yetki süresi içerisinde azalması veya artması durumunda doktrinde farklı görüşler vardır. İşçi sayısındaki değişime göre temsilci sayısında da değişiklik olmalıdır. Bu durumda işyerinde bulunan işçilerin sayısında bir azalma meydana gelmişse temsilcilerin de azaltılması, işçi sayısında artış olduysa temsilcilerin de artması gerektiği belirtilmiştir. Bu görüşe karşı bir görüş ise, temsilcilik görevi, işyerindeki istikrarın, düzenin ve sürekliliğin sağlanması için işçi normunda meydana gelebilecek değişikliklerin temsilci normunu etkilememesini savunmaktadır(Çoban, 2020:103).

Sendika temsilcileri, Sendikalar Kanunu Md. 27'de üye oldukları sendikanın toplu iş sözleşmesi yapması kesinleşmesiyle beraber sendika, işyerindeki işçi sayısına göre olmak üzere;

- Elliye kadar ise bir temsilci,
- Elli bir ile yüz arasında ise en çok iki temsilci,
- Yüz bir ile beş yüz arasında ise en çok üç temsilci,
- Beş yüz bir ile bin arasında ise en çok dört temsilci,
- Bin bir ile iki bin arasında ise en çok altı temsilci,
- İki binden fazla ise en çok sekiz temsilci atanır.

İşyerinde yetkili olan sendika, sendikaya üye olan işçiler arasından seçilen temsilcilerin atamalarını gerçekleştirerek on beş gün içerisinde işverene kimliklerini bildirmelidir. Ayrıca seçilen bu temsilciler arasından da bir baş temsilci görevlendirilmektedir(STİSK. Md.27).

1.3. İşyeri Sendika Temsilcilerinin Görevleri

İşyeri sendika temsilcileri, üye oldukları sendikalar aracılığıyla atanmalarının ardından kanunda da belirtilmiş bazı görevleri yapmakla yükümlüdürler. 2821 sayılı Sendikalar Kanunu 35. Maddede açıkça belirtildiği üzere " *işyeri sendika temsilcileri ve baş temsilcisi, işyerine münhasır kalmak kaydı ile işçilerin dileklerini dinlemek, şikâyetlerini çözümlemek, işçi ve işveren arasındaki işbirliği ve çalışma ahengi ile çalışma barışını devam ettirmek, işçilerin hak ve menfaatlerini gözetmek, iş kanunları ve toplu iş sözleşmelerinde öngörülen çalışma şartlarının uygulanmasına yardımcı olmakla görevlidir. Temsilcilerin görevi, sendikanın yetki süresince devam eder. İşyeri sendika temsilcileri bu görevlerini, işyerindeki işlerini aksatmamak ve iş disiplinine aykırı olmamak şartı ile yerine getirirler*" şeklinde temsilcilerin görevleri açıklanmıştır(Sen. K. md.35).

Sendikalar kanununda belirtilen görevlerin dışında, işyeri sendika temsilcilerine İş Kanunu'nda da bazı görevler getirilmiştir. Söz konusu bu görevler, işverenin; teknolojik, ekonomik veya işyeri veyahut işin gereklilikleri neticesinde toplu olarak işçileri çıkarmak istediği durumlarda doğrudan işçi çıkarma gerçekleştiremeyecektir. Toplu olarak işçilerin çıkarılması durumunda en az 30 gün öncesinden yazılı olarak işyeri sendika temsilcilerine, işyerinin bağlı bulunduğu bölge müdürlüklerine ve Türkiye İş Kurumu'na ilgili bilgilendirmeleri yapması gerekmektedir(İşK. Md.29/I).

İş Kanunu madde 29 birinci fıkrası gereğince yapılan bilgilendirmelerde işçileri işten çıkarmanın gerekçeleri, bu durumdan etkilenecek olan işçilerin sayısı ve grupları ile çalışanların işine son verme işlemlerinin ne zaman gerçekleşebileceğine dair bilgilerin olması bir yasal zorunluluktur. Bildirimin ardından sendika temsilcileri ve işverenler arasında gerçekleşecek görüşmelerde, toplu bir şekilde işçilerin işten çıkartılmasının önlenmesi ya da çıkarılacak çalışanların sayılarında bir azaltma yapılması ya da işten çıkarmanın işçiler açısından meydana gelebilecek negatif etkilerinin minimum düzeye indirgenmesi konuları ele alınır. Gerçekleşen görüşmelerin ardından ise toplantının gerçekleştirildiğini belirten belge düzenlenmektedir(İşK. Md.29/III, IV).

İş Teftiş Tüzüğünün 24. Maddesinde ise; yapılan teftişlerde belirlenen aksaklık ve eksikliklerle ilgili mevzuat hükümleri belirlenerek, müfettişler tarafından teftiş defterine yazılmaktadır. Gerçekleştirilen teftiş sonucunda ilgili teftişin sonucunu belirten belgelerin altına ilgili tarih belirtilerek işveren veya işveren vekili ile işçi, sendika temsilcisi, müfettişler, varlar ve ilgili belgeleri imzalamaktan kaçınmıyorsa yakınıcılar, ihbar eden ve diğer ilgililerce imzalanacağı belirtilerek İş Teftiş Tüzüğünde de işyeri sendika temsilcilerine bir görev tayin edilmiştir(İTT. Md.24/II).

İşyeri sendika temsilcilerinin diğer bir görevi ise, Yıllık Ücretli İzin Yönetmeliğinin "İzin Kurullarının Oluşumu, Toplantı Usulü, Görev ve Yetkileri" bölümünde belirtilmiştir. Böylelikle işçi sayısı yüz ve üzerinde olan işyerlerinde işveren ya da işveren vekilini temsil etmek üzere bir kişi, işçileri temsil etmek üzere en az iki kişi olması şartıyla toplamda üç kişi ile izin kurulunun oluşturulacağı belirtilmiştir. Oluşturulan bu kurulun başkanlığını ise işveren temsilcisi yapmaktadır. Kurul başkanı hariç kalan üyeler ve yedek listesi ise varsa sendika temsilcisi tarafından seçilmektedir. (Y.Ü.İ.Y. md.15). Yüzden fazla işçinin olduğu işyerlerinde oluşturulan kurula katılacak olan işçileri, temsilcilerin seçmesi görevlerine bir yenisini daha ekleyecektir.

Sendika temsilcilerinin sadece kanundan veya yönetmelikten doğan görevleri yoktur aynı zamanda da üyesi oldukları sendikanın tüzüğünden doğan görevleri de olabilmektedir. Örneğin bir sendikanın tüzüğünde işyeri sendika temsilcileri için, çalıştıkları işyerinde sendikanın amaçlarının gerçekleşmesine, sendikal görevlerin yerine getirilmesine çalışmakla yükümlü oldukları belirtilmiştir. Aynı zamanda üyelerin toplu iş sözleşmeleri, yasalar ve herhangi bir konuda oluşabilecek rahatsızlıklarını işyerinde çözümledikleri ve bu amaçla işyerindeki işveren vekilleri ile sendika adına görüşme yapılabileceğinden, toplu iş sözleşmesinin sendika temsilcilerine verdiği görevleri yerine getirecekleri belirtilmiştir. Sendika merkez yönetim kurulunun ve şubenin aldığı kararların işyerinde uygulanmasından

sorumlu oldukları sendika tüzüğünde açıkça bir şekilde belirtilmiştir(Petrol-İş, Anatüzük, md.96).

Tüm bunların yanı sıra uygulamada bazı sendikaların işyeri sendika temsilcilerine yönelik temsilci yönetmelikleri hazırlayarak, faaliyet gösterecek olan sendika temsilcilerine yol göstermesi ve uygulama birliğinin sağlanmasını amaçlanmaktadır. Örneğin, Birleşik Metal İş Sendikasının Temsilci Yönetmeliği 3. Maddesinde temsilcilerin görev, yetki ve sorumlulukları düzenlenmiştir. Buna göre sendika temsilcileri, çalışanların istek ve ihtiyaçlarının tespit etmekle ve sonuçlanabilmesi için çabalamakla sorumludur. İşyerinde toplu sözleşmenin hükümlerinin ve mevzuatın uygulanması, çalışanların hak ve menfaatlerini korur ve çalışma barışının sağlanması ve devam ettirilmesine ilişkin çaba sarf eder. Sözleşme türlerine bakmadan işyerinde çalışan işçilerinin tümünün sendika üyeliği için çalışmalar yapar. İşyerinin tüm verilerini toplar, değişiklikleri gözlemler ve işverenin işyerindeki tüm uygulamaların takibini yapıp ardından raporlamak gibi birçok görevi mevcuttur(Temsilci Yönetmeliği, md.3).

1.4. İşyeri Sendika Temsilcinin Görevinin Sona Ermesi

Sendika temsilcilerinin görev süreleri sadece belirli süreliğine mevcuttur. Söz konusu bu süre içerisinde de sendikanın yetkisinin sona ermesi durumu, iş akdinin çeşitli nedenlerle sona ermesi durumu, işçi sendikasında meydana gelebilecek değişikliklerde örneğin başka bir sendikayla birleşmesi durumunda veya başka bir sendikaya katılması durumunda temsilcilik görevi sona ermektedir. Çeşitli sebeplerle sendika üyeliğinin sona ermesi ve kanunda belirtilen suçlardan birisinden hüküm giymesi durumunda kişinin temsilcilik görevi sona erecektir. Bunların dışında temsilcilik görevinden ayrılma veya alınma gibi durumlarda ve temsilcinin işyerinin değişmesi durumunda da yine temsilcilik görevi sona erecektir(Yılmaz, 2007:69-72).

2. İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİSİNİN GÜVENCESİ

"İş güvencesi" kavramı, genellikle çalışma hakkının korunması anlamında kullanılmakta ve genellikle işverenin iş ilişkisini haklı bir sebep olmaksızın sona erdirmesi, feshini kısıtlaması veya engellemesi durumunda geçimini çalıştığı işten sağlayan bağımlı çalışanları kapsamaktadır. İşverenin iş akdinin sona ermesini ortadan kaldıran, iş ilişkisinin devamlılığını sağlayan ve koruma yönünün hâkim olmasını sağlayan normatif düzenlemeleri içerdiği ve iş ilişkisine yasal bir dayanak teşkil eden işverenin istihdam ilişkisidir(Bakan ve Büyükbeşe, 2004:36).

İşyeri sendika temsilcileri, işçilerin hak ve çıkarlarını korumak amacıyla işverenlerle sürekli olarak bir teması içindedir ve söz konusu bu temas içerisinde olmanın avantajları gibi dezavantajları da mevcuttur. Örneğin işyeri sendika temsilcileriyle işverenler arasında yaşanan uyuşmazlıklar, zaman zaman oluşan çekişmeler bu dezavantajlı durumun en bariz örnekleri olacaktır. İşyeri sendika temsilcilerinin, hem işverenle arasında meydana gelebilecek uyuşmazlıklar yönünden hem de bir haksız bir fesihle karşı karşıya kalabilecekleri bakımından özel bir güvenceye tabi tutulması gerekmektedir. Eğer özel bir güvence ile korunma altına alınmazsa, işyeri sendika temsilcileri işini kaybetme kaygısı içerisinde temsilcilik görevlerini doğru bir şekilde ifa edemezler aynı zamanda da işçilerin hak ve çıkarlarını etkin bir şekilde korumaları söz konusu olamayacaktır. Dolayısıyla işyeri sendika temsilcilerine, görevlerini

meydana getirirken özellikle işveren ve işveren vekilleri tarafından gelebilecek zararlardan etkilenmemeleri için özel bir güvence sağlanması gereği doğmuştur(Yılmaz, 2007:73).

Koç(1999), iş güvencesini sağlamanın en temel yolunun, öncelikle mevzuatımızın 158 sayılı ILO sözleşmesi ile uyumlu hale getirilmesi ve sonraki adımsa ise, Avrupa Birliği ülkelerinde geçerli olan düzenlemelerin ülkemize taşınması olduğunu belirtmektedir(Koç, 1999).

Şimdiye kadar her kanun dönemi, işyeri sendika temsilcilerinin güvencelerden faydalanabilmeleri için değişik uygulamaları da beraberinde getirmiştir. Her kanun döneminin birbirinden farklı olması nedeniyle, işyeri sendika temsilcilerinin ne tür durumlarda iş güvencesi hükümlerinden faydalanacağı, işçinin başvuracağı merciiler ve dava sonuçları da sürekli olarak değişkenlik göstermiştir(Bağcı, 2017:110).

En nihayetinde işyeri sendika temsilcileri, işçiler arasında sendikalı veya sendikasız ayrımı yapmaksızın işçilerin sorunlarıyla ilgilenmekte ve işverene karşı işçileri savunmakla görevlidir. Sendikal işleyişin doğru ve etkili bir şekilde ilerletilebilmesi için sendika temsilcilerinin diğer işçilere nazaran daha farklı olarak korunması mecburi bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün hazırladığı 135 sayılı İşçi Temsilcileri Sözleşmesi temsilcilere sağlanacak olan güvencenin önemini vurgulamaktadır. Hayata geçirilecek etkili bir koruma ile de işyeri sendika temsilcileri iş kaybetmesi korkusu olmadan faaliyetlerine devam edebilirler(Kayırgan, 2021:581).

Taraf olan ülkeler arasında Türkiye'nin de bulunduğu 135 sayılı "İşletmelerde İşçi Temsilcilerinin Korunması Ve Onlara Sağlanacak Kolaylıklar Hakkında" sözleşmesiyle işyeri sendika temsilcilerinin güvencesi ayrıca belirtilmiştir. Söz konusu bu sözleşme madde 1'e göre, " işletmelerdeki işçi temsilcileri kanunlara, toplu sözleşmelere veya yürürlükteki sözleşmelere dayalı diğer düzenlemelere uygun hareket etmeleri koşulu ile işten çıkarma dâhil kendilerine zarar verebilecek ve işçi temsilcisi sıfatını taşımalarından veya bu sıfatla faaliyetlerde bulunmalarından, sendika üyesi olmalarından veya sendika faaliyetlerine katılmalarından ileri gelecek her nevi işleme karşı etkili bir korumadan yararlanırlar" (R.G. S:21507). İşyeri sendika temsilcileri iş güvencesine yönelik düzenlemeleri iki dönemde incelemek mümkündür.

2.1. 2821 Sayılı Kanun Dönemi

2821 sayılı SenK. dönemi, işyeri sendika temsilcilerinin yerinde bir sebep olmaksızın iş akdinin feshedilmesi durumunda mahkeme tarafından feshin hükümsüz sayılmasını ve işyeri sendika temsilcisinin işe iade edilmesini aynı zamanda da temsilcilik süresinin sonuna kadar devam eden ücret ve diğer haklarının da sendika temsilcilerine ödenmesini öngörmektedir. Söz konusu bu kanun dönemi, sadece temsilciler için maruf olsa bile işe iade davası açılması ve tekrar işe dönmesi kararı verebilmesi açısından, hukukumuzda iş güvencesi anlamında alanında bir ilk olma özelliğini taşımaktadır(Peksöz, 2015:142).

2821 sayılı SenK md. 30 İşK. 'nun kapsadığı çalışanlara iş güvencesi getiren 4773 sayılı İş Kanunuyla 2002 yılında değiştirilen ve SenK.'daki sendika temsilcisinin güvencesine ilişkin hükümler arasında bir bağ kurulmuştur. Sonradan yürürlüğe giren 4857 sayılı İş Kanunu da 4773 sayılı kanunla getirilen düzenlemede bir değişiklik yapmamıştır(Şahlanan, 2013a:126). Yürürlükten kaldırılan 2821 sayılı Sendikalar Kanunu md. 30'da belirtildiği üzere; " işyeri

sendika temsilcisinin belirsiz süreli hizmet akdinin işveren tarafından feshinde İş Kanununun ilgili hükümleri uygulanır(md.30/I). Temsilcinin hizmet akdinin sadece temsilcilik faaliyetlerinden dolayı feshedilmesi halinde, İş Kanununun 21'inci maddesinin birinci fıkrası uyarınca en az bir yıllık ücreti tutarında tazminata hükmedilir(İşK. md.30/II). İşveren, yazılı rızası olmadıkça işyeri temsilcisinin çalıştığı işyerini değiştiremez veya işinde esaslı bir tarzda değişiklik yapamaz. Aksi halde değişiklik geçersiz sayılır"(İşK. 30 md/III).

Belirtildiği üzere, 2821 sayılı SenK. sendika temsilcilerinin iş güvencesi İş Kanunu'nun 18-21. Maddelerinde düzenlenen iş güvencesi sistemine bağlanmıştır. 2821 sayılı Sendikalar Kanunu md 30, 4773 sayılı İş Kanunuyla yapılan düzenlemeden evvelki değişiklikte geçerli bir sebep olmaksızın iş akdinin feshedilmesi durumunda mahkeme kararıyla fesih geçersiz sayılarak işe iade edilen işyeri sendika temsilcisine, sendika temsilciliği döneminin sonuna kadar ücretlerinin ödenmesini derpiş etmekteydi. 4773 sayılı İşK. ile beraber getirilen değişiklikte, iş sözleşmesi feshedilen temsilcinin İş Kanunu'nun 18-21. Maddelerindeki düzenlemelere istinaden açabileceği feshin geçersizliği ve işe iade davası sonunda feshin geçersizliğine karar verildiği takdirde, işe başlamak üzere işverene başvuran işyeri sendika temsilcisini işe başlatmayan işverenin, işyeri sendika temsilcisine en az bir yıllık ücret tutarında bir tazminat ödemesi öngörülmüştür. Söz konusu bu düzenlemeyle temsilcilik güvencesi, 4773 sayılı kanunla getirilen düzenleme ile bir önceki düzenlemeye göre geriye gitmiş ve işe başlatmama tazminatının miktarının sadece işçiye göre arttırılmış olmasının dışında, olası bir fesih durumunda işyeri sendika temsilcisi ile sade işçi arasında güvence bakımından bir fark kalmadığı görülmüştür(Şahlanan, 2013b:145-146).

2.2. 6356 Sayılı Kanun Dönemi

İşyeri sendika temsilcilerinin, işverenler tarafından olası bir iş akdinin feshi durumunda yararlanabileceği güvence, 6356 sayılı STİSK'nu md. 24'de açıkça belirtilmiştir. Buna göre;

- " İşveren, işyeri sendika temsilcilerinin iş sözleşmelerini haklı bir neden olmadıkça ve işten çıkarma nedenini yazılı olarak açık ve net bir şekilde belirtmedikçe feshedemeyeceği belirtilmiştir. Fesih bildiriminin tebliği tarihinden itibaren bir ay içerisinde, temsilci veya üyesi bulunduğu sendika dava açabilir"(md.24/I).
- Bu dava basit yargılama usulüne göre sonuçlandırılır. Mahkeme tarafından verilen karar hakkında istinaf yoluna başvurulması halinde bölge adliye mahkemesinin kesin olarak karar verici konumda olduğu açıkça belirtilmiştir(md.24/II).
- Dava sonucunda temsilcinin işe tekrar dönmesine karar verilirse fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresini aşmamak kaydıyla fesih tarihi ile kararın kesinleşme tarihi arasındaki ücret ve diğer hakları aynen çalışana ödenmek durumundadır. Karar kesinleştikten sonraki altı iş günü içinde temsilcinin işe başvurması şartıyla eğer altı iş günü içerisinde işe başlatılmaması durumunda, iş ilişkisinin devam ettiği kabul edilerek ücreti ve diğer hakları temsilcilik süresi devam ettiği sürece ödenmeye devam edilir. Bu hüküm yeniden temsilciliğe atanması durumunda da uygulanmaktadır(md.24/III).

Yukarıda da açıkça belirtildiği gibi bu düzenlemenin amacı, işyeri sendika temsilcilerini işverene karşı korumak olup, atamasını gerçekleştiren sendikaya karşı koruyan bir düzenleme hukukumuzda yer almamaktadır. Temsilciliğin güvencesi kanunda da belirtildiği gibi temsilcilik görevinin süresi ile sınırlı olduğundan, görev süresinin tamamlanmasından sonra

gerçekleşebilecek fesihlere yönelik istisnai bir güvence sağlanmamıştır(Gümrükçüoğlu, 2017:114-116).

2.3. Güvence Hükümlerinden Yararlanma Şartları

2.3.1. Atanmış Sendika Temsilcisi Olmak

6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunuyla işyeri sendika temsilcilerine getirilmiş olan iş güvencesinden yararlanmak için, sadece işyeri sendika temsilcisi olma şartı aranmaktadır. İşyeri sendika temsilcisi olmak için ise gereken şartlar yukarıda belirtilmiştir.

2.3.2. İşyeri Sendika Temsilcisinin İşveren Tarafından Feshedilmesi

Sendika temsilcisinin iş akdinin fesih dışında başka bir şekilde sona ermesi halinde temsilci özel olarak güvence hükümlerinden yararlanamaz. Mesela temsilcinin ölümü gibi bir durumla karşılaşıldığında iş akdi yasa gereği sona ereceğinden dolayı mirasçıların da temsilcilik güvencesine dayalı olarak bir hak talebinde bulunmaları söz konusu olamayacaktır. İşyeri sendika temsilcilerinin güvenceden yararlanabilmesi için işveren tarafından iş akdinin feshedilmiş olması gerekse bile kimi durumlarda fesih şeklen temsilci tarafından gerçekleştirilmiş bile olsa güvence hükümlerinin işletilmesi için işveren feshinin varlığı kabul edilerek mümkün olabilir(Bağcı, 2017:112-113).

2.3.3. İş Akdinin Feshine Karşı Açılan İşe İade Davaları Ve Sonuçları

6356 sayılı kanunun 24. Maddesinde de belirtildiği üzere, temsilci veya üyesi bulunduğu sendika feshin bildiriminin yapıldığı tarih geçerli olmak üzere bir ay içerisinde işe iade davası açması mümkündür. Basit yargılama usulüne göre sonuçlandırılan davada verilen karara göre istinaf yoluna gidilmesi durumunda kesin kararı bölge adliye mahkemeleri verir. Kararın temyizi durumunda ise Yargıtay kesin olarak karar verici konumdadır(Peksöz, 2015:146-147).

6356 sayılı kanun madde 24'e rağmen, işveren fesih nedenini açık ve net olarak açıklamalı, aynı zamanda da bu nedenin geçerli bir neden olması gerektiğine yönelik hukuki düzenleme karşısında, nedenin varlığını ve haklılığını ispat yükünün işverende olduğu ifade edilebilir. Mahkemenin işçinin aleyhinde karar verip, işvereni haklı bulması durumunda, feshin geçerliliğinin mahkeme tarafında da onaylandığı anlamı olacak ve böylelikle de iş akdinin, işveren tarafından işçiye fesih beyanının ulaştırıldığı tarihten itibaren ortadan kalkacağı bir durum ortaya çıkacaktır(Şahlanan, 2013b:147).

Lakin mahkeme işçinin lehine karar verip, işe iade kararı verdiği durumda fesih geçersiz sayılarak temsilcilik süresi aşılmamak şartıyla feshin gerçekleştiği tarih ile kararın kesinleştiği tarih arasındaki ücret ve diğer hakları ödenir. Davayı kazanan işçi kararın kesinlik kazanmasından sonra işverene, altı iş günü içerisinde işe başlatılmak üzere bir başvuruda bulunması gerekmekte ve işveren de işçiyi altı iş günü içerisinde işe başlatmak zorundadır. İşçi, işe tekrar başlatıldığında iş akdi ve temsilcilik hakkı hiç kaybolmamış gibi devam edecek ve tüm haklarından yararlanmaya devam edeceği bir durum oluşacaktır(Şahlanan, 2013a:129).

2.3.4. Haklı Bir Sebep Dışında Fesih Durumu

6356 sayılı kanunun 24. Maddesinde de açık bir şekilde belirtildiği üzere sendika temsilcilerinin iş sözleşmelerinin geçerli bir şekilde feshedilebilmesi yazılı, açık, kesin ve haklı bir sebebe dayanması gerekmektedir. Aksi takdirde yapılan feshin bir geçerliliği olmayacaktır.

Bu sebepten dolayı da kanunda yer almakta olan "haklı sebep" kavramını incelemek yararlı olacaktır. İşçilerin tabi oldukları mevzuatlarda geçerli bir nedenle fesih yapılacak durumlar ifade edilmiştir. Örneğin işyerinin tümüyle kapatılması ve bu sebeple de gerçekleşecek olan sözleşmelerin feshedilmesi dolayısıyla da işyeri sendika temsilcilerinin sözleşmeleri de feshedilecektir. Bu sebepten dolayı feshedilen sözleşmeler, haklı bir sebep değil geçerli bir sebep durumu oluşacaktır. Dolayısıyla temsilcilerin işe iade davası açma hakkı olmayacak, dava açması durumunda ise davanın reddedilmesi gerekecektir. Usule uygun bir fesih durumundan bahsedilmesi için feshin yazılı olarak yapılması ve feshin nedeninin açık bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir. Fesih nedeninin açık ve net bir şekilde belirtilmesi, tereddüde yer bırakmayacak şekilde açık ve belirgin şekilde ifade edilmesi anlamını taşıyacaktır(Peksöz, 2015:145-146).

Hukukumuzda 4773 ve 4857 sayılı kanunlar ile getirilmiş olan iş güvencesi sistemine göre, iş akdinin işveren tarafından feshedilmesi durumunda "geçerli neden" kavramına dayanması öngörülmektedir. Hali hazırda zaten "geçerli neden" kavramının hukukumuzda yer almış olmasına rağmen 6356 sayılı kanunun 24. Maddesinde ayrıca "haklı neden" kavramına yer verildiği görülmektedir. Söz konusu bu durumun geçerli nedenle yapılan feshin temsilcinin işe iade edilmesinin kolaylaştıracağının bir göstergesidir(Bağcı, 2017:114).

SONUÇ

6356 sayılı kanunun 2. Maddesinde de belirtildiği üzere sendikalar, çalışanların veyahut işverenlerin iş ilişkilerinde, sosyal hak ve çıkarlarını kollamak aynı zamanda da geliştirmek amacıyla en az yedi işçi veya işverenin bir araya gelerek bir işkolunda faaliyette bulunmak üzere oluşturdukları tüzel kişiliğe sahip kuruluşları ifade etmektedir. Bu bakımdan, işçi ve işveren arasındaki ilişkilerin düzenlenmesinden işçi haklarının korunması gibi vazgeçilmez unsurları mevcuttur.

Temsilcilik görevinin gerekliliklerinden dolayı temsilciler sıklıkla işveren ile karşı karşıya gelebilmektedir. Her iki taraf da öncelikle kendi hak ve çıkarlarını düşüneceğinden her zaman bir uzlaşma sağlanamayabilir. Bu gibi durumlarda, işverenin temsilcinin iş sözleşmesini doğrudan feshedememesi için kanun koyucu da 274 sayılı kanun döneminden günümüze kadar doktrinde yapılan eleştiriler neticesinde her kanun döneminde işyeri sendika temsilcileri için farklı uygulamalar gerçekleştirmiştir. Böylelikle 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun 24. Maddesiyle temsilciler bir güvence altına alınmıştır.

İşçi haklarının korunması bakımından ve sendikacılığın gelişimi açısından yapılan düzenlemeler hiç şüphe yok ki oldukça önemli bir yere sahiptir. Lakin işyeri sendika temsilcilerinin ve sendika yöneticilerinin, işçi haklarını oldukça iyi bilmesi büyük bir önem taşımaktadır. İşçinin başına gelebilecek olan hak ihlali durumunda sendika temsilcileri ve

sendika yöneticileri sorumluluklarının farkında olarak hareket etmeli ve işveren karşında işçilerin haklarını savunmaları gerekmektedir.

Ancak unutulmamalıdır ki kanun koyucu, yapmış olduğu düzenlemelerle işyeri sendika temsilcilerini iş güvenceleri hususunda daha etkili bir pozisyona getirmek istese de birçok açıdan tartışmalar halen devam etmektedir.

KAYNAKÇA

BAĞCI, A. (2017). Türk İş Hukukunda İşyeri Sendika Temsilciliği ve İşçi Kuruluşu Yöneticiliği. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*.

BAKAN, İ., & BÜYÜKBEŞE, T. (2004). Çalışanların İş Güvencesi ve Genel İş Davranışları İlişkisi: Bir Alan Çalışması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Temmuz-Aralık*(23), 35-59.

Birleşik Metal İş Sendikası. (tarih yok). *Temsilcinin El Kitabı.* içinde Temsilci Yönetmeliği.

ÇOBAN, N. (2020). İşyeri Sendika Temsilcisinin Feshe Karşı Korunması. *Ankara Barosu Dergisi, 78*(1), 95-153.

ERTÜRK, Ş. (2007). İşyeri Sendika Temsilcisi ve Güvencesi. *Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*(13).

GÜMRÜKÇÜOĞLU, Y. B. (2017/1). İşyeri Sendika Temsilcisinin Güvencesi (Karar İncelemesi). *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 107-133.

İş Teftişi Tüzüğü . (R.G. 28.08.1979, Sayı: 16738).

KAYIRGAN, H. (Güz, 2021). İşyeri Sendika Temsilcilerinin İşe İade Davasını Kazanması Sonucu Doğacak Haklar. *İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 8*(2), 579-601.

KOÇ, Y. (1999). *İş Güvencesi.* Ankara: Türk- İş Eğitim Yayınları No.8.

ÖZKARACA, E. (2013/3). 6356 Sayılı Kanunda Sendika Güvenceler. *Çalışma ve Toplum*.

PEKSÖZ, İ. (2015, Eylül). İşyeri Sendika Temsilciliği. *İzmir Barosu Dergisi*, 129-152.

Petrol - İş Sendikası. (2013). *Ana Tüzük Md. 96*.

ŞAHLANAN, F. (2013/4a). 6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunun Sendikalara İlişkin Hükümlerin Değerlendirilmesi. *Çalışma ve Toplum Dergisi*.

ŞAHLANAN, F. (2013b, Mart). İşyeri Sendika Temsilcisinin Güvencesi. *SİCİL Dergisi*, 145-147.

T.C. Resmi Gazete. (05.05.1983). *(18040)*.

T.C. Resmi Gazete. (07.11.2012). *(28460)*.

T.C. Resmi Gazete. (22.05.2003). *(25134)*.

T.C. Resmi Gazete. (25.02.1993). *(21507)*.

USLU, K. (2016). İŞYERİ SENDİKA TEMSİLCİLİĞİ VE GÜVENCESİ. *Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 13*(50), 2.

Yargıtay 9. Hukuk Dairesi . (10.04.1997). *Karar Numarası: 1997/7252, Esas Numarası: 1997/1645*.

Yargıtay 9. Hukuk Dairesi. (26.05.1987). *Esas Numarası: 1987/4801, Karar Numarası: 1987/ 5265*.

Yıllık Ücretli İzin Yönetmeliği. (R. G. 03.03.2004, Sayı: 25391).

YILMAZ, E. Ş. (2007). İşyeri Sendika Temsilcilerinin İş Güvencesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, 69-72.

İŞ TATMİNİNİN SANAL KAYTARMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL DEDİKODUNUN ROLÜ

Doktora Öğrencisi, İskender KOYUNCU

Karabük Üniversitesi,– 0000-0002-1322-0753

Doç. Dr., Canan YILDIRAN

Karabük Üniversitesi,– 0000-0001-8245-197x

ÖZET

Araştırmada iş tatmininin sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu; örgütsel dedikodunun sanal kaytarma üzerindeki etkileri ve iş tatminin sanal kaytarma üzerindeki etkisinde örgütsel dedikodunun aracı rolünün olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmada 180 kişiden anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Kavramlar arasındaki etkiselliğin ve aracılık rolünün belirlenmesi için korelasyon ve aracılık testinden yararlanılmıştır. İş tatmini arttıkça, sanal kaytarmanın ve örgütsel dedikodunun azaldığı; örgütsel dedikodu ile sanal kaytarma arasında ise doğru orantının olduğu görülmektedir. İş tatmininin sanal kaytarmayı ve örgütsel dedikoduyu negatif yönde etkilediği; örgütsel dedikodunun ise sanal kaytarmayı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. İş tatmininin sanal kaytarma üzerindeki etkisinde örgütsel dedikodu devreye girince, sanal kaytarmanın devam ettiği, fakat örgütsel dedikodunun sanal kaytarmayı biraz düşürdüğü belirlenmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların işlerinden memnun olduğu, işlerine istekle gittikleri, işlerini keyifli olarak algıladıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların işle ilgili olmayan kişisel e-postalara, sosyal paylaşım sitelerine bakmadıkları belirlenmiştir. Buna karşın işle ilgili olsun veya olmasın arkadaşları hakkında kısmen dedikodu yaptıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, Sanal Kaytarma, Örgütsel Dedikodu.

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL GOSSIP IN THE EFFECT OF JOB SATISFACTION ON CYBER LOAFING

ABSTRACT

In the research, job satisfaction is affected by cyber loafing and organizational gossip; It was tried to determine the effects of organizational gossip on cyber loafing and whether organizational gossip has a mediating role in the effect of job satisfaction on cyber loafing. In the study, data was collected from 180 people through a survey. Correlation and mediation tests were used to determine the effectiveness and mediation role between concepts. As job satisfaction increases, cyber loafing and organizational gossip decrease; It is seen that there is a direct proportion between organizational gossip and cyber loafing. Job satisfaction negatively affects cyber loafing and organizational gossip; It has been determined that organizational gossip positively affects cyber loafing. It was determined that when organizational gossip came

into play in the effect of job satisfaction on cyber loafing, cyber loafing continued, but organizational gossip reduced cyber loafing slightly. As a result of the research, it was determined that the participants were satisfied with their jobs, went to their jobs with enthusiasm, and perceived their jobs as enjoyable. It was determined that the participants did not check personal e-mails and social networking sites that were not related to work. On the other hand, it has been determined that they partially gossip about their friends, whether it is work-related or not.

Keywords: Job Satisfaction, Cyber Loafing, Organizational Gossip.

1. GİRİŞ

Bir örgüte ait veya bir bütünün parçası olabilme hissi çalışanların tatmin düzeylerini etkilediği söylenebilir. Ancak örgütteki dedikodular bu durumu tersine çevirebilmektedir. Bu durumda, çalışanların davranışları ve doğru karar alma yetenekleri olumsuz olarak etkilenebilmektedir. Örgütsel iletişimin bir parçası olan ve çalışanları yakından ilgilendiren dedikodu olumlu olabileceği gibi olumsuz olabildiği de bilinmektedir. Bu çalışmada dedikodunun olumsuz yönüne odaklanılmıştır. Örgüt ortamında olumsuz dedikodu verimliliğin azalmasına, moral düzeyinin düşmesine, yanlış bilgilerin yayılmasına, olumsuz fikirlerin oluşmasına ve zamanın boşa harcanmasına yol açabilmektedir. Zamanın boşa harcanmasından kasıt çalışanların sanal kaytarma eylemlerine yönelmeleridir. Bu kapsamda, iş tatmininin sanal kaytarmayı etkileyip etkilemediği ve sürece örgütsel dedikodunun girmesiyle söz konusu etkinin nasıl bir şekil aldığı araştırılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışanların belli bir işe karşı geliştirmiş oldukları olumlu duygusal tepkilere iş tatmini denilmektedir (Demir, Usta ve Okan, 2008: 140). İş tatminiyle ilgili yapılan araştırmalarda, kişilerin tatmin olmasında bireysel ve örgütsel faktörlerin etkili olduğu ortaya konulmuştur (Aksu, 2012: 61; Çekmecelioğlu, 2006: 157; Karataş ve Güleş, 2010: 76; Üngüren, Doğan, Özmen ve Tekin, 2010: 2925; Yüksel, 2005: 295-296). Bu bağlamda bireysel faktörler; kişinin yapısal özelliklerinden, düşüncelerinden, duygularından, beklentilerinden, isteklerinden oluşmaktadır (Kök, 2006: 293). Kariyerde yükselme fırsatları, yapılan işin niteliği ve doğası, çalışma şartları, akran ve yönetim iletişimi gibi unsurlar da örgütsel faktörleri oluşturmaktadır (Yeşilyurt ve Koçak, 2014: 305).

Sanal kaytarma; çalışanların, örgütün internet alt yapısını doğrudan örgütsel hedefler ile ilgili olmadan sadece kişisel amaçları için kullanmasıdır (Van Doorn, 2011: 5). Yani çalışan, çalıştığı kurumdaki internet kaynaklarından yararlanarak, çalışma saatleri içinde işiyle ilgisi olmayan internet sitelerini ziyaret etmesi ya da kişisel amaçlar için elektronik posta alışverişi yapması gibi faaliyetlerde bulunmasıdır (Köse, Oral ve Türesin, 2012: 290).

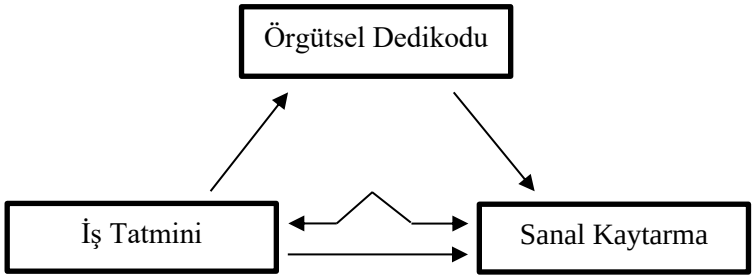
Formal iletişim; örgütün iç-dış çevresini kapsayıp, yetkili kişiler tarafından kuralları ve sınırları önceden belirlenen iletişim biçimidir (Gönen, Öztürk ve Efilti, 2008: 139). İnformal iletişim ise, örgütte çalışanların kurdukları ilişkiler sonucunda kendiliğinden meydana gelen iletişimdir (Bektaş ve Erdem, 2015: 127). İnformal iletişim sistemi bireysel amaçlara göre şekil almaktadır

(Arabacı, Sünkür ve Şimşek, 2012: 174). Dedikodu ise iletişim sürecinde informal kapsamındadır (Akyürek, 2020: 176). Örgütsel dedikodu, ilk kez Noon ve Delbridge (1993) tarafından ortaya konulmuştur (Ayaz, 2021: 262). Örgütte iki veya daha fazla kişinin, başka iş arkadaşları hakkında yapmış oldukları informal konuşmadır (Akgeyik, 2015: 90; Kurland ve Pelled, 2000: 249).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma modeli Görsel 1'de gösterilmektedir.



Görsel 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan hipotezler;

H_1: İş tatmininin sanal kaytarma üzerinde bir etkisi vardır.

H_2: İş tatmininin örgütsel dedikodu üzerinde bir etkisi vardır.

H_3: Örgütsel dedikodunun sanal kaytarma üzerinde bir etkisi vardır.

H_4: İş tatminin sanal kaytarma üzerindeki etkisinde örgütsel dedikodunun aracı rolü vardır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Karabük İlindeki Karabük Defterdarlığı personelleri oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemde toplam personel sayısının 187'dir. Araştırma kapsamında tam sayıma ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak izin kullanımı ve araştırmaya katılmama gibi nedenlerden dolayı sadece 180 kişiden veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Geri dönüş oranı %96,25 olarak hesaplanmıştır.

3.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırma verileri anket yöntemi ile toplanmıştır. Demografik özelliklerinin belirlenmesine ilişkin 5 soru ifadesi bulunmaktadır. Katılımcıların iş tatminini belirlemek için Brayfield ve Roth (1951) tarafından geliştirilen, Judge, Locke, Durham ve Kluger (1998) tarafından 5 maddelik kısa formu oluşturulan ve Türkçe uyarlaması Keser ve Bilir (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırma ölçeği; sanal kaytarmalarını belirlemek için Lim (2002) tarafından oluşturulan, Blanchard ve Henle (2008) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Kaplan ve Çetinkaya (2014) tarafından gerçekleştirilmiş olan 13 maddelik araştırma ölçeği; örgütsel dedikodularını belirlemek için Kuo, Chang, Quinton, Lu ve Lee (2015) tarafından geliştirilen

ve Türkçe uyarlaması Şantaş, Akbolat ve Sağlam (2019) tarafından gerçekleştirilmiş olan 20 maddelik araştırma ölçeği kullanılmıştır.

Anket formu oluşturulduktan sonra ölçeğin etik yönden uygunluğuna ilişkin izin Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 29.05.2023 tarihli ve 245502 sayılı kararı ile anketin etik açıdan uygulanabilir olduğuna karar verilmiştir. İlgili araştırma verileri 2023 yılı haziran ayı içinde toplanmıştır. Araştırma kapsamındaki analizler İstatistik Paket Programı kullanılarak yapılmıştır. Demografik değişkenlere göre dağılımların incelenmesi amacı ile frekans analizinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerli yapı gösterip göstermediği ve verilerin güvenilir olup olmadığı belirlenmiştir. Bu çerçevede öncelikle AMOS istatistik programı ile Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Ancak verilere ait uyum kriterleri kabul edilir sınırlar üzerinde çıktığı için bu çalışmada sadece Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. AFA sonucunda elde edilen yapıya ait güvenilirlik katsayısı Cronbach Alpha ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin yapısal olarak geçerli ve güvenilir olup olmadıkları belirlendikten sonra iş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu değişkenlerinin aritmetik ortalamalarına bakılmıştır. Üçüncü aşamada iş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu düzeyleri arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Son aşamada ise örgütsel dedikodunun aracılık rolüne bakılmıştır.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

4.1. Demografik Özelliklere Ait Sonuçlar

Çizelge 1. Demografik Özelliklere Ait Sonuçlar

Demografik Özellikler	Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Erkek	123	68,3
	Kadın	57	31,7
Yaş	40 yaş ve altı	81	45,0
	41-50 yaş	43	23,9
	51 yaş ve üstü	56	31,1
Eğitim Seviyesi	İlköğretim	9	5,0
	Lise	19	10,6
	Lisans	130	72,2
	Lisansüstü	22	12,2
Kurumda Çalışma Süresi	10 yıl ve altı	90	50,0
	11-20 yıl	33	18,3
	21 yıl ve üstü	57	31,7
Toplam		180	100,0

Araştırmaya katılan 180 personelin 123'ü erkek ve 57'si kadındır. Kadın ve erkeklerin 81'i 40 yaş ve altında, 43'ü 41-50 yaşlarında, 56'sı ise 51 yaş ve üzerindedir. Çalışmaya katılan personelin büyük bir kesimi (n=130) lisans mezunudur. Kurumdaki çalışma süresi itibariyle 90 personelin 10 ve altı yıllık, 33 personelin 11-20 yıllık ve 57 personelin 21 ve üstü yıllık deneyime sahip olduğu görülmektedir.

4.2. Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenirliği ile İlgili Sonuçlar

Araştırmada kullanılan iş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu ölçeklerinin yapısal geçerliliğini test etmek için Açıklayıcı Faktör Analiz (AFA) uygulanmıştır. Bu çerçevede kullanım alanı geniş olan ve yorumlama açısından kolaylık sağlayan dikey (ortagonal)

döndürme yöntemlerinden Varimax Döndürme Yöntemi tercih edilmiştir (Tavşancıl, 2002: 50). Bu açıklamalar çerçevesinde iş tatmini ölçeği için yapılan AFA sonuçları Çizelge 2'de gösterilmiştir.

Çizelge 2. İş Tatmini Ölçeğine Ait Geçerlilik ve Güvenirlik Sonuçları

Maddeler	1	α
İT2	0,915	0,968
İT1	0,909	
İT5	0,896	
İT3	0,876	
İT4	0,813	
Öz Değerler	3,894	
Varyans Açıklama Oranı	77,888	
Toplam Varyans Açıklama Oranı	77,888	

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,880; Bartlett testi:$\chi 2$ = 723,573; p=0,000

AFA sonucunda KMO değeri 0,880>0,55 ve Barlett küresellik testi p<0,01 düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Ölçek tek boyutlu bir yapı göstermekte ve toplam varyansın %77,888'ini açıklamaktadır. Bu değer; >60 olmasından dolayı (Scherer, Wiebe, Luther ve Adams, 1988) iş tatmini ölçeğinin varyans oranının oldukça yeterli olduğu söylenebilir. Ölçeğin faktör yük değerinin >0,35 (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2016) olmasına dikkat edilerek, faktör yük değerlerinin 0,35'ten büyük ve 0,813-0,915 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeğin güvenirlik katsayısı α=0,928 olarak belirlenmiş olup >0,70 kuralına göre ölçeğin yüksek güvenirlikte olduğu tespit edilmiştir (Akgül ve Çevik, 2003).

Çizelge 3. Sanal Kaytarma Ölçeğine Ait Geçerlilik ve Güvenirlik Sonuçları

Maddeler	1	2	α
SK9	0,832		0,919
SK11	0,825		
SK10	0,804		
SK13	0,801		
SK12	0,795		
SK8	0,785		
SK3		0,845	0,917
SK1		0,817	
SK4		0,804	
SK6		0,800	
SK2		0,779	
SK5		0,772	
Öz Değerler	6,688	1,901	0,926
Varyans Açıklama Oranı	55,737	15,844	
Toplam Varyans Açıklama Oranı		71,581	

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,929; Bartlett testi:$\chi 2$ = 1523,313; p=0,000

Sanal kaytarma ile ilgili toplanan verilere uygulanan AFA sonucunda KMO değeri 0,929 ve Bartlett değeri p<0,01 düzeyinde anlamlı olarak tespit edilmiştir. Sanal kaytarma ölçeği, 2 alt boyuttan meydana gelmektedir. Yapılan analizlerde "SK7: Alışveriş yaparım" ifadesi çapraz yüklenme nedeniyle ölçekten çıkarılmış ve AFA tekrar yapılmıştır. Son aşamada "Önemli Sanal Kaytarma" olarak isimlendirilen birinci boyut toplam varyansın %55,737'ini; "Önemsiz Sanal Kaytarma" olarak isimlendirilen ikinci boyutun varyansı ise %15,844 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin toplam varyansı ise %71,581 olarak hesaplanmıştır. Bu oranın >0,55

kuralını sağladığı belirlenmiştir (Yaşlıoğlu, 2017). Ölçek ifadelerine ilişkin faktör yükleri incelendiğinde; 0,772-0,845 olduğu ve >0,35 kuralını sağladığı belirlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Ayrıca ölçeğin genel Cronbach's Alpha katsayısı α=0,926; alt boyut olan önemli sanal kaytarma için α=0,919 ve önemsiz sanal kaytarma için α=0,917 olarak bulunmuştur. Alfa katsayılarından hareketle ölçeğin >0,70 kuralını sağladığı ve yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir (Akgül ve Çevik, 2003).

Çizelge 4. Örgütsel Dedikodu Ölçeğine Ait Geçerlilik ve Güvenirlik Sonuçları

Maddeler	1	2	α
ÖD11	0,958		0,981
ÖD18	0,955		
ÖD15	0,950		
ÖD16	0,945		
ÖD14	0,941		
ÖD13	0,933		
ÖD20	0,905		
ÖD17	0,901		
ÖD12	0,898		
ÖD19	0,850		
ÖD7		0,891	0,927
ÖD2		0,881	
ÖD5		0,870	
ÖD1		0,852	
ÖD4		0,848	
ÖD6		0,830	
ÖD3		0,768	
ÖD10		0,573	
Öz Değerler	8,616	5,332	0,924
Varyans Açıklama Oranı	47,864	29,623	
Toplam Varyans Açıklama Oranı		77,487	

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,932; Bartlett testi:$\chi 2$ = 3960,679; p=0,000

Yapılan AFA sonucunda "D8: Meslektaşın deneyimsizliği ve zayıf iş bilgisi hakkında yorum yaparım" ve "D9: Meslektaşın zayıf kişilerarası ilişkileri hakkında yorum yaparım" ifadeleri çapraz yüklenme sonucunda ölçekten çıkarılmış ve analize tekrar devam edilmiştir. Son aşamada ölçeğin KMO değeri 0,932>0,55 ve Barlett küresellik testi p<0,01 düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir. Bu değerlere göre 18 madde için toplanan veriler faktör analizi için uygun bulunmuştur (Kan ve Akbaş, 2005). Ölçeğin, öz değeri 1'den büyük 2 faktörlü bir yapı gösterdiği belirlenmiştir. "İşle İlgili Olmayan Dedikodu" olarak isimlendirilen birinci faktörün varyans açıklama oranı %47,864; "İşle İlgili Dedikodu" olarak isimlendirilen ikinci faktörün varyans açıklama oranı %29,623 olmak üzere toplam varyansın %77,487 olduğu belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde varyansın en az %55 olmasının yeterli kabul edildiği (Scherer vd., 1988) göz önüne alınarak örgütsel dedikodu ölçeğinin toplam varyans oranının oldukça yeterli olduğu söylenebilir. Ölçeğin faktör yük değerinin >0,35 (Çokluk vd., 2016) olmasına dikkat edilmiştir. Bu çerçevede faktör yük değerlerinin 0,35'ten büyük ve 0,573-0,958 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ayrıca örgütsel dedikodu ölçeği için genel güvenirlik katsayısı α=0,924; alt boyut olan işle ilgili olmayan dedikodu için α=0,981 ve işle ilgili dedikodu için α=0,927 olarak tespit edilmiştir. Güvenirlik katsayısının >0,70 (Kalaycı, 2010) olmasından hareketle örgütsel dedikodu ölçeğinin yüksek güvenirlikte olduğu söylenebilir.

4.3. Tanımlayıcı İstatistikler

Analizlerin bu aşamasında tanımlayıcı analizlerden aritmetik ortalama hesaplaması yapılmıştır. Katılımcıların iş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu düzeyleri "1,00-1,80 = kesinlikle katılmıyorum; 1,81-2,60 = katılmıyorum; 2,61-3,40 = kısmen katılıyorum; 3,41-4,20 = katılıyorum ve 4,21-5,00 = kesinlikle katılıyorum" (Özdamar, 2001: 145) değer aralıkları dikkate alınarak yorumlanmıştır. Bu kapsamda iş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu ile ilgili aritmetik ortalama sonuçları Çizelge 5'te gösterilmektedir.

Çizelge 5. Aritmetik Ortalamalara İlişkin Sonuçlar

Değişkenler	$\bar{X}$	SS
İş tatmini	3,5700	1,12234
Sanal Kaytarma	2,4384	,83125
Önemli Sanal Kaytarma	2,3590	,89371
Önemsiz Sanal Kaytarma	2,3602	,94333
Örgütsel Dedikodu	2,6176	,84624
İşle İlgili Olmayan Dedikodu	2,8189	1,28922
İşle İlgili Dedikodu	2,3590	,89371

N: 180

Çizelge 5'te görüldüğü üzere; katılımcıların iş tatminlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu ($\bar{X}$=3,57), sanal ortamda kaytarmamakla ($\bar{X}$=2,43) birlikte kısmen iş yerinde dedikodu yaptıkları ortaya çıkmıştır ($\bar{X}$=2,61).

4.4. Korelasyon Testine İlişkin Sonuçlar

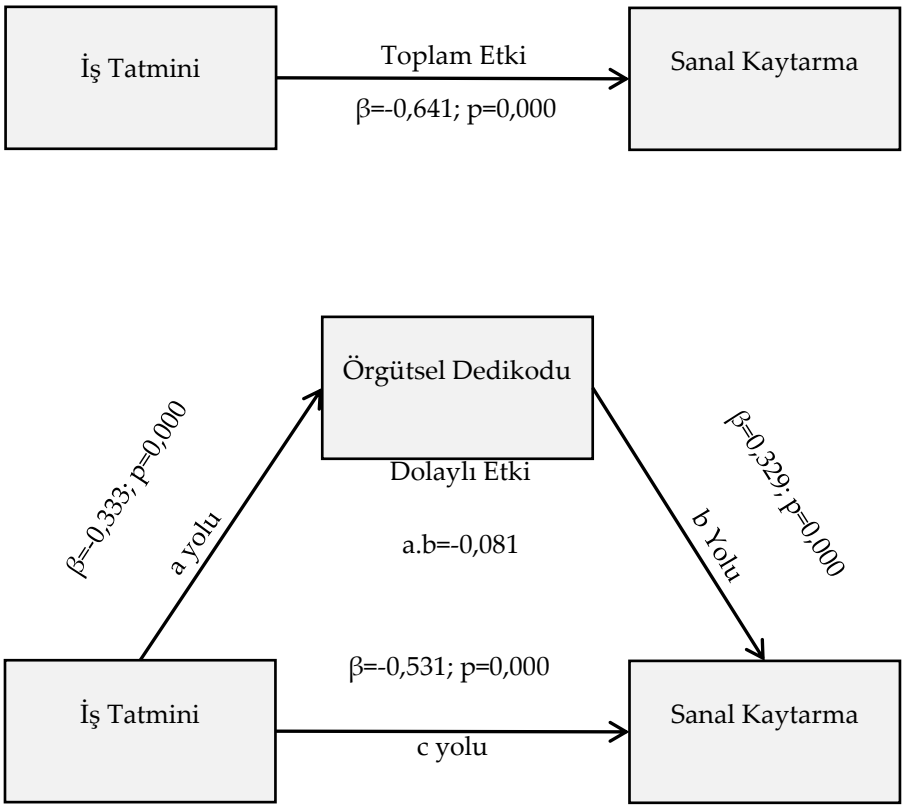
İş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson Korelasyon testi yapılmıştır. Değişkenler arasında hangi düzeyde bir ilişki olduğuna karar vermek için Kalaycı (2010: 116) tarafından önerilen "0,00-0,25=çok zayıf; 0,26-0,49=zayıf; 0,50-0,69=orta; 0,70-0,89=yüksek; 0,90-1,00=çok yüksek" değer aralıkları dikkate alınmıştır. İş tatmini, sanal kaytarma ve örgütsel dedikodu arasındaki ilişkiye yönelik bulgular Çizelge 6'da gösterilmektedir.

Çizelge 6. Korelasyon Analizi

Değişkenler		İş Tatmini	Sanal Kaytarma	Örgütsel Dedikodu
İş Tatmini	r	1	-0,641**	-0,336**
	p		0,000	0,000
Sanal Kaytarma	r	-0,641**	1	0,507**
	p	0,000		0,000
Örgütsel Dedikodu	r	-0,336**	0,507**	1
	p	0,000	0,000	

İş tatmini ile sanal kaytarma arasında (r=-0,641; p<0,001) orta düzeyde bir ilişki bulunurken; iş tatmini ile örgütsel dedikodu arasında (r=-0,336; p<0,001) zayıf ve negatif düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla iş tatmini arttıkça, sanal kaytarmada ve örgütsel dedikoduda azalma olduğu söylenebilir. Bununla birlikte söz konusu personelin örgütsel dedikoduları ile sanal kaytarmaları arasında (r=0,507; p<0,001) orta ve pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre personelin sanal kaytarmasına bağlı olarak örgütsel dedikodularının da doğru orantılı olarak değişiklik gösterdiği ifade edilebilir.

4.5. Aracılık Testine İlişkin Sonuçlar



Görsel 2. Aracılık Testine İlişkin Bulgular

Görsel 2'de görüldüğü üzere iş tatmininde meydana gelen birimlik artış, sanal kaytarmayı -0,473 birimlik azaltmaktadır (toplam etki). İş tatmininde meydana gelen bir birimlik artış örgütsel dedikoduyu -0,253 birim (a yolu) azaltmaktadır. Örgütsel dedikoduda meydana gelen bir birimlik artış sanal kaytarmayı 0,323 birim artırmaktadır. İş tatmininin sanal kaytarma üzerindeki etkisinde örgütsel dedikodu devreye girince, sanal kaytarma devam etmekte (c yolu) ve örgütsel dedikodu sanal kaytarmayı -0,081 birim (dolaylı etki) düşürmektedir. Bu durumda örgütsel dedikodunun modelde tam aracılık rolü oynadığı söylenebilir.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Çalışmada personelin işinden memnun olduğu, işine hevesle gittiği, işteki saatlerin ve günlerin bitmesini istemedikleri, işlerini eğlenceli gördükleri tespit edilmiştir. Personelin işle ilgili olmayan kişisel e-postalara, sosyal paylaşım sitelerine ve kişisel bilgilere bakmadıkları, haber sitelerini ziyaret etmedikleri, online açık artırma sitelerine, borsa sitelerine ve sohbet odalarına girmedikleri veya katılmadıkları belirlenmiştir. Buna karşın kısmen işle ilgili olsun veya olmasın arkadaşları hakkında dedikodu yaptıkları ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan Karabük Defterdarlık personelinin iş tatminleri arttıkça, sanal kaytarma ve dedikodu yapma düzeylerinde azalma olduğu görülmüştür. Bununla birlikte personelin dedikodu yapma ile sanal kaytarma arasında da doğru orantı olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan

aracılık testi sonucunda iş tatmininin sanal kaytarmayı ve örgütsel dedikoduyu negatif yönde etkilediği, örgütsel dedikodunun ise sanal kaytarmayı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. İş tatmininin sanal kaytarma üzerindeki etkisinde örgütsel dedikodu devreye girince, sanal kaytarmanın devam ettiği ve örgütsel dedikodunun sanal kaytarmayı biraz düşürdüğü belirlenmiştir.

Kaynakça

Akgeyik, T. (2015). İşyeri dedikodusunun çok boyutluluğu (çalışanların dedikodu algıları üzerine bir araştırma). *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (68), 89-103.

Akgül, A., & Çevik, O. (2003). *İstatistiksel analiz teknikleri*. Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.

Aksu, N. (2012). İş tatmininin bazı demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Polis Bilimleri Dergisi*, 14(1), 59-79.

Akyürek, M. İ. (2020). Okullarda dedikodu ve söylenti durumunun incelenmesi. *İstanbul Zaim Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 2 (4), 174-190.

Arabacı, İ. B., Sünkür, M., & Şimşek, F. Z. (2012). Öğretmenlerin dedikodu ve söylenti mekanizmasına ilişkin görüşleri: Nitel bir çalışma. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 18(2), 171-190.

Ayaz, E. (2021). Örgütsel dedikodunun iş stresi üzerindeki etkisinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (60), 259-279.

Blanchard, A. L., & Henle, C. A. (2008). Correlates of different forms of cyberloafing: The role of forms and external locus of control. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 1067-1084.

Bektaş, M., & Erdem, R. (2015). Örgütlerde informal iletişim süreci: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XVII(1), 125-139.

Brayfield, A. H., & Rothe, H. F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 35(5), 307-311.

Çekmecelioğlu, H. (2006). İş tatmini ve örgütsel bağlılık tutumlarının işten ayrılma niyeti ve verimlilik üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi: Bir araştırma. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi,* 8(2), 153-168.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.

Demir, H., Usta, R., & Okan, T. (2008). İçsel pazarlamanın örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26(2), 135-161.

Gönen, Y. Ö., Öztürk, F. Ü., & Efilti, S. (2008). Örgütlerde söylenti ve dedikodu. *7. Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi*, 22-24 Ekim, Trabzon.

Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., & Kluger, A. N. (1998). Dispositional effects on job and life satisfaction: The role of core evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 17-34.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Kan, A., & Akbaş, A. (2005). Lise öğrencilerinin kimya dersine yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 227-237.

Kaplan, M., & Çetinkaya, A. Ş. (2014). Sanal kaytarma ve demografik özellikler açısından farklılıklar: otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 26-34.

Karataş, S., & Güleş, H. (2010). İlköğretim okulu öğretmenlerinin iş tatmini ile örgütsel bağlılığı arasındaki ilişki. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 74-89.

Keser, A., & Öngen Bilir, B. (2019). İş tatmini ölçeğinin Türkçe güvenilirlik ve geçerlilik çalışması. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 229-239.

Kök, B. S. (2006). İş tatmini ve örgütsel bağlılığın incelenmesine yönelik bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 291-317.

Köse, S., Oral, L., & Türesin, H. (2012). İş yaşamında sosyal kolaylaştırma kavramı ve sanal kaytarma ile ilişkisi: Araştırma görevlileri üzerinde bir araştırma. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4(1), 287-295.

Kuo, C. C., Chang, K., Quinton, S., Lu, C. Y., & Lee, I. (2015). Gossip in the workplace and the implications for HR Management: A study of gossip and its relationship to employee cynicism. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2288-2307.

Kurland, N. B., & Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of Management Review*, 25(2), 428-438.

Lim, V. K. G. (2002). The IT way of loafing on the job: Cyberloafing, neutralizing and organizational justice. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 675-694.

Özdamar, K. (2001). *Spss ile biyoistatistik,* 4. Basım, Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Scherer, R. F., Wiebe, F. A., Luther, D. C., & Adams, J. S. (1988). Dimensionality of coping: factor stability using the ways of coping questionnaire. *Psychological Reports*, 62(3), 763-770.

Şantaş, G., Akbolat, M., & Sağlam, H., (2019). Sağlık çalışanlarında örgütsel affetme ve örgütsel dedikodunun intikam niyeti üzerindeki etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 131-148.

Tabachnick, B. G. & Fidel, L. S. (2013). *Using multivariate statistics.* USA: Pearson Education Limited.

Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Üngüren, E., Doğan, H., Özmen, M., & Tekin, A. Ö. (2010). Otel çalışanlarının tükenmişlik ve iş tatmin düzeyleri ilişkisi. *Journal Of Yasar University*, 17(5), 2922-2937.

Van Doorn, O. N. (2011). *Cyberloafing: A multi–dimensional construct placed in a theoretical framework* (Master's Thesis). Eindhoven University of Technology, Department Industrial Engineering and Innovation Sciences, Holland.

Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı), 74-85.

Yeşilyurt, H., & Koçak, N. (2014). İş doyumu ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin otel işletmeleri açısından incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 303-324.

Yüksel, İ. (2005). İş-aile çalışmasının kariyer tatmini, iş tatmini ve iş davranışları ile ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 301-314.

MÜTEVAZILIK BİLGİ PAYLAŞIMINI NASIL ETKİLER? PROSOSYAL MOTİVASYONUN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Doç. Dr. Daimi Koçak[1] **Doç. Dr. Gökhan Kerse**[2]
[1]Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Ali Cavit Çelebioğlu Sivil Havacılık Yüksekokulu, Havacılık Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-9099-2055

[2]Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ORCID: 0000-0002-1565-9110

Özet

Bu çalışmada, sosyal bilgi işleme teorisi kullanılarak, mütevazı liderliğin bilgi paylaşımı üzerindeki etkisinde prososyal motivasyonun düzenleyici rolü incelenmiştir. Veriler Türkiye'deki iki üretim firmasında görev yapan 234 çalışandan toplandı. Sonuçlar, mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkinin gücünün prososyal motivasyona bağlı olduğunu gösterdi. Diğer bir ifade ile, mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasındaki pozitif ilişki prososyal motivasyon algısı yüksek olan işgörenlerde düşük olanlara göre daha güçlüdür. Araştırmanın teorik ve pratik katkıları tartışılarak gelecekte yapılacak çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.

How does humility impact knowledge sharing? The moderating role of prosocial motivation

Abstract

In this study, using social information processing theory, the moderating role of prosocial motivation in the effect of humble leadership on knowledge sharing was examined. Data were collected from 234 employees working in two manufacturing companies in Turkey. The results showed that the strength of the relationship between humble leadership and knowledge sharing depends on prosocial motivation. In other words, the positive relationship between humble leadership and knowledge sharing is stronger in employees with a high perception of prosocial motivation than in those with a low perception of prosocial motivation. The theoretical and practical contributions of the research were discussed and suggestions were made for future studies.

Giriş

Bilgi, örgütlerde paylaşıldıkça çoğalan ve örgütlere sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilecek en önemli stratejik kaynaktır. Kuruluşların bu varlıktan yararlanabilmesi için, bireysel bilginin kurumsal bilgiye dönüştürülmesi amacıyla bu varlığın çalışanlar arasında paylaşılması gerekir. Bilgi paylaşımı çoğu zaman birçok firmanın bilgi yönetimi stratejisinin temel taşı olmasına rağmen, çalışanlar her zaman ve her durumda bilgilerini paylaşmaya istekli olmayabilirler (Anand vd., 2019). Ayrıca bazı organizasyonlarda çalışanlar bilgi paylaşımını resmi iş tanımlarında yer almadığı için ekstra bir rol davranışı olarak görürlerken, bazılarında ise bilgi paylaşımı resmi rol tanımlarında belirtildiği, değerlendirildiği ve/veya ödüllendirildiği

için rol içi bir davranış olarak kabul edilir (Wang ve Noe, 2010). Çalışma arkadaşlarıyla bilgi paylaşımı kuruluşlar tarafından resmi olarak ödüllendirilmese de çalışanlar bu tür bir davranışı yöneticilerinin takdirini kazanmak gibi stratejik yollarla kendileri hakkında olumlu bir imaj yaratmak ve geliştirmek için kullanabilirler. Bununla birlikte, bilgi paylaşımında bulunmak bir hayal kırıklığı hissi yaratabilir çünkü yöneticiler çalışanların iş kapsamı dışındaki bilgi paylaşımı gibi vatandaşlık davranışlarına beklentiler doğrultusunda karşılığını veremeyebilirler (Zhu ve Akhtar, 2014).

Yapılan araştırmalar çalışanların bilgi paylaşımlarının örgütsel ve bireysel düzeydeki birçok faktörden etkilenebileceğini ortaya çıkarmıştır (Anand vd., 2019; Zheng, 2017). Bu faktörlerden biri olan liderin örgütlerde bilgi paylaşım kültürü oluşturmaları ve çalışanları birbirleri ile bilgi paylaşmaları konusunda teşvik etmesi kritiktir (Al Hawamdeh ve AL-edenat, 2022). Bu önemine rağmen liderliğin bilgi paylaşımı üzerindeki etkisini araştıran çalışmalar bilgi paylaşımını etkileyen diğer faktörlerle karşılaştırıldığında çok az sayıda oldukları görülmüştür. Bu nedenle liderliğin bilgi paylaşımı üzerindeki şartlı etkisine ilişkin daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Bu çalışmada mütevazı liderliğin (örgütsel faktör) bilgi paylaşımı üzerindeki etkisi ve bu etkinin çalışanların prososyal motivasyonlarına (bireysel faktör) göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için bir model oluşturulmuştur (bkz. Şekil 1).

Mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişki

Mütevazı liderlik, yukarıdan aşağıya otokratik liderlik yaklaşımının tersine aşağıdan yukarıya liderlik yaklaşımıdır (Owens vd., 2013). Başkalarını gözlemlemeyi ve yaparak öğrenmeyi içeren mütevazı liderlik yaklaşımında (Zhou ve Wu, 2018), liderler kişisel kazanımlara aşırı derecede odaklanmazlar, kendilerini çalışanlarıyla katı bir hiyerarşik ilişki içinde görmezler ve güçlerini bencilce kullanmazlar (Kerse vd., 2020).

Önceki araştırmalar, mütevazı liderliğin çalışanları birbirlerine yardımcı olmaya teşvik ettiğini, çalışanların öğrenme arzularını güçlendirdiğini ve çalışanların katılımını geliştirdiğini tespit etmiştir (Owens vd., 2013). Örgütlerde liderlik, başkalarına bilgi konusunda yardımcı olmaya yönelik bir davranış olarak tanımlanan bilgi paylaşımını (Connelly, 2000) etkileyen kritik bir faktör olarak kabul edilir. Örgütlerde bilgi paylaşımı bireysel ve örgütsel gelişim için büyük bir öneme sahiptir. Bilgi paylaşımı bir örgütte bilginin akışını ve entegrasyonunu teşvik eder, yenilikçi fikir ve davranışların üretilmesini sağlar ve dolayısıyla bireylerin ve kuruluşların performansını artırır (Qu vd., 2022). Araştırmacılar (Owens vd., 2013), örgütlerde bilgi paylaşımının teşvik edilmesi için mütevazılığın gerekli olduğunu iddia etmiştir.

Sosyal bilgi işleme teorisi (SBİ; Salancik ve Preffer, 1978) mütevazı liderliğin takipçilerin bilgi paylaşma davranışlarını nasıl etkilediğini anlamada teorik bir temel sağlar (Wang vd., 2018). SBİ teorisine göre, insanlar sosyal çevrelerini gözlemleyerek topladıkları bilgilere dayalı olarak tutum ve davranışlar geliştirirler (Crick ve Dodge, 1994). Örgüt ortamında bireyler örgüte karşı tutum geliştirmek ve çalışmak için ihtiyaç duydukları bilgileri liderleri gözlemleyerek elde ederler. Zhang vd. (2014), takipçilerin, liderlerinin etkili olduğuna inandıklarında liderlerinin davranışlarını taklit etme eğiliminde olduklarını belirtmiştir. Dolayısıyla çalışanlar, liderlerinin mütevazi davranışlarını rol model alırlarsa, iş arkadaşlarına karşı da mütevazi davranışlar

gösterme olasılıkları daha yüksek olur. Burada açıklanan nedenlerden dolayı, yöneticilerin mütevazı liderlik gösterme derecesinin çalışanların bilgi paylaşımıyla olumlu ve anlamlı bir şekilde ilişkili olması gerektiğini varsayıyoruz. Sonuç olarak, bilgi paylaşımını kolaylaştırmak isteyen yöneticilerin "yukarıdan aşağıya" otoriter liderliği bırakıp bunun yerine daha demokratik veya "aşağıdan yukarıya" bir liderlik yaklaşımını benimsemeleri gerektiği söylenebilir. Bu açıklamalar ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

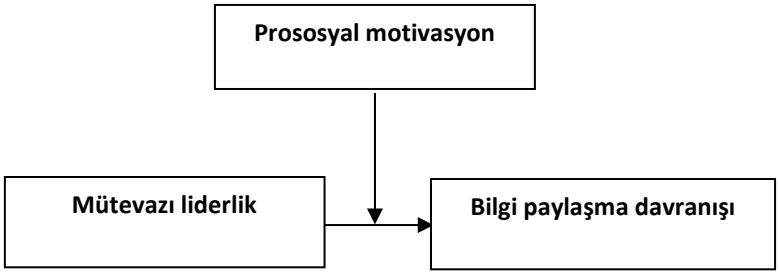
Hipotez 1: Mütevazı liderlik ile bilgi paylaşımı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Prososyal motivasyonun düzenleyici rolü

Diğer insanlara fayda sağlamak için çaba harcama arzusu olarak tanımlanan prososyal motivasyonun (Grant, 2008) kişilerarası ilişkiler ve örgütsel süreçler üzerindeki etkileri özellikle son yıllarda araştırmacıların odak noktası olmuştur (Göhler vd., 2023). Araştırmacılar (örn. Zhu ve Akhtar, 2014) yüksek prososyal motivasyona sahip kişilerin kişisel ödüller ve sonuçlardan ziyade sosyal ilişkilere daha fazla önem verdiklerini tespit etmişlerdir. Prososyal motivasyonun sonuçlarını araştıran bazı çalışmalar prososyal motivasyonun çalışanların yardım etme davranışlarını (Zhu ve Akhtar, 2014), örgütsel vatandaşlık davranışlarını (Arshad vd., 2021), performanslarını ve verimliliklerini (Grant, 2008) olumlu yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Prososyal motivasyonu yüksek olan bireyler sahip oldukları bilgileri, bu bilgilere ihtiyacı olanlarla paylaşma konusunda hiçbir endişe duymayacakları için (Xia ve Yang, 2020 bu bireylerin çalışma arkadaşlarıyla bilgi paylaşma konusunda istekli olabilecekleri söylenebilir. Bu teorik ve ampirik sonuçlara dayanarak mevcut çalışmamızda prososyal motivasyonun, mütevazı liderlik ile takipçilerin bilgi paylaşım davranışı arasındaki ilişkide düzenleyici rolünün olabileceğini iddia ettik.

Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

Hipotez 2: Prososyal motivasyon mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkiye moderatörlük yapar, yani mütevazı liderlik ile bilgi paylaşımı arasındaki pozitif ilişki prososyal motivasyonu yüksek olan çalışanlarda düşük olanlara göre daha güçlüdür.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Yöntem

Örneklem

Araştırma verileri Türkiye'nin batısındaki bir ilde faaliyet gösteren iki üretim firmasının 234 çalışanından anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Anket çalışmasına katılan işgörelerin

yüzde 56.3'ü kadın, yüzde 46.7'si 26-33 yaş aralığında ve yüzde 46.2'si 5-8 yıl arası iş tecrübesine sahiptir.

Ölçekler

Mütevazı liderlik ölçeği: Mütevazı liderlik, Owens vd. (2013) tarafından geliştirilen ve Kerse vd. (2020) tarafından Türkçe'ye uyarlanan dokuz maddelik ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Ölçekte "Eleştirel bir nitelik içerse bile yöneticim aktif olarak geribildirim vermemizi ister" tarzında ifadeler yer almaktadır.

Prososyal motivasyon ölçeği: Çalışanların prososyal motivasyonunu değerlendirmek için Grant ve Sumanth'ın (2009) tarafından geliştirilen ve Kesen ve Akyüz (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan beş maddelik ölçek kullanılmıştır. Ölçekte "Başkalarının ihtiyacını görecek faaliyetleri yaparken daha enerjik olurum" tarzında ifadeler bulunmaktadır. Katılımcılar ölçekteki maddelere 5'li Likert tipi ölçeğe (1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum) göre yanıt vermişlerdir.

Bilgi paylaşım ölçeği: Katılımcıların bilgi paylaşım davranışlarını ölçmek için bilgi Chennamaneni vd. (2012) tarafından geliştirilen dört maddeli ölçek kullanılmıştır. Ölçekte "Müşteriler, ürünler, tedarikçiler ve rakipler hakkındaki iş bilgilerimi iş arkadaşlarımla paylaşırım" şeklinde ifadeler bulunmaktadır.

Kontrol değişkenleri: Önceki araştırmalarla tutarlı olarak (örneğin, Fatemi vd., 2022; Burmeister vd., 2018; Sarti, 2018), bilgi paylaşım davranışı üzerinde çalışanın cinsiyeti, yaşı ve birinci derece amiri ile görev süresinin olası etkilerini kontrol ettik.

Bulgular

Doğrulayıcı faktör analizi

Hipotezleri test etmeden önce, ölçeklerin ayırt edici geçerliliğini değerlendirmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapıldı. Prososyal motivasyon, mütevazi liderlik ve bilgi paylaşımı ölçeklerini içeren ölçüm modeli alternatif modellerle karşılaştırılmıştır. Sonuçlar, üç faktörlü ölçüm modelinin ($\chi2(123) = 409.42$, CFI = 0.97, TLI = 0.96, SRMR = 0.05, RMSEA = 0.07) verilere alternatif modellerden önemli ölçüde daha iyi uyum sağladığını gösterdi. Dolayısıyla bu sonuçlar üç faktörlü modelin ayırt edici geçerliliğini desteklemiştir.

Tanımlayıcı istatistikler ve korelasyonlar

Değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve değişkenler arası korelasyonlar Tablo 1'de verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi mütevazı liderlik bilgi paylaşımı arasında anlamlı bir ilişki vardır ($r = 0.43$, $p < 0.01$).

Tablo 1. Ortalama, standart sapma ve korelasyonlar

Ölçekler	O	SS	1	2	3	4	5	6
1.Cinsiyet	1.56	0.47	-					
2.Yaş	2.57	1.17	0.08	-				
3.Tecrübe	2.98	0.57	0.09	0.11*	-			
4.Mütevazı liderlik	3.52	0.81	-0.08	-0.03	0.04	(0.84)		
5.Prososyal motivasyon	4.05	0.86	-0.07	-0.02	-0.05	0.43**	(0.91)	

6.Bilgi paylaşımı	3.77	0.79	-0.01	-0.03	-0.04	0.28**	0.61**	(0.83)

Not: N = 234. O = ortalama. SS = standart sapma.
*p < 0.05; **p < 0.01.

Hipotezlerin test edilmesi

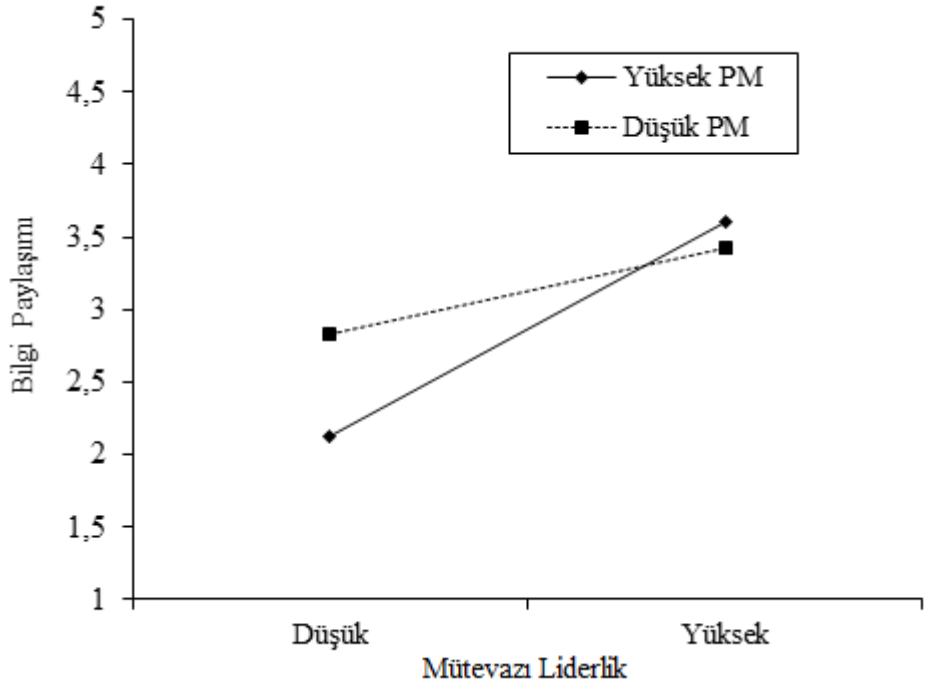
Araştırma hipotezleri (Hipotez 1 ve Hipotez 2) PROCESS Macro (SPSS için) (Hayes,2013) programı kullanılarak test edilmiştir. Tablo 2'de görüldüğü gibi mütevazı liderlik bilgi paylaşımı ile pozitif ilişkilidir (β = 0.10, GA 0.0.1, 0.19). Bu sonuca göre Hipotez 1 desteklenmiştir.

Tablo 2. Regresyon analizi sonuçları

	Bilgi paylaşımı		
	B	SH	%95 GA
Cinsiyet	0.05	0.06	-0.07, 0.18
Yaş	-0.01	0.04	-0.08, 0.07
Tecrübe	-0.01	0.05	-0.07, 0.08
Mütevazı liderlik	0.10	0.05	0.01, 0.19
Prososyal motivasyon	0.38	0.06	0.28, 0.49
Mütevazı liderlik x prososyal motivasyon	-0.13	0.04	-0.21,-0.06

Not: N = 234. Sürekli değişkenler (prososyal motivasyon ve mütevazı liderlik) merkezileştirildi. GA= güven aralığı; SH = standart hata.

Hipotez 2'de prososyal motivasyonun, mütevazı liderlik ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişkide düzenleyici role sahip olduğu iddia edilmişti. Analizlerden önce, çoklu doğrusallığı azaltmak için tüm sürekli değişkenlerin ortalamaları merkezîleştirilmiştir (Aiken ve West, 1991). Tablo 2'de belirtildiği gibi, mütevazı liderlik ile prososyal motivasyon arasındaki etkileşim terimi, bilgi paylaşımı ile önemli ölçüde ilişkilidir (β = -0.13, GA -0.21, -0.06). Gösterilen düzenleyici etkiyi açıklamak için mütevazı liderlik ve prososyal motivasyon etkileşiminin bilgi paylaşımı üzerindeki etkisini farklı prososyal motivasyon seviyelerinde (yani prososyal motivasyon ortalamasının üstünde ve altında bir standart sapma) çizdik (bkz. Şekil 2). Hipotez 2 ile tutarlı olarak, mütevazı liderlik ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişki, yüksek prososyal motivasyona sahip çalışanlarda (β = 0.49, p < 0.01), düşük prososyal motivasyona sahip olanlara (β = 0.27, p < 0.01) göre daha güçlüdür. Bu sonuçlara göre Hipotez 2 desteklenmiştir.



Şekil 2. Mütevazı liderlik ve prososyal motivasyon etkileşiminin bilgi paylaşımı üzerindeki etkisi

Sonuç

Çalışmamızda bilgi paylaşımına etki eden organizasyonel ve motivasyonel faktörleri tespit edilerek mevcut literatüre iki şekilde katkı sağlanmıştır. Birincisi, bulgularımız, çalışanlar arasında bilgi paylaşımını teşvik etmede kritik bir organizasyonel faktör olarak liderin alçakgönüllülüğünün önemini vurgulamaktadır. Lider, alçakgönüllülüğü sayesinde başkalarının güçlü ve zayıf yönlerini bilir ve onları işbirliğine teşvik eder. Bu çalışma bulguları mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasında ilişki olduğunu doğrulamıştır. Bu sonuç mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkiyi inceleyen önceki araştırma bulguları ile tutarlıdır (Luu 2021; Nguyen vd., 2020). İkincisi, düzenleyici mekanizma sayesinde liderin mütevazılığının takipçilerinin bilgi paylaşımlarını hangi koşulda daha fazla etkilediği yönündeki soruya verdiği cevaptır. Bulgularımız mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı ilişkisinin motivasyonel faktör olan prososyal motivasyonun farklı seviyelerine göre değişkenlik gösterdiğini desteklemiştir. Sonuçlar mütevazı liderlik ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkinin yüksek prosoyal motivasyona sahip çalışanlarda düşük olanlara göre daha güçlü olduğunu göstermiştir.

Örgütlerde çalışanlar arası bilgi paylaşımı, karşılıklı bilgi aktarımını sağlayan hayati bir mekanizmadır (Cabrera ve Cabrera, 2005). Yoğun rekabetin yaşandığı günümüzde çalışanlar arası bilgi paylaşımı son derece önemli bir konu haline gelmiştir. Bulgularımıza dayanarak yöneticilere örgütsel ve motivasyonel açıdan bilgi paylaşmanın nasıl artırılabileceği konusunda bazı önerilerde bulunulabilir. Birincisi, bulgularımız liderin mütevazı olmasının takipçilerinin bilgi paylaşma davranışlarını artırabileceğini doğrulamıştır. Bu sonuç işletme yöneticilerinin, maddi teşviklerin yanı sıra çalışanlarla iyi ilişkiler geliştirmelerinin, onların fikir ve önerilerini almalarının daha da gerekli olduğu anlamına gelir. Ayrıca astların çalışmaları sırasında

karşılaştıkları sorunların çözülmesi, astların gelişim potansiyelinin farkına varılması ve astların yaşamlarına önem verilmesi de bilgi paylaşım davranışlarını artırabilir (Wang vd., 2018). Yöneticisinin mütevazı olduğunu algılayan çalışanlar yöneticilerin desteğine ve güvenine karşılık vermek için gönüllü olarak ekstra çaba gösterecek ve böylece bilgi paylaşma davranışları etkili bir şekilde artacaktır. Ayrıca bulgularımız liderlerin, takipçilerini bilgi paylaşmaya teşvik etmek için bireysel prososyal motivasyon düzeylerine dayalı olarak birden fazla strateji kullanabileceklerini göstermektedir. Yüksek prososyal motivasyona sahip çalışanlar karşılıklılık normunu destekleme eğiliminde olduğundan (Zhu ve Akhtar, 2014), çalışanlarıyla kişisel ilişkilerine odaklanan liderler, bu çalışanların bilgi paylaşma davranışlarını teşvik etmede daha etkili olabilirler. Ayrıca yöneticiler bilgi paylaşım davranışının olumlu sonuçlarını vurgulayarak (özellikle düşük prososyal motivasyona sahip çalışanlar için) çalışanların prososyal motivasyonlarını artırabilirler.

Araştırmanın yukarıda bahsedilen teorik ve pratik katkılarına rağmen bazı kısıtları da mevcuttur. Bunlardan birincisi, araştırmanın kesitsel doğasından ötürü nedenselliğin yönü tam olarak belirlenememiştir. Bu nedenle gelecekte boylamsal veya deneysel tasarımlarla araştırmalar yapılmalıdır. İkincisi, farklı yapılardaki katılımcılardan tek bir zamanda toplanan anket verileri bu çalışmada ortak yöntem yanlılığına yol açmış olabilir (Podsakoff vd., 2003). Ortak yöntem yanlılığını azaltmak için çalışanlardan ve yöneticilerden ayrı anketlerde ve farklı durumlarda veri sağlamaları istenebilir. Örneğin yöneticilerden çalışanların bilgi paylaşma davranışlarını değerlendirmeleri istenirken, çalışanlardan da yöneticilerin mütevazılıklarını değerlendirmeleri istenebilir.

Kaynakça

Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). Multiple regression: Testing and interpreting interactions. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Al Hawamdeh, N., & AL-edenat, M. (2022). Investigating the moderating effect of humble leadership behaviour on motivational factors and knowledge-sharing intentions: evidence from Jordanian public organisations. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. https://doi.org/10.1108/VJIKMS-07-2021-0111.

Arshad, M., Abid, G., Contreras, F., Elahi, N. S., & Athar, M. A. (2021). Impact of prosocial motivation on organizational citizenship behavior and organizational commitment: The mediating role of managerial support. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, *11*(2), 436-449.

Burmeister, A., Fasbender, U., & Deller, J. (2018). Being perceived as a knowledge sender or knowledge receiver: A multistudy investigation of the effect of age on knowledge transfer. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, *91*(3), 518-545.

Cabrera, E. F., & Cabrera, A. (2005). Fostering knowledge sharing through people management practices. *International Journal of Human Resource Management. 16*, 720–735.

Connelly, C. E. (2000). *Predictors of knowledge sharing in organizations* (Doctoral dissertation, Queen's School of Business, Queen's University).

Crick, N. R., & Dodge, K. A. (1994). A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's social adjustment. *Psychological Bulletin*, *115*(1), 74-101.

Fatemi, S. Z., Sadeghian, S., Ganji, S. F. G., & Johnson, L. W. (2022). Do different genders' knowledge sharing behaviors drive different innovative behavior? The moderating effect of social capital. *European Journal of Innovation Management*, *25*(2), 592-606.

Grant, A. M. (2008). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. *The Journal of Applied Psychology, 93*(1), 48–58.

Göhler, G. F., Hattke, J., & Göbel, M. (2022). The mediating role of prosocial motivation in the context of knowledge sharing and self-determination theory. *Journal of Knowledge Management*, *27*(3), 545-565.

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis.* New York, NY: The Guilford Press.

Kerse, G., Koçak, D., & Özdemir, Şefik. (2021). Mütevazı liderlik ölçeğinin Türkçe uyarlaması ve mütevazı liderliğin seslilik davranışına etkisi: kuşak farklılığının düzenleyici rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 12*(2), 1769–1787.

Luu, T. T. (2021). Knowledge sharing in the hospitality context: The roles of leader humility, job crafting, and promotion focus. *International Journal of Hospitality Management, 94*, 102848.

Nguyen, D. T., Teo, S. T., Halvorsen, B., & Staples, W. (2020). Leader humility and knowledge sharing intention: A serial mediation model. *Frontiers in Psychology, 11*, 3416.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, *88*(5), 879-903.

Sarti, D. (2018). Organizational tenure and knowledge-sharing behaviours: the moderating role of leader-member exchange. *Journal of Workplace Learning*, *30*(4), 291-307.

Qu, Y., Zhu, J., & Goddard, R. D. (2022). Modesty brings gains: Linking humble leadership to knowledge sharing via psychological safety and psychological empowerment in professional learning communities. *Educational Studies*, 1-22.

Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, *20*(2), 115-131.

Wang, Y., Liu, J., & Zhu, Y. (2018). Humble leadership, psychological safety, knowledge sharing, and follower creativity: a cross-level investigation. *Frontiers in Psychology*, *9*, 1727.

Zhang, G., Ba, Y.T. & Wang, L. (2014). Leader integrity and organizational citizenship behavior in China, *Management and Organization Review, 10*(2), 299-319.

Zheng, T. (2017). A literature review on knowledge sharing. *Open Journal of Social Sciences*, *5*(3), 51-58.

Zhu, Y., & Akhtar, S. (2014). How transformational leadership influences follower helping behavior: The role of trust and prosocial motivation. *Journal of Organizational Behavior*, *35*(3), 373-392.

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN SEKTÖRLER ÜZERİNDEKİ ÖNEMİ

Öğr. Gör. Dr. Ahmet TAŞ

Gümüşhane Üniversitesi, ahmettas@gumushane.edu.tr - 0000-0002-1444-6068

ÖZET

Yönetim Bilişim Sistemleri (YBS), organizasyonların bilgi işleme, veri yönetimi ve karar verme süreçlerini desteklemek için tasarlanmış bilişim sistemleridir. YBS, bilgi teknolojileri ve iş süreçlerinin birleştirilmesi yoluyla organizasyonların iş yapış biçimini iyileştirmeyi amaçlar. Yönetim bilişim sistemleri, sektörler üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bu sistemler, veri yönetimi, iş süreçlerinin iyileştirilmesi, karar destek sistemi, iletişim, işbirliği, müşteri ilişkileri yönetimi, veri güvenliği, stratejik planlama ve rekabet üstünlüğü gibi önemli alanlarda işletmelere yardımcı olur. Bu sayede işletmeler, verimliliği artırabilir, daha iyi kararlar alabilir, müşteri memnuniyetini artırabilir ve rekabet avantajı elde edebilir. Bu nedenle, yönetim bilişim sistemleri iş dünyasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada anahtar kelimelerle ("management information" "systems" "sector") Web of Science , Science Direct, Google Akademik, Scopus, ULAKBİM elektronik veri tabanları tarandı. 2019-2023 tarihleri arasında toplam 384 çalışmaya ulaşılmıştır. Kriterleri karşılayan toplam 12 çalışma; karşılaştırma, sınırlılık ve sonuçlar açısından değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim Bilişim Sistemleri, sektörler, inovasyon

ABSTRACT

Management Information Systems (MIS) are information systems designed to support organizations in their information processing, data management, and decision-making processes. MIS aims to enhance the way organizations conduct their business by integrating information technologies and business processes. Management information systems have a significant impact on various industries. These systems assist businesses in crucial areas such as data management, process improvement, decision support, communication, collaboration, customer relationship management, data security, strategic planning, and competitive advantage. As a result, businesses can improve efficiency, make better decisions, enhance customer satisfaction, and gain a competitive edge. Therefore, management information systems play a critical role in the business world. This study involved keyword searches

("management information," "systems," "sector") in Web of Science, Science Direct, Google Scholar, Scopus, and ULAKBIM electronic databases. A total of 384 studies were found between 2019 and 2023. Out of these, a total of 12 studies meeting the criteria were evaluated in terms of comparison, limitations, and conclusions.

Keywords: Management Information Systems, sectors, innovation

1. GİRİŞ

Yönetim bilişim sistemleri, farklı disiplinleri bir araya getirerek, gerçek dünyada karşılaşılan sorunlara uygulamalı bir yaklaşımla çözüm üretme ve bilişim teknolojilerini verimli bir şekilde yönetme amacı taşıyan birçok disiplinli alandır. Ayrıca, bu alandaki çalışmalar bilişim teknolojilerinin kullanımı, etkileri ve gelişimi gibi konuları da ele almaktadır (Yarlıkaş, 2015). Bilgi Teknolojisi, dijital, metin, görüntü, grafik veya ses medyasında temsil edilen veri ve bilgiyi işleyerek, kullanıcıların taleplerine uygun iletişim, depolama, işleme, baskı veya sergileme işlemlerini gerçekleştirir. Bu nedenle bilişim, ofislerden fabrikalara, tren istasyonlarından havaalanlarına, iletişimden eğlenceye, eğitimden bankacılığa, otellere, hastanelere, ulaşıma ve alışverişe kadar yaşamın her alanında etkili bir şekilde kullanılmaktadır (O'brien ve Marakas, 2006).

Bilgi sistemi, elektronik veri işleme yeteneğine sahip ilişkili öğelerin bir topluluğu olarak tanımlanır. Bilgisayarlar iş dünyasında özellikle yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bilgisayarları etkili bir şekilde kullanmayı öğrenenler, rekabet avantajı elde ederek finans, pazarlama, yönetim veya herhangi bir iş alanında gerekli bilgiyi sağlayabileceklerdir. Bu nedenle, bilgisayar sistemleri özellikle kamu ve özel sektörde oldukça popülerdir (Berisha-Shaqiri, 2014). Bilişim sistemleri, zaman tasarrufu sağlamanın yanı sıra, veri toplama, düzenleme, analiz etme, değerlendirme ve karar verme süreçlerine bilgi sağlama yeteneği ile insanlar, ekipman ve zamanı verimli bir şekilde kullanabilen resmi bir bilgisayar sistemini ifade eder. Bu sistemler, çeşitli sektörlerde avantaj sağlayarak iş süreçlerini geliştirmek için kullanılır (Hicks, 2003).

Bilgi sistemleri, genellikle kuruluşların etkinliğini artırmak amacıyla planlanır ve uygulanır. Teknolojideki hızlı değişiklikler ve iş çevresinin dinamik yapısı, iş operasyonlarını hem teknik düzeyde hem de şirketin stratejik düzeyinde dönüştürmüş ve müşteri taleplerini artırmıştır (A Ali ve ark., 2020). Bilgi teknolojileri, sürekli değişen bir yapıya sahip olup, iki temel zorluğu ortaya koymaktadır: yeni teknolojileri öğrenme ve yönetimi iyileştirmek için yeni fırsatları bulma. Yöneticiler, bilgi teknolojileri araçlarını kullanarak yönetim sorunlarını çözme

ve organizasyonlarını geliştirme yeteneğine sahip olmalıdır, bu da şirketlerin geleceğini güvence altına almaktadır (Post ve Anderson, 2003).

2. YÖNTEM

- Anahtar kelimelerle ("management information" "systems" "sector") Web of Science , Science Direct, Google Akademik, Scopus, ULAKBİM elektronik veri tabanları tarandı.
- Toplam 384 çalışmaya ulaşıldı.
- Çalışmalar listelendi ve dahil edilme kriterlerine göre değerlendirildi.
- 11 çalışma yayın dilinin Türkçe ya da İngilizce olma koşulunu sağlamadığından kapsam dışı bırakıldı.
- 308 çalışma yayın tarihinin 2019-2023 tarihleri arasında olma koşulunu sağlamadığından kapsam dışı bırakıldı.
- 53 çalışma tam metnine ulaşılamadığından kapsam dışı bırakıldı.
- Çalışma kapsamına alınan toplam 12 çalışma; karşılaştırma, sınırlılık ve sonuçlar açısından değerlendirildi.

Araştırmaya kriterleri karşılayan;

- 1 prospektif çalışma
- 1 retrospektif çalışma,
- 3 orjinal makale,
- 2 nitel çalışma,
- 3 araştırma makalesi,
- 1 tanımlayıcı çalışma,
- 1 gözlemsel çalışma dahil edilmiştir.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

İncelenen sonuçlara göre Yönetim bilişim sistemlerinin kamu ve özel sektörlerde kullanımı mevcuttur. En çok araştırma kamu sektörü üzerinedir. En sık yönetim sektöründe, sonrasında sırasıyla güvenlik, sağlık, eğitim, tarım ve gıda, finans sektörlerinde kullanımı görülmüştür. Ayrıca YBS, kamu ve özel sektör alanlarında işletmelerin büyük miktarlarda veriyi etkili bir şekilde toplamalarına, saklamalarına, işlemelerine ve analiz etmelerine yardımcı olmuş, stratejik planlama, finans yönetimi, stok yönetimi, pazarlama ve diğer iş süreçlerinde daha iyi kararlar almayı kolaylaştırmış, yazılımları aracılığıyla müşteri hizmetleri ve ilişkilerini geliştirmiş, iletişim platformları aracılığıyla çalışanlar arasındaki iletişimi ve işbirliğini kolaylaştırmış, işletmelerin teknolojik gelişmelere ayak uydurmasını sağlamıştır.

Tablo-1. İncelenen Çalışmalar

İncelenen Çalışmalar		
Çalışma Adı, Yılı, Yazar	**Yöntem**	**Sonuçlar**

Information security management in ICT and non-ICT sector companies: A preventive innovation perspective **Mirtscha,b ve ark. (2021)**	Şirketlerdeki bir bilgi güvenliği yönetim sistemi uygulaması. Bilgi güvenliği standardının benimsenme oranları Yapısal eşitlik modeliyle hesaplanmıştır.	ISO/IEC 27001 güvenlik uygulamasının benimsenmesinin deneyimlenen etkileri hakkında, «şirketin bilgi güvenliği seviyesinin artırması» "azalmış maliyetler" ve "daha düşük sigorta primleri"
The Key Factors in Adopting an Electronic Records Management System (ERMS) in the Educational Sector: A UTAUT-Based Framework **Mukred ve ark. (2019)**	Elektronik kayıt yönetim sistemlerinin (EKYS), eğitim sektöründe plan yapmak ve bilinçli kararlar almak için gereken geniş bilgiyi yönetme üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Teknoloji Kabul Kullanım Birleşik Teorisi (UTAUT) ve Teknoloji-organizasyon-çevre (TOE) temel alınarak bir eğitim modeli oluşturulmuştur.	Sonuç olarak, eğitimcilere yönetilen anketlerin %78.20 yanıt oranı ile 364 geçerli yanıt elde edilerek modelin kabul edilebilirliği belirlenmiştir. Sistem uygulaması ve benimsemesi için bir rehber olarak çerçeve sunulmuştur.
Addressing Care Continuity and Quality Challenges in the Management of Hypertension: Case Study of the Private Health Care Sector in Kenya **Walcott-Bryant ve ark. (2021)**	Kenya'daki özel sağlık sektöründe hipertansiyon ve diğer hastalıkların yönetimini iyileştirmek amacıyla dijital sağlık çözümü. Kenya'da 18 özel sağlık kuruluşunda hipertansiyon yönetimini desteklemek için teknolojiye dayalı çözümler için temel zorluklar ve öneriler belirlenmiştir.	Kenya'daki sağlık sektöründe hipertansiyon bakım koordinasyonunu iyileştirmek için dijital sağlık veri işbirliği çözümlerine ihtiyaç vardır.
Underutilisation of information communication and technology in the public sector construction project's implementation **Camngca ve ark. (2022)**	Çalışma Güney Afrika'da bir belediyenin kamu sektörünün bir binanın bölümünde bilgi iletişim teknolojisinin (BİT) yetersiz kullanılmasının nedenlerini ve etkilerini incelemek amacıyla birim çalışanları arasında yüz yüze mülakatlar, yapılarak gerçekleştirildi. Toplanan	İnşaat projelerinin dijitalleştirilmesinin eksikliği, yetersiz sistem güncellemeleri, yetersiz BİT kaynakları, internet ve yazılım abonelikleri için yetersiz finansal kaynaklar ve BİT eğitimi eksikliği nedeniyle yeni kullanılabilir

	veriler ATLAS.ti yazılımı kullanılarak analiz edildi.	BİT yazılım ve donanım teknolojilerine ihtiyaç vardır
Implementation of E-Learning Functions With the Use of Information Systems Architecture Hussein ve ark. (2021)	Bu makale, e-öğrenme çerçevesini kullanarak bilgi sistemi uygulamasının üniversite eğitimi bağlamında nasıl yapıldığının sistematik bir performans değerlendirme sürecini kapsamaktadır. Eğitim kurumu için bir SDM (Sistem Geliştirme Metodolojisi) çerçevesi oluşturulmuştur.	MIS (Yönetim Bilgi Sistemi) ve e-öğrenme için eğitim sektöründe SDM (Sistem Geliştirme Metodolojisi) modeli entegre olabilir. Öğretim ve öğrenmeyi geliştirmek için büyük veriyi sistem içine entegre etmek gerekmektedir.
Integrating risk assessment and business impact assessment in the public crisis management sector Hasser ve Cedergren (2021)	Bu makalede, risk değerlendirmesini ve iş etkisi değerlendirmesini entegre eden bir bilişim yöntemi değerlendirilmektedir. Malmö, Güney İsveç'te bir belediyedir. Belediyedeki her departmandaki yöntem ve çalışma süreci incelenerek iş riskleri ve sorunlar analitik çerçeveyle birleştirilmiştir.	Oluşturulan yöntem, pratik uygulanabilirliğin yanı sıra yöntemin iş yükünü ve karmaşıklığını bilinçli olarak sınırlayan bir yaklaşım sunmuştur. İş yükü sınırlaması belirlenen hedef seviyesi ile uygulanmaya başlanmıştır.
New trends in the global digital transformation process of the agri-food sector: An exploratory study based on Twitter Ancín ve ark. (2022)	Çalışmanın amacı, tarım-gıda sektöründe yeni dijital teknolojilere yönelik dünya çapında sosyal medya platformlarında ifade edilen algıları analiz etmektir. Bu amaçla, R ve MAXQDA yazılımlarını kullanarak tweetler incelenmiştir.	Yapay Zeka en çok bahsedilen konu olmuştur. İnternet of Things, Big Data, Machine Learning ve Cloud Computing ile birlikte üretim verimliliğini, mahsul verimini veya maliyet tasarrufunu artırmaya yönelik uygulamalar bulunmaktadır.

Exploring the Impact of AI-Based Cyber Security Financial Sector Management Mishra (2023)	Finansal sektör bilgilerinin güvenliğini sağlamak için Geliştirilmiş Şifreleme Standart (EES) gibi algoritmalar verileri şifreler. Bu çalışmada finansal sektör yönetimi için yapay zeka tabanlı bir siber güvenlik tekniği (CS-FSM) sunulmaktadır.	Bu araştırma, bankacılık sektörü siber güvenlik çözümlerine yapay zeka algoritmalarının entegre edilmesinin ne kadar kritik olduğunu göstermektedir. Sistem, veri gizliliği için %96.1, risk azaltma için %98.7, veri koruma için %95.4 ve saldırı önleme için %94.3 analitik değerlere sahiptir.
An integrated information systems architecture for the agri-food industry Brancove ark. (2021)	Bu çalışma, tarım-gıda sektörü için yeni bir bilgi sistemleri mimarisi önermektedir. Bu tasarım, tüm izleme, kontrol ve yönetim faaliyetlerini desteklemeyi amaçlayan 12 entegre ana bileşen ve alt bileşenlerden oluşmaktadır. Önerilen mimariyi doğrulamak için mantar üretimi yapan bir organizasyonda bir vaka çalışması uygulanmıştır.	Tarım-gıda endüstrisi için önerilen bilgi sistemleri mimarisi, hem bilime hem de uygulamaya geçerli bir katkı olarak kabul edilebilir ve aynı zamanda mantar üretimi için etkili ve verimli bir çözüm sunmaktadır.
Transforming universities in interactive digital platform: case of city university of science and information technology Habib ve ark. (2021)	Bu araştırmanın amacı, Yükseköğretim Kurumlarının otomasyonunu anlamak ve gelişmekte olan bir ülkenin perspektifinden otomasyon sürecini değerlendirmektir. Birim analiz olarak Pakistan'daki Bilgi ve Teknoloji Şehir Üniversitesi (CUSIT) tek bir vaka çalışması olarak seçildi. Bu araştırmada karma metodoloji kullanıldı.	CUSIT'in öğretim üyeleri, personel ve yönetimi kolaylaştıran güncel otomatik bir altyapıya, yönetim bilgi sistemi (MIS) ve öğrenim yönetim sistemine (LMS) sahip olduğu bulundu.

The Intertwined Functions of Advanced Information Systems and Management Control Practice in a Municipal Context Bredmar ve Melin (2021)	Bu çalışma, yeni sistemlerin ve kullanıcıları olan muhasebecilerin ve denetçilerin, belediye ortamında getirdiği fırsatları nasıl algıladığını anlamayı amaçlamaktadır. 290 İsveç belediyesinden 97'si ankete katılmıştır.	Yöneticiler, büyük ölçüde ileri bilgi sistemlerinin desteğine ihtiyaç duyarlar. Bilgi sistemleri ile yönetim muhasebesi ve kontrol uygulaması arasındaki karşılıklı bağımlılık iç içe geçmiş olarak tanımlanabilir.
The role of management control and integrated information systems for the resilience of SMEs Roffia ve Dabić. (2023)	Bu çalışmanın amacı küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) dayanıklılığını araştırmakta olup özellikle yönetim kontrolü, entegre bilgi sistemleri, bilgi ve iletişim teknolojisi sistemleri ve finansal kaynaklarla ilgili belirli faktörlerin etkisini incelemektedir. İtalya'nın Verona ve Vicenza illerinde üretim, inşaat ve dağıtım sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'lere bir anket gönderilerek yapılmıştır.	143 anket verisini analiz etmek için çoklu regresyon modeli kullanarak, bütçeleme, iş sürekliliği araçları, ilave finansal kaynakların kullanılabilirliği ve girişimcinin dayanıklılığı etkisi üzerine pozitif bir etki bulunmuş ve bu etkinin KOBİ'lerin organizasyonel dayanıklılığı üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Yönetim Bilişim Sistemleri (YBS), birçok sektörde vazgeçilmez bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu sistemler, organizasyonların veri işleme, bilgi yönetimi ve karar alma süreçlerini destekleyen çok yönlü teknoloji altyapılarıdır. YBS sektörlerde kullanım alanları genel olarak incelendiğinde;

İşletmeler ve Kurumsal Sektör: İş dünyasında, YBS işletmelerin finans yönetimi, envanter kontrolü, müşteri ilişkileri yönetimi ve operasyonel süreçlerin otomasyonu gibi birçok önemli işlevi desteklemektedir. İşletmeler, YBS ile daha iyi veri analizi yapabilir, iş süreçlerini optimize edebilir ve rekabet avantajı elde edebilirler.

Sağlık Sektörü: Hastaneler, klinikler, sağlık hizmeti sunan kurumlar ve sağlık sigorta şirketleri, hastaların kayıtlarını elektronik ortamda tutar, tıbbi verileri yönetir, tedavi planları oluşturur ve hasta bakımını koordine eder. Bu, sağlık hizmetlerinin kalitesini artırır ve hasta güvenliğini sağlar.

Eğitim Sektörü: Okullar, üniversiteler ve eğitim kurumları, öğrenci bilgilerini izler, sınıf yönetimi yapar, öğrenci performansını değerlendirir ve öğrenci-öğretmen etkileşimini kolaylaştırır. YBS, öğrencilere daha etkili bir eğitim deneyimi sunar.

Kamu Sektörü: Hükümet kurumları, kamu hizmetlerini daha verimli bir şekilde sunmak, vergi toplama işlemlerini yönetmek ve halkla ilişkileri geliştirmek için YBS kullanır. Ayrıca, güvenlik ve acil durum yönetimi gibi kritik alanlarda da kullanılır.

Finans ve Bankacılık: Bankalar ve finans kurumları, hesap yönetimi, kredi riski analizi, çevrimiçi bankacılık hizmetleri ve finansal analizler için YBS kullanır. Finans sektöründe güvenlik ve uyumluluk da büyük bir rol oynar.

Eğlence ve Medya: Medya şirketleri, içerik dağıtımı, reklam yönetimi, izleyici analizi ve içerik üretimi için YBS kullanır. Bu, medya endüstrisinin dijital dönüşümünü destekler.

Sonuç olarak; Yönetim Bilişim Sistemleri, birçok sektörde farklı ihtiyaçlara uygun olarak uyarlanabilir ve bu sektörlerde iş süreçlerini daha verimli hale getirmek için kullanılır. Bu nedenle YBS, iş dünyasının çeşitli alanlarında yaygın olarak kullanılan bir teknolojik araçtır.

.

KAYNAKÇA

A Ali, B. J., & AlSondos, I. A. A. (2020). Operational efficiency and the adoption of accounting information system (AIS): a comprehensive review of the banking sectors. International Journal of Management, 11(6).

Ancín, M., Pindado, E., & Sánchez, M. (2022). New trends in the global digital transformation process of the agri-food sector: An exploratory study based on Twitter. Agricultural Systems, 203, 103520.

Berisha-Shaqiri, A. (2014). Management information system and decision-making. Academic Journal of Interdisciplinary Studies, 3(2), 19.

Branco, F., Gonçalves, R., Moreira, F., Au-Yong-Oliveira, M., & Martins, J. (2021). An integrated information systems architecture for the agri-food industry. Expert Systems, 38(4), e12599.

Camngca, V. P., Amoah, C., & Ayesu-Koranteng, E. (2022). Underutilisation of information communication and technology in the public sector construction project's implementation. Journal of Facilities Management.

Hassel, H., & Cedergren, A. (2021). Integrating risk assessment and business impact assessment in the public crisis management sector. International journal of disaster risk reduction, 56, 102136.

Hicks Jr, O. J. (1997). Management Information System, 2003,(Virginia Polytechnic Institute and State University). JW Wilkinson, Accounting Information Systems-Essential Concepts & Application.Post, G. V., & Anderson, D. L. (2003). Management information systems. Mc Graw Hill.

Hussein, M. K., Saheel, R. I., & Ali, A. J. (2021). Implementation of e-learning functions with the use of information systems architecture. Journal of Cases on Information Technology (JCIT), 23(2), 12-25.

Mirtsch, M., Blind, K., Koch, C., & Dudek, G. (2021). Information security management in ICT and non-ICT sector companies: A preventive innovation perspective. computers & security, 109, 102383.

Mishra, S. (2023). Exploring the Impact of AI-Based Cyber Security Financial Sector Management. Applied Sciences, 13(10), 5875.

Mukred, M., Yusof, Z. M., Alotaibi, F. M., Asma'Mokhtar, U., & Fauzi, F. (2019). The key factors in adopting an electronic records management system (ERMS) in the educational sector: a UTAUT-based framework. IEEE Access, 7, 35963-35980.

Walcott-Bryant, A., Ogallo, W., Remy, S. L., Tryon, K., Shena, W., & Bosker-Kibacha, M. (2021). Addressing care continuity and quality challenges in the management of hypertension: case study of the private health care sector in Kenya. Journal of Medical Internet Research, 23(2), e18899.

Yarlıkaş, S. (2015). Yönetim bilişim sistemleri disiplininin Türkiye'deki mevcut durumu üzerine bir inceleme. Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, (2), 136-147.

OTEL İŞLETMELERİNİN WEB ORTAMINDA ENGELLİ BİREYLERE SUNDUĞU HİZMETLERİN İNCELENMESİ

Öğretim Görevlisi, Dilek EREN
BAİBÜ, - 0000-0002-8868-9687
Öğretim Görevlisi, Hatice Zeynep ÖZTÜRK
BAİBÜ, 0000-0003-4946-8301
Prof. Dr., Ruziye COP
BAİBÜ, 0000-0002-2053-2157

ÖZET

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılması hem bireylerin ruhsal ve fiziksel sağlığı açısından hem de işletmelerin gelirlerini artırabilmeleri açısından önemlidir. Bunun yanı sıra engelli tüketicilerin turizm işletmelerinden yararlanabilmelerini sağlamak hem zorunluk hem gereklilik hem de sorumluluktur. Engelli tüketiciler tatil planlaması yaparken, engelli durumları web ortamında yararlanabilmeye uygunsa sunulan bilgilerden ve hizmetlerden yararlanmaktadırlar. Eğer engellilik durumları buna müsait değilse web ortamından onlara yardımcı olan bireyler yararlanmaktadırlar. Engelli tüketicilerin otel işletmelerinin sunduğu hizmetlerin bilgilerine ulaşabilmesi işletmelerin web siteleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu noktada araştırmanın amacı otel işletmelerinin web ortamında engelli bireylere sunduğu hizmetlerin incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Engelli tüketiciler, engelli turizm, otel işletmeleri.

1.GİRİŞ

Gelişmiş toplumların oluşmasında, engelli bireyleri toplumsal hayata adapte edebilmenin önündeki zorlukların kaldırılmasının ve hayatın tüm kesimlerine uyumlarının sağlanmasının önemli bir gösterge olduğu kabul edilmektedir. Sunulacak olan hizmetlerin oluşturulmasında ve standartların sağlanmasında engelli ve engelli yakınlarının ihtiyaç ve beklentilerinin doğru değerlendirilmesi gerekmektedir (Akıncı ve Sönmez, 2015 ; Yılmazer vd., 2020).

Şehirlerin tüm bireyler için erişilebilir olması herkesin kendini güvende ve özgür hissetmesini sağlar. İnsan merkezli yaklaşımla bütüne bakıldığında normal olarak adlandırılan bireylerin yanında hareket kısıtlılıkları olanlar da göz ardı edilmemektedir. Tüm bireylerin için erişilebilir tasarımlar yapılması sağlandığında, engelli bireylerde bu konfor ve ulaşılabilirlikten yararlanacaklardır. Bu sayede hareket kısıtlaması olan engelli bireyler; tüm toplumla birlikte yaşama ve sosyal hayatın içine dahil olma ve katılma noktasında fırsat eşitliği yaşayacaktır (Kalpakoğlu vd., 2020).

Engellilik, "doğrudan kişiye ait bir özellik olmaktan çok, fiziksel veya zihinsel bozukluğa sahip bir kişinin, günlük faaliyetleri sınırlandığı için sosyal hayata tam ve etkin şekilde uyum sağlamakta sorunlar yaşaması olarak açıklanmaktadır" (Esen, 2018, s.11). Engellilik, kişinin sahip olduğu kısıtlılıktan dolayı, toplumun yapısına uyum sağlayamamasından ortaya çıkan karmaşık sosyal ilişkiler seti olarak da ifade edilmektedir (Darcy, 2010, s. 817).

Engelli tüketiciler, genellikle tek bir çeşit insan topluluğu olarak düşünülmektedir. Ancak bunun aksine engelli grupları kendi arasında sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma altı başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; bedensel engelliler, zihinsel engelliler, görme engeliler, işitme engelliler, dil ve konuşma engeliler, daimi engelliler (sürekli hastalığı olanlar) ve diğer engelliler şeklindedir (Şahin, 2012).Engelli bireylerin sosyal faaliyetlere dahil olmasını zorlaştıran, onları ötekileştiren ve bunaltan, düzenlenmemiş çevre faktörleri ve bir takım düşmanca davranışlardır (Darcy ve Buhalis, 2011, s. 25).

Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Müdürlüğü'nün 2023 yılında yayınladığı rapora göre toplum çok farklı engel türlerine sahip çeşitli bireylerden oluşmaktadır. Bu oranlar Çizelge 1'de görülmektedir.

Çizelge 1: Ulusal Veri Tabanında Kayıtlı ve Hayatta Olan Engellilerin Yıllara Göre Oranları

	Engel Grubu (Oran)				Toplam
Yıllar	Görme	İşitme	Ortopedik	Zihinsel	
2011 (Nüfus Konut Araştırması)	1.4	1.1	7.4	2.0	11,9
2019 (Sağlık Araştırması)	5.8	4.4	13.4	5.4	29,0
2020 (Ulusal Engelli Veri Sistemi)	**4.7**	**3.8**	**6.7**	**5.8**	**21.0**

Kaynak: Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Müdürlüğü, Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, 2023

Yukarıdaki çizelgede dil ve konuşma, ruhsal ve duygusal, süreğen hastalık ile diğer bozukluklar hakkında bilgi verilmemiştir. TUİK'in 2023 yılı verilerine göre, Türkiye'nin 2020 nüfusu 83.614.312 kişidir (Data.tuik.gov.tr, 2023). 2020 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) verilerine göre Türkiye'de görme, işitme, ortopedik ve zihinsel engelli bireylerin toplam oranı %21'dir.

2011 yılında TUİK tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, adrese dayalı kayıt sisteminden elde edilemeyen yani Ulusal Engelli Veri Sistemi'nde kaydı bulunmayan büyük bir örneklem kullanılmıştır. Bu UEVS kaydı bulunmayan toplamda 9.000.000 milyon kişi ile yüz yüze görüşülmüş ve altı başlık altında sorular sorulmuştur. Bu sorularda kişilerin organ ve işlev bozukluklarından ziyade fonksiyonel sınırlılıklarına odaklanılmıştır. Bu 9.000.000 milyon kişi içinde en az bir engeli bulunan kişi sayısı 4.876.000 gibi büyük bir sayı ile ifade edilmiştir. Bu sayının nüfusa oranı % 6.9 olarak verilmiştir.

Çizelge 2:Ulusal Engelli Veri Tabanına Kayıtlı Engelli Sayısı

Yaş Grupları	Yaş Gruplarına Göre Engelli Kişi Sayısı
0-4	33.185
5-9	91.059
10-14	122.807
15-19	134.078
20-24	147.358
25-29	133.474
30-34	139.607
35-39	170.302
40-44	206.100
45-49	220.394
50-54	194.153
55-59	201.859
60-64	160.253
65-69	148.804
70-74	113.325
75-79	96.770
80-84	87.596
85^{+}	125.794
TOPLAM	2.526.918

Kaynak: Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Müdürlüğü, Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, (2023, s.18)

Anayasa'nın 23. Maddesi "Herkes, yerleşme ve seyahat hürriyetine sahiptir", 56. Maddesi "Herkes, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir", 60.Maddesi " Herkes, sosyal güvenlik hakkına sahiptir" ve 61. Maddesi "Devlet, sakatların korunmalarını ve toplum hayatına intibaklarını sağlayıcı tedbirleri alır" şeklindeki ifadeleriyle engelli bireyleri güvence altına almaktadır. Engelli bireylerin sadece yasal olarak haklarının güvence altına alınması diğer bireylerin insani ve vicdani sorumlulukların yerine getirilmesine engel teşkil etmemektedir. Her birey için onurlu bir yaşam mecburidir. Sadece engelli tüketicilere onurlu bir yaşam sağlayabilmek değil aynı zamanda kendi kendini idare edebilmeleri yani bağımsız ve kimseye ihtiyaç duymadan seyahat edebilmeleri de önemlidir. Engelli bireylerin seyahat etme hakkı temel haklardan bir tanesidir. Ancak bu alanda yapılan çok sayıdaki araştırmada engelli tüketicilerin bu haklardan tam anlamıyla yararlanamadıkları göstermektedir (Kaygısız ve Bulgan, 2015).

Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılması hem bireylerin ruhsal ve fiziksel sağlığı açısından hem de işletmelerin gelirlerini artırabilmeleri açısından önemlidir. Bu bağlamda engelli bireylerin karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelebilmek ve turizm faaliyetlerine

katılımlarını sağlayabilmek için öncelikle çevresel ve sosyal engellerin ortadan kaldırılmasını sağlayacak müdahalelerin gerekliliği belirtilmektedir. Bunun yanı sıra engelli tüketicilerin turizm işletmelerinden yararlanabilmelerini sağlamak hem zorunluk hem gereklilik hem de sorumluluktur.

Engelli bireylerin kendi kendilerine ya da bir refakatçiyle turizme katılabilmeleri, sosyal ve psikolojik bir ihtiyaçtır. "Engelli turizmi güçlenerek büyüyen ve gelişen bir olgu olmasına rağmen, bir bakıma hâlâ niş pazar olma özelliği taşımaktadır" (Popiel, 2016, s.34). Engelli tüketicilerin toplumla olan bağlarının kuvvetlendirilmesinin sağlanması ve toplumun bir parçası durumuna getirilmesi için engelli bireylerin rekreasyonel faaliyetlere katılması gerekmektedir. Engelli tüketicilerin rekreasyonel faaliyetlere katılımlarının artırılması turizm faaliyetlerine dahil olabilmelerini sağlayacaktır. Türkiye'de turizme katılan engelli tüketici oranlarının düşük olduğu ifade edilmektedir (Doğru vd., 2014). Engelli tüketicilerin turizm faaliyetlerine katılması için çok sayıdaki sorunların ortadan kaldırılmasına yönelik çabalar ile engelsiz turizm dahil olanların sayısı artırılabilecek bu sayede engelli bireylerin turizm hareketlerine katılmaları teşvik edilebilecektir (Yılmazdoğan ve Temizkan, 2015). Engelli turizm ile ilgili pek çok tanım yapılmıştır. En genel tanımı ise şöyledir : "engelli turizmi, bedensel, görme, dil, konuşma, işitme ve zihinsel açıdan engele sahip bireylere yönelik gerçekleştirilen turistik ürünlerin faaliyetlerini kapsayan turizm çeşididir*"* (Tozlu ve Atay, 2011, s. 606).

Turizm faaliyetlerine katılmak fiziksel engeli bulunan veya bulunmayan bütün tüketiciler için gerekli bir aktivitedir (Yaylı ve Öztürk, 2006). Konaklama işletmelerinde engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılımını engelleyen birçok olumsuz unsur vardır (Kalpakoğlu vd., 2020). Bunların başında otel işletmelerinde var olan iç / dış çevre fiziki engelleri gelmektedir. Bununla birlikte bireylerin içerisinde bulunduğu ruhsal durumları da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Fiziki engeller olarak konaklama işletmelerine giriş, odalar, havuz, lavabolar vb. yerlerin dizaynı ve finansal engeller bulunmaktadır (Yılmazer vd., 2020). Konaklama işletmelerinde engelli turistlerin konakladıkları süre boyunca mekânların tasarımından kaynaklanan sorunların çözülebilmesi için mekânların ergonomik açıdan ele alınması gerekmektedir (Pehlivanlıoğlu, 2012). Konaklama tesislerinde, engelli bireylerin kendi engel gruplarına göre düzenlemelerin bulunup bulunmadığı, beklenti, istek ve ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmayacağı bilgisi büyük önem arz etmektedir.

Turizm faaliyetleri hakkındaki bilginin yetersiz oluşu ya da diğer bir ifadeyle doğru ve güvenilir bilgiye erişememe ulaşamama, engelli tüketicilerin seyahat tercihini etkileyebilmekte ya da seyahat etme isteğini azaltabilmektedir (Darcy, 2003, s. 78). Bu bakımdan engelli bireylere güvenilebilir ve doğru bilginin sağlanması son derece önemlidir (Yılmazdoğan ve Temizkan, 2015). Engelli bireylerin bilgi edinmesinde elektronik kaynakların yeri de önemlidir. Engelli bireyleri kapsayan düzenlemelerin yapılması, bunların internet ortamında doğru şekilde duyurulması, engelli bireylerin seyahat kararlarını, seyahat planlamalarını ve rezervasyon süreçlerini etkileyebilmektedir. Bu açıdan özellikle web ortamında yer alan bilgilerin tam ve net şekilde verilmesi gerekmektedir. Değişen teknoloji ve dijitalleşme, tüketicileri hem bunun bir parçası ve kullanıcısı hem de düzenleyicileri durumuna getirmektedir. Günümüzde otel işletmelerinin çevrimiçi olmalarının önemi gittikçe artmaktadır. *"*İnternet bilgiye ulaşmak için en önemli araç haline gelmiştir. İnternet kullanıcısı bulunduğu yerden ihtiyaç duyduğu herhangi

bir bilgiye kolayca ulaşabilmektedir*"* (Ergün vd., 2008, s. 288). Engelli bireylerin seyahat planlamalarını yaparken yararlanabilecekleri önemli kaynakların başında seyahat acenteleri, tur operatörleri ve web ortamının geldiği söylenebilir. Ancak engelli tüketicilerin seyahat acentelerinden aldığı hizmetleri inceleyen araştırmalar, engelli tüketicilerin seyahat acentelerinden yeterince yararlanamadıklarını ve turizm faaliyetlerine katılabilmek için engelli bireylerce ihtiyaç duyulan bilginin çoğunlukla doğru ya da tam sunulmadığını göstermektedir (Capella ve Greco, 1987; Burnett, 1996). Elektronik ortamların da fiziksel ortamlarda olduğu gibi engelli bireyleri gözeterek düzenlenmemiş olması, engelli bireyler için sıkıntılar yaratabilmektedir. Hatta otel işletmeleri fiziksel düzenlemelerini engelli bireylere dönük yapmış olsalar bile bunu bilgi edinmede kullanılan elektronik ortamlarda yeterli şekilde duyurmadıklarında, yapılan çalışmalar sonuçsuz kalabilmektedir. Engelli tüketicilerin ya da onlara yardımcı olan bireylerin otellerde kaldıkları süre boyunca odaların onların ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş olması yetmemekte, bunun yanı sıra oteldeki diğer kullanım alanlarının engelli tüketiciler için uygun hale getirilmesi de önem kazanmaktadır (Ilban vd., 2016). Engelli bireylerin konaklama işletmelerinde yaşadıkları sorunlar, onların tekrar turizm aktivitesine katılmada kararsız kalmalarına hatta katılamama konusunda karar almalarına neden olmaktadır.

Herkes İçin Turizm Derneği ve Yaşar Üniversitesinin (2021) ortaklaşa hazırlamış oldukları raporun bir maddesinde, görme engelli tüketicilerin web sayfalarını kullanamayacağı düşünülse de bu gruptaki engelli tüketiciler, seyahat planlamasını yaparken, onlara yardımcı olan bireylerle birlikte internet üzerinden gezi blogları, seyahat acenteleri ve benzeri web sayfalarını inceleyerek karar aldıkları ifade edilmiştir. Görme engelli turistlerin başkalarına bağlı kalmadan çevrimiçi hizmet alabilmeyi istedikleri de ifade edilmektedir. Bir başka maddesinde zihinsel engelli tüketicilerin tatil planlarının yardımcıları ya da refakatçileri tarafından yapıldığı ve bu planlamalarda internetten yararlanıldığı ve oteller, restoranlar, müzeler vb. ilgili işletmelerin bilgilerine internet aracılığıyla ulaşıldığı görülmektedir. Diğer bir maddesinde ise işitme engelli tüketicilerin tatil planlarını yaparken, sosyal medya ortamlarından yararlandığı belirtilmiştir. Konaklama işletmelerinin engelli tüketicilere sunduğu hizmetler ve bu hizmetlerin web ortamında görünür, işitilir hale getirilmesi, engelli tüketicilerin konaklama işletmelerini tercih etmelerinde daha etkili olacağı düşünülmektedir.

Engelli tüketicilerin turizme katılabilme potansiyeli, turizm işletmeleri için büyük bir değere sahiptir. Doğal afetler ve nüfus artışı verileri, engelli sayısının her geçen gün arttığını göstermektedir. Özellikle yakın tarihlerde yaşanan 6 Şubat 2023 tarihli Kahramanmaraş Pazarcık Merkez'deki 7.7 büyüklüğündeki deprem ve ardından dokuz saat sonra Kahramanmaraş Elbistan Merkez'deki 7.6 büyüklüğündeki depremler (Ekici, 2023; AFAD), engelli birey sayısında artış olabileceğini düşündürmektedir.

Dünya genelinde engelli turizm giderek büyüyen, önemli bir pazar haline gelmiştir. Dünya Turizm Örgütü, engelli tüketicilere yönelik erişilebilir turizm, fiziksel çevre, ulaşım, bilgi ve iletişim ile halka açık veya genel kullanıma uygun tesislere erişimlerini sağlamanın öneminden bahsetmiştir (https://www.wto.org; 06.09.2023 tarihinde erişildi). Dünya Turizm Örgütü, Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi'ni yayınlamıştır (www.unwto.org ; 01.08.2023 tarihinde erişildi) . Bu bildirge de, *"*turizm faaliyetleri insan haklarına, özellikle de engelli, çocuk, yaşlı, azınlıklar benzeri daha savunmasız kitlelerin kişisel haklarının gelişimi, engelli

bireylerin hakları teminat altına alınması ve turizme katılmalarının kolaylaştırılması ele alınmıştır*"* Engelli turistlerin yılda 58 milyar dolar harcadığı bilinmektedir (newmobility.com; 1.09.2023 tarihinde erişildi). Bu, engelli tüketicilerin sadece azınlık olarak değil, yakın bir zamanda turizm pazarında büyük bir etki yaratabilecek bir güç olarak tanınması gerekliliğini göstermektedir. Engelli tüketiciler genellikle yalnız seyahat etmezler; refakatçileri, aileleri veya diğer seyahat arkadaşları ile turizm aktivitelerine katıldıkları için bu da sektörde çarpan etkisine neden olabilecektir.

Dünya genelinde olduğu gibi, engelli tüketicilerin turizm aktivitelerine katılma oranlarının diğer tüketicilere göre daha düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bu farklılığın birçok nedeni bulunmaktadır. Engelli tüketicilerin turizm faaliyetlerine katılmada yaşadıkları zorluklar sadece turizm işletmeleri ile sınırlı değildir. Birçok engelli birey, dışarıda zaman geçirmek konusunda bile tereddütler yaşamaktadır. Bu tereddütlerin nedenleri, dış mekânların erişilebilir olmaması, duygusal zorluklar, toplumun engelli bireyleri anlama konusundaki eğitim eksiklikleri gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanır. Dolayısıyla engelli tüketicilerin dışarıda turizm aktivitelerini sorunsuz bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için gereken düzenlemelerin yapılması önemlidir.

Konaklama işletmelerinde engelli turizme yönelik olması gerekenleri şu şekilde ifade edilmiştir (Yılmazer vd., 2020, s. 2836-2837): "Ortopedik engelliler, görme, işitme ve konuşma engelliler ile otizmli ve farklı gelişen bireylerin otellerin ve turizm tesislerinden yararlanabilmeleri için mimari erişilebilirlik düzenlemelerinin gerekliliği olmalı ve herkes için tasarım ilkesi benimsenmelidir. Konaklama işletmelerinin, bölümleri, odaları, asansörleri tuvaletleri ve banyoları ile tüm yaşam yerleri engelli bireyleri düşünerek dizayn edilmesi gerekmektedir".

Zaman zaman turizm işletmecileri tarafından engelliler için yapılacak düzenlemeler gereksiz maliyetler olarak görülmektedir. Bu, genellikle pazarların yeterince analiz edilmemesi ve düzenlemelerin maliyetli olduğu yanılgısından kaynaklanmaktadır (Buhalisa ve Michopouloub, 2011). Şehirlerdeki mekânların uygun hale getirilmesi ve yeniden düzenlenmesi zaman almasına rağmen turizm işletmelerindeki düzenlemeler daha hızlı bir şekilde ve daha düşük maliyetlerle gerçekleştirilebilmektedir.

Bu düzenlemeler sadece ihtiyaçtan kaynaklanan bir durum değildir. Anayasa ve yönetmeliklerle de güvence altına alınmıştır. Turizm endüstrisinden yararlanacak engelli tüketiciler için 31.05.2019 tarihli Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte Cumhurbaşkanı Kararının 1134 sayılı Resmi Gazete de konaklama tesislerinin asgari niteliklerinin belirtildiği, yatak odalarına ait madde 18/2-b bendinde şu düzenlemelere yer verilmiştir. "Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan tesisler ile dört ve beş yıldızlı oteller ve tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, asansörler, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme içme ünitesinde, günübirlik tesisler, mola noktaları ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde erişilebilirlik düzenlemeleri yapılır" (mevzuat.gov.tr, 2023; Eylül 2023 tarihinde erişildi).

Yukarıda verilmiş olan yönetmelik ve değişen düzenlemeler, turizm tesislerinin engelli bireyler için daha erişilebilir hale getirilmesini ve onların konforlu bir konaklama deneyimi yaşamalarını amaçlamaktadır. Ancak Türkiye'de bu yasal düzenlemelerin otel işletmelerine ait olan kısmında dört ve beş yıldızlı oteller ile tatil köylerinde en az bir odanın ayrılması gerekmektedir ifadesi açıkça ortada iken yapılan bazı araştırmalarda otel işletmelerinin internet sayfalarında engelli odasının bulunduğuna dair bilgi paylaşımı yapmadıkları görülmektedir.

Özellikle son dönemde ülkelerin engelli tüketiciler ve onların bulunduğu pazar için yaptığı yatırımlar ve teşvikler bunun önemini göstermektedir. Örneğin Avusturalya Turizm, İnavosyon Dairesi Başkanlığı (www.dtis.qld.gov.au ; 5.09.2023 tarihinde erişildi) web sitesinde Engelsiz Turizm için Erişebilir Turizm Yılını 2023 olarak ifade etmiş ve girişimcilerin bu işe yatırım yapması için 12 milyon dolarlık hibe verileceği açıklamıştır.

Engellilerin her türlü seyahat ve konaklama yapabilmesi için onların engel durumunu ortadan kaldıracak ya da en aza indirecek düzenlemelerin oluşturulması ve alt yapının sağlanması ile mümkün hale gelebilecektir. Bu nedenle de her türlü fiziksel ve sosyal alt yapının oluşturulması engelli tüketiciler ve onlara yardımcı olan bireyler açısından gereklidir.

2.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Yapılan literatür taramasına göre, Yılmazdoğan ve Temizkan (2014) tarafından İstanbul, Antalya ve Muğla'da bulunan bazı dört ve beş yıldızlı otellerin web siteleri taranmıştır. Bu üç ilde toplamda 784 otelin web sitelerinde içerik analizi yapılmıştır. İstanbul'da taranan otellerin içinde 153 otelin, Antalya'da 260 otelin ve Muğla'da 74 otelin web sitelerinde engelli odası bulunduğuna dair bir bilgi paylaşımı görülmediği ifade edilmiştir. Engelli odalarının sayılarının artırılması, denetleme ve düzenlemelerin daha sık yapılması engelli tüketicilerin turizme katılmasını sağlamak açısından önemli olmasının yanı sıra Türkiye'nin engelli turizmindeki rekabet gücünün de artırılması açısından değer taşımaktadır. Başka bir çalışmada ise engelli tüketicilerin turizm faaliyetlerine katılabilmeleri sağlamak için bireylerin otel işletmelerden beklentilerine yönelik İstanbul'da yapılan bir araştırmada, engelli tüketicilerin turizme katılımının sorun teşkil ettiğini ve engelli tüketiciler için uygunluğunun yeterli olmadığı ifade edilmiştir (Yılmazer vd.,2020). Bulgan ve Arman (2022) tarafından işitme engelli tüketicilerin otel işletmelerinde yaşadıkları sorunları incelemek üzere Denizli'de işitme engelli bireyler ve otel yöneticilerinin örneklemini oluşturduğu çalışmada otel işletmeleri tarafından sunulan hizmetleri ve işaret dilini bilen personelin olmaması sebebiyle zorluk yaşadıkları ifade edilmiştir. Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli toplam 869 beş yıldızlı, 992 dört yıldızlı ve 76 butik otel bulunmaktadır (yigm.ktb.gov.tr; 09.2023 tarihinde erişildi). Araştırmanın evrenini Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021) verilerine göre, Türkiye'de turistlerin en çok geceleme yaptığı üç il ve bu illerdeki Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm işletme belgeli beş yıldızlı tesisleri oluşturmaktadır.

Antalya'da 391 beş yıldızlı, İstanbul'da 134 beş yıldızlı ve Muğla'da 81 beş yıldızlı otel bulunmaktadır (yigm.ktb.gov.tr, 2023). Araştırma evreni Antalya, İstanbul ve Muğla'da bulunan 606 otelden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise,2019 tarihli Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelikten yola çıkarak amaçlı örnekleme yöntemine dayalı olarak seçilmiş toplam 296 beş yıldızlı otel oluşturmuştur. Amaçlı örneklemeye göre

seçilen bu otellerin 129'u Antalya'da, 87'si İstanbul'da ve 81'i Muğla'da bulunmaktadır. Seçilen otellerin web sitelerinde ilan ettiği bilgiler doğrultusunda içerik analizi yapılmıştır.

Evren için kullanılacak olan beş yıldızlı otellerin seçilme nedeni, 2019 tarihli Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte "Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan tesisler ile dört ve beş yıldızlı oteller ve tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, asansörler, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme içme ünitesinde, günübirlik tesisler, mola noktaları ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde erişilebilirlik düzenlemeleri yapılır*"* (mevzuat.gov.tr ; 09.2023 tarihinde erişildi) şeklindeki ifadedir.

Araştırma 2023 Yılı Ocak, Şubat, Mart, Nisan aylarında yapılmıştır. Araştırmanın yapıldığı tarihte, en son 2021 yılında yayınlanan Kültür ve Turizm Bakanlığının, Türkiye'ye gelen ve geceleme yapan turistlerin sayıları ile ilgili veriler kullanılmıştır. Bu verilere göre Antalya'da 30.013.451 turist, İstanbul'da 11.845.372 turist ve Muğla'da 4.429.781 turist konaklamıştır. Çizelge 3'de Türkiye'de (2021) en çok gecelemenin yapıldığı iller görülmektedir.

Çizelge 3. 2021 Yılı Tesislere Gelen Turist Sayıları

2021 Yılı Tesislere Gelen Turist Sayıları (Aylara Göre)													
	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK	TOPLAM
ANTALYA	346816	308767	722668	1048329	1397339	1977630	13053739	3502196	3080218	2839683	1103783	632283	30013451
İSTANBUL	473493	507698	772143	609159	424600	831959	1244463	1390916	1290817	1682788	1334740	1282596	11845372
MUĞLA	59140	52608	79577	129612	246612	461826	912004	843551	672543	778988	102666	70654	4429781
İZMİR	79872	88395	131233	110334	130569	258691	443568	475131	342124	443812	192500	178770	2874999
ANKARA	116308	130421	177921	120121	100519	180838	217670	247886	230211	255994	258852	236029	2272770

Kaynak: data.tuik.gov.tr; 07.02. 2023 tarihinde erişildi.

İstanbul, Antalya ve Muğla'dan seçilen ve taraması yapılan otellerin web sitelerinde ilan ettiği bilgilerden yola çıkılarak, içerik analizi üç başlık altında yapılmıştır.

Bu başlıklar aşağıdaki sorulardan oluşmaktadır.

1. Otel işletmesinin bir web sitesi var mı?
2. Web sitesinin çevrim içi canlı destek hattı var mı?
3. Otel işletmesinde engelli odası ve/veya odaları var mı?

3. BULGULAR

Toplamda 296 otelin web sitesi taranmıştır. Bu taranma esnasında toplamda 54 otelde engelli odasının bulunduğuna dair bilgilere yer verilmiştir. Engelli odasına ait bilgi bulunmayan

otel sayısı 242 adettir. Çizelge 4'de internet sitelerinde engelli odasının varlığına dair bilgi bulunmayan otellerin il il sayılarına yer verilmiştir. 2019 tarihli yönetmeliğin açık beyanında otellerin oda sayılarının yüzde biri oranında engelli odası olması gerekmektedir. Ancak ifade edilen sayılarda bu orana uyulmadığı görülmektedir.

Çizelge 4.Engelli Odası Bulunan Otel İşletmeleri

Şehir	N	%
İstanbul	18	20
Antalya	34	26
Muğla	2	0,25

Çizelge 5.Engelli Odası Bulunmayan Otel İşletmeleri

Şehir	N	%
İstanbul	69	79
Antalya	95	73
Muğla	79	98

2019 tarihli Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte Cumhurbaşkanı Kararının 1134 sayılı Resmi Gazete de konaklama tesislerinin asgari niteliklerinin belirtildiği, yatak odalarına ait madde 18/2-b bendinde şu düzenlemelere yer verilmiştir. "Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan tesisler ile dört ve beş yıldızlı oteller ve tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, asansörler, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme içme ünitesinde, günübirlik tesisler, mola noktaları ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde erişilebilirlik düzenlemeleri yapılır" ifadesi net bir biçimde ortadadır. Yapılan taramada toplamda 297 otel içerisinde 243 otelin engelli odasının varlığına dâhil bir bilginin web sitelerinde paylaşılmadığı görülmüştür. Yılmazdoğan ve Temizkan (2014) tarafından yapılan çalışmada da görülen engelli odası eksikliğinin dokuz yıl gibi bir zaman dilimine rağmen hala tamamlanamadığı ya da tamamlanmış olsa bile web sitelerinde bu bilgilerin paylaşılmadığı anlaşılmıştır.

Otellerin engelli odası sayısındaki eksiklik engelli tüketicilerin konaklamada problem yaşayabileceğinin önemli bir göstergesidir.

Çizelge 6. Online Hizmet Desteği Veren Otel İşletmeleri

Şehir	N	%
İstanbul	3	0,3
Antalya	25	1,9
Muğla	6	0,75

Çizelge 7. Online Hizmet Desteği Bulunmayan Otel İşletmeleri

Şehir	N	%
İstanbul	84	96
Antalya	104	80
Muğla	74	92

Değişen teknoloji ve dijitalleşme, engelli tüketicileri hem bunun bir parçası ve kullanıcısı hem de düzenleyicileri durumuna getirmektedir. Engelli tüketicilere otel işletmeleri tarafından sunulacak hizmetler arasında çevrimiçi olabilmeleri gelmektedir. Özellikle görme engelli turistlerin başkalarına bağlı kalmadan çevrimiçi hizmet alabilmeyi istedikleri bilinmektedir. Ancak Çizelge 6 ve Çizelge 7'de toplam 297 otelin içerisinde sadece 31 otelin çevrim içi destek verebildiği, 262 otelin ise hala çevrim içi destek veremediği görülmüştür. Bu sayı otel işletmelerinin %10'unun engelli tüketicilerin istek ve ihtiyaçları ile ilgi gösterdiğini düşündürmektedir.

Çizelge 8.Web Sitesine Sahip Otel İşletmeleri

Şehir	N	%
İstanbul	87	100
Antalya	129	100
Muğla	81	100

Engelli tüketicilerin tatil planlarının yardımcıları ya da refakatçileri tarafından yapıldığı ve bu planlamalarda internetten yararlanıldığı ve oteller, restoranlar, müzeler vb. ilgili işletmelerin bilgilerine internet aracılığıyla ulaşıldığı bilinmektedir. Çizelge 8'de otel işletmelerinin tamamının web sitelerine sahip olduğu ifade edilmiştir.

4.SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Engelli tüketiciler tatil planlaması yaparken, engelli durumları web ortamında yararlanabilmeye uygunsa sunulan bilgilerden ve hizmetlerden yararlanmaktadırlar. Eğer engellilik durumları buna müsait değilse web ortamından onlara yardımcı olan bireyler yararlanmaktadırlar. Tatil planlamaları sırasında engelli tüketiciler için oteller, yiyecek içecek

işletmeleri, seyahat acentaları ya da ulaşım hizmeti sağlayan işletmelerin sunduğu web sayfası içerikleri önemli hale gelmektedir. Özellikle otellerin engelli tüketicilere sunduğu hizmetler ve bunların görünür işitilir hale getirilmesi engelli turizmine katılacak bireyler tarafından önemlidir. Turizm endüstrisinde hizmet veren işletmelerin engelli tüketicilerin turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlayarak bir pazar oluşturulması gerekmektedir.

Türkiye'de bu yasal düzenlemelerin otel işletmelerine ait olan kısmında dört ve beş yıldızlı oteller ile tatil köylerinde en az bir odanın ayrılması belirtilmektedir. Yapılan bu araştırmada otel işletmelerinin internet sayfalarında engelli odasının bulunduğuna dair bir bilgi paylaşımı yapmadıkları görülmüştür. Bu sonuç daha önce yapılan araştırmaları desteklemektedir. Araştırmaya konu olan otellerin tamamının web sitesine sahip olduğu tespit edilmişken sadece %10'unun çevrim içi hizmet verdiği görülmüştür. Engelli tüketicilerin bu hizmetlerden yararlanabilmesi için otel işletmelerinin yönetmelikte belirtilen yükümlülüklerin yerine getirilmesi denetimlerle sağlanmalıdır.

Bundan sonra yapılacak araştırmaların engelli bireylerin turizm deneyimlerini iyileştirmek için gerekli düzenlemelerin yapılmasına ve tesislerin daha erişilebilir hale getirilmesine yol göstereceği düşünülmektedir. Engelli tüketicilerin turizm aktivitelerine daha rahat katılımı için tesislerin ve işletmelerin engellilere yönelik ihtiyaçlarına daha duyarlı ve uygun hale getirilmesi önemlidir. Bu, turizm sektörünün daha kapsayıcı ve adaletli hale gelmesine katkıda bulunacaktır.

Bu çalışmanın kısıtı sınırlı sayıda şehir ve otelde yapılmasıdır. Gelecekte yapılacak araştırmacılara öneri daha fazla il ve otelin ele alınması oteller arasında karşılaştırma yapılması önemlidir. Ayrıca araştırmacıların otellerin engelli bireyler için oluşturdukları daha çok kriteri incelemeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

AFAD-Türkiye Cumhuriyeti İç İşleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. (2023). *06.Şubat.2033 Pazarcık Elbistan Depremlerine İlişkin Ön Değerelendirme Raporu.* Ankara: Deprem Dairesi Başkanlığı.

Akıncı, Z., & Sönmez, N. (2015). Engelli Bireylerin Erişilebilir Turizm Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm araştırmaları Dergisi, 26*(1), 97-113.

Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information enabled tourism destination marketing: addressingthe accessibility market. *Current Issues in Tourism, 14*(2), 145-168.

Bulgan, G., & Arman, H. (2022). İşitme Engelli Bireylerin Otel İşletmelerinde Yaşadıkları Sorunların İrdelenmesi: Denizli İlinde Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19*(3), 1429-1451.

Burnett, J. J. (1996). What services marketers need to know about the mobility- disabled consumer. *The Journal of Services Marketing, 10*(3), 3-20.

Capella, L. M., & Greco, A. J. (1987). Information sources of elderly for vacation decisions. *Annals of Tourism Research, 14*(1), 148-151.

Darcy, S. (2010). Inherent complexity: disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management, 31*(6), 816-826.

Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Accesible Tourism : Concepts and İssues. S. Darcy, & D. Buhalis içinde, *From disabled tourists to accesible tourism* (s. 1-20). Bristol: Channel View Publications Ltd.

Doğru, H., Kavgalak, S., Çavdırlı, C. M., & Bahçeci, V. (2014). Engelli Bireylerin Turizm Hizmetlerine Yönelik Şikayetleri. *Gazi Üniversitesi Turizm fakültesi Dergisi*(2), 33-47.

Engelli ve Yaşlı Hizmetler Genel Müdürlüğü. (2020). *Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni , Ağustos 2020.* Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Aile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.

Engelli ve Yaşlı hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2023). *Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni.* Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. 09 01, 2023 tarihinde alındı

Esen, M. F. (2018). Türkiye'de Engelli Bireylerle İlgili Veriler. S. Arıkan, & E. Ayyıldız içinde, *Engelli Bireylerin Destekli İstihdamı* (s. 1-11). İstanbul: Akademik Kitaplar.

Herkes İçin Turizm Derneği ve Yaşar Üniversitesi. (2021). *Engelli Seyahat Kılavuzu.* İstanbul: Herkes İçin Turizm Derneği.

İlban, M., Akkılıç, M., Varol, İ., & Güleç, E. (2016). Engelli Tüketicilerin Konaklama İşletmelerine İlişkin Etik Tutum ve Beklentilerinin Belirlenmesi. *Journal of Travel & Hospitality Management, 13*(1), 93-108.

Kaygısız, Ü., & Bulgan, G. (2015). İnsan Hakları Çerçevesinde Engellilerin Seyahat Hakkı ve Avrupa Birliği'ndeki Yasal Düzenlemeler. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 98-106.

Pehlivanlıoğlu, B. (2012). Konaklama Yapılarının Engellilere Yönelik Oda Düzenlemelerinin İrdelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 2*(4), 27-35.

Popiel, M. (2016). Tourism Market, Disability and Inequality: Problems and Solutions. *Acta Academica Karviniensia*, 25-36.

Şahin, H. (2012). Engelli Bireylerin Konaklama Tesislerinden Memnuniyet Durumlarının İncelenmesi. Doktora Tezi: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Aile veTüketici Bilimleri Anabilim Dalı.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023, ekim 5). Turizm İşletmesi Belgeli Tesisler. Ekim 5, 2023 tarihinde alındı

Tozlu, E., Mercan, O., & Atay, L. (2012). Çanakkale'nin Engelli Turizmine İlişkin Durumunun Belirlenmesine Ve Planlanmasına Yönelik Bir Çalışma. *Aksaray Üniversitesi İibf Dergisi, 2*(2), 1-16.

Yasa. (2019). Turizm Tesislerine İlişkin Yönetmelik. Ankara. 09 01, 2023 tarihinde alındı

Yaylı, A., & Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergis, 17*(1), 87-97.

Yılmazdoğan, O. C., & Temizkan, S. P. (2014). Otel İnternet Sitelerinde Engelli Bireylerin İhtiyaçlarına Yönelik Bilgilerin Varlığı Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 1*(2), 159-172.

Yılmazer, A., Kalpaklıoğlu, N., & Yılmaz, S. (2020). Engelli Bireylerin Turizme Katılımına Yönelik Konaklama İşletmelerinden Beklentileri ve Mevcut Durum Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *TurizmAraştırmaları Dergisi, 4*(3), 2821-2839.

https://www.google.com/search?q=www.un.org+social.desa.un.org/issues/disability

(Erişim tarihi 5.11.2023)

https://data.tuik.gov.tr/

(Erişim tarihi 7.02.2023)

https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/turkey.pdf

(Erişim tarihi: 25. 08. 2023)

https://newmobility.com

(Erişim tarihi: 05. 09. 2023)

https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance

(Erişim Tarihi: 05.09.Eylül.2023)

https://www.dtis.qld.gov.au/

(Erişim Tarihi: 5.09.2023)

SAĞLIK İNANCI İLE SAĞLIKTA GİYİLEBİLİR TEKNOLOJİLERİ BENİMSEME NİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Şükran KARACA
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, , ORCID-ID 0000-0002-0268-1810
Doç. Dr. Yusuf ÖCEL
Düzce Üniversitesi, ORCID-ID 0000-0002-4555-7035

ÖZET

Giyilebilir teknolojiler, kullanıcıların vücuduna takılabilen aksesuarlara dahil edilen elektronik teknolojilerdir. Teknolojik özellikleri sağlık özellikleriyle birleştiren sağlık hizmetleri giyilebilir teknoloji ürünleri, kullanıcıların sağlığına ilişkin bilgilerin gerçek zamanlı olarak izlenmesinde önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, sağlık inancı ile sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Çalışmanın bir diğer amacı ise, sağlık inancı ve sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit edilmesidir. Bu doğrultuda daha önce giyilebilir teknolojik ürünleri kullanmamış 247 kişiden çevrimiçi anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Veriler SPSS programı aracılığıyla analizlere tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda; sağlık inancının giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda sağlık inancının cinsiyet, yaş, eğitim ve mesleklere; sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetinin ise katılımcıların yaş ve eğitimlerine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda sağlıkta giyilebilir teknolojileri kullanım niyetini arttırmaya yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlık İnancı, Giyilebilir Teknolojiler, Benimseme Niyeti

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN HEALTH BELIEF AND THE INTENTION TO ADOPTE WEARABLE TECHNOLOGIES IN HEALTH

ABSTRACT

Wearable technologies are electronic technologies incorporated into accessories that can be worn on users' bodies. Healthcare wearable technology products, which combine technological features with health features, are important in real-time monitoring of users' health information. In this context, the aim of the study is to examine the relationship between health belief and the

intention to adopt wearable technologies in health. Another aim of the study is to determine whether the health belief and the intention to adopt wearable technologies in health differ according to the demographic characteristics of the participants. In this direction, data were collected from 247 people who had not used wearable technological products before, using the online survey technique. The data were analyzed using the SPSS program. As a result of the analysis; It has been found that health beliefs have associated with the intention to adopt wearable technologies. At the same time, health belief depends on gender, age, education and occupation; It was concluded that the intention to adopt wearable technologies in health differs according to the age and education of the participants. In line with the results obtained, various suggestions have been presented to increase the intention to use wearable technologies in health.

Keywords: Belief in Health, Wearable Technologies, Intention to Adopt

1. GİRİŞ

Bilgi teknolojisinin gelişmesi ve insanların sağlık hizmetlerine yönelik kaygılarının artmasıyla birlikte sağlıkta giyilebilir teknolojiler son yıllarda giderek daha fazla ilgi görmektedir (Zhang vd., 2017). Akıllı telefonların icadından sonra giyilebilir cihazlar, teknoloji dünyasındaki bir sonraki büyük yeniliktir (Karaca, 2022). Giyilebilir teknoloji, birçok cihazda uygulanabilen ve insanların yaşam kalitesini daha iyi hale getirmek için yenilikçi ve çeşitli hizmetler veya ürünler oluşturmak için bazı işlevler ekleyen popüler trendlerden biridir (Chen ve Shih, 2014). Giyilebilir cihazların en büyük uygulama alanlarından birinin sağlık ve tıp alanlarında olduğu ileri sürülmektedir (Chan vd., 2012).

Sağlık sektöründe giyilebilir teknoloji, sağlık özelliklerini ve teknoloji özelliklerini bir araya getirmektedir (Chan vd., 2012; Zhang vd., 2017). Örneğin, kullanıcılar günün 24 saati bileklik veya kolye tipi giyilebilir cihazlar takarak uyku, yakılan kalori, kalp atış hızı ve kat edilen mesafe gibi sağlık durumlarını gerçek zamanlı olarak izleyebilirler (Li vd., 2016). Kullanıcılar bu verileri analiz ederek sağlık seviyelerini iyileştirecek şekilde fiziksel durumlarını doğru şekilde yönetebilirler (Zhang vd., 2017). Giyilebilir bir sağlık cihazı kullanılarak sağlık durumunun sürekli izlenmesi, kullanıcıya veya hastaya önemli faydalar sağlamaktadır. Öncelikle bir hastalık ya da rahatsızlıkla ilgili değişiklikler meydana geldiği anda tespit edilerek hastayı ya da hastayla ilgilenen hekimi uyarmaktadır. Bu tür sürekli izleme özellikle diyabet, kalp rahatsızlıkları ve astım gibi kronik hastalıkları olan hastalar için faydalıdır (Roman vd., 2015).

Sağlık sektöründe tüketicilerin giyilebilir teknolojileri benimsemek isteyip istememeleri, tüketicilerin niteliklerine sıkı sıkıya bağlıdır. Bu nedenle, tüketicilerin giyilebilir teknolojiyi benimseme niyetini neyin etkilediğini araştırmak için sağlık özelliklerini ve tüketici özelliklerini teknik özelliklerle entegre etmek önemlidir. Sağlık özellikleri açısından sağlık inancı en çok tartışılan özelliklerden biridir ve dikkate alınmalıdır (Zhang vd., 2017). Sağlık inancı, sağlıkta giyilebilir teknolojiyi benimseme niyetinin bir yordayıcısı olarak kabul edilmektedir (Chau vd., 2019). Tüketici özellikleri açısından ise, demografik değişkenlerden özellikle cinsiyetin sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetini etkilediği öne sürülmektedir (Zhang vd., 2017). Bu bağlamda çalışmada, hem sağlık özeliklerinden sağlık inancı hem de tüketici özelliklerinden sadece cinsiyet değil diğer demografik değişkenlerde dikkate alınarak bu değişkenlerin sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulguların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın evrenini Türkiye'de yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, daha önce giyilebilir ürünleri kullanmamış ve kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş toplam 247 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler Haziran-Temmuz 2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

Çalışmada beşli Likert tipinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum…3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum...5-Kesinlikle Katılıyorum) bir ölçüm aracı kullanılmıştır. Ankette yer alan ifadeler Chau vd. (2019) tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır. Ayrıca ankette katılımcıların demografik özelliklerini ölçen ifadeler (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek, gelir durumu) yer almaktadır. Çalışmada SPSS programı aracılığıyla güvenilirlik, normallik, korelasyon, bağımsız örneklem T testi ve tek yönlü Anova analizleri yapılmıştır.

3. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırmaya katılan kişilerin %59,5'i kadın, %40,5'i erkektir. Katılımcıların %43,7'si evli, %56,3'ü bekardır. Katılımcıların büyük kısmı(%48,2) 31-40 yaş aralığında ve yarısından fazlası (%52,2) 15000 TL ve altı bir gelire sahiptir. Katılımcıların %52,6'sı önlisans/lisans eğitim düzeyine sahiptir. Son olarak meslek/meşguliyet dağılımına bakıldığında katılımcıların %33,2'si kamu çalışanı ve %27,5'i öğrencidir.

Araştırmada toplanan verilerin normal dağılıp dağılmadığını test etmek için normallik testi yapılmış ve Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerlerine bakılmıştır. Normallik testi

sonucunda faktörlerin çarpıklık ve basıklık katsayıları -3 ile +3 arasında olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır (Eroğlu, 2014). Bu nedenle verilerin analizinde parametrik analizler kullanılmıştır.

Sağlık inancı ile sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda; sağlık inancı ile giyilebilir teknolojiler benimseme niyeti arasında orta düzeyde ve pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Sağlık inancı ve sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Bağımsız örneklem t testi sonucuna göre; sağlık inancı katılımcıların cinsiyetine göre farklılık gösterirken, sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Sağlık inancı ve sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti medeni duruma göre farklılık göstermemiştir. Sağlık inancı ve sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetinin yaş, eğitim düzeyi, gelir durumu, ve meslek/meşguliyetlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Tek yönlü anova analizi sonucuna göre; sağlık inancı katılımcıların yaş, eğitim ve mesleklerine göre farklılık gösterirken, sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti ise katılımcıların yaş ve eğitimlerine göre farklılık göstermektedir.

4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Gelişen teknoloji, kullanıcıların kişisel sağlığının sürekli değerlendirilmesini ve izlenmesini desteklemektedir. Küresel sağlık senaryosu, kronik hastalıklardan kaçınmak ve COVID-19'un bulaşmasını önlemek için bireylerin kişisel kondisyon ve sağlık izleme konularını ciddi şekilde dikkate almasını gerektirmektedir (Wang vd., 2020). Bu bağlamda çalışmanın amacı sağlık inancı ile sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu kapsamda Türkiye'de yaşayan 18 yaş ve üzeri, daha önce giyilebilir teknolojik ürünleri kullanmamış 247 kişiden çevrimiçi anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS aracılığıyla analizlere tabi tutulmuştur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda; sağlık inancı ile giyilebilir teknolojiler benimseme niyeti arasında orta düzeyde ve pozitif bir ilişki vardır. Çalışmanın bir diğer amacı ise, sağlık inancı ve sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetinin katılımcıların demografik

özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir. Yapılan analizler sonucunda; sağlık inancının cinsiyet, yaş, eğitim ve mesleklere; sağlıkta giyilebilir teknolojileri benimseme niyetinin ise katılımcıların yaş ve eğitimlerine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda giyilebilir sağlık ürünlerine yönelik benimseme niyetini arttırmak için şu önerilerde bulunulabilir:

- Giyilebilir sağlık cihazının yararları ve özellikleri hakkında potansiyel kullanıcılar arasında yeterince bilgi sahibi değildir. Bu nedenle bu konuda gerekli bilgilendirmeler yapılarak insanların farkındalıkları artırılmalıdır.
- Giyilebilir ürünler pahalı cihazlardır. Her ne kadar mevcut çalışma bulgularında benimseme niyetinde gelirin bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmış olsa da, bu ürünlerin fiyatları kişilerin giyilebilir ürünleri benimseme niyetini etkileyebilir. Bu nedenle maliyeti artırıcı çeşitli önlemler alınması gerekmektedir.
- Sağlık hizmetlerinde inovasyon, yaşlı yetişkinlerin sağlık durumlarının izlenmesini ve sağlık kurumlarının üzerindeki yükün azaltılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle yaşlı yetişkinlerde daha iyi bakım sağlamak ve bağımsız yaşamayı kolaylaştırmak için teknoloji aracılı ürünlerin tasarlanması önemlidir (Smith, 2014). Bu teknolojilerin yaşlılar için kapsayıcı ve erişilebilir olması esastır. Ancak bu hedeflere ancak yaşlıların tasarım ve geliştirme sürecine dahil edilmesiyle ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

Chan, M., Estève, D., Fourniols, J.Y., Escriba, C., Campo, E., Smart Wearable Systems: Current Status And Future Challenges, Artificial Intelligence in Medicine, 56,3, 137-156, 2012.

Chau, K. Y., Lam, M. H. S., Cheung, M. L., Tso, E. K. H., Flint, S. W., Broom, D. R., ... Lee, K. Y., Smart Technology For Healthcare: Exploring The Antecedents Of Adoption İntention Of Healthcare Wearable Technology, Health Psychology Research, 7,1, 33-39, 2019.

Chen, C. C. ve Shih, H. S., A Study of The Acceptance Of Wearable Technology For Consumers-An Analytical Network Process Perspective, The International Symposium On The Analytic Hierarchy Process, Washington, D. C., 2014.

Eroğlu, A., *Çok Değişkenli İstatistik Tekniklerinin Varsayımları* içinde Şeref Kalaycı (Ed.), SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (6. Baskı, ss. 207-231). Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2014.

Karaca, Ş., Teknoloji Kabul Modeli Bağlamında Giyilebilir Teknolojilere Yönelik Tutumun Satın Alma Niyetine Etkisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9,1, 81-101, 2022.

Li, H., Wu, J., Gao, Y., Shi, Y., Examining İndividuals' Adoption Of Healthcare Wearable Devices: An Empirical Study From Privacy Calculus Perspective, International Journal of Medical Informatics, 88, 8-17, 2016.

Smith, A., Older Adults and Technology Use; Pew Research Center: Washington, DC, US, 2014.

Wang, H., Tao, D., Yu, N., Qu, X., Understanding Consumer Acceptance Of Healthcare Wearable Devices: An İntegrated Model Of UTAUT And TTF. Int J Med Inform, 139, 104156, 2020.

Zhang, M., Luo, M., Nie, R., Zhang, Y., Technical Attributes, Health Attribute, Consumer Attributes And Their Roles in Adoption İntention Of Healthcare Wearable Technology, International Journal of Medical İnformatics, 108, 97-109, 2017.

Zhang, Y., ve Rau, P.P., Playing With Multiple Wearable Devices: Exploring The Influence Of Display, Motion And Gender, Computers in Human Behavior, 50, 148-158, 2015.

SAĞLIK TURİZMİNDE KENT REKABETÇİLİĞİNİN ÖNCÜLLERİNİ BELİRLEMEYE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. Yusuf ÖCEL
Düzce Üniversitesi, ORCID-ID 0000-0002-4555-7035
Doç. Dr. Şükran KARACA
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, ORCID-ID 0000-0002-0268-1810

ÖZET

Son yıllarda Türkiye'de sağlık turizmi pazarı hızlı bir şekilde büyüyerek olgunluk seviyesine ulaşmıştır. Bu durum işletmeler arasında rekabetin yaşanmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'de sağlık turizmi yetki belgesi almış sağlık kurumlarının kent rekabetçiliği seviyelerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, sağlık turizminde kent rekabetçiliğinin öncüllerini belirlemeye yönelik bir inceleme yapmaktır. İkincil verilerin kullanıldığı bu çalışmada Türkiye'de iller arasında sağlık turizmi açısından kent rekabetçiliğinin öncülleri belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırmada 55 ilde toplam 627 hastanenin sağlık turizmi yetki belgesi aldığı (22.08.2023 tarihi itibariyle) anlaşılmıştır. Ayrıca sağlık turizmi yetki belgesi almış tıp merkezi, muayenehaneler ve diğer sağlık tesisleri de bulunmaktadır. Porter'ın elmas modeli temel alınarak yapılan çalışmada, sağlık turizminde faktör koşullarında Marmara, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin avantajlı konumda olduğu anlaşılmıştır. Sonuç olarak sağlık turizminde kent rekabetçiliğinde avantaj elde etmek için faktör koşullarında ulaşım altyapısı, doktor sayısı, kaplıca ve içmelerin sayısı ile doğal güzellikler; talep koşullarında turist sayısı ve alternatif turizm çeşitliliği; ilgili ve destekleyici kuruluşlar incelendiğinde hastane, muayenehane, özel tıp merkezi, yetkilendirilmiş aracı kuruluş ve diğer sağlık tesisler; firma yapısı stratejisi ve rekabet konusunda yetkilendirilmiş aracı kuruluş sayısı, hastane yatak kapasite oranı ile jenerik rekabet stratejileri uygulamaları; devlet destekleri incelendiğinde ise bölgesel teşvik uygulama düzeyinin önemli olduğu söylenebilir.

Anahtar kelimeler: Sağlık Turizmi, Kent Rekabetçiliği, Elmas Modeli

A STUDY TO DETERMINE THE PRELIMINARIES OF URBAN COMPETITIVENESS IN HEALTH TOURISM

ABSTRACT

In recent years, the health tourism market in Turkey has grown rapidly and reached maturity level. This situation causes competition between businesses. Therefore, it is important to examine the city competitiveness levels of health institutions that have received health tourism authorization certificates in Turkey. The main purpose of this study is to conduct an examination to determine the antecedents of city competitiveness in health tourism. In this study using secondary data, the antecedents of city competitiveness in terms of health tourism among the provinces in Turkey were tried to be determined. As a result of the research, it was understood that a total of 627 hospitals in 55 provinces received health tourism authorization certificates (as of 22.08.2023). There is also a medical center, clinics and other health facilities that have received a health tourism authorization certificate. In the study based on Porter's diamond model, it was understood that the Marmara, Central Anatolia, Aegean and Mediterranean regions are in an advantageous position in factor conditions in health tourism. As a result, in order to gain an advantage in city competitiveness in health tourism, the factor conditions are transportation infrastructure, number of doctors, number of spas and springs and natural beauties; number of tourists and alternative tourism diversity under demand conditions; When the relevant and supporting organizations are examined, hospitals, clinics, private medical centers, authorized intermediary institutions and other health facilities; company structure strategy and the number of intermediary institutions authorized for competition, hospital bed capacity ratio and generic competition strategies applications; When state supports are examined, it can be said that the level of regional incentive implementation is important.

Key words: Health Tourism, City Competitiveness, Diamond Model

1. GİRİŞ

Günümüzde gittikçe gelişen turizm faaliyetlerinden birisi de sağlık turizmidir. Sağlık hizmeti almak için ülke dışına çıkmak yeni bir olgu değildir. 18. yy.'dan 20. yy.'a kadar gelişmekte olan ülkelerden Avrupa ve ABD'ye seyahat edilirken günümüzde durum tersine dönmeye başlamıştır (Fetscherin ve Stephano, 2016, s. 539; Seyran, 2022, s. 315). İnsanlar, tedavi için uzun bekleme sürelerine katlanmamak, daha gelişmiş tedavi yöntemlerine ulaşmak ve bu amaçla gittikleri yerlerde tedavilerinin ardından tatillerini geçirmek (Kuşat ve Esen, 2022, s.

37), kültürel benzerlik, ekonomik fiyat, belirli tıbbi müdahaleler için yasal engellerin olması (Jaapar vd., 2017), hizmet kalitesi, sağlık personelinin dil yeterliliği, tıbbi tesislerin akreditasyonu, sağlık kuruluşu ve çalışanların itibarı (John ve Larke, 2016, s. 78) gibi sebeplerle bu turizm türüne yönelmektedirler. Sağlık turizmi, turizm çeşitliliğinin sağlanmasında, turizmin ve turizm faaliyetlerinin ülke geneline yayılmasında önemli bir alternatiftir (Albayrak, 2013).

Ülkelerin sağlık turizmi potansiyelini ölçümlemede Medikal Turizm İndeksinden yararlanılmaktadır. Bu indeks bir ülkenin birtakım özelliklerine göre sağlık turizmi açısından çekiciliğini ölçmektedir (Fetscherin ve Stephano, 2016, s. 540). Medikal turizm endeksine göre ülke özellikleri, sağlık hizmetlerinin kalitesi, tesis özellikleri, doktorların eğitimi gibi faktörler göz önüne alındığında en yüksek orana sırasıyla; Kanada, Singapur, Japonya, İspanya, İngiltere, Dubai, Kosta Rika, İsrail, Abu Dabi ve Hindistan'nın sahip olduğu belirtilmektedir (MedicalTourism.com, 2020).

Sağlık turizmi kapsamında istatistikler incelendiğinde 2022 yılında Türkiye'ye toplam 1 milyon 258 bin 382 kişi sağlık hizmeti almak için gelmiş ve buradan elde edilen gelir ise 2 milyar 119 milyon 059 bin ABD doları tutarında gerçekleşmiştir (USHAŞ, 2022). Yapılan bir araştırmada Türk sağlık turizmi sektörünün dünya sağlık turizmi sektörü ve Türk hizmet sektörü çerçevesindeki rekabet gücünün yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kuşat ve Esen, 2022).

Bu çalışma ile Türkiye'de sağlık turizmi yetki belgesi almış sağlık kuruluşlarının rekabet avantajına etki edebilecek faktörlerin neler olduğu ortaya çıkarılmıştır. Durum analizi niteliği taşıyan bu çalışma ile yerel ve ulusal düzeydeki yöneticilere, sağlık kurumları yöneticilerine, sağlık turizmi faaliyetlerine giriş yapmayı düşünen yöneticilere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. LİTERATÜR

1.1. SAĞLIK TURİZMİ

İnsanların seyahat etmek sureti ile ikamet ettiği yerin dışında konaklayarak tedavi olmayı amaçlamaları özel bir turizm çeşidi olan sağlık turizmini ortaya çıkarmıştır (Aydın, 2012, s. 92; Seyran, 2022, s. 322). Sağlık turizmi kısaca kişilerin sağlık hizmetleri ihtiyaçlarını (teşhis, tedavi, rehabilitasyon) ikamet ettikleri ülke dışında alma durumudur. Turizm sektörü 1990'lı yıllardan sonra Doğu Avrupa ülkelerindeki siyasi rejimlerin hızla liberal yapılara dönüşerek, seyahat özgürlüğü önündeki kısıtlayıcı engellerin kalkması gibi siyasi ve ekonomik temel tercihlerdeki değişikliklerden dolayı büyüme yönünde ivme kazanmıştır (Bulu ve Eraslan,

2008). İnternet teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte insanların ve ürünlerin Dünya üzerinde serbestçe dolaşması işletmeler için hem bir fırsat hem de bir tehdit unsuru haline gelebilmiştir.

Türkiye zengin bir tarihe sahip olmakla birlikte, jeotermal kaynak zenginliğine de sahiptir. Türkiye, jeotermal zenginlikte dünya ölçeğinde dördüncü, doğrudan kullanım ve Avrupa'da birinci sırada yer almaktadır (Çağatay, 2023).

Yapılan bir çalışmada sağlık turizmi için belirlenen kriterlerin öneminin sırasıyla; iklim koşulları, insan kaynakları, ekipman kalitesi ve ulaşım imkanları olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çakır ve Taş, 2021). Sağlık turizmi; Medikal, Termal, Yaşlı ve Engelli turizmi, Spa ve Wellness Turizmi olmak üzere dört kısımda incelenmektedir (Şahin ve Tuzlukaya, 2013; Şen vd., 2022, s. 152).

Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçları birbirinden farklılık göstermektedir. TÜİK 2023 yılı I. çeyrek verilerine göre sağlık amaçlı Türkiye'ye gelenlerin toplam turist içerisindeki payının %5 olduğu aşağıdaki grafikte anlaşılmaktadır. Türkiye'de sağlık turizmi yetki belgesi almış toplam 55 ilde 627 hastane; 22 ilde 165 tıp merkezi; 35 ilde 1491 muayenehane; 33 ilde 907 diğer sağlık tesisleri ve 31 ilde 842 aracı kuruluş bulunmaktadır (SHGM, 2023).

1.2. Kent Rekabetçiliği

Rekabet sadece işletmeler, firmalar, kişiler arasında yaşanan bir olgu değildir. Kentler, bölgeler ve devletler arasında da rekabet yaşanmaktadır. Eski zamanlardan beri yerel olarak çalışmalarını sürdüren kentler, ulaşım, altyapı, sağlık, ekonomi ve teknoloji alanındaki gelişmeler ile ulusal sınırları aşarak bu sınırların dışındaki uluslara da ulaşmaya başlamıştır (Özkurt ve Öcel, 2021, s. 238).

Jiang (2007) Çin'deki 253 şehrin rekabetçiliklerini analiz ettiği çalışmada 3 ana bileşenin kent rekabetçiliğinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunlar ekonomik rekabetçilik, sosyal rekabetçilik ve çevresel rekabetçiliktir. Başka bir çalışmada bir destinasyonun rekabetçi konumunun önemli belirleyicilerin; destinasyon imajı, iklim ve çevre, çekicilik, tarihi eserler, doğal plajlar, sağlık turizmi altyapısı, hizmet kalitesi, misafirperverlik, erişilebilirlik, tesisler ve fiyat olduğu belirtilmiştir (Upadhyay, 2011).

Kent rekabetçiliği literatürde farklı yöntemlerle incelenmektedir. Bu yöntemlerden biriside Porter'ın Elmas modelidir. M. Porter 1990 yılında yayınlamış olduğu "Ulusların Rekabet Avantajı" isimli kitabında geliştirdiği model ile bazı ulusların diğer uluslara göre belirli sektörlerde daha rekabetçi olabildiği sorusunu yanıtlamaya çalışmıştır (Gürpınar ve Sandıkçı,

2008, s. 105). Porter çalışmalarında dört temel değişkenin ulusların rekabet gücünü belirleyen unsurlar olduğunu belirtmiştir. Bu değişkenler (Erkan ve Erkan, 2004);

- Faktör koşulları,
- Talep koşulları,
- İlgili ve destekleyici faktörler,
- Firma yapısı stratejisi ve rekabettir.

Bu modelde dört önemli değişken bulunmakla birlikte dış faktör olarak devlet ve karşılaşılan fırsat ve şans faktörünün de etkili olduğu belirtilmektedir. Böylece modelde altı değişken olduğu belirtilmektedir. Bu model, sadece ülkeler için değil, bölgeler ve kentler içinde uygulanabildiği yapılan çalışmalarda kanıtlanmıştır (Bulu ve Eraslan, 2008; Yılmaz, 2017; Köksoy, 2018; Özkurt ve Öcel, 2021).

1.3. Sağlık Turizminde Kent Rekabetçiliğinin Öncülleri

Sağlık turizminin ülkeler açısından rekabet koşulları değerlendirildiğinde; coğrafi konum, turizm ülkesi olması, kaliteli sağlık hizmet sunumu, sağlıkta ileri teknolojik donanım, ülke politikasında sağlık turizmi ağırlığı, yabancı sermaye, yurt dışında eğitim görmüş doktor ve ekonomik fiyat olduğu söylenebilir (Tontuş, 2017). Bu durumda sağlık tüketicilerinin sağlık turizmi için isteklerinin birbirinden farklı olabileceği söylenebilir. Bunların dışında zorunlu hallerde de insanlar sağlık hizmetlerini farklı ülkelerden almak durumunda kalabilmektedir. Savaş, zorunlu göçe tabi olma, daha iyi şartlarda çalışma/yaşama isteği gibi durumlar örnek gösterilebilir (Karagöz vd., 2022, s. 3).

2016-2020 yılları arasında sağlık turizmi alanında yapılan çalışmaların sonuçları değerlendirildiğinde kişileri sağlık turizmine yönlendiren faktörlerin en fazla sırasıyla aşağıdaki kriterlerin olduğu belirtilmektedir (John ve Larke, 2016, s. 76):

- Doktor, aile veya arkadaş tavsiyesi (%30)
- Yetersiz sigorta hizmetleri (21.3%)
- Tedavinin gizliliği (%17)
- Medikal turizm deneyimi (%17)
- Destinasyon yakınlığı (%14)
- Uluslararası seyahatin karşılanabilirliği (%12)
- Demografik etkenler (Gelir vb.) (%6)
- Kültürel benzerlikler (%6)
- Tedavi seçeneklerinin sınırlılığı (%4)

- Sağlık sistemine duyulan güvensizlik (%4) olduğu belirtilmektedir.

Yapılan bir çalışmada Türkiye'nin sağlık turizminde tercih edilmesinde sağlık tesis ve hizmetleriyle ilgili faktörler, Türkiye'nin turizm destinasyonu olması, Türkiye'deki sağlık maliyetlerinin uygun olması ve çevresel faktörlerden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır (Üstün ve Uslu, 2022, s. 350).

2. YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman/kayıt incelemesi yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'de 2023 yılı Eylül ayı verileri dikkate alınarak sağlık turizminde yetki belgesi almış hastaneler, tıp merkezleri, muayenehaneler, aracı kuruluşlar ve diğer sağlık kuruluşları oluşturmaktadır. Çalışmada ikincil veri kaynakları kullanılarak tanımlamalar, değerlendirmeler ve açıklamalar yapılmıştır. Geçerliliğin sağlanmasında literatür detaylı bir şekilde incelenmiştir. Literatürde yer alan bilgilerden yola çıkarak sağlık turizminde kent rekabetçiliğine etki edebilecek faktörler incelenmiş olup en uygun yöntemin M. Porter'ın Elmas Modeli olabileceğine karar verilmiştir. İkincil verilerin toplanmasında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), TÜİK, Sağlık Turizmi Koordinasyon Merkezi (SATURK), Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, UNWTO (The World Tourism Organization) verilerinden yararlanılmıştır. Güvenirliğin sağlanmasında farklı kurumların istatistikleri karşılaştırılmış olup istatistiklerin doğruluğuna araştırmacılar tarafından karar verilmiştir. Çalışmada cevaplanılması istenen araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir;

Araştırma sorusu-1: Sağlık turizminde kent rekabetçiliğinin öncülleri nelerdir?

Araştırma sorusu-2: Sağlık turizminde rekabetçilik avantajı daha çok hangi kentlerde ve bölgelerdedir?

Araştırma sorusu-3: Sağlık turizminde dezavantajlı olan kentler hangileridir? Dezavantajlı oldukları konular nelerdir?

3. BULGULAR

3.1. Faktör Koşulları

Faktör koşulları arasında doğal kaynaklar, stratejik konum, tarihi eserler, müzeler, kaplıcalar, bilgi ve insan kaynakları seviyesi, çevre ve mekânsal yapı, ulaşım alt yapısı gibi alt değişkenlerden oluşmaktadır (Bulu ve Eraslan, 2008).

Yapılan araştırma sonucunda ulaşım altyapısı, doktor sayısı, kaplıca ve içmelerin varlığı ile doğal güzellikler dikkate alındığında Marmara, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin avantajlı konumda olduğu anlaşılmıştır. Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin ise belirtilen kriterlere göre geliştirilmesi gerektiği söylenebilir.

3.2. Talep koşulları

Talep koşulları içerisinde Türkiye'ye gelen turist sayısı, sağlık turisti sayısı, yerli turist sayısı, illerde bulunan turizm çeşitliliği (alternatif ve geleneksel turizm) kriterlerini saymak mümkündür. Yapılan değerlendirmeler sonucunda sırasıyla Marmara Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi ve Karadeniz Bölgesinin daha avantajlı konumda olduğu anlaşılmaktadır. İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinin belirtilen kriterler çerçevesinde geliştirilmesi gerekmektedir.

3.3. İlgili ve Destekleyici Faktörler

İlgili ve destekleyici kuruluşlar faktöründe genel olarak konaklama tesisleri, yiyecek içecek işletmeleri, resmi kurumlar (Üniversite, STK'lar, Milli eğitim kurumları, Alışveriş merkezleri vb.), yerel yönetim politikaları gibi kuruluşların yapmış olduğu faaliyetler ve bu kurumlar ile ilgili durumlar yer almaktadır. Sağlık turizmi kapsamında incelendiğinde aşağıdaki yetki belgesi almış sağlık kurumlarının bulunduğu illerin ilgili ve destekleyici kuruluş sayıları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçları incelendiğinde Marmara, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin avantajlı konumda olduğu anlaşılmıştır. Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin ise belirtilen kriterlere göre geliştirilmesi gerektiği söylenebilir.

3.4. Firma Yapısı Stratejisi ve Rekabet

Firma stratejisi ve rekabet yapısı koşullarını, firma stratejisi, markalaşma ve iletişim yönetimi, yabancı tur operatörleri ile işbirliği, konaklama işletmelerinin yapısı, sektör oyuncuları arasında işbirliği ve güven ve kapasite kullanım oranı gibi alt değişkenler oluşturmaktadır (Bulu ve Eraslan, 2018). Kapasite kullanım oranı için Türkiye'ye gelen sağlık turisti sayıları dikkate alınmıştır. 2022 yılı verileri dikkate alındığında Türkiye'ye gelen 51 milyon 369 bin 026 kişi arasında 1 milyon 258 bin 382 kişi sağlık turisti olarak Türkiye'yi ziyaret etmiştir (TÜİK, 2023).

Porter'ın değer zinciri analizinde yer alan jenerik stratejiler içerisinde farklılaştırma, maliyet liderliği ve odaklanma stratejileri yer almaktadır (Ülgen ve Mirze, 2010). Hastaneler arası rekabet stratejisi ayrımı hesaplanırken tüm sağlık kuruluşları (aracı kuruluşlar hariç) içerisinde özel-vakıf sağlık kuruluşları farklılaştırılmış, kamu-üniversite sağlık kuruluşları maliyete dayalı, muayenehaneler-özel tıp merkezleri odaklanma stratejisi benimsedikleri varsayılmıştır. Firma yapısı ve rekabet stratejisi içerisinde değerlendirilecek kriterlerden biriside kapasite oranıdır. Sağlık kuruluşlarının kapasite oranları sahip oldukları yatak sayısına göre değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçları yetkilendirilmiş aracı kuruluş açısında değerlendirildiğinde Marmara, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin avantajlı konumda olduğu anlaşılmıştır. Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin ise belirtilen kriterlere göre geliştirilmesi gerektiği söylenebilir. Kapasite oranı dikkate alındığında ise Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin daha avantajlı olduğu anlaşılmaktadır. Uygulanan rekabet stratejisi incelendiğinde Marmara, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin daha çok odaklanma stratejisini benimsedikleri, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin ise farklılaştırma ve maliyet dayalı stratejiler benimsediği sonucuna ulaşılmıştır.

3.5. Devlet

Devlet faktöründe yerel yönetimlerin, Sağlık Bakanlığı'nın, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın teşvikleri ile yasal olarak kanun, yönetmelik ve çeşitli yasal mevzuatları kapsamaktadır. Bu teşvikler indirimler, muafiyetler ve istisnaları kapsayan bir uygulama şeklidir. Uygulama içerisinde KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, faiz desteği, SGK işveren hissesi desteği, vergi indirimi, vergi stopaj desteği gibi konular yer almaktadır. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre Türkiye'de iller teşvik uygulamaları kapsamında 6 bölgeye ayrılmıştır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023).

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde Karadeniz, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Akdeniz Bölgelerinin daha avantajlı konumda olduğu anlaşılmıştır.

3.6.Karşılaşılan fırsat ve şans faktörü

Şans faktörü, devletin ve firmaların kontrolü dışında oluşan beklenmedik politik gelişmeler, teknolojik patlamalar, petrol şokları gibi girdi maliyetlerindeki beklenmedik artışlar, savaşlar ve doğal felaketler gibi sıra dışı olaylar olarak nitelendirilebilir (Gökmenoğlu vd., 2012, s. 14). Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu bölgelerinin Ortadoğu'ya yakın olması ve bu bölgelerde savaş durumundan kaynaklı yaşanan göçlerin sağlık

turizmine etkisi olabileceği düşünülmektedir. Aynı şekilde Rusya-Ukrayna arasındaki savaş nedeniyle Türkiye'de özellikle kıyı bölgelerinde sağlık turizminin bu durumdan faydalanabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda kültürel ve coğrafi yakınlık savaş dönemlerinde karşılaşılan fırsat ve şans faktöründe önemli bir etkendir.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma sağlık turizminde Türkiye'de kentler arası rekabetçilik düzeyini ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışma için ikincil kaynaklardan yararlanılmış olup sağlık turizmi yetki belgesi almış sağlık kurumlarının bulunduğu iller dikkate alınarak değerlendirme yapılmıştır. Çalışma sonuçları değerlendirildiğinde henüz yetki belgesi almamış 30 civarında il bulunmakla birlikte, çok sayıda kamu kuruluşu bulunmaktadır. Özel kuruluşların yetki sayısı daha fazladır. Bu durumda kamu politikaları çerçevesinde yetkilendirme işlemleri için gerekli motivasyonların sağlanması hem ülke açısından hem de sağlık tüketicileri açısından önem arz etmektedir. Özel sağlık kuruluşların bu konuda istekliliğin daha fazla olduğu anlaşılmıştır.

Porter'ın Elmas modeli kullanılarak kentler arasındaki rekabet durumu incelendiğinde Marmara, İç Anadolu, Ege ve Akdeniz bölgelerinin birçok alanda avantajlı konumda olduğu söylenebilir. Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin ise gelişimi için daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır.

Sağlık istatistikleri göz önüne alındığında gelecekte sağlık turizminin daha fazla gelişim kaydedeceği bilinmektedir. Bu doğrultuda özellikle kamu kurumlarının sağlık turizmi açısından geliştirilmesi sağlıkta elde edilen geliri ve ülkeye gelecek olan turist sayısını arttırma bakımından önemlidir. Zengin kaplıca ve içme (jeotermal) kaynaklarına, alternatif turizm çeşitliliğine ve stratejik jeopolitik konuma sahip Türkiye'nin gelecekte sağlık turizmi sektörünü yönlendiren bir ülke olması önünde hiçbir engelin olmadığı söylenebilir.

Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde sağlık turizmi ile ilgili daha fazla araştırma yapılması önem arz etmektedir. Yapılacak araştırmalar, sağlık turizmi türleri ile ilgili hangi bölgelerde veya kentlerde hangi şekilde yapılacağı yönünde "misyon farklılaşması" konusu içerisinde incelenebilir.

KAYNAKÇA

Albayrak, A. (2013). *Alternatif tourism.* Ankara: Detay Publishing House.

Aydın, O. (2012). Türkiye'de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *2012*(2), 91-96.

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. Qualitative Research Journal, 9(2), 27-40.

Bulu, M., & Eraslan, İ. H. (2008). Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi.

Çağatay, G. (2023). *Türkiye'nin jeotermal enerji kaynak potansiyeli 62 bin megavat.* Erişim adresi: https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkiyenin-jeotermal-enerji-kaynak-potansiyeli-62-bin-megavat-/2963367 Erişim tarihi: 29.10.2023

Çakır, E., & Taş, M. A. (2021). Dairesel sezgisel bulanık çok kriterli karar verme metodolojisi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (28), 900-905.

Erkan, H., & Erkan, C. (2004). Bilgi Ekonomisinde Teori ve Politika, 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, *25*, 26.

Fetscherin, M., & Stephano, R. M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, *52*, 539-556.

Gökmenoğlu, S. M., Akal, M., & Altunışık, R. (2012). Ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, (52), 3-43.

Gürpınar, K., & Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası rekabetçilik analizinde Michael E. Porter'ın Elmas Modeli yaklaşımı: Türkiye'deki bazı endüstrilerdeki uygulanabilirliğinin ve sonuçlarının araştırılması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *8*(15), 105-125.

Jaapar, M., Musa, G., Moghavvemi, S., & Saub, R. (2017). Dental tourism: Examining tourist profiles, motivation and satisfaction. *Tourism Management*, *61*, 538-552.

Jiang, Y. (2007). *Analyzing urban competitiveness of Chinese Cities* (Doctoral of Philosophy Dissertation). Chinese University of Hong Kong, Chinese

John, S. P., & Larke, R. (2016). An analysis of push and pull motivators investigated in medical tourism research published from 2000 to 2016. *Tourism Review International*, *20*(2-3), 73-90.

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.

Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi. Nobel Yayın Dağıtım.

Köksoy, N. (2018). *Konya yöresi süt ve süt ürünleri üretim işletmeleri arasındaki rekabet analizi "Porter Elmas Modeli"* (Doctoral dissertation). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.

Kuşat, N., & Esen, E., (2022). Sağlık turizmi perspektifinden Türk sağlık sektörü rekabet gücü. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, *6*(1), 37-50.

MedicalTourism.com, (2020). *Medical tourism index.* Erişim adresi: https://www.medicaltourism.com/mti/home#:~:text=The%20Medical%20Tourism%20Index%20(MTI,Safety%2C%20and%20Quality%20of%20Care. Erişim tarihi: 09.09.2023 2020-2021

Özkurt, S. ve Öcel, Y. (2021). Algılanan kent rekabetçiliğinin kent markalaşması üzerine etkisi: Düzce ili ekoturizm örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 236-259.

Seyran, F. (2022). *Sağlık turizminde inovatif yönetim.* İ. Şimşir ve F. Seyran (Ed.) Sağlık turizmi uygulamaları içinde (ss. 315-341). Ankara: Nobel Yayınevi.

SHGM, (2023). *Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Dairesi Başkanlığı, Yetki Belgesi Almış Sağlık Tesisleri.* Erişim adresi: https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-99111/yetki-belgesi-listeleri-guncellenmistir.html Erişim tarihi: 22.08.2023

Şahin, G. G., & Tuzlukaya, Ş. (2013). Turizm türleri ve turizm politikaları, dünyada ve Türkiye'de sağlık turizmi. *Sağlık Turizmi, içinde (47-70), Ankara: Siyasal Kitabevi*.

Şen, C., Şen, F. Ve Erdem, Ü. (2022). Sağlık turizminde malpraktisin milletler arası hukuk yönüyle irdelenmesi. İ. Şimşir ve F. Seyran (Ed.) Sağlık turizmi uygulamaları içinde (ss. 151-190). Ankara: Nobel Yayınevi.

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2023). *Yatırım teşvik uygulamaları.* Erişim adresi: https://www.sanayi.gov.tr/destek-ve-tesvikler/yatirim-tesvik-sistemleri Erişim tarihi: 28.09.2023

Tontuş, H. Ö. (2017). *Sağlık turizmi nedir?* SATURK Yayınları, Erişim adresi: https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdff Erişim tarihi: 08.09.2023

TÜİK, (2023). *Turizm İstatistikleri, I. Çeyrek: Ocak-Mart, 2023*. Erişim adresi: https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-I.-Ceyrek:-Ocak---Mart,-2023-49602 Erişim tarihi: 19.09.2023

Upadhyay, P. (2011). Comparative and competitive advantages of globalized India as a medical tourism destination. *International Journal of Engineering and Management Sciences,* 2(1), 26-34.

USHAŞ, (2022). *Sağlık turizmi verileri.* Erişim adresi: https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/ Erişim tarihi: 10.09.2023

Ülgen, H., & Mirze, S. K. (2010). İşletmelerde stratejik yönetim (5. Baskı). *İstanbul: Beta Yayınları*.

Üstün, U. ve Demir Uslu, Y. X. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (33), 344-353.

Wach, E. (2013). Learning about qualitative document analysis.

Yılmaz, T., & Yılmaz, İ. (2017). *Sektörel kümelenme bağlamında turizm kümelenmesi: Nevşehir üzerine bir durum değerlendirmesi* (Master's thesis). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.

DUYGUSAL VE MANEVİ PAZARLAMANIN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ

Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN

İnönü Üniversitesi - 0000-0001-6981-8335

ÖZET

Müşteri istek ve ihtiyaçlarını anlamak ve taleplerini ele alıp değerlendirmek, kurumların şirket memnuniyeti yaratmaları amacıyla pazarlama stratejileri geliştirmelerinde temel girdi teşkil etmektedir. Hizmet kalitesi ve memnuniyet yakından ilişkili olup, kalite, tüketicinin firmaya güçlü bir bağ kurmasını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç çerçevesinde şirketler, müşterileri mutlu ve memnun edecek ve hoş olmayan müşteri deneyimlerini ortadan kaldıracak hizmetleri geliştirebilme imkanı elde etmektedirler.

Bunun yanında işletmeler, müşteri odaklı pazarlama stratejilerinin oluşturulması yoluyla, yeni müşterilerin işletmelerine çekilmesini sağlayabilir. Ayrıca, farklı müşteri segmentlerine, duygusal değerlerde ürün farklılaşması yoluyla, hem fonksiyonel ve duygusal tatmin sağlayabilirler hem de bu sayede yoğun pazar ortamında önemli bir rekabet avantajı elde edebilirler. İşletmelerin kalıcı başarı elde etmesinde, duygusal pazarlama stratejilerinin yanı sıra, evrensel sevgiyi ön planda tutan manevi stratejilerin de uygulaması elbette ki önemli bir gerekliliktir. Manevi pazarlama, yarattıklarının ihtiyaç ve arzularının karşılanmasını isteyen Tanrı isteklerinin yerine getirilmesine odaklanır. Bu yaklaşım, pazarlama çabalarında hiçbir sahtekarlık yapmama, verilen sözlerin yerine getirilmesi, etik kurallar çerçevesinde faaliyetlerin yürütülmesi, doğru ürün uzmanlaşması, gösterişten uzak ve her türlü iş ve eylemde hassas ve titiz davranılmasını ilke edinmektedir. Bu çalışma ile duygusal ve manevi pazarlama konuları ele alınıp incelenecektir. Böylece, bu faaliyetleri içselleştirerek müşteri açısından değer temelli faaliyetlerin merkezine koyan işletmelerin, kısa vadede elde edecekleri müşteri memnuniyetinin uzun vadede erişilebilecekleri sadakat davranışına katkısı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Pazarlama, Manevi Pazarlama, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Odaklılık

1. GİRİŞ

Günümüz iş ortamında faaliyet gösteren kuruluşlar, mikro ve makro çevrelerde meydana gelen değişimler nedeniyle birçok güçten etkilenmektedir. Kuruluşlar, hayatta kalmak ve sürekli büyümek için iş çevrelerindeki bu değişiklikleri ve bunların pazarlama operasyonları ve tüketiciler üzerindeki etkilerini izlemek zorundadır (Costa, 2018, s. 833). Müşterilerin, satın alma niyetlerini etkileyen pek çok faktör olmakla birlikte, bir kuruluşun duygusal ve manevi pazarlama yaklaşımlarının, müşteri satın alma niyetini harekete geçiren, hatta müşteri memnuniyetinin oluşmasına katkı sağlayan kilit faktörlerden biri olabileceği söylenebilir.

Hindarsah (2021) göre, müşterilerin ihtiyaçlarını, isteklerini ve taleplerini anlamak, şirket için memnuniyet yaratmak amacıyla kurumların pazarlama stratejileri tasarlamasına girdi sağlar. Müşteri memnuniyeti, kaliteli bir ilişkiyi teşvik ederek, firma ve müşteri arasında güçlü bağlar oluşturulmasına katkı sağlar. Böylece, şirketler, müşterileri mutlu eden hizmetleri geliştirebilir ve hoş olmayan müşteri deneyimini ortadan kaldırabilirler. Kotomena vd. (2020) ve Novitasari vd. (2021) göre işletmenin başarısını etkileyen çeşitli faktörler vardır. Strateji oluşturma merkezli pazarlama, yeni müşterilerin işletmeye çekilmesini sağlar, böylece duygusal değer üzerinde ürün farklılaşması ile rekabeti kazanmak için bir ürün satın alırken işlevsel ve duygusal tatmin sağlanır. İşletmenin uzun dönemli müşteri memnuniyetinin oluşturulmasında, duygusal pazarlama stratejilerinin yanı sıra, manevi stratejileri de uygulamaları gerekmektedir. He ne kadar ileri teknolojileri kullanmış ve kaliteli çalışanlara sahip olsa da, müşteri için büyük önem arz eden ruhani saflara da dokunmaları gerekmektedir (Hindarsah, 2021, s. 3685).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Duygusal Pazarlama

Duygusal pazarlama, şirket ile tüketici (veya diğer pazar oyuncuları) arasındaki duygusal bağın yönetiminin (yaratılması, desteklenmesi, değerlendirilmesi) temel değişim-uyarıcı özellik haline geldiği yeni bir paradigmatik yaklaşım veya yeni bir pazarlama değişimi olarak tanımlanabilir (Rytel, 2010, s. 32). Bu, çağdaş değişimin, duygusal bağın önemine, tüketicinin duygusal deneyimlerine ve bunları yaratmak için kullanılan pazarlama yönetimi ilkelerine odaklandığı anlamına gelir. Teori, tüketicinin satın alma/tüketim tercihlerinin giderek daha fazla rasyonel değil, mal/hizmetlerin, marka sembollerinin ve diğer değişim unsurlarının duygusal özelliklerinden etkilendiği ve psikosembolik özelliklerinin satın alma/tüketim düzeylerini ve ilişkinin türünü ve süresini belirlediği temel fikrine dayanmaktadır.

Duygular, çok etkilidir. Duygusal pazarlama, duyguların iletilmesi, iletişim (reklam), ürünler (ambalaj ve içerik), ürün kimliği (ortak markalama), çevre, web siteleri veya ürünleri pazarlayan kişiler aracılığıyla tüketicilere yönelik marka etkisi sağlamanın yararlı bir stratejisi ve uygulamasıdır (Kustini, 2010, s. 20). Bu duygu deneyimi sunumu, bir şirket duyguların nasıl şekillendiğini tam olarak kavrarsa başarılı olur, çünkü bu pazarlama anlayışı, tüketim deneyimi yoluyla pazarla ilerleyen temasların ve etkileşimlerin bir sonucudur. Hindarsah (2021) göre ise duygusal pazarlama, şirketin müşterilerle sürdürülebilir ilişki kurma çabasıdır.

İlişkisel pazarlamanın bir stratejisi olarak duygusal pazarlamanın kullanılması, hem duygusal açıdan kazanılan müşterilerle derin ve kişisel bir ilişki kurulmasını hem de pazardaki rekabetçi konumun korunmasını sağlar. Günümüzde, tüketicinin geniş bir seçenek içerisinden seçim yapma olanağına sahip olması nedeniyle satılacak ürün değil, tüketicinin marka ile ilişki kurmasına ve ürünün ilettiği duyguları kullanması imkanı sunan yaklaşım ön plana çıkmaktadır (Consoli, 2010, s. 4). Duygusal pazarlama, "Satın alma yapanların tutumları, davranışları, tercihleri ve duyguları nelerdir?" , "Satın alma öncesinde, sırasında ve sonrasında duygularını ölçebilir miyiz? ", "Tüketicilerin zihni reklam, promosyon tarafından uyarıldığında, bir

süpermarketteyken veya bir e-ticaret sitesinde gezinirken nasıl tepki veriyor?" gibi sorulara yanıt aramaktadır.

Tüketicilerin belirli ürünleri kullanırken veya tüketirken hissettikleri tüketim deneyimi, tüketicilerin zihninde hayaller oluşturur ve ardından onları kararlı eylemlere yönlendirir. Bu tür duygular, bireylerin içinden çıkan ve müşteri hizmetlerine yönelik fikirler, sevinçler ve iyi itibarlar yoluyla ifade edilen duygular aracılığıyla tüketicileri çeker ve etkiler. Deneyimler, tüketicilerin duygu ve ruh halini anlayarak, etkili olan pazarlama fikrinin bir parçası olabilir (Kustini, 2010). Amaç, tüketicilerin duygu ve ruh halini etkilemede deneyimsel duygu stratejisinin bir parçası olarak duygusal uyarımı (olaylar, ajanlar, nesneler) tetiklemektir.

2.2. Manevi Pazarlama

Maneviyat, Latince'de 'yaşam nefesi' anlamına gelen "spiritus" kelimesinden türetilmiştir ve temel olarak, Tanrı'nın ruhani uygulamalarına uymaya dayanan bir yaklaşımdır. Maneviyatla ilgili iki farklı görüş vardır. Birincisi, kişinin varoluş ve evrendeki yaşamının önemini ve amacını keşfetme arzusu veya ihtiyacı, ikincisi ise tüm evreni kontrol eden Tanrı'nın egemenliğine olan inançtır (Al-Hadrawi, 2022, s. 438). Ayrıca, manevi pazarlama, bireyin iç huzurunun veya deneyiminin maneviyatını, davranışlarını değiştirir, moralini yükseltir ve üretkenliğini artırır. Temmuz 2011'de ABD'de hafta sonu yapılan bir ankette, Amerikalıların %47'sinin, maneviyatın, mutluluklarının önemli bir parçası olduğunu düşündüğü açıklanmıştır (Nendi ve Sunanto, 2019, s.17).

Küreselleşme ve müşteri algısındaki büyük değişiklikler ile iş ortamındaki değişiklikler, pazarlama uygulamalarında büyük değişime yol açmıştır (Friedman, 2005). Bu değişimler, pazarlamada manevi pazarlama adı verilen değer odaklı yeni bir dönem yaratmıştır. AlTaie ve Al-Hadrawi (2021) göre manevi pazarlama " Sadece müşterinin zihnine ve kalbine değil, aynı zamanda müşterinin ruhuna da odaklanan değer temelli bir pazarlama kavramı" olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşımda amaç, beden, zihin, kalp ve ruhtan oluşan yapı ile müşteriye hitap ederek, geleneksel müşteri anlayışından, değer temelli pazarlama yaklaşımına geçiş yapmaktır (Cibities vd., 2011, s. 23). Manevi pazarlamanın en önemli avantajlarından biri, müşterilerle samimi bir ilişki kurarak onların sadakatini ve markaya olan sevgisini kazanmasıdır (Al-Hadrawi, 2022, s. 446). Manevi pazarlama, açıklık, dürüstlük, alçakgönüllülük, güvenilirlik ve ahlak gibi kendisine karşılık gelen değerlerin uygulanmasıyla ilişkili dini bir kavramdır. Bu değerler, ürün pazarlamasında, hammadde seçiminde ve üretim aşamalarında, kısaca, tüm pazarlama çabaları aşamalarında uygulanmalıdır (Suhan ve Aprillia, 2023, s. 60). Bununla birlikte, pazarlamacının müşterilere ve rakiplere de saygı göstermesi gerekir. Çünkü manevi yaklaşıma sahip bir pazarlama konsepti sadece dindarlıkla değil, aynı zamanda açıklık, dürüstlük, alçakgönüllülük, güvenilirlik ve asil davranışlar gibi manevi değerlerin uygulanmasıyla da ilişkilidir. Ayrıca, ruhani pazarlama olarak da ifade edilebilecek manevi pazarlama yaklaşımı ilkeleri açıktır ve ruhani pazarlamanın ana odağı Tanrı'dır. Bu anlayışa göre, ürün ve hizmetler tüm insanlar için faydalı olmalı ve zararlı olmamalıdır (Hermawati vd., 2022, s. 4).

2.3. Müşteri Memnuniyeti

Hanif vd. (2010) tarafından, müşteri memnuniyeti, "önceki beklentiler ile ürünün gerçek performansı arasındaki algılanan uyumsuzluğun değerlendirilmesi" olarak tanımlanır. Müşterilerin, bir şirketin ürün ve hizmetlerinden memnuniyeti, işletmeyi, rekabet gücü ve başarıya götüren en önemli faktör olarak kabul edilmektedir (Hanif vd., 2010, s. 45). Müşteri memnuniyeti, aslında, müşterinin devam eden performansı nasıl değerlendirdiğidir. Kim, Park ve Jeong'a (2004) göre müşteri memnuniyeti, müşterinin memnuniyet durumuna verdiği tepki ve müşterinin memnuniyet düzeyine ilişkin yargısıdır. Deng vd. göre (2009) müşteri memnuniyeti günümüz iş dünyasında çok önemlidir, çünkü bir hizmet sağlayıcının yüksek derecede memnuniyet yaratma yeteneği, ürün farklılaştırması ve güçlü müşteri ilişkileri geliştirmek için çok önemlidir.

Leninkumar (2017) müşteri memnuniyetini, müşterilerin bir ürünü satın aldıktan veya bir hizmeti kullandıktan ve bunların bedelini ödedikten sonra deneyim temelinde şekillenen bir tutum olarak değerlendirmektedir. Buna benzer şekilde Minarti ve Segoro (2014) memnuniyeti, satın alma sürecinden sonra tüketici tarafından gösterilen bir tutum, değerlendirme ve duygusal tepki olarak tanımlamıştır. Yap, Ramayah ve Shahidan (2012) tarafından yapılan tanımda da memnuniyet, bir hizmet sağlayıcısına yönelik genel bir müşteri tutumu olarak ortaya konulmuştur. Çoğu zaman müşteri memnuniyeti, müşteri sadakatinin önemli bir öncülü olarak kabul edilmektedir. Başka bir deyişle, müşteri sadakati, müşteri memnuniyetinin doğrudan bir sonucu olarak hesaplanır (Leninkumar, 2017, s. 452).

2.4. Duygusal ve Manevi Pazarlamanın Müşteri Memnuniyetine Etkisi

Ortalama bir tüketici, bir ürünü/hizmeti satın alıp almamaya karar verirken neredeyse aynı duygusal süreçten geçer. Bir ürün/hizmet aynı özelliklere veya ürün işlevlerine sahipse, tüketiciler kullanılacak ürün/hizmeti belirlerken duygularını kullanmaya başlarlar. Eğer, bir ürün/hizmet tüketicilerin duygusal ve manevi yönünü etkilemeyi başarmışsa tüketicilerin memnun, sadık olacakları ve kalplerine uygun ürün veya hizmetleri seçecekleri söylenebilir (Rahayu ve Setiyadi, 2022, s. 163). Bu nedenle, tüketici kararlarını ve güven oluşumunu etkileyen, duygusal pazarlama, manevi pazarlama konuları ve bu değişkenlerin akabinde sadakat ve tekrarlanan satın alma davranışın gelişmesine katkı sağlayan müşteri memnuniyetine etkisini ele alıp değerlendirmenin son derece önemli olduğu söylenebilir. Ayrıca bu çalışmada güven, tüketici memnuniyeti değişkeninin bir parçasıdır.

Duygusal pazarlama ve manevi pazarlama üzerine birçok araştırmacı tarafından araştırma yapılmıştır. Yapılan çalışmalardan biri Hindarsah ve arkadaşları (2021) tarafından gerçekleştirilmiştir. Hindarsah ve arkadaşları, duygusal pazarlama ve manevi pazarlamanın tüketici kararları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve müşteri memnuniyetini etkilediğini, güvenin ise duygusal pazarlamanın göstergeleri arasında yer aldığını ve müşteri memnuniyetine olumlu etki ettiğini tespit etmiştir.

Duygusal pazarlama, kurumsal bir strateji olarak müşterilerle sürdürülebilir ilişkiler kurulmasında önemli bir araçtır (Miswanto ve Angelia, 2017). Pereira (2022), Harahap (2015)

ile Khuong ve Tram (2015) tarafında yürütülen araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, bazen tüketiciler bir ürün veya hizmeti satın alırken duygu uyandıran her şey ön plana çıkmaktadır. Ayrıca bu yazarlar, duygusal pazarlama stratejilerinin müşteri memnuniyetinde ve satın alma kararlarında önemli bir etkisi olduğunu ifade etmiştir. Bir başka araştırma da Rini ve Absah (2017) tarafından İslami bankacılık analiz birimi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar, duygusal pazarlama ve manevi pazarlama ile müşteri memnuniyeti ve tüketici kararları üzerinde doğrudan ve dolaylı olarak önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Miswanto ve Angelia, (2017); Rini ve Absah. (2017) göre manevi pazarlama ise, sadece ticari faaliyetlerle ilgili değildir, aynı zamanda Allah'ın rızasına yönelik işlemlerle ilgilidir. Manevi pazarlama bileşenleri, teizm (rabbaniye), etik çalışma hayatı ve çalışanlar ((ahlakiye), gerçekçilik (alwaqi' iyyah) ve insancıl olmak (al-insaniyyah) bileşenlerinden oluşmaktadır. Manevi pazarlama konusunu ele alan araştırmalar Costa (2018) ve Husaeni ve Saepudin (2017) tarafından yapılan araştırmalar, manevi pazarlamanın müşteri memnuniyeti ve satın alma kararı üzerinde önemli bir olumlu etkisi olduğu ortaya koymuştur. Al-Hadrawi (2022) araştırma sonuçlarında ise, müşteri ile pazarlamayı uygulayıp, kullanan kurum arasında uygulanan manevi pazarlama stratejileri ile marka sevgisi arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki ortaya çıktığı bulguları ifade edilmiştir.

SONUÇ

Yapılan literatür taraması sonucunda, manevi pazarlama ve duygusal pazarlamanın müşteri memnuniyetinde, tüketici kararlarında ve satın alma davranışının gerçeklemesi sırasında büyük etkisi vardır. Pek çok araştırmacı tarafından ulaşılan ortak bulguya göre, güven, müşteri memnuniyetini değişkenin önemli bileşenidir. Ayrıca, müşterileriyle pazarlamayı kullanan kurumun manevi pazarlama ile marka sevgisi arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki yarattığı ortaya çıkmıştır. Bu açıdan, kurum içinde manevi pazarlama faaliyetlerinin kullanılmasının müşterilerin duygusal bağlılığını artırdığı, böylece kurum ile müşteri arasındaki ilişkiyi geliştirerek, müşteri memnuniyeti ve marka sevgisiyle sonuçlanan samimi bir ilişki yaratıldığı söylenebilir.

Ruhani pazarlama, müşterilerin kalpleriyle karar vermelerine yardımcı olması nedeniyle, müşterilerin ruhunu ve duygularını cezbetmektedir. Duygusal olarak etkilenen müşterinin işletmeye olan sevgisi ve memnuniyeti artmaktadır. Böylesi bir yaklaşım ise, marka bağlılığının gelişmesine ve aynı kuruluştan satın alma sürecinin tekrarlanmasına katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Al-Hadrawi, B. K., Al-Zurfi, A. R., & Hussein, H. G. (2022). Spiritual marketing and brand love: A study in noor al-kafeel corporation for animal and food products. *Webology (ISSN: 1735-188X), 19*(6), 437- 449.

Cibities, L., Eisenbraun, V., Froschmeir, J., Fröhlich, N., Holz, L., Holzem, A., ... & Wallborn, C. (2011). Marketing 3.0–new issues in marketing: From integrated marketing communication to the marketing of sustainable leaders.

Consoli, D. (2010). A new concept of marketing: The emotional marketing. *BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*, *1*(1), 52-59.

Costa, D. (2018). Spiritual marketing and its influence on consumer purchase intentions of XYZ Company, UAE.

Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, *30*(4), 289-300.

Friedman, T. L. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. Macmillan.

Hanif, M., Hafeez, S., & Riaz, A. (2010). Factors affecting customer satisfaction. *International Research Journal of Finance and Economics*, *60*(1), 44-52.

Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, *7*(3), 227-242.

Hermawati, A., Anam, C., Suwarta, S., & Puspitosarie, E. (2022). Reconstruction of spiritual marketing, culture of ınnovation, quality of work life, and retainers for tourism ındustry SMEs in East Java. *Administrative Sciences*, *12*(4), 152.

Khuong, M. N., & Tram, V. N. B. (2015). The effects of emotional marketing on consumer product perception, brand awareness and purchase decision—A study in ho chi Minh City, Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, *3*(5), 524-530.

Hindarsah, I. (2021). The influence of service quality, emotional marketing and spiritual marketing on customer satisfaction. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, *12*(3), 3685-3689.

Husaeni, U. A. (2017). The influence of marketing mix on decisions to be a Islamic banking customer in Cianjur Regency. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, *10*(2), 105-119.

Kim, M. K., Park, M. C., & Jeong, D. H. (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services. *Telecommunications Policy*, *28*(2), 145-159.

Kotamena, F., Senjaya, P., & Prasetya, A. B. (2020). A literature review: Is transformational leadership elitist and antidemocratic?. *International Journal of Social, Policy and Law*, *1*(1), 36-43.

Leninkumar, V. (2017). The relationship between customer satisfaction and customer trust on customer loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *7*(4), 450-465.

Minarti, S. N., & Segoro, W. (2014). The influence of customer satisfaction, switching cost and trusts in a brand on customer loyalty–The survey on student as IM3 users in Depok, Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *143*, 1015-1019.

Miswanto, M., & Angelia, Y. R. (2017). The influence of service quality and store atmosphere on customer satisfaction. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, *19*(2), 106-111.

Nendi, I., & Sunanto, D. (2019). Implementation of spiritual marketing in ıncreasing customer quantity at Cv Surya Mandiri Cirebon. Syntax Literate; *Indonesian Scientific Journal*, *4*(9), 15-25

Novitasari, D., Siswanto, E., Purwanto, A., & Fahmi, K. (2020). Authentic leadership and innovation: What is the role of psychological capital?. *International Journal of Social and Management Studies*, *1*(1), 1-21.

Pereira, N. (2022). Impact Of Emotional Marketing On Consumer Decision Making–A Review.1-7.

Rahayu, I., & Setiyadi, D. (2022). The Effect of Trust, Emotional Marketing, and Spiritual Marketing on Consumer Decisions To Choose Shopee Pay Digital Wallet Services. *Business Review and Case Studies*, *3*(2), 162-162.

Rini, E. S., & Absah, Y. (2017). Rational, emotional and spiritual marketing strategies in Shariah banking in Medan, Indonesia. *Banks & Bank Systems*, *12*(2), 68-77.

Rytel, T. (2010). Emotional marketing concept: The new marketing shift in the postmodern era. *Verslas: Teorija ir Praktika*, (1), 30-38.

Suhan, A., & Aprillia, A. (2023). The Impact of Spiritual Marketing on Consumer Loyalty. *Economics and Business Quarterly Reviews*, *6*(1), 59-64.

Wah Yap, B., Ramayah, T., & Nushazelin Wan Shahidan, W. (2012). Satisfaction and trust on customer loyalty: A PLS approach. *Business Strategy Series*, *13*(4), 154-167.

STRATEJİK PERSPEKTİFTEN SPOR PAZARLAMASI VE SPONSORLUK

Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN

İnönü Üniversitesi

ebru.gulhan@inonu.edu.tr - 0000-0001-6981-8335

ÖZET

Spor pazarlaması, pazarlama ilke ve süreçlerinin spor ürünlerine ve sporla ilişkilendirilerek spor dışı ürünlerin markalanmasına özel olarak uygulanan ve her geçen gün artan bir gelişim trendi içerisinde yer alan bir sektördür. Spor pazarlamacıları için en büyük zorluklardan biri, sürekli değişerek hızla gelişen çevreye ayak uydurabilmektir ve spor pazarlaması araçlarını etkin bir şekilde kullanarak ayakta kalabilmektir. Spor pazarlaması araçları arasında, sponsorluk ön plana çıkmaktadır.

Sonsorluğun en popüler şekli olan spor sponsorluğu, "sporu pazarlayanlar ile spor aracılığıyla pazarlama yapanlar arasında güçlü bir ittifak" olarak tanımlanmaktadır. Spor sponsorluğuna ve bunun pazarlama değerine olan ilginin son zamanlarda artması, giderek artan sayıda katılımcı şirketin yatırım harcamalarında hızlı bir artışa yol açmıştır. Bu trendler, profesyonel sporların küresel kapsamıyla da güçlenmektedir. Dolayısıyla, spor sponsorluğu, kurumsal pazarlama stratejisi açısından büyük bir değeri temsil eden, sponsorluğun tüketicilere getirdiği güvenirlik ve marka bilinirliğinden yararlanmaya çalışan şirketler için hayati önem taşımaktadır. Bu çalışmada, son yıllarda giderek artan spor organizasyonlarına bağlı olarak daha önemli hale gelen spor pazarlaması ile olumlu imajlardan yararlanmayı mümkün kılan, böylece firmalara ve ürünlere ilişkin farkındalığı, anlayışı artıran bir spor pazarlaması aracı olan sponsorluk konuları stratejik perspektiften ele alınacaktır. Ayrıca, bu pazarlama şekli ve aracının pazarlama sektörü için önemine değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Spor Pazarlaması, Sponsorluk, Marka Bilinirliği, Güvenirlik, Kurumsal Pazarlama

1. GİRİŞ

Spor tüketicilerinin, ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla mal ve hizmet değişim sürecindeki tüm faaliyetler, spor tüketimi kapsamındadır. "Spor tüketimi", kapsam olarak sportif oyunları, bu alandaki yan hizmetleri, izleme, dinleme, okuma ve çeşitli koleksiyon yapma etkinliklerini içermektedir (Kaya, 2015, s. 326). Geçmişte, ticari bir araç olarak görülen spor pazarlaması, günümüzde ticari sponsorluk, reklam ve tanıtım gibi unsurları kapsayan geniş bir alan olarak sunulmaktadır (Manoli, 2018, s. 1). Günümüze gelindiğinde ise, spor pazarlaması, artık ticari bir araç olarak değil, ticari sponsorluk, reklam ve tanıtım gibi unsurları kapsayan daha geniş bir tanıtım unsurları şemsiyesi olarak sunulmaya başlanmıştır. Spor pazarlaması, pazarlama ilkelerinin ve süreçlerinin, pazar odaklı yönetim açısından spor

ürünlerine ve spor hizmetlerine özel olarak uygulanmasıdır. Spor pazarlaması, spor ürünlerinin spor kuruluşları tarafından pazarlanmasının yanı sıra, sporu bir araç olarak kullanan şirketler tarafından, sporla ilgili ve spor dışı ürün ve hizmetlerin pazarlanmasını da kapsamaktadır (Bühler ve Nufer, 2014, s. 6).

21. yüzyıla gelindiğinde, sponsorluk, sadece hayırseverlik faaliyeti olmaktan çıkıp popüler bir pazarlama aracına dönüşmüştür. Sponsorluk yatırımlarındaki çarpıcı artışa paralel olarak, sponsorluğun getirilerini ortaya koymaya yönelik ilgi de hem iş dünyasında hem de akademisyenlerde giderek artmaktadır. Ayrıca, Verhoef ve Leeflang (2009), pazarlama harcamalarının daha hesap verebilir hale getirilmesine yönelik artan bir endişe söz konusu olduğunu belirtmiştir; bu da yöneticilerin sponsorluklar da dahil olmak üzere pazarlama yatırımlarını gerekçelendirebilmelerini çok önemli hale getirmektedir.

Sponsorluk, sadece son yıllarda spora yapılan yatırım miktarındaki artış nedeniyle değil, aynı zamanda günlük olarak ortaya çıkan tekliflerin sayısı nedeniyle de spor sponsorluğu seçimlerinde daha seçici hale gelmiştir. Davies ve Tsiantas (2008) göre, gerçekçi hedefler belirlemek ve faaliyetleri dikkatle seçmek, şirketin sponsorluk sonuçlarını en üst düzeye çıkarmasını sağlayabilir. Lagae (2005), spor sponsorluğu seçiminin, seçilen kriterler kullanılarak rasyonel bir karara dayanması ve sponsorluk türünün seçiminin, eylemin yürütülmesi, pazarlama iletişimi ile entegrasyonu ve sponsorluk iletişiminin etkilerinin ölçülmesini kapsayan, pazarlama iletişimine dahil edilen ayrıntılı bir planda belirtilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Profesyonel sporlar, kurumsal ortamda yatırımları çeken ve girişimler için sayısız fırsatlar sunan son derece kazançlı bir pazar olarak tanınmaya başlamıştır. 2014 sonu itibarıyla küresel spor pazarının 140 milyar dolardan fazla hasılat elde edeceği tahmin edilmiştir ki günümüzde hasılat çok daha büyük oranlara dönüşmüş durumdadır. Öyle ki, sponsorluk yatırımlarının çoğu spora yönelmiştir ve ABD'de bu tür yatırımların halihazırda %70'i spordan oluşmaktadır. 2014 FIFA Dünya Kupası'nın sponsorluk anlaşmalarından 1,4 milyar dolar kazandığı tahmin edilmektedir. Bu etkinlikte, 20'den fazla küresel şirket, markalarını dünyanın en önemli futbol etkinliğine bağlamayı tercih etmesi, spor sponsorluğunun sponsorluk faaliyetleri içinde önemli bir oran teşkil ettiğinin önemli örneklerindendir (Sa ve Almeida, 2015, s. 92). 2015 yılına gelindiğinde ise, küresel spor endüstrisinin 145 milyar ABD doları değerinde olduğu tahmin edilmektedir ve bu rakam dünya ekonomik faaliyetlerinin %3'ünden fazlasını oluşturmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Spor Pazarlaması

Pazarlama, bilet ve ticari mal satışları ve televizyon yayınları gibi gelir getirici faaliyetlerle olan yakın ilişkisi nedeniyle spor akademisyenlerinin dikkatini çeken önemli konulardan biri olmuştur. Bu nedenle, spor pazarlaması, başlangıçta satışları artırmak ve spor kuruluşlarının ve bireylerin ticari faaliyetlerine yardımcı olmak için bir araç olarak görülmüştür (Manoli, 2018, s. 1). Yeni ve sosyal medyanın yaratılması ve benimsenmesi gibi teknolojideki son gelişmeler, pazarlama iletişimi karmasının bu yeni melez unsurunu araştıran geniş bir literatürle spor pazarlamasının da dikkatini çekmiştir (Mangold ve Faulds, 2009). Sosyal

medyanın oluşturulmasından kısa bir süre sonra, spor endüstri geniş çapta kabul görmeye başlamıştır. "Spor pazarlaması terimi ilk kez, 1978 yılında Advertising Age tarafından kullanılmıştır. Genel pazarlama tanımlarından adapte edilen spor pazarlaması, günümüzde spor tüketicilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla, mal ve hizmet değişim sürecindeki bütün faaliyetlerin düzenlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Kaya, 2015, s.326). Spor pazarlaması akademisyenlerinin yanı sıra, spor pazarlamasıyla ilgilenen kuruluşlar da son birkaç yıl içinde spor pazarlamasının çeşitli tanımlarını üretmiştir. Ancak genel kabul görmüş bir tanım mevcut değildir. Bunun nedeni, bir yandan spor pazarlamasının değişen doğası, diğer yandan da farklı bakış açıları olabilir.

Kaser and Oelkers (2005) göre spor pazarlaması "Ürünleri pazarlamak için sporu kullanmaktır". Tanımları kısa ve basit tutma ilkesine bağlı kalmak her zaman en iyi fikir değildir, çünkü yukarıdaki tanım birçok soruyu açıkta bırakmaktadır. Bu tanım ile spor pazarlamasını kimin kullandığı, spor yoluyla ne tür ürünler pazarlanabildiği ve ürünün kendisi spor ise ne olacağı, sporun nasıl kullanıldığı, temel pazarlama ile karşılaştırıldığında spor pazarlamasının tek ayırt edici özelliğinin spor olup olmadığı soruları cevapsız kalmaktadır. Shilbury, Quick ve Westerbeek (1998) ise spor kuruluşlarının bakış açısı ile spor pazarlamasını, "Spor yöneticisinin ürün ve değer yaratarak ve bunları başkalarıyla değiş tokuş ederek spor organizasyonlarının ihtiyaç duyduğu ve istediği şeyleri elde etmeye çalıştığı sosyal ve yönetimsel bir süreç" olarak tanımlamıştır. Shilbury vd. (2015)'in spor pazarlaması bakış açılarının, büyük ölçüde asıl pazarlama ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. 'Birey' ve 'gruplar' yerine 'spor yöneticisi' ve 'spor organizasyonları'nı koyarak genel bir pazarlama tanımının spor bağlamına uyarlandığı bu yaklaşımda geriye kalan her şey, spor pazarlamasının tek benzersiz özelliğinin kahramanları olarak ifade edilmiştir. Yani, bir tarafta spor organizasyonu bulunurken, diğer tarafta 'birçok farklı türde spor tüketicisi' olduğu anlamı çıkarılabilir. Heinemann (2001) tarafından, önceki üç yaklaşımı da içerecek şekilde yapılan kapsamlı spor pazarlaması tanımı ise "Spor pazarlaması, teorik pazarlama ilkelerinin ve süreçlerinin spor ürünlerine ve hizmetlerine özel olarak uygulanması; spor dışı ve sporla ilgili ürün ve hizmetlerin sporla - sponsorluk gibi - bir ilişki yoluyla pazarlanması ve spor organlarının ve kodlarının, kişiliklerinin, etkinliklerinin, faaliyetlerinin, eylemlerinin, stratejilerinin ve imajlarının pazarlanmasıdır" şeklindedir. Heinemann (2001) tanımı, geniş spor pazarlaması kavramı içinde, 'sporun pazarlanması' ve 'spor yoluyla pazarlama' olmak üzere iki farklı akımı dikkate almaktadır. Bühler ve Nufer (2006) göre, birinci akım "spora katılımın ve seyirciliğin faydalarını potansiyel tüketicilere iletmek için pazarlama değişkenlerinin kullanılması" anlamına gelirken, ikinci akım spor sponsorluğu anlamına gelmektedir.

2.2. Sponsorluk

Spor pazarlaması araçları arasında sponsorluk, olumlu imajlardan yararlanmayı mümkün kılan, firmaların ve ürünlerin anlaşılmasını sağlayan, böylece farkındalığı artıran önemli bir pazarlama aracı olarak ortaya çıkmaktadır (Jin, 2015, s. 364). Gardner ve Shuman (1988) sponsorluk hedefleriyle ilgili olarak spesifik bir kavram olarak önerdiği yaklaşıma göre sponsorluk, kurumsal hedefleri (örneğin, kurumsal imajı güçlendirerek) veya pazarlama hedeflerini (marka bilinirliğini sağlamak) desteklemek için amaçlara veya etkinliklere yapılan

yatırımlar olarak tanımlanabilir (Gardner ve Shuman, 1988, s. 44). Cornwell (1995) tarafından "sponsorluk bağlantılı pazarlama" tanımına yönelik daha yeni bir açılım sunulmuştur. Buna göre sponsorluk, "orkestrasyon oluşturulması ve uygulanması amacıyla pazarlama faaliyetlerinin bir sponsorlukla ilişkilendirmenin iletilmesi" olarak tanımlanabilir. (Cornwell, 1995, s. 15). En sık benimsenen sponsorluk tanımlarından biri ise Walraven vd. (2012) tarafından önerildiği üzere, "bir kuruluş tarafından ticari bir amaca ulaşmak için bir faaliyete mali ya da ayni yardım sağlanması olarak kabul edilebilir.

2.3. Sponsorluk ve Reklamcılık Arasındaki Farklar

Reklam ve sponsorluk, pazarlama iletişimi karmasının tamamlayıcı unsurları olarak düşünülebilir; her ikisi de aynı hedefe, yani hedef kitlenin tepkilerini uyandırmaya yöneliktir. Ayrıca, reklamlar genellikle bir sponsorluktan yararlanmak ve sponsorluk bağlantısını iletmek için kullanılır (Walraven vd., 2012, s. 19). Cornwell, Weeks vd. (2005), Walliser (2003), Quester ve Thompson (2001), sponsorluğun bu etkisinin, gerçekten entegre bir iletişim stratejisinin parçası olduğunda ve doğru bir şekilde kullanıldığında en üst düzeye çıktığını kabul etmektedirler. Ayrıca, her ne kadar birbirini tamamlasa da, reklam ve sponsorluk arasında uygulayıcılar tarafından dikkate alınması gereken bazı önemli farklar vardır.

İlk olarak, reklam ve sponsorluk mesaj içeriği ve ses tonu açısından farklılık göstermektedir (Meenaghan, 1991; Walliser, 2003). Walliser'in (2003) belirttiği gibi, reklam mesajları genellikle daha doğrudan, açık ve daha kolay kontrol edilebilirdir. Sponsorlukta, sponsor olunan mülk gibi ikinci bir taraf söz konusu olması nedeniyle, sponsorluk reklama kıyasla daha riski olarak değerlendirilebilir.

Ayrıca, iki araç arasında izleyici tepkisi açısından da bir fark vardır. McDonald (1991) ve Meenaghan (1991) göre bu durum, daha spesifik olarak, sponsorluk durumunda, taraftarların bir tesisi desteklemesi nedeniyle, faaliyetin kendisinin takdir edilmesi beklenirken, hedef kitle reklam uygulamasına karşı daha şüpheci olabileceği şeklinde ifade edilmektedir. Ancak günümüzde tüketiciler sponsorluğun da ticari bir karakteri olduğunu fark etme eğilimindedir ve bu da daha eleştirel bir tutum yaratmaktadır. Özellikle, uygulayıcılar, ticari amaçlı spor etkinliklerinin, sporcuların menfaatleriyle çatışıyor gibi görünmesi durumunda, taraftarların, spor mülklerinin ticari olarak istismar edilmesine karşı hassas olabileceklerinin farkında olmalıdır. (Meenaghan ve Shipley, 1999; Zhang, Won ve Pastore, 2005). Bu nedenle, sponsorlar açık ticari istismar konusunda dikkatli olmalıdır. Sponsorluğu reklamcılıktan ayıran önemli özelliklerden biri de erişim ve kapsamıdır. Bu özelliği ile sponsorluk, sınırları aşma, reklamla ulaşılamayan kitlelere ulaşma ve aynı anda birden fazla hedef gruba ulaşma ve birden fazla amacı gerçekleştirme potansiyeline sahiptir (Walraven vd., 2012, s. 19).

2.4. Spor Sponsorluğu

Spor sponsorluğuna ve onun pazarlama değerine olan ilginin son zamanlarda artması, giderek artan sayıda katılımcı şirketin yatırım harcamalarında hızlı bir büyümeye yol açmıştır ((Cornwell vd., 2005, Meenaghan, 2005; Olson, 2010). Bu eğilimler, profesyonel sporun

küresel kapsamı ile daha da güçlenmiştir ve bu nedenle spor sponsorluğu, kurumsal pazarlama stratejisi açısından büyük değer ifade eden sponsorluğun tüketicilere sağladığı güvenilirlik ve marka bilinirliğinden yararlanmak isteyen şirketler için çok önemli hale gelmiştir (Cornwell vd., 2005; McDaniel, 1999). Bu açıdan, şirketlerin, en iyi getiriyi elde etmek için sponsorlukla neyi amaçladıklarını net bir şekilde tanımlamaları çok önemlidir (Lee ve Ross, 2012). Tipik bir spor sponsorluğu ortaklığında sponsor, şirketin dışında olan ve müşterilerin bakış açısından markasının değerini artırmak için tanıtım fırsatları sunan bir unsurla ilişkilendirme karşılığında fon, ürün veya hizmet şeklinde kaynaklar sağlar (O'Reilly ve Madill, 2007; Pichot, Tribou ve O'Reilly, 2008).

Bir portföydeki her sponsorluk arasındaki benzerlikler, marka anlamını ve netliğini etkiler ve sponsorlar ile sponsor olunan mülkler arasındaki mevcut etkileşim markaların bilişsel ve duygusal boyutlarını etkileyebilir (Chien, Cornwell ve Pappu, 2011). Ayrıca, uyumsuz görünen bir sponsor-sponsor ortaklığı, müşterinin markaya yönelik davranışsal ve duygusal tepkileri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmayabilir (Nickell, Cornwell ve Johnston, 2011).

Lagae (2005), şirketlerin sponsorluk kararı almadan önce, spor türünün özelliklerini göz önünde bulundurması gerektiğini öne sürmüştür. Bu, sporun potansiyel erişimi ile şirketin ilgi alanı arasında bir uyum olup olmadığını ve sporu takip eden kitlenin şirketin hedef kitlesiyle kesişip kesişmediğini belirlemenin en iyi yoludur. Sa ve Almeida (2015) ise, her spor yönteminin tüketicilerin duygularını farklı şekillerde etkilemekle birlikte, sponsor şirketin ürünlerini desteklemesine ilişkin değerlendirmelerini de etkilediğini belirtmiştir. Bu nedenle, sponsorlar, şirketlerinin sahip olmak istedikleri imajı daha iyi temsil edecek fırsatları seçmelidir. Şirketlerin sponsor olmadan önce, göz önünde bulundurması gereken bir diğer faktör de yatırım yapmak istedikleri spor sponsorluğunun türünün doğru bir şekilde belirlenmesidir. Fullerton ve Merz, 2008; Lagae (2005) ve Rines (2000) incelenen çalışmalarda, sekiz tür spor sponsorluğu tespit edilmiştir. Bunlar, spor takımlarının sponsorluğu, bireysel sponsorluk ve spor ürünlerinin desteklenmesi, spor organizasyonlarının veya kuruluşlarının sponsorluğu, spor etkinliklerinin sponsorluğu, spor tesislerinin sponsorluğu, spor yayınlarının sponsorluğu, teknolojilerin sponsorluğu ve lisanslamadır. Spora yatırım yapmak için birçok seçenek olmasına rağmen, bir seçim yapmak her zaman kolay değildir ve şirketin hedeflerine ulaşacağından emin olmak için her alternatifle ilişkili fırsatları ve riskleri değerlendirmek gerekmektedir. Ayrıca, bir sponsorun imajının sponsora da aktarılabilmesi nedeniyle ve birden fazla sponsorluk etkileşiminin marka imajını etkileme gücüne sahip olması nedeniyle sponsorluk seçiminin dikkatli yapılmasında fayda vardır.

SONUÇ

Spor pazarlaması, ekonomik etkisi, sektörel bağlamda belli işlev ve özelliklere sahip olması ile insan yaşamlarındaki yerel ve geniş topluluklarda önemli sosyokültürel bir etkiye sahip olmuştur. En yaygın spor pazarlaması araçlarından biri sponsorluktur. Sponsorluk, müşteri temelli marka değeri oluşturma, iç pazarlama, paydaşlarla ilişkiler kurma ve hissedarların mali güçlerini artırma gibi önemli özellikle sahiptir. Başarılı sponsorluk ise, sponsorun ulaşmak istediği hedefleri göz önünde bulundurarak, sponsorluk hedeflerine ve

hedef kitleye göre uyarlanması gereken sponsorluk programının kalitesine ve uygulanmasına bağlıdır. Ayrıca, sponsorluk pazarındaki koşullar, diğer sponsorların ve taliplerin varlığı ve hedef kitlenin bireysel özellikleri, sponsorluk sürecini ve sponsorluk sonuçlarını önemli ölçüde etkileyen faktörler arasındadır. Bu nedenle, sponsorluğa dahil olmaya karar veren ve sponsorluk için bir alan seçen sponsor firmanın, bu unsurları doğru bir şekilde araştırarak ve yöneterek yatırım yapmasının faydalı olacağı söylenebilir.

KAYNAKÇA

Bühler, A., & Nufer, G. (2006). The nature of sports marketing.

Bühler, A., & Nufer, G. (2014). International Sports Marketing. *Principles and Perspectives, Berlin*.

Chien, P., Cornwell, T. & Pappu, R. (2011). Sponsorship portfolio as a brand-image creation strategy. *Journal of Business Research*, *64*, 142–149.

Cornwell, T. B., Weeks, C. S., & Roy, D. P. (2005). Sponsorship-linked marketing: Opening the black box. *Journal of Advertising*, *34*(2), 21-42.

Davies, F., & Tsiantas, G. (2008). Selection of leveraging strategies by national Olympic sponsors: A proposed model. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, 9*(4), 271–289.

Fullerton, S., & Merz, R. (2008). The four domains of sports marketing: A conceptual framework. *Sport Marketing Quarterly, 17*(2), 90–108.

Gardner, M.P., & Shuman, P. (1988). Sponsorships and small businesses. *Journal of Small Business Management, 26*(4), 44-52

Heinemann, K. (2001). Grundprobleme der Sportökonomie. *Management-Handbuch Sport-Marketing, 1,* 15-32.

Jin, C. H. (2017). Retrospection and state of sports marketing and sponsorship research in IJSMS from 1999 to 2015. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *18*(4), 363-379.

Kaser, K., & Oelkers, D.B. (2005) *Sports and Entertainment Marketing*, Mason/Ohio, Thomson South-Western

Lagae, W. (2005). *Sport Sponsorship and Marketing Communications: An European Perspective*. Harlow: Prentice Hall.

Manoli, A. E. (2018). Sport marketing's past, present and future; An introduction to the special issue on contemporary issues in sports marketing. *Journal of Strategic Marketing*, *26*(1), 1-5.

McDaniel, S. R. (1999). An investigation of match-up effects in sport sponsorship advertising: The implications of consumer advertising schemas. *Psychology & Marketing*, *16*(2), 163-184.

McDonald, C. (1991). Sponsorship and the image of the sponsor. *European Journal of Marketing*, *25*(11), 31-38.

Meenaghan, T. (1991). Sponsorship–legitimising the medium. *European Journal of Marketing*, *25*(11), 5-10.

Meenaghan, T., & Shipley, D. (1999). Media effect in commercial sponsorship. *European Journal of Marketing*, *33*(3/4), 328-348.

Meenaghan, T. (2005). Evaluating sponsorship effects. *Global Sport Sponsorship*, 243-264.

Nickell, D., Cornwell, B., & Johnston, W. (2011). Sponsorship-linked marketing: A set of research propositions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, *26*(8), 577–58.

Olson, E. L. (2010). Does sponsorship work in the same way in different sponsorship contexts?. *European Journal of Marketing*, *44*(1/2), 180-199.

O'Reilly, N. J., & Madill, J. J. (2007). Evaluating social marketing elements in sponsorship. *Social Marketing Quarterly*, *13*(4), 1-25.

Quester, P. G., & Thompson, B. (2001). Advertising and promotion leverage on arts sponsorship effectiveness. *Journal of Advertising Research*, *41*(1), 33-47.

Pichot, L., Tribou, G. and O'Reilly, N. (2008). Sport sponsorship, internal communications, and human resource management: An exploratory assessment of potential future research. *International Journal of Sport Communication*, *1*(4), 413–423.

Rines, S. (2000). *Driving Business Through Sport: An Analysis of Europe's Sports Sponsorship Industry, Business Opportunities and Best Practice*. International Marketing Reports

Sá, B. M., & De Almeida, V. M. C. (2015). Sports Sponsorship Decision Model: A conceptual model proposition. In *Routledge Handbook of Sports Marketing*, 92-109.

Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk, D., Karg, A., & Dickler, L. (2015). Strategic sport marketing.

Verhoef, P. C., & Leeflang, P. S. (2009). Understanding the marketing department's influence within the firm. *Journal of Marketing*, *73*(2), 14-37.

Walraven, M., Koning, R. H., & van Bottenburg, M. (2012). The effects of sports sponsorship: A review and research agenda. *The Marketing Review*, *12*(1), 17-38.

Walliser, B. (2003). An international review of sponsorship research: Extension and update. *International Journal of Advertising*, *22*(1), 5-40.

Zhang, Z., Won, D., & Pastore, D. L. (2005). The Effects of Attitudes Toward Commercialization on College Students' Purchasing Intentions of Sponsors' Products. *Sport Marketing Quarterly*, *14*(3), 177-187.

YÖRESEL MUTFAKLARIN PAZARLANMASI PERSPEKTİFİNDE NİĞDE YÖRESEL MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TANINIRLIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A research on The Recognition of Niğde Local Culinary Culture From The Perspective of Local Culinary Marketing

Öğr. Gör. İsa Serhan CİHANGİR
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0003-4691-7554
Doç. Dr. Kadriye Alev AKMEŞE
Selçuk Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-3826-9684
Doç. Dr. Halil AKMEŞE
Erbakan Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0003-4694-2215

ÖZET

Destinasyonlara özgü doğal ve kültürel değerler, turizm sektöründe rekabet avantajı sağlamak için büyük önem taşımaktadır. Somut ve somut olmayan kültürel miras, özellikle doğal turistik çekim unsuru konusunda diğer bölgelere göre zayıf olan destinasyonların, önemli pazarlama araçlarındandır. Yerel gastronomik değerler de somut olmayan kültürel mirasın önemli temsilcileridir. Gastronomik ürün pazarlamasında önemli bir diğer husus ise yerel halkın ve bu alanda çalışanların gastronomik ürünler konusundaki bilgi ve tutumlarıdır. Özellikle bu alanda çalışacak olan öğrencilerin gastronomik ürünler konusundaki bilgi birikimi, ürünlerin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma kapsamında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü öğrencilerinin Niğde yemek kültürü konusundaki farkındalıklarının araştırılması amaçlanmaktadır. Araştırma verilerine ulaşılması için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket sonuçları SPSS yazılımı ile analiz edilmiştir. Bulgular neticesinde Gastronomik ürünlerin öğrencilere tanıtımı ve pazarlama aracı olarak etkin kullanımına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler; Gastronomi, Yöresel yemekler, Mutfak kültürü, Gastronomik ürün

Abstract

Natural and cultural values specific to destinations are of great importance in order to provide competitive advantage in the tourism sector. Tangible and intangible cultural heritage is one of the important marketing tools of destinations that are weak compared to other regions, especially in terms of natural tourist attraction. Local gastronomic values are also important representatives of intangible cultural heritage. Another important issue in the marketing of gastronomic products is the knowledge and attitudes of the local people and those working in this field about gastronomic products. In particular, the knowledge of the students who will work in this field on gastronomic products is important in terms of the sustainability of the

products. Within the scope of this study, it is aimed to investigate the awareness of the students of Niğde Ömer Halisdemir University Hotel, Restaurant and Catering Services about Niğde food culture. Questionnaire technique, one of the quantitative research methods, was used to reach the research data. Survey results were analyzed with SPSS software. As a result of the findings, suggestions were made for the promotion of gastronomic products to students and their effective use as a marketing tool.

Keyword; Gastronomy, Local dishes, Culinary culture, Gastronomic product

1. GİRİŞ

İnsan topluluklarının geçmişten günümüze yaşadığı kültürün bir parçası olan ve kültürler arası etkileşimle çeşitlenerek zenginleşen yemek olgusu, sadece bir beslenme şekli değildir. Ürünleri hazırlanış biçimi, hazırlarken kullanılan araç-gereçler, pişirme usulleri, yemek ritüelleri, saklama ve tüketme süreçleri medeniyetleri birbirlerinden ayıran toplumsal örf, adet, inanış ve geleneklere dayalı bir tüketim kültürü modelidir. Bu model coğrafi, ekonomik ve ekolojik yapıya bağlı olarak şekillenmekte ve o toplumun "mutfak kültürünü" yansıtmaktadır (Arılı, 1982; Arslan, 1997; Kaplan, 2006; Sağır, 2012; Korkutata, 2013; Hatipoğlu vd., 2013; Serçeoğlu, 2014; Yarış ve Özkaya, 2015; Girgin vd., 2017; Yazıcıoğlu vd., 2017).

Dünya üzerinde yer alan kültürel yansımalardan birisi, asırlardır medeniyetlere ev sahipliği yapan Anadolu'dur. İklimsel özellikleri, coğrafi konumu, verimli topraklarıyla birbirinden faklı birçok uygarlığa ev sahipliği yaparak kültürel etkileşimlerin de etkisiyle mutfak yapısını zenginleştirmiş ve günümüze ulaştırabilmiştir. Özellikle Selçuklu ve Osmanlıdan günümüze nesiller boyu aktarılan yöresel mutfaklar, özgün ve geleneksel yapılarıyla yaşatılmaya devam etmekte, birçok birey ve toplumun dikkatlerini üzerine çekmektedir (Güldemir, 2014; Aksoy ve Sezgi, 2015; Şahin ve Ünver, 2015; Gülen, 2017; Özleyen ve Tepeci, 2017; Karakaş ve Uyar Oğuz, 2019). Yapılan araştırmalar, Anadolu mutfak kültürünün dünyanın en zengin üç mutfağının arasında yer aldığını ve besleyici bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır (Arlı, 1982; Serçeoğlu, 2014; Çakıcı ve Eser, 2016; Girgin vd., 2017). Bu özellikleriyle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekebilmekte, yöreye özgü yiyecekleri ve lezzetli içecekleri doğal ortamında tadarak deneyimlemek isteyen turistlerin tercihlerinde üst sırada yer almaktadır. Turizm aktivitelerine katılan bireylerin istek ve beklentileri değişim göstermekte, yeni yerler görmenin yanı sıra yöresel yiyecekler odaklı kültürler arası etkileşimde bulunarak farklı tecrübeler yaşama arzusu ön plana çıkmaktadır (Santich, 2004; Quan ve Wang, 2004; Kivela ve Crotts, 2005; Özdemir, 2008; Okumuş ve Okumuş, 2008; Zainal vd., 2010; Yun vd., 2011; Lopez-Guzman ve Canizeras, 2011; Cömert ve Özkaya, 2014; Özkaya ve Gündeğer, 2014; Serçeoğlu, 2014; Uyar ve Zengin, 2015; Zağralı ve Akbaba, 2015; Sormaz vd., 2016; Özleyen ve Tepeci, 2017; İnce ve Samatova, 2018).

Destinasyon imajını güçlendirmek ve pazar payını artırmak isteyen turizm destinasyonlarında yöresel mutfak kültürü özel bir ürün olarak aktif rol oynamakta ve pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır (Hegarty, ve O'Mahony, 2001; Hall ve Sharples, 2003; Kivela ve Crotts, 2005; Henderson, 2009; Şahin ve Ünver, 2015; Zağralı ve Akbaba, 2015; Aksoy ve Sezgi, 2015; İnce

ve Samatova, 2017; Karakaş ve Uyar Oğuz, 2019). Turizmden elde edilen gelirin yaklaşık %30'unu yöresel yiyeceklere yönelik yapılan harcamaların oluşturduğu, Barcelona'nın her yıl 500'den fazla yiyecek içecek aktivitesi gerçekleştirdiği ve bu aktivitelere 60 ülkeden 200 bin katılımcının geldiği ifade edilmektedir (TYGD, 2012). Amerika Ulusal Ekonomi Araştırma (2008) verilerine göre, yöresel mutfak lezzetlerinin üretici ve tüketiciye kazanımının 4,8 milyar dolar olduğunu belirtilmektedir (Low ve Vogel, 2011). Dolaysıyla ülke, bölge, yöre ve destinasyonların özgün yöresel mutfak kültürlerinin turist seyahatlerinde önemli bir motivasyon aracı olduğu, destinasyonların kültürel tanınırlığını artırdığı ve ciddi ekonomik katkılar sağladığı görülmektedir (Mckrecher, 2008; Albayrak, 2013; Çapar ve Yenipınar, 2016; Özleyen ve Tepeci, 2017; Yazıcıoğlu vd., 2018). Bu nedenle her destinasyon kendi özelinde yöresel mutfak kültürüyle ön plana çıkarılmalı, geleneksel yaşam tarzları ve farklılaştırılmış bir pazarlama anlayışıyla turizm pazarına sunularak ziyaretçi sayısı ve ekonomik girdiler açısından kazanımlar elde edilmelidir.

İç Anadolu Bölgesinin önemli bir kültürel değeri olan, tarihi geçmişi M.Ö. 8500'lere dayanan, birçok medeniyetin izlerini taşıyan Niğde İli de her uygarlığın bıraktığı kültürel izler ekseninde zengin bir mutfak kültürüne sahip olup, 450'den fazla yöresel lezzeti, farklı pişirme teknikleri ve kendine özgün araç-gereçleriyle ziyaretçilerine sunabilecek konumdadır.

2. NİĞDE YÖRESEL MUTFAK KÜLTÜRÜ VE ÖZELLİKLERİ

Geçmişten günümüze farklı toplumlara ev sahipliği yapan Niğde, zengin bir kültürel mirasa sahiptir. Arkeologlar tarafından Orta Anadolu'nun Neolitik Dönemden kalan en önemli yerleşim merkezlerinden birisi olan Köşk Höyükte M.Ö. 7000'li yıllara ait 4 büyük kültür tabakası keşfedilerek, bu tabakalarda yeme-içme faaliyetlerinde kullanılan birçok çanak, çömlek, kabartma bezemeli kaplar ve at-nalı ocak sistemi gibi kalıntılara ulaşmışlardır. Yine Niğde İli sınırları içerisinde yer alan Tavşanlı Höyük ve Göllüdağ kazılarında da benzer türde çanak ve çömlek kalıntılarına rastlanmıştır. Bu kalıntılar Niğde Arkeoloji Müzesi'nde koruma altına alınarak sergilenmektedir (Öztan, 2005; İri, 2009; Balkan Atlı, 2011; Eroğlu, 2018). Elde edilen bu kalıntılar, bir toplumun mutfak kültürüne ait pişirme, sunum, servis ve saklama tekniklerini ortaya koyan ve yiyecek-içecek kültürünün temellerini oluşturan en önemli bulgular olarak nitelendirilmektedir. Ateşin M.Ö. 7500'lü yıllarda kontrol altına alınarak çiğ ürünleri pişirme amaçlı kullanıldığı düşünüldüğünde ulaşılan eserler neticesinde Niğde Mutfak Kültürünün eski ve zengin bir kökene sahip olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Aynı zamanda coğrafi şartlar çerçevesinde üretimi gerçekleştirilen meyve ve sebzeler, hububat, baklagiller ve aromatik bitkiler dikkate alındığında, farklı lezzetleri bir araya getiren geniş bir mutfak anlayışının varlığı gözlenebilmektedir.

Her etnik grubun ve toplumun kendisine has farklı tatları bünyesinde barındıran bir mutfak kültürü vardır. Niğde İli de çeşitli etnik grupları coğrafyasında barındırması nedeniyle kuşaktan kuşağa aktarılan zengin bir yöresel mutfak kültürüne sahiptir. Bu özellikleri ile Türk Mutfak Kültürü içerisinde önemli bir yer edinmektedir. Niğde ili mutfak kültürünün bir diğer özelliği ise Aytunç Altındal (2010) tarafından ifade edildiği şekli ile ilk vejetaryen (Yoksul Tanrı Tyanalı Apollonius) beslenme uygulamalarına ev sahipliği yapmasıdır. Yöreye özgü yemeklerin birçoğu mevsimine uygun sebze ağırlıklı yemekler olup, doğal bitkiler yardımıyla

da geleneksel boyut kazanmaktadır. Et ve bulgur gibi ürünler de yöresel mutfakta kullanılan diğer unsurlardır. Bu zenginlikler nedeni ile kültürel görgü kurallarının bir yansıması olan Niğde yöresel mutfağının hafif yiyeceklerden oluşan sağlıklı bir mutfak olduğunu söylemek mümkündür.

Niğde Mutfak kültürü, farklılaştırılmış tatları bir araya getirebilen aşçılarıyla 17. ve 18. yy da Osmanlı Saray Mutfağına damgasını vurmuştur. Bu dönem aşçılarının büyük bir kısmı (yaklaşık %53'ü) Niğde/Nevşehirli aşçılardan oluşmakta olup, Yeniçeri ocağına son verildikten sonra Bolu/Mengenli aşçıların Osmanlı Saray Mutfağına hâkim olmaya başladıkları bilinmektedir (Bilgin, 1998; Akkor, 2019). Bu aşçılar, dönemlerinin iki büyük Sadrazamı, Öküz Mehmet Paşa / Kilerciler Ocağı ve Damat İbrahim Paşa / Helvacılar Ocağında görev yapmışlardır. Niğde yöresel mutfak lezzetleri içerisinde Osmanlı Saray Mutfağında yer alan birçok yiyeceğe rastlayabilmek mümkündür. Dinsel törenler ve ayinler için (sünnet, düğün, kız isteme, doğum ve ölüm, geleneksel günler) hazırlanan yemeklere de Niğde Mutfak Kültürü içerisinde ayrı bir yer verilmektedir. Ayrıca, 1924 Mübadeleleri kapsamında Misli/Konaklı, Uluağaç, Yeşilburç, Aktaş vb. köy ve kasabalara yerleşen Balkan göçmenleri (Çorbalar, köfteler, börekler, turşular, tatlılar, pırasa yemekleri ve hamur işleri) ve 1960 yılında Kazakistan dolaylarından göç yoluyla Ulukışla/Altay Köyüne yerleşen Kazak Türklerinin yeme-içme kültürel yapısı (Kımız, mantı vb.) Niğde Yöresel Mutfak Kültürünü daha da zenginleştirmiştir.

Niğde İli özelinde yer alan yiyecek içecek işletmeleri özgün yöresel mutfak kültürlerini korumalı, etkili bir pazarlama anlayışıyla destinasyon ziyaretçilerine sunabilmelidirler. Geleceğin yatırımcıları ve işletmecileri olarak yetiştirilen Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü öğrencilerinin yöresel mutfak kültürlerini etkin bir şekilde tanımaları ve benimsedikleri Niğde yöresel mutfağını ulusal ve uluslararası pazara kazandırmaları önemli bir çıkış noktası olarak görülmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın önemi ve amacı;

Çalışmanın önemi; literatür incelendiğinde özellikle 2010 ve sonrasında yerel yiyeceklerin turizmdeki önemine dair konuların fazlaca işlendiği görülmektedir (Kim ve Eves, 2012; Karakaş ve Uyar Oğuz, 2019). Ancak, geleceğin turizm yatırımcıları, işletmecileri ve çalışanları olacak Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü öğrencilerinin Niğde yöresel mutfak kültürünü tanıma düzeylerinin tespiti üzerine bir çalışmaya (bu çalışmanın hazırlandığı süreç itibariyle) rastlanmamıştır. Bu nedenle yapılan çalışma bir ilk olma özelliği taşımaktadır.

Çalışmanın amacı; Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü öğrencilerinin konakladıkları, eğitim aldıkları ve kültürel etkileşim içerisinde bulundukları Niğde İli yöresel yemek kültürünü tanıma düzeylerini ölçerek, onların ön görüleriyle yöresel mutfak kültürüne ilişkin yemekleri, ulusal ve uluslararası platforma taşıyabilecekleri öngörülmektedir. Böylece bir taraftan Niğde Mutfak Kültürüne ilişkin bazı yemekler literatüre kazandırılacak olup, diğer taraftan gastronomik ürünler ile destinasyon pazarlama stratejileri geliştirilebilecektir.

3. METODOLOJİ

Çalışma kapsamında birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. İlk olarak ikincil veriler olan alan yazın taranmış (kitap, makale, tez, bildiri vb. bilimsel çalışmalar) çalışmaya ilişkin bulgular kayıt altına alınmıştır. Daha sonra Niğde Yöresel Mutfak Kültürünün tanınırlık düzeyini tespit edebilmek amacıyla anket tekniği kullanılmıştır.

Çalışmanın evrenini;

Niğde Ömer Halis demir Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı ile Aşçılık Programı öğrencilerinden (1. Sınıf, 2. Sınıf ve uzatmalı öğrenciler olmak üzere toplam 185 öğrenci) oluşmaktadır. 120 anketin sorularının cevaplarının çalışmadan sağlıklı sonuçlar alacak şekilde yanıtlandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak 120 anket değerlendirilmeye açınmıştır

Veri Toplama Yöntem ve Aracı;

Araştırma kapsamında birincil verilerin toplanmasında anket formu kullanılmıştır. Hazırlanan anket formunda öğrencilerin demografik özellikleri, Niğde yöresel yemeklerine yönelik tutumları, Niğde yöresel mutfak kültürünün tanıtımına yönelik tutumları ve Niğde yöresel mutfak kültürüne ait yöresel yemekler hakkındaki bilgi düzeylerine ilişkin sorular yer almaktadır.

Ankette yer alan soruların cevaplanmasında “Niğde Yöresel Mutfak Kültürüne Ait Yöresel Yemekler Hakkındaki Bilgi Düzeyinin tespitine yönelik sorularda “Bilmiyorum Hiç Tatmadım”, “Biliyorum Hiç Tatmadım”, Tattım Ama Beğenmedim” ve “Tattım ve Beğendim” seçenekleri sunulmuş diğer bütün sorularda ise, “Evet”, “Hayır” ve “Kararsızım” seçeneklerine yer verilmiştir. Anket formunda öğrencilerin Niğde Yöresel Mutfak Kültürünü tanıma düzeylerini ölçmek için, Shenoy (2005), Yarış (2014) ve Serçeoğlu (2014)’ün çalışmalarında yer alan bazı anket sorularından yararlanılmıştır. Bu sorular pilot çalışmayla test edilmiş, anlaşılmayan sorular ve yemekler tekrar gözden geçirilip gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Toplanan veriler, SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiş; analizlerde genel değerlendirmeye ulaşmak amacıyla frekans, yüzde, ortalama gibi istatistiksel yöntemlerden yararlanılmıştır.

4. ANALİZ ve BULGULAR

Hazırlanan anket neticesinde elde edilen verilerin frekans analizleri ve bulgular bu kısımda açıklanmaktadır.

Çizelge 1: Demografik Bulgular

		Frekans	Yüzde	Ortalama	Toplam Yüzde
Cinsiyet	**Erkek**	39	32,5	32,5	32,5
	Kadın	81	67,5	67,5	100,0
	Toplam	**120**	**100,0**	**100,0**	
Yaş	**18-20**	64	53,3	53,3	53,3

	21-23	44	36,7	36,7	90,0
	24 ve Üzeri	12	10,0	10,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Program	**Aşçılık**	118	98,3	98,3	98,3
	Turizm Otelcilik	2	1,7	1,7	100,0
	Total	**120**	**100,0**	**100,0**	
Sınıf	**1. Sınıf**	74	61,7	61,7	61,7
	2. Sınıf	43	35,8	35,8	97,5
	Uzatmalı	3	2,5	2,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Mezun Olunan Lise	**Turizm Lisesi**	25	20,8	20,8	20,8
	Anadolu Lisesi	54	45,0	45,0	65,8
	Diğer	41	34,2	34,2	100,0
	Total	**120**	**100,0**	**100,0**	
Kiminle Yaşıyorsunuz	**Ailem**	105	87,5	87,5	87,5
	Arkadaşlarım	13	10,8	10,8	98,3
	Diğer	2	1,7	1,7	100,0
	Total	**120**	**100,0**	**100,0**	
Aylık Harcama Düzeyi	**2.000,00-4.000,00**	65	54,2	54,2	54,2
	4.001,00-4.500,00	38	31,7	31,7	85,8
	4.501,00 ve Üzeri	17	14,2	14,2	100,0
	Total	**120**	**100,0**	**100,0**	
Yiyecek-İçecek İçin Harcanan Miktar (Aylık)	**1.500,00-2.000,00**	64	53,3	53,3	53,3
	2.001,00-3.000,00	25	20,8	20,8	74,2
	3.001,00 ve Üzeri	31	25,8	25,8	100,0
	Total	**120**	**100,0**	**100,0**	

Çizelge 1'de yer alan bulgular incelendiğinde ankete cevap veren öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%98,3) aşçılık programından olduğu görülmektedir. Bu durum, çalışmanın konusunun mutfak kültürü olması göz önüne alındığında gerçekçi sonuçlar vermesi açısından önem taşımaktadır. Yiyecek içecek harcamalarına yapılan miktarlar incelendiğinde de ankete katılanların bu konudaki harcamalarının ortalama iki bin TL civarında olduğu söylenebilmektedir. Katılımcıların çoğunlukla aşçılık programından olması ve yiyecek içecek ihtiyaçları için kendilerinin bir harcama yapıyor olmaları, öğrenim görmekte oldukları Niğde ilinin mutfak kültürüne ilişkin bilgi sahibi olmaları noktasında önem taşımaktadır.

Çizelge 2: Niğde Yöresel Yemeklerine Yönelik Yaklaşımlar

		Frekans	**Yüzde**	**Ortalama**	**Toplam Yüzde**
Niğde Yöresel Yemekleri Lezzetlidir	**Evet**	96	80,0	80,0	80,0
	Hayır	14	11,7	11,7	91,7
	Kararsızım	10	8,3	8,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Yemek Çeşitliliğinin Yeterli Olduğunu Düşünüyorum.	**Evet**	40	33,3	33,3	33,3
	Hayır	54	45,0	45,0	78,3
	Kararsızım	26	21,7	21,7	100,0

	Total	120	100,0	100,0	
Niğde İlinin Yöresel Yemekleri Şehrin Kültürünü Yansıtır.	**Evet**	100	83,3	83,3	83,3
	Hayır	7	5,8	5,8	89,2
	Kararsızım	13	10,8	10,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Yemeklerinin Görünüşü Güzel ve İştah Açıcıdır.	**Evet**	97	80,8	80,8	80,8
	Hayır	12	10,0	10,0	90,8
	Kararsızım	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Yemeklerinin Besin Değeri Yüksektir.	**Evet**	110	91,7	91,7	91,7
	Hayır	0	0	0	0
	Kararsızım	10	8,3	8,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Yemeklerinin Fiyatı Uygundur	**Evet**	79	65,8	65,8	65,8
	Hayır	4	3,3	3,3	69,2
	Kararsızım	37	30,8	30,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Yemeklerini Çevreme Tavsiye Ederim.	**Evet**	95	79,2	79,2	79,2
	Hayır	3	2,5	2,5	81,7
	Kararsızım	22	18,3	18,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Yemeklerini İçeren Kitaplar Olsa Satın Alırım.	**Evet**	99	82,5	82,5	82,5
	Hayır	18	15,0	15,0	97,5
	Kararsızım	3	2,5	2,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Mutfak Kültürünün Unutulduğunu Düşünüyorum.	**Evet**	73	60,8	60,8	60,8
	Hayır	25	20,8	20,8	81,7
	Kararsızım	22	18,3	18,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Mutfak Kültürü Türkiye'nin Her Yerinde Tanınmaktadır.	**Evet**	42	35,0	35,0	35,0
	Hayır	44	36,7	36,7	71,7
	Kararsızım	34	28,3	28,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde İlinde Çoğunlukla Yöresel Yemekler Yapılır.	**Evet**	57	47,5	47,5	47,5
	Hayır	29	24,2	24,2	71,7
	Kararsızım	34	28,3	28,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Çizelge 2 incelendiğinde, katılımcıların Niğde yöresel yemeklerinin lezzetli, besleyici, uygun fiyatlı, iştah açıcı olduğunu düşündüğü, yöresel yemekleri çevrelerine tavsiye edecekleri ve bu konuda yazılı kaynaklar olması durumunda almak istedikleri görülmektedir (verilen cevapların ortalama ağırlıklarına göre yorumlanmıştır). Yöresel yemeklerin çeşitliliğinin az olduğu, bölgede yöresel yemeklere çok sık rastlanmadığı ve Niğde mutfağının Türkiye'de tanınırlığının

yeterli düzeyde olmadığı da yine çizelge 2'den elde edilen bulgular arasındadır. Bu bulgular ışığında Niğde yöresel yemeklerinin lezzet ve beğeni açısından tercih edilme oranlarının yüksek olduğu ancak tanınırlık ve restoranlarda rastlanma sıklığı açısından noksanlıkların olduğunu ifade etmek mümkündür.

Çizelge 3: Destinasyon Tanıtımı Kapsamında Niğde Yöresel Yemeklerinin Farkındalığının Artırılmasına Yönelik Uygulamalar

		Frekans	Yüzde	Ortalama	Toplam Yüzde
Bölgede yer alan eğitim kurumları "Niğde Yöresel Mutfak Kültürünün" genç nesillere sağlıklı bir şekilde aktarılabilmesi amacıyla eğitim programları geliştirmelidir.	**Evet**	109	90,8	90,8	90,8
	Hayır				
	Kararsızım	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Destinasyon turizminden elde edilen gelirin artırılabilmesi amacıyla Niğde'de turistik hizmet veren oteller ve yiyecek-içecek işletmeleri menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklere daha fazla yer vermelidir.	**Evet**	116	96,7	96,7	96,7
	Hayır				
	Kararsızım	4	3,3	3,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Kamu kurum ve kuruluşları resmi web sitelerinde, turistik işletmeler ise işletme web sitelerinde ve sosyal medya ağlarında "Niğde Yöresel Mutfak Kültürüne" ilişkin daha fazla detaylı bilgilere yer vermelidir.	**Evet**	113	94,2	94,2	94,2
	Hayır				
	Kararsızım	7	5,8	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde İline özgü düzenlenen turlarda yerel mutfağını da ön plana çıkaracak yaklaşımlar benimsenmeli	**Evet**	111	92,5	92,5	92,5
	Hayır				
	Kararsızım	9	7,5	7,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Destinasyonda yer alan somut olmayan kültürel miras öğeleri arasında yer alan yöresel mutfak unsurlarının sergilendiği bir "Niğde Yöresel Mutfak Kültürü Müzesi" oluşturulmalıdır	**Evet**	113	94,2	94,2	94,2
	Hayır				
	Kararsızım	7	5,8	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Mutfak Kültürünün görsel ve yazılı medyada daha fazla yer almasının sağlanabilmesi için bu konuda uzman olan kişilerin (gurmelerin) bölgeye gelmesi sağlanmalı ve programlar yapılması teşvik edilmeli, belgeseller çekilmeli, workshoplar düzenlenmeli	**Evet**	116	96,7	96,7	96,7
	Hayır				
	Kararsızım	4	3,3	3,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde İlinde görev yapan aşçılar, aşçı birlikleri ve dernekleri ulusal ve uluslararası yarışmalara katılmalı, yarışmalarda İle özgün lezzetleri hazırlayarak sunmalı "Niğde Yöresel Mutfak Kültürünün" tanıtılmasında aktif rol oynamalıdır.	**Evet**	113	94,2	94,2	94,2
	Hayır				
	Kararsızım	7	5,8	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Mutfak Kültürünün iyi bir şekilde tanıtıp bilinirliliğini arttırmak için ulusal ve uluslararası alanda konferans, panel ve kongre gibi bilimsel toplantılar, tanıtım günleri, festivaller ve yarışmalar düzenlenmeli	**Evet**	113	96,7	94,2	94,2
	Hayır				
	Kararsızım	7	3,3	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Mutfak Kültürüne ilişkin zengin potansiyelin değerlendirilebilmesi adına; unutulmuş ve unutulmaya yüz tutan yöresel yemeklerin tariflendirme	**Evet**	116	96,7	96,7	96,7
	Hayır				
	Kararsızım	4	3,3	3,3	100,0

çalışmaları yapılmalı ve Niğde Yöresel Mutfak kitabı oluşturulmalıdır.	**Total**	120	100,0	100,0	
Devlet teşvikleri sağlanarak, vergiler azaltılarak özellikle genç ve kadın girişimcilerin bölgede Niğde Yöresel Mutfak Kültürüne dönük üretimleri desteklenmelidir	**Evet**	116	96,7	96,7	96,7
	Hayır				
	Kararsızım	4	3,3	3,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde İlinin sahip olduğu Yöresel Mutfak ürünlerin bulunduğu bir restoran "marka" olarak yaratılarak diğer illere hatta farklı ülkelere açılması sağlanmalıdır	**Evet**	119	99,2	99,2	99,2
	Hayır				
	Kararsızım	1	0,8	0,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	
Niğde Yöresel Mutfak Kültürüne özgün coğrafi işaretli ürünler çoğaltılmalıdır.	**Evet**	110	91,7	91,7	91,7
	Hayır	6	5,0	5,0	96,7
	Kararsızım	4	3,3	3,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Niğde yöresel lezzetlerinin ve mutfak kültürünün tanıtılmasına ilişkin yapılacak olan uygulamaların katılımcılar tarafından olumlu karşılandığı çizelge 3'de görülmektedir. Bu bulgulara göre katılımcıların yaş aralıkları açısından üniversite çağında olmaları dikkate alındığında, yöresel mutfakların tanıtımına ilişkin farkındalıklarının oluştuğu söylenebilir. Özellikle genç kesimin yöresel lezzetlere sahip çıkması, gastronomi pazarlaması ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

Çizelge 4: Niğde Yöresel Yemekleri Farkındalık Düzeyi

Ürün	Hiç Duymadım	Biliyorum Hiç Tatmadım	Tattım Ama Beğenmedim	Tattım ve Beğendim	Toplam
Sütlü Pancar Çorbası	78	22	17	3	120
	%65	%18	%14	%2,5	%100
Şıra/Sıra Çorbası	90	12	6	12	120
	%75	%10	%5	%10	%100
Niğde Tarhana Çorbası	35	18	7	60	120
	%29,2	%15	%5,8	%50	%100
Patates Çorbası	32	35	7	46	120
	%26,7	%29,2	%5,8	%38,3	%100
Bossulu	82	23		15	120
	%68,3	%19,2		%12,5	100
Bor Söğürme	21	28	8	63	120
	%17,5	%23,3	%6,7	%52,5	%100
Orta Dolma	65	25	3	27	120
	%54,2	%20,8	%2,5	%22,5	%100
Ağpakla	86	8	9	17	120
	%71,7	%6,7	%7,5	%14,2	%100
Mazaklı Köftesi	79	25	6	10	120
	%65,8	%20,8	%5	%8,3	%100
Yaprak Ditme	75	15	9	21	120
	%62,5	%12,5	%7,5	%17,5	%100

Koruklu Bamya	71	34	9	6	120
	%59,2	%28,3	%7,5	%5	%100
Pirinç Elma Dolması	41	13	16	50	120
	%34,2	%10,8	%13,3	%41,7	%100
Zerdali Yahnisi	77	26	12	5	120
	%65,2	%21,7	%10	%4,2	%100
Deveci Pilavı	83	7	6	24	120
	%69,2	%5,8	%5	%20	%100
Şekerli Pirinç Pilavı	64	16	22	18	120
	%53,3	%13,3	%18,3	%15	%100
Muhacir Mantısı	62	28	6	24	120
	%51,7	%23,3	%5	%20	%100
Öksüz Mantı	73	29	0	18	120
	%60,8	%24,2	0	%15	%100
Muhacir Böreği	60	13	7	40	120
	%50	%10,8	%5,8	%33,4	%100
Patatesli Ekmek	40	24	0	56	120
	%33,4	%20	0	%46,6	%100
Tandır Ekmeği/Kapama	20	13	8	79	120
	%16,7	%10,8	%6,7	%65,8	%100
Bazlama	20	13	0	87	120
	%16,7	%10,8	0	%72,5	%100
Niğde Tahisinlisi	21	11	4	84	120
	%17,5	%9,2	%3,3	%70	%100
Fertek Simidi	38	21	7	54	120
	%31,7	%17,5	%5,8	%45	%100
Zerdali Kavurması	64	24	9	23	120
	%53,3	%20	%7,5	%19,2	%100
Kar-Katması	54	19	4	43	120
	%45	%15,8	%3,4	%35,8	%100
Helvater/Halvater	76	13	5	26	120
	%63,3	%10,8	%4,2	%21,7	%100
Sarı Erik Reçeli	36	31	8	45	120
	%30	%25,8	%6,7	%37,5	%100
Sarı Burma	68	6	6	40	120
	56,7	5	5	33,3	%100
Niğde Gazozu	0	0	0	120	120
	0	0	0	%100	%100

Çizelge 4'de yer alan Niğde'ye özgü yöresel lezzetlerin tanınırlık bulgularında ise genellikle yerel lezzetlerin hiç duyulmadığı, duyulup tadılanların ise beğenildiği görülmektedir (ağırlıklı oranlar dikkate alınarak yorumlama yapılmıştır). Bulgular neticesinde Niğde yöresel

lezzetlerinin yeterli ölçüde tanıtılmadığı ve restoranlarda bu ürünlere yer verilmediğini söylemek mümkün olacaktır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yöresel gastronomik ürünler, destinasyon tanıtımında önem taşıyan pazarlama araçları arasındadır. Özellikle turistik ürün açısından dezavantajlı olan bölgelerin turist çekme potansiyellerini artıran etkisi ile hem kültürel hem de ekonomik değere sahiptir. Bu çalışma, Niğde ilinin gastronomik değerlerinin tanınırlığını ölçme ve tespitler neticesinde öneriler geliştirme açısından önem taşımaktadır.

Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun aşçılık bölümünde öğrenci oldukları görülmüştür. Bu acıdan mutfak kültürlerine aşina oldukları düşünülmektedir. Mutfak kültürünün tanıtılması noktasında yapılabilecek bütün faaliyetleri desteklemeleri ise gastronomi ve somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından olumlu bulgular olarak değerlendirilmektedir. Ancak Niğde yerel lezzetlerinin tanınırlığı noktasında eksiklikler olduğu da çalışma neticesinde elde edilen bulgular arasında yer almaktadır.

Katılımcıların yerel lezzetlerin tanıtımına verdikleri destek dikkate alındığında, gastronomi alanında ders müfredatına sahip olan eğitim öğretim kurumları başta olmak üzere mutfak kültürünü tanıtan organizasyonların yapılması, restoran menülerinde yerel lezzetlere yer verilmesi, yöresel yemeklerin reçetelendirilerek kayıt altına alınmaları ve bu alanda mesleki kursların açılması, çalışma sonucunda getirilen önerilerdir.

Yöresel lezzetlerin coğrafi işaret altına alınarak sürdürülebilirliklerinin sağlanması bölge kültürel mirasının korunmasının sağlarken gastronomi turizmi açısından da olumlu etkiler yaratarak ekonomik kalkınamaya destek sunabilecektir. Bulgular neticesinde, alternatif turizm pazarlama unsuru olarak yerel lezzetlerin tanınırlığının artırılması çalışmalarına ağırlık verilmesi, bölge turizmine ve ekonomisine de olumlu yansımalar ortaya çıkarabilecektir.

KAYNAKÇA

Akkor, Y.E. (2019). “Osmanlı Mutfağı Nevşehirli Aşçılardan Sorulurdu”, https://www.fibhaber.com/kultur/osmanli-mutfagi-nevsehirli-ascilardan-sorulurdu-h98295.html, Erişim: 24.12.2020 Saat:20.33.

Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). “Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları”. Journal of Tourism and Gastronomy Studies.3(3), 79-89.

Albayrak, A. (2013). “Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma”, Journal of Yasar University, 30 (8), 5049-5063.

Altındal, A. (2010). “Yoksul Tanrı Tyanalı Apollonius”. Alfa Yayınları, İstanbul

Arlı, M. (1982). “Türk Mutfağına Genel Bakış”, Türk Mutfağı Sempozyumu Bildiri Kitabı, Ankara, 19-33.

Arslan, P. (1997). “Toplumun Geleneksel Yemek Kültürünün Değişimi- Hızlı Hazır Yemek Sistemine (Fast Food) Geçiş”. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (Hazırlayan Kamil Toygar) (ss. 139-146). Ankara: Takav Matbaası.

Balkan Atlı, N. (2011). "Arkeolojik Buluntular Işığında Niğde Tarihi", Atatürk Kültür Merkezi I. Niğde Günleri Paneli Tanıtma Bildirisi: 1–51, Ankara.
Bilgin, A. (1998). "Bolulu Aşçıların Osmanlı Saray Mutfağına Girişleri", Bolu'da Halk Kültürü ve Köroğlu Uluslararası Sempozyumu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Yayınları, 43-55.
Cömert, M. ve Özkaya, F.D. (2014). "Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi". Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2 (2), 62-66.
Çakıcı, A. C., ve Eser, S. (2016). "Yabancı Mutfak Şefleri Gözüyle Türk Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4, 215-227.
Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). "Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması", Journal of Tourism and Gastronomy Studies. Vol. 4, Special Issue 1. pp:100-115.
Eroğlu, S. (2018). "Turizmde Destinasyon Markalaşması: Niğde Üzerine Bir Uygulama", Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
Girgin, G. K., Oflaz, M., ve Karaman, N. (2017). "Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Belirlenmesi", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:6, Sayı:5, 97-111
Güldemir, O. (2014). "Orta Asya'dan Cumhuriyet Dönemine Türk Mutfağındaki Yemeklerin Değişimi: Yazılı Kaynaklar Üzerinden Bir Değerlendirme", VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Kuşadası, Aydın.
Gülen, M. (2017). "Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi". Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi.1(1), 31-47.
Hall, M., & Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. In M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.). Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Oxford: Butterworth-Heinemann.
Hatipoğlu, A., Zengin, B.,Batman, O., Şengül, S.(2013). "Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri ve Gelveri Örneği". Uluslar arası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(1):06-11
Hegarty, J. A. ve O'Mahony, G. B. (2001). "Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expressionism and an Aesthetic for Living". International Journal of Hospitality Management, 20(1), 3- 13.
Henderson, J.C. (2009). "Food Tourism Reviewed", British Food Journal.111(4), 317-326.
İnce, C., ve Samatova, G. (2018). "Gastronomi Turizmi Kapsamında Yaşayan Kırgız Mutfağının Farkındalık Düzeyi: Üniversite Öğrencileri Örneği", Journal of Tourism and Gastronomy Studies 6/2 (2018) 369-386.
İri, R. (2009). "Niğde İlinin Turizm Açısından Pazarlanması", Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Niğde.
Kaplan, D. (2006). "Ankara Üniversitesine Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Ülkelerine Ait Mutfak Kültürünü Değerlendirmeleri", Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Karakaş, A., ve Uayar Oğuz, H. (2019). "Bartın'ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi", Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(4): 1552-1569.
Kim, Y., & Eves, A. (2012). Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. Tourism Management, 33, 1458-1467.
Kivela, J. ve Crotts, C.,J. (2005). "Gastronomy Tourism". Journal of Culinary Science and Technology, 4 (2-3), ss.29-55.
Korkutata, A. (2013). "Uluslararası Gastronomi (Temel Özellikler - Örnek Menüler ve Reçeteler) Fransız Mutfağı", Detay Yayıncılık. Ankara.
Lopez-Guzman, T. ve Canizares, S.S. (2011). "Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain". Review of Economic& Finance, 63-72.
Low, S.A. and Vogel, S.J. (2011). "Direct and Intermediated Marketing of Local Foods in The United States". USDA-ERS Economic Research Report 128.
McKercher, B., Okumuş, F., Okumuş, B. (2008). "Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers". Journal of Travel and Tourism Marketing, 25(2), 137-147.
Okumuş, B. Okumuş, F. ve McKercher, B. (2007). "Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey". Tourism Management 28, 253–261.
Özdemir, G. (2008). "Destinasyon Pazarlaması". Ankara: Detay Yayıncılık.
Özleyen, E., ve Tepeci, M. (2017). "Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının Belirlenmesi", Turizm Akademik Dergisi, 4 (2), 139-152.
Öztan, A. (2005). "I. Dönem Köşk Höyük-Niğde Kazı Buluntularının Değerlendirilmesi ve Stratigrafik Kontrolü", Ankara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Kesin Raporu, Ankara.
Quan, S. ve Wang, N. (2004). "Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism". Tourism Management, 25(3), 297-305.
Sağır, A. (2012). "Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı", International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 7(4), 2675-2695.
Santich, B. (2004). "The study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training". Hospitality Management, (23), 15–24.
Serçeoğlu, N. (2014). "Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği", Journal of Tourism and Gastronomy Studies 2/4 (2014) 36-46
Shenoy, S. (2005). Food Tourism and TheCulinary Tourist. UnpublishedThesis. the Graduate School ofClemson University, USA.
Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E. ve Aras, S. (2016). "Gastronomy in Tourism". Procedia Economics and Finance, 39, 725-730.
Şahin, G.G.ve Ünver, G. (2015). "Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak 'Gastronomi Turizmi': İstabul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma". Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(2), 63-73.
Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği, (2012). http://www.tuyed.org.tr/gastronomi-turistiyemege-para-harciyor/Erişim:15.01.2021

Uyar, H. ve Zengin B. (2015). "Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 17, 355-376.

Yarış, A., Özkaya, F. D. (2015). "Amerikan Mutfak Kültürünün Gelişim Süreci", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(3), 90-101

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., ve Özata, E. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Yöresel Mutfağa Yönelik Algısı: Karadeniz Mutfağı Örneği", DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu, 23-24 Ekim, 2017, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, ISBN : 978 – 605 – 2271 – 04 – 9, 35-44

Yun, D., Hennessey, S. M., ve MacDonald, R. (2011). "Understanding Culinary Tourists: Segmentations Based on Past Culinary Experiences and Aattitudes Toward Food- related Behaviour," International CHRIE ConferenceRefereed Track. USA:University of Massachusetts – Amherst.

Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). "Turistlerin Destinasyon Seçiminde Rol Oynayan Bir Etken Olarak Yerel Mutfaklar: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Algılamaları Üzerine Bir Araştırma". Journal of Tourism Theory and Research, 1(2),131-143.

Zainal, A., Zali, A. N. ve Kassim, M. N. (2010)."Malaysian Gastronomy Routes as a Tourist Destination". Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts, 2,15-24.

HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ

Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, 0000-0003-4195-9261

Öğr. Gör. Murat Can BAŞARAN
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, 0000-0002-0271-052X

ÖZET

Sürdürülebilirlik, günümüzde tüm işletmelerin ana gündem maddelerinden birini oluşturmaktadır. Eğitimden beyaz eşyaya, telekomünikasyondan turizme tüm sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler sürdürülebilirlik konusunda çalışmalar gerçekleştirmekte ve sürdürülebilirliğe önem veren bir işletme olduğunu paydaşlarına anlatmaya çalışmaktadır. Bugünün işletmeleri ürün ve hizmetlerinin yanı sıra sürdürülebilirlik konusundaki duyarlıklarıyla da değerlendirilmektedir. Çevreye zarar veren, kaynakları dikkatsiz bir şekilde kullanan işletmeler paydaşlarının zihinlerinde olumsuz bir yer edinmektedir. Kuşkusuz ki sürdürülebilirliğe yönelik çalışmaların yapılmasının yanında, bu çalışmaların iletişiminin nasıl gerçekleştiği de önemli bir husustur. Sürdürülebilirlik iletişimi ne kadar iyi gerçekleştirilebilirse işletmeler sürdürülebilirlik amaçlarına daha fazla ulaşabileceklerdir. Bundan dolayı sürdürülebilirlik iletişiminin süreklilik taşıyan ve diğer iletişim çalışmalarıyla bütünsel bir şekilde gerçekleştirilen uygulamalar olmasına özen gösterilmelidir. Bu çalışmanın amacı, havayolu işletmelerinin sürdürülebilirlik iletişimlerini nasıl gerçekleştirdiğine ilişkin bir değerlendirme yapmaktır. Bu kapsamda Türkiye'deki havayolu işletmelerinin sürdürülebilirlik raporlarına yönelik bir analiz gerçekleştirilecektir. İşletmelerin hangi konulara daha fazla ağırlık verdiğine ve mesajlarını nasıl sunduklarına yönelik bir çerçeve ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Havayolu İşletmeleri, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik İletişimi.

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik günümüzde politik bağlamlarda, işletmelerde ve üçüncü sektör kuruluşlarında çok yaygın olarak kullanılan bir terimdir (Torelli, 2020, s. 719). Sürdürülebilirlik uygulamaları, kurumların çevresel ve sosyal etkilerini en aza indirirken sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek için üstlendikleri bir dizi girişimi kapsayan, örgütsel davranışın önemli bileşenleri olarak giderek daha fazla tanınmaktadır (Permatasari ve Gunawan, 2023). Weder ve diğerleri (2021) sürdürülebilirliğin yeni, yenileyici bir insan-doğa ilişkisi için bireysel, toplumsal ve kurumsal eyleme yönelik ahlaki bir pusula olduğunun altını çizmektedir. Sürdürülebilirlik genellikle çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlara ayrılmaktadır. Daha geniş anlamda ise sürdürülebilirliğin siyasi, kurumsal ve kültürel bağlamlar üzerinde de etkileri bulunmaktadır (Torelli, 2020, s. 720). Dolayısıyla işletmeler müşterilerin, çalışanların, toplulukların ve yetkililerin sürdürülebilirlikle ilgili taleplerini ve endişelerini anlamalı ve karşılamalıdır (Kataria, Kataria ve Garg, 2013, s. 46). Bu bağlamda kurumsal sürdürülebilirlik, "çevresel, sosyal ve ekonomik standartlara dikkat edilmesi ve karşılanması ve bir kurumun doğrudan ve

dolaylı paydaşlarının (hissedarlar, çalışanlar, müşteriler, baskı grupları, topluluklar vb.) ihtiyaçlarının gelecekteki paydaşların ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılanması" olarak tanımlanır (Gutterman, 2022, s. 1).

İşletmeler açısından sürdürülebilirliğin uygulanması, yalnızca üst yönetimin desteğini değil aynı zamanda hukuk, araştırma ve geliştirme, kalite yönetimi, insan kaynakları ve iletişim yönetimi gibi diğer birçok kurumsal sistemden gelen girdileri ve ağ oluşturmayı da gerektirir (Signitzer ve Prexl, 2007). İletişim çalışmaları içerisinde disiplinlerarası ancak bağımsız bir araştırma olarak kendini kabul ettiren sürdürülebilirlik iletişimi (Voci ve Karmasin, 2023), hem nesillerin kendi içinde ve nesiller arasında adalet gibi değer ve normlarla, hem de sorunların nedenleri ve farkındalığıyla ilgili araştırmalarda, harekete geçme ve kalkınmayı etkileme konusunda bireysel ve toplumsal olanaklarla ilgilidir (Godemann ve Michelsen, 2011, s. 6) ve genel anlamda insan ile çevre arasındaki ilişkinin anlaşılmasını ifade eder (Voci ve Karmasin, 2023).

Sürdürülebilirlik iletişimi, "temelinde sürdürülebilirlik vizyonunun yer aldığı, toplumun gelecekteki gelişimini ele alan karşılıklı bir anlayış süreci" olarak tanımlanmaktadır (Godemann ve Michelsen, 2011, s. 6). Sürdürülebilirlik iletişimi hem ekonomik, sosyal ve çevresel sorunları ele alarak hedef kitleleri bilinçlendirmekte hem de paydaşlarla kurum arasında diyalog kurulmasına olanak sağlamaktadır (Belz ve Peattie, 2012). Sürdürülebilirlik iletişiminin görevi, insan ve çevre ilişkisine dair anlayışı eleştirel bir şekilde değerlendirmek ve toplumsal söyleme dahil etmektir (Godemann ve Michelsen, 2011, s. 3).

Weder ve diğerleri (2021) sürdürülebilirlik iletişimini üç boyuta ayırmaktadır. Birincisi, müzakereci olan sürdürülebilirlik konularıyla ilgili kamusal söylem; ikincisi, belirli bir sürdürülebilirlik konusu ve/veya politikası hakkında tek yönlü aktarım; üçüncüsü ise belirli bir etki veya hedefe yönelik sürdürülebilirlik için iletişim. İşletmeler sürdürülebilirlik mesajlarını çeşitli şekillerde çerçevelendirmektedirler. Sürdürülebilirlik mesajı, küresel olarak faydalı veya yerel olarak faydalı olarak veya kısa vadeli faydalar veya uzun vadeli faydalar sağlayacak şekilde çerçevelenebilir. Aynı zamanda bu tür faydalar, grup içi veya grup dışı alıcılara ulaşacak edecek şekilde konumlandırılabilir (Line, Hanks ve Zhang, 2016, s. 144).

Sürdürülebilirlik Raporları

Sürdürülebilir değerlerin geliştirilmesine ilişkin kapsamlı bilgi sağlamak amacıyla hazırlanan sürdürülebilirlik raporlaması popülerlik kazanmaktadır (Permatasari ve Gunawan, 2023). Global Reporting Initiative (GRI) sürdürülebilirlik raporlamasını, "sürdürülebilir kalkınma hedefine yönelik kurumsal performansın ölçülmesi, açıklanması ve iç ve dış paydaşlara karşı hesap verilmesi" uygulaması olarak tanımlamaktadır (Belkhir, Bernard ve Abdelgadir, 2017, s. 139). Sürdürülebilirlik raporlaması, işletmelerin faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkileri hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen paydaşlardan gelen beklentilere, baskılara ve eleştirilere yanıt vermeye yönelik girişimlerinde yaygınlaşmış bir uygulamadır (Borial, 2013, s. 1036). Kurumsal raporlarda sosyal ve çevresel açıklamaların önemi, işletmelerin sosyal rolüne ilişkin tartışmaların sonucunda faaliyetlerinin sosyal denetimini benimsediği 1970'li yıllara kadar uzanmaktadır. Çevresel felaketlerin ortaya çıktığı ve sürdürülebilirlikle ilgili girişim ve çerçevelerin başlatıldığı 1990'lı yıllarda ise daha da artmıştır (Khatri ve Kjærland, 2023). Kurumsal sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirlik kavramlarının gelişimi, kurumların

sürdürülebilirlik raporlamasını etkilemiştir. Şöyle ki kurumsal raporlama, kurumsal sürdürülebilirliğin sonuçlarından beslenmektedir ve bu kavramların gelişimi paralel şekilde ilerlemektedir (Tsalis vd., 2020).

Herzig ve Schaltegger (2011, s. 155-156) üç ana sürdürülebilirlik raporlama stratejisinden söz etmektedir:

- *Ayırt edici paydaş ve temaya özel raporlar:* Çevresel raporlar, çevre beyanları, sosyal raporlar veya kurumsal vatandaşlık raporları gibi bir dizi farklı işletme raporunun yayınlanmasıdır. Raporların her biri, kurumsal sürdürülebilirliğin belirli yönleriyle ilgilenmekte ve farklı paydaş gruplarına hitap etmektedir.
- *Bağımsız sürdürülebilirlik raporları:* İşletmenin ekolojik, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik faaliyetleri ve performansı hakkında bilgi sağlayan, genellikle daha önceki çevre raporlarının formatını takip eden ve finansal raporlara ek olarak yayınlanan bağımsız sürdürülebilirlik raporları.
- Genişletilmiş finansal raporlar ve entegre (iş) raporlar: Kurumsal performansın seçilmiş çevresel (ve sosyal) yönleri, son yıllarda finansal raporlarda daha fazla ilgi görmeye başlamıştır.

Sürdürülebilirlik raporlamasının artmasının altında, işletmenin raporladığı bilgilerin kurumsal faaliyetlerin olumlu ve olumsuz etkilerinin mümkün olduğunca en eksiksiz ve gerçekçi portresini sağladığı düşüncesi yer almaktadır (Borial, 2013, s. 1038). Sürdürülebilirlik raporlaması, kurumsal eylemler ve stratejiler üzerinde önemli etkilere sahiptir, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin işletmelere entegrasyonunu tetikleyebilir (Rosati ve Faria, 2019, p. 1313) ve yatırımcı sermayesinin çekilmesinde önemli bir rol oynayabilir (Olofsson ve Mark-Herbert, 2020). Bir sürdürülebilirlik raporu, raporlama yapan kurumun sürdürülebilirlik performansının hem olumlu hem de olumsuz katkılar dahil olmak üzere dengeli ve makul bir temsilini sağlamalıdır (GRI 101: Foundation, 2016, s. 3). Sürdürülebilirlik raporlamasını geliştirmek ve küresel uygulamalarındaki farklılıkları azaltmak için hem iç hem de dış belirleyicilerin iyi anlaşılması gerekmektedir (Geerts, Dooms ve Stas, 2021). Sürdürülebilirlik raporları, işletmelerin genişletilmiş sorumlulukları hakkındaki sürdürülebilirlik bilgilerinin daha geniş paydaşlara yayılması için bir hesap verebilirlik aracı olarak değerlendirilebilir (Ardiana, 2019). Dolayısıyla sürdürülebilirlik raporları paydaş beklentilerini göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır (O'Dwyer ve Owen, 2005; Unerman, 2000). Şöyle ki Brockett ve Rezaee (2012) kapsamlı bir sürdürülebilirlik raporunun, olumlu ve olumsuz performansı ortaya koymasının yanında tüm paydaşların ihtiyaçlarını da karşılaması gerektiğinin altını çizmektedir.

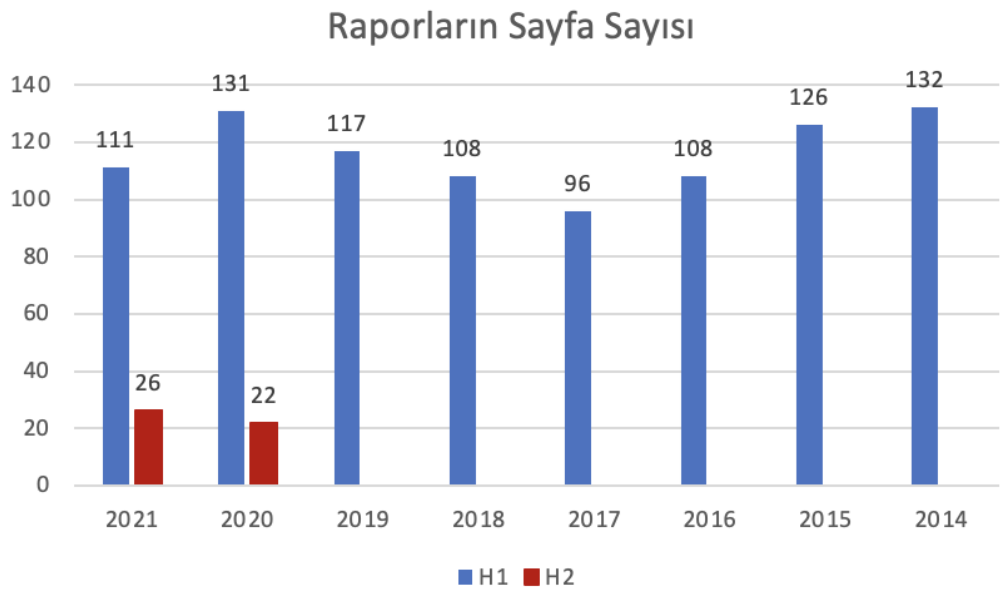
2. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, havayolu işletmelerinin sürdürülebilirlik iletişimi bağlamında sürdürülebilirlik raporlarında hangi konulara yer verdiklerini tespit etmektir. Bu doğrultuda, iki havayolu işletmesinin sürdürülebilirlik raporları içerik çözümlemesi tekniğiyle analiz edilmiştir. Roca ve Searcy (2012) tarafından kullanılan 585 farklı indikatör arasından havayolu sektörünü sürdürülebilirlik raporları açısından değerlendirmeyi sağlayacak 145 farklı indikatör

alınmış ve bu 145 farklı indikatör kendi içerisinde "finansal", "yasal", "çevresel", "sosyal", "operasyonel" ve "demografik" göstergeler başlıkları altında sınıflandırılarak ele alınmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Sürdürülebilirlik raporlarının yayınlamaya başlandığı yıllara bakıldığında, H1'in ilk kez 2014 yılında sürdürülebilirlik raporu yayınladığı görülmektedir. Diğer havayolu işletmesi olan H2 ise H1'den oldukça uzun bir süre sonra ilk defa 2020 yılında sürdürülebilirlik raporu yayınlamıştır.



Görsel 1. Sürdürülebilirlik raporları yıl bazında sürdürülebilirlik rapor sayfada sayıları

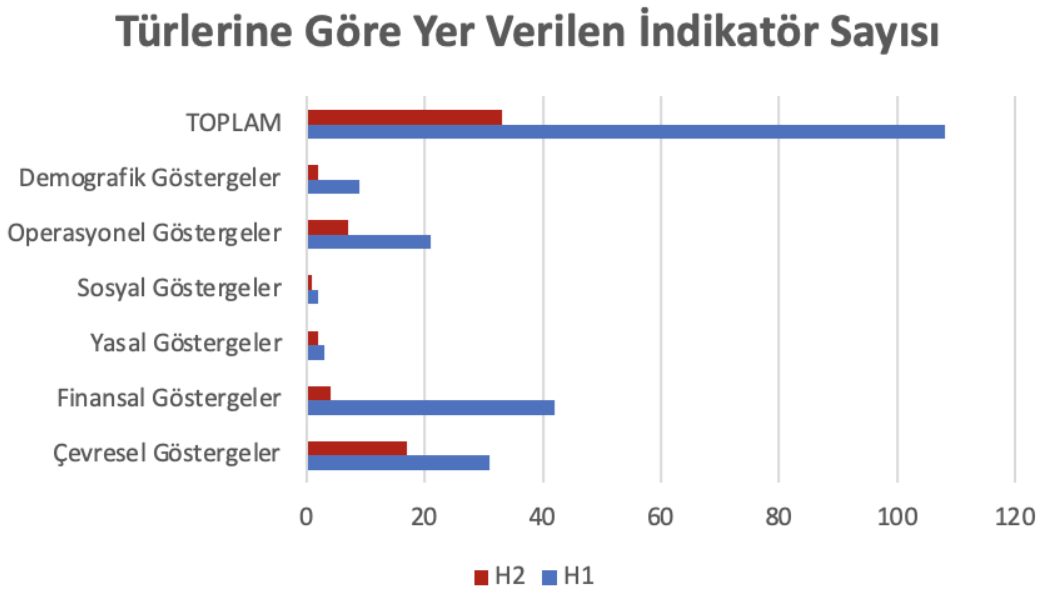
Yayınlanmış olan sürdürülebilirlik raporları yıllara göre sayfa sayıları açısından incelendiğinde H1 en yüksek sayıda sayfayı içeren sürdürülebilirlik raporunu 2014 yılında yayınlarken, en düşük sayfa sayısına sahip raporu ise 2017 yılında yayınlamıştır. H2'nin yayınlamış olduğu sürdürülebilirlik raporlarının sayfa sayılarının H1'e göre oldukça düşük olduğu ve yaklaşık olarak aynı sayfa sayılarını içerdiği tespit edilmiştir.

Tablo 1. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilirlik Kalkınma Amaçlarına Göre Havayollarının Ulaşmayı Hedeflediği Amaçlar

	H1	**H2**
Yoksulluğa son		
Açlığa son	x	
Sağlıklı ve kaliteli yaşam		
Nitelikli eğitim		x
Toplumsal cinsiyet eşitliği	x	x
Temiz su ve arıtma		
Erişilebilir ve temiz enerji	x	x
İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	x	x

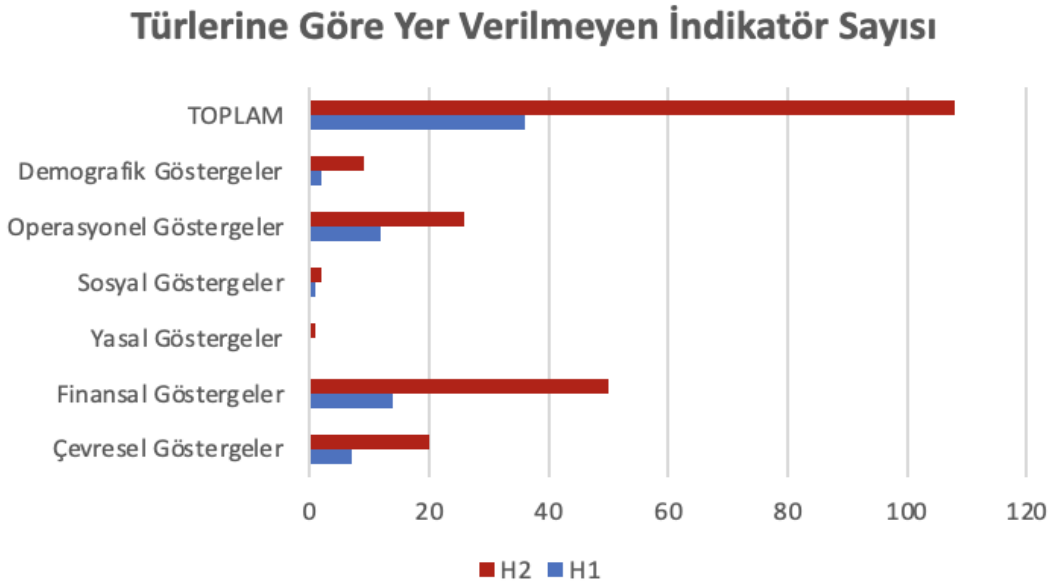
Sanayi, yenilikçilik ve altyapı	x	x
Eşitsizliklerin azaltılması		x
Sürdürülebilir şehirler ve topluluklar	x	x
Sorumlu üretim ve tüketim	x	x
iklim eylemi	x	x
Sudaki yaşam		
Karasal yaşam	x	
Barış, adalet ve güçlü kurumlar	x	
Amaçlar için ortaklıklar	x	x

"Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları" her iki havayolu işletmesi tarafından da sürdürülebilirlik raporlarına konu edilmiştir. "Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları 17 ayrı başlık altında değerlendirilmektedir. H1 bu 17 amaçtan 11'ini, H2 ise 10 amacı sürdürülebilirlik raporlarında amaç olarak ele almıştır. H1, H2'den farklı olarak "Açlığa Son", "Karasal Yaşam" ve "Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar" başlıklarına sürdürülebilirlik raporlarında yer vermiştir. H2 ise H1'den farklı olarak "Eşitsizliklerin Azaltılması" ve "Nitelikli Eğitim" başlıklarını sürdürülebilirlik raporlarında amaç olarak değerlendirmiştir. H1 ve H2 birbirlerinden farklılıkları açısından ele alındığında, H1'in daha çok tüm dünyayı kapsayacak, sanki bir devlet veya organizasyonun benimseyeceği amaçları da takip ettiğini söylemek mümkündür. Farklı bir şekilde ifade edecek olursak, H1'in daha global bir işletme olarak değerlendirilmesinin mümkün olması nedeniyle daha kapsayıcı amaçları benimsemeyi tercih ettiğini söylenebilmektedir. "Yoksulluğa Son", "Sudaki Yaşam", "Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam" ile "Temiz Su ve Arıtma" başlıkları ise her iki havayolu işletmeinin sürdürülebilirlik raporlarında amaç olarak yer almayan başlıklardır.



Görsel 2. Türlerine Göre Yer Verilen İndikatör Sayısı

Her iki havayolu işletmesinin sürdürülebilirlik raporlarında yer verdikleri indikatör sayılarına bakıldığında, H1'in sürdürülebilirlik raporunun 145 indikatörden 108'ine, H2'nin raporunun 33 indikatöre sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir başka deyişle, H1 ile H2 arasında büyük bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu durumun temel nedeni olarak her iki havayolu işletmesinin sürdürülebilirlik raporlarının sayfa sayısı veya kapsamını göstermek mümkündür. Bu bilgiler ışığında H1'in sürdürülebilirlik raporunda en çok "Finansal Göstergeler" ve "Çevresel Gösterge"lere yer verdiği görülmekteyken, H2'nin ise en çok "Çevresel Gösterge"leri ön plana çıkardığı görülmektedir.



Görsel 3. Türlerine Göre Yer Verilmeyen İndikatör Sayısı

Her iki havayolu işletmesinin çalışma kapsamında ele alınan 145 indikatör içerisinden en çok hangilerini sürdürülebilirlik raporlarında kullanmadığı veya içerik sağlamadığı değerlendirildiğinde, H2'nin sürdürülebilirlik raporunda en az sayıda "Finansal Gösterge"ler ve "Operasyonel Gösterge"ler kategorileri altında içerik paylaştığı görülmektedir. H1'in ise en az yer verdiği ve içerik sağladığı göstergeler ise "Finansal Gösterge"ler ve "Operasyonel Göstergeler"den olmuştur.

Tablo 2. En Çok Sayfada Yer Verilen Göstergeler

	H1	**H2**

Finansal Göstergeler	Satış ve tedarikçiler (12) Faaliyet gelirleri (7) Giderler/harcamalar (7)	Tedarikçiler (5) Öğrenmeye/eğitime yatırım (3)
Yasal Göstergeler	Çevre ve iklim ile ilgili yasal mevzuatlar kapsamında gerektiği şekilde rapor edilen tutarlar (7) Vergiler ve telif hakları (5)	Çevre ve iklim ile ilgili yasal mevzuatlar kapsamında gerektiği şekilde rapor edilen tutarlar (4) Vergiler ve telif hakları (1)
Çevresel Göstergeler	Sera gazı/CO2 eşdeğeri emisyonlar (50) Yakıt (benzin-mazot vb.) enerji kullanımı (26)	Sera gazı/CO2 eşdeğeri emisyonlar (11) Tahmini CO2 eşdeğeri yıllık azaltımı (ton) (6)
Demografik Göstergeler	Kadın çalışan sayısı (3) Cinsiyete göre dağılım (2) Engelli çalışanlar (2)	Kadın çalışan sayısı (2) Engelli çalışanlar (1)
Sosyal Göstergeler	Ücretler ve haklar (8) Bireysel gönüllülük sayısı (1)	Ücretler ve haklar (2) -
Operasyonel Göstergeler	Eğitim alan çalışan sayısı (17) Eğitim saatleri (11)	Toplam trafik (5) Müşteri memnuniyeti (4)

Çalışma kapsamında H1 ve H2'nin sürdürülebilirlik raporları tekil olarak ele alınan sayfa sayıları ve bu sayfalarda indikatörlerin vurgulan durumları açısından da incelenmiştir. Buna göre H1'in raporlarında "Finansal Gösterge"ler başlığı altında en çok farklı sayfada "Satış" ve "Tedarikçiler" indikatörlerinin ön plana çıktığı görülürken, en çok vurgulanan indikatörün ise "Öğrenmeye/eğitime yatırım" indikatörü olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan H2'ye bakıldığında "Tedarikçiler" indikatörünün hem en çok sayfada yer verilen hem de en çok vurgulanan indikatör olduğu belirlenmiştir.

"Yasal Gösterge"ler altındaki indikatörler incelendiğinde, H1 ve H2'nin sürdürülebilirlik raporlarında en çok sayfaya yer verdiği indikatörün ortak olarak "Çevre ve iklim ile ilgili yasal mevzuatlar kapsamında gerektiği şekilde rapor edilen tutarlar" olduğu görülmektedir. Her iki havayolu işletmesi tarafından en çok vurgulanan indikatörler ele alındığında da yine aynı indikatörün ön plana çıktığı görülmüştür.

Tablo 3. En Çok Vurgulanan İndikatörler

	H1	**H2**
Finansal Göstergeler	Öğrenmeye/eğitime yatırım (67) Tedarikçiler (30)	Tedarikçiler (9) Öğrenmeye/eğitime yatırım (8)
Yasal Göstergeler	Çevre ve iklim ile ilgili yasal mevzuatlar kapsamında gerektiği şekilde rapor edilen tutarlar (64) Vergiler ve telif hakları (21)	Çevre ve iklim ile ilgili yasal mevzuatlar kapsamında gerektiği şekilde rapor edilen tutarlar (4) Vergiler ve telif hakları (3)
Çevresel Göstergeler	Sera gazı/CO2 eşdeğeri emisyonlar (116) Yakıt (benzin-mazot vb.) enerji kullanımı (51)	Sera gazı/CO2 eşdeğeri emisyonlar (26) Tahmini CO2 eşdeğeri yıllık azaltımı (ton) (10)
Demografik Göstergeler	Kadın çalışan sayısı (26) Cinsiyete göre dağılım (10)	Kadın çalışan sayısı (2) Engelli çalışanlar (1)
Sosyal Göstergeler	Ücretler ve haklar (9) Bireysel gönüllülük sayısı (7)	Ücretler ve haklar (2) -
Operasyonel Göstergeler	Eğitim alan çalışan sayısı (48) Eğitim saatleri (28)	Toplam trafik (13) Müşteri memnuniyeti (6)

H1 ve H2 işletmelerinin yayınlamış oldukları sürdürülebilirlik raporunda en çok sayfaya yer verdikleri kategori "Çevresel Gösterge"ler altında değerlendirilen indikatörlerdir. H1 ve H2 ortak olarak en çok "Sera gazı/CO2 eşdeğeri emisyonlar" indikatörüne yer verdiği tespit edilmiştir. Yine aynı şekilde en çok vurgulanan indikatörler de "Sera gazı/CO2 eşdeğeri emisyonlar" indikatörü olduğu tespit edilmiştir.

H1 ve H2'nin sürdürülebilirlik raporlarında ele aldığı bir diğer gösterge türü ise "Demografik Gösterge"lerdir. Buna göre H1 ve H2'nin ortak olarak hem en çok sayfada yer verdiği hem de en çok vurguladığı indikatör "Kadın çalışan sayısı"na ait indikatördür.

Bir diğer gösterge olan "Sosyal Gösterge"lere bakıldığında, H1 ve H2'nin en çok sayıda ele aldığı ve vurguladığı indikatörün "Ücretler ve haklar" indikatörü olduğu görülmektedir. Bu noktada her ne kadar her iki havayolu işletmesi de aynı indikatörü en çok ele alıyor gibi gözüküyor olsa da, bu gösterge türünde H2'nin farklı bir indikatöre yer vermediği de tespit

edilmiştir. Farklı bir şekilde ifade edilecek olursa, H2'nin sadece bir indikatöre bu gösterge türünden yer verdiği görülmüştür.

Son gösterge türü olan "Operasyonel Göstergeler" ele alındığında, H1'in sürdürülebilirlik raporlarında sayfa sayısı bakımından en çok yer verdiği ve vurguladığı indikatörün "Eğitim alan çalışan sayısı" olduğu görülürken, H2'nin ise en çok yer verdiği ve vurguladığı indikatörün "Toplam trafik" indikatörü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca H1'in "Eğitim saatleri" indikatörünü de ön plana çıkarttığını göz önüne alacak olursak H1'in "Operasyonel Gösterge"ler kategorisinde en çok eğitimle ilgili indikatörleri vurguladığını söylemek mümkündür. Önceki kısımlarda da belirtildiği üzere, H1'in "Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları" başlıklarında "Nitelikli Eğitim"i sürdürülebilirlik hedefi olarak belirlemediği görülmüştür. "Operasyonel Göstergeler" açısından en çok eğitimle ilgili indikatörleri ön plana çıkartıp "Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları" başlıklarından "Nitelikli Eğitim"in bir hedef olarak belirlenmediği tespit edilmiştir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Çalışma kapsamında elde edilen verilere göre, H1'in sürdürülebilirlik raporlarını yayınlama geçmişi H2'ye kıyasla oldukça uzun bir zaman öncesine dayanmaktadır. H1'in sürdürülebilirlik raporlarının sayfa sayıları bakımından uzunluğu H2'ye göre daha fazladır. Bir başka deyişle, H1'in sürdürülebilirlik raporlarının H2'nin raporlarıyla karşılaştırıldığında daha detaylı olduğunu söylemek mümkündür. Bu detay ve daha geniş kapsam durumu ele alınan gösterge kategorileri ve onların altında yer alan indikatör sayılarına da benzer şekilde yansımıştır.

H1, H2 ile karşılaştırıldığında oldukça uzun ve kapsamlı bir sürdürülebilirlik raporu hazırlamasına rağmen, bazı indikatörler ve politikalarla ilgili daha detaylı bir bilgiye ulaşmak isteyen kişileri linkler aracılığıyla web sitesine ve web sitesinde yer alan diğer raporlara yönlendirdiği tespit edilmiştir. Buna benzer bir yaklaşım H2'de de bulunmaktadır. H2 detaylı bilgiye ulaşmayı isteyen kişiler için referans linkleri oluşturmuştur. Ancak bu linklerin bazılarını politikalar veya raporlar yerine haber bültenlerinin oluşturduğu görülmüştür. Bununla birlikte linkler aracılığıyla yönlendirilen bazı alanlardaki içeriklerin detaylı bilgi vermekten daha çok tutanağa benzeyen teknik belgeler olduğu da belirlenmiştir.

Tüm bu bilgiler ışığında H1'in sürdürülebilirlik raporlarını ele alma anlayışının oldukça detaylı ve kapsamlı, H2'nin bu raporları ele alma biçiminin H1'e kıyasla daha yüzeysel bir şekilde olduğunu söylemek yanlış bir değerlendirme olmayacaktır.

KAYNAKÇA

Ardiana, P. A. (2019). Stakeholder Engagement in Sustainability Reporting: Evidence of Reputation Risk Management in Large Australian Companies. *Australian Accounting Review*, 29(4), 726-747.

Belkhir, L., Bernard, S., & Abdelgadir, S. (2017). Does GRI Reporting Impact Environmental Sustainability? A Cross-Industry Analysis Of CO2 Emissions Performance between GRI-Reporting and Non-Reporting Companies. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, *28*(2), 138-155.

Belz, Frank-Martin & Peattie, K. J. (2009). *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. Wiley.

Boiral, O. (2013). Sustainability Reports as Simulacra? A Counter-Account of A and A+ GRI Reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *26*(7), 1036-1071.

Brockett, A., & Rezaee, Z. (2012). *Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting*. John Wiley & Sons.

Geerts, M., Dooms, M., & Stas, L. (2021). Determinants of sustainability Reporting in the Present Institutional Context: The Case of Port Managing Bodies. *Sustainability*, *13*(6), 3148.

Godemann, J., & Michelsen, G. (2011). Sustainability Communication – An Introduction. İçinde J. Godemann & Michelsen, G. (eds) Sustainability Communication. Springer, Dordrecht.

GRI 101: Foundation (2016). https://www.globalreporting.org/standards/media/1036/gri-101-foundation-2016.pdf

Gutterman, A. (2022). Corporate Sustainability, http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4228623

Herzig, C., & Schaltegger, S. (2011). Corporate Sustainability Reporting. İçinde J. Godemann & G. Michelsen (eds). Sustainability Communication (151-169), Springer, Dordrecht.

Kataria, A., Kataria, A., & Garg, R. (2013). Effective Internal Communication: A Way Towards Sustainability. *International Journal of Business Insights & Transformation*, *6*(2), 46-52.

Khatri, I., & Kjærland, F. (2023). Sustainability Reporting Practices and Environmental Performance Amongst Nordic Listed Firms. *Journal of Cleaner Production*, *418*, 138172.

Line, N. D., Hanks, L., & Zhang, L. (2016). Sustainability Communication: The Effect of Message Construals on Consumers' Attitudes towards Green Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, *57*, 143-151.

O'Dwyer, B., & Owen, D. L. (2005). Assurance Statement Practice in Environmental, Social and Sustainability Reporting: A Critical Evaluation. *The British Accounting Review*, *37*(2), 205-229.

Olofsson, L., & Mark-Herbert, C. (2020). Creating Shared Values By Integrating UN Sustainable Development Goals in Corporate Communication—The Case of Apparel Retail. *Sustainability*, *12*(21), 8806.

Permatasari, P., & Gunawan, J. (2023). Sustainability Policies for Small Medium Enterprises: WHO Are the Actors?. *Cleaner and Responsible Consumption*, *9*, https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100122

Roca, L. C., & Searcy, C. (2012). An Analysis of Indicators Disclosed in Corporate Sustainability Reports. *Journal of Cleaner Production*, *20*(1), 103-118.

Unerman, J. (2000). Methodological Issues—Reflections on Quantification in Corporate Social Reporting Content Analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13, 667-681.

Signitzer, B., & Prexl, A. (2007). Corporate Sustainability Communications: Aspects of Theory and Professionalization. *Journal of Public Relations Research*, *20*(1), 1-19.

Torelli, R. (2020). Sustainability, Responsibility and Ethics: Different Concepts for A Single Path. *Social Responsibility Journal*, *17*(5), 719-739.

Tsalis, T. A., Malamateniou, K. E., Koulouriotis, D., & Nikolaou, I. E. (2020). New Challenges for Corporate Sustainability Reporting: United Nations' 2030 Agenda for Sustainable Development and The Sustainable Development Goals. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(4), 1617-1629.

Voci, D., & Karmasin, M. (2023). Sustainability Communication: How to Communicate An Inconvenient Truth in the era of Scientific Mistrust. *Journal of Communication Management*, DOI 10.1108/JCOM-05-2022-0060

Weder, F., Karmasin, M., Krainer, L., & Voci, D. (2021). Sustainability Communication as Critical Perspective in Media and Communication Studies—An Introduction. İçinde F. Weder, L. Krainer, M. Karmasin (eds). The Sustainability Communication Reader: A Reflective Compendium (1-12), Springer VS, Wiesbaden.

.

ÜNİVERSİTELERİN TANITIMINDA OYUNLAŞTIRMANIN KULLANIMI: İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Murat Can BAŞARAN
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, 0000-0002-0271-052X
Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, 0000-0003-4195-9261

ÖZET

Günümüzde üniversitelerin sayısı artmış, öğrencilerin üniversite seçme konusundaki talepleri ve beklentileri farklılaşmıştır. Öğrenciler tarafından tercih edilmeyi isteyen üniversiteler öğrencilere daha cazip görünme konusunda çeşitli çalışmalar yürütmekte ve farklı iletişim kanallarını kullanmaktadır. Üniversiteler bir yandan daha geleneksel kampüs içi ve çeşitli eğitim kurumlarındaki tanıtım faaliyetlerini devam ettirirken, diğer yandan daha interaktif ve öğrencileri iletişim sürecinin bir parçası haline getiren uygulamalara da yer vermektedir. Kuşkusuz ki günümüz öğrencileri dijital kanalları çok daha fazla takip etmekte, kendini daha fazla ifade edebildiği ve başkalarıyla etkileşim içerisine girebildiği ortamlarda daha fazla bulunmayı tercih etmektedir. Bunun yanında üniversitelerin diğer üniversitelerden farklı iletişim çalışmaları içerisine girmesi ve yaratıcı uygulamalar gerçekleştirmesi öğrenciler tarafından daha cazip görülmesinin yolunu açmaktadır. Üniversitelerin yaratıcı tanıtım faaliyetlerden biri oyunlaştırma temelli uygulamalardır. Oyunlaştırma, öğrencilere hem keyifli vakit geçirme hem de üniversiteleri tanıma noktasında avantajlar sağlamaktadır. Daha interaktif olmayı seven öğrenciler alışılmış olanın dışında bir tanıtım deneyiminin parçası olabilecektir. Bu çalışmanın amacı, oyunlaştırmanın üniversite tanıtımı konusunda nasıl kullanılacağına ilişkin bir model önermektedir. Bütüncül bir perspektifle İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesinin (İKÇÜ) tüm eğitim birimleri öğrencilere farklı bir deneyimle tanıtılmaktadır. Bu doğrultuda bir oyun platformu üzerinde İKÇÜ'nün prototipi geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Oyunlaştırma, Üniversite, Üniversite Tanıtımı

GİRİŞ

Büyük bir değişim süreci yaşayan yükseköğretim kurumları (Bolat ve Sullivan, 2017), uluslararası alanda yeniden konumlanmayla; yüksek standartları korumak ve geliştirmek, öğrenci erişimini genişletmek, iş dünyası ile bağlarını güçlendirmek ve küresel olarak rekabet etmek gibi zorluklarla karşı karşıyadır (Jurkowitsch, Vignali ve Kaufmann, 2006). Artan ulusal

ve uluslararası rekabet karşısında dünyanın her yerindeki üniversiteler, ne olduklarına dair benzersiz bir tanım aramaya başlamıştır (Chapleo vd., 2011, s. 25).

Eğitim hayatının özneleri, etkileşim halinde olan ve davranışlarıyla eğitimdeki değişime katkıda bulunan aktif unsurlardır. Bundan dolayı iletişim verimliliği, yükseköğretimde kalite ve verimliliğe yönelik süreçlerin yönlendirilmesine katkıda bulunmaktadır (Iordache-Platis ve Josan, 2009, s. 55). Üniversiteler, öğrenci alımı amacıyla aday öğrencilerle iletişim kurar, mevcut öğrencilerle güncellemeler sağlayarak iletişim kurar ve ayrıca araştırma faaliyetleri ve yenilikler hakkında halkla ve fon sağlayıcılarla iletişim kurar (Farinloye vd., 2020). Eğitim alanında etkili iletişim kaygısı, ulusal ve uluslararası stratejilerin getirdiği yeni eğilimler doğrultusunda eğitim sisteminin gelişmesi ve rekabet ilişkilerinin sonucunda bir gereklilik olmuştur (Iordache-Platis ve Josan, 2009, s. 55-56).

Üniversitelerin çeşitli paydaşları vardır ve her paydaş farklı iletişim çalışmaları beklemektedir (Farinloye vd., 2020). Örneğin, kitle iletişim araçlarındaki tanıtım ve üniversitelerin lig tabloları, öğrenci seçiminde önemli bir rol oynamaktadır (Ivy, 2008, s. 289). Yükseköğretim yöneticileri; etkileşimi teşvik eden, çevrimiçi öğrencileri ve çevrimiçi öğretim üyelerini programlara ve kuruma bağlayan çevrimiçi iletişim stratejileri geliştirmelidir (Betts, 2009).

Oyunlaştırma genel olarak gerçekliğin tasarım yoluyla ya da ortaya çıkan bir dönüşümle daha oyunsal hale geldiği teknolojik, ekonomik, kültürel ve toplumsal gelişmeleri ifade etmektedir (Hamari, 2019). Diğer bir tanımla oyunlaştırma "oyun tasarımı öğelerinin oyun dışı bağlamlarda kullanılması" olarak açıklanmaktadır (Deterding vd., 2011, s. 9). Oyunlar, oyun dışı senaryolarda insanları motive etmeye ve kullanıcıları yüksek etkileşime geçirmeye yardımcı olabilir (Basten, 2017, s.76). Oyunlaştırma, rutin aktiviteleri oyuna dönüştürmekten ziyade eğlenceli ve keyifli bir deneyim için iş süreçlerini oyun mekanizmalarıyla yeniden tasarlamaktır (Wood ve Reiners, 2015, s. 3039).

Günümüzde oyun konseptleri, standart oyun ortamlarının dışındaki alanlara giderek daha fazla dahil edilmektedir (Šćepanović, Žarić ve Matijević, 2015). Oyunlaştırma belirli davranışları teşvik etmek, motivasyonu ve katılımı artırmak için tanınan bir yöntem haline gelmiştir (Alharthi ve Parrish, 2017). Oyun düşüncesini kullanmak ve oyun dışı sistemlere uygulamak, paydaşlar için çok daha çekici, ilginç ve eğlencelidir (Moise ve Cruceru, 2014, s. 185). Oyunlaştırma, çoğu zaman sıkıcı ve keyifsiz olan prosedürleri önemli ölçüde eğlenceli ve keyifli hale getirmekte (Flatla vd., 2011) ve böylece kullanıcıların etkileşimlerini arttırmaktadır (Xi ve Hamari, 2020).

Oyun öğeleri uygulanarak genellikle insanların öğrenirken, egzersiz yaparken ve alışveriş yaparken nasıl davrandıklarını etkilemek amaçlanır (Langendahl, Cook ve Mark-Herbert, 2016). Oyunlaştırma; başta eğlence, perakende, imalat, medya, yayıncılık olmak üzere çeşitli alanlara dağıtılmaktadır. Son yıllarda öğrencilerin sınıf etkinliklerine katılımını artırmak, öğrenme sürecini öğrenciler için daha çekici hale getirmek amacıyla eğitimde de uygulanmaktadır (Głowacki, Kriukova ve Avshenyuk, 2018, s. 105). Oyunlaştırma, temel olarak motivasyon ve performans iyileştirme yoluyla, yeterli ve sürdürülebilir yükseköğretim kurumları oluşturmak için kritik bir araç gibi görünmektedir (Navarro-Espinosa vd., 2022).

Oyunlaştırma stratejilerini uygulamanın en kullanışlı ve kolay yolu internettir (Moise ve Cruceru, 2014, s. 187). Yükseköğretim kurumlarında iletişim teknolojilerinin başarıları ve hayatta kalmaları açısından temel bir bileşen olmasındaki üç özellik; yerel ve küresel güçler nedeniyle hızlı bir şekilde değişen yükseköğretim ortamı, esnek öğrenme ve öğretme talebi ile kaliteli eğitim sunmanın zorluğu olarak sıralanmaktadır (Machariaa ve Pelse, 2014, s. 696). Yükseköğretim hizmetleri ve ürünlerinin soyut doğası, öğrencileri mevcut tüketici olarak öğrenci deneyimlerine dair özgün bilgiler edinmek için internete ve sosyal medya paylaşım platformlarına yönelmeye zorlamaktadır (Bolat ve Sullivan, 2017, s. 746). Eğitimde oyunlaştırma, öğrencilerin etkileşimlerini ve öğrenmesini arttırmanın bir yolu olarak kullanılır (Šćepanović, Žarić ve Matijević, 2015). Çevrimiçi medyada kurumlar ile paydaşları arasında etkileşim ve diyalog vardır. Aynı zamanda oyuncular, oyunu kazanmak veya hedefe ulaşmak için durumlarını, şanslarını veya pozisyonlarını görebilirler. Ayrıca oyuncular oyuna girmeye istekli arkadaşlarını, aile üyelerini, meslektaşlarını getirirlerse teşvik alabilirler (Moise ve Cruceru, 2014, s. 187).

2. YÖNTEM

İKÇÜ Kurumsal İletişim birimi düzenli olarak üniversite tanıtım faaliyetleri kapsamında İzmir'de yer alan liseleri ziyaret etmektedir. Bu tanıtım faaliyetleri esnasında İKÇÜ'ye ait bilgileri, görselleri vb. sunum formatında öğrencilere aktarmaktadır. Hedef kitlenin Z Kuşağı'na mensup bireyler olması ve özellikle pandemi süreci boyunca her şeyin hızla dijitalleşmeye başlaması sonucunda, Kurumsal İletişim biriminin elindeki tanıtım imkanlarını çeşitlendirmesinin artık bir gereklilik haline geldiğini söylemek mümkündür. Bu çeşitliliği arttırmak adına "Genç Kaşif" adında oyunlaştırma ve nesnelerin interneti gibi unsurları barındıran bir oyun tasarlanmış olup, bu oyun aracılığıyla tanıtım araçlarının oyunlaştırma, nesnelerin interneti, mobil uygulama vb. kullanılarak dijitalleştirilmek suretiyle yeni nesil bir tanıtım aracına nasıl dönüştürülebileceğinin gösterilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca çalışma, bir üniversitenin kurumsal iletişim fonksiyonunun oyunlaştırma ve nesnelerin interneti gibi son yıllarda oldukça popüler olan unsurları kullanarak Z Kuşağı ile son trendlere ve onların beklentilerine uygun bir vizyonla nasıl iletişim kurulabileceğini göstermeyi de amaçlamaktadır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Genç Kaşif

Kamu ve vakıf üniversitelerinin kurumsal iletişim birimleri veya kariyer merkezleri hedef kitle olarak gördükleri lise öğrencileriyle kariyer günleri, fuarlar vb. etkinlikler ile iletişime geçmektedir. Bu etkinliklere ek olarak bu öğrencilerin öğrenim gördüğü liselere giderek, yerinde ziyaret yoluyla da hedef kitleyle etkileşime girerek tanıtım faaliyetinde bulunulmaktadır. Ancak geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinin en muhtemel sorunlarının başında ilgiyi ve takip etme motivasyonunu yüksek seviyede tutmak gelmektedir. Bu noktada "Genç Kaşif", kurumsal iletişim biriminin üniversite tanıtım etkinlikleri için tasarlanmış olup aşağıdaki amaçları gerçekleştireceği varsayılmaktadır:

- Diğer devlet üniversitelerinden tanıtım faaliyetleri açısından farklılaşmak
- Hedef kitlenin etkinlik esnasındaki ilgisini arttırmak

- Üniversitenin web sayfasının ziyaret edilmesini ve sosyal medya hesaplarının takip edilmesini sağlamak
- Üniversitenin bilinirliğini ve akılda kalıcılığını arttırmak
- Üniversitenin hedef kitle tarafından tercih edilebilirliğini arttırmak

Bu amaçları gerçekleştirebilmek adına tasarlanan "Genç Kaşif"te Monopoly'nin oyun mekaniği ve tasarımı esas alınmıştır.



Şekil 1: Monopoly (Hasbro, 2023)

Saputro ve diğerleri (2019, s.173) bir oyunun asıl motivasyonunun dört temel unsura ve onların içeriklerine dayandığını belirtmektedirler.

Tablo 1. Oyunlaştırmanın Motivasyon Unsurları

Otonomi	Seviyeler, seviye geçmek, mantıklı seçimlerde bulunma, ilerleme çubuğu, yetenek ağacı, avatar dünyası, hikaye, liderler tablosu, soruşturma, görev vb.
Kabiliyet	Rozetler, liderlik tabloları, performans grafikleri, puanlar, dereceler, seviyeler vb.
İlişki	Ortak çalışma, işbirliği, rekabet, rozetler, sosyal statü, liderlik tabloları, avatar, takım arkadaşları, avatar, olay örgüsü vb.
Amaç	Sanal harita

Kaynak: Saputro vd., 2019, s.73

Monopoly bu dört temel unsur ve içeriklerini barındıran bir oyundur. Ayrıca, oyun olarak Monopoly'den esinlenilmesinin bir başka nedeni ise dünyada en çok satılan kutu oyunu olmasıdır (Guinness World Records, 2023). Bir başka deyişle, Monopoly'nin en çok satılan oyun olması hedef kitlenin "Genç Kaşif"e olan aşinalığını ve ilgisini arttıracak bir unsur olarak varsayılmaktadır.



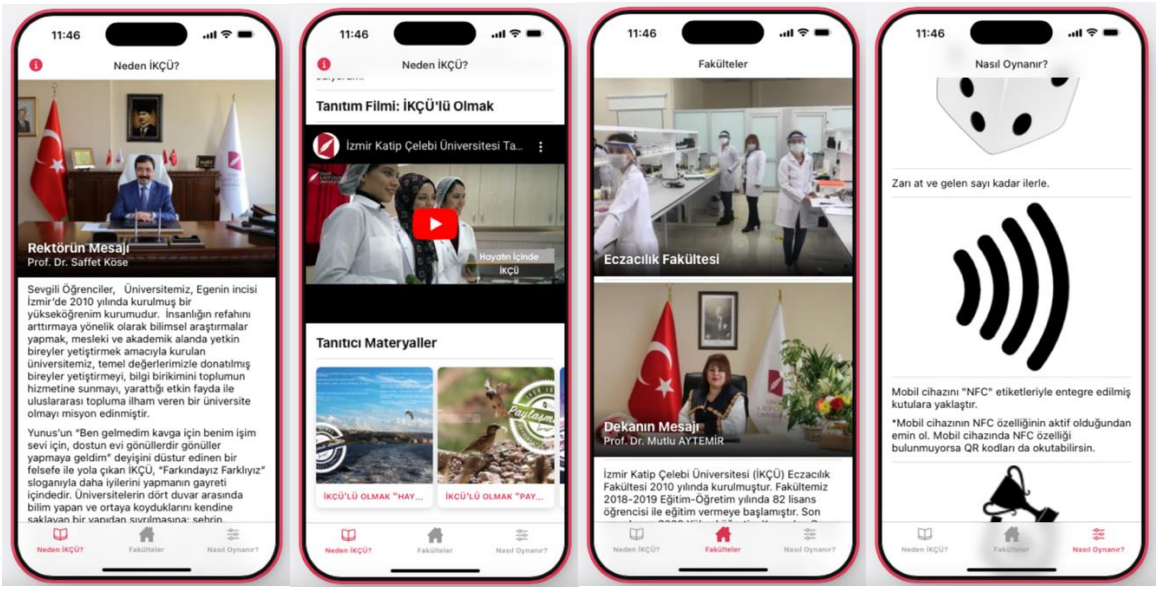
Şekil 2. Genç Kaşif Oyun Görünümü

Genç Kaşif, yukarıda da belirtildiği üzere, Monopoly'e benzer bir oyun alanı yapısı ve oynanış şekline sahiptir. Oyuncular tıpkı Monopoly'deki gibi zar atarlar, gelen zar sayısı kadar ilerlerler ve geldikleri alanla ilgili bilgilendirme veya talimatlara ulaşırlar. Kırmızı kutulardan oluşan bilgilendirme alanları üniversitedeki fakülteler ve sosyal vb. imkanlarla ilgi olurken, "?" olan alanlar ise oyunculara üniversite hakkında soru sorarak ve cevabını vererek bilgilendirmede bulunmaktadır.



Şekil 3. Genç Kaşif Oyun İçeriği Örnekleri

Monopoly'den farklı olarak "Genç Kaşif"te oyuncular oyunu taşlar/piyonlar ile değil kendi cep telefonlarıyla oynamaktadır. Bir başka deyişle, gelenekselin aksine "Genç Kaşif" oyununda oyuncuyla olan etkileşim oyun alanına yerleştirilmiş/gizlenmiş olan NFC çipleriyle telefonları üzerinden iletişim kurmasına dayanmaktadır.



Şekil 4. Genç Kaşif Mobil Uygulama İçeriği

Oyuncu herhangi bir noktaya cep telefonunu yaklaştırdığında oyunu Monopoly'den ayıran ve etkileşimi daha da arttıran bir unsur olan mobil uygulama devreye girmektedir.



Şekil 5. "Genç Kaşif" Oyun Mekaniği

Oyunun kazananı ise en çok noktayı ziyaret ederek bitiş noktasına ilk olarak ulaşan oyuncudur. Oyunun bu şekilde tasarlanmasının nedeni, Saputro ve arkadaşlarının da (2019, s.73) belirttiği gibi, dört temel oyun motivasyonu elementini maksimum düzeyde oyunu kapsamasını sağlayarak oyuncunun ilgi, hatırlama ve motivasyon düzeyini mümkün olan en yüksek düzeyde tutmaktır.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Dijitalleşme, üniversitelere iletişim ve tanıtım faaliyetleri açısından önemli fırsatlar sunmakta ve gerek mevcut gerekse de potansiyel öğrencilere kendilerini anlatma ortamı oluşturmaktadır. Üniversiteler bu alanda yapacakları dijitalleşme hamleleriyle, mevcut öğrencilerin istek ve ihtiyaçlarını dikkate aldığını ve gidermeye çalıştığını göstererek memnuniyetlerini arttırabilmektedir. Ayrıca potansiyel öğrencilere yönelik konvansiyonel iletişim ve tanıtım faaliyet süreçlerini dijital platformlardaki çalışmalarla birleştirerek tercih edilme olasılığını da arttırabilmektedir. Bu noktada son yıllarda oldukça popüler bir uygulama olan oyunlaştırmayı kullanmak, üniversitelerin dijitalleşmeyle oluşturdukları çalışmaların etkili olmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Üniversiteler, oyunlaştırma uygulamalarıyla potansiyel öğrencilerin dikkatini çekebilir ve algılarını değiştirebilir. Bunun sonucunda üniversitelerin tercih edilme ve mevcut üniversite algısında olumlu yönde kazanımlar elde edilebilir.

Z kuşağından gelen öğrenci adaylarını geleneksel yöntemlerle etkilemek her geçen gün zorlaşmaktadır. Çalışma kapsamında tasarlanan "Genç Kaşif" oyunu ile hedef kitle olan lise öğrencilerinin tanıtım faaliyetlerine karşı motivasyonunu ve ilgisini arttıracağını, üniversiteyle ilgili verilen bilgilerin geleneksel yöntemlere kıyasla daha fazla akılda kalacağını söylemek

mümkündür. Ayrıca nesnelerin interneti araçlarının da kullanılmasının aday öğrencilerin üniversiteyle ilgili algıları üzerinde olumlu etkilerinin olacağı varsayılmaktadır.

Geleneksel olarak gerçekleştirilen tanıtım faaliyetleri yerine oyunlaştırma, mobil uygulama ve nesnelerin internetinin kullanıldığı bir yeni nesil tanıtım faaliyeti sonucunda çalışma kapsamında aşağıdaki etkilere ulaşılabileceği öngörülmektedir:

- Aday öğrencilere İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'nin yenilikçi, inovatif ve teknoloji odaklı bir devlet üniversitesi olduğu algısı yaratılmaya çalışılacaktır.

- Önceden belirlenen içerik (oyun içi ögeler, mobil uygulama vb.) kullanımıyla daha kurumsal bir mesaj verme imkanı olacaktır.

- Oyunu deneyimleyen hedef kitleye üniversite hakkında kendi kendine bilgi edinme imkanı verileceğinden, reklam veya pazarlama amacı güdülmeksizin aday öğrencilere üniversite tanıtımı yapılabilmesi imkanı ortaya çıkacaktır.

KAYNAKÇA

Alharthi, S., & Parrish, J. (2017). The role of gamification in motivating user participation in requirements determinations. SAIS 2017 Proceedings, http://aisel.aisnet.org/sais2017/7

Basten, D. (2017). Gamification. *IEEE Software*, *34*(5), 76-81.

Betts, K. (2009). Lost in translation: Importance of effective communication in online education. *Online Journal of Distance Learning Administration*, *12*(2), 1-14.

Bolat, E., & O'Sullivan, H. (2017). Radicalising the marketing of higher education: learning from student-generated social media data. *Journal of Marketing Management*, *33*(9-10), 742-763.

Chapleo, C., Carrillo Durán, M. V., & Castillo Díaz, A. (2011). Do UK universities communicate their brands effectively through their websites?. *Journal of Marketing for Higher Education*, *21*(1), 25-46.

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning future media environments* (ss.9-15), https://doi.org/10.1145/2181037.2181040

Farinloye, T., Wayne, T., Mogaji, E. & Kuika Watat, J., 2020. Social media for universities' strategic communication. İçinde E. Mogaji, F. Maringe & R. E. Hinson (eds.), Strategic Marketing of Higher Education in Africa. Abingdon Oxfordshire: Routledge.

Flatla, D. R., Gutwin, C., Nacke, L. E., Bateman, S., & Mandryk, R. L. (2011). Calibration games: Making calibration tasks enjoyable by adding motivating game elements. *Proceedings of the 24th Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology* (ss. 403-412).

Głowacki, J., Kriukova, Y., & Avshenyuk, N. (2018). Gamification in higher education: Experience of Poland and Ukraine. *Advanced Education*, 10, 105-110.

Guinness World Records. (2023). Most popular board game. https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/72473-most-popular-board-game, Erişim tarihi: 05.11.2023

Hamari, J. (2019). Gamification. İçinde G. Ritzer & C. Rojek (Eds.), T*he Blackwell Encyclopedia of Sociology*. John Wiley & Sons, Inc.

Hasbro. (2023). Monopoly. https://products.hasbro.com/tr-tr/monopoly, Erişim tarihi: 05.11.2023

Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix: The 7Ps for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, *22*(4), 288-299.

Iordache-Platis, M., & Josan, I. (2009). Communication efficiency within higher education institutions: The case of Romania, *European Research Studies Journal, 12*(2), 55-66.

Jurkowitsch, S., Vignali, C., & Kaufmann, H. R. (2006). A student satisfaction model for Austrian higher education providers considering aspects of marketing communications. *Innovative Marketing*, *2*(3), 9-23.

Langendahl, P.A., Cook, M. & Mark-Herbert, C. (2016). Gamification in Higher Education - Toward a pedagogy to engage and motivate students. Swedish University of Agricultural Sciences, Department of Economics, Working Paper series No: 2016:6.

Macharia, J. K., & Pelser, T. G. (2014). Key factors that influence the diffusion and infusion of information and communication technologies in Kenyan higher education. *Studies in Higher Education*, *39*(4), 695-709.

Moise, D., & Cruceru, A. F. (2014). The use of gamification in events marketing. *International Journal of Economic Practices and Theories*, *4*(2), 185-190.

Navarro-Espinosa, J. A., Vaquero-Abellán, M., Perea-Moreno, A. J., Pedrós-Pérez, G., Martínez-Jiménez, M. D. P., & Aparicio-Martínez, P. (2022). Gamification as a promoting tool of motivation for creating sustainable higher education institutions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(5), https://doi.org/10.3390/ijerph19052599

Saputro, R., Salam, S., Zakaria, M. & Anwar, T. (2019). A Gamification Framework to Enhance Students' Intrinsic Motivation on MOOC. *TELKOMNIKA,* 17 *(1),* 170-178.

Šćepanović, S., Žarić, N. A. Đ. A., & Matijević, T. (2015). Gamification in higher education learning–state of the art, challenges and opportunities. In Proceedings The Sixth International Conference on e-Learning (eLearning-2015), 24- 25 September 2015, Belgrade, Serbia. (ss. 128-134).

Wood, L. C., & Reiners, T. (2015). Gamification. İçinde M. Khosrow-Pour (eds.). *Encyclopedia of Information Science and Technology* (ss. 3039-3047), Hershey PA: IGI Global.

Xi, N., & Hamari, J. (2020). Does gamification affect brand engagement and equity? A study in online brand communities. *Journal of Business Research*, *109*, 449-460.

DİJİTAL MÜZİĞİN SİNEMA ÜZERİNDE ETKİSİ

Yüksek Lisans Öğrnecisi - Khatire Gamkharova

Erciyes Üniversitesi, khatiragamkharova@gmail.com 0009-0006-0671-1550

Özet

21. yüzyılın insanlığa sunduğu en büyük avantajın teknolojik gelişimlerin sonucu olarak insanlığa sunduğu dijital ortamdır. Her alanda olduğu gibi gelişen teknolojinin sağladığı dijitalleşme sinema sektörü için de yeni fırsatlar ortaya koymaktadır. Özellikle teknolojik gelişmelerin sunduğu imkan ve araçlar sinema müziği üretiminde yeni bir çağ oluşturmuştur. Öncelikle geleneksel film müziği üretimi, iş prensipleri klasik nota yazımı, partisyonlar bölünerek yazılması, orkestranın prova yaparak pratik yapması en son olarak da kayda alınmakta idi. Artık yukarıda sayılan uygulamaların hepsini MİDİ stüdyolarda (*Musical Instrument Digital Interface*) dijital ortamda yapılabilmektedir. Bu MİDİ stüdyolarda sadece piyano değil, çok kompleks yaylı sekansları, keman, çello, kontrbas gibi nota partituralara kadar müzik aletlerinin kullanıldığı profesyonel bir alandır. En önemlisi ise bu geniş bir alanı tek bir kişi yönetebilmektedir. Çalışmada dijital müziğin sinema eserlerinin sanat değerine katkının neler olduğu ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu çalışmada müzik alanındaki dijitalleşmenin sinema eserlerinde kullanılması üzerinde durulmaktadır. Sinema alanındaki değişim ve dönüşümün film müzikleri üzerinden değerlendirilmesi bakımından bu çalışma önemlidir. Çalışmada öncelikle nitel araştırma tekniklerinden literatür taramasında faydalanılacak digital müziğin sinemaya popüler kültür unsuru ve sanat değeri bakımından etkisi tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital müzik, Sinema Müziği, MİDİ, Dijitalleşme, Film Müziği

Abstract

The greatest advantage that the 21st century offers to humanity is the digital environment that it offers to humanity as a result of technological developments. As in every field, digitalization provided by developing technology presents new opportunities for the cinema industry. Especially the opportunities and tools offered by technological developments have created a new era in cinema music production. First of all, traditional film music production, business principles of classical notation writing, dividing and writing the scores, and the orchestra's rehearsal and practice were recorded, and lastly, they were recorded. Now, all of the above-

mentioned applications can be done digitally in MIDI studios (Musical Instrument Digital Interface). This is a professional area where MIDI studios use not only the piano, but also musical instruments such as very complex string sequences, violin, cello, double bass, as well as musical scores. Most importantly, a single person can manage this large area. The study aims to reveal what digital music contributes to the artistic value of cinema works. This study focuses on the use of digitalization in the field of music in cinema works. This study is important in terms of evaluating the change and transformation in the field of cinema through film music. In the study, first of all, the effect of digital music, which will be used in the literature review from qualitative research techniques, on cinema in terms of popular culture element and artistic value will be discussed.

Key Words: Digital music, Cinema Music, MIDI, Digitalization, Film Music

Giriş

Sesin ve müziğin sinemaya eklemlenmesinden günümüze kadar olan süreçte hem sinemanın üretim pratikleri hem de seyircinin izleme pratikleri değişmiştir. Özellikle dijital teknolojiden yaşanan dönüşümün bu noktada payı büyüktür. Günümüzde artık tamamen dijital olarak üretilmiş olan filmler geleneksel sinemaların yerini almaya başlayan cep telefonları ve dijital platformlar gibi yeni mecralar üzerinden izlenmektedir. Yani üretim de dijitaldir tüketim de. Dolayısıyla film müziği üretim biçiminin de bu durumdan etkilenmemesi olanaksızdır. Geleneksel yöntemlerle kayıt edilen film müzikleri ve sesler günümüzde artık tamamen dijital olarak tek bir kişi tarafından üretilebilmektedir. Bu üretime olanak sağlayan MIDI (Musical Instruments Digital Interface) donanımlarının ve ses bankalarının da gün geçtikçe zenginleştiği görülmektedir. Dijital ses bankaları bugün artık sadece piyano değil, çok kompleks yaylı sekansları, keman, çello, kontrbas gibi partituralara kadar geniş bir yelpazede üretimi tek elden yapma imkanı vermektedir. Bu yeni nesil üretim biçimi bir yandan müzik üretimini ekonomik olarak demokratikleştirirken diğer yandan da geleneksel yöntemlerdeki iş kolu sayısında azalmaya neden olmaktadır. Bu demokratikleşme, zaman, mekân, gerekli olan enstrüman, yorumcu sayısı ve ekonomik anlamda sinema sektörüne etki etmektedir.

Her geçen gün dijital medya teknolojisi ilerlemekte televizyon ve sinema ses teknolojileri sürekli güncellenerek geliştirilmektedir. Günümüzde, dijital medya teknolojileri fark yaratmak için televizyon ve sinema yapımcılar tarafından kullanmaktadırlar (Zhan ve Yao, 2020: 742). İyi bir film duygusal olarak seyircisini içine alan filmdir. Müziğin ve görüntünün bir araya gelmesi de duyguyu oluşturur. Dolayısıyla sinemada duygusal yoğunluğu aktarmak

için ses ve görüntüyü müzikle, atmosfer yaratan sesler ile bir bütünlük oluşturuyor. Bu bütünleşme müziği sinemanın vazgeçilmez ortağı haline getirmektedir.

Müzik, sinemanın ilgi çekici bir efektlerini vurgulamak, hissedilen duyguyu izleyiciye vermek için kullanılmaktadır. Özellikle ses efektleri ile birlikte müzikten faydalanılarak korkuyu ve heyecanı izleyiciye yansıtılması sağlanmaktadır. Kuramcılar film müziğinin anlatıda karışıklık yaratmayacak şartı ile kullanılması gerektiğini vurguluyorlar. Kalinak'a (2010: 4) göre aktör performansı, diyalog içi mizansen, genel sinematografi, film anlatısını oluşturan çağrışımlarından biri de müziktir. Hatta araçlar en sadık unsurlarından biridir. Bu nedenle filmin öğelerini, diyaloglar ve özel efektlerle ve diyalogların dışındaki diğer tüm seslerle müzik birlikte oluşturuyor (Neumeyer, 2014: 6). İyi bir film, müzikten ve efektlerden ayrı olarak değerlendirilemez. Bazin (2011) ise ses sinema evriminin doğal bir parçasıdır. Sesin, sinema estetiğinin gelişiminde büyük bir katkı sağladığını vurgulamaktadır.

Ses ve Müzik Tarihi

Ses, kulağın katı, sıvı ve gaz ortamlarda algılayabileceği basınç değişikliklerine verilen addır (Özkoçak, 2013: 8). Türk Dil Kurumu'na göre dalgalar halinde yayılan bir enerji biçimi olan ses aralarında uyum bulunan titreşimlerdir (https://sozluk.gov.tr/). Dilimizde "ses" terimi, herhangi bir ses anlamına gelmektedir ve kulak tarafından algılanmaktadır. Çevremizdeki tüm nesnelerin sesi, doğadaki tüm canlıların sesi, örneğin insan ve hayvan sesi, rüzgâr sesi, boru sesi, su sesi vb. her türlü ses bu kavramla ifade edilir (Selen, 2017: 67). Sesin ölçülebilen fiziksel bir olgu olduğu söylenebilir. Bu bağlamda bir yerde ses olduğunu söylemek için üç faktör gerekir.

Bunlardan birincisi ortamdır. Sesten söz etmek için ortam en önemli faktördür. Ortam olmazsa ses ortadan kalkar. Hız, parçacıklar arasına etki eden elastik kuvvetlere ve ortamdaki parçacıkların boyutuna bağlıdır. (Zeren, 1993: 71). Bu nedenle ses katı ve sıvı cisimlerde havadan daha hızlı yayılabilmektedir. Sesin hızı yoğun ortamda çok yüksektir ve yoğunluk azaldıkça sesin hızı da azalır. Sözen'e (2003: 3) göre sesin kaynakları üç kategoride ele alınmaktadır:

Nokta kaynağı; Bunlar, çapı yaydıkları sesin dalga boyundan daha küçük olan ses kaynaklarıdır. Burada, hoparlör, bir gurup insan ağzı, kompresör gibi örnekler verebiliriz. Doğrusal kaynak; aynı yönde birden fazla noktasal kaynağın düzenli aralıklarla yerleşmesiyle oluşur. Düz kaynak; birçok noktasal kaynağın bir düzlem üzerinde bulunmasıyla oluşmaktadır. Belirli mesafe boyunca nokta kaynağı ve sonrasında doğrusal kaynak davranışı göstermektedir.

Antik çağlardan beri ses ve anlam arasında bir bağlantı olup olmadığı ve gelenekle ilişkili olup olmadığı tartışılmaktadır. Ses, bağlamlar ve eylemler hakkında insanlar, kültür ve doğa arasındaki ilişkiler hakkında bir şeyler söyler. Ses aynı zamanda sosyal alanımızda şekillendirir. Sesin deneyimi ve anlaşılması kültürel olarak şartlandırılmıştır (Svantesson, 2017: 1). Ses, bilimsel olarak çeşitli şekillerde tanımlanmasına rağmen aslında doğası tam olarak anlaşılamayan bir enerji dalgasıdır (Polat, 2020: 381).

Bir nesnenin ses üretebilmesi için titreşmesi gerekir. Titreşen bir cismin hareketi sonucu oluşan dalgalarına ise ses dalgaları denir. Titreşen bir nesnenin yaydığı ses dalgalarının yayılması için başka bir maddesel ortama ihtiyaç vardır. (Fishbane vd., 2006: 375). Sesler üç özelliğe göre ayırt edilebilir.

- Ses yüksekliği
- Ses şiddeti
- Ses tınısı

Sesin yüksekliği frekansına göre belirlenir. Sesimizin yüksekliğini, akciğerlerimiz kapalıyken ses tellerimize yapılan baskı belirler (Başaran, 1981: 198). Akciğerlerdeki basınç ne kadar yüksek olursa ses de o kadar yüksek olur. Tıpkı piyano veya gitarda olduğu gibi sesin şiddeti de tellerin uzunluğu, inceliğine veya kalınlığına, gerilimine göre belirlenir. Ses yüksekliğini veya düşüklüğünü Pitch terimi kullanılır.

Sesin şiddeti titreşen nesnenin kuvvetine göre belirlenir (Başaran, 1981: 198). Ses yoğunluğunun birimi desibeldir. Desibel, sesin yoğunluğunu ve diğer fiziksel büyüklükleri hesaplamak için kullanılır. Sesin yüksekliği, sesin şiddetinden farklı olarak nesneldir ve gözlemcinin işitme yeteneğinden bağımsız olarak işitme cihazları kullanılarak ölçülebilir. Genel olarak ses tınısı, farklı seslerin birbirinden ayırt edilebilmesini sağlayan kaliteyi ifade eder. İnsan kulağı ise sesleri tanımlayarak sesin kim veya ne olduğunu anlayabilir (Başaran, 1981: 198). Müzikte ise timbre, sesin rengi tınısı kısacası sesin kendine has karakteristik tonudur.

İnsanoğlu ilk önce basit bir gramofonla sesleri kaydetmiştir. 19. yüzyılın başlarında kullanılan optik kayıt sistemlerinin yerini manyetik kayıt cihazları, 2000'li yıllarda bant sistemleri ve en sonunda da dijital kayıt sistemleri (hard diskler) almıştır (Özkoçak, 2013: 40). Bu gelişme, daha geniş bir frekans aralığının kaydedilmesine olanak tanır ve yüksek ve düşük frekanslar arasındaki dengenin basit bir elektronik filtre ile kontrol edilebilmesi, sinyalin kayıt kalemini çalıştıracak şekilde optimum seviyeye yükseltilmesine olanak sağlar hale geldi (Daniel ve Daniel, 2012: 135). Analog cihazlar, mikrofondan gelen elektrik sinyali olan elektrik

enerjisini manyetik enerjiye dönüştürür ve bunu bant üzerinde saklar. Bu tür kayıt ilk olarak film üzerine optik kayıt kullanılarak yapıldı. Manyetik şeritlerin ortaya çıkması daha pratik manyetik kayıtları ortaya çıkardı (Özkoçak, 2013: 40). Elektrikle kaydın ortaya çıkışı, son derece hassas mikrofonlar kullanılarak sesin yakalanmasını mümkün kıldı ve kayıtların ses kalitesi önemli ölçüde iyileştirildi. Bu şekilde daha geniş bir frekans aralığını kaydedebilir ve yüksek ve düşük frekanslar arasındaki dengeyi kontrol etmek için ana elektronik filtreyi kullanabilir, sinyali kayıt kaleminin çalışması için mükemmel seviyeye yükseltmiştir. Gelişen manyetik şeritler ses kayıt yöntemlerini çok daha ekonomik ve kolay hale getirmiştir. 19.yüzyıl sonlarına doğru sayısal ses kayıt teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla boyutsal sesin daha kolay şekilde yansıtılabildiği ürünler ortaya çıkmıştır (Işıkhan, 2008). Modern bilgisayarlar, yüksek kaliteli sesin oynatılması ve kaydedilmesi için yerleşik donanıma sahiptir. Bu durum dijital kayıt teknolojisinin ortaya çıkmasına neden oldu. Silinen dosyalar birçok dijital ses kayıt cihazından kurtarılabilir. Bu ise dosyaların üzerine yazılmadığı sürece medyanın bir bilgisayar sabit sürücüsü olarak kabul edilir. (Daniel ve Daniel, 2012: 135). İlk önce basit bir gramofonla sesleri kaydettik. Zamanla kayıt için kullanılan kayıt cihazları ve formatlar önemli ölçüde değişti. 19. yüzyılın başlarında kullanılan optik kayıt sistemleri yerini manyetik kayıt cihazlarına verdi. 2000'li yıllarda yerini teyp sistemlerine ve en sonunda da dijital (sabit disk) kayıt sistemlerine bıraktı (Özkoçak, 2013: 40). Bu gelişme, daha geniş bir frekans aralığının kaydedilmesine olanak tanır ve yüksek ve düşük frekanslar arasındaki dengenin basit bir elektronik filtre ile kontrol edilebilmesi, sinyalin kayıt kalemini çalıştıracak şekilde optimum seviyeye yükseltilmesine olanak sağlar hale geldi. Dijital kayıtta sese ilişkin bilgiler, gramafon kaydı gibi fiziksel bir formatta veya manyetik banttaki gibi manyetik bir imza olarak değil, zaman içinde hava basıncındaki değişiklikleri temsil eden rakamsal sayı olarak depolanacak. Dijital kayıt sayesinde, sesi kaç kez çalarsanız çalın, ses sonsuza kadar orijinal durumunda korunur.

CD'ler bilgileri kasetlerden daha hızlı ve doğru bir şekilde saklayabilir. Kullanıcılar, sesi sabit diske kaydederek görüntüleri kesme, aktarma, kopyalama gibi işlemleri serbestçe gerçekleştirebilmektedirler. (Irving, 2004: 93). 1990'ların sonlarında müzik endüstrisi Apple'ın iPod'unun piyasaya sürülmesiyle değişti. iPod, modern dijital müzik mağazalarının ve müşteriye yönelik İnternet dağıtım altyapısının oluşturulmasının temelini attı. Bu format şu anda dünyada en yaygın kullanılan sıkıştırılmış ses formatıdır. Bu, bir CD'deki standart müzik parçalarının dosya boyutunu 10'dan 14'e kadar azaltabilir. Bu ise dijital kayıt ortamına fazla kayıt yüklenmesine olanak tanır. (Özkoçak, 2013: 66). Dijital ses ve video başlangıçta kasete kaydediliyordu ve sabit diskler 1990'larda daha yaygın hale geldi. Bu, 1980'lerin sonlarından

1990'ların sonlarına kadar müzik sahnesine hakim olan CD ve DVD'lerin ortaya çıkmasına yol açtı. 1990'ların sonunda ve 2000'lerin başında MP3, mükemmel ses kalitesini korurken yeterli sıkıştırma sağlayarak ses teknolojisinin en son noktasını temsil ediyordu.

Farklı dönemlerde farklı müzik tanımları yapılmıştır. Müzik, insan iletişimini sağlayan dil ve diğer iletişim sistemleri gibi temel özellikleri içeren kültürel bir sistemdir. (Kalınak, 1992: 4). Müziğin tanımı genel olarak aktarılmak istenen düşünceleri, duyguları, ruh hallerini, karşı tarafa yansıtmak için kullanılmak bir araçtır. Konfüçyüs, müziğin kişinin kişiliğini geliştirdiğini ve bu kişiliğin eğitim ve toplumsal kurallarla şekillendirdiğini, birlik yaratma gücünün olduğunu vurguluyor (Konfüçyüs, 2008: 27). Farklı dönemlerde farklı müzik tanımları yapılmıştır. Müzik, insan iletişimini sağlayan dil ve diğer iletişim sistemleri gibi temel özellikleri içeren kültürel bir sistemdir (Kalınak, 1992: 4).

Müzik, insan zekasının ve kültürünün tarihi ve gelişimiyle tamamen etkilidir, müzik tarihinin açık ve düzenli bir gelişimini tanımlamak mümkün değildir. Bilinen en eski müzik aletlerinin arkeolojik kayıtlarda 40.000 yıl öncesine ait olduğu görülmektedir. Arkeolojik kazılarda, hayvan kemiklerinden ilkel flüt, vurmalı çalgı gibi taş veya ahşap şeklinde önemli kanıtlar bulunmuştur (Killin, 2008: 1). Müzik, Eski Mısır'da rahiplerin dini sahnelerde, ritüellerde ve tanrıların faaliyetlerinde krallar veya seçkin sınıf soyluları, askeri faaliyetler (özellikle davul ve trompet), cenaze törenleri ve ölüm dansları ve cinsellik, doğurganlık ve toplumsal cinsiyet kavramları ve buna ilişkin uygulamalarla ilişkilendirilmektedir. Yetenekli müzisyenler önemli tören etkinliklerine eşlik etmeye, soyluları ve üst sınıfları eğlendirmeye için sahne alıyordular. (Killin, 2008: 14). Antik Yunanistan ve Roma da oyunlara, ziyafetlere, özel törenlere, halka açık toplantılara ve festivallere müzik eşlik ediyordu. Fiziksel emek biçimleri için örneğin tarlada çalışmak, ip yapmak, öğütmek, savaş ve diğer faaliyetler şarkılar ve müzik yaratıldı. (Killin, 2008: 15).

13. yüzyılın başında Avrupa'da bir müzik aleti devrimi yaşanmıştır. Bu süre zarfında birçok yeni enstrüman ortaya çıkmıştır. 14. yüzyılda bir devrim daha yaşandı, bu kez arplar ve klavyeli çalgılar için teller icat edildi. Böylelikle klavyelerin, perde ve akort revizyonuna çıkarmıştır. 17. yüzyılda giriş ücreti ödenen halk konserleri düzenlendi. Kısa süre sonra Londra'da müzik performansları için ilk salon açıldı. 1637'de Venedik'te ilk halka açık opera binası açılmıştır (Montagu, 2017: 9-11). 19 yüzyılın sonlarında müziğin daha kolay şekilde üretile bileceği sayısal ses kayıt teknolojileri devri başlamıştır (Işıkhan, 2008). Enstrümanlar ve müzik formları bu şekilde bugünkü şeklini aldı.

Müzik ruh tarafından anlaşılan evrensel dildir. İnsanlar müziği kullanarak bilinçli veya bilinçsiz olarak sözel olmayan kompozisyonları tanıyabilir ve böylelikle duygularının nasıl

değişerek şekillendiğini incelene bilinir (Koyuncu, 2019: 13). Dilin genel kurallarına göre müzik kelimelerle değil, yalnızca seslerle konuşur. Burada duygusal anlayış gerekir. Sanatçı ile dinleyici/izleyici arasında bir etkileşim vardır (Turgut, 1993: 130). Son yıllarda müziğin stres üzerindeki olumlu etkilerini daha geniş sağlığa yönelik araştırmalar başladı ve müzik tıpta giderek daha fazla ciddiye alınmaktadır (Haake, 2011). Müzik terapileri buna örnek gösterebiliriz.

Sinemanın Tarihçesi

Sinema, dönemine tanıklık eden, farklı bölge ve halkları birbirine bağlayan, film arşivleri aracılığıyla toplumun görsel hafızasını oluşturan, gelecekteki projeleri geniş kitlelere ulaştıran bir sanat dalıdır (Erkılıç, 2009: 47). Sinema görüntü, ışık, ses ve müzikten oluşan bir bütünleşmiş yapıttır. Bu yapıt, aracı, organize yapıyı ve ilişkiyi tanımlayan, haklı çıkaran, bazen eleştiren organize ve organize olmayan entelektüel üretim olarak da tanımlanabilir. Dolayısıyla sinema, izlenmek üzere üretilmiş ve kendi ideolojisine, bu etkinliğin amaç ve hedeflerine bağlı örgütsel bir etkinliği kendi özünde barındırıyor (Erdoğan ve Solmaz, 2005: 33). 1895 yılında Lumière kardeşlerin film kamerasının icadı sinema tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Çok geçmeden halkın filmlere olan merakı ve filmlerin halk üzerinde yarattığı büyük etki nedeniyle filmler önemli bir kitle iletişim aracına çevrilmiştir. Sinema salonlarında ve açık hava film gösterimlerinde ücretli film gösterimleri ile üreticilerine gelir getiren bir ürün haline geldi (Koluaçık, 2017: 146). Sonuç olarak sinema günümüze önemli sanat dalı olarak popüler bir eğlence ve iletişim aracı ve bir endüstri haline gelmiştir.

Ücretli bir izleyici kitlesine gösterilen ilk film, Aralık 1895'te Fransa'nın başkenti Paris'te Lumière Kardeşler olmuştur. 20. Yüzyılın başlarında Fransız aktör ve illüzyonist Georges Méliès'in kısa filmleri The One Man Band [Tek Kişilik Grup] (1900) ve A Trip to the Moon [Ay'a Yolculuk] (1902), sinema tarihi açısından en önemli filmler olarak kabul görülmektedir (Heckmann, 2023).

Ulusal film endüstrisi kurulması 1914 senesine tekabül ediyor. Böylelikle filmlerde hikaye anlatımı hakim olarak film süreleri de doğal olarak uzamıştır. Büyük stüdyolar kuruldu, özel sinema salonları yapıldı. Avrupa'daki film endüstrisi Birinci Dünya Savaşından etkilenmesiyle Amerikan sinema endüstrisi ciddi bir şekilde öne çıkmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle Kinemacolor ile filmler daha renkli daha çekici hale gelmiştir. Başlangıçta siyah beyaz filmler üzerinde elle renklendirme, şablon şeklinde tonlamalar yapılırdı. "Doğal renkli"

hareketli görüntüler ise 1906 yılında İngiliz Kinemacolor işlemiyle renkler üzerinde ayrım yapılmıştır. 1909 yılında ise izleyiciye sunulmuştur. "Hollywood'un Altın Çağı" ise sesin ortaya çakmasıyla başlatmıştır. Sinema film sektöründeki bu teknolojik gelişmeler İkinci Dünya Savaşı öncesi dönemden itibaren kitlesel eğlencenin önemli bir şekli olmaya başladı ve ilerleyen dönemde artarak devam etti. İnsanların sinema salonlarına gitmesi gündelik hayatın bir parçası olmaya başlamıştı.

Film Müziği

Sinemaya sesin gelmesi, film müziği üzerine de tartışma konusu haline gelmiştir. Kuramcılar, film sanatı çalışmalarında müziğin görsel metin üzerindeki etkilerini tartışa gelmişlerdir. Bazı erken dönem kuramcılar sesin film dilinin bütünlüğünü bozduğunu ileri sürmüşlerdir. Bazı kuramcılar ise olumlu yorum yaparak sesin yaratıcı kullanımının film dilini zenginleştirebileceği üzerinde durmuşlardır. Örneğin Arnheim ses olgusuna direnmiş ve sesi bir yanılsama aracı olarak vurgulamış, filmlerinde gerçekliği olduğu gibi temsil etmeye çalışmıştır. Arnheim'a göre müziğin ritmik doğası resmi olarak görüntünün hareketini etkilerken dinleyicinin işitsel duyusunu etkilememelidir. Bu bağlamda ses efektleri ve ses kalitesi yalnızca görünür aralıkta özel olarak ifade edilmelidir (Arnheim, 2002: 159-164). Eisenstein "müzik" sözcüğüyle yalnızca sanat olarak değil, aynı zamanda insan yaşamının farklı alanlarındaki tezahürünü de önemsemeği öneriyor. O diğer kuramcılardan farklı olarak ses ve müziğin filmde kullanımına karşı çıkmamıştır. Sessiz film aksiyonunun müzikalitesi, ritmi yapılanma ve kurgu yoluyla elde edildiğini savunmuştur (Eisenstein, 1964: 251-252). Fransız besteci, yönetmen ve kuramcı Michel Chion ise müziğin filmlerde kullanımını, filmin anlatımına ve sinematografisine destekleyici birçok temel işleve hizmet ettiği fikrini savunmaktadır. Ona müzik filmin ses evreninin önemli boyutta ekiliyor (Chion, 2001, s. 258). Teorisyenlerin filmlerde müziğin anlatıyı bozmayacak şekilde kullanılmasını algı oluşturmada önemli araç olduğunu ileri sürülüyor. Film müzikleri genellikle bir filmin ana konusunu destekleme amacı ile kullanılmalı.

Film müziği, yazarların ilgisini Birinci Dünya Savaşı'ndan önce de çekmişti. 1908 de film müziği tarihinin dönüm noktası olan besteci Camille Saint-Saëns'in The Assassination of the Duke of Guise adlı uzun metrajlı filminin orijinal müziğini besteledi (Schulte, 2019: 8). 1914'te film endüstrisi ile müzik yayıncıları, Amerikan Besteciler, Yazarlar ve Yayıncılar Derneği'nin (ASCAP) kurulması ile aralarındaki bağlantılarında değişim oluşturdu (Wierzbicki, 2009: 45). J.C. Braille'in 1915 tarihli The Birth of a Nation adlı bestesi de film

müziği açısından önemlidir. Bu, iyi prova edilmiş büyük bir orkestra için özel olarak bestelenen ilk film müziğidir (Wierzbicki, 2009: 48).

İlk film gösterileri, sesin eşzamanlı olarak kullanılmadığı sessiz gösteriye girdiği için film yönetmenleri ve tarihçiler bu dönemi “sessiz dönem" olarak adlandırmaktadır. Lumière kardeşlerin filmlerini geniş kitlelere tanıttığı ve ilk toplu gösterimlerinde filmlere müzik ve piyanistin eşlik ettiği söyleniyor ancak somut bir kanıt yoktur (Wierzbicki, 2009: 14-18). İlk gösterimde müzik yoktu ancak diğer gösterimlerde filmlere Emile Maraval'ın canlı piyano eşlik ettiği bilinmektedir. Fransa'daki Lumière kardeşlerin ilk gösterimin ardından sinematografisi diğer ülkelerde de gösterime girdi ve filmlere müzik eşlik etti (Kalinak, 2010: 34-36). 1896 yılının 20 Şubat’ın da Londra'daki Politeknik Enstitüsü'nde Lumiere'in filmlerinin galasında bir armoni çalınmış ve ilerleyen aylarda filmlere bir orkestra eşliğinde gösteriye sunulmuştur (Wierzbicki, 2009: 20).

Savaş sonrası dönemde 1920'lerin başında ortaya çıkan plaklar ve filmler için ses teknolojisinin geliştirilmesi, sesin filmlerde kullanımını kolaylaştırması açısından önemli teknolojik gelişimdir (Robb, 2013: 172). 1928'de Eisenstein, Alexandrov ve Pudovkin sesin sinema için ne anlama geldiğine dair görüşlerini ifade eden bir bildiri yayınladılar. Sesli film döneminde sinemanın altın çağı olarak, Max Steiner'ın müziklerini bestelediği 1933 yılında King Kong ile başlamıştır. King Kong film müziği, dramatik tarzı sonraki film müziklerini de etkilemiş (Tonks, 2006: 13-15).

Film müziği için besteci ve yönetmenin sıkı bir işbirliğinin olması gerekir. Müziğin film yapımının son aşamalarında eklenmesi, bestecilerin müziği ve sahneleri senkronize etmek için filmin son halini görmeleri gerektiğidir. Besteci çalışmaya başlamadan önce ilk olarak film izlerler (Davis, 2010, 76). Süreç, bestecinin bitmiş görüntüleri incelemesiyle başlar, ardından zaman notları alınır ve bütçe ve kayıt sırası planlanır. Besteciler daha sonra senkronizasyon ve zamanlama çalışmaları yürütür, müzik besteler, bestelenen müziği orkestrasyona tabi tutar ve müzik kayıtları oluşturur. Son adımda kaydedilen müzik filmle senkronize edilir (Karlin ve Wright, 2013: 11).

Film Müziğinin Dijitalleşmesi

Dijitalleşme, son yılların en önemli konusu haline geldi. Dijital teknolojiler sayesinde müzik endüstrisi gerçek anlamda çağ atladı. Yeni medyanın yaygınlaşması ve dijitalleşmeyle birlikte müzik bilgisayar sistemleri işlevsellik açısından daha az karmaşık ve kullanımı daha kolay hale geldi. Bu gelişme dinleme alışkanlıklarını kişiselleştirmelerine olanak sağlamakla

kalmıyor, aynı zamanda onların medya yaratıcıları olmalarına da olanak tanıyor. Bilgisayara bağlı bir CD yazıcı, yüksek kaliteli bir kopya oluşturabilir kolaylıkla kişisel müzik parça deneyimi listenizi kaydı alına bilir. Burada ulaşıla bilir kolay sanatsal üretim için aktif deneme çalışma alanı açılıyor (Reynolds, 1998).

1970'lerin sonu 1980'lerin başı dijital müziğin tarihi olarak adlandırabileceğimiz ilk dijital ses kayıt cihazlarının geliştirildiği, darbe kod modülasyonu (PCM) ile analog ses sinyallerini dijital verilere dönüştürülmüştür. CD'nin 1982'de piyasaya sürüldü, CD'lerin analog formatlara göre daha yüksek ses kalitesi ve daha uzun raf ömrü gibi birçok avantajı vardır. Artık en popüler dinleme CD'ler olmuştur. Sesi sabit diske kaydederek görüntülerin yanı sıra kesme, aktarma, kopyalama gibi işlemleri de özgürce gerçekleştirebilir, daha kullanışlı hale gelmiştir (Irving, 2004: 93).

1980'lerin sonunda ve 1990'ların başında, yazılım programları DAW'lar geliştirildi bu da müzisyenlerin bilgisayarlarda müzik kaydetmesine, düzenlemesine ve üretmesine alan yarattı. Burada bağımsız sanatçılar plak şirketine ihtiyaç duymadan müziklerini üretip dağıtmalarında kolaylık sağladı (Carey, 2023) MP3 formatının geliştirilmesi ise 1990'ların sonlarında dijital müzik tarihi için önemli gelişme idi.

Bu, iPod benzer biçimde minik taşınabilir cihazlarda büyük miktarlarda müziğin saklanmasını ve dağıtılmasını olası kıldı (Özkoçak, 2013: 66). Sonuç olarak, dijitalleşmenin müzik endüstrisi üzerinde büyük bir etkisi oldu. Müziğin daha geniş bir kitleye ulaşmasını ve dijital olarak dağıtılmasını kolaylaştırmıştır.

Dijitalleşen teknaloji 2000'li yıllardan canlı performanslarda kullanılan hoparlör, ışık, amfi, sis cihazı mikrofon, gibi birçok cihazların tamamen dijital dünyaya aktardı. Hiçbir mekanik ayar gerektirmeyen bu son teknoloji cihazlar, sahne yapımını büyük ölçüde hızlandırdı. kayıt sırasında tıpkı albüm kaydında olduğu gibi vuruş düzeltmelerini önceden ayarlayabilir, efektleri otomatikleştirebilir, tempoya bağlı olarak dinamik müdahaleler yapabilirsiniz. (Baloğlu, 2018: 46).

Analog ses mikserleri hafızalı dijital mikserlere geçiş sağladı. Ses ton kontrolünü tamamladıktan sonra uzun süre bir orkestra üzerinde çalışmak zorunda kalırsanız parametre ayarlarınız miksere kaydedilir ve bir tuşa basarak kaldığınız yerden devam edebilirsiniz. Farklı ses ayarı kombinasyonunu kaydedilmesi anında geri yüklemesi, ses mühendislerinin çalışmalarını kolaylaştırmıştır. (Baloğlu, 2018: 42). Dijital teknolojinin gelişmesiyle müzik üretim süreci de önemli ölçüde değişti. Yazılım sayesinde rastgele veya l kompozisyonlar oluşturulabiliyor.

Dijital film müziği teknolojisi, bir sanatçı, besteci, DJ veya plak yapımcısı tarafından müzik oluşturmak, icra etmek veya kaydetmek için sağlanan her türlü dijital enstrümanı, bilgisayarı, elektronik efekt cihazını, yazılımı veya dijital ses cihazlarının hepsinin kendi içinde barındırıyor (Delikar, 2019: 3-4). Film müziklerinde kullanılan dijital teknoloji, bestecilere ve müzik yapımcılarına güçlü yazılımları kullanarak binlerce örneklenmiş gerçek enstrümanlara erişerek kendi film müziklerini kolaylıkla oluştura bilime avantajını sağlıyor.

MIDI: Türkçe adıyla "Müzik Aleti Dijital Arabirimi," elektronik müzik enstrümanları ve yazılımların bilgisayar aracılığı ile birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan bir protokoldür. MIDI sesleri değil notaları ve performans verilerini iletmek için kullanılır. Başka bir deyişle, MIDI verileri bir şarkıyı çalmaya yönelik talimatlar içerir ve bu talimatlar, sesi oluşturmak için kullanılan enstrüman veya yazılım tarafından yorumlanır.1980'lerin başında geliştirilen MIDI stüdyoları halen müzik endüstrisinde yaygın olarak günümüzde kullanılan standarttır (Wright, 2023).

MIDI teknolojisi sayesinde film müzikleri, gerçek bir orkestra kullanılmadan bile gerçekçi orkestra veya enstrümantal efektler yaratabilir. Besteci MIDI klavyeler ile fikirlerinii hızlıca nota metnine dönüştüre bilirler. Besteciler, MIDI teknolojisini kullanarak farklı enstrümanların seslerini deneyerek filmin ruh halini ve duygularını orkestrasyonunu planlayabilirler. (Gregersen, 2023). Dijital ses kayıt, düzenleme ve üretim sürecini yönetmek için DAW yazılımdır kullanılır. Modern DAW'lar, konfigürasyondan bağımsız şekilde, kullanıcının birden fazla kaydı ve izi değiştirerek tek parça halinde karıştırmasına izin veren merkezi bir arayüzdür. (Kefauver ve Patschke, 2007: 133). Film müziği için besteciler ve müzik yapımcıları DAW'ları müzik parçaları oluşturmak, efektler eklemek, mix veya ses kayıtlarını düzenlemek işlemleri için kullanılır.

Müzik üretmek, kaydetmek, düzenlemek ve mikslemek için profesyonel bir dijital ses/müzik işleme Cubase KONTAKT gibi yazılımlarında saysız enstüman örneklemleri bulunuyor. Bu dijital sanal ortamda ses işleme mekansal efektler ve özel ses efektleri gibi unsurları film müziklerine dahil etmek için kullanılır.

Film müziği bestecileri çalışmalarını sadece MİDİ klavye Cubase yazılımı ile geniş farklı enstüman yelpazesi, katmanlı enstümanlar, tüm seslerin karıştırılması ve ses düzeyinin kolaylıkla ayarlaya biliyorlar. Bunun yanı sıra Bir MIDI dosyasına nota notasyon çıktısını almak için Cubase'in stave özelliği kullanılır. (Soo vd., 2018: 598). Cubase'in metronom fonksiyonu müzik ve film sahnelerini senkronize etmeyi kolaylaştırır, filmin atmosferini daha da geliştirebilmek için efektler ile şekillendirilebilmesi kolaylık sağlıyor. orkestra sesleri, vurmalı çalgılar ve elektronik efektler gibi çeşitli ses örnekleri, bestecilerin film müziklerinde

kullanabileceği geniş ses örnekleri Sample Kütüphanelerde (örnek kütüphaneler) mevcuttur. Teknoloji dijital araçlar geliştikçe film müziği yaratma süreci de değişime uğruyor.

Sonuç ve Değerlendirme

Sinemanın ilk dönemlerinde negatif görüntülerin basılması ve dağıtılmasıyla başlayan süreç, artık üretim ve dağıtımın dijital ortama taşınmıştır. Benzer şekilde ses ve müzik üretiminde de dijital, dönüşüme katılarak gelişmeye devam ediyor. Günümüzde artık tamamen dijital olarak üretilmiş olan filmler geleneksel sinema eserlerinin yerini almaya başlayan cep telefonları ve dijital platformlar gibi yeni mecralar üzerinden izlenmektedir. Yani günümüzde üretim de dijitaldir tüketimde. Analog çağda sadece profesyonel müzisyenlerin yaptıkları film müzikleri, günümüzde küçük stüdyolarda veya ev ortamlarında oluşturulan MIDI'ler de profesyonelce üretilebilmektedir. Dijital teknolojideki değişiklikler, film yapımcılarının hayal gücünün sınırlarını zorlayan içerikler yaratmasına olanak sağladı. Dolayısıyla film müziği üretim biçiminin de bu durumdan etkilenmemesi olanaksızdır. Geleneksel yöntemlerle kayıt edilen film müzikleri ve sesler günümüzde artık tamamen dijital olarak tek bir kişi tarafından üretilebilmektedir.

Aynı zamanda MIDI yazılım ve ekipmanları, sinema okulları ve üniversitelerin iletişim bölümü öğrencileri gibi bu sanata tutkuyla bağlı olan ve bu işi profesyonel olarak sürdürmek isteyen kişiler, farklı düşünen ancak zorluk yaşayan kişiler için kolaylıkla ulaşılabilir bir tekniktir. Dijitalin sunduğu sonsuz olanaklar amatörler için çok önemlidir, çünkü kendilerini ve fikirlerini ifade etmek için denemek için bu uygulamalar yeni kapılar açmaktadır. Bu üretime olanak sağlayan MIDI donanımlarının ve ses bankalarının da gün geçtikçe zenginleştiği görülmektedir. Dijital ses bankaları bugün artık sadece piyano değil, çok kompleks yaylı sekansları, keman, çello, kontrbas gibi partituralara kadar geniş bir yelpazede üretimi tek elden yapma imkanı vermektedir. Bu yeni nesil üretim biçimi bir yandan müzik üretimini ekonomik olarak demokratikleştirirken diğer yandan da geleneksel yöntemlerdeki iş kolu sayısında azalmaya neden olmaktadır. Bu demokratikleşme, zaman, mekân, gerekli olan enstrüman, yorumcu sayısı ve ekonomik anlamda sinema sektörüne etki etmektedir.

Kaynakça

Arnheim, R. (2002). *Sanat olarak sinema.* (Çev. R. Ünal.). Ankara: Öteki Yayınevi

Baloğlu, U. (2018). *Dijital teknolojilerdeki dönüşümlerin, müzik üretim, tüketim ve paylaşım pratiklerine yansımaları: sosyal medya ve mobil müzik platformları üzerinden bir değerlendirme denemesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Başaran, İ. E. (1981). *Ses Frekans Tekniği*, MEB, Yayın No:48, Ankara

Carey, A. (2023). The Hıstory Of Dıgıtal Musıc. https://vanocity.com/the-history-of-digital-music/, (Erişim Tarihi: 16.09.2023)

Cohen, A. J. (2001). Music as a source of emotion in film. In P. N. Juslin & J. A. Sloboda (Eds.), *Music and emotion: Theory and research* (249–272). Oxford: Oxford University Press.

Daniel, L. E., & Daniel, L. E. (2012). Discovery of Audio Evidence. Digital Forensics for Legal Professionals, s.135-138

Davis, R. (2010). *Complete Guide to Film Scoring: The Art and Business of Writing Music for Movies and TV* (2 edition). Berklee Press.

Delikara, A. (2019). Türkiye'de Müzik Teknolojileri Alanında Yapılmış Lisansüstü Tezler. *EKEV Akademi Dergisi*, (79), 1-16.

Eisenstein S.M. (1964). *Nonindifferent Nature*. Selected works in six volumes. V. 3. Moscow, Iskusstvo.

Erdoğan, İ., & Solmaz, P. B. (2005). *Sinema ve müzik: materyal satış ve bilinç yönetimi için bilişsel ve duygusalın oluşturulması.* Ankara, Erk Yayıncılık.

Erkılıç D. S. (2009). *Sanatlar ve toplumsal etkileşim*. Kitap Deyince Yayınları

Ertürk, İ. (1999). Sinema ve Müzik. *Toplumbilim Müzik Özel Sayısı*, 9(1), 34-40.

Fancourt, D., Ockelford, A., & Belai, A. (2014). The psychoneuroimmunological effects of music: A systematic review and a new model. *Brain, behavior, and immunity*, *36*, 15-26.

Fishbane, P. M., Gasiorowicz, S., & Thornton S. T. (2006). *Temel Fizik Cilt I ve II*, Çev. Cengiz Yalçın, Arkadaş Yayınevi, Ankara

Gregersen, E. (2023). MIDI music technology. https://www.britannica.com/art/MIDI-music-technology, (Erişim Tarihi: 10.10.2023).

Heckmann, C. (2023). The History of Film Timeline — All Eras of Film History Explained. https://www.studiobinder.com/blog/the-history-of-film-timeline/#the-history-of-film-timeline-nascent-era, (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

Haake, A. B. (2011). Individual music listening in workplace settings: An exploratory survey of offices in the UK. *Musicae Scientiae*, *15*(1), 107-129.

https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/objects-and-stories/very-short-history-of-cinema, (Erişim Tarihi: 03.09.2023).

Irvıng, D. K. (2004). *Sinema ve Videoda Kısa Film III*. (Çev. Selçuk Taylaner), İstanbul: Es Yayınları.

Kalinak, K. (1992). *Settling the Score Music and the Classical Hollywood Film.* Wisconsin: Wisconsin Üniversitesi Yayınları.

Kalinak, K. (2010). *Film music: A very short introduction*. Oxford University Press.

Karlin, F., & Wright, R. (2013). *On the track: A guide to contemporary film scoring*. Routledge

Killin, A. (2018). The origins of music: Evidence, theory, Irvıng and prospects. *Music & Science*, *1*, 1-23.

Koluaçık, İ. (2017). Eleştirel teorisyenlerin kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde sanata ve sinemaya yaklaşımları. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, *2*(3), 135-156.

Konfüçyüs, (2008). *Erdemin Ardından Git,* Notos Kitap.

Konuralp, S. (2004). *Film Müziği*, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Koyuncu, Ü. (2019). *Müzik ve Dinî Tecrübe Etkileşimi Hususunda Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Montagu, J. (2017). How music and instruments began: A brief overview of the origin and entire development of music, from its earliest stages. *Frontiers in Sociology*, *2*, 8.

Murrock, C. J., & Higgins, P. A. (2009). The theory of music, mood and movement to improve health outcomes. *Journal of advanced nursing*, *65*(10), 2249-2257

Neumeyer, D. (2014) *The Oxford handbook of film music studies* (pp.188-228). Oxford: Oxford University Press.

Özkoçak, Y. (2013). *Sesin Sinemadaki Evrimi ve Türk Filmlerinde Kullanımı*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Polat, M. (2020). Kur'ân Âyetleri Işığında ―Ses‖ Kavramı ve Ses Anlamını İfade Eden Bazı Kelimelerin Tespiti ve İncelenmesi. *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 81, 379-393.

Robb, B. J. (2013). *Sessiz Sinema*, (E. Ulun, Çev.), İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Schulte, S. (2019). Sound and Emotion: The Use of Music in the Cinematic Experience.

Selen, N. (2017). Ses Dili. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, *28*(1-2), 67-74.

Soo, V. W., Huang, C. F., Su, Y. H., & Su, M. J. (2018). AI applications on music technology for edutainment. In *Innovative Technologies and Learning: First International Conference, ICITL 2018, Portoroz, Slovenia, August 27–30, 2018, Proceedings 1* (pp. 594-599). Springer International Publishing

Sözen, M. (2003). *Sinemada Ses Kullanımı***,** Detay Yayıncılık, Ankara

Svantesson, J. O. (2017). Sound symbolism: the role of word sound in meaning. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, *8*(5), 1-12.

Tonks, P. (2006). *Film Müziği*. (Çev. A. Sivas.) İstanbul: Es Yayınları

Wierzbicki, J. (2009). *Film music: A history*. Routledge.

Wright, G. (2023). MIDI (Musical Instrument Digital Interface). https://www.techtarget.com/whatis/definition/MIDI-Musical-Instrument-Digital-Interface, (Erişim Tarihi: 9.10.2023).

Zeren, M. A. (1993). *Müzikte ses sistemleri*. Pan Yayıncılık, İstanbul

Zhan, T., & Yao, L. (2020). The Aesthetic Significance of the Digitalization of Movie and Television Sounds Based on Digital Media Technology. 2020 International Conference on Economics, Education and Social Research (ICEESR 2020), 742-745.

TÜRKİYE'DE FUTBOL, MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ

Gazetecilik Bölümü Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi Ahmet Batuhan POLAT

Selçuk Üniversitesi

orcid.org/0000-0001-8116-5349

Özet: Toplumların gelişimi ve zaman içindeki değişimi nedeniyle futbol da değişti, gelişti ve artık sadece futbol değil. Futbol, günümüzde dünya çapında milyarlarca insanın hayatını etkileyen potansiyel bir güçtür. Futbol, dünyadaki ulusal, siyasi ve kültürel kimlikleri tanımlarken, aynı zamanda dünyanın umutları ve korkuları ile tutkuları ve nefretleri arasındaki ara yüzdü. Bilgilendirici ve doğru olmasını beklediğimiz medya, ticari kaygıların merkezinde basının ilkelerinden sapmış ve tarafsızlığını kaybetmiş gibi hareket ediyor görünmektedir. Son zamanlarda kamuoyu, akademisyenler ve hatta gazeteciler tarafından medyanın okuyucularını kendi saflarına çekmeye çalıştığından çokça söz ediliyor. Siyasi iktidar, futbolu ve medyayı kontrol etmeye çalışır. Siyasi güçler futbolu ve medyayı araç olarak kullanmıştır. Bu şekilde hükümetler varlıklarını sürdürmeye çalıştılar. Futbol, medya ve siyasi ilişkiler bir üçgen oluşturdu.

Futbol bugün spor endüstrisinin bir parçası değil, kendi bağımsız dalını oluşturmuştur. Futbolun kitleleri etkileme potansiyeli olduğu için, politikacılar ve medya bu güçten yararlanmak için futbolla yakın ilişkiler geliştirmiştir. Araştırmada futbol, medya ve siyaset arasındaki ilişki ağı, seçilmiş vaka çalışmaları temelinde incelenmektedir. Burada cevaplanması gereken soru, medyanın futbol dünyasını ve siyaset dünyasını etkileme ve yönlendirme kabiliyetine sahip olup olmadığıdır.

Anahtar Kavramlar: Medya, Futbol, Siyaset

Relationship between Football, Media and Politics in Turkey

Abstract

Due to the development of societies and their change over time, football has also changed, developed and it is not just football anymore. Football is a potential force affecting the lives of billions of people around the world today. While football defined national, political and cultural identities around the world, it was also the interface between the hopes and fears of the world and its passions and hatreds. The media, which we expect to be informative and accurate, seems to have deviated from the principles of the press and lost its impartiality at the center of commercial concerns. There has been a lot of talk lately by the public, academics and even journalists that the media is trying to lure their readers into their ranks. Political power tries to control football and the media. Political forces have used football and media as tools. In this way, governments tried to maintain their existence. Football, media and political relations formed a triangle.

Football today is not part of the sports industry, but has formed its own independent branch. Because football has the potential to influence the masses, politicians and the media have developed close relationships with football to harness this power. In the research, the network of relations between football, media and politics is examined on the basis of selected case studies. The question that needs to be answered here is whether the media has the ability to influence and direct the world of football and politics.

Keywords: Media, Football,Politics

Giriş

Genellikle yirmi iki kişinin top peşinde koşması olarak tanımlanan futbolun insanları etkilediğine ve etkilemeye devam edeceğine inanılmaktadır[1]. Futbolun bu etkisi, topluma yeni eğlenceler getirerek başladı ve daha sonra futbol rekabete dayalı bir spor haline geldi. Futbol artık uluslararası kabul görmüş kurallarla profesyonel bir çerçevede yönetilen ve daha birçok sektörü etkileyen bir sektör. Bu gelişim ve değişim sürecinde futbol sadece hayatın bir parçası olmakla kalmamış, birçok insan için hayatın bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde futbolun spor endüstrisinin ötesinde devasa bir sektör haline geldiğini düşünürsek, futbolun sosyal bir faktör haline geldiğini ve hayatın her hücresine yerleştiğini söylemek doğru olur. Özetle; "Futbol bir oyundan fazlasıdır, futbol çok oyundur"[2]. Şunu da eklemek gerekir ki futbol artık bir oyun olmaktan çıkmıştır.

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, 19. yüzyılın sonlarında, Balkanlar ve Anadolu, Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa toplumlarını taklit ettiği bir dönemde futbolla karşılaştı[3]. Sultan II. Abdülhamit dönemine denk gelen bu görüşme, devletin büyük baskı altında olduğu bir dönemde gerçekleşti. Ayrıca bu dönem, Batı etkisinden uzaklaşma arzusunun hissedildiği bir dönem olarak da bilinir. Tarihçiler bu dönemi "zorba dönemi" olarak adlandırırlar. Osmanlı tarihçisi Halil İnalcık'a göre tiranlık dönemi yazıları, İstanbul'da paranoya havasının hâkim olduğu izlenimini vermiştir. İnalcık, 3 kişinin sokak ortasında bir araya gelip sohbet etmekten korktuğunu bildirdi. Futbolun Osmanlı Devleti'ne böyle bir dönemde gelmesi, Müslüman nüfusun bir süre futboldan uzak durmasına neden olmuştur. Bu nedenle futbol ilk olarak Anadolu'da gayrimüslimler tarafından oynanmıştır. Bu durumun temel nedeni, gayrimüslim nüfusa sunulan sosyal ve ekonomik faydalar nedeniyle gayrimüslim nüfusun bazı konularda Müslüman nüfusa göre daha rahat olmasıdır. Okay'a göre gayrimüslimler için bu rahatlık düzeyi bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Diktatörlüğün zulmü sırasında Selanik ve İzmir şehirlerinin Sultan Abdülhamid'in zulmünden nispeten daha az etkilenmesi de futbolu ilk başlarda bu şehirlerde popüler hale getirmiştir[4].

---

1 Alan Tomlinson and Young Christopher, “National Identity and Global Sports Events: Culture, Politics and Spectacle in the Olympics and the Football World Cup”, SUNY Press, (2006).

2 Selçuk Özdağ vd., “Popüler Kültür: Futbol Mu Putbol Mu?”, *Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi,* 4, sy. 1 (2011), s.14.

3 Cüneyd Okay, “The Introduction, Early Development and Historiography of Soccer ın Turkey: 1890-1914” *Soccer & Society,* 3 sy 3 (2002), s.2.

4 Okay, a.g.m., s.3.

Kesin tarihi bilinmemekle birlikte, Anadolu ülkelerinde futbolun Yunan vatandaşları tarafından ilk kez İzmir'de oynandığı görülmektedir. Yunan vatandaşlarının bölgede yaşayan İngilizlerle maç oynaması, bu bölgelerde oyuna olan ilgiyi artırdı. 1890-1897 yılları arasında İzmir ve İstanbul'da İngiliz ve Yunan timleri kuruldu[5]. Bu oyun gayrimüslimler arasında popüler hale gelirken, nüfusun yaklaşık %90'ını oluşturan Müslüman vatandaşların bu oyuna kayıtsız kalmamaları mümkün değildi. Futbol tarihi kitaplarında çok sayıda Müslüman gencin şehir polisi tarafından futbol oynarken yakalandığı bildiriliyor. Diktatörlüğün baskıcı yönetimi hayatın her alanında olduğu gibi futbolun da önüne geçmeye çalıştı.

1899 yılında İstanbul'da futbol oynamak isteyen Kadıköylü gençler ilk kez bir futbol takımı kurdular. Ancak padişahın baskısının farkında olan bu gençler, yakalanmamak için İngilizce "Kara Çoraplar" adını seçtiler. Bu isim altında birkaç maç oynamayı başaran Black Stockings ekibi, suçlamaların ortasında ortaya çıktı. Black Socks ve bir İngiliz takımı arasında oynanan maçta, dönemin polis memurları sahada arama yapınca ekip dağıldı. Bu kulübün kurucuları daha sonra Fenerbahçe Spor Kulübü'nün kurucuları arasında yer aldı. Dolayısıyla Fenerbahçe Spor Kulübü'nün Siyah Çorap takımının devamı olduğu iddia ediliyor.

Futbolu farklı ve popüler yapan birkaç faktör var. Futbolda da farklı sosyal sınıfların amaçlarına hizmet eden farklı sınıflar ortaya çıkmıştır. Futbolun tüketim kültürüne çok yakın, insanlara ilham veren ve birliktelik duygusu taşıyan bir spor kültürüne sahip olması, futbolu diğer sporlara göre daha popüler hale getirmiş ve toplumun büyük bir kesimi tarafından içselleştirilmiştir. Aidiyet duygusu, futbolu diğer popüler sporlardan ayıran unsurlardan biridir. Futbolun büyük potansiyelini harekete geçiren en önemli unsurlar basın, satış-pazarlama, reklam ve siyasettir. Medyanın kanaat oluşturması ile kamuoyunun bu faktörlerin bir adım önünde olması arasında fark vardır. Medya, eyleme ve topluma egemen olan ve böylece toplumun davranışlarına, hayallerine, düşünce ve yaşam tarzlarına ve kararlarına yön veren bir düşünce havuzu oluşturur. Erimhan'ın ifadesine göre, medyanın toplumun zihniyetini yaratması gibi toplum da hissedecek ve hareket edecektir[6]. Bu nedenle futbolun medyada önemli bir yer tutması, futbolun toplum tarafından hızla içselleştirilmesini sağlamıştır[7].

Futbolun doğuşundan 1990'lara kadar, futbolun ekonomik unsurlarının değiştiği ve önem kazandığı gözlemlenirken, 1990'lara gelindiğinde futbolun kendisi dünya çapında önemli bir sektör haline gelmiştir. Öncelikle kârlılığı hedefleyen bu sistemde futbol kendi oluşturduğu ve kabul ettiği kurallara göre oynanır[8]. Dünyada büyük kültürel değişimlerin yaşandığı bilinen 1990'lı yıllarda futbol ekonomik bir güç olmaktan çıkıp önemli bir endüstri haline gelmiş; Kurumsallaşan spor organizasyonları, halka arzlar, yeni neslin hazırladığı güvenlik önlemleri, giderek pahalılaşan biletler, artan şiddet ile birlikte tartışmanın simgesi haline geldi[9].

Türk futbolunda 1980'lerde Türkiye'deki atılımlarla başlayan çalkantı 1996'da doruğa ulaştı. Bunun nedeni, Türk milli futbol takımının ilk kez 1996 yılında Avrupa futbol şampiyonasına

---

5 Okay, a.g.m., s.4.
6 Ahmet Erimhan, "Medya ve Değişim", Yeni Türkiye, *Medya Özel Sayısı*, (Kasım-Aralık 1996), s.1504.
7 Özdağ vd., a.g.m., s.15.
8 Berkay Aydın, Hatipoğlu, Duygu ve Ceyhan, Çağdaş. "Endüstriyel Futbol Çağında "Taraftarlık". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2008, s.297.
9 Aydın vd., a.g.m., s.290.

katılma hakkını kazanmış olmasıdır. Dönemin spor otoritelerinin "altın nesil" olarak adlandırdıkları Türk milli futbol takımının o dönemdeki etkisi, bu başarıya paralel olarak ilginin arttığını göstermektedir. 2000'li yıllarda Türkiye'de spor kulüpleri gelirlerini artırmak için pazarlama faaliyetlerine başlamıştır[10].

Spor ve medyanın karşılıklı etkileşimi geçmişten günümüze açıkça görülmektedir. Sporun toplumsal bir olgu olarak kabul edildiği bir düzende, bu olgunun gerçekleşmesinde kitle iletişim araçlarının da rolü olmuştur. Teknolojinin gelişmesi bu iletişim faaliyetlerini daha etkin hale getirmiştir. Örneğin dünyanın herhangi bir yerinde oynanan bir futbol maçını modern uluslararası yayınlar sayesinde anında takip etmek mümkün hale geldi. Çeşitli sporların yaygınlaşması ve spor yapma imkânı olmayanların bile sporu takip etmesi, ileri iletişim teknolojileri sayesinde gerçekleşmiştir. Bu durum medyanın sporu kontrol ettiği izlenimini verse de sporun artık medyayı kontrol edip yönlendirebildiği söylenebilir[11]. Spor, başlangıcından bu yana insanların kalbine yakın olan, onları etkileyen ve her geçen gün önemi artan bir olgu olmuştur. Bu yönüyle spor, hayatın yarışmaların gerçekleştiği zaman dilimlerine göre düzenlenmesine ve toplumun daha geniş bir eğlence dünyasına yönelmesine neden olmuştur[12].

Modern çağda spor, toplumları ciddileştiren, sosyal, ekonomik, kültürel olaylara ve durumlara tepki veren, iktidarın yanında yer alan veya direniş yaratan gelir elde etmek için vazgeçilmez bir güç haline gelmektedir. Spor artık sadece sağlığı geliştirici bir faaliyet olmaktan çıkmış, sosyal ve ekonomik amaçlar çerçevesinde gelir odaklı bir güce dönüşmüştür[13].

Günümüz profesyonel futbolu, Simon Kuper'in vurguladığı gibi yalnızca endüstriyel bir sistemin baskısı altında değildir[14]. Futbol toplum yapısı içinde bir oyun olduğu için devlet ideolojilerinden ayrı değerlendirilmez. Hükümetler futbolu politika yapımına katkıda bulunacak çok yönlü bir fenomen olarak görmektedir. İktidardakiler her zaman futbola ilgiyle yaklaşmışlardır[15]. Futbol bir hayatın simülasyonu olarak görülüyor. Futbolda insanlık adını koyamadığı duygu ve düşüncelerin örneklerini bulmaktadır. Bu nedenle futbolun sadece futbol olmadığı, oyunun ötesinde anlamı olan bir fenomen haline geldiği de gösterilmiştir. Futbol toplumlara neşe, güç, hüzün, mutluluk ve gurur getirmekle kalmamış, toplumların kendilerini ait hissettikleri bir dünyanın anahtarını da oluşturmuştur[16]. Futbol sadece aidiyet anlamında

---

[10] Yarar, Betül. "Hegemonic Struggle, the State and Popular Culture: The Case of Football in Turkey". *European Journal of Cultural Studies*, 2005, s.207.

[11] Sebahattin Devecioğlu, M. Fatih Çakar ve Bilal Çoban. "Yerel Gazetelerin Spor Kültürünün Yaygınlaştırılmasına Katkıları". *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 4, (2005), s.4.

[12] Ömer Çaha, "Spora Yaslanarak Bir Nefes Almak". *Düşünen Siyaset*, Sayı 1, (1999), s.119.

[13] Özdağ vd., a.g.m., s.13.

[14] Siman Kuper, *Futbol Asla Sadece Değildir*. İstanbul: Sabah Kitapları, (1996), s.121.

[15] Neslihan Yücesoy, "Futbolun Ekonomi-Politiği: 2008 Avrupa Futbol Şampiyonası". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, (2009), s.39.

[16] Richard Giulianotti ve John Williams. "Game Without Frontiers: Football, Identity and Modernity". *Arena*, (1994)

kimlik oluşumuna katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda farklı sosyal grupların karşılaşmasını ve etkileşimini de sağlar[17].

Futbol en önemli modern elektrikli aletlerden biri olarak kabul edilir. Dolayısıyla futbol, siyaset, sınıf farklılıkları, ekonomik sorunlar, kadın ve çocuklara yönelik şiddet, yaşamdaki değişiklikler ve sorunlardan söz edildiğinde de söz edilmektedir[18]. Futbol sadece bir spor olarak değil, aynı zamanda bir toplum modeli olarak da konumlanıyor. Futbol, birtakım rolleri ve değerleri topluma entegre eder. İşte tam da bu nedenle, futbolun "endüstrileşmiş futbol" terimiyle açıklanması, bahsettiğimiz oyunun artık futboldan daha fazlası olduğunu ortaya koyan değerli bir iç görüdür[19].

Modern dünyada spor, bireylerin sağlığını korumaya ve iyileştirmeye yönelik nitelikleriyle de bir hizmet sektörü olarak görülmektedir. Ayrıca medyanın kâr amacı gütmeyen bir reklam ve tanıtım aracı haline gelen sporun kitlelerin ilgisini çeken bir gösteri haline gelmesi girişimcilerin spora yatırım yapmasına yardımcı olmuştur. Spor, üretim ve tüketim boyutlarıyla aynı zamanda bir ekonomi ve spor yönetimi bilimi araştırması haline gelmiştir[20].

Futbol uluslararası bir ürün haline geldi ve bu ürünü ön plana çıkarmak ve sürdürmek için tanrılara ihtiyaç var. Bu amaçla futbol endüstrisinden gelir elde etmek isteyen büyük medya şirketleri de 21. yüzyılın en etkili iletişim araçlarından biri olan dijital yayıncılığa yatırım yapmakta, kulüpler kurmayı veya ortak olmayı tercih etmektedir. Futbolun kitleleri etkileme potansiyeli de siyasi yönelimi sağlayan bir konudur. Böyle bir potansiyel isteyenlerin, futbola bu kadar yaklaşmaya çalışmasının temel nedeni, maçların yayın haklarını elinde tutmaktır. Yayın haklarına sahip medya kuruluşları, spor dışında ideolojik olarak aktif olma fırsatını kullanırlar[21].

Futbolun profesyonelleşmesi ve endüstrileşmesi sürecinde sporcuların, kulüplerin ve stadyumların liderlik tarzları da değişmiştir. Paranın önemli bir güç haline geldiği bu yeni düzende herhangi bir metalaşma durumu, sporun tüm olumlu ve olumsuz özelliklerinin değişmesine ve yeniden yorumlanmasına neden olmuştur. Spor kulüpleri artık şirket haline geldi. Çok uluslu şirketlerde olduğu gibi, faaliyet alanları çok uluslu hale gelen kulüplerde "CEO'lar" yerlerini almaya başlamıştır. Bu spor organizasyonlarının geleceğini planlayan, yatırımlarını belirleyip yönlendiren ve transferlerin uygulanmasını sağlayanlar her zaman bu üst düzey yetkili kişilerdir. Bundan bağımsız olarak kazan-kazan düşüncesinin olduğu bir sıra içerisinde spor aracılığıyla hayata entegre edilmektedir[22].

Spor, 20. yüzyıldan itibaren popüler bir kültür unsuru haline gelmiş ve yaşam kalitesinin devamı için gerekli bir imaja kavuşmuştur. Boyle ve Haynes tarafından 2009 yılında yapılan araştırmalara göre "Kültür ve spor etkinliklerinin bireylerin ruhsal olarak günlük yaşama uyum

---

17 Ahmet Talimciler, "Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (2008), s.90.

18 Gary Armstrong ve Richard Giulianotti. "Entering The Field: New Perspectives on World Football", *Berg Publisher Ltd*, (1997).

19 Talimciler, a.g.m., s.91.

20 Aytül Yeter Ekmekçi, Rıdvan Ekmekçi ve Ayşe İrmiş. "Küreselleşme ve Spor Endüstrisi". *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, (2013), s.96.

21 Talimciler, a.g.m., s.93-94.

22 Talimciler, a.g.m., s.104.

sağlamasına yardımcı olduğu düşüncesi" hâkim olmuştur[23]. Atasoy ve Kuter'e göre; Küresel bir varlık haline gelen spor, insanların sosyal ve ekonomik koşullarına bağlı olarak gelişme göstermektedir[24].

Futbol, küreselleşmenin en önemli aşamalarından biri olarak kabul edilmektedir. Futbol küresel bir gerçeklik haline geldi. Toplumun bu "futbol imparatorluğundan" etkilenmesi şaşırtıcı olmaz. Küreselleşmenin araçlarından biri olan yazılı ve dijital medyanın yaygınlaşması, futbolun ırk, dil, din ve cinsiyet ayrımı yapmaksızın toplum genelinde yayılmasını sağlamıştır. Cinsiyet konusuna girecek olursak 21. yüzyıl futbolunda önemli bir kadın seyirci kitlesi vardır[25]. Bu duruma güncel bir örnek verecek olursak; O dönem Kadıköy Şükrü Saraçoğlu Stadı'nda Fenerbahçe ve Manisaspor takımları arasında oynanan lig maçı, Fenerbahçe kulübünün cezası nedeniyle sadece kadınlar ve çocuklar arasında oynanırken, stadı 50 binden fazla kadın ve çocuk doldurdu. Bu uygulama, başından beri kadınları ve çocukları destekçi olarak görmediği için eleştiriliyor. Uygulamanın güvenliğe de katkı sağlayabileceği, kadına yönelik şiddet ve baskıyı önleyebileceği söylense de tepkiler üzerine uygulamadan kısa bir süre sonra vazgeçildi. Bu çalışmanın yapıldığı sırada, futbolun cinsiyetler arasında ayrım yapıp yapmadığı sorusu çeşitli boyutlarıyla tartışılmaktadır.

Bir endüstri haline gelen futbolda kulüpler bu nedenle birer şirket gibi hareket etmekte ve varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Futbolda 12. adam olarak anılan taraftarlar artık müşteri olarak görülüyor. Pazarlama faaliyetlerinin ve stratejilerinin gelişmesi spor dünyasını da etkilemiş ve kurumsallaşan tüm spor organizasyonları kendilerini marka, futbol ve futbolla ilgili malzemeleri de ürün olarak görmeye başlamıştır[26].

Futbolun popülaritesi ve kitleleri etkileme kabiliyeti, çeşitli sektörlerden şirketlerin dikkatini çekmiş ve futbola olan yakınlıklarını artırmalarına neden olmuştur. Örnek olarak; Barclays'in Brooklyn Nets ile imzaladığı 400 milyon dolarlık sözleşme, Alman Futbol Federasyonu ile Adidas arasındaki 298 milyon dolarlık sözleşme ve Adidas'ın Alman Futbol Federasyonu adına arsa inşa etmesi 2014 Dünya Kupası'nı Satın Aldı. Brezilya'da ve orada spor tesisleri inşa etti. Güncel örneklerden biridir[27]. Dünya Kupası sırasında Alman milli takımı otel yerine bu tesislerde kaldı. Kupanın ardından bu tesisler Alman Futbol Federasyonu tarafından uluslararası bir futbol okulu olarak kullanılacak.

Spor sektörü her geçen gün büyüyerek topluma ve ekonomiye katkı sağlamaktadır. Ancak bu oluşum içindeki gelişmeler olumlu bir etki yaratmamaktadır. Büyük bir endüstri haline gelen spor ve elde edilen gelire ortak olmak isteyen sporcular ve yöneticiler bu konuda farklı yöntemler geliştirmiştir. Spor başlangıçta tamamen amatörce düşüncelerle yapılsa ve başarı ile zihinsel doyum sağlansa da modern dünyada atletik mücadelelerin sonuçlarına bağlı olarak maddi kazanç sağlama arzusu önem kazanmıştır. Oyun sonuçlarının manipülasyonu,

---

[23] Raymond Boyle ve Richard Haynes. "Power Play: Sport, the Media and Popular Culture". *Edinburgh University Press*, (2009)

[24] Berkant Atasoy ve Füsun Öztürk Kuter. "Küreselleşme ve Spor." *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2005), s.11.

[25] Cihan Akkaya. "Küreselleşme ve Futboldaki Dönüşüm". *ETHOS*, (2008), s.4.

[26] Caner Giray ve Salman, Gülberk Gültekin. "Fenerbahçe Taraftarlarının Takımlarına Yönelik Psikolojik Bağlılıkları İle Saldırganlıkla İlgili Tutumları Arasındaki İlişki". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2008), s.148.

[27] John M. T. Clark, Bettina Cornwell, ve Stephen W. Pruitt. "The Impact of Title Event Sponsorship Announcements on Shareholder Wealth". *Marketing Letters*, (2009), s.170.

sporcuların rakiplerine karşı başarısız olmaları veya rakiplerine karşı avantaj kazanmaları şeklinde olabilir. Bunun adı dolandırıcılık. Tanım olarak şike, bir oyunun sonucunu değiştirmek için maddi ve manevi kazanç karşılığında yapılan bir düzenlemedir[28]. Mecazi anlamda uzlaşma, menfaat karşılığında aldatma demektir. Teşvik ikramiyesi kavramı ise, bir takımdaki sporcuların, başka bir takımın veya söz konusu yarışma ile ilişkili diğer takımların yararına olan performansıdır. Şike, doğrudan kulüp yöneticileri arasında yapılan müzakereler sonucunda belirli bir avantaj önererek bir avantaj elde etmeyi amaçlayan bir sonuca ulaşmayı amaçlar. Teşvik bonusu ise, sporcuların belirli bir miktar para karşılığında istediklerini sağlamak için kullanılmasını içerir. Aralarındaki fark; Oyunu kazanmak için oyun sırasında oyunu kurmada pasif, diğerinde aktif olmaktır. Her iki olay da anlaşma veya düzenlemelere dayanmaktadır[29].

Spor sosyolojisinin çeşitli tanımları vardır. Bunları örnekleyecek olursak; Voight'ın "sporu sistematik olarak inceleyen spor sosyolojisi; bu nedenle onu ampirik çalışma yöntemlerini kullanan deneysel bir bilim olarak tanımlamak yerinde olacaktır"[30]. Öztürk'ün 1998'deki spor sosyolojisi tanımı da sporu sosyal bir kurum olarak kabul etmekte ve spor sosyolojisini sporu sosyal bir sistem olarak inceleyen bir sosyal bilim olarak açıklamaktadır[31].

Spor sosyolojisi; En kısa tanımıyla sporu toplumsal bir değer olarak gören ve sporu bu bağlamda inceleyen bir konudur[32]. Spor sosyolojisi terimi ilk olarak 1921 yılında Heinz Riese tarafından yapılan bir çalışmada kullanılmıştır. Riesse, spor terimini yarışa benzer kabul etmiş ve spora resmi bir sosyolojik yaklaşımla yaklaşmıştır. Riesse, çalışmalarında sporun işlevlerine odaklandı. Spor sosyolojisinin bilimsel bir konuma gelmesi ve bu konudaki çalışmaların artması ancak 1950'li yıllardan sonra olmuştur. Bunun başlıca nedenleri şu şekilde açıklanabilir:

- 1950'li yıllardan itibaren spor olgusunun öneminin arttığı ve sporla uğraşanların sayısının arttığı,
- Sporcuların örgütlenmesi, kurumsallaşması ve ciddi yatırım gerektiren bir alanın oluşturulması,
- Teknolojinin gelişmesi sonucunda belli bir düzeyde de olsa boş zamanlarını sportif faaliyetlerle değerlendirmeye çalışmak,
- Ulusal/uluslararası spor faaliyet ve organizasyonlarının yaygınlaştırılması,
- Sporla ilgili bilimsel ve sosyolojik araştırmaların arttırılması,
- Sporun bir araştırma alanına dönüşmesi ve bazı sosyologlar tarafından ilgi görmesi,
- Spor araştırmalarını ve yürütenleri desteklemek ve teşvik etmek[33].

Spor sosyolojisi açısından sporu tanımlayabilmek için sporu anlamak, açıklamak, toplamak, bilgi toplamak, elde edilen bilgileri pratiğe dökmek, uygulamalardan gelen bilgi ve geri bildirimleri eleştirerek, Alınan verilerle oluşturulacak teori. Spor sosyolojisi, bu verileri

---

28 John Sugden ve Tomlinson, Alan. "Digging The Dirt And Staying Clean: Retrieving The Investigative Tradition For A Critical Sociology Of Sport". International Review for the Sociology of Sport, (1999).

29 Oktay Kızar, Mehmet Dalkılıç ve Metin Bayrak. "Futboldaki Şike Olayları Hakkında Spor Adamları ve Spor Yazarlarının Düşüncelerinin İncelenmesi", (2015), s.213-214.

30 Dieter Voight ve Atalay, Ayşe. *Spor Sosyolojisi*. Alkım Yayınları, (1998), s.18.

31 Öztürk, Füsun. "Yerel Günlük Gazetelerde Sporun Yer Alışı". *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, (2014), s.7.

32 Ersin Afacan, Hüseyin Bal, Hayrettin Gümüşdağ ve Gökhan Çobanoğlu. "Sosyolojik Açıdan Profesyonellik", *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2014), s.528.

33 Andrew Yiannakis ve Melnick, Merrill J. "Contemporary Issues in Sociology of Sport". *Human Kinetics*, (2001)

kamuya açık hale getirmeyi amaçlayan bir sosyoloji dalıdır. Spor sosyolojisi, sporu bilimsel bir araştırma alanı olarak ele alır; spor ve toplum, ekonomi, demokrasi, bireyler, müzik, kültür-sanat faaliyetleri ve çevre sosyolojisi arasındaki ilişkileri karşılaştırmalı olarak inceleyen uygulamalı sosyolojik bir araştırma alanıdır[34]. Spor sosyolojisi; Sosyolojinin spor bilimleri ve daha sonra bilimin diğer alanları, spor ekonomisi, spor organizasyonları, spor pratiği, spor hekimliği, spor pedagojisi ve sporun sistematik varoluşu ile ilişkisi var olma mücadelesinden etkilenir[35]. Bu nedenle; Sosyolojik açıdan spor, sporun karakteristik özelliklerini sosyal olarak ifade etmeye ve tanımlamaya çalışır ve sporun salt bir rekabet ve üstünlük mücadelesi alanı olarak değil, kalıcı bir sosyal kalite olarak görülmesi gerekir[36]. Bu nedenle spor sosyolojisi, belirli teorilerin arka planına karşı diğer disiplinlerle iş birliği yapar ve sosyal yapıların, sosyal davranışların ve sporun spordaki sosyal etkilerinin araştırılmasına odaklanır[37].

Spor sosyolojisinin çeşitli tanımları vardır. Bunları örnekleyecek olursak; Voights "Sporu sistematik olarak inceleyen Spor Sosyolojisi; bu nedenle ampirik çalışma yöntemleriyle deneysel bir bilim olarak tanımlamak yerinde olacaktır"[38]. Auch Öztürk'ün 1998 yılında yaptığı spor sosyolojisi tanımı, sporu sosyal bir kurum olarak kabul etmekte ve spor sosyolojisini sporu sosyal bir sistem olarak inceleyen bir sosyal bilim olarak açıklamaktadır[39].

Spor sosyolojisi; En kısa tanımıyla sporu toplumsal bir değer olarak gören ve sporu bu bağlamda inceleyen bir konudur[40]. Spor sosyolojisi terimi ilk olarak 1921 yılında Heinz Riesse tarafından yapılan bir çalışmada kullanılmıştır. Spor kavramı yarışa benzer olduğundan, Riesse sporu resmi bir sosyolojik şekilde ele aldı. Riesse, çalışmalarında sporun işlevlerine odaklandı. Spor sosyolojisinin bilimsel bir konuma gelmesi ve bu konudaki çalışmaların artması ancak 1950'li yıllardan sonra olmuştur. Bunun başlıca nedenleri şu şekilde açıklanabilir:

- 1950'li yıllardan itibaren spor olgusunun öneminin arttığı ve sporla uğraşanların sayısının arttığı,
- Sporcuların örgütlenmesi, kurumsallaşması ve ciddi yatırım gerektiren bir alanın oluşturulması,
- Teknolojinin gelişmesi sonucunda belli bir düzeyde de olsa boş zamanlarını sportif faaliyetlerle değerlendirmeye çalışmak,
- Ulusal/uluslararası spor faaliyet ve organizasyonlarının yaygınlaştırılması,
- Sporla ilgili bilimsel ve sosyolojik araştırmaların arttırılması,
- Sporun bir araştırma alanına dönüşmesi ve bazı sosyologlar tarafından ilgi görmesi,
- Spor araştırmalarını ve yürütenleri desteklemek ve teşvik etmek[41].

Spor sosyolojisi açısından sporu tanımlayabilmek için sporu anlamak, açıklamak, toplamak, bilgi toplamak, elde edilen bilgileri pratiğe dökmek, uygulamalardan gelen bilgi ve geri bildirimleri eleştirmek ve yeni bir anlayış geliştirmeye çalışmak gerekir. Alınan verilerle oluşturulacak teori. Spor sosyolojisi, bu verileri kamuya açık hale getirmeyi amaçlayan bir

---

34 Rex Nash. "The sociology of English Football in the 1990s: Fandom, Business and Future Research". *Football Studies*, (2000).
35 Voight ve Atalay, a.g.e., s.23.
36 Füsun Öztürk. *Toplumsal Boyutlarıyla Spor*. Ankara: Bağırgan Yayınevi, (1998).
37 Voight ve Atalay, a.g.e., s.25.
38 Voight ve Atalay, a.g.e., s.18.
39 Öztürk, a.g.m., 2014, s.7.
40 Afacan vd., a.g.m., s.528.
41 Yiannakis ve Melnick, 2001, a.g.m.

sosyoloji dalıdır. Spor sosyolojisi, sporu bilimsel bir araştırma alanı olarak ele alır; spor ve toplum, ekonomi, demokrasi, bireyler, müzik, kültür-sanat faaliyetleri ve çevre sosyolojisi arasındaki ilişkileri karşılaştırmalı olarak inceleyen uygulamalı sosyolojik bir araştırma alanıdır[42]. Spor sosyolojisi; Sosyolojinin spor bilimleri ve daha sonra bilimin diğer alanları, spor ekonomisi, spor organizasyonları, spor pratiği, spor hekimliği, spor pedagojisi ve sporun sistematik varoluşu ile ilişkisi var olma mücadelesinden etkilenir[43]. Bu nedenle; Sosyolojik açıdan bakıldığında spor, sporun karakteristik özelliklerini sosyal olarak ifade etmeye ve tanımlamaya çalışır ve sporun sadece bir rekabet alanı ve üstünlük mücadelesi olarak değil, aynı zamanda kalıcı bir sosyal kalite olarak görülmesi gerekir[44]. Bu nedenle spor sosyolojisi, belirli teorilerin arka planına karşı diğer disiplinlerle iş birliği yapar ve sosyal yapıların, sosyal davranışların ve sporun spordaki sosyal etkilerinin araştırılmasına odaklanır[45].

Nesnellik fikri, gerçekler ve değerler arasında mutlak bir ayrım yapılabileceği fikrinden beslenir. Bilgi ve yorum arasındaki farkın kökeni Platon'a kadar uzanır[46]. Tibor M. Machan, nesnelliğin bilginin vazgeçilmez bir parçası olduğunu ve nesnellik fikrinin güncelliğini yitirmesi durumunda dezenformasyon yani yanlış bilgilendirme ile karşılaşacağımızı açıklamıştır[47]. Objektifliği öznelliğe gösterirsek, d merceği, genelin dışındaki gözlerle farklı açılardan yargılanmalıdır. Fotoğrafın bir soyutlama olduğu fikrinden yola çıkarak, fotoğrafın gelişmelerin kişisel bir imzası olduğunu söyleyebiliriz[48]. Sontag, aynı yazıda, bilginin doğru anlaşılması ve konumlandırılması açısından fotoğrafın önemini şöyle vurgulamıştır: "Modern zamanlarda fotoğraf, oluşturulan bilgi sistemlerinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Fotoğraflanan her şey, ilgili bilgi sisteminin oluşturulmasına akar. Fotoğrafla bilinmeyeni ya da bilinmeyeni yaymak, deneyimin sonsuzluğa ulaşmasını sağlar.

Fotoğraf, köklü bir geçmişe sahip olan yazı ile elde edilemeyecek keşif ve kontrol fırsatları da sunuyor"[49]. Bununla birlikte, dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta da çerçevedekilerin olmaması gerektiğidir. Önemli olan fotoğraf çekilirken veya sunulurken hangi bilgi ve bilgilerin resim dışında bırakıldığıdır. Bu bize medyanın göstermeme stratejisini değil, göstermeme stratejisini gösteriyor.

Tarafsızlık (tarafsızlık) ve tarafsızlık terimleri, medya faaliyetlerine devletin müdahalesini önlemek ve medyayı ekonomik olarak değerli kılmak için kullanılan terimlerdir. Bu süreçte haber ajanslarının çabalarıyla tarafsız ve objektif medya fikri ahlaki bir norm haline geldi. Reuters haber ajansının 1921 yılında belirttiği gibi, "gerçekleri ve olayları tarafsız bir şekilde kaydedici" gazeteciliğin temel bir geleneği olarak öne çıkmıştır[50].

Burada ortaya çıkan sorulardan biri, medyanın neden hayatın her kesimini eşit olarak temsil etmesi gerektiğidir. Nitekim medyanın toplumun tüm kesimlerini eşit olarak temsil etmesinin beklenmesinin nedenleri karmaşık değil, basit olarak tanımlanabilir. Medyanın devlet ve özel

---

42 Nash, a.g.m.
43 Voight ve Atalay, a.g.e., s.23.
44 Öztürk, 1998, a.g.e.
45 Voight ve Atalay, a.g.e., s.25.
46 R. Rorty. *Objectivity, Relativism, and Truth*. Cambridge: Cambridge University Press, (1991), s.22.
47 T.R. Machan. "Objectivity: Recovering Determinate Reality in Philosophy, Science, and Everyday", (2004), s.85.
48 S. Sontag. *Fotoğraf Üzerine*. İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları, (1999), s.20.
49 Sontag, a.g.e., s.22.
50 Fahrettin Altun. "Medya Etiği ve Tarafsızlık Söylemi". *İş Ahlâkı Dergisi*, (2011), s.14.

sektör arasındaki ayrımcılığı tartışmaya itilmesinin ve ilgili medya kuruluşlarının toplumun tüm kesimlerine eşit mesafede durmalarının beklenmesinin gerçekçi nedenleri var. Örnek olarak medyanın tüm kesimler için aynı olduğunu, doğru ve kapsamlı bir haber politikasına sahip olduğunu iddia ederek seyircinin dikkatini bir gelişmeye çektiğini söyleyebiliriz. Bu iddia aynı zamanda her kesimin diğer kesimlere eşit uzaklıkta olduğu bir eşitlik mücadelesini ortaya koymakta ve bu da izleyiciye yukarıdaki söylemin doğru olup olmadığını gerçekten anlama fırsatı vermektedir[51].

Objektiflik düzeyinde tartışılan temel konu medyanın tarafsız olup olamayacağıdır. Bu sorunun kesin cevabı henüz bulunamadı. Ancak tarafsızlığın günümüzde basına uygulanamayacak bir lüks olduğunu söyleyebiliriz. Ekonomik bağımlılık söz konusu olduğunda medya tarafsızlığından bahsetmek zordur. Nesnellik kavramına çok az öznellik ve yakınlık vardır. Barut'un ifadesiyle objektiflik adına yapılması gerekenler; "Basın, haberleri doğru bir dille, doğrulardan sapmadan ve mutlaka sunmalıdır. Haberde doğru ifadeler kullanılmalıdır. Haberlere inandırmak ve ikna etmek için hiçbir girişimde bulunulmamalıdır. Gazeteciler için doğruluk son derece önemlidir. Kesinliğe ulaşmak aynı zamanda gerçeklerin önemini de arttırır. Gazeteciler her zaman halkı ön planda tutan bir zihniyete sahip olmalıdır. Şunu da belirtmek gerekir ki, gazeteciler kendilerini daima gerçeği aramaya adamalıdırlar. Mesajlar yüzde yüz doğru olmasa bile mesajların bütünlüğüne sadık kalmaya çalışılmalıdır. Ancak bu şekilde bireyin tarafsızlığının ve özgürlüğünün ihlal edilmediği söylenebilir"[52]. Kısacası gazetecilikte objektiflik, haber yazarlarının kişisel yorumları olmadan, kişisel görüşleri dışında aktarmaları gerektiğidir. Bilgi ve yorum arasındaki farkın kökeni Platon'a kadar uzanır[53]. Tibor M. Machan, nesnelliğin bilginin vazgeçilmez bir parçası olduğunu ve nesnellik fikrinin güncelliğini yitirmesi durumunda dezenformasyon yani yanlış bilgilendirme ile karşılaşacağımızı açıklamıştır[54]. Objektifliği öznelliğe gösterirsek, d merceği, genelin dışındaki gözlerle farklı açılardan yargılanmalıdır. Fotoğrafın bir soyutlama olduğu fikrinden yola çıkarak, fotoğrafın gelişmelerin kişisel bir imzası olduğunu söyleyebiliriz[55].

Medyada öznellik, d. H. Haberde yanlılık, haberin gerçeğe aykırı hale getirilerek çarpıtılmasıdır. Söz konusu önyargı, haberde taraflardan birinin kasıtlı olarak dezavantajlı hale getirilmesi veya bu önyargılardan kasıtsız olarak vazgeçilmesidir. İstenmeyen önyargı kavramı, yapısal önyargı ile açıklanabilir. Haberlerde yanlılık en çok siyasi ve ideolojik haberlerde görülür. Hoffstetter'e göre, yapısal önyargı kavramı, iktidardakilerin haberlerde nasıl yorumlandığını anlamak için partizan önyargısı kavramından daha kullanışlı bir yoldur. Burada bahsedilen partizan önyargı kavramı, belirli ideolojileri destekleyecek şekilde medyada yer almaktır. Yapısal yanlılık kavramı ise medyanın varlığından ayrılamayan yönlere dayanan bir öznellik kavramı olarak kabul edilmektedir. Yapısal bozulmalar, her medya kuruluşu için ayrı

---

51 Sevilay Çelenk. "Ayrımcılık ve Medya", (2010), s.223.

52 Basri Barut. "Haber ve Yorum Düzleminde Türk Basınının Objektiflik Analizi". *Journal Of Social Science*, (2000), s.146-147.

53 Rorty, a.g.e., s.22.

54 Machan, a.g.m., s.85.

55 Sontag, a.g.e., s.20.

ayrı belirlenebilir. Bu nedenle objektif değerlendirmeler için standartlar oluşturmak mümkün hale gelir[56].

Medyada tarafsızlık konusunda Türkiye'den örneklere bakıldığında, savunuculuğu olumsuz değerlendirenlerin partizan medyaya yöneldiği görülmektedir. Taraflı olmakla suçlandıklarında savunmaya geçen medya profesyonellerinin, partizan önyargı kavramını sivil savunuculuk olarak benimsediklerini ve gazetecilik uygulamalarına olumlu bir anlam yüklemeye çalıştıklarını gösteriyor. Türkiye'de medyanın ideolojik savunuculuğuna neden olan bir olgudan da bahsetmek gerekiyor. gazetecilerin aktif siyasete girişi; Kamu hizmetinin nesnelliği ve idealleri ile ilgili olarak mevcut gazetecilik anlayışına göre bir çıkar çatışması ortaya çıkmaktadır. Bu durum gazetecinin tarafsızlığını etkiler. Bu gazeteciler bu nedenle eleştiriliyor. Bu eleştirilere rağmen, Türkiye'de gazetecilerin yorumcu, köşe yazarı ve gazeteci kimliği ile siyasetçi kimliği ile karıştırılması her zaman bir gerçeklik olmuştur. Örneğin çoğu gazete sahibi, tek parti döneminde parlamento görevlerinde bulundu. Elbette gazetecilerin meclise seçilmesi tek parti dönemiyle sınırlı değildi. Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana gazetecilerin temsilcilik yapma ve basını iktidarın yanında tutma çabaları devam etmiştir[57].

1. Futbol ve Medya

21. yüzyılda medya birçok konuda aktif rol oynamaktadır. Bunlardan en önemlileri; Toplumun genel algısını etkileme ve önemli konularda sosyal bir forum oluşturma potansiyeline sahiptir. Medyanın bu rolleri olumlu bir şekilde oynayabilmesi için medya profesyonellerinin bir takım etik kodlara bağlı kalması gerekmektedir. Genel olarak dünya çapında tanınan yukarıdaki ilkeler, ulusal medya dernekleri ve uluslararası medya dernekleri tarafından üye kuruluşlara duyurulmakta ve bu kuruluşların bu kurallara uymaları teşvik edilmektedir. Türkiye'de, Türk Basın Konseyi 1988 yılında "Mesleki Basın İlkeleri" konusunda 16 maddelik bir bildiri yayınladı[58].

Belirtilen sınırlamalara ve sorumluluklara rağmen, medya Türkiye'de sporda şiddetin temel direklerinden biri olarak gösterilmektedir. Medya, toplumda spor ve şiddet kavramlarıyla birlikte anılmaktadır. Bu nedenle medyanın spor alanında şiddeti körükleyeceği düşüncesi ortaya çıkmıştır[59]. Bu nedenle bu düşüncelerin bir yansıması olarak sporda şiddetten bahsedildiğinde spor medyasının rolü dile getirilmekte ve tartışmaya dahil edilmektedir. Spor kamuoyunun sürekli ilgilendiği bir konu olduğundan, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde "Sporda Şiddet" konusunu ele almak üzere kurulan komisyon, raporunda medya ve şiddet ilişkisine geniş bir bölüm ayırdı.

Komisyonun raporundan birkaç yıl sonra, 14 Nisan 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6222 sayılı "Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun"un uygulanmasına başlandı. Bu yasa ile; Müsabaka öncesi, sırası ve sonrasında spor sahalarında ve çevresinde şiddet ve düzensizliğin önlenmesi amaçlanmaktadır[60].

---

56 Richard Hoffstetter ve Terry, Buss. "Bias in Television News Coverage of Political Events: A methodological Analysis". *Journal of Broadcasting*, (1978), s.525.

57 Ruhdan Uzun. "Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye'de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (2014), s.144-145.

58 M.B. Arık. Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 0(26), 197 - 222. (2008), s.198-221.

59 Erol İlhan ve Zafer Çimen. "Spor Alanlarında Şiddet ve Spor Medyasının Etkileri: Spor Yazarlarının Algıları", (2011), s.224.

60 İlhan ve Çimen, a.g.m., s.225.

Modern dünyada son derece etkili olan medya çeşitli işlevlere sahiptir. Bahsedilen fonksiyonlar; Gazetecilik, toplumu birleştirme, toplumu motive etme, tartışma ve diyalog alanları hazırlama, eğitimi destekleme, kültürel gelişime katkı sağlama, eğlenme[61]. Spor medyası, yayın politikasını kitlelerin taleplerine göre belirlemektedir. Genel olarak ticari bir yapı olan medyanın bir alt yapısı olan spor medyası, okuyucu ve izleyici taleplerini karşılamayı kendine misyon edinmiştir. Unutulmamalıdır ki spor medyası bu taleplere cevap vermeye çalışırken içinde bulunduğu kuruluşların çıkarlarını da dikkate almaktadır. Bu açıdan bakıldığında spor medyasının diğer sporlara göre daha fazla ilgi gören futbola ağırlık vermesi şaşırtıcı değildir[62].

Medya, kitle iletişim araçlarıyla kamuoyu yaratır. Buna spor camiası da dahildir. Televizyon, sporda kamuoyu oluşturmada en etkili araç olarak kabul edilmektedir. Televizyon, spor izleyicisini toplumsal işlevleri de içinde barındıran ticari bir sektöre dönüştürmede etkili olmuştur. Gazetelerin yanı sıra spor gazeteleri de yazılı basında yer aldı. Spor gazeteleri, görevi spor izleyicisini bilgilendirmek ve etkilemek olan yayıncılardır. Bu çalışmanın yapıldığı tarihten önceki 10-15 yıl içinde, teknolojideki gelişmelerle birlikte internet sitelerinin ve sosyal medyanın sporda kamuoyu oluşmasına büyük katkı sağladığı söylenebilir[63].

Sporda kamuoyunda toplumun kendi çıkarlarına göre gruplandırılması gibi çeşitli gruplaşmalar ortaya çıkmıştır. Genel olarak resme bakarsak spor seyircisinin toplumun kendisini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Toplumun, kurum ve kuruluşların, spor organizasyonlarının iç içe olduğunu gösterir. Medya, kulüpler, sporcular, kamu kurumları, antrenörler, hakemler, sponsorlar ve tabii ki taraftarlar gibi toplumun birçok katmanı bir araya gelerek kamuoyunu oluşturmaktadır[64].

21. yüzyılda spora olan ilginin artmasıyla spor kamuoyunun spora yönelik idealleri gelişmeye ve artmaya devam etmektedir[65]. Bu bağlamda medyanın sporu bir endüstri haline getirmeye yardımcı olduğu söylenebilir. Medyanın da spora katılımı aktif ve pasif olarak kontrol eden bir konuma geldiği söylenebilir[66]. Sporun günlük hayatın dinamizmine sahip olması, toplumsal bir değer olması ve ayrım yapmaksızın insanları birleştirebilmesi medyanın spora odaklanmasına neden olmuştur[67].

1980'ler iletişim ve toplum arasındaki ilişkide önemli değişiklikler gördü. 1970'lerde post-Fordist dönemin toplum üzerindeki egemenliği 1980'lere doğru arttı. Post-Fordist dönem (üretim sürecinin büyük işletmelerden küçük işletmelere kayması, taşeronlaşma) ideolojilerini günlük yaşam pratiklerinde ve sosyal kurumlarda daha görünür hale getirmeye başlarken, 1980'lerde iş dünyası ve teknolojideki değişimler medyanın yön değiştirdiğini göstermeye başladı. yeni bir düzene girdi. Medya aracılığıyla ulusal birlik ve bütünlük oluşturma görevi

---

61 Bahar Ünsal ve Fikret Ramazanoğlu, Fikret. "Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkisi", (2013), s.37.

62 Selami Özsoy. "Spor Hukukunda Tahkim". *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri*, (2008), s.102.

63 Arık, a.g.m., s.198-221.

64 Hasan Şahan ve Vedat Çınar. "Kitle İletişim Araçlarının Spor Kamuoyu Üzerine Etkisi". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2004), s.317.

65 Şahan, Hasan. "Türkiye de Spor Yazarlığı ve Futbol Kamuoyu Üzerine Etkileri". Yüksek Lisans Tezi, Konya Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, (2001), s.21.

66 Hakan Katırcı. "*Sporda Halkla İlişkiler ve Medyanın Rolü*", Spor ve Medya İlişkisi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2656, (2012), s.39.

67 Halil İbrahim Mil ve Savaş Şanlı. "Sporda Şiddet ve Medya Etkisi: Bir Maçın Analizi", (2015), s.238.

radyo ile başlamış ve savaş sonrası dönemde televizyon millet yaşamının ve kültürünün inşasında önemli bir rol oynamıştır. Radyo ve televizyon, kitleler tarafından paylaşılan oldukça yeni bir kamusal yaşam yarattı. Bu yaşam tarzı, yasal, ekonomik ve teknolojik değişimlerin etkisiyle 1980'li yıllarda medya dünyasının kamu yayıncılığından uzaklaşmasına neden olmuştur. Sınırların ortadan kalktığı bu yeni medya düzeninde amaç; küresel programlar ve küresel pazarlar yaratmak. Yeni servisler, yeni dağıtım sistemleri ve ücretli içerikleri görüntülemek için yeni modeller ile yeni medya pazarları yaratan medya şirketleri, müzik, haber, film veya spor gibi belirli program türleri için kanallar oluşturmuş ve ücretsiz ve engelsiz dağıtımını gerçekleştirmektedir. Bu programlar her yerde[68].

Kitlelerin ilgi odağı olan spor, medyanın en popüler haber materyallerinden biri haline gelmiştir. Spor gazeteleri, dergileri ve televizyon istasyonları 20. yüzyıldan itibaren kurulmuştur. Spor medyası, haber ve yorumların aktarıldığı tüm iletişim araçlarını kapsayan bir güçtür. Sektörel ve tematik yayın yapanlar dışında tüm dünyada gazete, dergi, televizyon, radyo, internet vb. İletişim medyasında spor popüler bir haber konusu haline gelmiştir[69].

Sporun medya ile ilişkisi Türkiye'de cumhuriyetin ilk yıllarında başlamıştır. Cumhuriyetin kurulmasından sonra, diğer birçok konuda olduğu gibi spordaki hareket, sporun popülaritesine bakacak olursak, medyanın çeşitli spor yayınları oluşturmasına neden olmuştur. 1950'lerden itibaren gazetelerin ve radyonun spora giderek daha fazla ilgi gösterdiği ortaya çıktı. Spor-medya ilişkilerini bugün oldukları yere geliştirme süreci öncelikle 1980'lerin sonlarında ve 1990'larda başlamıştır. Basılı gazetelerin sayısının artması ve spor sitelerinin artmasıyla görsel medyanın değişmesi, sporun medyada önemini artırmıştır[70]. Özellikle 1990'lı yıllarda devlet yayıncılık tekeli kırıldıktan sonra şube içinde karma bir yapı ortaya çıkmıştır. Kamu yayıncılığı, yani sosyal sorumlulukla yayın yapmak, bu sorumluluğu finansal gücüyle birleştirdi ve özel televizyon/radyo böyle başladı. Özel yayın yasağının kalkmasıyla birlikte kâr merkezi olarak görülen medya sektörüne yapılan yatırımlar hızla arttı. Sektörde ekonomik gücü elinde bulunduran ancak medyaya bağlı olmayanların çoğunluğu oluşturuyor.

1990'lı yıllardan itibaren kamu hizmeti yayıncılığına egemen olmaya başlayan özel televizyon, futbolu "sınır tanımayan televizyon" ideallerini gerçekleştirmede en etkili işlevlerden biri olarak görmüş ve televizyon, futbolun tüm dünyada devam etmesini sağlamıştır. Futbolun giriş seviyesindeki fırsatlarını her yerde kullanmak isteyen şirketler, 1990'ların başından itibaren finansal olarak da futbola yatırım yapmış ve futbolun ekonomik yönünü ön plana çıkarmıştır. Futbol ve medya bugün iş ortakları. Elbette futbol sadece medyada televizyonda kullanılmamaktadır. Okurların dikkati gazetenin spor sayfalarına çevrildiğinde, gazeteler de bu kazançlı alanın farkına vardı. Yazılı basında spor ve futboldaki değişim süreci 1951 yılında başlamıştır. Bunun temel nedeni 1950'lere kadar yazılı basında Sports Page olarak adlandırılan sabit bir bölümün olmamasıdır. Spor alanında önemli bir gelişme varsa, bu mesajların sayfalar arasında sıkıştırılmış olarak göründüğü gösterildi. 1951 yılında futbolda profesyonelliğin resmi olarak tanınmasıyla birlikte spor profesyonelleri gazete binalarında görev yapmaya başlamıştır. Futbol, spor sayfalarının ana konusuydu. Spor malzemeleri okumak için gazetelerin varlığı fark edilir hale gelince, futbolun yanı sıra yüzük ve atletizmle dolu

[68] Yücesoy, a.g.t., s.87-88.
[69] Özsoy, 2008, a.g.m., s.102.
[70] Ünsal ve Ramazanoğlu, a.g.e., s.38.

sayfalar gazetelerde önemli bir yer tuttu. Bu süreç, 1960'lı yılların sonunda gazete sayfalarının renklenmesi ile spor sayfalarının da renkli sayfalar almasıyla yeni bir dönem başlamıştır[71].

Türkiye'de sporun yeri 1980'lerde zirveye ulaşırken, gazetelerde spor sayfalarının yayılması o yıllarda hız kazandı. Spora beş tam sayfa ayıran gazetelerin olduğu gösterilmiştir. Bu dönemde sadece spor haberleri yapan ve yüksek tiraj elde eden günlük spor gazeteleri yavaş yavaş ortaya çıktı. Futbolun etkin bir sektöre dönüşmesi hem üreticileri hem de tüketicileri değişmeye ve gelişmeye sevk etmiştir. Futbol endüstrisinin üreticileri medya, şirketler, sponsorlar ve oyunculardır. Bu ekonominin tüketicileri/alıcıları da destekçileridir[72].

Modern zamanlarda, gelir elde etmek amacıyla mevcut kuruluşlara iletişim araçları entegre edilmiş ve bu yapılar çatısı altında yayınlarına devam etmektedir. Bu temelde medyanın ticari kaygılarla yayın yaptığını söylemek yanlış olmaz[73]. Ticari nedenlerle yayınlandığını iddia etmek yanlış olmasa da bu durumun yeni bir tartışmayı da alevlendirdiğini belirtmek gerekir. Buradaki mesele, medyanın mesajların öncelik sırasını belirlemede ticari kaygılarının olup olmadığı veya bu durumun mesajların içeriğini değiştirip değiştirmediği veya mesajlardaki ifadelerin yönlü olup olmadığıdır. Ticari kaygıları olan mesajların öncelik sırasını belirlemek ilgili medya kuruluşuna aittir. Medya kuruluşları, spor, kültür, iş gibi tematik olsun ya da olmasın haberlere öncelik verme hakkına sahiptir. Bu, özgür medya fikrinin bir parçasıdır. Medya kuruluşlarının haber içeriğini değiştirmesinin her medya kuruluşunun inisiyatifinde olduğu doğrudur; gerçekleri çarpıtmak (bahsedilen gerçekler haberlerdeki gelişmelerdir) ve haberlerde kullanılan ifadeler yol göstericidir, tarafsızlık ve öznellik ayrımında basının konumunu tartışmak gerekir. Bu konuda bir basın ve düşünce özgürlüğü sorunu yok gibi görünse de haberlerin olabildiğince objektif bir şekilde iletilmesi ve haberlerin yorumlanmasında öznelliğe yer verilmesi fikri hem basın konseyleri tarafından hem de basın konseyleri tarafından dile getirilmiştir. Türkiye'de olduğu kadar uluslararası düzeyde de (Türk Basın Konseyi, 1988). (Uluslararası Basın ve Yayın Konseyi, 2006).

Medyanın ticarileşmesi bağlamında spor medya aracılığıyla popülerlik kazanırken kitle iletişim araçlarında da büyük bir boşluğu doldurduğu söylenebilir. Spor ve medya birbirini doğrudan etkiler. Gelişen teknoloji ve uluslararası yayınlar sayesinde tüm dünya anlık olarak gerçekleşen bir spor olayını yakalayabilmektedir. Döşyılmaz, medyanın neredeyse yarısının spor olduğunu belirtti. Bunun en büyük nedeni ise tabii ki reyting. Sporla ilgili programlar, günün haberlerinden sonra sunulan spor haberleri, canlı yayınlar, konferans ve tartışma grupları, editörlerin spor sayfaları, spor dergileri ve çok daha fazlası günümüz medyasının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır[74].

2. Siyaset ve Futbol

Futbol her zaman siyasetle yakından ilişkili olmuştur. Türkiye'de bu ilişkinin devam ettiği, devam ettiği ve devam ettiği söylenebilir. Öncelikle çok partili sistem üzerinden ortaya çıkan popülist siyaset anlayışı ve Anadolu kentlerinde fabrikalara iktidarı koruma sözü veren milletvekillerinin vaatleri dışında şehir futbol takımını oluşturacak ve içinde yer alacak vaatler

---

71 Yücesoy, a.g.t., s.89.

72 Aydın vd., a.g.m., s.298.

73 Selami Özsoy ve Kadir Yıldız. "Türkiye'deki Spor Basınında Nefret Söylemi". *International Journal of Social Science Research*, (2014), s.50.

74 E. Döşyılmaz. "Ülkemiz Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Etkileri ve Sonuçları", Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, (1998), s.28.

gelişmeye başladı. Seçimler yaklaştıkça daha yüksek ligler. Bunun temel nedeni, futbol oyunlarının kitleleri etkileyerek toplumsal durumlardan uzaklaştırmasıdır. Bu, kitlelerin siyasi ve sosyal konulardaki enerjisini azaltacaktır. Kellner'in belirttiği gibi, spor/futbol depolitize edici ve pasifleştirici bir güç haline gelmiştir[75]. Bu nedenle futbol, hükümetler için siyasi düzeni sağlama ve hükümetlere yaşam alanı sağlama özelliği ile kullanılmaktadır[76]. Kısacası futbol, hâkim sistemi meşrulaştıran bir araca dönüşmüştür[77].

Futbolu oyun olmaktan çıkaran unsurlardan biri olan politikacılar, futbolu bir araç olarak kullanmışlardır. Futbolu araç haline getiren ülkeler, siyasi mücadelelerini sahaya taşımış ve tarihi savaşlarını burada sürdürmüştür. Bir efsane haline gelen Katalan halkının bağımsızlığının simgesi olan Barselona bunun en güzel örneğidir. Barselona, bağımsızlığını ilan edemeyen Katalan halkının hayal kırıklıklarını ve özlemlerini bir spor kulübü aracılığıyla yenme çabalarının simgesidir. Bu nedenle sportif başarılar Katalan halkı için siyasi zaferler, yenilgiler ise Katalanları boğar gibi yaşanır[78].

Futbolun siyasi arenada kullanılmasının en doğru örneği İtalya'dadır. 1994 yılında İtalya Başbakanı olan Silvio Berlusconi, gündelik hayattan ve futboldan metaforlarla kamuoyunun ilgisini ve popülerliğini kazandı. Berlusconi de muazzam medya gücüyle bu durumu pekiştirdi[79]. Berlusconi'nin partisinin adı olan ve aynı zamanda bir futbol tezahüratı olan "Forza Italia", birçok taraftar grubu tarafından kullanılmış ve akılda kalıcı hale gelmiştir[80]. Silvio Berlusconi yaptığı konuşmalarda siyasi partileri futbol takımı, halkı ise taraftar olarak nitelendirdi. Berlusconi, başkanlığını yaptığı Milan kulübünün İtalya'nın başarılı olacağını sık sık dile getirdi ve pozisyonunu korumaya çalıştı. Silvio Berlusconi'nin "Politika futboldur" - "Politika savaştır" söylemiyle futbol savaş olarak nitelendirildi. Berlusconi de "Siyaset iştir" diyerek futbolun sadece bir savaş değil aynı zamanda bir ticaret olduğunu da vurgulamıştır[81].

Simon Kuper, futbolun politikacılar tarafından siyasallaştırılmasının oyunu değiştirdiğini belirtti. Kuper'e göre futbol artık bir oyun değil, hayatın bir alternatifi. Kuper bu durumu şöyle açıklıyor: "Babana bağıramıyorsan başkasına bağırıyorsun". Kuper, Katalanların İspanya'da sokaklarda "katil Franco" diye bağırmalarının yasak olduğunu ve bu nedenle hırslarını Real Madrid futbolcularına bağırarak elde ettiklerini açıklayarak, siyasallaşmanın oyundaki nefreti artırdığını ifade etti[82].

Futbol, bir araç olarak kullanılmasının yanı sıra, onu sevenlere siyasal ve toplumsal alanda da aidiyet duygusu vermekte ve bu alanlardaki insanları temsil etmektedir[83]. Kuper, kitabında futbolun kimliğini şöyle aktardı: “Katalan halkının devleti olmadığı için Nou Camp stadyumu onların devletinin yerini alıyor. Devletin sembolü Barselona'dır. Böylece Franco'nun özerkliğini yeşil alan olarak tanıması için tek başlangıç noktası görüldü” dedi. Bunun dışında

---

75 Kellner 1996, s.458.
76 Yücesoy, a.g.t., s.41-42.
77 Barış Çoban. "Futbol ve Toplumsal Muhalefet”, (2008), s.61.
78 Yücesoy, a.g.t., s.43-44.
79 Elena Semino ve Michela Masci. "Politics is Football: Metaphor in the Discourse of Silvio Berlusconi in Italy". *Discourse & Society*, (1996), s.243.
80 Semino ve Masci, a.g.m., s.244.
81 Semino ve Masci, a.g.m., s.246-249.
82 Kuper, a.g.e., s.83.
83 Füsun Alver. "Kapitalist Üretim Sürecinde Irkçılık, Futbol ve Medya", (2008), s.224.

efsanevi Fransız oyuncu Platini'nin "Bir futbol takımı bir varoluş biçimini, bir kültürü temsil eder" ifadesi, taraftarlar için futbolun önemini açıklamaktadır[84].

Medya ve siyaset arasındaki ilişkiler, özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren en çok tartışılan tartışma konuları arasında yer almaktadır. Teknolojinin medyanın ulaşabileceği alanları genişletmesi, medyanın toplumu etkileme gücünü de artırmıştır. Bu durum siyaset ve medya arasındaki ilişkilerin kaotik bir yapıya bürünmesine neden olmuştur. Medyanın sosyal yönelimli yönelimi siyaset için en çekici faktördü ve bu ilişkiler ağında siyasi araçların giderek daha baskın hale gelmesine yol açtı. Toplumun desteğine ihtiyaç duyan siyasi yapılar, değerlerini ve ideallerini medya aracılığıyla topluma yaymaya çalışmışlardır. Bu bağlamda medya ve siyaset arasındaki ilişkide medya içeriğinin siyasallaştığı, yani partizan bir imaja büründüğü söylenebilir. Bu durumun bir sonucu olarak medya kuruluşları siyasi duruşlarını belirlemek zorunda kaldılar. Medya artık halka bilgi aktarmanın ötesine geçmiş ve toplumu yönlendiren bir araca dönüşmüştür[85].

Medya yüksek fiyatlı bir endüstridir. Bazı köşe yazarlarının astronomik gelir olarak adlandırılabilecek şeyleri kazandıkları bilinmektedir. Medyanın her saniye değişen ve gelişen teknolojiye ayak uydurması gerekiyor. Medya, büyük koltuklarını elinde tutmak ve çalışanlarının haklarını ve ücretlerini ödemek için ekonomik olarak zorlanıyor. Bu yükü hafifletmek için iktidara yakın olma çabaları medyayı taraf olmaya zorladı. Türkiye'den bir örnek vermek gerekirse, Turgut-Özal döneminde iktidar kanadının medya üzerindeki etkisi artmış, siyasi irade medyayı kontrol eder konuma gelmiştir. Devletin medyaya sağladığı imkanlar, İstanbul'da Babıali yamacındaki küçük medya merkezlerinin İstanbul İkitelli'deki dev meydanlara taşınmasına neden oldu. Elbette bu değişim ve büyümenin bir bedeli olacak. Bu bedel, iktidardakilerin medya üzerinde söz sahibi olmalarıdır[86].

Medyanın belki de en sağlam temeli siyasetle olan karşılıklı çıkar ilişkisiydi. Medyanın var olma nedeni, kamu adına çalıştığını ve özgürlüğünün her şeyden önemli olduğunu ilan etmektir. Ancak, iletişimde olduğu kişi ve kurumlarla medya ilişkilerinin nasıl olması gerektiğine dair herhangi bir yaptırım bulunmamaktadır. Ayrıca medyanın kamuoyunu denetleme görevi olduğuna dair bir yaptırım da bulunmamaktadır. Mesleki ilkelerdeki bu boşluklara dikkat çekilse de bu boşlukları doldurmak için önerilen etik kodların bu etkenleri aşma gücü ve yetkisi yoktur. Medya-siyaset ilişkisi, uygulamada karşılıklı yarar sağlamayı tercih eden ve çoğunlukla etik kuralları hiçe sayan rızaya dayalı bir ilişki türü olarak kabul edilmektedir. Bu konudaki itiraz ve şikâyetler, ancak taraflardan birinin çıkarlarının engellenmesi veya diğerinin faaliyet alanına girmesi durumunda gündeme gelmektedir[87].

Kapitalist düzenin hâkim olduğu toplumlarda medya, diğer sektörlerde olduğu gibi bir iş ve yatırım alanı olarak kabul edilir. Bu nedenle kâr amacı gütmeyen işletmeler olarak tanımlanan medya şirketlerinin birincil amacı gelir elde etmektir. Beklentiler diğer sektörlere göre biraz farklı olsa da şirketlerin kâr elde etmekten başka bir yükümlülüğü olmadığı fikri medya sektöründe de yerleşmiş durumda. Etik açıdan kusurlu uygulamaların satış rakamlarına göre bir

[84] Kuper, a.g.e., s.2.
[85] Abdülkadir Gölcü. "Haber Söyleminde Medya-Siyaset İlişkisi: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri", (2009), s.82.
[86] Sedat Şimşek, "Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği", (2009), s.127.
[87] Ayhan Oğuz Ünlüer. "Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme", (2006), s.5.

başarı sıralamasına göre yorumlanması, Emil Durkheim'ın "başarı en utanç verici işleri bile affeder" ifadesi ile açıklanabilir[88].

Sonuç

Medya ve siyaset arasındaki ilişki, daha önce de belirttiğimiz gibi, iki yönlüdür. Yöneticilerin medyayı kendi amaçları için kullanmaları; Bunları kabul edilebilir hale getirerek kontrol altında tutmak için çekinmeden kullandığı çeşitli araçlar vardır. Medyayı kontrol etmek için çeşitli kanunlar yazıldı. Bunun dışında Chomsky'nin şu tanımıyla da açıklanabilir: "Yalan söyleseniz bile medya size yalancı dememelidir"[89]. Örneğin; Özgürlüklerde lider kabul edilen Amerikan medyasının bile Irak'ta Amerikan askerlerinin kontrolündeki bir haber havuzunda haber yayınlamayı ve toplamayı kabul etmesi bu durumun açık bir örneğidir.

21. yüzyılda, iktidardakiler, güçlerini sürdürmek için medya ve siyasi kurum arasındaki karmaşık ilişkiler ağını başlattılar. Demokrasilerde doğrudan katılımın imkansızlığı, medya ve siyaset arasındaki ilişkinin yoğunlaşmasına yol açmıştır. Dolayısıyla bu sırayla medya bu görevi halk adına üstlenmiştir. Sonuç olarak medya, siyaseti kontrol eden dördüncü güç olarak görüldü. Bu oluşum aynı zamanda medyanın siyasete şeffaflık getirme hayalini de içermektedir. Bu gelişmelerin arka planına karşı medya, toplumun olaylarını ve oluşumlarını kamuoyuna duyurmakta; Dış dünyadaki gelişmeleri bireylere yansıtarak çıkar yaratmaya çalışan bir örgüt imajı almıştır[90]. Medya, toplumla politikacıları bir araya getiren ve siyasi faaliyetleri sorgulayan bir araç olarak kabul edildi.

Medya; haberlerini ve analizlerini faydayı destekleyen bir yapıda kurar. Bu nedenle medya tartışmaları kısıtlıyor. Diğer bir deyişle, medya birbirine yakın olan kamu ve özel sektöre hizmet edebilmiştir. Bu zihniyet göz önüne alındığında, başta medya kuruluşları olmak üzere medyanın açıklama ve mesajlarının ait oldukları şirketler lehinde pozisyon alması şaşırtıcı değildir.

Medya, toplumu yönlendirmek için farklı yöntemler kullanır. Bunlar en yaygın olarak 'kamuoyu oluşturma' veya 'gündem belirleme' olarak bilinir. Söz konusu iki terimin aynı olduğu varsayılsa da bunlar farklı terimlerdir. Karışıklığın nedeni, İngilizce literatürden çevrildiğinde terimlerin her iki terime de eklenmesi, her iki terimin de bir süreç olarak tanımlanması ve her iki terimin de medyanın toplum üzerindeki etkisi ile ilgili tanımları içermesidir. Farklı yerlerde birbiriyle ilişkili olan bu terimler farklı anlamlar taşımaktadır[91]. İki kavramın benzerliği, kamuoyunun araçlarından biri olan medyanın eyleminde yatmaktadır. Medya üzerindeki "etki çalışmalarından" biri olan gündem belirleme, kamuoyu algısı ve etkilerine odaklanmaktadır. Kamuoyu oluşumu kavramından bahsettiğimizde medyanın etkilerinin üst kademelerden bir algı-karar değişikliği içerip içermediğini ifade eder. Buna göre gündem belirleme ve fikir oluşturma kavramları farklı anlamlar taşımaktadır. Gündem belirleme, medyanın kamuoyu oluşumu üzerindeki etkisinin birinci boyutunu ifade etmeye çalışırken, algı ve karar alma değişikliklerini içeren kamuoyu oluşum sürecini açıklama iddiasında değildir[92].

---

88 Emile Durkheim. "Professional Ethics and Civic Morals". *Routledge*, (1992), s.8.

89 Edward S. Herman ve Noam Chomsky. *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politiği*. Çev. Berfu Akyoldaş ve diğerleri, 2. bs., İstanbul: Minerva Yayınları, (1999), s.67.

90 Raşit Kaya. *İktidar Yumağı: Medya-Sermaye-Devlet.* Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, (2009), s.24.

91 Erkan Yüksel. "Kamuoyu Oluşturma" ve "Gündem Belirleme" Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?", (2007), s.572.

92 Yüksel, a.g.e., s.582.

Gündem Teorisi, İletişim Sözlüğü'nde belirtildiği gibi, medyanın işlevlerinden biri olan "gündem belirleme"yi tanımlar. Gündem belirleme ya da gündem belirleme terimlerinin anlamlarına karşılık gelen kullanımları da parantez içinde verilmiştir[93]. Gündem belirleme esasen medyanın insanlar üzerindeki etkisini açıklamaya çalışmaktır. "Gündem Belirleme", medyanın ana konularının toplumda da önemli hale geldiğini açıklıyor. Tıpkı bireylerin gün içinde yapılması gereken işlere öncelik vermesi gibi, toplumların da bir öncelik sırası belirlemesi gerekir. Bu öncelik sıralamasını bireyler oluştururken, gündem belirleme yaklaşımının temel konusu medyanın toplumun öncelikler sıralamasındaki yeridir. Elbette sorunların çözümü kadar gündem belirleme yaklaşımında toplumsal öncelikleri kimin ve neyin belirlediği de önemlidir. Elbette sorunların çözümü için çalışması gereken politikacıların düşünceleri açısından başka bir gündem belirlenebilir. Siyasi gündem budur. Gündem belirleme yaklaşımı bu konuda bir süreç olarak kabul edilirse, medyada ön plana çıkan konuların toplum tarafından da önemsendiği ve politikacıların bu gündeme duyarsız kalamayacakları anlatılmaya çalışılmıştır[94].

İletişim sözlüğünde kamusal alan tanımı, toplumun kamu yararına ilişkin düşüncelerinin toplamı olarak yapılmıştır. Medyanın iletişim ve siyasetteki yeri denilince akla “halk eğitimi” gelmektedir. "Kamu Oluşturma", bir konu hakkında görüş oluşturma ve iletişim yoluyla bir karara varma sürecidir. Güçlü kamuoyu, özgür iletişime ve bağımsız medyaya ihtiyaç duyar. Çünkü toplum temelde demokrasi kavramıyla bir araya gelir ve demokrasiden beslenir. Kamuoyu oluşturma denilince akla ilk gelen araç medyadır. Hangi sistemin içinde olurlarsa olsunlar, yetkililer ve politikacılar medyanın toplumu etkilemesine önem verirler[95].

Gazeteler, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, özellikle 1960'lı yıllardan itibaren medya patronlarının veya editörlerin etkisi altında olmakla eleştirilse de bu duruma yıllar içinde verilen en ilginç yanıt, gazetecilerin farkında olmadan siyasallaştırıldığı ifadesidir. Bu durum gazetecinin içinde bulunduğu kuruma bir fayda olarak algılansa da zamanla kendi kendini baltalayan bir mekanizma haline de gelebilmektedir.

Özgür olduğunu iddia eden ülkelerde medya toplumun gözü ve kulağıdır. Ancak medyanın bazen patronlarının veya diğer faktörlerin etkisiyle haber yaptığı da bilinmektedir. Medyanın görevi, sunduğu tarafsız haberlerle bireylere doğru bilgi vermektir. Medya her zaman bu sorumluluğu yerine getiremez. Günümüzde medyanın her zaman bir tarafın görüşlerini diğerinden daha fazla gündeme getirdiği düşünülmektedir. Bu eylem hem basın etiğine hem de ülkelerin ve toplumsal hayatın gereklerine aykırıdır. Farklı sektörlerde faaliyet gösteren medya patronları, kendi çıkarlarını korumak, gelir elde etmek veya siyasi güç elde etmek için medya kuruluşlarına karşı ön yargılı davranışlar sergilemektedir.

Politikacıların medyadaki faaliyetleri ile haber medyası siyasallaştırılmıştır. Haber üretimi kurumsallaştı. Bu durum, toplumdaki medya ve haber gerçekliğini siyasi güçler adına inşa etme girişimi olarak görülmektedir. Bu bağlamda haber medyasının siyasetle ilişkisi; bu durum, haberlerin içeriği ve iktidarın beklentileri doğrultusunda haberin ne olacağı gibi kriterlerin belirlenmesine yol açmıştır. Haber medyası artık haberleri siyasi süreçten soyutlamadan

93 Erol Mutlu. *İletişim Sözlüğü*. Ark Yayınevi: Ankara: Ark Yayınevi, (1994), s.82.
94 Yüksel, a.g.e., s.578.
95 Yüksel, a.g.e., s.574.

düşünemez. Medya ve siyaset ilişkisini incelemek istersek bu durum çeşitli eksikliklere neden olacaktır.

Bu noktada etik ve etik kavramı üzerine düşünmek önemlidir. Bu çalışmanın amacı etik kavramı hakkında bir tartışma başlatmak olmasa da medyanın etik kavramını ele alış biçimini sorgulamak için yine de etik kavramının temel özelliklerini irdelemek gerekmektedir. Yöneticilere karşı direniş. Buradaki etik kelimesi, ahlaki değerlerin gündelik hayatın ötesine geçen boyutları anlamına gelmektedir.

Medyanın topluma karşı hiçbir sorumluluğu olmasa da toplumda hâkim olan kanaat, medyanın topluma karşı bir sorumluluğu olduğu yönündedir. Bu yazılı olmayan anlaşma, medyanın etik olarak uygun faaliyetlere katılımının gerekliliğini vurgulayarak, medyanın toplumu ilgilendiren bu konularda önemli, doğru ve eksiksiz olarak konumlandırılması gerektiğini, haberlerin mümkün olduğunca nesnel kalması gerektiğini ve öznelliğin olması gerektiğini belirtir. Haberin yorumuna dahil edilmelidir. Medya için yazılmış mesleki ve etik standartların beyanlarına etik uyumu anlatan makaleler bulunmaktadır. Bu ilkeler, medyada çalışanlar tarafından bu noktaların dikkate alınması gerektiğine dair ifadeler de içermektedir. Burada vurgulanması gereken bir diğer önemli nokta ise yukarıdaki ahlak kurallarının uygulanmasını zorunlu kılan herhangi bir yaptırımın olmamasıdır. Örneğin, avukat olmak için diploma ve Baroya kaydolmak gerekir. Bu mesleklerle ilişkili kurumlar, bu mesleklerin şartlarına ve ahlaki değerlerine uymayan üyelere diskalifiyeye kadar varan birçok ceza uygulama hakkına sahiptir. Medyadan herhangi bir mesleki uygulama kriteri aranmamakta ve yaptırım uygulayabilecek herhangi bir meslek kuruluşu bulunmamaktadır. Medyada etik davranış açıklamalarında dikkat çeken bir diğer önemli tema ise özgürlük kavramıdır. İki düzeyde değerlendirilebilecek özgürlüklerin birinci düzeyi basın özgürlüğüdür. Medya bu hakkını demokratik olarak nitelendirilen yönetimlerde oy kullanma hakkına sahip olan ancak müzakere yoluyla karar alma süreçlerine katılamayan halk lehine kullanmaktadır. Medyanın kamu menfaatini gözeten dördüncü zümre olarak tanımlanması bu hakkın garantisini de tesis etmektedir. Bu noktada medyanın "ortak yarara ulaşmak için" denetimden, etkiden ve talimattan bağımsız olup olmadığı sorusuna yanıt bulmak önemlidir. İkinci aşamada, dış etkenlerden bağımsız olduğu düşünülen medya çalışanlarının bulundukları yer ve etkenlere karşı bağımsızlıklarının yolları tartışılmalıdır. Mandeville'in savunduğu gibi; "Bireylerin kişisel amaçlarını bir kenara bırakıp başkalarını önemsediklerini varsayan bir yanılsamanın yanı sıra, medyada ahlaki kodların işleyişini engelleyen engeller de vardır."[96].

Medya üzerinde güç sahibi olma konusuna bakacak olursak, temel faktörlerin ekonomik düzen ve güç olduğu söylenebilir. Ekonomik düzende medyaya özel bir alt başlık oluşturulabilirse medya sahipliği farklı bir bakış açısıyla incelenebilir. Medya faaliyetinin teknik koşulları ve sınırlarının yanı sıra medya çalışanlarının çalışma koşulları ve kişisel değerleri de medya etiğinin belirlenmesi ve uygulanmasında büyük önem taşımaktadır. Bu düşünceden hareketle, medyanın adil ve tarafsız, toplum yararını gözeten bir medya operasyonu olduğunu gösterme çabalarının, bunu giderme çabasına hangi eksikliğin dayandığı sorusu sorulmalıdır. Bu sorunun yanıtı, medyanın özdenetim mekanizması olacak olan "Basın Konseyi"nin oluşturulması için 1986 toplantısında verildi: "Basının inandırıcı ve güvenilir olması için Basın Konseyi gereklidir".

[96] Ünlüer, a.g.e., s.2-3.

Türkiye'de medya ve siyasi ilişkileri anlatabilmek için farklı dönemlerden ve farklı isimler altında gazetecilik pratiklerinden bahsetmek gerekir. Buna medya tarafından çoğunlukla hükümet yanlısı yayıncıları eleştirmek için kullanılan "savunmacı gazetecilik" terimi de dahildir. "Savunma gazeteciliği" bir grubun sözcüsüdür. Medyanın etkisinin farkında olarak, iktidarda olanlar ve iktidarda olanlar, tarih boyunca iktidarı ele geçirmek ve ellerindeki gücü kalıcı kılmak için kanallarını kontrol etmeye çalışmışlardır. Gazeteler, diğer iletişim araçları gibi, ortaya çıktıklarından beri iktidardakiler veya adaylar tarafından kontrol edilmeye çalışılan bu girişimlerle mücadele ettiler. Medyadan destek talep eden güçler; basının denetimi için lisans, sansür gibi mekanizmalar oluşturmuşlar, medyayı kendi saflarına çekmenin ve tüm taraftarlarını medya aracılığıyla örgütlemenin yollarını aramışlardır.

Medyada savunuculuğun bir başka kaynağı da benimsenen ideolojik fikirlerdir. Medya kuruluşları veya medya profesyonelleri de benimsedikleri ideolojiyi ve savundukları siyasi yapıları savunma fikriyle meşgul olabilirler. Türk medyasında hükümet yanlısı yayınlarla ilgili tartışmalarda parti ve sivil savunma kavramlarının çeşitli noktalarda karıştırıldığı ortaya çıkıyor. "Savunucu gazetecilik", bir görüşü savunan veya temsil eden gazeteciliktir. Partizan yayınlar bazen buna "savunmacı gazetecilik" olarak atıfta bulunur ve bazı yayınlar "kamu gazeteciliği", "vatandaş gazeteciliği" veya "aktivist gazetecilik" terimlerini kullanarak savunucu gazetecilik örnekleri sunmaktadır.

Kaynakça

Afacan, Ersin; Bal, Hüseyin; Gümüşdağ, Hayrettin ve Çobanoğlu, Gökhan. "Sosyolojik Açıdan Profesyonellik", Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (2014).

Akkaya, Cihan. "Küreselleşme ve Futboldaki Dönüşüm." ETHOS, (2008).

Altun, Fahrettin. "Medya Etiği ve Tarafsızlık Söylemi." İş Ahlâkı Dergisi, (2011).

Alver, Füsun. "Kapitalist Üretim Sürecinde Irkçılık, Futbol ve Medya", (2008).

Armstrong, Gary ve Richard Giulianotti. "Entering The Field: New Perspectives on World Football", Berg Publisher Ltd, (1997).

Arık M. B. Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 0(26), 197-222. (2008).

Atasoy, Berkant ve Füsun Öztürk Kuter. "Küreselleşme ve Spor." Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, (2005).

Aydın, Berkay; Duygu Hatipoğlu ve Çağdaş Ceyhan. "Endüstriyel Futbol Çağında "Taraftarlık". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (2008).

Barut, Basri. "Haber ve Yorum Düzleminde Türk Basınının Objektiflik Analizi". Journal Of Social Science, (2000)

Boyle, Raymond ve Richard Haynes. "Power Play: Sport, the Media and Popular Culture". Edinburgh University Press, (2009).

Çaha, Ömer. "Spora Yaslanarak Bir Nefes Almak." Düşünen Siyaset Sayı 1, (1999).

Çelenk, Sevilay. "Ayrımcılık ve Medya", (2010).

Clark, John M., T. Bettina Cornwell, ve Stephen W. Pruitt. "The Impact of Title Event Sponsorship Announcements on Shareholder Wealth". Marketing Letters (2009).

Çoban, Barış. "Futbol ve Toplumsal Muhalefet" (2008).

Devecioğlu, Çakar ve Çoban, B.."Yerel Gazetelerin Spor Kültürünün Yaygınlaştırılmasına Katkıları". Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, (2005).

Döşyılmaz, E. "Ülkemiz Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Etkileri ve Sonuçları", Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, (1998).

Durkheim, Emile. "Professional Ethics and Civic Morals". Routledge, (1992).

Ekmekçi, Aytül Yeter; Rıdvan Ekmekçi ve Ayşe İrmiş. "Küreselleşme ve Spor Endüstrisi". Pamukkale Journal of Sport Sciences, (2013).

Giray, Caner ve Salman, Gülberk Gültekin. "Fenerbahçe Taraftarlarının Takımlarına Yönelik Psikolojik Bağlılıkları İle Saldırganlıkla İlgili Tutumları Arasındaki İlişki", (2008).

Giulianotti, Richard ve Williams, John. "Game Without Frontiers: Football, Identity and Modernity". Arena, (1994).

Gölcü, Abdülkadir. "Haber Söyleminde Medya- Siyaset İlişkisi: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri", (2009).

Hoffstetter, Richard ve Terry, Buss. "Bias in Television News Coverage of Political Events: A methodological Analysis". Journal of Broadcasting, (1978).

İlhan, Erol ve Çimen, Zafer. "Spor Alanlarında Şiddet ve Spor Medyasının Etkileri: Spor Yazarlarının Algıları", (2011).

İnceoğlu, Y. . "Çeşitli Ülkelerde Medya". Der Yayınları, İstanbul.

Katırcı, Hakan. "Sporda Halkla İlişkiler ve Medyanın Rolü", Spor ve Medya İlişkisi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2656, (2012).

Kaya, Raşit. "İktidar Yumağı: Medya-Sermaye-Devlet". Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, (2009).

Kızar, Oktay; Mehmet Dalkılıç ve Metin Bayrak. "Futboldaki Şike Olayları Hakkında Spor Adamları ve Spor Yazarlarının Düşüncelerinin İncelenmesi", (2015).

Kuper, Simon . "Futbol Asla Sadece Değildir". İstanbul, Sabah Kitapları, (1996).

Machan, T. R. "Objectivity: Recovering Determinate Reality in Philosophy, Science, and Everyday", (2004).

Mil, Halil İbrahim ve Şanlı, Savaş. "Sporda Şiddet ve Medya Etkisi: Bir Maçın Analizi", (2015).

Nash, Rex. "The sociology of English Football in the 1990s: Fandom, Business and Future Research". Football Studies, (2000).

Okay, Cüneyd. "The Introduction, Early development and Historiography of Soccer in Turkey: 1890-1914", (2002).

Özdağ, Selçuk; Savaş, Duman, ve Fişekçioğlu, Bülent. "Popüler Kültür: Futbol Mu "Putbol" Mu?". Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi, (2011).

Özsoy, Selami ve Doğu, Gazanfer. "Spor Gazeteciliğinin Bugünkü Durumu ve Mesleki Nitelikleri". İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, (2006).

Özsoy, Selami ve Yıldız, Kadir. "Türkiye'deki Spor Basınında Nefret Söylemi". International Journal of Social Science Research, (2014).

Özsoy, Selami. "Spor Haberciliğinde Doğruluk ve Tarafsızlık". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (2012).

Özsoy, Selami. "Spor Hukukunda Tahkim". Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri, (2008).

Özsoy, Selami. “Yazılı Spor Medyasından Okur Beklentileri”, (2008).

Öztürk, Füsun. "Toplumsal Boyutlarıyla Spor". Ankara, Bağırgan Yayınevi, (1998).

Öztürk, Füsun. "Yerel Günlük Gazetelerde Sporun Yer Alışı". CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, (2014).

Öztürk, Füsun. “Toplumsal Boyutlarıyla Spor”. Ankara, Bağırgan Yayımevi, (1998).

Öztürk, Füsun; İnce, Gonca; Zülkadiroğlu, Zeynep ve Mehmet Şahin. "Günlük Gazetelerde Sporun Yer Alışı". Spor Bilimleri Dergisi: Hacettepe Üniversitesi (1996).

Rorty, R. . “Objectivity, Relativism, and Truth”. Cambridge, Cambridge University Press, (1991).

Şahan, Hasan ve Çınar, Vedat. “Kitle İletişim Araçlarının Spor Kamuoyu Üzerine Etkisi”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (2004).

Şahan, Hasan. “Türkiye de Spor Yazarlığı ve Futbol Kamuoyu Üzerine Etkileri”. Yüksek Lisans Tezi, Konya Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, (2001).

Semino, Elena ve Michela Masci. "Politics is Football: Metaphor in the Discourse of Silvio Berlusconi in Italy". Discourse & Society, (1996).

Şimşek, Sedat. “Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği”, (2009).

Sontag, S. . “Fotoğraf Üzerine”. İstanbul, Altıkırkbeş Yayınları, (1999).

Sugden, John ve Tomlinson, Alan. "Dıggıng The Dirt And Staying Clean: Retrieving The Investigative Tradition For A Critical Sociology Of Sport". International Review for the Sociology of Sport, (1999).

Talimciler, Ahmet. "Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol". İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (2008).

Tomlinson, Alan and Christopher Young. “National Identity and Global Sports Events: Culture, Politics and Spectacle in the Olympics and the Football World Cup”. SUNY Press, (2006).

Ünlüer, Ayhan Oğuz. “Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme”, (2006).

Ünsal, Bahar ve Ramazanoğlu, Fikret. “Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkisi”, (2013).

Uzun, Ruhdan. “Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye’de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi”. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (2014).

Voight, Dieter ve Atalay, Ayşe. “Spor Sosyolojisi”. Alkım Yayınları, (1998).

Yarar, Betül. "Hegemonic Struggle, the State and Popular Culture: The Case of Football in Turkey". European Journal of Cultural Studies, (2005).

Yiannakis, Andrew ve Melnick, Merrill J. “Contemporary Issues in Sociology of Sport”. Human Kinetics, (2001).

Yücesoy, Neslihan. “Futbolun Ekonomi-Politiği: 2008 Avrupa Futbol Şampiyonası”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (2009).

Yüksel, Erkan. “Kamuoyu Oluşturma” ve “Gündem Belirleme” Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?”, (2007).

Erimhan, Ahmet, “Medya ve Değişim”, Yeni Türkiye, *Medya Özel Sayısı*, (Kasım-Aralık 1996).

TELEVİZYON DİZİLERİNİN TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Doç. Dr. Hakan YÜKSEL

Kafkas Üniversitesi ORCID: 0000-0002-4560-6685

ÖZET

Geleneksel medyanın ana unsurlarından birisi olan televizyon, mevcut içerikleriyle izleyici üzerinde etki uyandırmaktadır. Dizi yapımları da bu anlamda televizyon içerikleri arasında öne çıkmaktadır ve gerek işlediği konular gerekse çekim mekanları bağlamında ilgi çekmeye devam etmektedir. Nitekim birçok dizi yapımı çekim mekanlarıyla bütünleşmektedir ve hem yurtiçinden hem de yurtdışından izleyiciler takip ettiği dizinin çekildiği yerlere turistik ziyaret gerçekleştirmektedir. Türkiye'de de bu durum daha etkin bir biçimde yaşanmaktadır ve Türk dizileri çekim mekanlarıyla daha fazla görünürlük elde etmektedir. Bu bağlamda ilgili bildiri çalışmasında televizyon dizilerinin oluşturduğu etki, çekim mekanları üzerinden ele alınacak ve bu etkinin turizm anlamında neler kazandırdığı değerlendirilecektir. Kavramsal anlamda elde edilen bilgiler doğrultusunda dizi turizminin hareket alanı tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Dizi Yapımları, Dizi Turizmi

THE EFFECTS OF TELEVISION SERIES ON TOURISM SECTOR IN TURKEY

ABSTRACT

Television, one of the main elements of traditional media, has an impact on the audience with its existing content. In this sense, series productions stand out among television content and continue to attract attention both in terms of the subjects they cover and the shooting locations. As a matter of fact, many series productions are integrated with the shooting locations and viewers from both Turkey and abroad make touristic visits to the places where the series they follow is shot. In Turkey, this situation is being experienced more effectively and Turkish TV series are gaining more visibility with their shooting locations. In this context, in this paper, the impact of television series will be discussed through the shooting locations and what this effect brings in terms of tourism will be evaluated. In line with the information obtained in conceptual terms, the field of action of series tourism will be discussed.

Keywords: Television, Series Productions, Series Tourism

1. GİRİŞ

İzleyici açısından televizyonlar birçok içerik üretmektedir ve bu anlamda çeşitli formatlar üretilerek potansiyel kitlenin ekranlara çekilmesi amaçlanmaktadır. Geleneksel televizyonlar karşısından dijital platformların güçlü bir şekilde öne çıkması da artık söz konusu olduğu için, üretilen formatlar ve içerik planlaması daha fazla önemli hale gelmektedir. Çünkü televizyon kanallarını ayakta tutan bir reklam faktörü mevcuttur ve reklamcılık sektöründe izleyici ilgisi

başat rol oynamaktadır. Bu koşullar içerisinde geleneksel televizyonları güçlü ve etkin kılan ana dinamik olarak dizi yapımları dikkat çekmektedir ve bu yapımlar hem ülke genelinde hem de küresel anlamda yoğun bir kitleye ulaşarak televizyonları, sektörü, reklam piyasasını ve yapım şirketlerini denkleme dâhil etmektedir. Ayrıca dizi yapımları sayesinde çekim alanları turizm anlamında büyük bir katkı sağlamaktadır ve hareketlilik oluşturmaktadır.

Bu bildiri çalışmasında da dizi yapımlarının turizm sektörüne sunduğu kazanımlar üzerinden kavramsal bir çerçeve oluşturulmaktadır. 2023 yılı yeni yayın döneminde ekranlara gelen ve çekimleri İstanbul dışında gerçekleşen dizi yapımları örneklem alınarak ilgili dizilerin turizme etkileri değerlendirilmektedir. ATV ekranlarında izleyiciye sunulan "*Safir*" dizisi, TRT 1'de dördüncü sezonu yayınlanan "*Gönül Dağı*" dizisi ve FOX TV ekranlarında yeni başlayan "*Hudutsuz Sevda*" dizisi üzerinden tespitlerde bulunularak ilgili yapımların hareket alanı ve etkileri tartışılmaktadır. Dolayısıyla İstanbul dışında dizi çekimleri yapmanın mali anlamda ek bütçe gerektirmesi de göz önünde bulundurularak dizi yapımcılarının cesur bir hamle yapmış olması ele alınmaktadır. Türk dizilerinin her bölge açısından turizme ve kültürel etkileşime sunduğu etki düzeyi literatür destekli olarak ayrıca ortaya konulmaktadır.

2. TELEVİZYON VE TELEVİZYON DİZİLERİ

Kitle iletişim araçları tarih boyunca insanoğlu için önemli yer edinmiştir ve icatlarıyla birlikte toplumsal anlamda dönüşümler gerçekleştirmiştir. Basılı yayınlar ve işitsel medya araçları bu açıdan ilk aşamada öne çıkmıştır. Daha sonra görsel yönüyle ve etki alanıyla kitle üzerinde dikkat uyandıran "*Televizyon*" hayatımıza girmiştir ve yalnızca teknolojik bağlamda var olan niteliğiyle değil bununla birlikte kültürel ve endüstriyel etkisiyle insanlık tarihinde önemli bir değişimi gerçekleştirmiştir (Mutlu, 2008: 21). Zira televizyon, mevcut yapısıyla ve teknik özellikleriyle kültürü yeniden biçimlendiren görünüm ortaya koymuştur (Çelenk, 2005: 84) ve kitle üzerinde etkili olmayı sürdürmüştür. Bunun yanı sıra, hızla gelişen teknolojiler diğer medya araçları gibi televizyon yayıncılığını da etkilemiştir ve her geçen gün dijital anlamda dönüşen ve gerek biçimsel yapısı gerekse içerikleriyle izleyicinin beklentilerini karşılayan bir televizyon mecrası karşımıza çıkmıştır.

Tarihsel süreçte ise televizyon, birçok teknolojik gelişmede olduğu gibi önce ABD ve Avrupa merkezli olarak izleyiciye ulaşmıştır, daha sonra Türkiye ve diğer ülkeler televizyon yayınları ile tanışmıştır. İlk aşamada 1968 yılında bant teknolojisiyle başlayan Türk televizyonları zaman içerisinde renkli yayınlara geçmiştir ve yıllarca süren TRT yayınları 1990'lı yıllarla birlikte özel televizyon kanallarıyla bütünleşmiştir. Öte yandan televizyonlarda hem içerikler hem de teknik yapı giderek değişim geçirmiştir ve karasal yayınların yerini uydu yayınları almaya başlamıştır (Şentürk, 2018: 11).



Görsel 1: Televizyon ve Aile (Engoo, 2023)

Görselde temsili olarak betimlendiği gibi, televizyon toplumları ve dolayısıyla aile bireylerini bir arada tutan bir medya aracı olarak kabul görmüştür. Bu açıdan diğer medya araçlarından daha fazla öne çıkmıştır ve adeta yeni bir kültür inşa etmiştir. Nitekim ekranlarda izlenen TV içerikleri hakkında aile bireylerinin sohbet etmesi ve bu etkileşimin evlerle sınırlı kalmayıp dışarıda iş hayatına, arkadaş ortamına yansıması televizyonun etkin hareket alanını ve toplum üzerindeki gücünü ortaya koymuştur (Yaylagül, 2016: 20). Eğlence faktörü bu anlamda ayrıca dikkat çekmiştir ve izleyiciyi hem eğlendirme hem de bilgilendirme rolüyle sürdürülebilir bir etki uyandıran televizyon mecrası toplumda yer edinmiştir. Dolayısıyla izleyiciyi yaşamın gerçekliğiyle bir arada tutan ve bunu eğlendirerek gerçekleştiren televizyonlar eğlence anlatısı ile hareket alanını belirlemiştir (Postman, 2020, 112).

Dünyada ve Türkiye'de televizyon içerikleri ilk aşamada haber ve bilgi ağırlıklı olarak kitleye sunulmuştur, daha sonra ise 20. yüzyılın son döneminde dizi yapımları televizyon içerikleri açısından belirleyici olmuştur. 2000'li yıllarla birlikte dizilerin hızlı bir şekilde geliştiği ve neredeyse ana akım her kanalda yer aldığı görülmüştür. Ayrıca dizi yapımları her ne kadar öncelik olarak reyting hedefiyle ekranlarda yer alsa da, bunun yanı sıra izleyicilere gerçek hayata dair mesajlar vermeyi şiar edinmiştir. Böylece ekranlardaki dizi karakterleri üzerinden hayatın gerçeklerine değinen ve izleyicinin yeni yorumlar ortaya koyabilmesini sağlayan dizi yapımları karşımıza çıkmıştır (Göksun, 2018: 7). Diğer taraftan toplumun kültürel yapısına göre içeriğini belirleyen televizyonlar aynı zamanda toplumun kültürünü etki altına aldığı için (Kaplan, 1992: 15), ekranlardaki dizi yapımları da bu minvalde yeni kültürler üretebilmiştir. Her ne kadar dizilerde günlük hayata dair içerikler izleyiciye aktarılsa da (Pişkin, 2008: 43), inşa edilen kurgusal içeriklerle popüler kültür anlayışı yerleştirilmiştir.

Esma Gökmen ise televizyonlardaki dizi yapımlarını hem kurgusal yönleri hem de ticari kaygıları üzerinden ele almıştır ve kapitalist endüstri ağı ile bağdaştırarak şu ifadeleri ortaya koymuştur (Gökmen, 2021: 395):

"*Televizyonun kapitalist endüstrinin bir parçası olarak karakterize olan dinamikleri onu, neredeyse tüm program türlerini aynı ticari mantık ile üretmeye teşvik eder. Hiç kuşkusuz televizyonda tecimselliğin ve kâr motivasyonunun en fazla etkilediği program türlerinden birisi yerli dizilerdir. Yerli dizilerin bu özelliği yüksek izleyici oranlarına ve böylece maksimum kâra ulaşabilme potansiyelleri ile ilişkilidir. Yerli dizilerde kurgulanan gündelik yaşamın söz konusu tecimsel çıkarların bir ürünü olduğu söylenebilir. Gündelik yaşam, kapitalist toplumsal sistemi ayakta tutmanın ve sömürü ideolojisini yeniden üretmenin alanı olarak inşa edilir. Dizilerde kurgulanan gündelik yaşamın reel yaşama benzerliği bu noktada önemini yitirir, zira önemli olan rekabet ilişkileri ile karakterize olan ve kapitalist ekonomiyi güçlendiren gündelik yaşamın üretimidir. Bu anlamda ticari televizyon pratiği ve diziler, kâr motivasyonu ile karakterize olan kapitalizmin yapısal baskı aracına dönüştürülür*".

Televizyon içeriklerinde dizi yapımlarını öne çıkaran ana husus, gerçek hayatla olan bağın bu yapımlarda güçlü şekilde ekranlara taşınmasıdır. Bu nedenle televizyonlardaki birçok farklı içerik ve format arasından dizi yapımlarının daha fazla ilgi çekmiş olması, izleyicilerin dizilerde kendi hayatlarına dair bir şeyler bulabilmesiyle ilişkilidir. Ayrıca dizi yapımlarının potansiyel izleyici kitlesinin tümüne hitap etmesi ve her yaştan izleyiciye ulaşabilen yapıya sahip olması, söz konusu yapımları değerli kılmaktadır (Mutlu, 2008: 72). Dizi yapımcıları da izleyiciye tam anlamıyla egemen olmak ve geniş çerçevede etki uyandırmak açısından dizi yapımlarını kurgulamaktadır ve ekibi bu minvalde oluşturmaktadır. Daha sonra ana konu çerçevesinde bütünlük sağlanarak kitlenin beklentileri ölçeğinde diziler izleyiciyle buluşmaktadır. Ütopik konular işlense dahi bir mesaj verme kaygısıyla hareket edilmektedir ve televizyonun kültürel anlamda uyandıracağı etki göz önünde bulundurularak toplumu yansıtan öğelerden yararlanılmaktadır. Nihayetinde toplumu ve kültürü harmanlayan bir yaklaşımla televizyon dizileri biçimlendirilmektedir (Oğuz, 2005: 170).

Reklam sektörüne sunduğu katkı bağlamında da dizi yapımları dikkat çekmektedir ve izleyici bu yapımlara daha fazla eğilim gösterdiği için reklamlardan gelen ana payı da genel olarak dizi yapımları almaktadır. Bu nedenle dizi yapımları hem vermiş oldukları mesajlarla hem de popüler kültürün etkin bir aracı olmakla dikkat çekmektedir. Kamera önü ve arkası dikkate alındığında büyük bir emekle üretilen ve aynı zamanda sektörün hareketliliği ölçeğinde çok çabuk tüketilen dizi yapımları (Şenyurt, 2008: 52), geleneksel televizyonlarda ve artık dijital platformlarda geniş bir kitleye ulaşmaktadır. Bu açıdan ekranlarda daha güçlü bir görünürlüğü olan ünlü isimler dizi yapımlarında tercih edilmektedir. Ana amaç izlenme oranlarını daha da artırmak ve reyting problemi yaşamamak olduğundan dolayı, popüler oyuncular televizyon dizileri için vazgeçilmez konuma gelmektedir (Konukman, 2006: 86).

Öte yandan reyting faktörü televizyon dizileri arasında rekabet alanı oluşturması bakımından sektörü daha hareketli duruma getirmektedir ve bu durum ardı ardına yeni dizilerin ekranlarda boy göstermesine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda her yeni sezonda birçok dizi izleyiciyle buluşmaktadır ve rekabet koşulları giderek daha zorlu hale gelmektedir (Şentürk, 2018: 15). Sonuç olarak bu diziler arasında bir kısmı ayakta kalabilmektedir ve diğerleri ise yeterli ilgi görmediği takdirde yayından kaldırılmaktadır. Ancak dizilerin yurtdışına ihraç edilmesi süreci güçlü bir şekilde devam ettiği için, yayından kaldırılan diziler dahi dünya dizi piyasasında yer bulmayı sürdürmektedir. Öyle ki Türk dizileri ABD'den sonra dünya genelinde en çok ilgi gören ve farklı ülkelere pazarlanan bir duruma ulaşmış vaziyettedir (Geçer, 2015: 22).

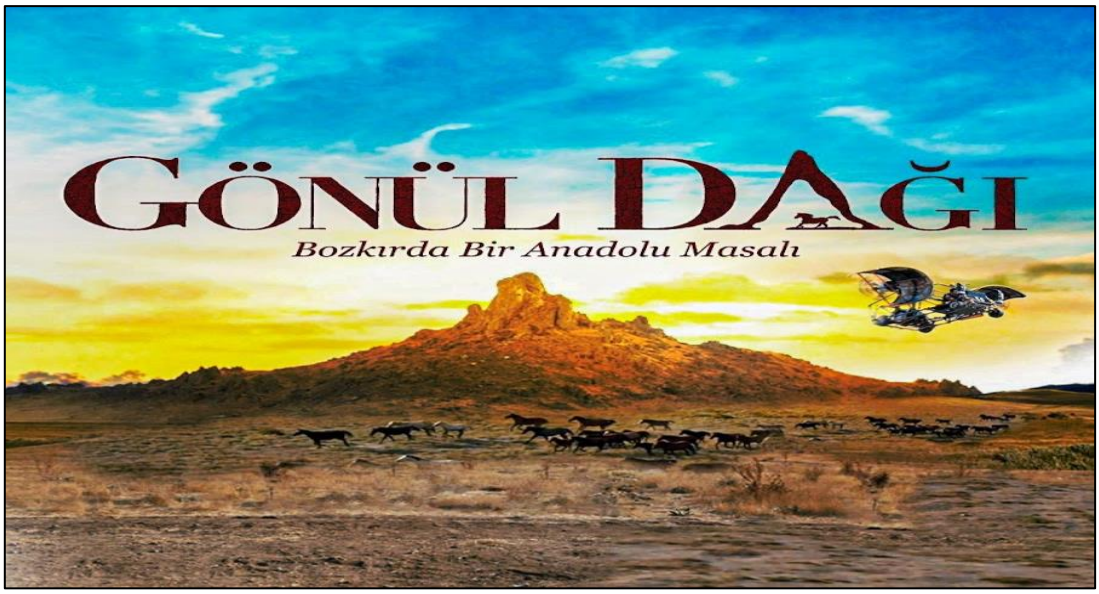
Dizi yapımlarının hem dünyada hem de Türkiye özelinde giderek daha popüler hale gelmesi ve dijital platformlarda da güçlü bir görünürlük elde etmiş olması dikkate alındığında, genel çerçevede şu hususlardan bahsedilebilir ve dizi yapımlarının mevcut görünümü artı ve eksileri ile değerlendirilebilir:

- Farklı konulara değinen ve bu anlamda her izleyicinin kendinden bir şeyler bulabileceği bir temele oturtulan dizi yapımları, gelişen teknolojilerle birlikte birçok dijital cihazdan kolayca takip edilmektedir.
- Dizi yapımlarında süre sorunsalı olması oyuncular ve teknik ekip açısından sıkıntılı durum teşkil etse de, izleyiciler ve reklam içeriği verenler bağlamında bu durum makul olarak değerlendirilmektedir. Zira dizi sürelerinin fazla olması reklamların hareket alanını daha etkin hale getirmektedir ve izleyiciler de sinema tadındaki dizi bölümlerini bu yapısıyla izlemeyi yeğlemektedir.
- Dijital platformlarda dizi sürelerinin nispeten daha kısa olması ve dolayısıyla yayınlanan bölümlerin daha az bir yorgunluk neticesinde pratik olarak çekilmesi, birçok oyuncuyu bu alana kaydırmaktadır. İzleyiciler ve reklam sektörü açısından bu durum yeni bir çeşitlilik doğurmaktadır ve hem geleneksel medyada hem de dijital ortamlarda dizi yapımlarının etki alanı sürdürülebilir boyuta ulaşmaktadır.
- Yalnızca reklam sektörü ve tecimsel televizyon piyasası açısından değil aynı zamanda ülke ve şehir turizmine katkı bağlamında da dizi yapımları önemli bir güç olarak ön plana çıkmaktadır. Nitekim dünya genelinde dizilerle özdeşleşen birçok şehir bulunmaktadır ve bu durum yerli ve yabancı turist hareketliliği sağlamaktadır.
- Yapımcı, kanal ve reklam sektörü üçgeninde önemli bir mali yapıya sahip olan diziler, bu yönüyle ticari alanda sektörü canlandırmaktadır. Zira büyük meblağların oyunculara ve teknik ekibin üst kadrosuna verildiği bir dizi piyasası öne çıkmaktadır.
- Öneri olarak değerlendirmek gerekirse, hem çalışma koşullarındaki büyük zorluklar hem de fiyat dengesizliğinden kaynaklanan problemler bağlamında, dizi setlerinde çalışan diğer teknik personele daha fazla önem atfedilmelidir. Bu açıdan hem çalışma koşulları daha esnek hale getirilebilir hem de oyunculara ve ana teknik kadroya yapılan mevcut ödemeler tüm kamera arkası ekibine adil bir şekilde paylaştırılabilir.

3. TURİZME ETKİSİ BAĞLAMINDA DİZİ YAPIMLARI

Dizi sektörü mevcut yapısı ve mali altyapısı itibarıyla önemli bir bütçe gerektiren alan olarak öne çıkmaktadır. Bu sektörde yalnızca kamera önünde görünürlüğü olan oyuncular değil aynı zamanda teknik ekipte yer alan onlarca çalışan da TV dizilerinin haftalık olarak ekranlarda yer almasına katkı sağlamaktadır. Türkiye özelinde dikkat alındığında dizi yapımları genel olarak İstanbul ilinde hazırlanmaktadır ve gerek iç ve dış çekimler gerekse teknik anlamda olması gereken kurgu, ses ve stüdyo aşamaları İstanbul merkezli olarak gerçekleşmektedir. Türk dizilerinin ulus ötesi anlamda önemli bir ilgiyle karşılanması dikkate alındığında, söz konusu dizilerde İstanbul sahnelerinin öne çıkması şehrin turizmine ayrıca katkı sunmaktadır. Nitekim 2023 yılı yeni sezon itibarıyla ATV, Kanal D, FOX TV, Star TV, TRT 1 ve Show TV gibi ana akım televizyon kanallarında 20'den fazla dizi yapımı ekranlarda izleyiciye sunulup aynı zamanda internet ortamında milyonlarca kişiye ulaşmaktadır.

İstanbul merkezli olarak televizyon ekranlarında yer alan dizi yapımları, bu anlamda şehrin çeşitli semtlerini öne çıkarmaktadır ve böylece turizm hareketliliği şehre yeni bir dinamizm getirmektedir. Önceki yıllarda dünyanın farklı kıtalarında Türk dizilerine olan ilgi neticesinde İstanbul'a dizi turizmi bağlamında ciddi sayıda turistin gelmesi, bu açıdan televizyon dizilerini sektöre etki bakımından denklemin parçası kılmaktadır. Dolayısıyla dizi yapımları hem reklamlar üzerinden ticari sektörü hareketlendirmektedir hem de çekim mekânlarına olan ilgi doğrultusunda yerli ve yabancı turistlere yön vermeyi başarmaktadır. Türkiye'deki dizi yapımları özelinde her ne kadar İstanbul ili daha fazla öne çıksa da, bu bildiri çalışmasında diğer bölgelerdeki dizi yapımları üzerinden bir değerlendirme yapılmaktadır.



Görsel 2: Gönül Dağı Dizisi (Gönül Dağı, 2023)

Örneğin ilk olarak Eskişehir'in Sivrihisar ilçesinde çekilen ve Cumartesi günleri TRT 1'de ekranlara gelen "*Gönül Dağı*" dizisi ele alınabilir. Yukarıda görseli de yer alan bu dizi 2023 yılı yeni yayın döneminde 4. sezonu ile izleyicinin karşısına geçmektedir. Reytinglerde iyi sonuçlar elde eden ve hem Total grupta hem de AB grubunda Cumartesi günleri ilk sırayı elden bırakmayan dizi, Anadolu hikâyesini naif bir dille ele alarak sadık bir izleyici kitlesi oluşturmaktadır. Dram ve mizahın bir arada olduğu ilgili yapım, bilhassa çekim yerleriyle özellikle yerli turistlerin yoğun ilgisini çekmektedir. Öyle ki Sivrihisar ilçesi artık bu dizi ile özdeşleşmiş durumdadır ve ilçenin her yerinde diziden izler görmek mümkündür.

Bu bağlamda; Sivrihisar Belediye Başkanı Hamid Yüzügüllü, Gönül Dağı dizisinin ilçeye katmış olduğu değeri şu ifadelerle dile getirmektedir ve yalnızca yerli turistlerin değil yabancı turistlerin de diziye olan ilgiyle ilçeye akın ettiğini belirtmektedir (İHA, 2023):

"*Sivrihisar köklü mazisi ile yurt içinden ve yurt dışından gelen turistlerin dikkatlerini çeken bir kentti. Gönül Dağı dizisi ile kentimizin tanıtımı daha da daha geniş bir kitleye ulaştı. Diziyi severek takip eden izleyenler âdeta Sivrihisar'ın büyüsüne kapıldı. Turistlerimizin tarihi kentimize yoğun ilgisi bizleri mutlu etmektedir*".



Görsel 3: Safir Dizisi (Dizi Doktoru, 2023)

Türkiye'de dizi piyasasına hareketlilik getiren ve turizmi canlandırarak sektörü İstanbul dışına çıkaran bir diğer dizi ise, yukarıda görseli yer alan "*Safir*" adlı yapımdır. ATV ekranlarında izleyici ile buluşan ve pazartesi günleri ekranlara gelen dizi, 2023 yılı yeni yayın döneminde ilk sezonuyla izleyiciye sunulmaktadır. Reytingleri iyi bir seviye yakalayan ve yurtdışına ihraç edilmesi beklenen yapımlar arasında yer alan Safir dizisi, Kapadokya bölgesinde iç ve dış çekimlerini gerçekleştirmektedir. Ürgüp, Göreme, Avanos, Uçhisar, Ortahisar gibi zaten turist çeken bölgeyi daha da görünür kılan bu yapım, bölgenin gelişimine ayrıca önemli katkı sağlamaktadır. Nitekim hem ekranlardan hem de video izleme platformlarından diziyi takip eden milyonlarca izleyici bulunmaktadır ve dizi setlerini ziyaret etmek için Kapadokya bu kitlenin ilgisini daha fazla çekmektedir.

Önceki yıllarda birçok sinema filmine ve dizi yapımına ev sahipliği yapan Kapadokya, bu dizi ile birlikte yeniden ekranlarda görünürlük elde etmektedir ve dizi birçok ülkeye ihraç edilince, söz konusu turizm hareketliliği sürdürülebilir boyuta gelmektedir. Bu durum bölge halkı ve özellikle bölge ticareti için oldukça değerlidir ve dizi çekim mekanlarını yerinde görmek isteyen turistler konaklama, yeme-içme, alışveriş yapma gibi birçok hususta eyleme geçerek bölgenin ticaretine olumlu etki sunmaktadır. İlk sezonu olan mevcut dizi yayınlarına devam ettiği müddetçe bölgede ek turizm hareketliliği de devam edecektir. Zira haftanın neredeyse her günü çekimler iç ve dış mekanlarda devam etmektedir ve bu hareketlilik Safir dizisi ile Kapadokya bölgesini bütünleştirmeyi başarmaktadır.

Safir dizisinde ana karakterlerden birisi olarak yer alan İlhan Şen, şu açıklamalarıyla dizi ve Kapadokya hakkındaki görüşlerini paylaşmaktadır (Dizi TV, 2023):

"*Modern bir Kapadokya hikâyesi vaat ediyor Safir seyirciye. Umarım seyirci bizi bir dizi olarak değil de sanki hakikaten kendi içlerinden biri olarak izler. Çünkü biz onu yapmaya çalışıyoruz. Böyle işlerde hem doğal bir akış olması gerekir hem de bunun bir senaryo olduğunu anlatmak gerekir. Biz ikisini de çok doğru olarak yapmaya çalışıyoruz ekip olarak. Umarım seyirci de bunu kabul eder ve bizi izler*".



Görsel 4: Hudutsuz Sevda Dizisi (Cumhuriyet, 2023)

Karadeniz bölgesi hem sinema filmlerine hem de dizi yapımlarına ev sahipliği yapması bakımından yeri ve yabancı turistlerin yıllardır ilgi odağı olan bir bölge olarak öne çıkmakta ve bu bölgede sıklıkla dizi ve film çekimleri gerçekleşmektedir. Nitekim son yıllarda ilgi ile takip edilen birçok yapım bu bölgede çekilmiştir. Örneğin Ordu ilinde ve Perşembe ilçesinde çekimleri yapılan "*Kuzey Yıldızı*" dizisi ve yine Trabzon ilinde ve aynı zamanda ilçelerinde sahneleri kayda alınan "*Sen Anlat Karadeniz*" dizi söz konusu bu yapımlar arasındadır. Yukarıda görseli yer alan ve 2023 yılının yeni yayın döneminde FOX TV ekranlarında izler kitle ile buluşan "Hudutsuz Sevda" adlı dizi yapımı, Karadeniz bölgesi dizilerinin bir yenisi olarak öne çıkmaktadır. Aynı zamanda ilgili dizi, mevcut dönemde ekranlarda yer alan tek Karadeniz dizisidir ve birçok dizinin İstanbul ilinde gerçekleştiği düşünülürse bu anlamda özgün bir yer edinerek televizyon ekranlarına gelmektedir.

Önceki yıllarda Trabzon, Rize ve Ordu illeri ağırlıklı olarak öne çıkarken ve diziler/filmler genel anlamda bu illerde çekilirken, Hudutsuz Sevda dizisi Artvin bölgesinde çekilmektedir. Dolayısıyla şehrin turizmine yeni bir soluk getirmesi beklenen bu dizi, bölge halkında da yeni bir heyecan oluşturmaktadır. Konusuyla ilgi çeken ve özellikle ikinci bölümü yayınlandıktan sonra izleyiciyi etkilemeyi başaran yapım bu anlamda Total izleyici grubuna daha güçlü şekilde hitap etmektedir ve reytinglerde iyi oranlar yakalamaktadır. Perşembe günleri televizyon ekranlarında yayınlanmaya devam eden dizi, uzun vadede yerli ve yabancı turisti bölgeye çekmek anlamında önemli bir rol üstlenmektedir.

Gerek bu dizide gerekse İstanbul dışındaki diğer dizilerde turizme olan katkı açık bir şekilde ortadadır. Turizm hareketliliğini ülke geneline yaymak açısından bu dizilerin daha farklı bölgelerde ekrana gelmesi önemlidir. Öyle ki yaz döneminde Ege dizileri öne çıkarken normal sezonda da Karadeniz, Kapadokya ve Güneydoğu dizileri son yıllarda ekranlarda yer edinerek turizm rotalarını çeşitlendirmektedir. Ülkenin daha birçok güzel bölgesi söz konusu dizilere ev sahipliği yapmaya adaydır ve ilerleyen süreçte yeni dizi mekanları görmek muhtemeldir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Televizyon dizileri büyük bütçeyle gerçekleşen yapımlar olarak kabul edilmektedir ve bir dizi yapımında kamera önü ve arkasında yüzden fazla kişinin çalıştığı düşünülürse, haftalık olarak önemli meblağların ortaya çıkacağı öngörülmektedir. Bu nedenle dizi yapımcıları söz konusu bütçeyi reklam gelirlerinden ve kanalla olan anlaşma gereği elde edilen paydan karşılayarak hareket etmektedir. Söz konusu dizi yapımlarında İstanbul ilinin daha fazla tercih edilmesinin gerekçesi ise hem oyuncuların hem de teknik ekibin genel olarak bu ilde ikamet etmesidir. Dolayısıyla konaklama ve seyahat gibi ek masraflar bu açıdan söz konusu değildir. Ancak İstanbul dışındaki dizi yapımlarında ek bütçe gereklidir ve bu durum dizi yapımcıları için risk olarak değerlendirilebilmektedir. Buna karşın her sezon ülkenin çeşitli bölgelerinde diziler çekilerek bu yapımlar izleyicinin beğenisine sunulmaktadır. Dolayısıyla dizi yapımcıları ve televizyon kanalları reyting kaygısı ve İstanbul dışı riskine rağmen Anadolu'da halk ile bütünleşmeyi yeğlemektedir. Bu cesur adım genel olarak olumlu dönüş sağlamaktadır ve bu koşullardaki birçok yapım seyirciden destek görmektedir.

Bu çalışmada dizi yapımlarının turizme etkisi ele alınırken öncelikle yukarıda paylaşmış olduğumuz risk durumu üzerinden hareket etmek gerekmektedir. Çünkü dizi yapımları birçok bölgede turizmi hareketlendirirken esasen kendi içerisinde büyük bir mali riski göz önünde bulundurarak eyleme geçmektedir. Genel geri dönüşün izleyici açısından olumlu olması bu anlamda değerlidir. Mevcut bildiri çalışmasında bilhassa öne çıkarılan üç dizi yapımının çekildikleri bölgeye yeni bir dinamizm getirmesi dikkate alındığında, bu gibi dizilerin diğer bölgelerde de benzer hareketlilik sağlayabileceği söylenebilir. Çünkü artık net olarak bellidir ki, Türk dizileri hem ülke içerisinde hem de tüm dünyada ilgiyle takip edilmektedir. Hatta ülkeler arasında siyasi problemler yaşansa da diziler üzerinden kültürel yakınlaşma durumu gerçekleşmektedir. Örneğin yıllar önce çekilen "*İstanbullu Gelin*" dizisinin İsrail'de uyandırdığı büyük etki ve başrol oyuncusu Özcan Deniz'e olan yoğun ilgi bu anlamda Türkiye-İsrail ilişkilerine yeni bir boyut kazandırmıştır. Özellikle de her iki ülke vatandaşları bu anlamda yakınlaşmıştır ve İsrail'den Türkiye'ye yalnızca bu dizi sayesinde dahi yoğun bir turist akını gerçekleşmiştir. Benzer şekilde yine uzun süre önce çekilen "*Gümüş*" adlı dizi Yunan televizyonlarında reyting rekorları kırmıştır ve siyasi problem yaşayan iki ülkeyi bu anlamda yeniden yakınlaştırmıştır.

Sonuç olarak dizi yapımları hem ülke genelinde hem de ulus ötesi düzeyde turizm sektörünü hareketlendirdiği gibi kültürel anlamda da büyük bir etkileşim sağlamaktadır. Türkiye'de birçok turizm destinasyonu bulunduğu dikkate alınırsa, daha önce dizi yapımlarına ev sahibi olamayan yeni bölgelerde iddialı diziler çekilebilir ve özellikle yabancı turistleri çekebilmek adına böyle bir girişimde bulunulabilir. Zira Türkiye turizm sektöründe dünyanın önde gelen ülkelerinden birisidir ve dünya sıralamasında daha yukarıya çıkmak adına söz konusu dizi yapımları katkı sağlayıcı olabilir. Yüzden fazla ülkede Türk dizi yapımlarının yayınlandığı düşünülürse, bu hareketliliğin yeni destinasyonlara taşınması adına faaliyete geçilebilir. Dil seçenekleriyle dizilerin video paylaşım sayfalarında ve dijital platformlarda yer alması ve internet ortamında yoğun bir yabancı izleyici kitlesinin bu dizileri Türk izleyiciler ile aynı anda takip etmesi ayrıca söz konusu olduğu için, yeni hamlelerle Türk dizilerinin turizme daha fazla katkı sağlamasının önü açılabilir. Bu anlamda hem bürokrasinin hem de sektörün önde gelenlerinin uzun vadeli planlar yapması önem teşkil etmektedir.

KAYNAKÇA

Cumhuriyet (2023) Hudutsuz Sevda Dizisi https://www.cumhuriyet.com.tr/tv-rehberi/hudutsuz-sevda- Erişim Tarihi: 07.10.2023.

Çelenk, S. (2005). Televizyon Temsil Kültür 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri. Ankara: Ütopya Yayınları.

Dizi Doktoru (2023). "Safir" Dizisinin Afişi Paylaşıldı https://www.dizidoktoru.com/ozel-haber/safirdizisinin-afisi-paylasildi-h37677.html Erişim Tarihi: 07.10.2023.

Dizi TV (2023). Safir Oyuncularıyla Dizi Hakkında Konuştuk www. youtube.com/ watch?v=3EKbgjnmbw0 Erişim Tarihi: 07.10.2023.

Engoo (2023). The End of an Era: Traditional TV Viewing Declines https://engoo.id/ app/daily-news/article/the-end-of-an-era-traditional-tv Erişim Tarihi: 07.10.2023.

Geçer, E. (2015), Türk Dizileri Üzerine Kültürel ve ideolojik Bir Değerlendirme: Made in Turkey. Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi, 2(3), 13-23.

Gökmen, E. (2021). Yerli Televizyon Dizilerinde Gündelik Yaşamın Kuruluşu ve Gündelik Yaşam Pratiklerinin Yansımaları. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Göksun, Y. (2018). Özsöz: Televizyon Dizilerinin Keşfi. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Gönül Dağı (2023) https://www.youtube.com/c/GönülDağıTRT/playlists?app=desktop Erişim Tarihi: 07.10.2023.

İHA (2023). Sivrihisar'da Yapılan Dizi Çekimleri İlçeye Olan İlgiyi Arttırdı http:// www.iha.com.tr/eskisehir-haberleri/ Erişim Tarihi: 07.10.2023.

Kaplan, Y. (1992). Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.

Konukman E. A. (2006). Medya ve Kültür: Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki İmgeleri. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Mutlu, E. (2008). Televizyonu Anlamak. Ankara: Ayraç Yayınları.

Oğuz G. Y. (2005). TV Dizileri ve Kültürel İletilerin Yayılma Süreci Türk Televizyon Tarihinde Bir Fenomen: Bizimkiler Dizisi, Kurgu Dergisi, (21), 169-182.

Pişkin G. (2008). Günümüzde Türkiye'de Sinema Filmleriyle Televizyon Dizilerinde Kadınlar ve Töre. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 39- 46.

Postman, N. (2020). Televizyon: Öldüren Eğlence. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Şentürk, R. (2018). Türk Televizyon Dizileri Efsanesi ve Gerçekler. Televizyon Dizilerinin Keşfi: İçerik, Anlam ve İşlevleri. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Şenyurt, C. (2008). Türk Televizyon Dizilerinde Kadın İmajı. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Yaylagül, L. (2016). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.

DİJİTAL MEDYA EKSENİNDE VERİ GAZETECİLİĞİ

Doç. Dr. Hakan YÜKSEL
Kafkas Üniversitesi ORCID: 0000-0002-4560-6685

ÖZET

Gazetecilik alanında haberlerin hazırlanma süreci oldukça önemlidir ve nitekim bu süreç neticesinde gazete yayınları son halini almaktadır. Öte yandan gelişen teknolojilerle birlikte geleneksel gazetecilik alanı artık internet gazeteciliğine entegre olmuş durumdadır ve haber yapım süreçleri dijital destekli olarak gerçekleşmektedir. Bu entegrasyon süreci veri gazeteciliğini ayrıca etkilemektedir ve geleneksel gazetecilikte uygulanan verilerin elde edilme biçimleri, internet gazeteciliği ile birlikte dijital alanda inşa edilmeye başlamaktadır. Dolayısıyla dijital medya, veri gazeteciliğini yeniden biçimlendirmektedir. Bu çalışmada veri gazeteciliği ana hatlarıyla ele alınırken aynı zamanda veri gazeteciliğinin dijital medya bağlamında nasıl değişime uğradığı konusu üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte, alanyazın taraması ile elde edilen bilgiler doğrultusunda veri gazeteciliğin dijital medyada nasıl konumlandığı hususu irdelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Veri Gazeteciliği, Dijital Medya

DATA JOURNALISM IN THE CONTEXT OF DIGITAL MEDIA

ABSTRACT

The process of preparing news is very important in the field of journalism, and as a result of this process, newspaper publications are finalized. On the other hand, with the developing technologies, traditional journalism is now integrated into internet journalism and news production processes are digitally supported. This integration process also affects data journalism, and the ways of obtaining data practiced in traditional journalism are applied in the digital field with internet journalism. Therefore, digital media is reshaping data journalism. This study outlines data journalism and focuses on how data journalism has changed in the context of digital media. In addition, the position of data journalism in digital media is analyzed in line with the information obtained through literature review.

Keywords: Journalism, Data Journalism, Digital Media

1. GİRİŞ

Gazetecilik alanında hedef kitleyi bilgilendirmek kadar etkilemek de önemlidir ve bu etki düzeyi sunum biçimleriyle ilgilidir. Bu durum yalnızca gazetecilik alanında değil medyanın

diğer araçlarında da geçerlidir ve gelişen teknolojilerle birlikte medya içeriklerinin sunumu giderek daha etkili hale gelmektedir. Nitekim dijital teknolojiler sunum içeriklerini hem etkin düzeyde görselleştirmektedir hem de grafik ve tasarımlarla destekleyerek hedef kitleyi sunum hakkında daha net biçimde bilgilendirmektedir. Esasen her medya aracında bilgi kaynakları yani veriler farklı biçimlerde kullanılsa da, bu veriler güçlü bir sunumla ortaya konularak içeriği daha etkin duruma ulaştırmaktadır.

Bu doğrultuda mevcut bildiri çalışmasının merkezini oluşturan veri gazeteciliği, gerek haber içeriklerinin sunumunu hikâyeleştirerek öne çıkarma bağlamında gerekse bu süreci dijital teknolojilerle destekleyerek kullanma noktasında medya alanında önemli yer edinmektedir. Verileri toplama, filtreleme, değerlendirme ve analiz etme süreçleri de dikkate alındığında aynı zamanda araştırma gazeteciliğini yeniden biçimlendiren veri gazeteciliği, bu çerçevede yürütülen habercilik faaliyetleri açısından güçlü ve etkin bir hareket alanı elde etmektedir. Bu durum mevcut gazetecilik alanı kadar gazetecileri de dijital yeterlilik ve beceri elde edebilme hususunda yöndeştirmektedir.

2. DİJİTAL MEDYA

Geleneksel medya araçlarının gelişen teknolojilerle birlikte dijital ortamlarda yani yeni medya alanında yer bulması ve bu geçiş sürecinde bağımsız bir etkileşim ortamı inşa ederek bilgi akışını hızlandırması dijital medyayı öne çıkarmaktadır (Akar, 2011: 10). Dijital medya bu anlamda hem geleneksel medyanın entegre olduğu bir alanı oluşturmakta hem de aktif bir kitleye hitap ederek teknolojik gelişmelere paralel bağlamda ilerlemektedir. Dolayısıyla alt başlıkları da oldukça kapsamlı olan ve medyanın her alanında etki uyandıran bir dijital medya faktörü kabul görmektedir. Söz konusu dijital medya alanında birçok alt unsur bulunmaktadır ve ilgili unsurlar arasında özellikle şu başlıklar dikkat çekmektedir (URL-1):

- Mobil Destekli Uygulamalar
- Etkileşimli Web Sayfaları
- Dijital Tabanlı Fotoğraflar
- Sosyal Medya Platformları
- Blog Sayfaları
- Dijital Videolar ve Ses Dosyaları
- Animasyon İçerikleri
- Yazılım Programları
- İnteraktif Video Oyunları
- E-Ticaret Uygulamaları
- Sanal ve Artırılmış Gerçeklikler
- E-Dergiler ve E-Kitaplar
- Veri Destekli ve Konum Tabanlı Hizmetler



Görsel 1: Dijital Medya (Agrawal, 2020)

İnteraktif olarak bireyleri daha katılımcı hale getiren ve global eksende kurduğu etkileşim anlamında daha güçlü bir görünüm ortaya koyan dijital medyayı, Sezgin Savaş şu tespitler bağlamında tanımlamaktadır (Savaş, 2020: 68):

"*İnternet teknolojisinin gelişimiyle birlikte insanların hayatında çeşitli yenilikler gerçekleşmiştir. Daha önce mümkün olmayan yeni iletişim ve etkileşim biçimleri ortaya çıkmış ve söz konusu olgular için yeni ortamlar ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, sosyal medya, yeni medya, dijital medya gibi yeni kavramlar insanların hayatına dâhil olmuştur. Dijital medya geleneksel medyanın dijitale dönüşmüş biçimine referans vermek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla, dijital medya, sosyal medyayı da içinde barındıran geniş bir kavramsallaştırmadır. Dijital medya/yeni medya sadece paylaşım uygulamalarından ötesini, tüm dijitalleşmiş medya araçlarını ifade etmektedir. Sosyal medya siteleri de bu geniş çerçevenin içinde yer aldığından dijital medya kavramsallaştırmasını kullanmak bütünsel bir yapıya vurgu yapmak açısından önemlidir*".

İletişim eylemini de dönüştüren dijital medya bu açıdan kendine özgü bir alan oluşturmaktadır ve zamandan/mekândan bağımsız bir yapı inşa etmektedir. Bu yapı içerisinde sanal yaşam alanları sunan dijital medya, mevcut kural ve tutumlarıyla geleneksel kültür anlayışından ayrılmaktadır (Ülküsayar, 2022: 19). Dijital medyanın etki alanı da geleneksel medyaya göre daha kapsamlıdır ve internet erişiminin olduğu her ortamda dijital medya araçları ve uygulamaları hareket alanı bulmaktadır. Öyle ki dijital medya araçları ağ teknolojileriyle bütünleşmiş durumdadır ve internet alanında kullanılan araçlar dijital medya unsuru olarak değerlendirilmektedir. Dijital medya aynı zamanda dijital ortam olarak da tanımlanmaktadır ve bu ortamda veri akışı çok hızlı biçimde hareket etmektedir. Yalnızca veri akışı bağlamında değil bununla birlikte erişim, depolama ve dağıtım hususlarında da ağ destekli dijital medya gücü öne çıkmaktadır. İnternet teknolojisi ile kitleye hızlı ulaşan görsel, işitsel ve yazınsal içerikler de dijital medyanın alt unsurları olarak yer bulmaktadır (URL-1).

Toplumsal yapıyı gündelik alışkanlıklar noktasında dönüştüren ve yeni yaşam biçimleri inşa ederek teknolojik gelişmeleri hayatımıza entegre eden dijital medya, bilgi paylaşımını da mevcut nitelikleriyle daha hızlı hale getirmektedir. Toplanan, arşivlenen ve dağıtılan bilgi, dijital medyayla artık bir gereklilik durumuna gelmektedir (Ülküsayar, 2022: 19). Öte yandan bireylerin iletişim biçimlerine ve etkileşim ortamına yön veren dijital medya; sanal ve gerçek dünya arasında bir köprü vazifesi görmektedir (Yengin, 2012: 117).

Dijital medya bireyler ve kurumlar bağlamında birçok kolaylık sağladığı gibi aynı zamanda sorunsal oluşturabilecek durumlar da meydana getirmektedir. Bu doğrultuda dijital medyanın artı ve eksilerini şu maddelerle değerlendirmek mümkündür:

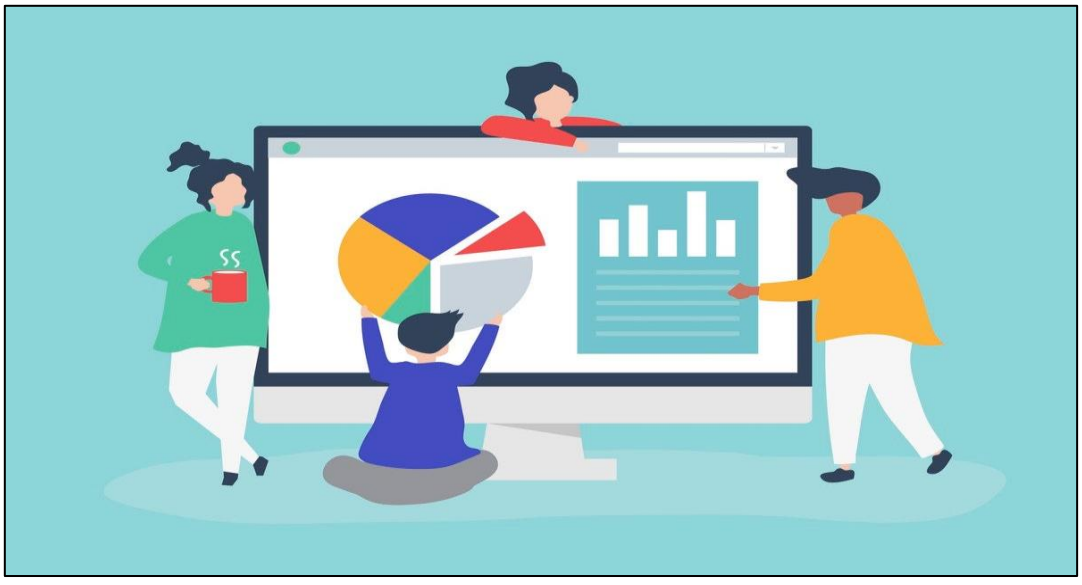
- Dijital medya, bireylerin bilgi edinmesi noktasında internet teknolojisinin tüm imkânlarını ortaya koyarak hem erişim kolaylığı sağlamaktadır hem de enformasyon çeşitliliği sunarak farklı bakış açıları geliştirilmesine olanak tanımaktadır.
- Geleneksel medyanın tüm unsurlarını ağ destekli olarak ve sınırsız kapasitesiyle bir arada tutabilen dijital medya, bu minvalde yeni medya bütünlüğü kurmaktadır.
- Yeni alışkanlıklar sunarak kültürel değişime ortam hazırlayan dijital medya, bu etkisiyle dijital kültürler, dijital toplumlar ve dijital bireyler oluşturmaktadır.
- Mobil araçlar üzerinden erişimi oldukça kolay olan dijital medya, alt unsurlarıyla bireylere geniş bir içerik sunmaktadır ve görsel, işitsel, yazınsal içerikleri dijital destekli olarak yeniden biçimlendirmektedir.
- Geleneksel gazeteciliği ve geleneksel televizyon yayıncılığını dönüştüren dijital medya, ağ tabanlı altyapısıyla potansiyel kitleleri yöndeştirmektedir ve konvansiyonel alışkanlıkların yerini yeni iletişim teknolojilerine bırakmaktadır.
- Dijital medya dünya coğrafyasını bütünlük içerisinde toplamaktadır ve farklı kültürlerden insanlar dijital medya araçlarıyla yoğun etkileşim süreci içerisine dâhil olmaktadır.
- Çok fazla enformasyon içeriğinin dolaşıma girmesi ise, dijital medya açısından sorunlu bir durum oluşturmaktadır ve doğru bilgileri ayırt edebilmek bu açıdan zorlaşmaktadır.
- Bilişim suçlarına ve siber saldırılara sebebiyet verebilen bir internet teknolojisinin olması, dijital medya için bir başka problemli alan öne çıkarmaktadır.
- Her yaştan kitleye hitap edebilen ve farklı dil seçenekleriyle oldukça kapsamlı bir içeriğe sahip olan dijital medya, mevcut bütünlüğüyle güçlü bir görünüm ortaya koyduğu gibi aynı zamanda dijital bağımlılık durumuna zemin hazırlamaktadır.
- Eğitim anlamında da çeşitlilik sunan ve sanal arşiv niteliğine sahip olan dijital medya, diğer taraftan dijital okuryazarlık becerisini gerekli kılmaktadır ve bu beceriyle birlikte bireyler dijital medyayı etkin düzeyde kullanma, değerlendirme, içerikleri analiz edebilme ve sorgulama noktasında kazanım elde etmektedir.
- Sosyal medya ağlarını kapsamı içerisinde bulunduran dijital medya, güçlü ve etkin bir iletişim alanı inşa ettiği gibi öte yandan mahremiyet problemi oluşturmaktadır. Dolayısıyla bireylerin özel yaşantıları sosyal ağlar üzerinden herkese açık bir şekilde sunulmaktadır ve bu durum uzun vadede sıkıntı doğurabilmektedir.
- Yapay zekâ gibi yeni teknolojilerle daha güçlü bir hareket alanı elde eden dijital medya, sunduğu kazanımlar ve sebebiyet verdiği sorunlarla bireyler için doğru koordine edilmesi gereken bir yapı teşkil etmektedir.

3. VERİ GAZETECİLİĞİ

Gazetecilik alanında geleneksel medyanın dinamikleri zamanla teknolojik değişime uğramış durumdadır ve bu doğrultuda gazeteciliğin birçok alt türü ortaya çıkmaktadır. Nitekim veri gazeteciliği de bu türler arasındadır ve adıyla da özdeşleştiği gibi verinin karşılaştığı süreçler üzerinden ele alınmaktadır. Veri gazeteciliği bilginin elde edilmesi ve toplanması ekseninde hareket alanı inşa etmektedir ve ana amaç, elde edilen verilerden anlamı bir bilgi bütünlüğü meydana getirmektir. Dolayısıyla datalar toplanarak, veriler arasında bağlantılar kurularak, tasarım süreci oluşturularak ve son biçimlendirme verilerek veri gazeteciliğinin genel akışı tamamlanmaktadır (Olcay, 2018: 131).

Veri gazeteciliği aynı zamanda medyanın tüm ana unsurları içerisinde yer bulabilmektedir ve özellikle haber yapım süreçlerinde görünürlük elde etmektedir. Öyle ki, hedef kitleye sunulan haber içeriklerinde kaynak olarak verilerden yararlanılması ve haber bütünlüğünün verilerden hareket edilerek ortaya konulması, veri gazeteciliğinin temel çerçevesini oluşturmaktadır. Habercilik faaliyetlerinin doğrudan içerisinde yer alan veri gazeteciliği, geçmişten günümüze kadar kitle iletişim araçlarıyla ilişkilendirilmiştir ve artık dijitalleşme süreciyle birlikte yeni bir alana evrilmiştir. Bu nedenle geleneksel medyanın haber elde etme süreçlerinden yeni medyanın dijital pratiklerine dönüşen bir veri gazeteciliği öne çıkmış durumdadır. İlgili bu durum aynı zamanda, veri gazeteciliği kadar mesleki anlamda veri gazetecilerini de yeniden biçimlendirmektedir (Cantekin, 2019).

Veri gazeteciliğinde içeriklerin grafiklerle desteklenmesi de önemlidir ve aşağıdaki görsel bu anlamda bir örnek teşkil etmektedir. Zira veri gazeteciliğini öne çıkaran ve dijital medyada etkin kılan ana husus, verilerin görsellerle ve analizlerle geliştirilmesidir. Dolayısıyla veri içerikleri sunulurken bu gibi görsel öğelerden yararlanılmaktadır ve hedef kitlenin ilgisini çekebilecek sunum teknikleri tercih edilmektedir. Öte yandan dünya medyasında birçok büyük kuruluş haber sunumlarında veri gazeteciliğinin bu niteliğini kullanarak etki alanını daha güçlü konuma getirmektedir.



Görsel 2: Veri Gazeteciliği (Şahin, 2019)

Veri gazeteciliği, sektörde gazetecilik tekniklerini değiştirdiği gibi mevcut gazetecilere de dijital anlamda yeni beceriler kazandırmayı gerekli kılmaktadır. Nitekim artık veri kodlama, veri analiz etme, ofis programlarını bilme, istatistik bilgiye hâkim olma ve dolayısıyla haber hikâyesi oluşturma gerekliliği doğmaktadır. Böylece veri gazeteciliği profesyonel bağlamda yeni disiplinler geliştirmektedir ve haber sunumunu dijital tekniklerle desteklemeyi zaruri bir durum olarak ortaya koymaktadır. Yalnızca nicel veriler değil aynı zamanda ses dosyaları, yazınsal içerikler, hareketli görüntüler ve fotoğraflar da veri olarak değerlendirilmektedir ve veri gazeteciliği kapsamına girmektedir (Dağ, 2015: 17).

Aslıhan Zinderen de veri gazeteciliğini ana hatlarıyla ele almaktadır ve araştırmacı gazetecilik ile ilişkilendirerek şu ifadelerle tanımlamaktadır (Zinderen, 2019: 1):

"*Veri gazeteciliği, teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan yeni araç ve uygulamalarla önem kazanan fakat tarihsel olarak da izine rastlayabileceğimiz araştırmacı gazetecilik faaliyetine işaret etmektedir. Veri gazeteciliği, veri ile gazetecilik yapmayı ifade etmektedir. Bu bağlamda büyük veri yığınları arasından insanın anlayacağı ve ondan faydalanacağı bilgileri bulup çıkarma noktasında veri gazeteciliği, önemli bir gazetecilik pratiği olarak öne çıkmaktadır*"

Habercilik faaliyetlerini dijital teknolojiler bağlamında daha güçlü düzeyde destekleyen veri gazeteciliği; bu çerçevede verilerin toplanmasını, ayıklanmasını, düzenlenmesini, detaylıca analiz edilmesini, görselleştirilmesini ve nihayetinde haber niteliği kazanarak yayımlanmasını sağlamaktadır (Howard, 2014: 4). Ayrıca haber yapım süreçlerindeki rutin işlemlerden daha farklı bir yol haritası çizen veri gazeteciliği; bu anlamda esnek formatlar kullanarak, görsel öğelerden sık biçimde yararlanarak ve araştırmacı gazetecilik yaklaşımıyla hareket ederek haberciliği yeniden biçimlendirmektedir. Diğer taraftan veri gazeteciliği, kitle kaynaklarını ve halka açık enformasyon içeriklerini kullanarak, yeni dijital araç ve yöntemler geliştirerek, geleneksel gazetecileri dönüştürerek ve haber sunumunu hikâyeleştirerek mevcut hareket alanını belirlemektedir (Narin vd, 2017: 224).

İnternet teknolojisinin yoğun bir bilgi akışı barındırması ve bu bilgilerin gazetecilik alanında doğru kaynak olarak kullanılabilmesi adına ön analizler yapılması, veri gazeteciliği açısından anlamlı verileri daha önemli kılmaktadır. Çünkü elde edilen verileri haberleştirmek için makul düzeyde değerlendirmek ve çözümlemek gerekmektedir. Dolayısıyla verileri doğru anlamak ve anlamlandırmak gazeteciler ve hedef kitle açısından değerlidir ve veri gazeteciliği güçlü bir anlatı biçimi olarak bu sürecin ana dinamiği olarak kabul görmektedir (Çetin, 2018: 43). Zira artık veri gazeteciliği haber üretim süreçlerinde geleneksel gazetecilikten net olarak ayrılmaktadır ve bu durum özellikle haber arayışlarında internet teknolojisini temel müracaat noktası olarak öne çıkarmaktadır. Bununla birlikte gerek bilgisayarlar gerekse mobil aygıtlar üzerinden mevcut haber içeriklerine kolayca erişim sağlanması gazetecileri veri gazeteciliğine yönlendirmektedir (Karagöz, 2016: 136).

Sektörel bağlamda ise gazetecilerin elde ettikleri verileri dijital ortama aktararak filtrelemesi, biçimlendirmesi, düzenlemesi ve görselleştirmesi; veri gazeteciliğinde yürütülen aşamalar arasında değerlendirilmektedir. Nitekim daha sonra bu veriler anlamlı bir bütünlüğe ulaşıp bilgi serisine dönüşmektedir ve ilgi çekici hale gelmektedir. Nihayetinde veri gazeteciliğiyle birlikte yeni gazetecilik pratikleri de gelişmektedir (Nasution, 2019: 2).

4. DİJİTAL MEDYANIN VERİ GAZETECİLİĞİNE ETKİLERİ

Dijital medya özellikle teknik anlamda sunduğu olanaklar bağlamında ve aynı zamanda haber içeriklerini dijital öğelerle destekleyerek görselleştirme noktasında veri gazeteciliğini yeni bir görünüme kavuşturmaktadır. Bu durum medya alanında hem gazetecilerin verileri daha net düzeyde inceleyebilmesi açısından hem de hedef kitlenin sunulan içeriklerini anlamlandırması minvalinde artı değer sunmaktadır. Diğer taraftan verilerin aşağıda yer alan görselde ortaya konulduğu gibi verilerin bulunması, elde edilmesi, doğrulanması, ayıklanması, analiz edilmesi ve sunulması noktasında veri gazeteciliği araştırmacı gazetecilikle bütünleşmektedir. Dijital medya çatısı altında bu durum daha pratik hale gelmektedir ve veri gazeteciliği etkin hareket alanı içerisinde haber sunumlarını geliştirmektedir.



Görsel 3: Veri Gazeteciliğinin Aşamaları (Valeeva, 2023)

Veri gazeteciliği dijital medya ekseninde internet teknolojisinden fazlasıyla yararlanmaktadır ve sunulan verilerin ortaya konulma süreçlerinde ağ bağlantıları etkin düzeyde kullanılmakta ve haberler bu minvalde kitleye sunulmaktadır. Duygu Dumanlı Kürkçü de veri gazeteciliğinin yeni iletişim teknolojileriyle beraber yeni bir sürece girdiğini belirtmektedir ve haber üretim süreçlerini bu bağlamda değerlendirmektedir (Dumanlı Kürkçü, 2018: 102):

"*Yeni iletişim teknolojilerinde dönüşüme uğrayan haber alma, verme ve yayma süreçleri sonucunda gazete ve gazeteciler de bu dönüşüme ayak uydurmak için geleneksel haber elde etme ve yayma süreçlerinde değişikliğe gitmek zorunda kalmışlardır. Gazetecilerin büyük bir bölümü haber elde etme sürecinde internetten etkin şekilde yararlanmaktadır. Günümüzde gazeteciler internette yayınlanan sınırsız veri tabanlarından, arşivlerden, çevrimiçi bilgi ve belgelerden verileri bulmakta, temizlemekte ve haber olarak aktarmaya çalışmaktadır. Diğer bir deyişle bilgi toplumunda veri, haber üretim süreçlerinde sıklıkla başvurulan bir meta haline gelmiştir. Böylece verinin yaygınlık kazanması ve habere dönüştürülmesi süreçleri birbirini izlemiştir. Bu gelişmeler aynı zamanda veri gazeteciliği kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur*".

Elde edilen verileri anlamlı bir bütünlüğe ulaştıran ve bu süreçte içerikleri doğru bir biçimde ayıklamayı öngören veri gazeteciliği (Lorenz, 2010: 12), dijital medya ile birlikte yeni bir hareket alanı elde etmiş durumdadır. Genel hatlarıyla ele almak gerekirse, dijital medya veri gazeteciliğini şu hususlar özelinde etkilemektedir:

- Dijital medya, gazeteciler açısından verilere ulaşmayı daha kolay hale getirmektedir ve bu durum verileri inceleme bağlamında artı değer sağlamaktadır.
- Veri gazeteciliği medya alanında özellikle internet haberciliğinde öne çıkmaktadır ve ilgili habercilik alanında verilerin kullanılması dijital medyayla birlikte pratikleşmektedir.
- Gazetecilerin dijital medya alanında teknolojik bilgi ve becerileri gelişmek durumunda olduğu için, veri gazeteciliği daha nitelikli hale gelmektedir ve haberlerin görselleştirilerek hikâyeleştirilmesi mevcut donanımlarla kolaylaşmaktadır.
- Dijital medya ekseninde dijital araçları doğru ve etkin biçimde kullanabilen gazeteciler bu doğrultuda verileri internet ortamında daha hızlı şekilde ayıklayıp analiz edebildiği için, veri gazeteciliği daha nitelikli olarak gerçekleşmektedir.
- Veri gazeteciliği dijital medya ile birlikte medyanın tüm unsurlarında faaliyet alanı kurup yaygın etki uyandırmaktadır. Dolayısıyla hem ulusal düzeyde hem de ulus ötesi bağlamda verilerin sunumu ağ teknolojisiyle global kitlelere aktarılmaktadır.
- Habercilik alanında kaynak erişimi oldukça önemlidir ve bu kaynakları doğrulamak ayrıca gereklilik arz etmektedir. Bu noktada internet gazeteciliği bilgi kirliliğine müsait bir yapı görünümü taşımaktadır. Ancak veri gazeteciliğinde ayıklama ve analiz süreçleri etkin bir biçimde gerçekleştiği için olası dezenformasyon sorunsalı en aza indirgenmektedir ve dijital medya veri gazeteciliğine bu anlamda hareket alanı sağlamaktadır.
- Dijital verilerin yeni medya alanında ve dolayısıyla internet ortamında oldukça kapsamlı bir alan oluşturması veri gazeteciliği için çalışma alanını genişletmektedir. Buna karşın verilerin elde edilmesi ve çeşitlilik sunması söz konusu olduğu için dijital bilgi ve beceriler daha önemli hale gelmektedir.
- Veri gazeteciliğinde sadece yazınsal içerikler değil aynı zamanda görseller, grafikler, nicel veriler ve hareketli görüntüler ele alındığı için; dijital medya tüm bu içerikleri bir arada sunmaktadır. Sonuç olarak veri gazeteciliği dijital medya ile birlikte gazeteciliğin mevcut gerekliliklerini, dijital becerilerini ve verileri elde edip daha sonra hedef kitlelere sunma süreçlerini güçlü bir şekilde yerine getirmektedir.

5. SONUÇ

Veriler medya alanında habercilik faaliyetlerinin başlangıç noktası olarak değerlendirilmekte ve bu veriler üzerinden haberlerin ana çerçevesi kurulmaktadır. Veri gazeteciliği tam olarak bu yaklaşımla hareket ederek verilerle özelden genele gitmekte ve haberleri bu şekilde ortaya koymaktadır. Bu durum geleneksel medya da mümkündür fakat mevcut çalışmada üzerinde durulduğu gibi, dijital medya veri gazeteciliği açısından daha pratik bir alan inşa etmektedir. Öyle ki internet medyasında veriler hızlı bir biçimde elde edilerek ve sonrasında ayıklanarak haberleştirilmektedir. Ayrıca analiz ve doğrulama süreçleri de gerçekleşmektedir ve dijital teknolojilerle haber içeriklerinin görsel yönü öne çıkarılmaktadır.

Netice olarak veri gazeteciliği dijital medyada haber yapım süreçlerini daha hızlı ve etkin bir şekilde kitlelere sunmaktadır ve gazeteciler açısından yeni beceriler gerektirerek hem haberi hem de haberciyi dönüştürmektedir. Araştırma gazeteciliğinde de veri elde etme süreçleri mühim yer teşkil ettiği için veri gazeteciliği bu alanla ilişkilendirilmektedir. Yoğun bilgi içeriği de gazeteciler açısından çalışma alanı sınırlarını genişletmektedir ve veri gazeteciliği minvalinde elde edilen bilgilerin ön aşaması planlı bir şekilde gerçekleştiği için, haberin ana çerçevesi daha doğru ve güçlü düzeyde aktarılmaktadır.

KAYNAKÇA

Agrawal, A. (2020). FDI in Digital Media: A Case for Further Clarification https:// corporate.cyrilamarchandblogs.com/2020/11/ Erişim Tarihi: 08.10.2023.

Akar, E. (2011). Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web'te Pazarlama Stratejileri, Ankara: Efil Yayınları.

Cantekin, B. (2019). Veri Gazeteciliği Nedir? https://www.iienstitu.com/blog/veri-gazeteciligi-nedir Erişim Tarihi: 08.10.2023.

Çetin, B. (2018). Geleceğin Teknolojileri ve Gazetecilik Mesleği Üzerine Etkileri: Büyük Veri, Veri Gazeteciliği, Yeni Yaklaşımlar. Dijital Medya ve Gazetecilik. Konya: Eğitim Yayınevi.

Dağ, P. (2015). Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği. E-Kitap. https://www.academia.edu /16286677/ Erişim Tarihi: 08.10.2023.

Dumanlı Kürkçü, D. (2018). Veri Gazeteciliği: Gazeteciliğin ve Gazetecilerin Geleceği. Kurgu, 26 (3), 101-116.

Howard, A. B. (2014). The Art and Science of Data Driven Journalism. Columbia Journalism School. New York.

Karagöz, S. (2016). Stratejik İletişim Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi ve Medyanın Rolü Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Lorenz, M. (2010). Status and Outlook for Data Driven Journalism. European Journalism Center: Data Driven journalism: What is There to Learn?

Narin, B. Ayaz, B. Fırat, F. ve Fırat, D. (2017). Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği. Online Academic Journal of Information Technology. 8(30), 216-235.

Nasution, A. F. (2019). Araştırmacı Gazetecilikte Veri Gazeteciliği Kullanımı: Panama Belgeleri Konusunda Bir Analiz Çalışması. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.

Olcay, S. (2018). Sağlık İletişiminde Veri Haberciliği. Dijital Medya ve Gazetecilik. Konya: Eğitim Yayınevi.

Savaş, S. (2020). İmaj Üretiminde Dijital Medya'nın Rolü: Kurumların Oluşturmaya Çalıştıkları İmajın Tüketiciye Ne Oranda Yansıdığına Yönelik Bir Çalışma. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Şahin, P. (2019). Bir Gazetecilik Öğrencisinin Veri Gazeteciliği Yolculuğu https:// medium.com/veri-bülteni/veri-gazeteciliğiErişim Tarihi: 12.10.2023.

URL-1: Dijital Medyanın Tarihçesi ve Önemi https://1creativeagency.com/blog/dijital-medyanin-tarihcesi-ve-onemi/ Erişim Tarihi: 08.10.2023.

Ülküsayar, A. B. (2022). Dijital Medya ile Değişen Kültürün Görselleştirme Üzerindeki Etkilerinin Analizi. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kocaeli.

Valeeva, A. (2023). What is Data Journalism? https://school.cabar.asia/en/video/anastasiya-valeeva-what-is-data-journalism/ Erişim Tarihi: 13.10.2023.

Yengin, D. (2012). Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum. İstanbul: Derin Yayınları.

Zinderen, A. (2019). Veri Gazeteciliği ve İnfografik Haber Tasarımına Yönelik Uygulamalı Bir Analiz. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzurum.

SUNU PROGRAMLARININ DEĞERLER EĞİTİMİ KAPSAMINDA KULLANIMI: DİN GÖREVLİLERİ ÖRNEĞİNDE

Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 0000-0002-9903-4176

Mustafa KARTAL

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 0009-0004-5692-4488

Özet

Değişimin dinamosu haline gelen iletişim teknolojileri her alanda olduğu gibi değerler eğitiminde de etkili bir şekilde kullanılmaktadır. İletişim teknolojileri eğitim ve öğretimin hemen her aşamasında iş görmekle birlikte özellikle bilgisayarla entegre sunum teknolojileri vazgeçilmesi güç araçlar haline gelmiştir.

Muhatapların temel, kişisel ve sosyal değerleri keşfetmelerine ve geliştirmelerine yardımcı olmaları için eğitimcilerin farklı deneysel çalışmalar ve pratik yöntemler aracılığıyla muhataplarına ulaşması biçiminde tanımlanan değerler eğitiminde kitle iletişim teknolojilerinden yoğun biçimde faydalanılmaktadır. Mutluluk, dürüstlük, alçakgönüllülük, iş birliği, özgürlük, sevgi, barış, saygı, sorumluluk, sadelik ve birlik gibi değerlerin öğretilmesi aşamasında özellikle görsel materyaller etkili araçlar olarak iş görmektedir. Power point, slide share,scribe ve prezi, gibi sunu programları ve media player, vlc ve flash player gibi video oynatıcı programlar değerler eğitimi sürecinde görsel materyallerin kullanılması için en sık müracaat edilen teknolojilerdir.

Çalışma değerler eğitiminde din görevlilerinin sunu programlarını kullanma pratiklerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu vesileyle Erzurum ilinde görev yapan din görevlilerine hazırlanan anketler aracılığıyla sorular yöneltilmiş, böylece bu programları kullanma durumları tespit edilmiştir. Eğitim, değerler eğitimi, iletişim teknolojileri ve eğitimde teknoloji kullanımının öğrenme sürecine etkisi ve katkısı gibi konular çalışmanın kavramsal çerçevesini belirlerken; sunu ve görsel oynatıcı programlarının değerler eğitimine katkısı ise çalışmanın merkezinde yer almaktadır. Çalışmanın veri toplaması aşaması ise Erzurum İl Müftülüğüne bağlı camilerden rastgele seçilen öğretmenlerle gerçekleştirilen anket yöntemi ile sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Değerler eğitimi, sunu programları, din görevlileri

Giriş

Değerlerin neler olduğu konusunda da farklı yaklaşımlar söz konusudur. Ancak literatürün oldukça geniş bir kısmı değerleri ahlaki, estetik, teorik, iktisadi, politik, sosyal ve dini değerler olmak üzere yedi kategoride irdelemektedir. Bu kategoriyi daha fazla başlıkta irdeleyen bir literatür de söz konudur. Farklı kategorilerde irdelense de sosyal hayatı her açıdan şekillendiren değerlerin nesilden nesile aktarılmasının elzem olduğu yönünde bir konsensüs bulunmaktadır. Hiçbir toplumda insanlar kendiliğinden, doğdukları anda değerlere sahip olmazlar. Aksine belirli bir öğrenme ve aktarma pratiği içerisinde bir değerler sistematiği oluşmaktadır. Değerlerin öğretimi ile ilgili ise literatürde farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu konuda literatür iki farklı kategoride değerlendirmektedir. Birincisi, değerlerin birtakım araçlar vasıtasıyla eğitimine dairken, ikincisi; değerlerin düşünme ve karar verme süreci neticesinde kazanımına ağırlık vermektedir. (Aladağ, 2009, s. 21). Değerlerin eğitimi ve öğretimi noktasında öne çıkan ise araçlar vasıtasıyla doğrudan eğitime yönelik olandır. Daha çok okul ve eğitim kurumları bağlamında bir eğitim durumu söz konusuyken son yıllarda iletişim teknolojilerinin değerler eğitiminde önemi dikkat çekmektedir. İletişim teknolojileri hali hazırda yaşıyor olduğumuz çağda; ekonomik, kültürel, siyasi ve sosyolojik açıdan büyük değişimlere sebep olmuştur. Toplumsal yaşamın bütün dönemlerinde büyük etkisi bulunan iletişim teknolojileri konusunda ilk çalışmalar geneli itibariyle konunun teknik içeriğine yöneliktir. Teknolojinin iyi, kötü ya da nötr olmadığı; teknolojinin başlı başına güç olduğu gerçeğiyle yüzleşildikten hemen sonra konunun eğitimsel açıdan çalışılması gerekliliği de zorunlu hale gelmiştir. Özellikle bilgisayar teknolojisinin eğitimsel anlamda alternatifsizliği bu teknolojiyle beraber işleyen telekominikasyon, sayısal dil, enformasyon ve veri işleme yeniliklerini de eğitimsel alana dahil etmiş ve aynı zamanda yeni eğitim programlarının da bu çerçevede şekillendirilmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır (Yurdigül, Çimen, 2014: 485).

Doğru şekilde verilen eğitimin sadece bireyler için değil bütün toplum için doğru sonuçları doğuracağı öngörüsü ile birlikte değerlerin önemli bir kısmının kazanılması sürecinde okul yaşantısının yanı sıra kendini eğitime adamış kurum kuruluşlar ve sivil toplum örgütlerinin de etkili olduğu görülmüştür. Özellikle dini eğitim veren yapıların değerlerin öğretimi konusunda da çalışmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Daha çok konvansiyonel öğretim yöntemlerinin kullanıldığı bu pratikte iletişim teknolojilerinin etkisi kavranmaya başlamıştır. Yeni neslin iletişim teknolojileriyle olan sıkı irtibatı bunda çok etkili olmuştur. Ancak sadece

öğrenci ya da muhatapların iletişim teknolojilerine adapte olmaları yetmemektedir. Aynı zamanda değerler eğitimini verenlerin de geleneksel alışkanlıkların yanı sıra iletişim teknolojilerine adapte olmaları gerekmektedir. Geleneksel eğitim sürecinde öğrenme kitap, defter, kağıt gibi materyaller ile gerçekleştirilirken, eğitimde yeni iletişim teknolojilerinin ve bu teknolojiye entegre programların kullanılması dijital kültüre meyilli olan öğrencilerin ve eğitimcilerin eğitime bakış açısını ve katılımını etkilemektedir (Yurdigül, Çimen, 2014: 486). Dolayısıyla teknoloji ve değerlerin bütünleştirilmiş bir anlayışla sunulmasının olumlu sonuçlar doğuracağı öngörüsü yapılan bu çalışmanın merkezinde yer almaktadır. Özellikle dini değerlerin eğitimi ve öğretiminde etkili bir kurum olan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın eğitimde iletişim teknolojilerine ne kadar entegre olduğu, bu teknolojilerden faydalanıp faydalanmadığı konusu da bu çalışmayı önemli kılan başlıklardandır.

1. Kavramsal çerçeve

İnsanların huzurlu, sağlıklı ve başarılı yaşamasının temel şartlarından biri olan değer kavramı soyut içeriği ve bütün disiplinlerin söylemleri nedeniyle sadece eğitim camiasında değil, hemen hemen bütün bilimlerde tartışılmaktadır (Yardımcı, 2012:9). Değer kavramı, nesneleri, fikirleri, söylemleri, insan davranışlarını dikotomik perspektifte inceleyen ve önem belirleme noktasında soyut ölçüt olan, bir şeyin sahip olduğu yüksek kıymet ve yararlı niteliği açıklamaktadır (Türkçe Sözlük 2011). Akıl ve ruhun aynı doğrular üzerinde aynı uzlaşımda bulunması anlamına gelen bu kavram, bireylerin olumlu yönde davranış değişikliğini amaçlayan, toplumun çoğunluğu tarafından kabul edilen ortak fikir, hedef ve ahlaki ilkeleri ifade etmek için de kullanılmaktadır (Bolay, 2007:13).

Genel olarak bir nesneye varlığa ya da faaliyete ruhsal, ahlaksal, toplumsal açıdan ya da estetik yönden tanınan önem veya üstünlük derecesi (Öncül, 2000: 19) biçiminde tanımlanabilecek olan değer çeşitli kavramlar bağlamında da ele alınmaktadır. Değer, ahlak, etik, norm, erdem, fazilet, barış ve inanç kavramları zihinde çağrıştırdıkları anlamlar itibariyle giderek önem kazanan söylemler olarak ön plana çıkmaktadır. Eğitim kurumlarının salt akla dayalı rasyonel bilginin sunulduğu, pozitivist söylemlerin işlendiği ve teknik maharetlerin geliştirildiği yerler olmadığı göz önüne alındığında; bu kurumların kültürel edinimlerin anlatılabileceği, ahlaki söylemler doğrultusunda değerlerin oluşturulabileceği, sunulabileceği, geliştirilebileceği ve evrensel boyuta taşıyabileceği yerler olabileceği de dikkate alınmaktadır (Yurdigül, Çimen, 2016:473). Değerlere ilişkin kazanımlar ile toplumun müspet sürekliliği arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Değerlerin önemli bir kısmının kazanılması süresinde eğitim ve öğretimin yanı sıra diğer kurumların değerlere bakış açılarını sistematik hale

getirmeleri de önem arz etmektedir. Değerler eğitiminin sürekliliği ilkesi söylemi gereğince temel amaç; kültürel anlamda sürekliliği sağlayacak değerlerin hem doğru şekilde aktarımını sağlamak hem de (daha önemlisi) bu değerlerin yeni nesillere miras bırakılması hususunda gerekli yöntemleri bulmaktır. Bireylerin öğrenerek sahip olduğu değerler, bu değerlere ilişkin oluşturulan tutumlar ve tutumlar sonucunda ortaya çıkan davranışlar, değerleri soyut alandan somut alana taşımaktadır (Yazıcı, 2014: 211). Somut yaşam alanında gösterge halini alan değerler ise toplumsal yaşamın manevi damarlarını oluşturan ahlaki görünümü sunmaktadır. Değerler toplumun büyük çoğunluğu tarafından kıymete değer görüldüğünden dolayı, değerlere uygun söylem ve davranış tarzlarını gösterenler de toplum tarafından kıymete değer görülmektedir.

Değerler eğitimi konusu sosyal bilimler alnının önemli başlıkları haline gelmiştir. Bireylerin toplum tarafından kabul edilen değerleri öğrenmesi, bu değerleri sorgulaması, sorgulama neticesinde uygun görmediklerini eleştirmesi, var olan değerlerden yeni değerler üretmesi, yaşam tarzını bu değerlere göre oluşturması, değerleri tartışması, paylaşması, davranış tarzı olarak topluma göstermesi maksadıyla açık veya kapalı şekilde verilen eğitime ise değerler eğitimi denilebilir (Yurdigül, Çimen, 2016: 474). Bu anlamda değerler eğitimi sıradan bir eğitim programı olmayıp bilinçli ve anlaşılabilir bir çalışma disiplinidir. Bunun yanı sıra zihinsel açıdan zorlayan, düşünmeye sevk eden, gerekirci bir aklı ön gören, fikir ve olguları değişik biçimlerde ilişkilendiren ve toplumsal değerlerin önemine vurgu yapan eğitim şekli de değerler eğitimi olarak ifade edilmektedir (Özden, 2005:155). Toplumsal değerlerin gruplardan gruplara veya toplum içerisinde zamanla değişime uğrama ihtimali mevcuttur. Ancak geneli itibariyle eğitimi verilen birtakım değerler vardır ki; bunlar (nezaket, adalet, dürüstlük, saygı, sevgi, yardımseverlik, cesaret, çalışkanlık, paylaşma, mutluluk, sabır, sorumluluk, güç, başarı, uyum, özdenetim, acıma, arkadaşlık, güven, umut ve görev bilinci gibi) dünyanın tamamında kabul gören ve evrensel değerler dediğimiz söylemleri oluşturmaktadır (Hökelekli, 2010: 4-10). Değerler eğitiminin temel amacı, dünya insanlığının tamamının asgari müşterek konuda fikir birliğinde bulunduğu ahlaki ve medeni değerleri evrensel anlamda bütünleştirmektir.

İletişim teknolojilerinin genel anlamda eğitim konu kapsamında da değerler eğitimi noktasına işlevselliği de literatürde tartışılmaktadır. Özellikle uzaktan eğitim konulu literatürde iletişim teknolojileri merkezde yer almaktadır. Eğitim teknolojisi, öğrenmenin amaçlı ve kontrollü olduğu durumlarda öğrenmeyle ilgili sorunların analizi ve çözümünde insanları, yöntemleri, düşünceleri, araç-gereçleri ve organizasyonu içeren karmaşık ve tümleşik bir süreci

ifade etmektedir (Ergin, 2000: 28). Dolayısıyla eğitim sürecinin nitelikli olması için temel koşullardan biri, iletişim ve etkileşimin başarılı bir şekilde gerçekleşmesidir.

İletişim teknolojileri, teknolojiye dayalı tüm iletişim araçlarını kapsayan geniş kapsamlı bir kavram olarak kabul edilmektedir. İletişim teknolojileri telgraf, telefon, basın, radyo, televizyon, uydu, veri iletişimi ve bilgisayar teknolojileri, veri tabanları, yerel ve geniş alan ağları ve internet gibi yeni tanımları ve yeni kavramları da beraberinde getirmiştir. İletişim teknolojilerinin hayatımıza girmesi ile yeni kavram ve yaklaşımlar üzerinden yeni tartışma alanları doğmuştur. İletişim teknolojilerinde tanık olunan gelişmeler mobil iletişim, internet tabanlı medya ve sosyal ağlar gibi yeni medya araçlarını da ortaya çıkarmıştır. Yeni iletişim teknolojilerine bakıldığında bu teknolojilerin yalnızca mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir vasıta olarak kalmadığı, bununla birlikte bilginin yeniden üretildiği ve yeni şekillerde sunulduğu ortamlara dönüştüğü görülmektedir (Yurdigül, 2013:102-103). Böylelikle de enformasyon kaynağı tek oluktan değil birden fazla oluktan beslenerek farklılaşabilmektedir.

Sunu programları konusu iletişim teknolojileri ve eğitim başlığında öne çıkmaktadır. Bilgisayar teknolojilerinin ortaya çıkardığı yansıtma temelli bu teknoloji yeni iletişim araçlarının sıklıkla kullandığı programlardır. Herhangi bir konuyu grafik, resim, metin ve ses gibi destekleyici unsurlarla birlikte anlatmamızı sağlayan sunuları hazırlamamız için kullanılan programlara sunu programları denmektedir. Diğer pek çok alanda olduğu gibi eğitim ve öğretim alanında da çok yaygın biçimde kullanılan sunu programları power point, prezi, scribd ve slide share olarak öne çıkmaktadır. Bu programlar üretilen bilginin toplu olarak iletilmesi noktasında iş görmektedir. Üretilen bilginin kitlelere en hızlı ve en kolay yoldan yayılması sürecinde bilgi ve iletişim teknolojileri önemli roller üstlenmiştir. Değerler eğitiminin merkezinde de iletişim teknolojileri bulunmaktadır. İletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerle eğitimde yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Öğrenme sürecine birçok olumlu katkıları olduğu kabul edilen teknolojinin eğitim alanında kullanılması gerekliliği yeni eğitim sistemlerinin de buna göre dizayn etme zorunluluğunu doğurmaktadır. Dolayısıyla yaşamın her alanında değişimin dinamosu haline gelen iletişim teknolojilerinin eğitimde kullanımı büyük önem kazanmış, iletişim teknolojileri aynı zamanda eğitim ve öğretimin vazgeçilmesi zor araçları haline dönüşmüştür (Yurdigül, Çimen, 2014: 473).

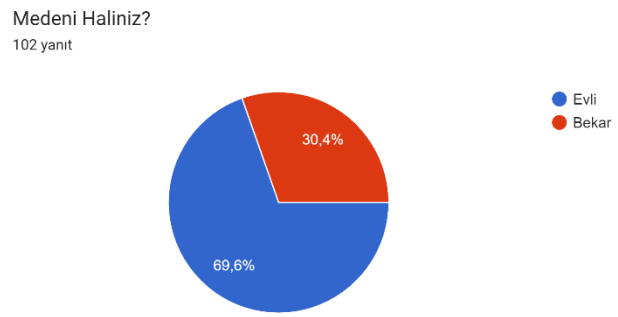
2. Verilerin Analizi

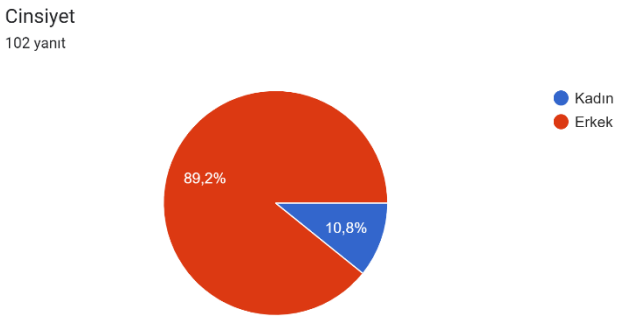
Literatürde alan araştırması olarak geçen yöntem; *"toplumsal olguların alana inilerek sorunu taşıyan, birey, küme ya da topluluklar üzerinde belli araştırma teknikleri kullanarak*

araştırılması" (Aziz, 2008:10) biçiminde tanımlanmaktadır. Çalışma da alan araştırması kullanılmıştır. Ayrıca çok sayıda konu üzerine bilgi edinmeyi sağlayan, bilgiye kolay ve hızlı ulaşılmasını sağlaması (Baş, 2008: 11) açısından çalışmada verilerin elde edilmesi için de anket tekniği uygulanmıştır. Anket formları alana yönelik yapılan literatür taraması göz önüne alınarak hazırlanmıştır.

Çalışmanın evrenini Türkiye Diyanet İşleri Başkanlığında görev yapan imam hatipler ve eğitmenler oluşturmaktadır. Ancak bu tür araştırmalarda evrenin tamamına ulaşarak "tam sayımlı" bir araştırmanın imkansızlığı; araştırma evreninin belli bir kesitinin çalışmaya dahil edilerek sonuçların çalışmanın tümüne genellemesi (Aziz, 2008:49) olarak tanımlanan örneklemi zorunlu hale getirmektedir. Bu noktadan hareketle Erzurum il müftülüğüne bağlı cami ve ibadethanelerde görev yapan imam hatip ve eğitimciler örneklem olarak seçilmiştir.

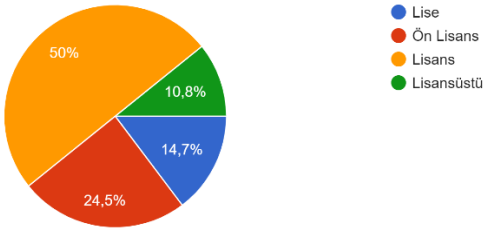
Örneklem grubunda yer alan 102 imam hatip ve eğitmene demografik sorular hariç toplam yirmi iki (22) soru sorulmuştur. Soruların bir kısmı beşli likert ölçeğindedir.





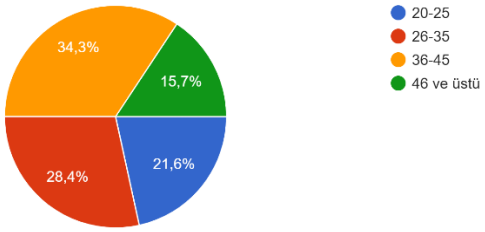
Eğitim Durumu

102 yanıt



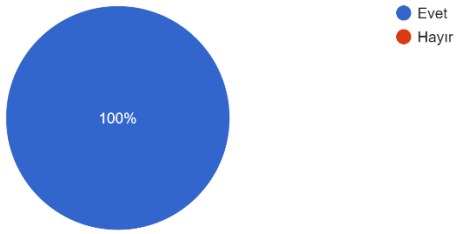
Yaş Aralığı

102 yanıt



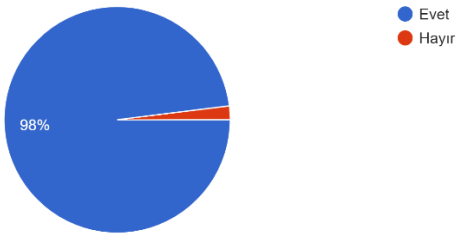
İnternet Kullanıyor musunuz?

102 yanıt



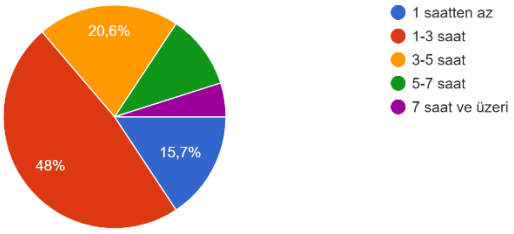
İnternet Erişiminiz Var Mı?

102 yanıt



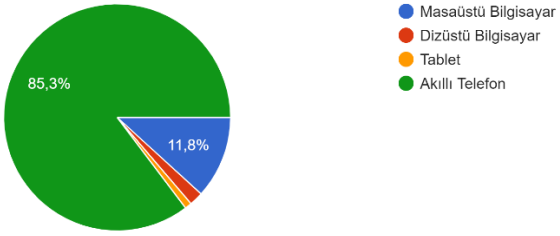
İnternette günde ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

102 yanıt



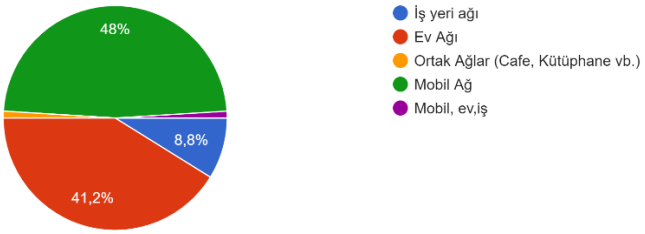
İnternete bağlanırken en sık kullandığınız cihaz hangisidir?

102 yanıt



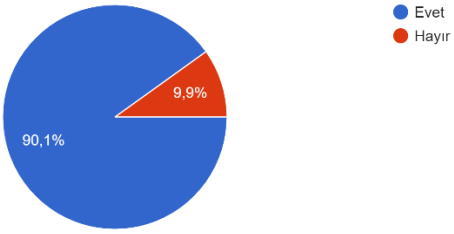
İnternete en çok hangi ağdan bağlanırsınız?

102 yanıt



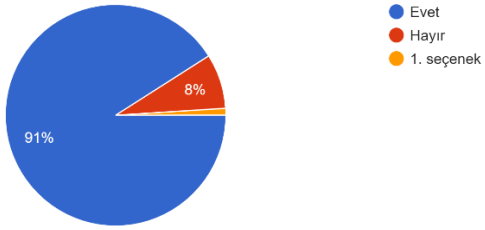
Değerler Eğitiminin Anlatımında Sunu Programlarının Faydalı Olduğunu Düşünüyor musunuz?

101 yanıt



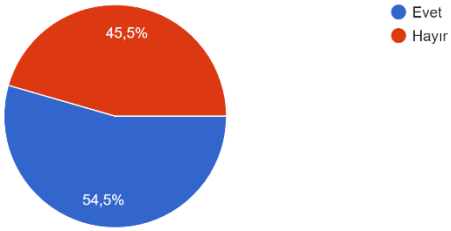
Değerler Eğitiminin Anlatımında Video Oynatma Programlarının Faydalı Olduğunu Düşünüyor musunuz?

100 yanıt



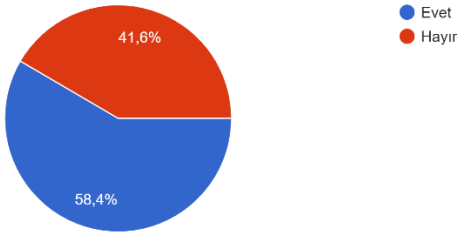
Ders Anlatımı Yaptığınız Dersliklerde Projeksiyon - Akıllı Tahta ve Ses Sistemi Var mı?

101 yanıt



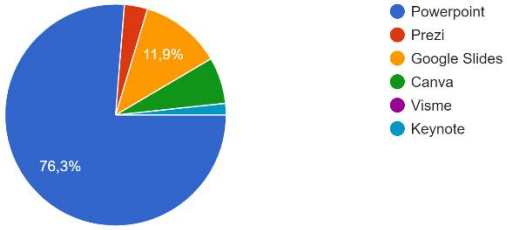
Değerler Eğitiminin Anlatımında Sunu Programlarını Kullanıyor musunuz?

101 yanıt



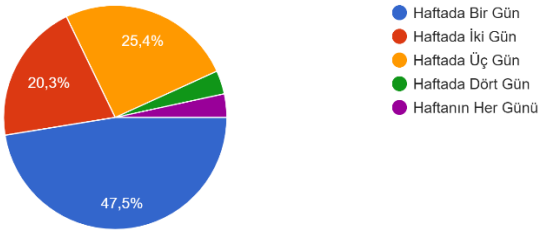
Değerler Eğitimi Anlatımında En Çok Hangi Sunu Programlarını Kullanıyorsunuz?

59 yanıt



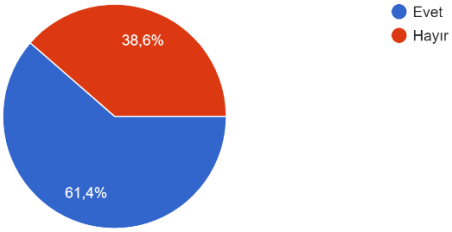
Değerler Eğitiminin Anlatımında Sunu Programlarını Ne Sıklıkta Kullanmaktasınız?

59 yanıt



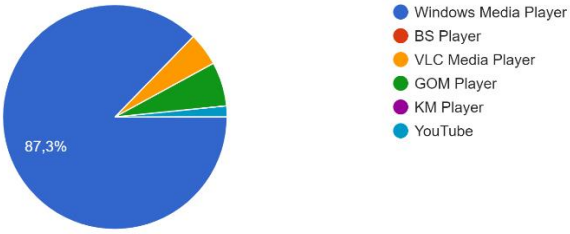
Değerler Eğitiminin Anlatımında Video Oynatma Programlarını Kullanıyor musunuz?

101 yanıt



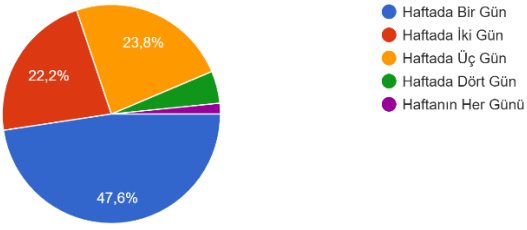
Değerler Eğitimi Anlatımında En Çok Hangi Video Oynatma Programlarını Kullanıyorsunuz?

63 yanıt



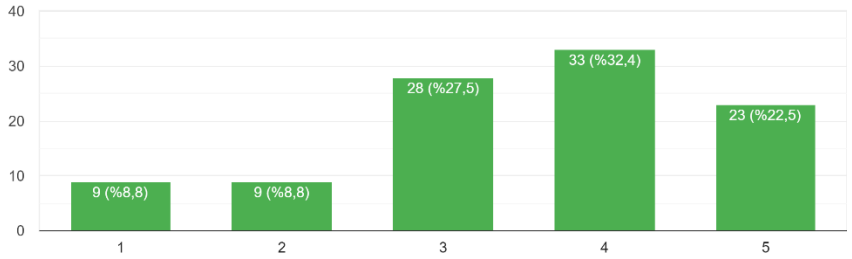
Değerler Eğitiminin Anlatımında Video Oynatma Programlarını Ne Sıklıkta Kullanmaktasınız?

63 yanıt



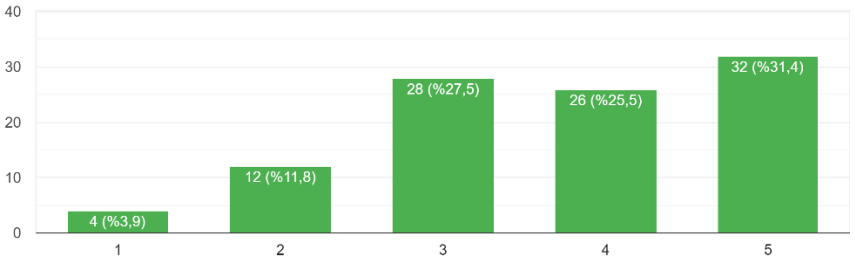
Değerler Eğitiminin Anlatımında Sunu Programlarının Geleneksel Yöntemlerden Daha Etkili Olduğunu Düşünüyor musunuz?

102 yanıt



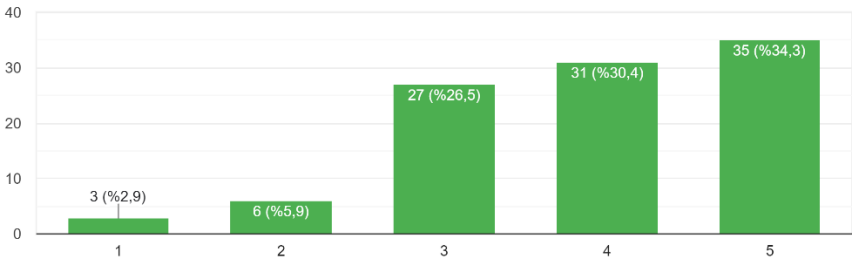
Değerler Eğitiminin Anlatımında Geleneksel Yöntemler ile Sunu ve Video Programları Birlikte Kullanılmalıdır.

102 yanıt



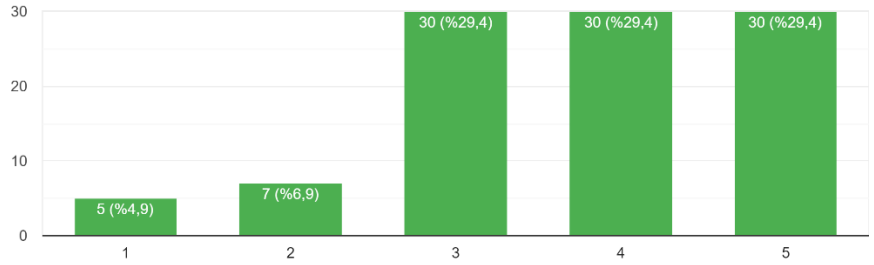
Değerler Eğitimi Anlatımında Sunu ve Video Oynatma Programları ile Paylaşılan Bilgiler Daha Kalıcıdır.

102 yanıt



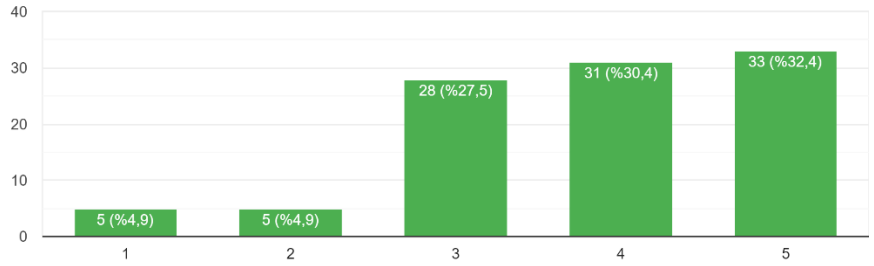
Değerler Eğitimi Anlatımında Sunu ve Video Oynatma Programları ile Yapılan Sunumlar Öğrenci Katılımını Artırmaktadır.

102 yanıt



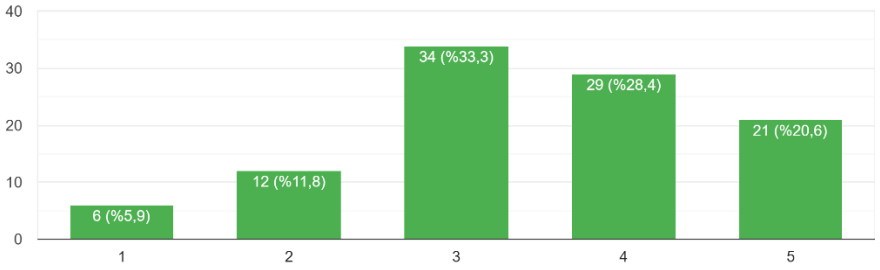
Değerler Eğitimi Anlatımında Sunu ve Video Oynatma Programları Öğrenciyi Derse Motive Etmektedir.

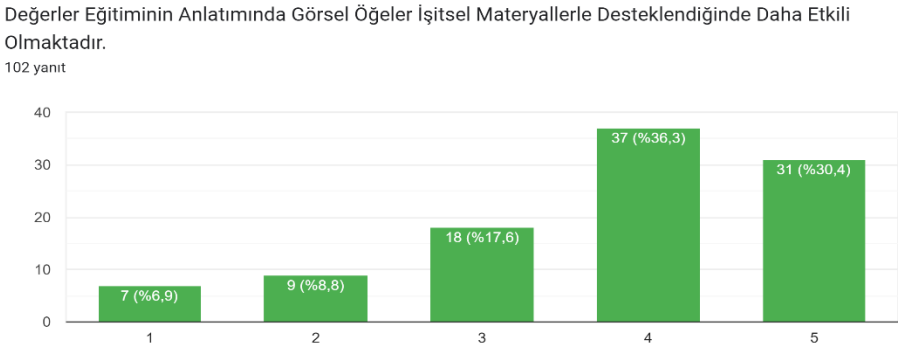
102 yanıt

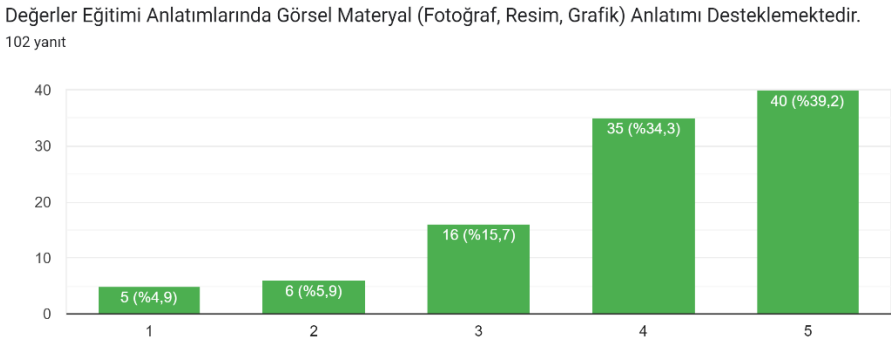


Sunu ve Video Oynatma Programlarını Kapsamlı Bir Biçimde Kullanabiliyorum.

102 yanıt







Bulgular ve Yorum

- Araştırmamızda-yaş aralığı göz önünde bulundurulduğunda- genç imam hatiplerin daha fazla sunum programlarını kullandığı anlaşılmaktadır.
- Çalışmaya katılan imam hatiplerin tamamının internet erişimi vardır. Ve yine imam hatiplerin tamamı interneti kullanmaktadır.
- Değerler eğitiminin anlatımında sunu ve video oynatma programlarının dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerinin önemli bir katkısı olduğu anlaşılmıştır
- Araştırmaya katılan imam hatiplerin üçte ikisi değerler eğitimi anlatımında iletişim teknolojilerinden faydalanmaktadır.
- Araştırmaya katılan imam hatiplerin büyük bir kısmı değerler eğitiminin anlatımında sunu ve video programlarının geleneksel yöntemlerden daha etkili olduğunu düşünmektedir.
- Değerler eğitimin anlatımında Microsoft'un kendi sunu programı olan Power Point geneli itibariyle daha çok kullanılmaktadır.

- İmam hatiplerin konu anlattığı camilerin büyük bir çoğunluğunda yeni iletişim teknolojilerinin kullanımına olanak sağlayan fiziksel ortam ve koşulların mevcut olmadığı anlaşılmaktadır.
- Değerler eğitimi anlatımı yeni iletişim teknolojileriyle anlatıldığında hem görsel hem de işitsel materyallerin kullanımının beklenenen amaca ulaşılmasında daha etkili olacağı düşünülmektedir
- Değerler eğitimi anlatımında sadece videoların değil bunun yanı sıra diğer görsel materyallerin de ders anlatımına katkı sağlayacağı görüşü hâkimdir.
- Teknolojik yaşamın toplumsal yaşama olumsuz etkileri görünmeye başladıktan hemen sonra değer, ahlak, etik, norm, erdem, fazilet, barış ve inanç gibi kavramlar özellikle aile ve değerler eğitimi için giderek önem kazanan kavramlar olarak gündeme gelmiştir.
- Doğru şekilde verilen eğitimin sadece bireyler için değil bütün toplum için doğru sonuçları doğuracaktır.
- Değerlerin önemli bir kısmının kazanılması sürecinde aile ve okul yaşantısının, dolayısıyla eğitim ve öğretimin rolü kavranmıştır.
- Bireylerin iletişim teknolojilerine adapte olmaları değerler eğitimi açısından önem arz etmemektedir.
- İmam hatiplerin tecimsel alışkanlıklardan vazgeçerek yeni iletişim teknolojilerine uyum sağlamaları gerekmektedir.
- Teknoloji ve değerlerin bütünleştirilmiş bir anlayışla sunulmasının olumlu sonuçlar doğuracağı öngörüsü yapmış olduğumuz çalışmanın en önemli sonucudur.

Kaynakça

Aladağ, S. (2009). İlköğretim Sosyal Bilgiler Öğretiminde Değer Eğitimi Yaklaşımlarının Öğrencilerin Sorumluluk Değerini Kazanma Düzeyine Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Aziz, A. (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Ankara: Nobel Yayınları.

Baş, T. (2008). Anket, Anket Nasıl Hazırlanır, Uygulanır, Değerlendirilir, Ankara: Seçkin Yayınları.

Bolay, S, H. (2007). Değerlerimiz ve Günlük Hayat, Değerler Eğitimi Dergisi,1(1).

Ergin, A. (2002). Öğretim Teknolojileri ve İletişim. Anı Yayıncılık, Ankara.

Hökelekli, H.(2010). Değerler Eğitimi, Eğitime Bakış Dergisi,6(18).

Öncül, R. (2000). Eğitim Ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

Özden, Y. (2005). Eğitimdeki Yeni Değeler, Ankara: Pegem Yayıncılık

Büyük Türkçe Sözlük (2011). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Yardımcı, A. (2012). Değerler Eğitimiyle Erdemli Yolculuk, İstanbul: Cihan Yayınları.

Yazıcı, M. (2014). Değerler ve Toplumsal Yapıda Sosyal Değerlerin Yeri, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s: 209-223

Yurdigül, Y., Çimen, Ü. (2014). İletişim Teknolojilerinin Kullanımının Değerler Eğitimine Katkısı, IIIrd INTERNATIONAL EURASIAN EDUCATIONAL RESEARCH CONGRESS, BİLDİRİ KİTABI, Muğla.

Yurdigül Y. (2013). Habercinin Kimliği- Türkiye'de Haber Emekçilerinin Demografik Haritası, İstanbul: Arı Sanat Yayınlar.

TELEVİZYONLARDA YAYINLANAN DİNİ İÇERİKLİ PROGRAMLARIN MANEVİ DANIŞMANLIK VE REHBERLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ

Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 0000-0002-9903-4176

Mustafa KARTAL

Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 0009-0004-5692-4488

ÖZET

Manevi danışmanlık ve rehberlik sosyal hayatta sorunlarla karşılaşan bireyin ruhsal durumunun dengelenmesi noktasında iş görmesi için ortaya çıkan kavramlardır. Bilimsel olarak psikolojik danışmalık ve rehberlik alanından esinlenerek kavramsal bir zemine oturtulan manevi danışmalık ve rehberlik son zamanlarda teoride ve pratikte gündemde olan bir konudur. Yabancı kaynaklarda manevi danışmanlık ve rehberlik konusu teoloji disiplininin sosyal hayatta dinle alakalı karşılaşılan durumlarda öne çıkmaktadır. Bilimsel olarak psikolojik danışmalık ve rehberlik alanından esinlenerek kavramsal bir zemine oturtulan manevi danışmalık ve rehberlik son zamanlarda teoride ve pratikte gündemde olan bir konudur.

Din konusu hayatın her aşamasına sirayet etmiş olsa da temel itibariyle nelerin yapılıp yapılmayacağına yönelik birtakım yasaklar ve önerileri de beraberinde getirmektedir. İşte bu noktada İslam dinini yaşayan ya da daha kaliteli bir şekilde yaşamak isteyen sıradan kişilerce bir üst makama, otoriteye başvurma; onun tarafından söyleyenleri yapma ya da yapmama gibi manevi anlamda sorma, danışma gibi bir gereksinim ortaya çıkmaktadır. Bu gereksinim ise çoğu zaman kitle iletişim araçları üzerinden giderilmeye çalışılmaktadır. En yaygın kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonda hazırlanıp sunulan programlarla topluma manevi danışmanlık ve rehberlik hizmeti verilmektedir. Ancak bu programlar aracılığı ile sunulan içeriklerin ne derece doğru, güvenilir ya da itibar edilmesi gerektiği çoğu zaman tartışma konusu olmaktadır. Buradan yola çıkan çalışma; televizyon programları aracılığıyla sunulan içeriklerin manevi değerler ve rehberlik etme noktasındaki gereksinimleri yerine getirip getirmediği sorununu tartışmayı amaçlamaktadır. Manevi sosyal hizmetler, manevi insan modeli, koruyucu manevi sosyal hizmetler ve pozitif sosyal hizmetler gibi konular ışığında kavramsal bir çerçeve oluşturacak olan çalışma; manevi danışmanlık kavramını oluşturan kategorileri cuma gecesi yayınlanan dini içerikli programlarda arayacaktır. Seçilen programlara uygulanacak içerik analizi araştırma yöntemiyle de dini içerikli televizyon programlarının manevi danışmanlık ve rehberlik örneği olarak değerlendirilmesi durumu ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Manevi Danışmanlık ve rehberlik, Medya, Televizyon

ABSTRACT

Spiritual counseling and guidance are concepts that emerged to help balance the mental state of the individual who encounters problems in social life. Spiritual counseling and guidance, scientifically inspired by the field of psychological counseling and guidance and placed on a conceptual basis, is a topic that has been on the agenda recently in theory and practice. In foreign sources, the subject of spiritual counseling and guidance comes to the fore in situations related to religion in social life of the discipline of theology. Spiritual counseling and guidance, scientifically inspired by the field of psychological counseling and guidance and placed on a conceptual basis, is a topic that has been on the agenda recently in theory and practice. Although the issue of religion has spread to every stage of life, it also brings with it some prohibitions and suggestions about what can and cannot be done. At this point, ordinary people who practice the religion of Islam or want to live in a better quality should not appeal to a higher authority or authority; There arises a need to ask and consult in a spiritual sense, such as doing or not doing what is told by him. This need is often tried to be met through mass media. Spiritual counseling and guidance services are provided to the society through programs prepared and presented on television, one of the most widespread mass media. However, it is often a matter of debate how accurate, reliable or trustworthy the content offered through these programs should be. The study based on this; It aims to discuss the problem of whether the contents presented through television programs meet the requirements in terms of spiritual values and guidance. The study will create a conceptual framework in the light of issues such as spiritual social services, spiritual human model, protective spiritual social services and positive social services; will search for the categories that constitute the concept of spiritual counseling in religious programs broadcast on Friday nights. By using the content analysis research method to be applied to the selected programs, it will be tried to reveal whether television programs with religious content can be considered as examples of spiritual counseling and guidance.

Key Words: Spiritual Counseling and Guidance, Media, Television

Giriş

Manevi danışmanlık ve rehberlik konusu teoloji disiplininin sosyal hayatta dinle alakalı karşılaşılan durumlarda öne çıkmaktadır. Bir anlamda sosyal hayatta sorunlarla karşılaşan bireyin ruhsal durumunun dengelenmesi noktasında iş görmesi için ortaya çıkan bir kavramdır. Bilimsel olarak psikolojik danışmalık ve rehberlik alanından esinlenerek kavramsal bir zemine oturtulan manevi danışmalık ve rehberlik son zamanlarda teoride ve pratikte gündemde olan bir konudur.

İlgili literatüre bakıldığında konu ile alakalı yabancı kaynaklarda psikolojik rehberliğe ilişkin kaynaklar yoğun olsa da manevi danışmalık boyutunda çok fazla eser bulunmamaktadır. Türkçe eser ise gerçekleştirilen birkaç sempozyum ve Diyanet İşleri Başkanlığı'nın birkaç yayını ile sınırlıdır. Medya'nın manevi danışmanlık boyutuna ilişkin literatür ise hem yabancı hem de Türkçe literatürde yok denecek kadar azdır.

Dini bilgilerin öğrenilmesinde, aktarılmasında, yaşanmasında ve gerçekleşmesinde günümüzde medya büyük bir önem arz etmektedir. Medya, insanların bilgi, algı ve yaşamlarını etkileme ve yönlendirme gücünü özellikle televizyon yayınlarında göstermektedir. Muhakkak ki yapılan programlarda izleyicilerin görüşlerine, sorularına, katılımcıların dinle ilgili tutumlarına ve dini yaşayışını nasıl yaşadıklarını araştırmayı gerekli kılmaktadır.

Ülkemizde yaşayan Müslümanların yaşamlarında karşılaştıkları sorunları, televizyon programları aracılığıyla sunulan içeriklerin manevi değerler ve rehberlik etme noktasındaki gereksinimleri yerine getirip getirmediği sorununu amaçlamaktadır.

Manevi danışmanlık ve rehberlik konusunda öne çıkan kurumlara bakıldığında cezaevleri, rehabilitasyon merkezleri, huzurevleri, esirgeme yurtları gibi sosyal yaşamın merkezinde yer alan kurumları görmekteyiz. Bu açıdan bakıldığında çalışmanın evreni oldukça geniş görünmektedir. Ancak çalışma televizyonda yayınlanan programların manevi danışmanlık ve rehberlik noktasındaki işlevlerine odaklanmaktadır. Bu açıdan televizyon programlarındaki dini içerikli bütün programlar çalışmanın evrenine tekabül etmektedir. Ancak çalışma bağlamında analiz edilecek programlar Cuma gecesi yayınlanan dini içerikli programlardır. Esasen çalışmanın dar evreni de Cuma gecesi yayınlanan dini içerikli tv programlarıdır. Çalışmada analiz edilecek programlar ise "Nihat Hatipoğlu ile Dosta Doğru" "Mustafa Karataş ile Muhabbet Kapısı" Bu programlar amaçlı örneklem belirleme metodu ile seçilmiştir. Bu programlardan ikisi de ulusal yayın yapan televizyon kanalında yayınlanmaktadır.

MANEVİ DANIŞMANLIK VE REHBERLİK KAVRAMI VE TARİHÇESİ

İnsanı genel yapısı itibariyle fiziksel, psiko-sosyal ve manevi olmak üzere üç başlık altında toplamak mümkündür. Dolayısıyla insan kendi yaşamını idame ettirmek için, bu boyutların her birindeki ihtiyaçlarını gidermek durumundadır. Yine bu boyutlarda ortaya çıkan problemleri aşmak ve onların üstesinden gelebilmek için birtakım desteğe ihtiyaç duymaktadır. Fiziksel boyutu yani bedendeki problemleri çözmek için hekimler kişiye hizmet sunarken psiko-sosyal boyutta yaşanan güçlükleri aşmada psikolojik danışman, psikolog ve psikiyatrlar hizmet vermektedir. İnsanın manevi boyutundaki yani önem, anlam ve inanç dünyasında yaşadığı zorlukların üstesinden gelmesine yardımcı olma görevi ise manevi danışmanların uhdesine verilmiştir.[1] Bu nedenle insanın manevi dünyasının sağlıklı olması, yapısını bozacak durumlardan onun korunması ve ruhsal boyutlarda ortaya çıkan problemleri aşmaya yardımcı olunması, dinlerin ve tinsel öğretilerin temel hedeflerinden biri olmuştur.

Özü itibariyle din, insanın manevi dünyasının imarına yönelik en kadim oluşumdur. Temel yapısı itibariyle insanın deruni boyutunu ilgilendiren duygu, eylem ve tecrübelerden müteşekkil olan din[2], insanın ruhsal dünyasını imar eden en birincil araç olmuştur. Bununla birlikte son yüzyıllarda daha bilimsel ve teknik yöntemlerle insanın manevi dünyasına yönelik dokunuşlar ve yaşadığı krizleri atlatmak için ona yardım edecek bir rehberlik yapma gayesiyle manevi danışmanlık ve rehberlik adıyla bir disiplin oluşturulmuştur.

Manevi danışmanlık ve rehberlik ifadesinden ne anlaşılması gerektiğini açıklamadan önce maneviyat kavramının tanımlanmasının önemli olduğu aşikârdır. Günümüzde psikoloji literatürü içerisinde yeniden tanımlanma sürecinde olan maneviyat kavramı, Türkçe'de farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Aslen Arapça bir kelime olan maneviyat, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre iki anlama gelmektedir. Bunlardan ilki, "maddi olmayan, manevi seyler" anlamında olup tanımda geçen manevi sözcüğünün anlamı ise "görülmeyen, duyularla

[1] Manevi Danışmanlık ve Rehberlik Hizmetleri Temel Bilgiler Kılavuzu, Düzgüner, Ayten, s. 35
[2] The Letters of William James, s.42

sezilebilen, soyut, ruhani, tinsel, maddi karşıtı" olarak verilmiştir. Maneviyat kelimesinin Türk Dil Kurumu sözlüğünde yer alan diğer bir anlamı ise, "yürek gücü, moral"dir[3].

Genel bir tanımlama yapılacak olursa manevi kelimesinin "madde ile alakası olmayıp, ruha, batına, manaya, içe ait olan; cismani ve maddi olmayan" şeylere karşılık geldiği ifade edilebilir[4]. Dolayısıyla bu kavram, gözle görülüp elle tutulamayan, madde ve cisimle ilgisi bulunmayan her bir şeyi kapsamaktadır[5]. Bu kadar geniş bir alanı tanımlamak için de çoğunlukla "soyut, maddi olmayan; içlek, tinsel, içe değin, içle ilgili; anlamla ilgili"[6], "ancak duyularla sezilebilen, içsel olan"[7] gibi açıklamalar kullanılmıştır.

'Genel olarak sözlüklerde yer alan bu açıklamaların yanı sıra maneviyat kelimesi için hemen her sözlükte yer alan bir diğer anlam da "moral kuvveti, yürek gücü, cesaret" gibi açıklamalardır. Bu ifadelere bakılarak maneviyat kavramının, dinin, psikolojinin, ahlakın tasavvufun kesiştiği bir alana sahip olduğunu söyleyebiliriz. Diğer yandan bu farklı anlamlar, maneviyatın çok boyutlu ve çok yönlü bir kavram olduğunu ortaya koymaktadır.'[8]

Doğan ise maneviyat kavramını şu şekilde açıklar: *'Maneviyat (Spirituality), insan varlığının fiziksel ve materyal yönünün ötesine geçen, bireyin kişiliğinde somutlaşan bir güç veya varlık bilinci, evrene derin bir bağlılık ve bütünlük duygusu olarak tanımlanabilir. Maneviyat kavramı bizimle birlikte bütün varlıklarla bağlantılı büyük bir gücü; umut ve iyimserliği; yaşamın anlamı ve amacını, sevgi ve sevecenliği; ahlak ve etik değerleri içerir.'*[9]

Bu açıklamalardan anlaşıldığı kadarıyla maneviyat; Tanrı inancını, bireyin kendini evrenin bir parçası olarak görmesini ve onunla bütünleşmesini, diğer bir deyişle bireyin iç dünyasını kapsayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.[10]

Manevi danışmanlık ve rehberliğin tanımında ise farklı kaynaklarda farklı tanımlara rastlamak mümkündür. Altaş'ın aktardığı bilgiye göre Amerika Birleşik Devletleri'nin Pensilvanya eyaletinde hazırlanmış olan bir yasa tasarısında Meadow ve Kahoe (1984) şöyle bir tanımlamada bulunur*: "Manevi danışmanlık, davranış uyumunu ve davranış değişikliğini kolaylaştırmak gayesiyle, dini kaynakları ve danışma tekniğini kullanmak suretiyle kişinin bizzat kendisiyle ve kişiler ile olan ilişkilerinde işlev bozukluğuna yol açan duygusal rahatsızlıkların teşhis ve tedavisidir.".*[11]

Karaca'ya göre ise manevî danışmanlık, bireyin dinî yaşantısında karşılaştığı problemlerin, çağın gereklerine, dine ve bilimsel akla uygun, yaşadığı devrin ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte, kişinin çevre ile uyumunu sağlayan, sosyalleşme sürecine katkıda bulunan, dinî veya dinî olmayan her alanda kendini gerçekleştirmesine olanak sağlayan, uzman kişilerce verilen psikolojik yardımlardır.[12]

Manevi danışmanlık ve rehberlik, danışanların inanç dünyalarının hayatlarına ve davranışlarına etkilerini fark etmelerine destek olan ve onların din veya maneviyatla ilişkilendirdiği sorunlarıyla başa çıkmalarında hem modern danışma tekniklerini hem de dinî

[3] Toparlı, 2005: 1339
[4] Topsakal ve Çelik, 1996: 1898
[5] Ayverdi, 2005: 1928
[6] Tuğlacı, 1979: 1844
[7] Püsküllüoğlu, 2004: 657
[8] Maneviyat Algısı Ve Diğerkâmlıkla İlişkisi, Düzgüner, s.10
[9] Doğan, 2004, s. 13-14
[10] Doğan, 2004, s.36
[11] Altaş, 2000, s.339
[12] Karaca, 2010, s.17

ve manevi yöntemleri birlikte kullanan bir meslek alanıdır.[13] Bu noktadan bakıldığında manevi danışmanlık ve rehberlik, danışanın iç dünyasındaki dinamikleri harekete geçirmek ve kendi manevi donanımlarıyla ona yol göstermek olarak da tanımlanabilir.

Manevi danışmanlık ve rehberlik bir disiplin olarak yakın tarihte ortaya çıkmış olsa da, onu işlevsel açıdan insanlık tarihiyle eşdeğer bir durum olarak değerlendirmek mümkündür. Nitekim Hz. Âdem'den itibaren peygamberler başta olmak üzere salih insanlar ve din adamları insanların ruhsal krizlerine rehberlik etme ve çözüm üretme hususunda öncü danışmanlar olmuşlardır. Nitekim tarihî seyirlerine bakıldığında dinlerin, insanın akıl ve deneyimle cevap bulamadığı birtakım soru ve sorunlarına cevaplar sunmak suretiyle, sadece metafizik sistemler vücuda getirmedikleri, hem bireysel hem de toplumsal hayata dokundukları ve insanın her tür düşünce ve davranışına hâkim olan bir dünya görüşü ve bir değerler sistemi oluşturdukları görülür.

'Dinin oluşturduğu bu görüşün ve hedeflerinin doğru olarak anlaşılmasının da ancak insanın ve onun değerlerinin tanınmasıyla mümkün olacağı açıktır. Bu nedenledir ki insanın ve değerlerinin anlaşılmasına yönelik arayışın, sadece psikolojinin değil, psikanalizden psikiyatriye, felsefeden sosyolojiye ve edebiyattan dine kadar çeşitli alanların problemi olduğu görülmektedir Çünkü insan kendisiyle, diğer insanlarla, toplumla, doğayla ve Tanrıyla ilişki içindedir Bu ilişki biçimleri değerlerin oluşması, gelişmesi, değişmesi ve devamına etkide ve katkıda bulunur. Bütünüyle hiçbirisinin dışında kalınamayacak olan bu psikolojik, sosyo-kültürel ve metafizik çevreler göz önüne alındığında, değer kavramının farklı düşünce disiplinleri tarafından ele alınması şaşırtıcı değildir. '[14]

'Modern anlamda dinin ibadethane dışı hizmetler yoluyla birey ve toplum sorunlarına çare aramada etkin faktörlerden birisi olarak dikkate alınması yönünde ilk bilimsel ve kurumsal çalışmalar Batı ülkelerinde gerçekleştirilmiştir. Hastalara Profesyonel Dini Bakım Servisleri yirminci yüzyılın ilk yarısında ABD'de geliştirilirken günümüzde aynı ülkede eyaletlere göre değişmekle birlikte yüzün üzerinde kapasiteye sahip hastanelerde tam zamanlı bir din görevlisi görevlendirilmektedir. Belçika'da ise 1970 yılına gelindiğinde konunun teorik ve hukuki altyapısı büyük oranda hazırlanmış ve hastaların kendisi ve yakınlarına manevi destek sunmak üzere hastanelerde din görevlisi görevlendirilmesi başlamıştır. Hollanda, Almanya, İngiltere ve Fransa gibi ülkelerde ülkenin kendi din hizmetleri politikaları doğrultusunda hastane, cezaevi, huzur evleri ve diğer sosyal hizmet alanlarında dini danışma ve rehberlik hizmetleri farklı biçimlerde yapılandırılmıştır. Buralarda hizmet verenler genel bir teoloji yükseköğrenimine ilave olarak farklı düzeylerde modern psikoloji, danışmanlık ve sosyal hizmet eğitimi alarak sosyal ilahiyatçı, manevi danışman olarak çalışmaktadırlar. '[15]

Manevî danışmanlık Batı'da pastoral bakım/danışmanlık olarak başlamıştır. Pastör sözcüğü, İngilizcede "rahip, papaz, din adamı" anlamlarına gelmekte, Türkçede ise "vaiz" anlamına gelmektedir. Bu bağlamda Batı'da "pastoral counselling, pastoral care" olarak adlandırılan bu disiplin, ülkemizde "vaizsel danışmanlık", "dinsel danışmanlık" ya da "dini danışmanlık" şeklinde adlandırılarak akademik çalışmalarda yerini almıştır.[16]

[13] Url 1
[14] Mehmedoğlu, Ali Ulvi. Din, Dindarlık ve Değerler, s.174
[15] Url 1
[16] Özdoğan, 2006, s.47

'Batı'da, özellikle egemen din olan Hıristiyanlık merkezli verilen manevî danışmanlık hizmetleri, genellikle din adamlarının çalıştıkları kiliselerin dışında, huzurevi, hastane ve cezaevi gibi kurumlarda, dini ritüellerin (günah çıkarma, vaftiz edilme, nikâhın kutsanması ve cenaze hizmetleri kapsamında ölenlerin ailelerini teselli etme vb.) gerçekleştirilmesi üzerine uygulanmaktadır. Hıristiyanlık dini çerçevesinde yapılan manevî danışmanlık hizmetlerinin temelinde, psikolojik danışmanlık teknikleri kullanılarak, danışanların günah çıkarmalarını sağlamak ve ruhsal sağaltımı gerçekleştirmek yer almaktadır. Başlangıçta Hıristiyanlık dini özelinde gerçekleşen manevi danışmanlık uygulamaları, birçok batı ülkesinde ihtiyaca binaen İslam ve Musevilik gibi diğer dinlerinde imam, haham gibi meslek mensuplarının yetkilendirilerek bu hizmeti yapmaya başlamışlardır. Bu bilgiye dayanarak herhangi bir din ve/veya dinsel ortamla sınırlandırılmaması gereken manevî danışmanlık, dinsel ve ruhsal problemlerin çözümünde kullanılan bir çeşit uygulamalı terapötik danışma sürecini ifade eder.'[17]

Batı'da nispeten belli bir zemine istinat etmiş olan manevi danışmanlık ve rehberlik uygulamaları, disiplin olarak bu alana henüz yeni adım atma çabasında olan ülkemizde net bir zemine oturtulmuş değildir. Kendine has birtakım dinamikleri olan ülkemizde manevi danışmanlığı kurumsallaştırma gayretleri sancılı bir süreci de beraberinde getirmiştir. Manevi danışmanlık ve rehberlik uygulamalarına muarız olanlar; yapılan bu hizmetin danışanı dindarlaştırma ve dine yönlendirme amacı taşıdığını, manevi danışmanların yetki çerçevesinde bulunmamasına rağmen terapi yaptığını söyleyerek birtakım itirazlar dillendirmişlerdir. Öne sürülen itirazlar içerisinde en çok dile getirilen husus, manevi danışmanların psikolog veya psikiyatristler gibi bilimsel eğitim almadıkları ve danışana nasıl yaklaşılması gerektiği ile alakalı yöntem ve tedavi yollarından habersiz olduklarıdır. Manevi danışmanlık hizmetini savunanlar ise bu itirazları yersiz ve temelsiz kabul etmekle birlikte manevi danışmanlık ve rehberliğin görev ve yetki tanımı, kaynak ve yöntemleri, kavramsal çerçevede isimlendirme gibi konularda tam olarak fikir birliğine varamamışlardır.[18] Gerek halk nezdinde gerekse akademik dünyada ortaya çıkan bu belirsizlik, manevi danışmanlığın genel çerçevesini, tam olarak neyi ifade ettiğini, neden ve hangi durumlarda gerekli olduğunu, birçok ruh bilimi (psikiyatri, psikoterapi, danışma ve klinik psikoloji v.b) varken manevi danışmanların onlardan farklı hangi görevi ifa ettiğini, irşat ve tebliğden hangi yöntem ve usul ile ayrıldığını açıklığa kavuşturmayı zorunlu hale getirmiştir.[19] Belki de bunlardan daha da mühim olanı, manevi danışmanlığın görev çerçevesini tam olarak çizmek adına hangi görevleri yerine getirmediğini ortaya koymanın mecburi hale gelmiş olmasıdır.

Her ne kadar manevi danışmanlık ve rehberlik ülkemizde bu şekilde bir tartışmanın konusu olsa da, resmi olarak bu görev 633 sayılı kanuna eklenen maddelerle Diyanet İşleri Başkanlığı'nın uhdesine verilmiştir. İlgili maddelerde bu görev şu şekilde tanımlanmıştır: *'Öğrenci yurtları, eğitim kurumları, gençlik merkezleri ve kampları, ceza infaz kurumları, sağlık kuruluşları, sosyal hizmet kurumları ve benzeri yerlerde işbirliği esasına göre manevi danışmanlık ve din hizmeti sunmak.'* (Değişik: 2/7/2018 – KHK/703/141 md.) *'Göçmen, engelli, bağımlı gibi desteğe muhtaç kesimlere yönelik manevi danışmanlık hizmetleri yürütmek.'* (Değişik: 2/7/2018 – KHK/703/141 md.)[20]

[17] Manevi Danışmanlık Ve Varoluşçu Psikoterapi, s. 7
[18] Kılınçer, 2017
[19] Söylev, 2015
[20] Url 2

Maddelerden de görüleceği üzere bu vazifenin manevi desteğe ihtiyacı olan pek çok kesime ve kuruluşa yönelik icra edilmesi ön görülmüştür. '*Diyanet İşleri Başkanlığının Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki ilgili Kanun göçmen, engelli, bağımlı gibi desteğe muhtaç kesimlere yönelik manevi danışmanlık hizmetleri yürütmeyi, aile, kadın ve çocuğa ilişkin destek hizmetlerini ve öğrenci yurtları, eğitim kurumları, gençlik merkezleri ve kampları, ceza infaz kurumları, sağlık kuruluşları, sosyal hizmet kurumları gibi yerlerde iş birliği esasına göre manevi danışmanlık hizmeti sunmayı Diyanet'in görevleri arasında saymaktadır. Diyanet bu görevlerini ilgili kuruluşların ve hizmet alanlarının bağlı olduğu devlet kurumları ile bir dizi protokol gerçekleştirerek yürütmektedir. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile 2018'de gerçekleştirilen yürürlükteki protokolde Bakanlığa bağlı birimlerde aile yapısı ve değerlerinin korunması, aile, kadın, genç, yaşlı ve dezavantajlı bireylerin sorunların giderilmesine yönelik manevi destek, dini rehberlik ve değer eğitimi sunmak Başkanlığın sorumluluklarından kabul edilmektedir. Sağlık Bakanlığı ile 2015 yılında gerçekleştirilen güncel protokolde ise hastalara, hasta yakınlarına ve hastane personeline içinde bulundukları şartları dikkate alarak moral, motivasyon ve manevi destek sağlayacak ve dini ve manevi konularda danışmanlık yapacak personeli Bakanlığın talebi doğrultusunda görevlendirmek Başkanlığın görevleri arasında sayılmaktadır. Adalet Bakanlığı ile Başkanlık arasında gerçekleştirilen güncel (2019) protokolde ise Bakanlığın hizmet alanındaki bireylere din hizmeti, dini ve ahlaki eğitim, manevi danışmanlık ve rehberlik hizmeti sunularak toplumda suç oranının azaltılmasına yönelik çalışmaları yürütecek personel görevlendirmeleri Başkanlığın sorumluluğuna verilmiştir.'*[21]

Tarihi sürece bakıldığı zaman aslında Diyanet İşleri Başkanlığı'nın resmi olarak bu görevi uhdesine almadan önce de manevi danışmanlık vazifesini, ülkenin en ücra köşelerine kadar müezzin, imam, vaiz ve müftü gibi din hizmetleri alanında yetkin olan personeli ile yürüttüğüne şahit olunabilir. Nitekim müezzinler, imamlar, din âlimleri, hocalar, müftüler Müslüman toplumunun manevi ihtiyaçlarına cevap veren önemli figürlerdir. Bu kişiler, İslami prensiplere dayalı öğütler, nasihatler ve rehberlikler sunarak insanları Allah'a yaklaşmaya, ahlaki değerleri yaşamaya ve ruhsal yönden gelişmeye teşvik ederler.

Bu kişiler birer manevi danışman olarak, Müslüman bireylerin ve toplulukların dini inançlarını ve ibadetlerini doğru bir şekilde anlamalarına yardımcı olurlar. Maddi ve manevi anlamda inananları başka insanlara yardım eli uzatma konusunda teşvik eden birçok dini saik olduğundan bu hizmeti yapan kişiler manevi danışmanlık hizmetini sadece bir yardım olarak görmemekte, bir vazife telakki ederek de hareket edebilmektedirler. Burada bu sâiklerden sadece birisi olan bir hadisi aktarmak yerinde olur: *"Kim bir Müslümanın dünyevî bir sıkıntısını giderirse Allah onun kıyamet günü sıkıntılarından birini giderir. Kim dünyada zora düşmüş birinin işini kolaylaştırırsa Allah onun dünyada ve ahirette işini kolaylaştırır. Kim bir Müslümanın dünyada açığını kapatırsa Allah onun dünya ve ahirette açığını kapatır. Kul din kardeşinin yardımında olduğu müddetçe Allah da kulunun yardımındadır."*[22] Bu hadis ve benzeri birçok hadis ve ayet, İslam dünyasında insana yardımın önemini ve gerekliliğini vurgulamakta ve özellikle yardım mesleklerine dinî bir anlam ve değer kaynağı oluşturma konusunda motivasyon sunmaktadır. Bu nedenle ilgili kişiler gönüllü bir manevi danışman olarak sorunlu durumlarla başa çıkmada, ahlaki zorlukları aşmada, ruhsal sıkıntıları hafifletmede ve içsel huzurun sağlanmasında başkalarına şevk ve iştiyak ile destek sunarlar.

[21] Url 1
[22] Tirmizi, Birr:19

Bireylerin Allah'a yönelmelerini, dini bilgilerini derinleştirmelerini, ahlaki değerleri benimsemelerini ve içsel bir bağlantı kurmalarını sağlamayı amaçlayan bu tarz bir manevi danışmanlık, birçok zaman da sorunlu aileler veya kişiler arasındaki niza ve dargınlıklarda aile ve toplum huzurunun sağlanmasına önemli katkılar sunmaktadır. Bu süreçte, bireylerin maneviyatı güçlendirilirken aynı zamanda dünya işlerinde de dengeli bir yaşam sürmelerine yardımcı olunur.

Nitekim manevi danışmanlık ülkemizde hâlihazırda bağımsız bir meslek olarak kabul edilmiş değildir. Çerçevesi ve görev tanımı yapılmak suretiyle manevi danışmanlığın müstakil bir meslek olarak kendini göstermesi önemli bir mesele olarak görülmeli ve gerekli adımlar atılmalıdır kanaatindeyiz.

TELEVİZYON PROGRAMLARININ ANALİZİ

Nihat Hatipoğlu ile Dosta Doğru Programı

Çalışma kapsamında incelenen ilk program 'Nihat Hatipoğlu ile Dosta Doğru' isimli Cuma gecesi televizyon programıdır. 2015 yılından bu yana ATV ekranlarından izleyiciye ulaşan bir programdır. Nihat Hatipoğlu tarafından hazırlanıp sunulan program canlı olarak yayınlanmaktadır. 1955 doğumlu olan Hatipoğlu, ilahiyat fakültesi mezunu olup, aynı fakültede akademik çalışmalarını tamamlayarak 2012 yılında profesör olmuştur. Uzun yıllar Diyanet İşleri Başkanlığı taşra ve merkez teşkilatında çalıştığı bilinen Hatipoğlu çeşitli radyo ve televizyonlarda dini içerikli programlar yapmış olsa da, 2015 yılından bu yana Cuma gecesi programları ile izleyiciye ulaşmakta, ekran karşısında halkın nabzını tutmaktadır. Hatipoğlu'nun Cuma gecesi programıyla ilgili yapılan detaylı analiz sonucunda elde edilen verileri aşağıdaki başlıklar altında sınıflandırmak mümkündür.

Programın sunucusu olarak Hatipoğlu; ses tonu, güler yüz, samimiyet ve hitap tarzıyla dikkat çekiyor. Ancak diğer programlara kıyasla Hatipoğlu'nun bilgeliğini ve deneyimini kullanarak, aktif bir rol oynadığını söylemek daha doğru olur. Programa konuk almayarak tek başına bu işi yapması da bunun bir göstergesi olacaktır. Hatipoğlu'nun aktardığı bilgilerin kaynağına bakacak olursak bilgi kaynağı ilk olarak Kuranı Kerim, Sünnet-i Nebevi ve sahabenin hayatından oluşmaktadır.

Peygamberlerin yaşantısı ve son Peygamber olan Hz Muhammed'in sahabelerinin hayatlarının dini karakterler üzerinden anlatılması, Hatipoğlu'nun programında geçerli bir sebep olarak kullanıldığı gözlenebilmektedir. Bu programda özellikle dikkat çeken konulara baktığımızda son peygamber olan Hz. Muhammed, ailesinin ve ashabının başından geçen hadiseleri ve o devirde yaşanmış olan olayları anlatılarak yorumlandığını görülmektedir. Bu sebeplerle birlikte programda dikkat çeken bir diğer husus ise toplumla alakalı olarak yapılan duaların belirgin bir şekilde ön plana çıkmasıdır. Programda edilen duaların kimler tarafından tavsiye edildiği ayrıca duaların anlamı, yorumu ve faydaları, hangi duanın ne zaman okunacağı, hangi dua ile hangi dertlere çare bulunacağı program içinde çok daha fazla işlenmektedir. Ayrıca ilahi ve gazellerle de program zenginleştirilmektedir.

'Nihat Hatipoğlu ile Dosta Doğru' programını son olarak değerlendirdiğimizde; temel fark olarak programın formatının öne çıktığını görmekteyiz. Buna göre program, selam ve dua ile açılış yapmakta; Hatipoğlu'nun belirlediği konuyu ve peygamber zamanında yaşanmış olan hadiseleri anlatarak gelişme bölümü ile devam etmekte ve sesleniş olarak adlandırılan bölüm ile sonuca bağlanmaktadır. Sesleniş bölümü programın gerek sunumu gerekse de konusu olarak

farklı bir yerde konumlandırılan bölümüdür Bu da, programın akışı içinde konuşulacak konuların program öncesinden belirlendiğinin önemli bir göstergesidir.

Mustafa Karataş ile Muhabbet Kapısı Programı

Çalışma kapsamında incelen ikinci program "Mustafa Karataş ile Muhabbet Kapısı" isimli Cuma gecesi yayınlanan televizyon programıdır. 2004 yılından günümüze gelene denk televizyon programlarında seyircinin karşısına çıkan Mustafa Karataş 20 Mart 1961 yılında Sivas'ta dünyaya gelmiştir. Çocukluğunun ilk yıllarında ailesi Karabük'e göç etmesinden dolayı eğitim hayatına Karabük'te başlayan Karataş ilkokul ve ortaokulunu burada liseyi ise Sakarya imam hatip lisesinde okumuştur. Üniversite eğitimini İstanbul Marmara ilahiyatta başlayan Karataş aynı üniversitede sırasıyla 1984 yılında lisans, 1989 yılında yüksek lisans, 1998 yılında doktora eğitimini tamamladı. 2000 yılında İstanbul üniversitesine yardımcı doçent olarak akademik hayatına başlayan Karataş aynı üniversitede 2008 yılında doçent olup 2013 yılında ise profesör unvanını almıştır.

Günümüze kadar pek çok farklı televizyon kanallarında ramazana özel iftar programları Cuma sabahı sohbetleri ve muhabbet kapısı programlarıyla seyirci karşısına çıkan Karataş yayın hayatına ulusal bir kanal olan Kanal 7 de devam etmektedir.

Mustafa Karataş ile muhabbet kapısı programı haftada 2 defa olmak üzere Perşembe ve Pazar günleri yayın yapmaktadır. Çalışmamızda Perşembe günleri yayınlanan bölümler dikkate alınarak hazırlanmıştır. Muhabbet kapısı programını değerlendirdiğimizde Modaretör Nursel Tozkoparan Dumanın açılış konuşmasıyla başlayıp Mustafa Karataş'ın küçük bir giriş duasıyla devam etmektedir. İncelenen diğer programlara nispeten en belirgin özellik ise muhabbet kapısı programına seyirci konukları alınıp onlardan gelen soruları cevaplayarak sohbet edasın da devam etmektedir. Programın asıl işleyişi ise program başından sonuna kadar telefon ve video ile gelen sorular üzerine soru cevap şeklinde devam etmektedir. Mustafa Karataş'ın izleyiciler tarafından gelen sorulara kesin deliller üzerine fıkıh en keskin cevaplar vermesi peygamber efendimiz ve sahabeler dönemin de yaşanan olayları da anlatması seyirciler ve izleyiciler tarafından memnuniyetle karşılandığı gözlemlenmiştir.

Mustafa Karataş ile muhabbet kapısı programı kapanış kısmında ise program içeriğinde şifreler vererek bunları doğru bilen izleyicilere bir takım dini semboller ve Kuranı Kerim hediyelerini kazanan kişilerin isimlerini açıklayıp Mustafa Karataş'ın kapanış duasıyla programı bitirmektedirler.

SONUÇ

Sonuç olarak dini içerikli televizyon programları toplumun bilişsel, duygusal ve kişisel duygu ve düşüncelerine cevap vermekte, özellikle de Cuma gecesinin manevi atmosferinde toplumun dini yönden sorulan sorular düzeyinde ihtiyaçlarını gidermektedir. Bu nedenle programların geçici de olsa önemli bir yönlendirme ve bilgilendirme işlevini yerine getirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu anlamda dini programlar toplumun talep, beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik özel olarak tasarlanmaktadır. Doğru temel üzerine yapılan araştırma ve inşaatlar toplum üzerinde daha kalıcı izler bırakacaktır.

Ayrıca bu programlar aracılığıyla iletilen mesajların doğruluğu ve güvenilirliği televizyonun kaynak olarak güvenilirliği ile doğru orantılıdır. Bu ve benzeri ilkeler doğrultusunda; medya ve

din uzmanlarıyla işbirliği içinde, sağlam bir bilimsel temel üzerine hazırlanmıştır. Güvenilir insanların güvenilir bilgiler verdiği televizyon programlarının sadece cuma gecesi özelin de değil, yılın her döneminde yapılması gerektiğini ve topluma Rehber olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Altaş, Nurullah, (2000), Dini Danışmanlığın Teorik Temelleri, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 41, sy.1, s.327-350

Ayten, Ali, Düzgüner, Sevde. (2020) Manevi Danışmanlık ve Rehberlik Hizmetleri Temel Bilgiler Kılavuzu, DİB Yayınları, Ankara.

Ayverdi, İlhan (2005). Misalli Büyük Türkçe Sözlük, 2, İstanbul: Kubbealtı.

Dilen, Hişyar. (2021), Manevi Danışmanlık Ve Varoluşçu Psikoterapi (Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Doğan, Türkan (2004). Üniversite Öğrencilerinin İyilik Halinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Düzgüner, Sevde. (2013) Maneviyat Algısı Ve Diğerkâmlıkla İlişkisi (Doktora Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

James, William (1920). The Letters of William James, Ed. Henry James, Boston: The Atlantic Monthly Press.

Karaca, Feyza Kahvecioğlu, (2010), Din Hizmetlerinde Dini Danışmanlık ve Rehberlik, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Kılınçer, H. (2017). Manevi danışmanlık ve rehberlik (mdr) üzerine: psikoloji, ilahiyat ve tıp alanlarında maneviyat ve mdr algısı [içinde] Manevi Danışmanlık ve Rehberlik: Teori ve Uygulama Alanları. ed. A. Ayten. İstanbul: Dem Yayınları.

Mehmedoğlu, Ali Ulvi. (2013), Din, Dindarlık ve Değerler, İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2), 173-189.

Özdoğan, Öznur, (2006), İnsanı Anlamaya Yönelik Bir Yaklaşım: Pastoral Psikoloji, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, sayı 2, s.127-140.

Püsküllüoğlu, Ali (2004). Arkadaş Türkçe Sözlük, Ankara: Arkadaş Yay.

Söylev, Ö. (2015). Psikolojik yardım hizmetleri bağlamında Türkiye'de dini danışma ve rehberlik. İslam Medeniyeti Araştırmaları Dergisi, 1 (2), 287-308.

Toparlı, Recep (Ed.) (2005). Türkçe Sözlük, Ankara: Türk Dil Kurumu.

Topsakal, Harun Reşit ve Çelik, İbrahim (1996). Örnekleriyle Türkçe Sözlük, Ankara: MEB Yay.

Tuğlacı, Pars (1979). Okyanus Ansiklopedik Sözlük, 4, İstanbul: Cem Yayınevi.

Url 2- https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.633.pdf

Url 1- https://mdr.sakarya.edu.tr/tr/icerik/19833/102219/anabilim-dali#:~:text=Manevi

İNGİLİZ KÜLTÜREL ÇALIŞMALARI BAĞLAMINDA YALI ÇAPKINI DİZİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Mustafa İNCE
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0001-8058-1076
Öğr. Gör. Olgun KÜÇÜK
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-9471-3540
Doç. Dr. Mevlüt Can KOÇAK
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-9496-0541

Özet

Genelde medyanın özelde de televizyonun toplum üzerindeki etkileri geçmişten günümüze tartışma konusu olmuştur. Bazı araştırmacılar televizyonun toplum üzerindeki etkilerinin fazla olduğunu bazıları ise oldukça sınırlı kaldığını belirtmişlerdir. Kimi araştırmacılar da medyanın toplumsal etkisini kodlama ve kod açımı bağlamında ele almış, bu etkiyi ve etkinin boyutunu anlamlandırmaya çalışmışlardır. İngiliz Kültürel Çalışmaları bu alandaki araştırmaların öncüleri niteliğindedir. Özellikle Stuart Hall'ın, televizyon izleyicisi üzerinden geliştirdiği alımlama konusunda (kodlama/kod açımlama yöntemi ile) kültürel çalışmalara ciddi anlamda katkı sağlamıştır. Hall, medya mesajlarının doğal bir süreçten geçerek şeffaf bir şekilde ortaya çıkmadığını belirtmektedir.

Hall'ın bu çalışmaları bağlamında, bu araştırmanın uygulama kısmında Türkiye'de yayınladığı günden itibaren yüksek bir reyting oranına sahip olan 'Yalı Çapkını' dizisi üzerine alımlama çalışması gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların alımlamalarını ölçmek için ise derinlemesine görüşme yöntemine başvurulmuştur. Bu araştırmanın örnek olayını Star TV ekranlarında her Cuma yayınlanan Yapı Çapkını dizisi oluşturmaktadır. Çalışma bağlamında izleyicilerin dizi içerisinde üretilmiş olan kodları nasıl kod açımlama yaptıkları bulgulanmaya çalışılmıştır. Araştırmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış olup araştırmaya (6'sı kadın, 5'i erkek) toplam 11 kişi katılmıştır. Katılımcılar doğal davranış sergilesinler diye, araştırma katılımcıların doğal ortamlarında gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yalı Çapkını, İzleyici araştırmaları, Stuart Hall, Kültürel çalışmalar

Giriş

Kültürel çalışmalar 1964 yıllarında bir grup entelektüelin yapmış oldukları çalışmalar neticesinde dünyaya yayılmıştır. Çalışmalar daha çok Birmingham Üniversitesi bünyesinde bulunan Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi'nde temellendirilmiştir. Ekolün önemli teorisyenleri arasında Richart Hoggart, Stuart Hall, Edward P. Thompson, Raymond Williams gibi isimler yer almaktadır. Kültürel çalışmalar sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinden faydalandığından dolayı multidisipliner olarak değerlendirilmektedir (Akgün ve Arık, 2021, 116). Özellikle edebiyat alanında başlayan İngiliz Kültürel İncelemeleri daha sonra tahakküm, toplumsal eşitsizlik, sınıf mücadeleleri, ideoloji ve kapitalist toplumlardaki kültürel analizler üzerine odaklanmıştır. İlk dönem çalışmalar daha çok seçkin kültür

üzerineyken daha sonraki çalışmalar popüler kültür ve kitle kültürü üzerine olmuştur (Yaylagül, 2014, 126).

İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği içerinde yer alan yukarıdaki isimlerden R. Williams ve R. Hoggart bu ekolün önemli öncülerindendir (Smith, 2007, 208-209). Williams daha çok iletişim üzerine yazmış olsa da günümüzde onun edebiyat ve kültür üzerine yapmış olduğu çalışmalara odaklanılmaktadır (Fuchs, 2017, 744).

Williams ve Hoggart , Ortodoks Marksizm'in indirgemeci anlayışı ile mücadele etmiş önemli iki isimdir. Bu iki isim yapısalcılıktan gelen düşünce ile Althusserci anlayışı birleştirerek "kültürün göreli özerkliği ve "ideolojik sınırların popüler bilincin" kavranmasını sağlamışlardır (Smith, 2007, 208-209). Kuşkusuz bunu gerçekleştirirlerken kültürü merkeze almışlardır. Onlar kültürü çok anlamlı bir süreç olarak görürken aynı zamanda kültürün kolay bir şekilde incelenebilecek veya kategorize edilebilecek bir şey olmadığını vurgulamışlardır. Yine onlara göre, kültür değişen işaretler yığınıdır. Kültürel çalışmalarda aynı şekilde değişen işaret yığını olduğu için kanıtları kategorize etmek kolay değildir; onun içerisinde disiplin sınırlarını aşma ve varsayımları sorgulama vardır. Williams ve Hoggart'ın bu anlayışı bir nevi ortodoks indirgemeci anlayışa karşı gelmedir (Bassnett, 2013, 15). Ekolün diğer bir ismi Stuart Hall'de de bu tavır gözlenmektedir.

Hall'ün İngiliz Kültürel İncelemeler geleneğine yönelik ilgisi Williams ve Hoggart ile tanıştığı yıllara uzanmaktadır. Fakat Hall'ün yöneticiliği sırasında okul dünya çapında tanınmıştır. Özellikle onun metin analizleri kültürel çalışmalar geleneği içinde dikkat çekmiştir. O işçi sınıfının gündelik yaşamını ve düşünce yapısını popüler kültür bağlamında incelerken aynı zamanda iktidar ilişkileri ve toplumsal eşitsizlik konularına da eğilmiştir. Hall aynı zamanda neo-liberal muhafazakâr ideolojiyi ortaya çıkaran çalışmalarını yine bu okulun bünyesinde ortaya koymuştur (Yaylagül, 2014, 129).

Hall, metin analizleri ile ön plana çıkarken diğer taraftan Marksizm'e mesafeli durmuş hatta Marksizmle mükemmel bir uyumu hiçbir zaman yakalayamamıştır. Ona göre Marksizm'in içerişimde ciddi anlamda hem politik hem de teorik anlamda yetersizlikler vardı. Yine Hall, Marksizm'in ideoloji, dil ve kültür gibi meseleler üzerinde yeterince durmadığını belirtir. Onun bu düşüncesi bir yerde Marksizm ile Britanya Kültürel Çalışmaların karşı karışa getirmektedir (Hall, 2008, 89). Diğer taraftan Grossberg ise kültürel çalışmaların Ortodoks Marksist anlayışını ret etmediğini hatta ekonomi-politik, kapitalist tartışmaların merkezinde olduğunu belirtmektedir. Ona göre, ret edilen sadece belli ekonomi politikçilerin uygulamış oldukları indirgemeci Marksist anlayıştır.

Kültürel çalışmalar ister Marksizm'i reddetsin isterse Marksizm'in indirgemeci ekonomik politik anlayışını, gerçek olan şudur ki kültürel çalışmalar 1970'li yıllardan itibaren Marksist çevreden giderek ayrılmış olup hem de ciddi tartışmalar ile Marksizmle uzlaşma arayışına girmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2010, 363). Ayrıca bu yıllarda iletişim alanında ciddi anlamda kuramsal tartışmalar da ön plana çıkmıştır. Kuramsal tartışmalar içerisinde dilbilim, göstergebilim, Althusserci Marksizm, Hoggart ve Williams'ın "kültürelci edebiyat eleştirileri ile Clifford Geertz'in "simgeselciliği" medya izleyicileri üzerinden yeniden inşa edilmeye başlanmıştır. Yine Hall'ün yapmış olduğu çalışmalar izleyici araştırmaları konusunda yol göstermesi bakımdan önemli metinler olmuştur (Mutlu, 1999, 99).

Hall'ün bu çalışmaları bağlamında, bu araştırmanın uygulama kısmında Türkiye'de yayınladığı günden itibaren yüksek bir reyting oranına sahip olan 'Yalı Çapkını' dizisi üzerine alımlama çalışması gerçekleştirecektir. Katılımcıların alımlamalarını ölçmek için ise derinlemesine görüşme yöntemine başvurulacaktır.

1. Medya ve İzleyici Araştırmaları

Hall'e göre, medya metinlerini kodlayanlar ile kodlanan metinleri açanlar arasında bir ayrım vardır. İletilerin anlamların kodlanması ile bu iletilerin kod açımı sürecini kolaylaştıran birtakım unsurlar ön plana çıkmaktadır. Bunların başında teknik alt yapı, bilgi çerçevesi ve üretim ilişkisi vardır. Özellikle bu üçü sebebiyle kod açımı işlemleri kesin biçimde birbirinden ayrılır. Medya metinlerinin kodlaması doğal, tarafsız bir süreçten geçerek gerçekleşmez (Stevenson, 2015, 76).

Hall, medya mesajlarının doğal bir süreçten geçerek şeffaf bir şekilde ortaya çıkmadığını belirtmektedir. O, tüm iletişim süreci içerisinde belli bir çarpıtmanın olduğunu vurgulayarak kodlama ve kod açma kavramlarını kullanmaktadır (Procter, 2007). Ona göre, kodlama "kurallara ve kurumsal ilişkilere" bağlı olduğundan değişkenlik göstermektedir. Mesajlar simgesel olarak kodlandığında karşı tarafta okuma stratejileri açık hale gelmektedir. İletiler karşısında gerçekleşecek alımlamalar teknolojiyi kullanım becerilerine, topluma hükmeden çevrelerle olan ilişkilere ve çeşitli kültürel ve siyasal boyuttaki yönlendirmelere göre farklılıklar göstermektedir. Farklılıklar üç şekilde gerçekleşmektedir. Diğer bir deyişle medya üzerinden gönderilen kodlar hedef kitle tarafından üç farklı şekilde okunmaktadır. Bunlarda birincisi hegemonik okuma biçimidir. Buna egemen okuma biçimi de denmektedir. Egemen okuma biçiminde mesaj, kodlayanın amaçlarına uygun biçimde yorumlanmaktadır. Bu kodlama biçiminde, kodaçımı, göndericinin istediği şekilde gerçeklemektedir. Yani kitleler medyanın vermek istediği mesajı aynen benimsemektedirler. Bir nevi bireyler medya üzerinden hâkim ideolojilerin oluşturmak istediği düşünceye direnmemektedirler. Kodlamayı yapan ile kodlamayı açan kişi arasında anlamlı bir uyum vardır. Hall'ün diğer bir okuma türünde ise böyle bir uyum söz konusu değildir. İkinci okuma türünde medya metinleri müzakere edilmektedir. İletiler "ince bir tinsel çerçevede kabul edilse de iletide çelişik olarak anlamlandırma" yoluna gitme de vardır. Üçüncü okuma türü ise muhalif okumadır. Muhalif okumada medya metinleri bütünüyle olumsuzlanmaktadır, az da olsa olumlu bir okuma görülmemektedir (Stevenson, 2015, 76-79). Stuart Hall, kodlama ve kodaçımlama işlemlerini yukarıdaki üç okuma seçeneği üzerinden yorumlayarak televizyon izler kitlesini araştırmada farklı bir yol bulmuştur. Ayrıca o televizyon izleme sürecinde bir kodaçımlama sürecinin de yaşandığını anımsatmıştır. Ona göre izleyicilerin TV programlarına bakma sebebi daha çok anlam aramak, anlam çıkarmak ve anlam üretmektedir (Mutlu, 1999, 101).

Smith'e göre 2007, 234), Stuart Hall'ün televizyon izleyicisi üzerinden geliştirdiği alımlama konusundaki kodlama/kodaçımlama yöntemi kültürel çalışmalara ciddi anlamda katkı sağlamıştır. Hall'ün alımlama çalışması daha sonra David Morley başta olmak üzere pek çok isme televizyon içeriklerini analiz etme konusunda model oluşturmuştur. Morley özellikle izleyicinin sınıfsal durumunun, televizyon programlarında yer alan şifreleri çözme konusunda belirleme gücüne sahip olduğu yönündeki savı araştırma arayışına girmiştir. Morley, Nationwide isminde bir programı incelemiştir. Morley, tek bir olayın farklı toplumsal çevrelerce nasıl okunduğunu ortaya koymak amacıyla 26 odak grubu kullanmıştır. Araştırma sonucunda bulduğu şey "sınıfla birebir bir korelasyon" olmadığıdır. Yani farklı özeliğe sahip olan gruplar iletileri genelde aynı şekilde okumuşlar ve bu okumalarda anlamlandırma bakımından bir farklılaşma meydana gelmemiştir. Buna karşılık David Buckingham'ın İngiliz melodram dizisi olan East Enders üzerine 1987 yılında bir araştırma yapmıştır. Yapılan bu alımlama çalışmasında yapımcı ve senaristlerin beklentileri ile izleyicilerin program deneyimleri karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda izleyicilerin yapımı pasif olarak izlemekten ziyade ironiye ve eleştirel mesafeye yakın oldukları gözlemlenmiştir. Hatta yer yer izleyicilerin dizide inandırıcı olamayan sahnelerde alay ettikleri de bulgulanmıştır (Smith, 2007, 234).

Morley başka bir araştırmasını aile televizyon üzerine yapmıştır. Family Television başlıklı çalışma onun daha önce gerçekleştirdiği Nationwide göre oldukça geliştirilmiş bir çalışmadır. Morley, Family Television çalışmasında bizzat katılımcıların evlerine gitmiştir. Araştırmanın sonucunda her ailelerin birbirlerinden farklı izleme pratiği olduğu sonucuna varılmıştır. Bu araştırmada ayrıca erkeklerin

genellikle ev ortamında televizyon üzerinde hakimiyet kurdukları gözlemlemişlerdir. Bir nevi erkekler televizyonda ne izlenileceğine karar veren kimselerdir. Bu araştırmada ortaya çıkan bir başka sonuç işsiz kocaların daha fazla televizyon izliyor olmalarıdır (Morley 1999, 70-75).

2. Yalı Çapkını Dizisi Üzerine Alımlama Analizi

Araştırmanın uygulama bölümünde katılımcılara "Yalı Çapkını" dizisi hakkında genel sorular sorulmuş daha sonra da katılımcıların diziye yönelik kodaçımları açıklamaları üzerinden aktarılmış ve yorumlanmıştır.

3. Araştırma Yöntemi

Alımlama analizi, kodlama-kodaçımı ile paralellik göstermektedir. Alımlama analiz içerisinde çeşitli izler kitleler anlamlar üretecek biçimde konumlandırılmaktadır. Analizde araştırmacılar izler kitleye gözlemlediği gibi izler/alıcı kitleye derinlemesine sorular yönelterek daha önce üretilmiş medya iletilerin nasıl okunduğunu bulgulamaya çalışmaktadırlar (Şeker, 2009, 106).

Bu araştırmanın örnek olayını Star TV ekranlarında her Cuma yayınlanan Yapı Çapkını dizisi oluşturmaktadır. Çalışma bağlamında izleyicilerin dizi içerisinde üretilmiş olan kodları nasıl kodaçımlama yaptıkları bulgulanmaya çalışılacaktır. Araştırmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış olup araştırmaya toplam 11 kişi katılmıştır. Katılımcıların 6'sı kadın, 5'i erkektir. Katılımcılar doğal davranış sergilesinler diye araştırma katılımcıların doğal ortamlarında gerçekleştirilmiştir (İrvan 1994-1995, 209). Alımlama analizlerinde verilerin özellikle bu şekilde elde edilmesi sonuçların daha sağlıklı çıkmasına katkı sağlamaktadır.

4. Yalı Çapkını Dizisinin Künyesi

Dizinin Yayınlandığı TV Kanalı: Star TV

Yapım: OGM Pictures

Dizinin Yönetmeni: Burcu Alptekin

Dizinin Senaristi: Mehmet Barış Günger

4.1. Araştırma Soruları

Bu çalışmada aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

- Yalı Çapını dizisini izleme gerekçeniz nedir?
- Dizi toplumun değerleri ile çatışıyor mu?
- Dizide kadınlar nasıl temsil ediliyor?
- Dizideki karakterler yakın çevrenizdeki insanlarla benzerlik gösteriyor mu?
- Dizinin senaryosunu nasıl buluyorsunuz?
- Hangi oyuncuların oyunculuğunu daha gerçekçi buluyorsunuz?
- Dizinin gerçek hayat hikayesinden uyarlanmıştır olması sizin diziyi izlemenize etki ediyor mu?

4.2. Katılımcıların Özellikleri

Kadın Katılımcılar			**Erkek Katılımcılar**		
İsim	**Yaş**	**Çalışma Durumu**	**İsim**	**Yaş**	**Çalışma Durumu**
S.C	35	Özel okul çalışanı	K.T	40	Otel çalışanı

H.T	63	Ev Hanımı	A.Ş	38	Halka ilişkiler uzmanı
M.K	48	Ev hanımı	M.Y	50	Memur
Ş.K	19	Öğrenci	A.İ.O	69	Dokumacı
D.T	29	Kasiyer	B.T	20	Öğrenci
Y.U	37	Müşteri Temsilcisi			

Tablo1. Katılımcıların Özellikleri

4.3. Katılımcıların Diziyi İzleme Gerekçesi

S.C: Vakit geçirmek için dizi izliyorum, problemlerinden uzaklaşmama katkı sağlıyor.

H.T: Dizi izlemek hoşuma gidiyor, gerçeği yansıttığı için izliyorum.

M.K: Kızım izliyor diye mecburen izlemek durumunda kalıyorum.

Ş.K: Aşk hikayesi konusu olduğu için.

D.T: Memleketimizde çekildiğini öğrendiğimden beri izliyorum. İlk bölümleri dikkat çekiciydi öyle başladım. Sonra alışkanlık gibi bir şey oldu.

Y.U: Dizinin adı ilginç gelmişti, ilk bölümleri heyecanlıydı öyle başladım izlemeye.

K.T: Akşamları işten gelince genellikle televizyon izlerim, televizyon izlemek iş stresimi alıyor, bu dizi de güzel olunca izliyorum.

A.Ş: İlgi duyduğum bazı konular olduğunda hemen izliyorum, arzu ve isteklerimi dizilerde buluyorum, biraz hayal etmek için dizi izliyorum.

M.Y: Eğlenceli vakit geçirmek ve sıkıntıdan kurtulmak için diziyi izliyorum.

A.İ.O: Dizinin tanıtımı çok yapılmıştı, sürekli karşıma çıkıyordu. Aynı zamanda yaşadığım yere yakın bir çevrede çekilmiş olması sebebiyle izlemeye başladım.

B.T: Arkadaşlardan duydum. Gençlere hitap ediyor bence.

11 katılımcıdan 7'si zaman geçirme aracı olduğundan ve duygusal doyum sağladığını düşündüğünden dolayı diziyi izlemektedir. Bakıldığında, bireyler günlük hayatın stresinden uzaklaşabilmek için televizyon hikayelerine yönelebilmektedir. Katılımcılardan ikisi diziyi memleketinin mekanlarını ve kültürünü yansıttığı için takip etmektedir. Katılımcılardan biri mecbur kaldığı için bu diziyi izlerken bir diğer katılımcı ise gençlere hitap ettiği için izlediğini beyan etmektedir. Katılımcıların çoğunlukla egemen ve müzakereci bir alımlama içinde oldukları anlaşılmaktadır.

4.4. Dizinin Toplumun Değerleri ile Çatışma Durumu

S.C: Toplumun ahlakını biraz bozuyor.

H.T: Çatışıyor, toplum değerlerine zarar veriyor, kız boşanmadan başkasıyla evlendirmeye kalkıyorlar.

M.K: Tabii. Toplumun çoğunluğu elbette bu dizideki gibi değil. Ancak bu ve benzeri diziler nedeniyle ne yazık ki kadına şiddet, taciz, tecavüz, aşağılama olaylarını her gün duyuyoruz ve o kesime kızıyoruz. Ancak toplumun çok büyük bir kesimi bu değil, saçmalıyorlar. Bugün kadın her sahada, her konumda çalışıyor, üretiyor, ekonomik özgürlüğü var, ayrıca bu saçma görüntülerle o saplantılı, ruh hastası, manyak insanları değiştiremezsiniz. Başta İfakat denilen kadın, hanım ağa, neyin nesi? Kayınpederin önüne utanmadan askılı gecelikle gelip, masaj yapıyor, kayınbiraderiyle birlikte oluyor, bu durum nerede görülmüş? geleneklerine bağlı, hele bir de varlıklı ailelerde tam tersi, ataerkil ailelerde, babaya aşırı saygı vardır, böyle gecelikle evin kızı dahi babasının yanına böyle gitmez, Anadolu terbiyesinde bu yok.

Ş.K: Dizi çok güzel ve severek izliyorum ama neden evli insanları başkalarıyla zorla evlendirmeye kalkıyorlar anlamıyorum.

D.T: Biz de aşiret soyundan gelen ağa torunuyuz ama büyük büyük dedemizden böyle ahlaksız hayatlar yaklaşımlar görmedik, duymadık… Bizim memleketimizde böyle ahlaksız insanlar yok. Kadını para karşılığı evlendirme adı altında satıyorlar, bu nasıl bir ahlaksızlık. Biz Türk toplumu ahlaklı insanlarız, bir Gaziantepli olarak soruyorum büyüklerimize bu filmde işledikleri konu bizim kültürümüz değil diyorlar. Yenge gelin adayını herkesin önünde soyunduruyor, bu gelenek diye işlediğiniz gelenek değil, kadını aşağılayan ahlaksızca bir durum, lütfen konu aldığınız memleketin geleneklerini iyi öğrenerek dizi çekin.

Y.U: Dizide kadının adı sanı yok hizmetçi muamelesi yapılıyor. Bir ağa tutturmuşlar gidiyor ağa devri mi kaldı hangi devirdeyiz. Hakarete uğramayan, kadınları ezdirmeyen toplumumuza uygun yeni diziler yapılmalı. Kadının değerli olduğu diziler yapılmalı el pençe diz divan duran kadınların olmadığı diziler olmalı.

K.T: Toplumun değerleri ile çatışacak bir şey göremedim ben dizide.

A.Ş: Yeni bir tarz oluşturmaya çalışıyor, bir şeyleri normalleştirmeye çalışıyor, gün içinde yaşadığı sorunlara model oluşturuyor.

M.Y: Aslında bazı değerler ile geçmişi yansıtıyor fakat yine de genç karakterlerin yaşamı bakımından toplumsal değerlerle çatışan durumlar da var.

A.İ.O: Evet. Hatta bizim toplumsal olarak korumaya çalıştığımız her şeyi yıkmaya çalışıyor. Mesela her şey görsellik ve maddiyata odaklı, bu yolda her şey yapılabilir, tüm değerler yıkılabilir gibi gösteriyor.

B.T: Biraz çatışıyor.

Toplumsal değerlerle dizi hikayesinin çatışma durumuna bakıldığında muhalif bir alımlama göze çarpmaktadır. Biri hariç tüm kadın katılımcılar toplumsal değerlerle dizinin çatıştığını düşünmektedir. Beş erkek katılımcıdan üçü ise kadın katılımcıların aksine kültürel değerlerle dizi hikayesinin çatışma yaşamadığını paylaşmaktadır. Diğer iki erkek katılımcı ise kadınlar gibi muhalif alımlama gerçekleştirmiştir.

4.5 Dizide Kadınların Temsil Edilme Durumu

S.C: Dizide kadınlar hor görülüyor, aşağılanıyor, eşyaymış gibi davranılıyor.

H.T: Dizide kadınlar babaya saygılılar, büyüklerine saygılı davranıyorlar.

M.K: Kadınlar kullanılan, hor görülen, cahil bırakılan bir şekilde sunuluyor. Bazıları için böyle değil tabi ama genel itibarla kadını aşağılayan bir tarz var.

Ş.K: Sürekli kadınlar şiddet görüyor ve aşağılanıyor, hor görülüyor. Zorla evlendiriliyor.

D.T: Kadınlar mal gibi satılıyor, istemedikleri kişilerle para için evlendiriliyor. İkinci sınıf insan muamelesi görüyor. Fikirleri önemsenmiyor. Baskı uygulanıyor.

Y.U: Kadınlar aşağılanıyor, şiddet görüyor, fikirleri önemsenmiyor. Hep ikinci planda.

K.T: Kadınların çok söz hakkı yok, genellikle aile büyüğü erkekler ne derse onu yapıyorlar.

A.Ş: Zaman zaman kadının bir direnci var, babadan kurtulma yollarını arama var, aslında kadın istediği zaman özgürleşmek için caba harcıyor ama bu özgürleşme arayışı çok nadir oluyor.

M.Y: Kadınlar itaatkâr, güç karşısında ezik davranan karakterler olarak yansıtılıyor. Bununla birlikte birbirleri üzerinde otorite kurabiliyorlar.

A.İ.O: Alınıp satılan bir meta gibi.

B.T: Dizide kadınlara yönelik ayrımcılık çok fazla var bence. Kadınları konuşturmuyorlar. Zorla istemedikleri kişilerle evlendiriyorlar.

Neredeyse bütün kadın ve erkek katılımcılar dizide kadın karakterlerin aşağılanıp hor görüldüğünü söyleyerek muhalif bir alımlama gerçekleştirmektedir. Kadınlara bir eşya gibi davranıldığı, bağımsız hareket edemedikleri, söz hakkı verilmediği gibi düşüncelerin ağır bastığı verilen cevaplarla ortaya çıkmaktadır.

4.6. Dizideki Karakterler Yakın Çevrenizdeki İnsanlarla Benzerlik Gösterme Durumu

S.C: Benzerlik çok göstermiyor, benim çevremde böyle insanlar yok.

H.T: Benim çevremde yok fakat çevreden duyuyoruz.

M.K: Asla. Ben sadece akrabalarımda değil, etrafımda bu dizideki kişiler ve olaylara rastlamadım, duymadım da.

Ş.K: Bazen haberlerde buna benzer olaylar duyuyorum. Sosyal medyadan da paylaşıyorlar.

D.T: Ben görmedim. Büyüklerimden de duymadım.

Y.U: Benim yakınımda böyle kimseler ve böyle aileler yok.

K.T: Çevremde kızlarına o şekilde davranan baba yok, Ferit ve Pelin karakterini ise çevremde çok görüyorum.

A.Ş: benim çevremde öyle insanlar yok, bugün ki zamanda yok, ama bundan 15 yıl önce vardır. Gazete haberlerinde bu tür olayları görüyoruz.

M.Y: Yakın çevremdeki insanlar ile benzerlik çok yok. Çevremdeki insanlar çok daha isyankâr ve eleştirel yapıda.

A.İ.O: Kesinlikle hayır.

B.T: Göstermiyor

Dizideki temsiller ile gerçek hayattaki insanlar arasında genel anlamda bir uyumsuzluk olduğu katılımcıların verdiği cevaplarla ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların çoğu dizide yer alan karakterlere çevrelerinde rastlamadıklarını beyan etmektedir.

4.7. Dizinin Senaryosu Hakkında Görüşler

S.C: Dizi biraz stres oluşturuyor aslında, babanın kızlarına yaptığı çok moral bozucu.

H.T: Dizinin senaryosunu güzel buluyorum, gerçeği yansıtıyor gibi.

M.K: İnsanların sinir uçlarına dokunuyor, çok geriyor ve gereksiz yere olaylar uzatılıyor. Abartılar da çok fazla var. Bence dizideki çoğu şeyin gerçek hayatta olması pek mümkün değil. Yıllar önce Brezilya dizileri vardı onlara benziyor.

Ş.K: Tutarsızlıklar var. Bazı bölümler sıkıcı oluyor.

D.T: Bazen saçmalıyorlar, aynı şeylerin ve aynı kişilerin etrafında dönüp duruyor. Bir de kadınlara acımasızlık var.

Y.U: Bazen heyecanlı, bazen sıkıcı. Ama bir şekilde ilgi çekiyor. Birkaç bölüm sonra olaylar aynı şeyler etrafında dönüyor ama bağımlılık gibi bir şey oluyor.

K.T: Dizinin senaryosu güzel fakat bazen Ferit ve Seyhan'ın kavgalarının gereksiz yere çok uzatıldığını görüyorum.

A.Ş: Dizide hepsi vardır, aldatma var, zengin-fakir var, güç savaşları var bunlar olduğu için dizi izleniyor.

M.Y: Rastlantılara fazlaca yer veren akla çok yatkın olmayan bir yapıya sahip olduğunu düşünüyorum.

A.İ.O: Bence çok kötü. Aynı olaylar etrafında dönüp duruyor.

B.T: Sınırlı kişiler etrafında geçiyor. Bazen de siniz bozucu oluyor. Saçmalıklar da var. Mesela, Ferit sırtından yaralı sırtüstü sedyeye koyuyorlar.

Dizinin senaryosu hakkında katılımcıların görüşleri derlendiğinde daha çok müzakereci bir alımlama yapıldığı anlaşılmaktadır. Senaryoyu gerçekçi bulup beğenenler yanında bazı yönlerden eleştirenler de çıkmaktadır. Senaryo gerçekçi bulunmaması, abartıya yer vermesi, aynı olaylar etrafında dönmesi gibi nedenlerle eleştirilmektedir.

4.8. Dizide Oyuncunun Rollerini Gerçekçi Bulma Durumu

S.C: Rollerini çok gerçekçi oynuyorlar o yüzden geriliyorum.

H.T: Buluyorum, Ferit'in dedesi çok gerçekçi oynuyor, yine kızın halası gerçekçi.

M.K: Bazı oyuncuların konuşmaları çok abartılı. Ancak Ferit biraz iyi oynuyor bence.

Ş.K: Seyran ve Ferit.

D.T: Ferit iyi. İfakat'i sevmiyorum ama demek ki rolünü iyi oynuyor.

Y.U: Ferit iyi. Kendisini sevmiyorum ama Ferit'in dedesi iyi oynuyor.

K.T: Ferit'in eski sevgilisi Pelin'in rolleri çok gerçekçi buluyorum, takıntılı sevgili rolünü bence iyi oynuyor, Seyhan'ın babasının rolünü ise abartılı buluyorum.

A.Ş: Evet gerçekçi buluyorum, izlediğim karakterler bence iyi, detaylı bakmadım ama ilk bakışta bence başarılı.

M.Y: En gerçekçi oynayanlar Çetin Tekindor, Ersin Avcı, Doğukan Polat.

A.İ.O: Çok iyi oyuncu olduğunu düşünmüyorum. Sadece ses, makyaj ve müzikle dikkat çekmeye çalışıyorlar.

B.T: Çok iyi oyuncu yok aslıda. Üstelik yöresel konuşmalar abartılı olmuş. Seyran yakışıyor rolüne.

Kadın katılımcıların çoğu dizideki oyunculuğu beğenmektedir. Özellikle Ferit karakteri bu anlamda bir adım öne çıkmaktadır. Erkek katılımcılardan üçü dizideki oyunculuğu beğenirken ikisi ise oyunculuğu beğenmemektedir.

4.9. Dizinin "Gerçek Hayat Hikayesinde Uyarlanmıştır " Olmasının Dizinin İzlemesine Etkisi

S.C: Gerçek hayattan uyarlanmış veya uyarlanmamış olması beni hiç etkilemiyor.

H.T: Etkiler tabi, ben ondan izliyorum.

M.K: Gerçek hayat adı altında bin bir saçmalık sunuyor. Öyle yazınca ilgimi çekti ama alakası yok.

Ş.K: Gerçekten yaşanmış mı bilmiyorum ama öyle yazması ilgimi çekmişti. Ama dizi çok karmakarışık. Gerçek hayatta olmaz herhalde.

D.T: Gerçek hayatla ilgisi yok bence. İlgi çeksin diye yazmışlar çünkü bizim çevremizde de hatta bizim ülkemizde de bu kadar çarpık olaylar yok. Gerçek hayat hikayesi adı altında saçmalıyorlar.

Y.U: Gerçek hayatta böyle şeyler olacağını sanmıyorum. Gerçek hayattan uyarlanmıştır yazması ilgi çekici oluyor.

K.T: Gerçek hayat hikâyelerinden uyarlanmış dizileri daha çok seviyorum, bir olay yaşanmışsa o diziyi daha dikkatli izliyorum.

A.Ş: Tabi, gerçek hayattan uyarlandıysa izlerim. Dizinin hikayesi beni merak ettiriyor, dönemsel diziler de daha fazla ilgi uyandırıyor o döneni öğrenmiş oluyorum. Bunlara bakıp daha sonra araştırıyorum.

M.Y: Hayır, bunun izleme tercihimde bir etkisi yok.

A.İ.O: Aslında başlangıçta öyle olduğunu sanmıştım. Hatta bu yönüyle de dikkatimi çekmişti. Ama daha ilk bölümden itibaren aslında kurmaca olduğunu ve gerçek hayatla hiçbir ilgisi olamayacağını anladım. Tamamen yalan ve ticari kaygılarla uydurulmuş bir dizi.

B.T: Gerçek hayattan uyarlanmıştır olması ilgi çekiyor.

Kadın katılımcılardan sadece ikisi dizinin gerçek hayat hikayesinden uyarlanmasının izlemeleri üzerinde etkili olduğunu söylerken erkek katılımcıların üçü bu düşünceye katılmaktadır. Genel olarak bakıldığında ise katılımcıların çoğu hikâyenin gerçekten alınmış olmasının izlenme üzerinde olumlu

etkisi olacağını düşünmemektedir. Katılımcılar bu manada daha çok muhalif ve müzakereci bir alımlama ortaya koymaktadır.

Sonuç

Katılımcıların Yalı Çapkını dizisini neden izlediklerine bakıldığında zaman geçirme ve eğlence unsurlarının ağır bastığı anlaşılmaktadır. Günlük yaşamın sıkıcılığından bir kaçış olarak diziler sanal rahatlama sağlayabilmektedir. Dizinin içeriğinin izleyicinin yerel kültürüne yakın olması da izlenirlik açısından etkili olmaktadır.

Dizinin yansıttığı değer yargılar ile toplumsal değerler arasında bir uyum olmadığı anlaşılmaktadır. Bu anlamda araştırmadaki katılımcılardın ağırlıklı olarak muhalif okuma yaptıkları belirlenmiştir. Özellikle kadın katılımcılar diziye bu bakımdan çok olumsuz yaklaşmaktadır.

Yalı Çapkını dizisinde kadının temsiline bakıldığında hor görülen ve aşağılanan bir tarzda olduğu düşüncesi ağırlık taşımaktadır. Kadınların dizide ikinci sınıf olarak yansıtıldığı görüşü katılımcıların çoğu tarafından ortaya konmaktadır.

Dizideki karakterlerin gerçek yaşamda karşılığı olmadığı düşüncesi katılımcıların cevaplarından ortaya çıkmaktadır. Çoğu katılımcı dizideki karakterlere yakın çevrelerinde rastlamadıklarını ifade etmiştir.

Katılımcılar dizi senaryosu bakımından daha çok müzakereci bir alımlama gerçekleştirmişlerdir. Bazı katılımcılar senaryoyu gerçekçi bulurken bir kısmı ise yer yer sıkıcı ve abartılı olarak tanımlamaktadır.

Dizdeki oyunculuk kadın katılımcılar tarafından daha çok beğenilirken erkek katılımcıların yarısından çoğu oyunculuğu beğenmediğini ifade etmiştir.

Dizinin senaryosunun gerçek hayat hikâyesinden uyarlanması ise müzakereci bir alımlama ile okunmaktadır. Bazı katılımcılar bundan dolayı diziyi tercih ettiğini belirtirken bazıları ise bunun izlenmeye bir etkisi olmadığını düşünmektedir.

Sonuç olarak; Yalı Çapkını dizisinin araştırmaya katılanlar tarafından daha çok müzakereci ve muhalif bir anlayışla anlamlandığı anlaşılmaktadır.

Kaynakça

Akgün, H., & Emel, A. R. I. K. (2021). İngiliz Kültürel Çalışmalar Ekolü ve Medya Mahallesi Haber Programının Alımlama Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, *8*(1), 113-128.

Erdoğan, İrfan cve Alemdar, Korkmaz. (2010) Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk Yayınları

Fuchs, C. (2017). Raymond Williams' communicative materialism. *European Journal of Cultural Studies*, *20*(6), 744-762.

Grossberg, Lawrence (2008) Kültürel Çalışmalar Ekonomi Politiğe Karşı: Bu Tartışmadan Başka Sıkılan var mı?, Çev. Sevilay Çelenk, Der: Sevilay Çelenk. İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar. Ankara: Deki Yayınları.

Hall, S. (2008). Kültürel Çalışmalar ve Teorik Mirası. Çelenk, S. (der.) içinde. İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar. Ankara: De Ki Basım Yayım.

Morley, David.(1999). Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London and New York: Routledge.

Mutlu, Erol (1999) Televizyon ve Toplum. Ankara: TRT Yayınları.

Procter, J. (2007). Encoding/decoding. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*.

Smith, Philip (2007) Kültürel Kuram, Çev. Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu. İstanbul: Babil Yayınları.

Şeker T (2009) 5N1K Haber Programının Alımlama Analizi, Selçuk İletişim, 5(4), 105- 117.

Yaylagül, Levent. (2014). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.

YAPAY ZEKÂ GAZETE HABERİ YAZABİLİR Mİ?

Doç. Dr. Mustafa İNCE

Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0001-8058-1076

Özet

Gelişen teknolojilerle birlikte neredeyse her gün yeni ve farklı uygulamalar hayatımıza giriyor. Özellikle internet ve bilgisayar teknolojisinin bir araya gelmesi ile dijitalleşen dünya, insanlık için yeni imkanlara kapı açıyor. Dijital dünyanın sağladığı imkanlar içerisinde yapay zekâ uygulamaları özellikle dikkat çekmektedir. Son zamanlarda pek çok alanda olduğu gibi medya alanında da yapay zekâ uygulamaları farklı şekillerde kendini göstermeye başlamıştır. Yapay zekâ uygulamalarının medya alanında pek çok işi kolaylaştırdığı bilinen bir gerçektir. Bilhassa çok fazla insan müdahalesi gerektirmeyen işlerin yapay zekâ tarafından hızlı ve ekonomik bir şekilde yapılması bu sistemi cazip kılmaktadır. Ancak yapay zekanın neleri yapıp neleri (henüz) hakkıyla yapamayacağını tespit etmek biraz zaman alacak gibi gözükmektedir. Bu bağlamda kamu yararı ekseninde büyük öneme sahip olan haber yazımı konusunda yapay zekâ ne kadar marifetli?

Bu çalışmanın amacı, gazete haberi yazımında gazetecilerin yazdığı haberler ile yapay zekâ uygulamasının yazdığı haberlerin (kıyaslanarak) ne kadar örtüştüğünü ve yapay zekanın ideal haber yazımına ne kadar yaklaşabildiğini ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışma kapsamında 3 farklı kategoride profesyonel gazetecinin ve yapay zekâ uygulamasının ayrı ayrı yazdığı haberler okuyucularla (anket formu üzerinden) derinlemesine görüşme yapmak suretiyle değerlendirmeye tabi tutularak analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen temel bulgulara göre, yapay zekâ tarafından yazılan haberlerde, 5N1K kuralına uyulmadığı, haberde yorum/ değerlendirme yapıldığı, noktalama işaretlerinin yanlış kullanıldığı, cümlelerin/ifadelerin haber formatından oldukça uzak olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, gazete haberi, haber formatı

Giriş

Yapay zekâ uygulamalarının başta tıp, ulaşım, pazarlama vb. olmak üzere pek çok sektörde farklı amaçlar için kullanıldığı ve kullanım alanlarının her geçen gün genişlediği bilinen bir gerçektir. Teknolojik yeniliklere diğer sektörlere nazaran daha erken refleks gösteren ve daha kolay uyum sağlayan medya alanında da yapay zekâ giderek yayılmaya başlamıştır. Özellikle internet siteleri, haberlerin tasnifinde, kategorize edilmesinde ve hatta bizzat haber yazımında yapay zekâ uygulamalarını kullanmaya başlamışlardır. Dahası dünyada bazı haber sitelerinin içeriğinin tamamen yapay zekâ uygulamaları tarafından üretildiği belirtilmektedir. (Ay, 2023 :414)

Bugün aslında internet siteleri bağlamında yapay zekânın daha çok istatistiksel veriler sağlamak maksadıyla kullanıldığı anlaşılmaktadır. Öyle ki, Search Engine Optimization (SEO) olarak adlandırılan sistem aracılığıyla haberciler, internet haber sitelerini ziyaret eden kullanıcıların, sayılarını, cinsiyetini, yaş grubunu, sitede ve/veya haberde harcadığı zamanı, ilgi alanlarını

ziyaretçilerin yönlendirilme şeklini vb. öğrenebilmektedirler. (Öngel, 2023:529) Her ne kadar gazeteciler SEO yapay zekâ sistemini internet sitesinin veya haberlerin tıklanma sayısını artırmak için kullanmış olsalar da benzer yazılımların otomatik haber üretim süreçlerinde de kullanıldığı bilinmektedir.

Başta New York Times, Associated Press, The Washington Post, Los Angeles Times, Forbes, Yahoo vb. olmak üzere bazı büyük medya kuruluşları belli konularda otomatik haber üretim süreçlerinde yapay zekâ uygulamalarını kullanmaktadırlar. Medya kuruluşları yapay zekâ uygulamalarını haber üretim sürecine daha fazla dahil etmek maksadıyla yazılımcılar istihdam etmekte, bilişim firmalarıyla daha fazla iş birliğine yönelmektedirler. (Öngel, 2023:529)

Medya kuruluşlarının yapay zekâ marifetiyle otomatik haber üretme çabaları bir yana, geldiğimiz noktada yapay zekâ uygulamalarının henüz rüştünü ispat edemediği ve profesyonel haber yazımı konusunda epey yol katetmesi gerektiği aşikardır. Çünkü (spor, meteoroloji gibi) sınırlı bazı alanlar hariç, otomatik haber yazımının habercilik ilkeleri çerçevesinde ve olması gerektiği şekilde olayları ve olguları haberleştirmesi pek de kolay olmayacak gibi gözükmektedir. Bu durumdan hareketle, bu çalışmada, yapay zekâ uygulamalarının (habercilik kuralları ve ilkeleri çerçevesinde) profesyonel haberciğe ne ölçüde yakın haber yazabildiği ve/ veya yazabileceği sınanmaya çalışılmıştır.

Haberciliğin dönüşümü ve internet haberciliğinde yapay zekanın kullanımı

Bilgisayar ve internet teknolojisi, çoğu alanda olduğu gibi medyayı da değişime ve dönüşüme zorlamıştır. Aslında bu değişim öteden beri daha az maliyetle daha fazla ‘iş’ çıkarmaya çalışan medyanın da işine gelmektedir. Gazetelerin internet ortamına taşınmasıyla birlikte gazetecilikte başta hız ve multimedya kaynaklı içerik sağlama olmak üzere büyük avantajlar elde edilmiştir. Ancak ekonomik kazanç/gelir açısından aynı şeyi söylemek mümkün değildir. İnternet gazeteciliği, ekonomik olarak ayakta kalmak ve daha fazla kişiye ulaşmak (tıklanma) adına yapay zekâ kullanımı da dahil pek çok yeni ve farklı uygulamayı denemiş, denemeye de devam etmektedir.

İnternet gazeteciliğinin etkileşime imkân sağlaması ve okuyucuların haber süreçlerine, yorum, eleştiri, öneri vb. şekillerde dahil olmasıyla birlikte etkileşim de artmıştır. Bu etkileşimler sitelerin içerikleri şekillendirmiş, okuyucu merkezli bir işleyiş hüküm sürmeye başlamıştır. Bu durum yukarıda kısmen değindiğimiz Search Engine Optimization (SEO) ‘Arama Motoru Optimizasyonu’ merkezli habercilik anlayışının yerleşmesine sebep olmuştur. Bu anlayış çerçevesinde, internet habercileri genellikle okuyucu etkileşimlerine bağlı olarak ziyaretçilerin ilgi duyduğu konular, olaylar, durumlar üzerinden haber ve enformasyon sağlama yöntemini benimsemişlerdir. (Özel ve Deniz, 2018:177). Haberciler, okuyucuların ilgi duydukları bu içerikleri ise yapay zekâ mantığında çalışan birtakım algoritmalar aracılığı ile tespit etmeye çalışmışlardır. (Saran, 2021:601). Ekonomik kaygılar ve gelir elde etmeye odaklı olarak edinilen SEO kaynaklı bu verilerin, genellikle tıklanmaya odaklı, manipülatif, eğlence, reklam, cinsellik ve tüketim ağırlıklı olduğu anlaşılmaktadır. Yapay zekâ uygulamalarının temelini teşkil eden bu ve benzeri veri toplama yöntemleri giderek geliştirilmiş ve yapay zekâ uygulamaları bugün artık doğrudan haber üretim süreçlerine evrilen bir yola girmiştir.

Araştırma

Özellikleri ve yapısı itibariyle medya, teknolojik gelişmelere oldukça duyarlı ve en hızlı uyum sağlayan sektörler arasında yer almaktadır. Özellikle medyanın öncelikleri arasında yer alan 'hızlı işleyişe' katkı sağlayan her yenilik, medyanın öncelikleri arasındadır. Ancak her yeniliğin medyanın işleyişine optimum katkı sağladığını söylemek de pek mümkün değildir. Bilhassa haber gibi etkisi ve sorumluluğu yüksek medya içeriklerinin insan kontrolü olmadan ilerlemesi/ işletilmesi büyük riskler taşımaktadır. Son dönemde medya dahil pek çok sektörde kullanımı giderek yaygınlaşan yapay zekanın, habercilik alanında etkin bir şekilde kullanılmasının en azından şu anki koşullarda mümkün olup olmadığının belirlenmesi bu bağlamda önem arz etmektedir. Yapay zekâ uygulamalarının habercilik alanında kullanımıyla ilgili şu sorulara cevap bulunması bu çalışmanın amaçları arasındadır:

S1: Yapay zekâ profesyonel haber yazımına ne ölçüde uygun haber yazabilmektedir?

S2: Yapay zekâ uygulamalarının yazdığı haberler habercilik ilkeleriyle örtüşmekte midir?

S3: Okuyucular yapay zekâ tarafından yazılan haberlerin (farklı olduğunu) anlayabiliyor mu?

S4: İnsanlar hangi haber yazımının okuyucular açısından daha uygun olduğunu düşünüyor?

Araştırmanın amacı ve yöntemi

Bu araştırmanın amacı, gazete haberi yazımında gazetecilerin yazdığı haberler ile yapay zekâ uygulaması (ChatGPT) tarafından yazılan haberlerin (kıyaslanarak) ne oranda örtüştüğünü ve yapay zekanın ideal haber yazımına ne ölçüde yaklaşabildiğini ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışma kapsamında 3 farklı kategoride/konuda (trafik kazası, yangın, cinayet) profesyonel gazetecinin ve yapay zekâ uygulamasının ayrı ayrı yazdığı haberlere ilişkin veriler, katılımcılardan derinlemesine görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen bulgular belirlenen yöntemle analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanlar 10 kişi ile sınırlı tutulmuştur.

Bu çalışmada, çalışmanın konusu ve izlenilen süreç itibariyle nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. "Betimsel analiz, bazı olgu ve olayların özet olarak tespitinde ve sunulmasında sıklıkla kullanılan bir tekniktir" (İnce ve Yılmaz 2022:621) "Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde temel amaç, elde edilen bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır" (Özen ve Hendekçi, 2016: 625). Örnek olay incelemesi yöntemi ile gerçekleştirilen bu çalışmanın örnekleminin belirlenmesinde amaçlı örneklem metodu kullanılmıştır. Amaçlı örneklem kullanılmasının nedeni, veri toplamada ve işlemede örneklerin ve veri kaynaklarının tümünün değerlendirmeye tabi tutulmasının mümkün olmamasıdır. (Sevim, 2013:305).

Bulgular ve değerlendirme

Katılımcılara bir bölümünde ChatGPT tarafından yazılmış diğer bölümünde ise profesyonel gazeteci tarafından yazılmış aynı haberin bulunduğu form okutturulmuş ve Hangi haberin daha

anlaşılır olduğu, Hangi haberin daha basit yazılmış olduğu, Hangi haberin daha profesyonel yazılmış olduğu, Hangi haberin yapay zekâ ile oluşturulmuş olabileceği, Haber okuyucusu olarak hangi haberi okumayı tercih edeceği, İki haber arasında (göze çarpan) farklılıkların neler olduğu soruları yöneltilerek, katılımcıların görüşleri toplanmıştır. Bu uygulama 3 farklı haber tipi için tekrar edilmiştir. Burada amaç yapay zekâ uygulamasının farklı kategorilerdeki haber yazımına ilişkin durumunu ortaya koymaktır.

1. Katılımcı: (G.O. / Erkek / 39 / memur)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberin daha kısa, basit ve anlaşılır olduğunu, diğer yazımın haberden çok konuşma biçiminde olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de ChatGPT tarafından yazılan haberin yapay zekâ tarafında yazılmış olabileceğini belirtmiştir. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı tercih edeceğini, yapay zekâ haberinin uzun olduğunu ve diğerine nazaran daha zor anlaşıldığını beyan etmiştir.

2. Katılımcı: (S.Y. / Kadın / 20 / Öğrenci)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberin daha kısa, basit, anlaşılır ve resmi olduğunu ancak yapay zekâ tarafından yazılan haberin (yorum ve değerlendirmeleri kastederek) daha ayrıntılı olduğunu belirtmiştir. Katılımcı, yapay zekâ tarafından yazılan (B tipi) haberlerin profesyonel gazeteci tarafından yazıldığını düşündüğünü söylemiştir. Yapay zekâ tarafından yazılan haber daha samimi bulduğunu ve bu tarz haberleri okumayı daha çok tercih edebileceğini dile getirmiştir.

3. Katılımcı: (C.A. / Kadın / 20 / Öğrenci)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberin daha özet biçimde yazıldığını, kolay anlaşılır olduğunu, diğer yazımın ise uzun ve zor anlaşılır olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de ChatGPT tarafından yazılan haberin yapay zekâ tarafında yazılmış olabileceğini belirtmiştir. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı seçeceğini, yapay zekâ haberinin uzun ve karmaşık olduğunu, diğerine nazaran daha zor anlaşıldığını beyan etmiştir. Özellikle, yapay zekanın abartılı ifadeler kullandığını belirtmiştir.

4. Katılımcı: (D.İ. / Kadın / 43 / Ev Hanımı)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, trafik kazası konulu formda yer alan haberde profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi daha kısa ve kolay anlaşılır bulduğunu ve bu tarz yazımı tercih edebileceğini belirtmiştir. Ancak cinayet ve orman yangını konulu haberlerde detaylara yer verildiği ve iyi niyet beyanları

bulunduğu için yapay zekâ tarafında yazılan tarzda haberleri tercih edebileceğini söylemiştir. Katılımcı, aslında her üç kategori için de profesyonel haber yazımının daha kullanışlı olmasına karşın yapay zekanın yazdığı haberlerin (yorum ve değerlendirmeler nedeniyle) daha ilgi çekişi olduğun belirtmiştir.

5. Katılımcı: (S.A / Erkek / 44 / Esnaf)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberin daha kolay anlaşıldığını, basit olduğunu belirtmiştir. Yapay zekâ uygulaması tarafında yazılan haberin yazımının son kısımlarının haberden çok sohbet biçiminde olduğunu belirtmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de ChatGPT tarafından yazılan haberin yapay zekâ tarafında yazılmış olabileceğini belirtmiş, neden olarak da cümlelerin zor anlaşılır olduğunu söylemiştir. Okuyucu ayrıca profesyonel yazımın daha kısa sürede bilgi vermesi gerektiğinde yola çıkarak hangi haberin profesyonel tarafında yazıldığını tahmin ettiğini beyan etmiştir. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı tercih edeceğini, yapay zekâ haberinin uzun olduğunu ve diğerine nazaran daha zor anlaşıldığını beyan etmiştir.

6. Katılımcı: (S.Y. / Kadın / 20 / Öğrenci)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi daha basit ve anlaşılır bulduğunu belirtmiştir. Katılımcı, hangi haber ya da haberlerin yapay zekâ tarafından yazıldığına ilişkin soruya her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafında yazılan haberi göstermiştir. İki haberi kıyasladığında yapay zekâ tarafından yazılan haberin daha çok bilgi verdiğini düşündüğünü beyan etmiştir. Yapay zekâ tarafından yazılan haberleri daha detaylı olduğu için tercih edebileceğini belirtmiştir.

7. Katılımcı: (İ.A. / Erkek / 29 / Şoför)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de yapay zekâ tarafında yazılan haberin daha uzun ve karmaşık olduğunu belirtmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi doğru tahmin etmiştir. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı tercih edeceğini, yapay zekâ haberinin uzun olduğunu ve diğerine nazaran daha zor anlaşıldığını beyan etmiştir. Günlük hayatta çok haber okuduğunu ancak yapay zekâ tarafında yazılan tarzda haberlere çok sık rastlamadığını söylemiştir.

8. Katılımcı: (H.Y. / Erkek / 36 / Grafiker)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de yapay zekâ tarafından yazılan haberin daha uzun, karmaşık ve ‘yapay’ olduğunu belirtmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi doğru tahmin etmiştir. Profesyonel yazılan haberin zaman tasarrufu

sağladığını ve okuyucunun olaya ilişkin ihtiyaç duyabileceği bilgileri özetleyerek verdiğini aktarmıştır. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı tercih edeceğini, yapay zekâ haberinin gereksiz uzun olduğunu ve yorum/temenni içerdiğini belirtmiştir. Günlük haberleri takip ettiğini ancak yapay zekâ uygulaması tarafında yazılan tarzda haberlere ilgi göstermediği beyan etmiştir. Ayrıca katılımcı internet sitelerinin ve otomatik olarak okuyuculara gelen haberlerinin yapay zekâ tarafından yazılan haberlere çok benzediğini de ifade etmiştir.

9. Katılımcı: (T.K. / Erkek / 46 / Emekli)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberin daha kısa, basit ve anlaşılır olduğunu, diğer yazımın haberden çok yorum şeklinde olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de yapay zekâ tarafından yazılan haberin kolaylıkla ayırt edilebileceğini belirtmiştir. Zira yapay zekanın haberi çok acemice yazdığın de söylemiştir. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı tercih edeceğini, yapay zekâ haberinin uzun olduğunu ve diğerine nazaran çok fazla yorum içerdiğini beyan etmiştir.

10. Katılımcı: (B.C.D./ Kadın / 32 / Satış Temsilcisi)

Katılımcıya 1,2,3 numaralı formlar okutturulmuş ve şu veriler elde edilmiştir.

Katılımcı, her üç kategori için de profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberin daha öz bir biçimde yazıldığını, daha kolay anlaşılır olduğunu, diğer yazımın ise uzun ve zor anlaşılır olduğunu, gereksiz detaya girildiğini ve yorumlama yapıldığını ifade etmiştir. Katılımcı yine her üç kategori için de ChatGPT tarafından yazılan haberin yapay zekâ tarafında yazılmış olabileceğini belirtmiştir. Katılımcı, profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı seçeceğini, yapay zekâ haberinin uzun ve karmaşık olduğunu, diğerine nazaran daha zor anlaşıldığını beyan etmiştir. Katılımcı ayrıca son zamanlarda internetten okuduğu haberlerin yapay zekâ tarafından yazılan haberler gibi olduğunu vurgulamıştır. Burada uzun ve karmaşık başlıkların insanlar tarafından ilgi çekebileceğinin dikkate alınmış olabileceğini de katılımcı tarafından belirtmiştir.

Farklı demografik özelliklere sahip tüm katılımcıların beyanları genel olarak değerlendirildiğinde, yapay zekâ tarafından yazılan haberlerin genellikle zor anlaşılır nitelikte olduğu, uzun yazıldığı, her bir haber için yorum/ değerlendirme yapıldığı ve haberden ziyade bir konuşmayı andırdığı okuyucular tarafından dile getirilmiştir. Okuyucuların tamamına yakını, profesyonel gazetecinin yazdığı haberin daha kullanışlı ve anlaşılır olduğunu ve okumak istediği bir haberin bu şekilde yazılmış olmasını tercih edeceğini belirtmişlerdir. Katılımcılar ayrıca yapay zekâ uygulaması tarafından yazılan haberlerin uzun, abartılı ve duygu içerikli olduğunu da ifade etmişlerdir. Katılımcıların genel görüşleri incelendiğinde, yapay zekâ tarafından yazılan haberlerin teknik açıdan da iyi olmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcılar, haberin spotunun ve başlığının uzun olduğunu, haberde menşei / kaynak belirtilmediği kelime tekrarları yapıldığını ve habere ait bilgilerin akıcı bir şekilde sunulmadığını da söylemişlerdir. Yapay zekanın yazdığı haberin zor anlaşılır olasına rağmen daha detay verdiği gerekçesiyle okumayı tercih edeceğini

belirten bazı katılımcıların, internet haberciliğinin kurallara bağlı olmadan sundukları haberlere olan aşinalıktan kaynaklanmış olabileceğini söylemek mümkündür.

Sonuç

Bilgisayar ve internet teknolojisinin sağladığı yenilikler paralelinde medya alanı için geliştirilen yazılımlar gazetecilerin pek çok veriye daha kolay ve hızlı ulaşmasına imkân sağlamıştır. Özellikle internet haberciliği için son derece önemli olan okunma/tıklanma sayıları ile ziyaretçilerin demografik özellikleri, etik ilkelerin ihlali bir yana, bu yazılımlar sayesinde öğrenilmeye çalışılmıştır.

Yapay zekanın habercilik alanında kullanılması elbette sadece veri toplamayla sınırlı kalmamış, haberlerin otomatik olarak yazılmasına doğru evrilmeye başlamıştır. Bu sayede gazetecilerin müdahalesi olmadan veya kısmi müdahaleyle haberler otomatik olarak üretilmeye çalışılmıştır. Çeşitli yazılımlar sayesinde başta hava durumu, spor, ekonomi konulu haberler olmak üzere farklı alanlarda otomatik haber üretimleri mümkün olmuştur. Üstelik bu sistemin geliştirilmesi için başta büyük medya kuruluşları olmak üzere, pek çok medya kuruluşu bünyelerinde yazılımcılar, bilişim uzmanları istihdam etmekte, önde gelen teknoloji firmalarıyla daha fazla iş birliği geliştirmeye çalışmaktadırlar.

Otomatik haber yazımı medyanın teknolojik imkanları değerlendirmesi bağlamında elbette olumlu bir gelişme olarak görülebilir. Ancak burada asıl öneli olan otomatik olarak üretilen haberlerin, habercilik ilkeleriyle ne kadar örtüştüğü, okuyucuyu ne kadar tatmin ettiği 5N1K kuralına ne düzeyde uyduğu vb. hususların açığa kavuşturulmasıdır.

Çalışmamıza dahil olan 10 katılımcıdan 2'si yapay zekâ tarafından yazılan haberleri, 8 katılımcı ise profesyonel gazeteci tarafından yazılan tarzda haberleri okumayı tercih edeceğini beyan etmiştir. Yapay zekâ tarafında yazılan haberleri okumayı tercih edeceğini söyleyen katılımcıların temel gerekçesi, bu haberlerin detaya yer verdiğidir. Halbuki her iki haber için de aynı veriler kullanılmış, yapay zekâ tarafından yazılan haberlerde okuyucunun merakını gidermeye yönelik ek bir bilgi sunulmamıştır. Burada katılımcılar, yapay zekanın her bir haber için yaptığı ortalama iki paragraflık yorumu detay bilgi olarak değerlendirmiştir. Profesyonel gazeteci tarafından yazılan haberi okumayı tercih edeceklerini belirten katılımcıların ise temel gerekçesi olayın özetinin verilmesi, kolay anlaşılır olması ve yorum bulunmamasıdır. Verilerden elde edilen sonuçlardan ilginç olanı ise yapay zekâ tarafından yazılan haberleri beğenenlerin nispeten yaşlarının daha küçük olmasıdır.

Çalışmadan elde edilen verilere göre, yapay zekâ tarafından yazılan haberlerin başta yorum içermesi ve abartılı ifadelere yer vermesi olmak üzere uzun yazılması, zor anlaşılır olması, menşei belirtmemesi gibi nedenlerle habercilik ilkeleriyle örtüşmediği anlaşılmaktadır. Okuyucuların genellikle yapay zekâ tarafında yazılan haberleri kolaylıkla ayırt edebildikleri görülmektedir. Yine okuyucular daha 'kullanışlı olması' sebebiyle profesyonel gazeteciler tarafından yazılan haberleri tercih etmektedirler.

Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bize göstermektedir ki, ChatGPT tarafında yazılan haberler okuyucuların bir haberden beklentisini karşılayamamakta, okuyucuları haber okumanın

doyuruculuğuna ulaştıramamaktadır. Bilhassa haberin özellikleri arasında yer alan abartıdan uzak olma, duygu katmama, kısa, sade, açık ve anlaşılır olma gibi özellikleri taşımadığı da rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. Her ne kadar insan eliyle yazılan haberlerde de başta objektiflik olmak üzere pek çok habercilik ilkesi ihlal edilse de yapay zekâ uygulamasının haber üretiminde en azından şimdilik daha fazla dezavantajları olduğunu söylemek mümkündür. Fakat şunu da unutmamak gerekir ki her alanda olduğu gibi habercilik alanında da makineleşme her geçen gün artarak devam edecektir.

Kaynakça

Yılmaz, M. & İnce, M. (2022). Rousseau'nun Kamuoyu Yaklaşımı Bağlamında, Medyanın 'Kamu Vicdanı'nı Harekete Geçirme İşlevi Üzerine Bir Araştırma. Journal of Humanities and Tourism Research, 12 (3), 614-630. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/johut/issue/73014/1188794

Sevim, S. (2013). Mikro-Öğretim Uygulamasının Öğretmen Adayları Gözüyle Değerlendirilmesi. Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, (21), 303-313. Retrieved from https://dergipark.org.tr /en/pub/ zgefd/issue/47941/606533

Özen, F. ve Hendekçi, E. (2016). Türkiye'de Eğitim Denetimi Alanında 2005–2015 Yılları Arasında Yayımlanan Makale ve Tezlerin Betimsel Analizi. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi 6(11):619-50

Ay, A. (2023). Gazetecilik 4.0: Yapay Zekâ Haberciliğinin Güncel Örneklerine Yönelik Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 14 (38), 412-435. DOI: 10.21076/vizyoner.1141093

Öngel, A. (2023). Yapay zekâ teknolojisinin haber üretim süreçlerinde kullanımı: Otomatik haber üretimi. Turkish Studies-Social, 18(2), 527-545. https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.67646

Özel, E. K., & Deniz, Ş. (2018). "Google gazeteciliği" mi "empati editörlüğü' mü? Gazetecilikte seo editörlüğü ve dönüşen gazetecilik pratikleri üzerine bir araştırma. Akdeniz İletişim Dergisi, (30), 164-190. https://doi.org/10.31123/akil.461286

Saran, C. (2021, Mart). Algoritmalar, arama motorları ve gazetecilik: Türkiye'de haber siteleri, kullanıcı etkileşimi ve haber üretim süreçleri. Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu, İstanbul, Türkiye.

INFLATION, ECONOMIC GROWTH AND UNEMPLOYMENT: ANALYSIS OF THE INTERACTION IN THE TURKISH ECONOMY

Assist. Prof. Mustafa NAİMOĞLU
Bingöl University, 0000-0001-9684-159X
Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK
Tarsus University, 0000-0002-1043-2056

ABSTRACT

This study seeks to explore the interplay among inflation, economic growth, and unemployment within the context of the Turkish economy. Empirical investigation was conducted utilizing data spanning from 1990 to 2022, employing the Fourier ARDL methodology. The empirical findings illuminate an inverse correlation between inflation and unemployment during the specified period. In simpler terms, as inflation escalates, the unemployment rate registers a decline. This discovery implies that inflation plays a role in mitigating unemployment rates. Conversely, the dynamics between economic growth and unemployment unfold differently. The empirical analysis reveals that as economic growth gains momentum, unemployment rates concurrently surge. In essence, a positive association exists between economic growth and unemployment. This outcome underscores that economic growth does not operate as a force for diminishing unemployment; instead, it contributes to its escalation. This study furnishes invaluable insights for both Turkish policymakers and economic analysts. Grasping the repercussions of inflation and economic growth policies on unemployment holds pivotal significance in fostering robust and consistent economic advancement. The primary objective of this study is to augment comprehension of these intricate relationships and facilitate the formulation of judicious policy measures.

Keywords: Unemployment, Economic Growth, Inflation, Fourier ARDL, Türkiye.

1. INTRODUCTION

Unemployment stands out as one of the most pressing issues in national economies, characterized by its socio-economic consequences that set it apart from other problems. Unemployment is defined as the state of being willing and able to work but unable to find employment. The issue of the persistence of unemployment has been a subject of interest for many years, given its implications for overall welfare and policy design. Structural changes

within national economies, particularly in the post-crisis period, have introduced variations in the state of unemployment [1].

Numerous studies have been conducted on the relationship between unemployment and various variables. Prominent among these variables are inflation, economic growth, exports, exchange rates, foreign trade, openness to international trade, population, and external trade variables ([2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]). Additionally, although limited in number, there are studies that examine the relationship between unemployment and education expenditures and domestic credit volume ([10], [11]).

Among these variables, one of the most crucial is inflation. The relationship between inflation and unemployment was first introduced by Phillips (1958) into the literatüre [12]. According to this theory, an increase in inflation could reduce unemployment [13]. This concept, known as the original Phillips curve, was transformed into an empirical curve by Samuelson and Solow (1960), reflecting the relationship between the rate of change in prices and the unemployment rate ([14], [15]). The probability of exchange between these variables has provided policymakers with a tool to address macroeconomic imbalances. However, the failure of the developed model to explain the economic crises of the 1970s raised serious doubts about the validity of the relationship. Consequently, this situation has provided an opportunity for further research to refine and complement the Phillips curve.

The study conducted by [16] investigates the causality relationship between inflation and unemployment, focusing on BRICS countries. The research covers the sample period of 1997-2018, examining the presence of causality between inflation and unemployment. The study utilizes the empirical method of the new generation causality test proposed by [17]. The results reveal the existence of a one-way causality from the inflation rate to the unemployment rate. However, individual country results show that only in Russia does the Phillips Curve's validity find support.

In a similar investigation using the Nonlinear AutoRegressive Distributed Lag (NARDL) technique, [18] analyze the data for the Norwegian economy, covering the period from 1995Q1 to 2021Q2. Empirical findings demonstrate the presence of a nonlinear cointegration relationship between the unemployment rate and the inflation rate in Norway during the specified period. Moreover, the study reveals that in the short term, the response of the unemployment rate to changes in inflation is asymmetric.

[19] focus on the relationship between inflation and unemployment in the Turkish economy, using monthly data from January 2005 to August 2020. They employ the Fourier Shin cointegration method and Dynamic Ordinary Least Squares (DOLS) in their empirical analysis. The findings suggest that a 1% increase in unemployment leads to an approximate 1% increase in inflation. Conversely, in the reverse model, a 1% increase in inflation is associated with a 0.23% increase in unemployment.

From a theoretical perspective, another variable closely associated with inflation is economic growth. According to Okun's (1962), there exists an inverse cyclical relationship between the rates of economic growth and the unemployment rate ([20], [21]). [20] employed regression analysis to test the relationship between economic growth and unemployment in the U.S. economy. The quarterly data from the period between 1947 and 1960 were selected for this study. The findings indicated that an increase of 1% above the average growth rate of 2.25% results in a 0.5% reduction in the unemployment rate [22]. Therefore, this result suggests an inverse relationship between economic growth and unemployment. There are numerous studies on the relationship between unemployment and economic growth. In a recent study, [21] investigate the validity of Okun's Law in the Turkish economy. The research covers the period from 2005Q1 to 2019Q2 and utilizes general unemployment and non-agricultural unemployment rates as unemployment variables. The study employs the ARDL cointegration method as its empirical methodology. The empirical findings support the validity of Okun's Law in both models. Similarly, [22] tests the validity of Okun's Law in the Turkish economy, covering the period from 1980 to 2021. The results support the validity of Okun's Law. [23], who conduct a similar analysis in the Turkish economy, examine the period from 2005Q1 to 2020Q3. Various filtering methods are employed in this study, with the Least Squares method being the choice. The empirical findings also confirm the validity of Okun's Law.

This study explores the relationship between economic growth, inflation, and unemployment. The first original aspect of the study is the utilization of current period data and methods. The second original aspect is the simultaneous consideration of the theoretical approaches of Okun's Law and the Phillips Curve. The subsequent section presents the dataset, methodology, and econometric findings. In the final section, evaluations are made, and policy recommendations are presented.

2. DATA, METHODS AND EMPIRICAL RESULTS

In this section, annual data for the period 1990-2022 will be utilized to introduce the data, model, and methodologies for examining the impact of growth and inflation on economic growth in Turkey. For this purpose, the model to be used is presented below.

$$UNMP = \beta_0 + \beta_1 GDP_t + \beta_2 CPI_t + \varepsilon_t \qquad (1)$$

Table 1 provides descriptive statistics for the variables used in the study. GDP has the highest mean, followed by inflation and unemployment. The variable with the highest standard deviation is inflation. According to the Jarque-Bera test statistics and probability values, the variables exhibit a normal distribution.

Table 1. Descriptive statistics of the series (1990-2020)

	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis	Jarque-Bera	Probability
UNMP	0.963808	0.947924	1.135769	0.796574	0.090828	-0.1481	2.316377	0.763232	0.682757
GDP	3.788662	3.903297	4.097181	3.350371	0.252619	-0.32333	1.443364	3.906756	0.141794
CPI	1.358677	1.213052	2.022078	0.795948	0.442353	0.1854	1.292312	4.198827	0.122528

Note: The number of observations for all variables is 33 (1990-2022).

3. METHODOLOGY

Utilizing tests that consider structural shifts is crucial. Standard ADF tests do not factor in structural changes, potentially affecting result reliability. In essence, structural modifications within the series might lead to an incorrect assessment of the integration degree, thereby influencing the choice of the subsequent methodology. Hence, employing tests that consider structural alterations holds significance. Structural breaks are addressed in the stationarity assessment through low-frequency trigonometric functions, as proposed by [24]. The conventional ADF equation is depicted below:

$$\Delta y_t = p y_{t-1} + \beta_1 + \beta_2 trendu_t \quad (2)$$

However, [24] enhanced the subsequent model by integrating sinusoidal and cosinusoidal trigonometric functions.

$$\Delta y_t = p y_{t-1} + \beta_1 + \beta_2 trend + \beta_3 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_4 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + u_t \quad (3)$$

On the contrary, in the Fourier ADF test, the frequency (k) is to be determined, taking into account the trend (t) and time (T). Notably, the choice of frequency value relies on the one with the Minimum Residual Sum of Squares (MinSSR). Consequently, identifying the MinSSR value allows for the selection of the most suitable frequency value. It's worth mentioning that this test accommodates structural breaks without specifying their number or timing. The inclusion of sine and cosine functions in the Fourier ADF test captures these structural breaks.

The Fourier ARDL test will be employed to investigate the relationships among the variables. This test offers several advantages. Firstly, it doesn't impose strict assumptions about the integration levels of the variables. Additionally, the number and timing of structural breaks are inconsequential due to the nature of Fourier functions. Furthermore, when using dummy variables to represent structural changes, they exhibit abrupt transitions as 0s and 1s. However, real-life structural changes tend to occur gradually and smoothly. Therefore, Fourier functions yield more realistic outcomes [25].

In contrast, [26] introduced the standard ARDL approach to the literature, where F and t statistics are employed. The long-term relationship is assessed by comparing the test statistics obtained with the lower and upper bounds. The standard ARDL model can be expressed as follows:

$$\Delta CO2_t = \beta_0 + \beta_1 CO2_{t-1} + \beta_2 RETD_{t-1} + \beta_3 NETD_{t-1} + \beta_4 PRC_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \vartheta_i' \Delta CO2_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \theta_i' \Delta RETD_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \pi_i' \Delta NETD_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \mu_i' \Delta PRC_{t-i} + e_t \quad (4)$$

In this equation, Δ represents the differencing operator, p stands for the lag length, and e_t denotes the error term. The test statistic obtained here, within the range of lower and upper limits, does not provide sufficient information to determine the presence of a long-term relationship. As a supplementary step to this test, [27] examine the fundamental hypothesis, which involves $\beta_2 = \beta_3 = 0$.

The utilization of methods incorporating Fourier functions, a recent addition to the academic literature, has been on the rise. [27] examined the ARDL model introduced by [28] and suggested that more dependable outcomes can be achieved through the inclusion of Fourier functions, as demonstrated below.

$$d(t) = \sum_{k=1}^{n} a_k \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \sum_{k=1}^{n} b_k \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) \quad (5)$$

Where, π is the number of 3.14 used in mathematics, t is the trend, T is the time and n is the frequency. Therefore, The Fourier ARDL model proposed by [28] is as follows:

$$\Delta CO2_t = \beta_0 + \gamma_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \gamma_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_1 CO2_{t-1} + \beta_2 RETD_{t-1} + \beta_3 NETD_{t-1} + \beta_4 PRC_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \vartheta_i' \Delta CO2_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \theta_i' \Delta RETD_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \pi_i' \Delta NETD_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \mu_i' \Delta PRC_{t-i} + e_t \quad (6)$$

[28], along with [29] and [30], employed analogous procedures in their respective research endeavors. Appropriate frequency values expressing the MinSSR were determined as k=0,1,…,5. Here, critical values of F_A, F_B, and t are obtained by bootstrap.

Next, an examination of whether the variables contain unit roots will be conducted. Firstly, the standard ADF unit root test, which does not take structural breaks into account and is a classic test, will be employed. Subsequently, the Fourier ARDL unit root test, which accounts for structural breaks using sine and cosine functions and is a contemporary test, will be used. Table 2 presents the results of unit root tests for both the levels and first differences of all variables. When examining the level values, the F-test for the CPI variable is statistically significant at the 1% significance level, with the test statistic exceeding the critical values. This indicates that the CPI is stationary in its level. On the other hand, according to the results of the standard ADF tests, both the UNMP and GDP variables are stationary in their first differences. Thus, the integration degrees of the variables appear to be mixed.

Table 2: Standard ADF and Fourier ADF Unit Root Test Results

	Variables	ADF	F-ADF	F-Test	Frequency	MİNSSR	Lag
Level	UNMP	-1.698	-2.329	1.980	2	0.072	1
	GDP	-1.089	-2.569	3.736	4	0.113	7
	CPI	-1.890	-3.763*	11.576***	1	0.480	1
First Dif.	ΔUNMP	-4.677***	-4.389	1.822	4	0.082	1
	ΔGDP	-5.875***	-1.229	2.279	4	0.114	4
	ΔCPI	-0.876	-4.656***	8.850**	1	0.655	2

Note: F test critical values 1%=10.35%, 5%=7.58, 10%=6.35%, Fourier ADF k=1 critical values 1%=-4.42%, 5%=-3.81, 10%=-3.49, standard ADF critical values are 1%=-3.67%, 5%=-2.96%, 10%=-2.62%. ***, **, and * values indicate that the series is stationary at 1%, 5%, and 10% significance levels, respectively.

The study aims to investigate whether the variables moved together during the period from 1990 to 2020. For this purpose, a cointegration relationship will be tested. The Fourier cointegration test, a relatively recent addition to the literature, has been preferred for cointegration analysis. A Fourier ARDL test was conducted, and the results are presented in Table 3. When examining Table 3, it can be observed that the obtained test statistics are statistically significant at least at the 10% significance level, as they exceed the critical values. This indicates the presence of a cointegration relationship among the variables. Therefore, it can be concluded that the variables used in the study moved together during the specified period.

Table 3. Cointegration Results

Dep. Var.	Frequency	MinAIC	FARDL	Statistic	Bootstrap Critical Values		
					%1	%5	%10
UNMP	2.2	-3.403	F_A	5.720*	-5.329	6.657	10.377
			F_B	-4.112**	-3.314	-3.765	-4.858
			t	6.719*	6.386	8.167	12.556

Note: ***, ** and * values indicate that the series are stationary at 1%, 5% and 10% significance levels, respectively. 1000 simulations were performed while obtaining critical values.

Next, long-term coefficient estimation has been conducted, and the magnitude of the impact of GDP and CPI on UNMP in the long term is presented in Table 4. Additionally, diagnostic tests have been performed to assess the reliability of the model results. According to the findings, in the long term, GDP increases UNMP, while CPI decreases it. When examined as coefficients, a 1% increase in GDP corresponds to an approximately 0.8% increase in UNMP, whereas a 1% increase in CPI corresponds to approximately a 0.4% decrease in UNMP. Based on diagnostic tests, there are no issues of autocorrelation, changing variances, or normality in the model.

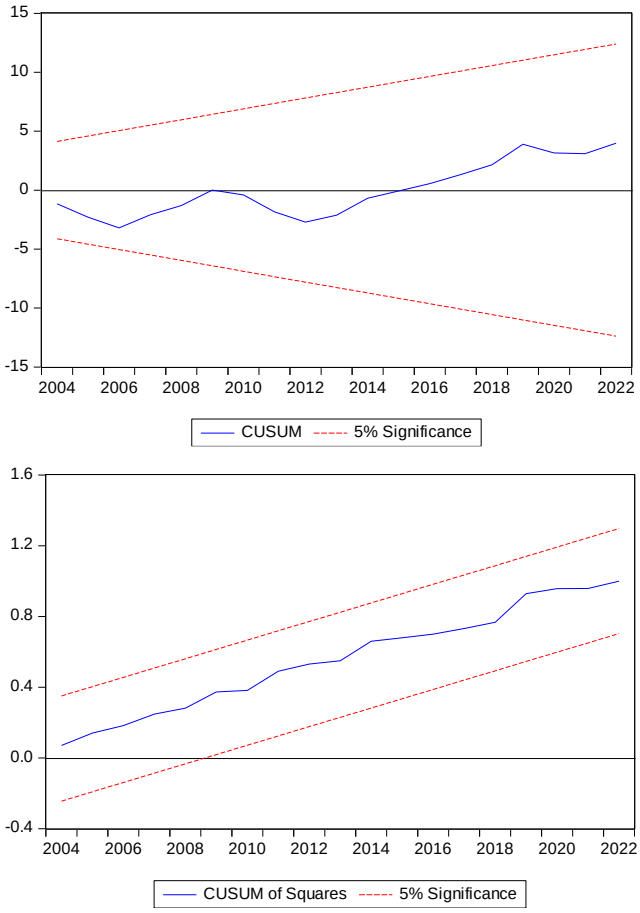
Table 4. Long-Run Coefficient Results

Dep. Var.	GDP	CPI	C		
UNMP	0.794*	-0.372**	-1.497		
	(0.454)	(0.173)	(1.681)		
Diognastik Tests	**R^2**	**Adj. R^2**	**Jarque Bera [Prob.]**	**Breusch-Godfrey [Prob.]**	**Harvey [Prob.]**
Statistics	0.470	0.325	1.500 [0.472]	0.147 [0.997]	0.193 [0.992]

Note: ***, **, and * values indicate that the series is stationary at 1%, 5%, and 10% significance levels, respectively. According to the diagnostic test results, it is seen that the ARDL model is free of variance according to the Harwey test and free of autocorrelation according to the Breusch-Godfrey test. In addition, Jarque Bera's results show that it has a normal distribution.

Finally, to test the stability of the model, Cusum and Cusum of squares graphs are provided below. For both tests, the graphs stay within the bands and do not exceed them. Therefore, in terms of the reliability of the results, the model appears to be stable.

Chart 1. Cusum and Cusum of Squares Charts



4. CONCLUSION AND POLICY IMPLICATIONS

In an economy, the relationships between the most crucial macroeconomic variables, namely inflation, unemployment, and economic growth, are considered to be of significant importance. Two fundamental theories, the Phillips curve explaining the relationship between unemployment and inflation and Okun's law, which describes the relationship between unemployment and economic growth, address these relationships. These theories hold a prominent place in macroeconomics, and many models have been developed based on these concepts.

In this study, an examination of the Turkish economy for the period 1990-2022 was conducted to measure both of these theories. Empirical methods involving Fourier techniques

were employed. Initially, the stationarity of the variables was explored using standard and Fourier Augmented Dickey-Fuller (ADF) tests. Subsequently, the Fourier Autoregressive Distributed Lag (ARDL) cointegration test was utilized to investigate the relationships between the variables. Finally, the long-term relationships between the variables were tested.

The findings revealed that a higher GDP positively affects UNMP in the long term, whereas an increase in CPI has an adverse effect on UNMP.

During economic growth, employers often require more workers to increase production and meet rising demand. Consequently, unemployment rates can decrease during periods of growth. However, factors such as wage increases and rising costs during the economic growth process may lead employers to seek cost-cutting measures, which can result in workforce reductions. Additionally, unemployment rates can vary across different sectors. For example, growth in the high-tech sector may increase unemployment in sectors with low-skilled labor.

Rising inflation can lead to a decrease in real wages for workers, potentially encouraging employers to hire labor at a lower cost. Inflation can also boost consumer demand, leading businesses to expand production and hire new employees. However, high inflation can increase economic uncertainty and adversely affect investments, potentially leading to higher unemployment.

To reduce unemployment, governments should encourage active labor force policies such as education programs and vocational training courses. Efforts to control inflation should continue through strict monetary policies and maintaining price stability. Making the labor market more flexible can encourage easier labor force participation for employers. Policies should be focused on promoting investments and technological development to support economic growth.

REFERENCES

[1] Atamer, M. A., Uçar, M. & Ülger, M. (2023). Türkiye Ekonomisinde İşsizlik Histerisi Hipotezinin Geçerliliğinin Analizi: 1988-2020 Dönemi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 283-304.

[2] Selim, S., Kirgel, H. D., Çelik, O. & Yazıcıoğlu, H. (2014). Türkiye'de İşsizliğin Sosyo-Ekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisadi ve İşletme*

Dergisi, 10(22), 1-25

[3] Tarı, R. & Bakkal, H. (2017). Türkiye'de İşsizliğin Belirleyicileri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (33), 1-18.

[4] Sönmez, F. D. & Özerkek, Y. (2018). Türkiye'de Bölgesel Genç İşsizliğin Belirleyicileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 40(2), 297-318.

[5] Ayhan, F. (2019). Türkiye Ekonomisinde İşsizliğin Belirleyicisi Olan Temel Makroekonomik Değişkenlerin Tespitine İlişkin Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (25), 235-252.

[6] Güney, K. (2020). Avrupa Birliği ve Türkiye'de Genç İşsizliğinin Belirleyicileri: Panel Veri Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 232-252.

[7] Soylu, Ö. B. & Aydin, B. N. (2020). Genç İşsizliğinin Gelişimi, Belirleyicileri ve İktisadi Politikalar: Avrupa Birliği-Türkiye Karşılaştırması. *EKEV Akademi Dergisi*, (82), 339-360.

[8] Tunçsiper, B. & Rençber, E. Z. (2020). Türkiye'de Genç İşsizlik Sorunu ve Belirleyicileri Üzerine Logit Model Analizi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(4), 514-530.

[9] Akyol, G., Bilirer, M. & Zeren, F. (2023). Türkiye'de İhracat, Döviz Kuru, İşsizlik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Fourier Kantil Nedensellik ve Fourier Adı Eşbütünleşme Testlerinden Yeni Kanıtlar. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 298-309.

[10] Öksüz, M. (2023). Eğitim Harcamaları ile Cinsiyete Göre Genç İşsizlik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 21(49), 459-481.

[11] Aydın, F. F. & Levent, C. (2023). Eğitim ve Ekonomik Büyümenin Farklı Yaş Gruplarındaki Kadın İşsizliği Üzerine Etkisi: Seçilmiş OECD Üyesi Ülkeler Üzerine Ekonometrik Bir Analiz. *Adam Academy Journal of Social Sciences*, 13(1), 73-97.

[12] Phillips, A. W. (1958). The Relation Between Unemployment and the Rate of Change of Money Wage Rates in the United Kingdom, 1861–1957. *Economica*, 25(100), 283–299.

[13] Tenzin, U. (2019). The Nexus Among Economic Growth, Inflation, and Unemployment in Bhutan. *South Asia Economic Journal*, 20(1), 94–105.

[14] Samuelson, P. A., & Solow, R. M. (1960). Analytical Aspects of Anti-Inflation Policy. *American Economic Review*, 50(2), 177-194.

[15] Mankiw, N. G. (1990). A Quick Refresher Course in Macroeconomics. *Journal of Economic Literature*, 28, 1645-1660.

[16] Bozkaya, Ş. (2023). BRICS Ülkelerinde Phillips İlişkisi: İkinci Nesil Panel Nedensellik Analizi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 13(1).

[17] Kónya, L. (2006). Exports and Growth: Granger Causality Analysis on OECD Countries with a Panel Data Approach. *Economic Modelling*, 23(6), 978-992.

[18] Karademir, C. & Ceylan, R. (2022). Norveç Ekonomisi İçin Geriye Doğru Bükülen Phillips Eğrisinin NARDL Tekniği İle İncelenmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(66), 574-591.

[19] Yıldırım, S. & Sarı, S. (2021). Türkiye Ekonomisinde Phillips Eğrisinin Geçerliliğinin Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 2206-2226.

[20] Okun, A. (1962). Potential GNP: Its Measurement and Significance. In: Proceedings of the Business and Economic Statistic Section of the American Statistical Association, 89-104.

[21] Bayramoğlu, A. & Aybudak, H. G. (2023). Türkiye Ekonomisinde Okun Yasası'nın Geçerliliği: Genel İşsizlik ve Tarım Dışı İşsizlik Oranı Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 783-797.

[22] Aydın, A. (2023). Türkiye Ekonomisi İçin 1980 Sonrasında Enflasyon ve Büyümenin İşsizlik Üzerindeki Etkileri: ARDL Yaklaşımı. *Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 1-22.

[23] Kolcu, F. &Yamak, N. (2022). Türkiye'de İşsizlik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(65), 134-148.

[24] Enders, W. & Lee, J. (2012). The Flexible Fourier Form and Dickey–Fuller Type Unit Root Tests. *Economics Letters*, 117(1), 196-199.

[25] Ozgur, O., Yilanci, V. & Kongkuah, M. (2022). Nuclear Energy Consumption and CO2 Emissions in India: Evidence from Fourier ARDL Bounds Test Approach. *Nuclear Engineering and Technology*, 54(5), 1657-1663.

[26] Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to The Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326.

[27] McNown, R., Sam, C. Y. & Goh, S. K. (2018). Bootstrapping the Autoregressive Distributed Lag Test for Cointegration. *Applied Economics*, 50(13), 1509-1521.

[28] Yilanci, V., Bozoklu, S. & Gorus, M. S. (2020). Are BRICS Countries Pollution Havens? Evidence from a Bootstrap ARDL Bounds Testing Approach with a Fourier Function. *Sustainable Cities and Society*, 55, 102035.

[29] Christopoulos, D. K. & Leon-Ledesma, M. A. (2011). International Output Convergence, Breaks, and Asymmetric Adjustment. *Studies in Nonlinear Dynamics*

Econometrics, 15(3).

[30] Omay, T. (2015). Fractional Frequency Flexible Fourier Form to Approximate Smooth Breaks in Unit Root Testing. *Economics Letters*, 134, 123-126.

EXAMINING THE GREEN FUTURE INDEX WITH MULTIDIMENSIONAL SCALING ANALYSIS: THE CASE OF OECD COUNTRIES

Res. Assist. Dilek VEYSİKARANİ
Çukurova University, 0000-0001-8071-0720
Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK
Tarsus University, 0000-0002-1043-2056

ABSTRACT

The concept of "Green Future" gains importance in today's world where environmental awareness has increased and sustainable practices have become a necessity. The vision of the Green Future concept in the coming years consists of principles that aim to use sustainable resources, protect natural ecosystems, reduce carbon emissions and minimize the negative effects of human activities on the environment. There are various metrics used to calculate the Green Future. One of these criteria is the Green Future Index, which has been published by the Massachusetts Institute of Technology (MIT) since 2021. The index consists of 5 main dimensions and 23 sub-dimensions. The Green Future Index covers a wide area covering 76 countries and regions and analyzes the environmental policies and practices of countries in detail. This analysis is based on factors such as renewable energy investments, innovation capacity, implementation of environmentally friendly policies and sustainable industry practices. In this study, the Green Future Index will be evaluated with Multidimensional Scaling Analysis for 34 OECD countries and the variables belonging to both countries and the index will be interpreted separately according to their similarities. Coordinates of countries and variables will be determined and the existing relations between them will be explained. In line with the information obtained as a result of the research, it has been reached that Iceland, Finland and Austria differ from other countries among OECD countries.

Keywords: Environmental Policy, Green Future, Multidimensional Scaling Analysis.

1. INTRODUCTION

The Green Future Index (GFI) is a research initiative conducted by MIT Technology Review Insights, with sponsorship from Kyndrl, Intel, and Iris Ceramica Group. This research focuses on addressing the global issue of climate change, which has become a pressing concern, by examining and evaluating technologies that contribute to reducing carbon emissions and aligning with green energy and zero-carbon goals. The index encompasses five regions and involves the analysis of 76 countries and regions [1].

It seems that the two most basic components examined within the scope of GFI are important on a global scale. These are seen as climate change and environmental degradation. These issues are of great importance for the sustainable macroeconomic goals of countries. Studies on the green future index created in this context have not been found in the literature. However, carbon emissions ([2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10]) and climate change ([11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [19]) is known that there are many studies on.

The issue of global climate change is discussed in [20], which is among the current studies on these subjects. The study was created with a qualitative method and the transformation experienced by security in the post-Cold War period was discussed from the perspective offered by green theory. In this context, the study concluded that global climate change and climate refugees have the potential for conflict as a security issue. On the other hand, the study stated that environmental quality affects climate change from a perspective offered by green theory. [20] investigated the determinants of carbon emissions in the 1990-2018 sample period through the panel data analysis method. The findings showed that economic growth, foreign direct investment and renewable energy consumption have negative and significant effects on carbon emissions. Therefore, when evaluated in the context of the green future index, it is considered to have important results in reducing carbon emissions. Since there is no study on the GFI, it is considered that this research will be an important resource.

In the following section of the study, the material and method are introduced. The third section presents the findings. In the fourth and last chapter, the study ends by making general evaluations and offering policy recommendations.

2. MATERIAL AND METHOD

All variables of the index were considered in the study. Detailed explanations for the variables are presented in Table 1.

Table 1. Variables and Codes of the Green Future Index

Sub-Dimension	Variables	Code	Weights
Carbon Emissions	CO2 Emissions	CO2E	20%
	CO2 Emissions Growth	CO2EG	20%
	CO2 Emissions Growth in Transport Sector	CO2EGTS	20%
	CO2 Emissions Growth in Industrial Sector	CO2EGIS	20%
	GHG Emissions Growth in Agricultural Sector	GHGEGAS	20%
Energy Transition	Renewable Energy Production Growth	REPG	45%
	Renewable Energy Contribution	REC	45%
	Nuclear Energy Production Growth	NEPG	5%
	Nuclear Energy Contribution	NEC	5%
Green Society	Green Buildings	GB	15%
	Recycling Efforts	RE	20%
	Net Change in Forestration	NCF	20%
	Meat and Diary Consumption	MDC	20%
	Green Transport	GTRANSPO	25%
Clean Innovation	Green Patents	GPATENT	20%
	Cross-border Reneables Public Investment	CBCEI	50%
	Foodtech Private Investment	FTPI	30%
Climate Policy	Climate Action	CA	25%
	Carbon Capture and Storage Readiness	CCSR	10%
	Carbon Pricing Initiatives	CPI	25%
	Sustainable Agriculture Policy/Strategy	SAP	5%
	Pandemic Pivot	PP	25%
	LNG Supply Shock Stimulus	LNGSSS	10%

Source: Green Future Index Report, 2023.

The values of the GFI for 2023 were used in the study. The sample population of the study consists of 34 OECD countries. Multidimensional Scaling Analysis, one of the multivariate statistical analysis methods, was used in the research. Multidimensional Scaling Analysis (MDS) has the primary purpose of visually describing a large number of variables or objects by representing them in a multidimensional space. This analysis method is generally used to examine similarity or distance matrices and provides a less dimensional and meaningful representation by using these matrices, especially in cases where the relationships between n objects are unknown. MDS enables the data to be presented in a more understandable way by measuring the relationships between objects or variables through matrices [22].

In the first stage of MDS analysis, a transformation appropriate to the data type is made and the distance matrix is calculated depending on the data type. After deciding in what dimensional space a data matrix with n objects and p variables will be displayed, the distance matrix is calculated. The suitability of each achieved distance to the original distance matrix is calculated with the stress measure and it is decided in which dimension the appropriate solution is achieved. In the final stage of the analysis, the coordinates of the units or objects are determined and displayed in the k-dimensional space, and the resulting graphics are interpreted and the relationships between the units and objects are determined [22]. The stress statistic obtained in MDS is used to determine the suitability of the solution. If this value is less than 0.025, it means that the solution is in almost perfect fit, and if the stress statistic value is greater than 0.20, it means that the fit is poor [23].

3. RESULTS

In the first stage of the MDS analysis, the number of iterations is determined. Stress statistics are used to determine the number of iterations. In this context, the number of iterations is given in Table 2.

Table 2. Number of Iterations

Iteration	S-Stress	Progress
1	0,15463	
2	0,11521	0,03942
3	0,11103	0,00418
4	0,11021	0,00082

The iteration process continues until Young's Stress statistic is less than 0.001 for k = 2 dimensions. When Table 2 is evaluated, the value of 0.00082 was reached at the end of the 4th iteration and the iteration process ended in the 4th iteration.

In order to determine the suitability of the MDS analysis and to determine the validity and reliability of the results obtained in line with the analysis, the Stress value and the value showing what percentage of the change in the data set is explained by the MDS solutions are used. The values in question are included in Table 3.

Table 3. Compatibility and Reliability

Stress	0,11576
R kare	0,94594

When Table 3 is examined, the Stress value is obtained as 0.11576. In MDS analysis, it is desirable for the Stress value to be close to zero. In this context, it is stated that the solutions obtained for k = 2 dimensions are suitable. The obtained R^2 value explains 95% of the variation in the data set.

The defined coordinates of the GFI variables were obtained for two dimensions. The results of the coordinates of the variables are given in Table 4. According to the magnitudes and signs of the variable coordinate loads obtained, inferences can be made about the positions of the variables relative to each other. Evaluating the coordinate loads with the help of graphics will make it easier to comment on the analysis.

Table 4. Coordinates for Variables

Number	Variables	Dimensions		Number	Variables	Dimensions	
		1	2			1	2
1	CO2E	0,479	-0,481	13	MDC	-0,431	-0,558
2	CO2EG	1,777	0,071	14	GTRANSPO	1,785	0,203
3	CO2EGTS	1,440	-0,180	15	GPATENT	-1,344	0,393
4	CO2EGIS	-0,89	-0,356	16	CBCEI	0,132	-0,848
5	GHGEGAS	-0,218	0,136	17	FTPI	1,489	-0,039
6	REPG	-2,232	-0,393	18	CA	-0,098	-0,338
7	REC	-1,397	-1,274	19	CCSR	0,220	1,177
8	NEPG	-2,471	0,183	20	CPI	1,229	0,29
9	NEC	-2,392	1,259	21	SAP	1,437	-0,102
10	GB	1,0992	-0,088	22	PP	0,585	0,319
11	RE	0,190	1,166	23	LNGSSS	-0,261	-0,236
12	NCF	-0,122	-0,304				

When Table 4 is examined, in the primary dimension, CO2 Emissions Growth (CO2G), CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS), Green Transport (GTRANSPO), Foodtech Private Investment (FTPI), Carbon Pricing Initiatives (CPI) and Sustainable Agricultural Policy (SAP) are positive. They are loaded and have values above 1. It is seen that the variables in question are the most similar variables in terms of the green future index in the primary dimension. The variables that are more different from each other in the primary dimension are Renewable Energy Production Growth (REPG), Renewable Energy Contribution (REC), Nuclear Energy Production Growth (NEPG), Nuclear Energy Contribution (NEC) and Green Patent (GPATENT). It also differs in terms of GFI because it has negative loads. In the Secondary Dimension, the variables Nuclear Energy Contribution (NEC), Recycling Efforts (RE) and Carbon Capture and Storage Readiness (CCSR) are positively loaded and take values

above 1, showing that they are the most similar variables in the secondary dimension. Renewable Energy Contribution (REC) was determined as the most different variable because it is negatively loaded and has a value above 1.

Another value obtained in the MDS analysis is the difference matrix, which shows the distances of the variables to each other. The distances of the GFI variables are calculated and included in Table 5. While values close to zero in the differences matrix indicate that the similarity is high, values of 1 and above 1 reveal the difference between the variables.

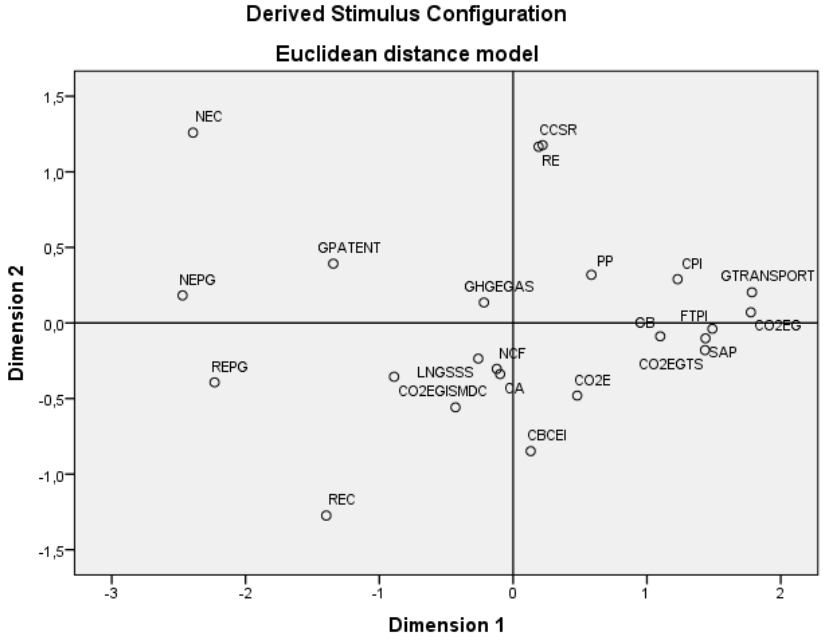
Table 5. Differences Matrix

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	0,000											
2	1,173	0,000										
3	0,958	0,338	0,000									
4	1,173	2,770	2,061	0,000								
5	0,725	1,653	1,471	0,656	0,000							
6	2,792	4,051	3,697	1,471	1,715	0,000						
7	1,715	3,635	3,072	1,049	1,653	1,715	0,000					
8	3,072	4,249	3,920	1,653	1,926	1,173	1,926	0,000				
9	3,072	4,300	4,051	2,061	2,061	2,061	2,792	1,173	0,000			
10	0,725	0,407	0,351	1,926	1,173	3,316	2,792	3,544	3,635	0,000		
11	1,715	1,926	1,926	1,904	0,958	2,770	2,770	2,837	2,792	1,653	0,000	
12	0,725	1,653	1,471	0,725	0,450	1,926	1,653	2,061	2,792	0,958	1,653	0,000
13	1,173	2,061	1,715	0,725	0,725	1,653	1,715	1,715	2,770	1,471	2,061	0,407
14	1,173	0,338	0,351	2,792	1,653	4,052	3,544	4,300	4,300	0,637	1,715	1,926
15	2,061	3,072	2,792	1,173	0,725	1,439	1,653	1,173	2,061	2,770	1,653	1,715
16	1,471	1,715	1,471	1,173	0,977	2,426	1,653	2,792	3,316	1,471	1,926	0,958
17	0,958	0,351	0,351	2,488	1,471	3,697	3,072	4,051	4,051	0,407	1,653	1,653
18	0,725	1,904	1,653	0,958	0,656	2,061	1,653	2,488	2,792	1,471	1,471	0,725
19	2,061	1,926	1,715	1,926	1,173	2,792	2,770	2,792	3,072	1,653	1,715	1,439
20	1,173	0,637	0,656	2,061	1,471	3,635	3,072	3,635	3,635	0,725	1,653	1,476
21	0,725	0,351	0,351	2,426	1,173	3,697	3,072	3,920	4,051	0,351	1,715	1,471
22	1,173	0,958	0,958	1,653	0,725	2,792	2,488	3,072	3,072	0,656	0,977	1,173
23	0,637	1,926	1,653	0,637	0,374	1,926	1,173	2,061	2,426	1,173	1,653	0,407

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
13	0,000										
14	2,426	0,000									
15	1,653	3,072	0,000								
16	0,958	1,926	1,904	0,000							
17	2,061	0,338	2,792	1,715	0,000						
18	1,173	1,926	1,653	0,958	1,471	0,000					
19	1,653	1,926	2,061	1,715	1,926	1,471	0,000				
20	1,926	0,637	2,488	1,653	0,725	1,653	1,926	0,000			
21	1,715	0,351	2,792	1,715	0,407	1,715	1,926	0,637	0,000		
22	1,471	0,958	1,926	1,173	0,725	0,725	0,932	0,958	0,977	0,000	
23	0,725	1,926	1,173	0,656	1,653	0,725	1,653	1,439	1,471	1,173	0,000

When the differences matrix is examined according to Table 5, the variables that are most similar to each other according to the green future index are the CO2 Emissions Growth (CO2G) and the CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS) with a matrix value of 0.338; CO2 Emission Growth (CO2G) and Green Transport (GTRANSPO) with a matrix value of 0.338; CO2 Emission Growth (CO2G) and Foodtech Private Investment (FTPI) with a matrix value of 0.351; CO2 Emission Growth (CO2G) and Sustainable Agricultural Policy (SAP) with a matrix value of 0.351; CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS) and Sustainable Agricultural Policy (SAP) with a matrix value of 0.351; Contribution of Nuclear Energy Contribution (NEC) and Green Buildings (GB) with a matrix value of 0.365; It was determined as Net Change in Forestration (NCF) and Meat and Diary Consumption (MDC) with a matrix value of 0.407. Looking at the variables that are least similar to each other, the Nuclear Energy Contribution (NEC) and the CO2 Emissions Growth (CO2G) with a value of 4,300; Nuclear Energy Production Growth (NEPG) and CO2 Emission Growth (CO2G) with a matrix value of 4.249; Green Transport (GTRANSPO) and Renewable Energy Production Growth (REPG) with a matrix value of 4,052; CO2 Emission Growth (CO2G) and Renewable Energy Contribution (REC) with a matrix value of 3.635; With a matrix value of 3,920, the CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS) and the Nuclear Energy Production Growth (NEPG) were determined as variables. The Nuclear Energy Contribution (NEC) and Nuclear Energy Production Growth (NEPG) variables mostly took values above 2 and 3. It has been observed that these variables differ from other variables. Considering the facts included in the definitions of the variables, it can be stated that the analysis results are consistent.

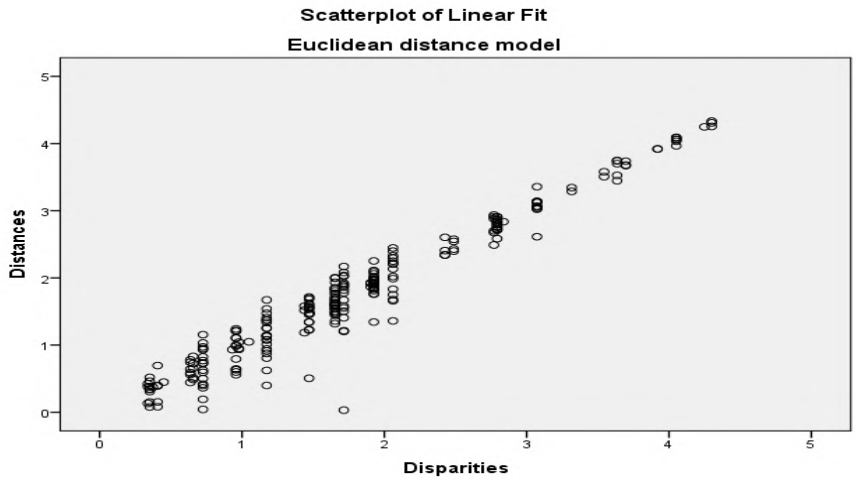
The graphical representation of the relative positions of the variables of the GFI is shown in Visual 1.



Visual 1. Euclidean Distance Model for Variables

According to the GFI, the variables that are most similar to each other are gathered around the origin. In this regard, when Visual 1 is evaluated, the variables of CO2 Emission Growth (CO2G), CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS), Green Transportation (GTRANSPO), Sustainable Agricultural Policy (SAP) and Foodtech Private Investment (FTPI) are the most similar to each other according to the green future index. As stated in the differences matrix, it can be stated that the Nuclear Energy Contribution (NEC), Nuclear Energy Production Growth (NEPG) and Renewable Energy Production Growth (REPG) variables are in a different position compared to other variables in the index.

Visual 2 shows the Euclidean distance model scatter diagram for the GFI variables.



Visual 2. Euclidean Distance Model Scatter Diagram for Variables

When examining Visual 2, which contains Euclidean distances related to variables, it can be observed that differences exhibit a linear correspondence with distances. This correspondence reveals that there exists a linear relationship between observational distances and differences.

The MDS analysis applied to the variables of the GFI was also applied to the OECD countries used in the study in the second stage. In this way, the similarities and differences of OECD countries relative to each other were determined.

The number of iterations carried out in the MDS analysis for countries is shown in Table 6.

Table 6. Number of Iterations

Iteration	S-Stress	Progress
1	0,36832	
2	0,28208	0,08624
3	0,27378	0,00830
4	0,27177	0,00201
5	0,27106	0,00071

When Table 6 is evaluated, the value of 0.00071 was obtained at the end of the 5th iteration, and since this value was less than 0.001, the iteration process was terminated after the 5th iteration.

The Stress value and value showing the validity and reliability of the MDS analysis are given in Table 7.

Table 7. Compatibility and Reliability

Stress	0,12657
R kare	0,79575

According to Table 7, the Stress statistic value was calculated as 0.12657. It is desirable that the obtained Stress value be close to zero and it shows that the results obtained for the 2 dimensions are consistent. The value representing the change in the data set is 79.58%.

Coordinates determined according to OECD countries are included in Table 8.

Table 8. Coordinates for OECD Countries

Number	Countries	Dimensions		Number	Countries	Dimensions	
		1	2			1	2
1	USA	0,306	-1,922	**18**	Italy	-0,101	0,204
2	Germany	-0,558	-0,615	**19**	Iceland	-2,980	1,782
3	Australia	0,488	-1,741	**20**	Japan	1,646	-1,154
4	Austria	-0,179	0,231	**21**	Canada	0,416	-1,140
5	Belgium	-0,526	-0,328	**22**	Colombia	1,427	0,851
6	United Kingdom	-0,640	-0,207	**23**	Costa Rika	0,915	1,595
7	Czechia	0,235	0,624	**24**	Luxemburg	-0,647	-0,119
8	Denmark	-0,956	0,338	**25**	Hungary	0,311	-0,093
9	Finland	-2,032	-0,320	**26**	Mexica	1,678	0,716
10	France	-0,583	-0,164	**27**	Norway	-1,088	0,565
11	South Korea	0,167	-1,771	**28**	Poland	0,247	0,247
12	Netherlands	-0,597	-0,614	**29**	Portugal	-0,252	0,453
13	Ireland	-0,504	0,374	**30**	Slovakia	1,065	0,380
14	Spain	-0,154	0,041	**31**	Chile	0,651	1,271
15	Israel	1,593	-1,840	**32**	Türkiye	2,476	0,590
16	Sweeden	-1,358	0,106	**33**	New Zeland	0,396	0,841
17	Switzerland	-0,571	0,066	**34**	Greece	-0,288	0,756

When Table 8 is examined, in the primary dimension, Israel, Japan, Mexico, Slovakia and Turkey are considered to be the most similar countries in terms of green future index, as they are both positively loaded and have values above 1. Finland, Sweden, Iceland and Norway are different from other countries because they have negative values above 1. The countries that were most similar to each other with a positive value above 1 in the secondary dimension were

Iceland, Costa Rica and Chile. The USA, Australia, South Korea, Israel, Japan and Canada are the countries that have negative values above 1 and show differences.

The difference matrix showing the distances of the countries to each other is given in Table 9.

Table 9. Differences Matrix

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	0,000											
2	1,828	0,000										
3	2,183	1,828	0,000									
4	2,344	0,860	1,394	0,000								
5	1,943	0,860	1,938	1,085	0,000							
6	1,394	0,701	1,828	0,948	0,570	0,000						
7	2,398	1,394	2,050	0,860	1,085	1,394	0,000					
8	2,344	0,860	2,372	0,860	1,394	0,630	1,394	0,000				
9	3,332	1,394	2,908	1,085	1,828	2,183	1,938	1,828	0,000			
10	2,050	0,860	2,183	0,948	0,173	0,566	0,860	0,860	1,394	0,000		
11	2,908	1,394	2,398	1,552	1,394	1,943	1,943	2,372	2,344	1,394	0,000	
12	1,828	0,603	1,828	0,860	0,570	0,408	1,943	0,860	1,552	0,603	1,394	0,000
13	2,183	1,211	1,938	0,603	1,394	1,085	0,701	0,603	1,828	1,211	2,183	1,394
14	0,860	0,933	2,312	0,948	0,701	0,570	1,394	0,860	2,372	0,701	2,312	0,860
15	2,398	2,372	1,394	2,183	2,604	2,372	3,332	2,908	3,916	2,908	2,908	1,938
16	2,874	0,860	2,908	0,860	0,948	1,085	1,828	1,085	0,566	0,860	2,312	0,948
17	2,344	0,860	2,050	0,527	0,603	0,860	0,701	0,860	0,860	0,603	1,828	0,860
18	1,085	0,860	1,828	0,860	0,860	0,527	1,211	0,603	2,344	0,701	2,050	0,860
19	4,748	3,332	4,748	2,573	2,908	2,398	3,412	2,050	2,853	2,908	4,763	2,908
20	2,908	2,050	2,908	2,183	1,938	2,073	1,828	2,908	2,908	1,828	1,394	1,828
21	0,860	0,860	2,183	1,394	1,828	1,394	1,773	1,394	2,853	1,394	2,344	1,394
22	2,646	2,372	2,908	1,211	2,073	2,183	2,073	2,344	3,412	2,312	2,853	2,372
23	2,908	2,398	2,853	1,552	2,573	2,344	1,938	1,828	3,332	2,372	3,412	2,853
24	2,398	1,211	1,938	0,603	0,860	0,860	1,394	0,860	1,938	1,085	1,828	0,603
25	1,828	1,085	1,585	0,860	0,860	1,211	0,603	1,394	2,183	0,701	1,085	1,211
26	2,874	2,573	2,908	1,938	2,073	1,938	1,394	2,908	3,412	2,183	2,573	2,344
27	2,874	1,085	2,398	0,747	1,211	0,860	2,073	0,701	1,943	1,211	2,908	0,948
28	2,183	0,933	1,828	0,701	1,828	1,394	0,948	0,860	2,183	1,211	1,394	1,394
29	2,372	0,860	2,312	0,527	0,933	0,603	1,085	0,603	1,552	0,860	2,050	0,860
30	2,874	2,050	2,344	1,394	1,394	1,938	0,603	2,073	2,372	1,211	2,073	2,183
31	2,874	2,372	2,908	0,948	2,050	1,938	1,394	1,828	2,908	1,938	2,908	2,344
32	3,332	2,908	2,908	2,183	2,908	3,332	2,372	3,332	4,748	2,908	2,908	2,908
33	2,908	2,050	1,943	0,570	1,394	1,394	1,211	1,394	2,853	1,394	2,853	1,552
34	2,398	1,394	2,344	0,860	1,394	0,860	1,394	0,860	2,183	1,085	2,344	1,394
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
13	0,000											
14	1,211	0,000										

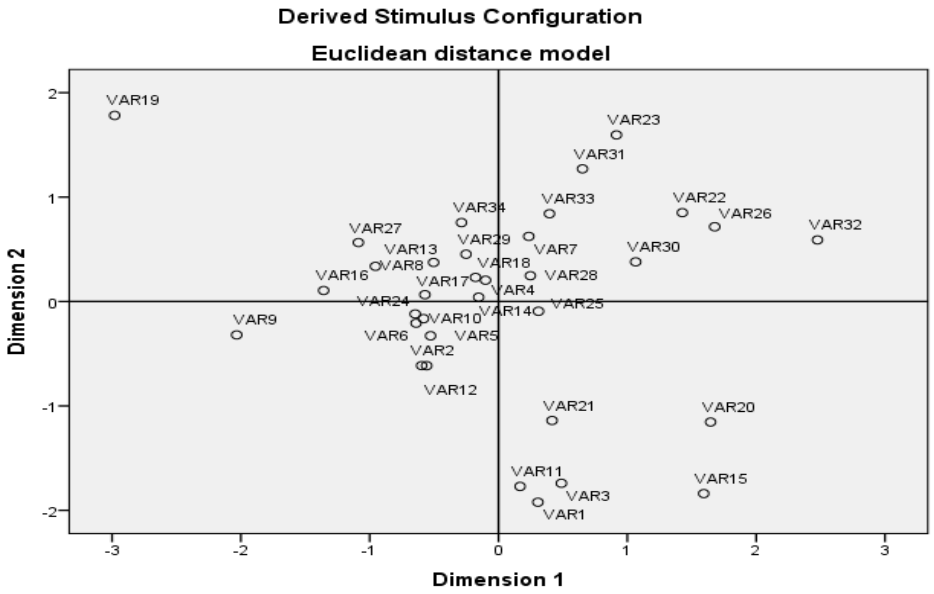
15	2,853	2,183	0,000									
16	1,394	1,394	3,332	0,000								
17	0,701	0,948	2,372	0,570	0,000							
18	0,701	0,570	2,853	1,085	0,860	0,000						
19	2,908	2,908	5,635	2,372	2,344	2,853	0,000					
20	2,908	2,183	3,412	2,853	2,344	2,183	5,635	0,000				
21	1,394	0,701	2,573	2,050	1,394	0,860	4,748	2,573	0,000			
22	2,183	1,211	2,398	2,908	2,073	1,394	4,394	2,372	2,344	0,000		
23	1,828	1,828	3,332	2,718	2,398	1,394	3,916	2,908	2,344	1,394	0,000	
24	0,860	1,394	1,828	1,211	0,570	0,860	2,573	2,573	2,183	2,073	2,646	0,000
25	0,948	0,933	1,943	1,394	0,603	0,948	3,412	1,828	0,933	1,211	1,828	0,948
26	2,312	1,828	3,332	2,908	2,183	1,394	4,763	1,211	2,372	1,085	2,372	2,312
27	1,394	1,394	3,332	0,860	1,085	0,860	2,344	2,908	1,943	2,312	1,828	1,211
28	0,948	1,211	2,398	2,073	1,085	0,860	3,332	2,344	1,211	1,394	1,585	1,552
29	0,860	0,747	2,573	0,860	0,603	0,527	2,073	2,183	1,394	1,211	1,394	0,860
30	1,938	1,394	2,573	2,183	0,948	1,828	4,394	1,938	1,828	1,828	1,943	1,828
31	1,394	1,394	2,874	2,372	1,552	1,211	3,332	2,853	2,372	0,570	0,860	1,943
32	2,573	2,908	2,646	3,412	2,908	2,398	5,635	2,908	2,874	1,211	2,344	2,908
33	1,394	1,394	2,344	2,050	0,860	1,085	2,908	2,344	1,943	0,948	1,938	0,948
34	1,394	0,860	3,332	1,394	0,948	0,570	2,372	2,183	1,828	1,394	1,394	1,394

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
25	0,000									
26	1,585	0,000								
27	1,828	2,908	0,000							
28	0,603	2,344	1,828	0,000						
29	0,860	1,211	0,701	0,860	0,000					
30	0,527	2,050	2,372	0,948	1,394	0,000				
31	1,211	1,552	2,073	0,933	1,085	1,394	0,000			
32	1,828	2,073	3,332	2,050	2,312	2,372	1,394	0,000		
33	0,860	1,394	1,085	1,085	0,603	1,085	0,860	1,394	0,000	
34	1,394	1,394	1,552	0,860	0,527	1,552	1,394	2,908	1,085	0,000

When Table 9 is examined, the countries that are most similar to each other in terms of GFI are Italy and the United Kingdom, with a matrix value of 0.527; France and the United Kingdom with a matrix value of 0.566; Belgium and the Czech Republic with a matrix value of 0.570; Italy and Spain with a matrix value of 0.570; Switzerland and France with a matrix value of 0.603; Denmark and the United Kingdom with a matrix value of 0.630; Czech Republic and Switzerland with a matrix value of 0.701. The countries that are least similar to each other are Israel and Iceland with a matrix value of 5.635; Canada and Iceland with a matrix value of 4,748; Iceland and the USA with a matrix value of 4,748; Costa Rica and South Korea with a

matrix value of 3.412; Türkiye and the USA with a matrix value of 3,332; The countries with a matrix value of 2.908 are Türkiye and Australia.

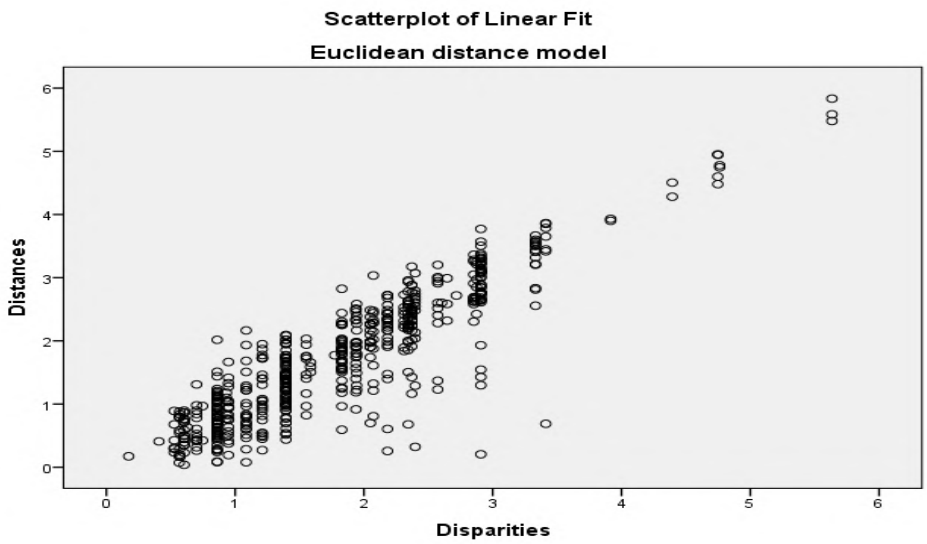
The Euclidean Distance Graph model for OECD countries is shown in Visual 3.



Visual 3. Euclidean Distance Model for OECD Countries

According to the GFI, the countries that are most similar to each other are grouped around the origin. As seen in Visual 3, Switzerland, Italy, Czech Republic, Ireland, Belgium, Poland, France, Spain and Hungary can be described as the countries that are most similar to each other. Iceland, Israel, Japan and Finland are positioned differently from other countries according to the GFI.

Visual 4 shows the Euclidean distance model scatter diagram for OECD countries.



Visual 4. Euclidean Distance Model Scatter Diagram for OECD Countries

According to the Euclidean distance model scatter diagram in Visual 4, it was observed that the differences according to the distances were in a linear relationship and showed a linear layout.

4. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In order to examine the situation of OECD countries according to the GFI in a multi-dimensional way, MDS analysis was applied using GFI data consisting of 23 variables for 76 countries. In line with the analysis, OECD countries were classified in terms of their GFI status. 23 variables belonging to the GFI were classified into primary and secondary dimensions and the most important and less important variables were determined.

In line with the multidimensional scaling analysis, the R^2 value, which expresses the change in the data set, was obtained for both variables and countries. In this context, while the variables that make up the green future index explain 95% of the change in the data set, the R^2 value obtained for the countries shows that 79.575% of the change in the data set of the countries is explained. According to the coordinate table obtained for the variables, the primary dimension is Carbon Emissions Growth (CO2G), CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS), Green Transportation (GTRANSPO), Foodtech Private Investment (FTPI), Carbon Pricing Initiatives (CPI) and Sustainable Agricultural Policy (SAP) are the most similar variables in terms of the green future index. In the Secondary Dimension, the Nuclear Energy Contribution (NEC), Recycling Efforts (RE) and Carbon Capture and Storage Readiness (CCSR) variables were obtained as the most similar variables. According to the coordinate table obtained for the countries, Israel, Japan, Mexico, Slovakia and Turkey were determined as the most similar countries in the primary dimension. In the secondary dimension, the countries most similar were Iceland, Costa Rica and Chile.

According to the Euclidean distance model obtained for the variables, it is understood that the CO2 Emission Growth (CO2G) variable is similar to the CO2 Emissions Growth in Transport Sector (CO2EGTS), Green Transportation (GTRANSPO), Sustainable Agricultural Policy (SAP) and Foodtech Private Investment (FTPI) variables. According to the Euclidean distance model obtained for the countries, it is understood that Switzerland is similar to Italy, Czech Republic, Ireland, Belgium, Poland, France, Spain and Hungary. Iceland, Israel, Japan and Finland differ from other countries according to the green future index.

The similarity in the Green Future Index values among Israel, Japan, Mexico, Slovakia, and Turkey could be the result of various factors. Among these factors, environmental policies, economic conditions, energy infrastructure, innovation capacity, and societal awareness may play a role. Any one or a combination of these factors could contribute to these countries exhibiting similar values in the Green Future Index. However, a more detailed understanding of such similarity may require further analysis and data. Also, in recent years, literature has documented Slovakia's effective performance in the context of green sustainability [24].

In the recently published Green Future Index Report, Iceland's leadership in many sub-dimensions and its difference from other countries indicate the consistency of the results obtained [25]. In line with the results obtained, it is anticipated that future studies will contribute

to the multifaceted evaluation of the relevant OECD countries for the green future and to the green policies of the world we live in.

.

REFERENCES

[1] Green Future Index Report, 2023, MIT Technology Review.

[2] Menteşe, S. (2017). Çevresel Sürdürülebilirlik Açısından Toprak, Su ve Hava Kirliliği: Teorik Bir İnceleme. Journal of International Social Research, 10(53).

[3] Destek, M. A. (2018). Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin Türkiye için incelenmesi: STIRPAT modelinden bulgular. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(2), 268-283.

[4] Erdoğan, İ., Türköz, K. & Görüş, M. Ş. (2015). 11. Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Türkiye Ekonomisi İçin Geçerliliği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (44), 113-123.

[5] Altıntaş, N. (2020). Kentleşme ve Ekonomik Büyümenin Çevresel Bozulmaya Etkisi: Türkiye Örneği. OPUS International Journal of Society Researches, 15(26), 4517-4539.

[6] Sipahi, E. B. (2010). Küresel Çevre Sorunlarına Kolektif Çözüm Arayışları ve Yönetişim. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (24), 331-344.

[7] Yeter, F., Eroğlu, İ., Kangal, N. & Çoban, M. N. (2021). Ekonomik Büyüme, Enerji Tüketimi ve Çevresel Bozulma İlişkisi: Türk Cumhuriyetleri Üzerine Panel Veri Analizi. Türk Dünyası Araştırmaları, 129(255), 405-432.

[8] Özpolat, A. & Özsoy, F. N. (2021). Yenilenebilir Enerji Kaynakları Çevresel Bozulmayı Azaltıyor Mu? Türkiye Örneği. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), 13(24), 49-60.

[9] Güney, A. (2018). Genişletilmiş Çevresel Kuznets Eğrisinin Türkiye İçin Yeniden Değerlendirilmesi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 32(3), 745-761.

[10] Yaman, K. & Muşmul, G. (2018). Çevre ve Ekonomi İlişkisi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi, 2(1), 66-86.

[11] Demirbaş, M. & Aydin, R. (2020). 21. Yüzyılın En Büyük Tehdidi: Küresel İklim Değişikliği. Ecological Life Sciences, 15(4), 163-179.

[12] Öztürk, K. (2002). Küresel İklim Değişikliği ve Türkiye'ye Olası Etkileri. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22(1).

[13] Aksay, C. S., Ketenoğlu, O. & Kurt, L. (2005). Küresel Isınma ve İklim Değişikliği. Selçuk Üniversitesi Fen Fakültesi Fen Dergisi, 1(25), 29-42.

[14] Şen, Z. (2022). İklim değişikliği ve Türkiye. Çevre Şehir ve İklim Dergisi, 1(1), 1-19.

[15] Türkeş, M. (2008). Küresel İklim Değişikliği Nedir? Temel Kavramlar, Nedenleri, Gözlenen ve Öngörülen Değişiklikler. İklim Değişikliği ve Çevre, 1(1), 26-37.

[16] Doğan, S. & Tüzer, M. (2011). Küresel İklim Değişikliği ve Potansiyel Etkileri. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12(1), 21-34.

[17] Sağlam, N. E., Düzgüneş, E. & Balık, İ. (2008). Küresel Isınma ve İklim Değişikliği. Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences, 25(1), 89-94.

[18] Tuğaç, Ç. (2022). İklim Değişikliği Krizi ve Şehirler. Çevre Şehir ve İklim Dergisi, 1(1), 38-60.

[19] Türkeş, M. (2022). İklim Diplomasisi ve İklim Değişikliğinin Ekonomi Politiği. Bilim ve Ütopya, 332, 31-45.

[20] Babahanoğlu, V. (2023). Uluslararası İlişkilerde Yeşil Yolculuk: Bir Güvenlik Sorunu Olarak Küresel İklim Değişikliği ve İklim Mülteciliği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (77), 184-200

[21] İskenderoğlu, Ö., Ünlübulduk, S. N. & Karadeniz, E. (2023). Karbon Salınımının Belirleyicileri: Çevresel Performans Endeksi'ndeki Ülkelerde Bir Araştırma. Verimlilik Dergisi, Cırcular Economy and Sustainability, 23-36.

[22] Kalaycı, Ş. (2009). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

[23] Gürçaylılar Yenidoğan, T. (2008). Pazarlama araştırmalarında çok boyutlu ölçekleme analizi: Üniversite öğrencilerinin marka algısı üzerine bir araştırma. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 8(15), 138-169.

[24] Yılmaz, V. & Doğan, A. (2017). Türkiye'nin yeşil büyüme uygulamalarının etkinliği. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(57), 277-295.

[25] Alpdoğan, H. (2023). OECD ülkelerinde sürdürülebilir kalkınma politikalarının ARAS metodu ile performans analizi. Business & Management Studies: An International Journal, 11(3), 1079-1103.

TEMEL MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER İLE TÜRKİYE'NİN PERFORMANSININ ÖLÇÜMÜ (2010 – 2022)

Öğr. Gör. Dr. Abdulbaki PINAR
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, 0000-0001-6224-1748
Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-3252- 3095

ÖZET

Ülkelerin ekonomi politikalarının temel belirleyicilerinden birisi olan makroekonomik performansları, temel makroekonomik göstergeler bağlamında ölçülmektedir. Performans ölçümleri ülkelerin mevcut durumunun doğru bir şekilde tespit edilmesine ve görece zayıf ya da üstün oldukları yönlerinin belirlenerek buna uygun politika tercihlerinin yapılmasına imkan vermektedir. Performans ölçümünde dikkate alınacak makroekonomik göstergelerin seçimi oldukça önemlidir. Çünkü ülkelerin başarılı oldukları ya da başarısız oldukları göstergelerin tek başlarına kullanılması ile yapılan performans ölçümleri, taraflı ve gerçeği yansıtmayan sonuçların elde edilmesine neden olabilmektedir. Analizlerde yanlılığı ortadan kaldırabilmek, kaynakların etkin kullanılıp kullanılmadığını görebilmek ve daha gerçekçi sonuçlara ulaşabilmek için ülkelerin temel makroekonomik göstergeleri ile ekonomik performans ölçümlerinin yapılması gerekmektedir. Çalışma kapsamında öncelikle, Türkiye ekonomisinin, 2010– 2022 yıllarını kapsayan dönemdeki genel görünümü oluşturan temel göstergeler, GSYH büyüme hızı, enflasyon oranı ve işsizlik oranı göstergeleri bağlamında ortaya konulmuştur. Ayrıca ülkelerin makroekonomik performanslarının ölçümünde kullanılan ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik oranlarının makroekonomik performans üzerindeki etki dereceleri tarafsız kriter ağırlıklandırma yöntemlerinden birisi olan CRITIC yöntem ile yapılmıştır. Ardından CRITIC yöntem uygulaması ile hesaplanan ağırlık katsayıları kullanılarak Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinden MABAC yöntemi ile Türkiye ekonomisinin makroekonomik performansı hesaplanmıştır. Son aşamada ise elde edilen performans değerlerine göre alternatifler büyükten küçüğe doğru sıralanarak, ilgili dönemde Türkiye ekonomisinin en başarılı ve en kötü performansı sergilediği yıllar ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye Ekonomisi, Ekonomik Performans, CRITIC, MABAC

MEASUREMENT OF TURKEY'S PERFORMANCE WITH KEY MACROECONOMIC INDICATORS (2010 – 2022)

ABSTRACT

Macroeconomic performances, one of the basic compositions of countries' economic resources, are measured by calculations of basic macroeconomic indicators. Performance measurements allow the current components of countries to be accurately identified and kept relatively weak or superior, and to make appropriate policy choices. The choice of macroeconomic growth to be taken into account in performance is very important. Because performance measurements

made with a single use may be the reason for the success or failure of countries, differences and unrealistic results. In order to eliminate bias in analyses, see whether efficiency is used effectively, and continue further studies, basic macroeconomic growth and economic performance measurements of countries need to be made. Within the scope of the study, it was revealed that the general outlook of the Turkish economy, GDP growth rate, inflation rate and unemployment rate in the period covering the years 2010-2022 will increase. In addition, the degree of impact of economic growth, inflation and interest rates used in the graphs of the macroeconomic performance of countries on macroeconomic performance was created by the CRITIC method, one of the budget weighting methods. In addition, the macroeconomic performance of the Turkish economy was calculated with the MABAC method, one of the Multi-Criteria Decision Making Techniques, using the weight multiples calculated with the application of the CRITIC method. According to the performance values obtained in the last stage, the years in which the Turkish economy exhibited the most successful and worst performance in the relevant period were revealed by ranking the alternatives from largest to smallest.

Key Words: Turkish Economy, Economic Performance, CRITIC, MABAC

1. GİRİŞ

Makroekonomin temel amaçlarında birisi istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyümenin sağlanmasıdır. Bu bağlamda bu büyümenin sağlanabilmesinin temel şartlarından birisi ülkeye ait temel göstergelerin iyi görünümde olması gelmektedir. Ekonomik büyüme, enflasyon, işsizlik oranı gibi en temel göstergelerin bir arada hareket etmesi konjonktürel dalgalanmanın seyrini ortaya koymaktadır. Dalgalanmanın olmaması ya da kısa süreli olması istikrarın bir göstergesi olmaktadır. Bu bağlamda, ülkelere ait ekonomik büyüme, işsizlik oranı, enflasyon oranı gibi değişkenler kullanılarak hem konjonktürel yapının ortaya konması hem de ekonomik performansını ölçülmesi yapılabilmektedir. Ekonomik performans ölçümü ile ülkeye ait göstergelerin beraberce ne ifade ettiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda bu değerin ölçülmesi aynı zamanda ülkenin dönemler itibari ile ekonomik durumunu da gözler önüne sermektedir.

Bu çalışmada, Türkiye ekonomisine ait GSYH büyüme hızı, işsizlik ve enflasyon oranı gibi temel ekonomik göstergeler ele alınarak 2010-2022 yılları arasındaki ekonomik performansı ölçülmüştür. Ekonomik performans ölçümü içim çok kriterli karar verme tekniklerinden birisi, olan MABAC yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemler için bir matris çözümlemesi olacağından dolayı değişkenlerin model içindeki ağırlığının hesaplanması gerekmektedir. Değişkenlere ait ağırlık katsayısı ise CRITIC yöntem yardımı ile elde edilmiştir.

2. TÜRKİYE EKONOMİSİNİN GÖRÜNÜMÜ

Çalışmanın bu bölümünde 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye ekonomisinin görünümü, analize konu edilen üç temel makroekonomik gösterge çerçevesinde açıklanacaktır.

Ekonomik büyüme

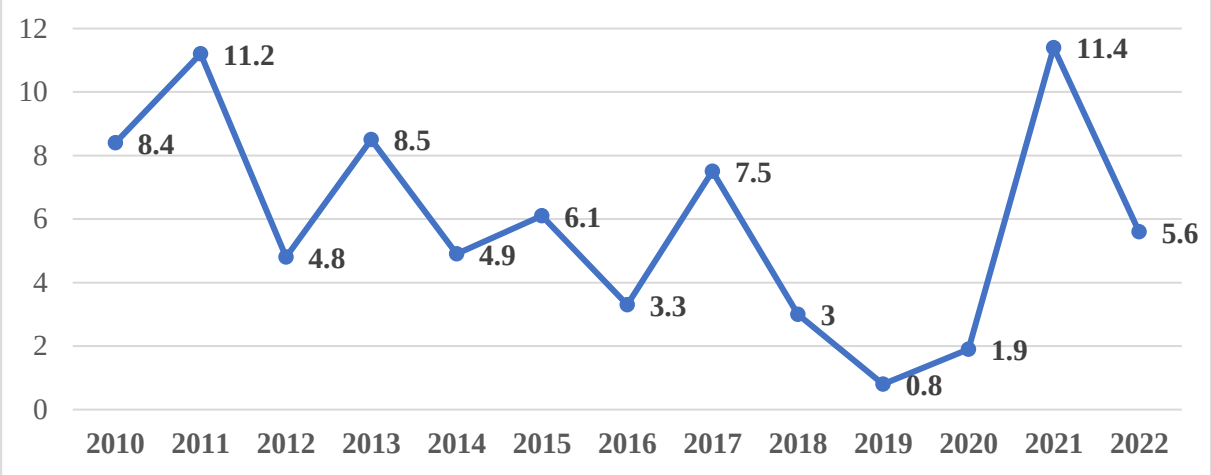
Ülke ekonomilerinin izlenmesinde kullanılan, hane halklarının yaşamlarını ve gelecek planlarını önemli ölçüde etkileyen milli gelir kavramı, Türkiye'de 2006 yılından bu yana GSYH

ile ölçülmektedir. GSYH ülkedeki ana sektörlerin üzerim değerleri üzerinden üretim yöntemi ile üretim faktörlerinin aldıkları paylar üzerinden gelir yöntemi ile ve özel ve kamu harcama ve yatırımları üzerinden harcamalar yöntemi ile hesaplanmaktadır (Yalta ve Yalta, 2019, s.39; Bocutoğlu, 2014, s.48; Ünsal, 2017, s.59).

Reel GSYH'da dönemler itibariyle meydana gelen artış olarak tanımlanan ekonomik büyüme, ekonomilerin öncelikli hedeflerinden biridir ve büyüme hızı ile ölçülür. Fiziki ve beşeri sermayedeki artışlar ile doğal kaynak ve teknolojideki olumu gelişmeler ekonomik büyümenin temel dayanağını oluşturmaktadır (Dinler, 2013, s.619).

Türkiye'de reel GSYH hesaplamaları TÜİK tarafından 2009 baz yıllı olarak Zincirleme Hacim Endeksi yöntemi ile yapılmaktadır. Hesaplanan GSYH değerleri ve büyüme oranları üçer aylık ve yıllık dönemler için hem cari fiyatlarla hem de reel değer olarak kamuoyu ile paylaşılmaktadır.

Şekil 1: Türkiye'de Ekonomik Büyümenin Seyri



Kaynak: IMF

Şekil 1'e göre, Türkiye ekonomisi 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde sürekli ama dalgalı bir büyüme serüveni yaşamıştır. 2010 yılında %8,4 oranında büyüyen Türkiye ekonomisi, 2015 yılında %6,1 oranında ve 2022 yılında %5,6 oranında büyümüştür. Analize konu dönemde Türkiye ekonomisi en başarılı büyüme performansını %11,4'lük bir büyüme oranına ulaştığı 2021 yılında sergilemişken, en kötü performansı %0,8 oranında ekonomik büyümenin yaşandığı 2019 yılında sergilemiştir. 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye ekonomisi yıllık ortalama %5,95 oranında büyüme hızına ulaşmıştır.

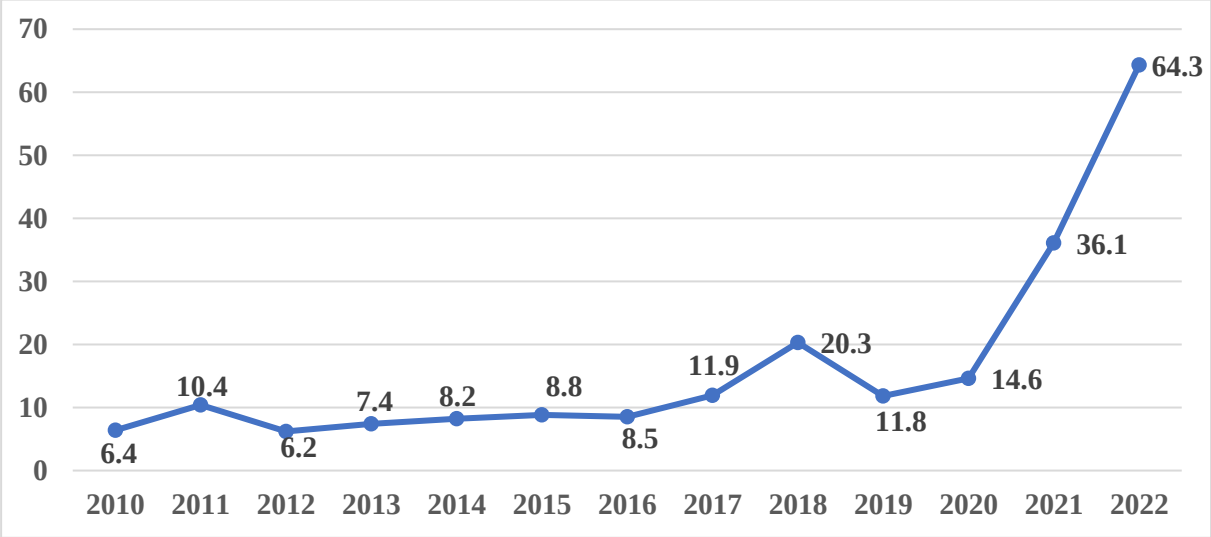
Enflasyon

Fiyatlar genel seviyesinin sürekli artması şeklinde ifade edilen enflasyon kavramını, bazı iktisatçılar parasal bir durum olarak ifade ederken, bazı iktisatçılar piyasadaki arz-talep dengesizliğine bağlamaktadırlar (Parasız, 1996, s.287; Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2009, s.372). Piyasada arz-talep dengesizliği, yüksek faizler, ücret artışları gibi reel nedenlerle ortaya çıkabildiği gibi, para arzındaki artışı ifade eden parasal nedenlerle ya da toplumun yüksek enflasyon beklentisi dolayısıyla psikolojik nedenlerle ortaya çıkabilmektedir (Bilgili, 2014,

s.101; Pınar ve Erdoğan, 2021, s.84-86). Toplumda enflasyon denilince ilk akla tüketici fiyat endeksi (TÜFE) üzerinden hesaplanan enflasyon gelmektedir. Manşet enflasyonu da denilen TÜFE üzerinden hesaplanan enflasyon, satın alma gücünden faiz oranlarına kadar birçok değişkeni etkileme gücüne sahiptir (Alagöz, Yapar Saçık ve Erdoğan, 2020, s.130).

Türkiye'de enflasyon hesaplamaları fiyat endeksleri aracılığıyla TÜİK tarafından yapılmaktadır. TÜİK, enflasyonu tüketime dönük 12 ana harcama grubundan oluşan mal sepeti aracılığıyla, 2003 baz yıllı olarak, aylık ve yıllık dönemler için hesaplamakta ve elde ettiği sonuçları kamuoyu ile paylaşmaktadır.

Şekil 2: Türkiye'de Enflasyonun Seyri



Kaynak: IMF

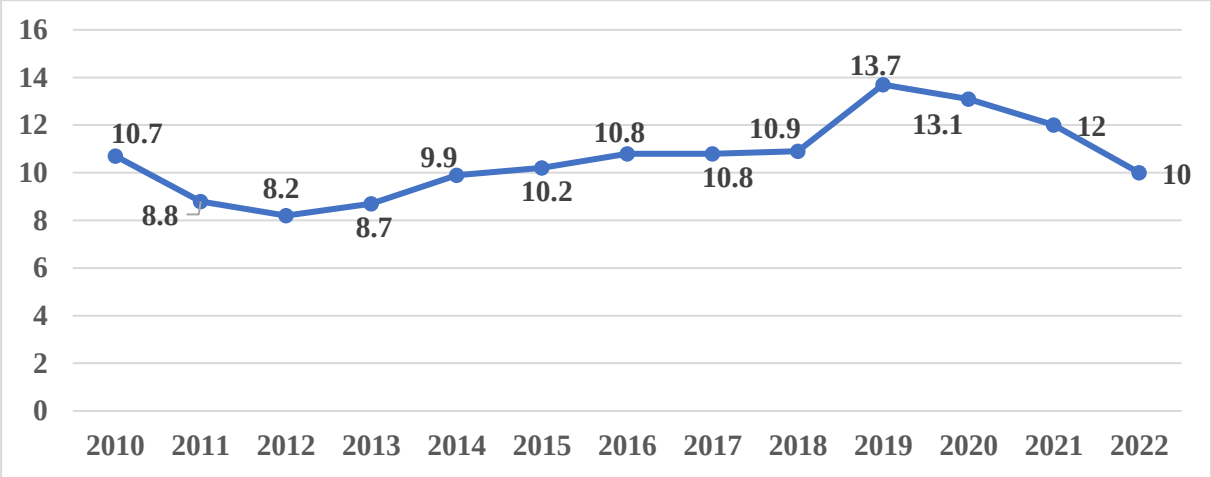
Şekil 2'de 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'de enflasyonun seyri verilmiştir. Buna göre 2010 yılında %6,4 oranında tüketici enflasyonunun yaşandığı Türkiye'de 2015 yılında %8,8 oranında ve 2022 yılında %64,3 oranında tüketici enflasyonu yaşanmıştır. Şekilde 2017 sonrası dönemde enflasyonda yaşanan hızlı yükseliş dikkat çekmektedir. Analize konu dönemde Türkiye ekonomisinde en başarılı enflasyon performansı %6,2 oranında enflasyonun yaşandığı 2012 yılında, en kötü enflasyon performansı ise %64,3 oranında enflasyonun yaşandığı 2022 yılında sergilenmiştir. 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'de yıllık ortalama %16,5 oranında tüketici enflasyonu yaşanmıştır.

İşsizlik

Piyasada cari koşullar altında çalışmak istediği halde iş bulamayanları ifade eden işsizlik kavramı, piyasadaki iş gücü fazlalığı anlamına da gelmektedir (Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2009, s.364-366). TÜİK, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (EORUSTAT) standartları çerçevesinde işsizliğin tanımını yapmış ve bu tanım doğrultusunda işsizlik tahminlerini yapmaktadır. TÜİK'e göre işsizlik, referans döneminde yevmiyeli, ücretli veya ücretsiz olarak bir işte çalışmayan kişilerden son dört hafta içinde aktif iş arama kanallarını kullanarak iş arayan ve iki hafta içinde işe başlayabilecek durumda olan 15 yaş ve üstündeki kurumsal olmayan nüfus olarak tanımlanmaktadır (TÜİK, Metaveri, 2023).

TÜİK, oluşturulan Hanehalkı İşgücü Anketi sonuçlarına göre işsizlik ve işgücüne ilişkin diğer göstergeleri tahmin etmektedir. Hanehalkı İşgücü Anketleri, uluslararası standartlar çerçevesinde oluşturulmakta ve zaman zaman güncellemeler yapılmaktadır. Bu kapsamda 2021 yılında yapılan güncelleme ile iş arama kriteri olarak işverene başvurma, çevreye sorma, basın-yayın organlarını kullanma gibi aktif iş arama kanallarının kullanılması benimsenmiştir. Yine bu güncelleme ile geniş anlamda işsizlik olarak da kabul edilen atıl işgücü oranı da kamuoyu ile paylaşılmaya başlanmıştır (Pınar ve Erdoğan, 2022, s.136).

Şekil 3: Türkiye'de İşsizliğin Seyri



Kaynak: IMF

Şekil 3'te 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'de işsizlik oranlarının gelişimi verilmiştir. Şekle göre çoğunlukla çift haneli rakamlarda işsizliğin yaşandığı Türkiye'de 2010 yılında %10,7 olan işsizlik, 2015 yılında %10,2 olmuş ve 2022 yılında ise %10 olarak gerçekleşmiştir. Analize konu dönemde Türkiye'de en başarılı işsizlik performansı %8,2 oranında işsizliğin yaşandığı 2012 yılında, en başarısız işsizlik performansı ise %13,7 oranında işsizliğin yaşandığı 2019 yılında sergilenmiştir. İşsizlik oranının %13 seviyelerinin üzerine çıkmasında Covid salgınının etkili olduğu görülmektedir. 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye ekonomisi yıllık ortalama %10,6 oranında bir işsizlik ile karşı karşıya kalmıştır.

3. YÖNTEM VE UYGULAMA

Çalışma kapsamında 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye ekonomisinin makroekonomik performansının ölçülerek, en başarılı performansın sergilendiği yıldan, en kötü performansın sergilendiği yıla doğru bir sıralama yapılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda Türkiye'ye ait ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik göstergelerinden oluşan temel makroekonomik göstergelerin, IMF veri tabanından elde edilen yıllık verileri kullanılmıştır.

Çalışma kapsamında öncelikle, temel makroekonomik göstergelerin, ekonomik performansa katkı düzeylerini ifade eden ağırlık katsayıları, objektif Ağırlıklandırma yöntemlerinden CRITIC yöntem ile hesaplanacaktır. Ardından elde edilen ağırlık katsayıları kullanılarak ÇKKV tekniklerinden biri olan MABAC yöntemi ile Türkiye ekonomisinin makroekonomik performansı ölçülerek, hesaplanan performans değerlerine göre en başarılı

performansın sergilendiği yıldan en kötü performansın sergilendiği yıla doğru sıralama yapılacaktır.

3.1.CRITIC Yöntem ve Uygulaması

Çok değişkenli karar süreçlerinde, değişkenlerin kararı etkileme güçlerinin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerden biridir. CRITIC yöntem, değişkenlerin aralarındaki korelasyonu ve standart sapma değerlerini kullanarak, değişkenlerin ağırlıklarının objektif bir şekilde hesaplanmasında kullanılmaktadır. Yöntemin uygulanması beş aşamalı bir süreci içermektedir (Çakır ve Perçin, 2013, s.451; Pınar ve Erdoğan, 2023, s.9; Pınar, Yıldırım ve Erdoğan, 2023, s.438-439; Şenol ve Ulutaş, 2018, s.93-94).

Birinci aşamada, alternatiflerin ve değişkenlerin ham verileri ile eşitlik (a) kullanılarak karar matrisi oluşturulur.

$$X = (x_{ij})_{mn} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} \dots & x_{1n} \\ \vdots & \vdots \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} \dots & x_{mn} \end{bmatrix}; \; i=1,2,\dots,m \text{ ve } j=1,2,\dots,n \qquad \text{(a)}$$

Çizelge 1: CRITIC Yöntem için Karar Matrisi

Yıllar	**Ekonomik Büyüme**	**Enflasyon**	**İşsizlik**
2010	8,4	6,4	10,7
2011	11,2	10,4	8,8
2012	4,8	6,2	8,2
2013	8,5	7,4	8,7
2014	4,9	8,2	9,9
2015	6,1	8,8	10,2
2016	3,3	8,5	10,8
2017	7,5	11,9	10,8
2018	3	20,3	10,9
2019	0,8	11,8	13,7
2020	1,9	14,6	13,1
2021	11,4	36,1	12
2022	5,6	64,3	10
MAKS	**11,4**	**64,3**	**13,7**
MİN	**0,8**	**6,2**	**8,3**

İkinci aşamada değişkenlerin fayda ve maliyet özellikleri dikkate alınarak, eşitlik (b) ve eşitlik (c) yardımı ile normalize karar matrisi oluşturulur.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{min}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \qquad \text{(b)}$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{max} - x_{ij}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \qquad \text{(c)}$$

Çizelge 2: CRITIC Yöntem için Normalize Karar Matrisi

Yıllar	**Ekonomik Büyüme**	**Enflasyon**	**İşsizlik**
2010	0,716	0,996	0,545
2011	0,981	0,927	0,891
2012	0,377	1	1,000
2013	0,726	0,979	0,909
2014	0,386	0,965	0,691
2015	0,5	0,955	0,636
2016	0,235	0,960	0,527
2017	0,632	0,901	0,527

2018	0,207	0,757	0,509
2019	0	0,903	0
2020	0,103	0,855	0,109
2021	1	0,485	0,309
2022	0,452	0	0,673

Üçüncü aşamada değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayı matrisi eşitlik (d) yardımı ile oluşturulur.

$$P_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij}-\bar{r}_j)(r_{ik}-\bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij}-\bar{r}_j)^2 \sum_{i=1}^{m}(r_{ik}-\bar{r}_k)^2}} \; ; j \text{ ve } k = 1,2,\ldots,n \qquad \text{(d)}$$

Çizelge 3: CRITIC Yöntem için Korelasyon Katsayı Matrisi

	Ekonomik Büyüme	**Enflasyon**	**İşsizlik**
Ekonomik Büyüme	1	-0,0976	0,4615
Enflasyon	-0,0976	1	0,1214
İşsizlik	0,4615	0,1214	1

Dördüncü aşamada, kriterlerin bilgi düzeylerini ifade eden C_j değerleri, eşitlik (e) ve eşitlik (f) aracılığı ile hesaplanır.

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij}-\bar{r}_j)^2}{m}} \qquad \text{(e)}$$

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^{m}(1 - P_{jk}) \; ; j = 1,2,\ldots,n \qquad \text{(f)}$$

Çizelge 4: Değişkenlere Ait C_j Değerleri

	Ekonomik Büyüme	**Enflasyon**	**İşsizlik**
C_j Değeri	0,514	0,559	0,418

Beşinci aşamada ise eşitlik (g) kullanılarak değişkenlerin ağırlık katsayısı hesaplanır.

$$w_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^{n} C_k} \; ; \sum_{j=1}^{n} w_j = 1 \; ; j \text{ ve } k = 1,2,\ldots,n \qquad \text{(g)}$$

CRITIC yöntem ile beş adımda, analize konu edilen kriterlerin ağırlık katsayıları tarafsız bir şekilde belirlenir.

Çizelge 5: Değişkenlerin Ağırlık Katsayıları

	Ekonomik Büyüme	**Enflasyon**	**İşsizlik**
Ağırlık (w)	0,345	0,375	0,280

2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde temel makroekonomik göstergeler olarak kabul edilen ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik göstergelerinin makroekonomik performansı etkileme düzeylerini ifade eden ağırlık katsayıları CRITIC yöntem ile hesaplanmıştır. Buna göre Türkiye ekonomisinde analize konu dönemde makroekonomik performansı en fazla etkileme gücüne sahip değişken 0,375 ağırlık katsayısı ile enflasyon olurken, ikinci sırada 0,345 ağırlık katsayısı ile ekonomik büyüme ve son sırada ise 0,280 ağırlık katsayısı ile işsizlik olmuştur.

3.2.MABAC Yöntemi ve Uygulaması

Çok değişkenli analizlerde, analize dahil edilen değişkenlerin, sınır yakınlık alanına olan mesafelerini baz alarak, her bir alternatifin performans değerinin hesaplanmasında kullanılan ÇKKV tekniklerinden biridir. MABAC yöntemi, en iyi alternatifi, yedi aşamalı bir uygulama süreci ile belirler (Özdağoğlu, Keleş ve Işıldak, 2021, s.49-50; Bakır, 2019, s.55-57; Ayçin ve Çakın, 2019, s.329-331; Ecer, 2020, s.283-286; Pınar, Yıldırım ve Erdoğan, 2023, s.438-439; Demirtaş, 2022, s.110-111).

Birinci aşamada değişkenlerin ham verileri ile eşitlik (1) kullanılarak karar matrisi oluşturulur.

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} \dots & x_{1m} \\ \vdots & \vdots & \ddots \vdots \\ x_{n1} & x_{n2} \dots & x_{nm} \end{bmatrix}; i=1,2,\dots,m \text{ ve } j=1,2,\dots,n \qquad (1)$$

MABAC yönteminde oluşturulacak karar matrisi CRITIC yöntemde oluşturulan karar matrisi ile aynıdır dolayısıyla Çizelge 1'de gösterilen karar matrisi MABAC yöntemi için de geçerlidir.

İkinci aşamada değişkenlerin fayda ve maliyet yönleri dikkate alınarak, eşitlik (2) ve eşitlik (3) yardımı ile normalize edilmiş karar matrisi oluşturulur.

Fayda yönlü kriterlerde normalizasyon;

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{min}}{x_j^{max} - x_j^{min}}; i=1,2,\dots,m \text{ ve } j=1,2,\dots,n \qquad (2)$$

Maliyet yönlü kriterlerde normalizasyon ise;

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{max}}{x_j^{min} - x_j^{max}}; i=1,2,\dots,m \text{ ve } j=1,2,\dots,n \qquad (3)$$

Çizelge 6: MABAC Yöntemi için Normalize Karar Matrisi

Yıllar	Ekonomik Büyüme	Enflasyon	İşsizlik
2010	0,716	0,996	0,545
2011	0,981	0,927	0,890
2012	0,377	1	1
2013	0,726	0,979	0,909
2014	0,386	0,965	0,690
2015	0,5	0,955	0,636
2016	0,235	0,960	0,527
2017	0,632	0,901	0,527
2018	0,207	0,757	0,509
2019	0	0,903	0
2020	0,103	0,855	0,109
2021	1	0,485	0,309
2022	0,452	0	0,672

Üçüncü aşamada eşitlik (4) kullanılarak ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisi oluşturulur.

$$v_{ij} = w_j \times (1 + r_{ij}) \qquad (4)$$

Yöntemin bu aşamasında CITIC yöntem ile ekonomik büyüme için 0,345, enflasyon için 0,375 ve işsizlik için 0,280 olarak hesaplanan ağırlık katsayıları kullanılarak ağırlıklı normalize karar matrisi oluşturulur.

Çizelge 7: MABAC Yöntemi için Ağırlıklı Normalize Karar Matrisi

Yıllar	Ekonomik Büyüme	Enflasyon	İşsizlik
2010	0,592	0,749	0,433
2011	0,683	0,723	0,529
2012	0,475	0,750	0,560
2013	0,596	0,742	0,535
2014	0,478	0,737	0,473
2015	0,518	0,733	0,458
2016	0,426	0,735	0,428
2017	0,563	0,713	0,428
2018	0,417	0,659	0,423
2019	0,345	0,714	0,280
2020	0,381	0,696	0,311
2021	0,690	0,557	0,367
2022	0,501	0,375	0,468

Dördüncü aşamada eşitlik (5) ve eşitlik (6) kullanılarak sınır yakınlık alan matrisi oluşturulur.

$$g_i = \left(\prod_{i=1}^{m} v_{ij}\right)^{1/m} \quad (5)$$

$$G = (g_i)_{1xn} \quad (6)$$

Çizelge 8: MABAC Yöntemi için Sınır Yakınlık Alan Matrisi

	Ekonomik Büyüme	Enflasyon	İşsizlik
g	0,502	0,673	0,430

Beşinci aşamada alternatiflerin sınır yakınlık alanına olan uzaklıkları eşitlik (7) yardımı ile belirlenir.

$$Q = (v_{ij} - G) = \begin{bmatrix} v_{11} - g_1 & v_{12} - g_2 \cdots & v_{1n} - g_n \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ v_{m1} - g_1 & v_{m2} - g_2 \cdots & v_{mn} - g_n \end{bmatrix}$$

$$= \begin{bmatrix} q_{11} & q_{12} \cdots & q_{1m} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ q_{n1} & q_{n2} \cdots & q_{nm} \end{bmatrix} \quad (7)$$

Çizelge 9: MABAC Yöntemi için Sınır Yakınlık Alanına Olan Uzaklıklar Matrisi

Yıllar	Ekonomik Büyüme	Enflasyon	İşsizlik
2010	0,090	0,075	0,003
2011	0,181	0,050	0,099
2012	-0,027	0,077	0,130
2013	0,094	0,069	0,105
2014	-0,024	0,064	0,043
2015	0,015	0,060	0,028
2016	-0,076	0,062	-0,002
2017	0,061	0,040	-0,002

2018	-0,086	-0,014	-0,007
2019	-0,157	0,041	-0,150
2020	-0,121	0,023	-0,119
2021	0,188	-0,116	-0,063
2022	-0,001	-0,298	0,038

Altıncı aşamada, eşitlik (8) yardımı ile karar alternatiflerinin sınır yakınlık alanına göre konumları belirlenir.

$$A_i \in \begin{cases} G^+ eğer & q_{ij} > 0 \\ G\ eğer & q_{ij} = 0 \\ G^- eğer & q_{ij} < 0 \end{cases} \qquad (8)$$

Yedinci ve son aşamada ise, alternatiflerin performans değerleri eşitlik (9) kullanılarak hesaplanır.

$$S_i = \sum_{j=1}^{n} q_{ij} \; ; j=1,2,...,n \text{ ve } i=1,2,...,m \qquad (9)$$

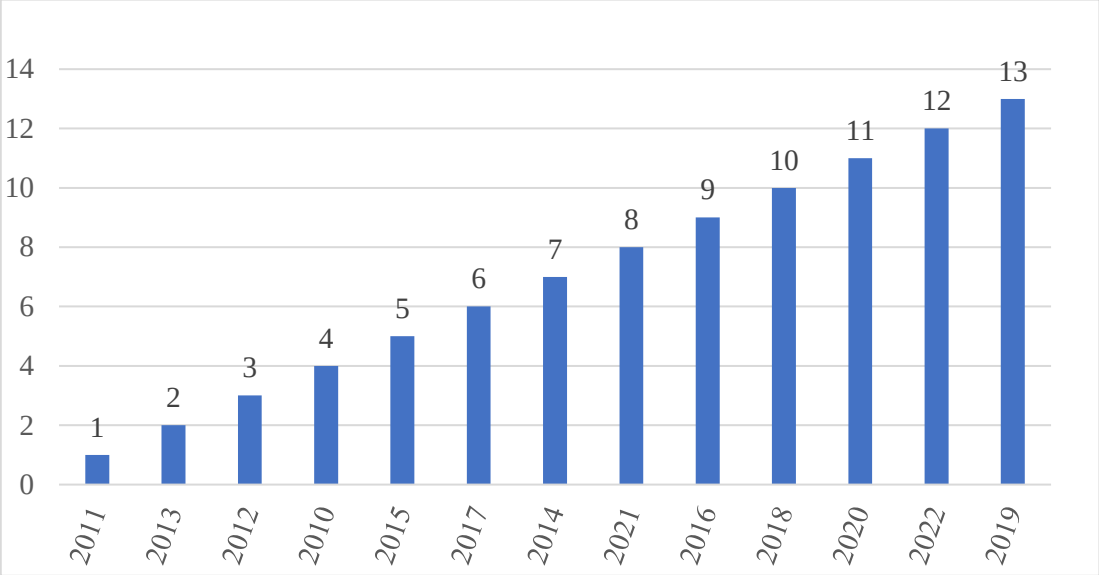
Sonuç olarak en yüksek S_i değerine sahip olan alternatif, en iyi alternatif olarak kabul edilir ve alternatifler arasında büyükten küçüğe doğru bir sıralama yapılır.

Çizelge 10: MABAC Yöntemi Uygulama Sonuçları

Yıllar	Performans Değeri	Sıralama
2010	0,168	4
2011	**0,331**	**1**
2012	0,180	3
2013	0,267	2
2014	0,084	7
2015	0,104	5
2016	-0,016	9
2017	0,099	6
2018	-0,107	10
2019	-0,266	13
2020	-0,218	11
2021	0,008	8
2022	-0,261	12

2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönem için ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik verileri kullanılarak ÇKKV yöntemlerinden MABAC yöntemi ile yapılan performans ölçümü sonucunda, alternatiflerin elde ettikleri performans değerleri ve sıralama sonuçları Çizelge 10'da verilmiştir. Buna göre analize konu dönemde en başarılı performans 0,331 performans değeri ile 2011 yılında sergilenirken, ikinci sırada 0,267 performans değeri ile 2013 yılı ve üçüncü sırada 0,180 performans değeri ile 2012 yılı yer almıştır. İlgili dönemde 2019 yılı -0,266 performans değeri ile en kötü performansın sergilendiği yıl olmuştur.

Şekil 4: 2010 – 2022 Yılları için Türkiye Ekonomisinin Performans Sıralaması



Türkiye ekonomisinde 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde en başarılı performansın sergilendiği 2011 yılında makroekonomik göstergelerin durumuna bakıldığında, ekonominin %11,2 oranında büyüdüğü, ülkede %10,4 oranında tüketici enflasyonunun ve %8,8 oranında işsizliğin yaşandığı görülmektedir. 2011 yılının en başarılı performansın sergilendiği yıl olmasında ekonomik büyümenin yüksek olması ve işsizliğin düşük olması etkili olmuştur.

Türkiye ekonomisinde 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde en kötü performansın sergilendiği 2019 yılında temel makroekonomik göstergelerin durumuna bakıldığında, ekonominin %0,8 oranında büyüdüğü, ülkede %11,8 oranında enflasyonun ve %13,7 oranında işsizliğin yaşandığı görülmektedir. 2019 yılının en kötü performansın sergilendiği yıl olmasında büyüme hızının düşük kalması ve işsizlik oranının yüksek olması etkili olmuştur.

4. SONUÇ

Türkiye ekonomisinin 2010 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde makroekonomik performansı ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik göstergeleri bağlamında değerlendirilmiştir. Analizde kullanılan temel makroekonomik göstergelere ilişkin IMF veri tabanından elde edilen yıllık veriler kullanılarak, öncelikle CRITIC yöntem ile temel göstergelerin makroekonomik performansı etkileme güçlerini ifade eden ağırlık katsayıları hesaplanmıştır. Ardından ÇKKV tekniklerinden MABAC yöntemi kullanılarak Türkiye ekonomisinin makroekonomik performansı ölçülmüştür.

Çalışma kapsamında CRITIC yöntem ile yapılan kriter ağırlıklandırması sonucunda, enflasyonun 0,375 ağırlık katsayısı ile en etkili gösterge olduğu, bunu 0,345 ağırlık katsayısı ile ekonomik büyümenin takip ettiği ve son sırada ise 0,280 ağırlık katsayısı ile işsizlik göstergesinin yer aldığı görülmüştür.

CRITIC yöntem ile ağırlıkları belirlenen makroekonomik göstergeler, ÇKKV yöntemlerinden MABAC yöntemi ile yapılan performans ölçümünde uygulamaya dahil edilmiştir. MABAC yöntemi ile yapılan performans ölçümü sonucunda, analize konu dönemde Türkiye ekonomisinin en başarılı performansı 0,331 performans değeri ile 2011 yılında sergilediği, bunu 2013 ve 2012 yıllarının takip ettiği görülmüştür. En başarılı performansın

sergilendiği 2011 yılında Türkiye ekonomisi %11,2 oranında büyümüş, ülkede %10,4 oranında enflasyon ve %8,8 oranında işsizlik yaşanmıştır. İlgili dönemde en kötü performans -0,266 performans değeri ile 2019 yılında sergilenmiş, bunu 2022 ve 2020 yılları takip etmiştir. En kötü performansın sergilendiği 2019 yılında Türkiye ekonomisi %0,8 oranında büyümüş, %11,8 oranında enflasyon ve %13,7 oranında işsizlik ile karşı karşıya kalmıştır.

KAYNAKÇA

[1] Alagöz, M.; Yapar Saçık, S. & Erdoğan, S. (2020). *Temel Makroekonomik Göstergeler*. Konya: Nobel Akademik Yayıncılık.

[2] Ayçin, E. & Çakın, E.(2019). Ülkelerin İnovasyon Performanslarının Ölçümünde ENTROPİ ve MABAC Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Bütünleşik Olarak Kullanılması. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 326-351.

[3] Bakır, M. (2019). SWARA ve MABAC Yöntemleri İle Havayolu Şirketlerinde Ewom'a Dayalı Memnuniyet Düzeyinin Analizi. *İzmir İktisat Dergisi*, 34(1), 51-66.

[4] Bilgili, Y. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınları.

[5] Bocutoğlu, E. (2014). *Makroekonomik Teoriler ve Politikalar*. Bursa: Ekin Basım Yayım Dağıtım.

[6] Çakır, S., & Perçin, S. (2013). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleriyle Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü. *Ege Üniversitesi Bakış Dergisi*, 13 (4), 449-459.

[7] Demirtaş, M.C.(2022). Üniversite Rektörlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının MABAC Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 17(57), 102-147.

[8] Dinler, Z. (2013). *İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Basım Yayım Dağıtım.

[9] Ecer, F. (2020). *Çok Kriterli Karar Verme*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

[10] https://www.imf.org/en/Countries (Erişim Tarihi:05.10.2023).

[11] https://www.tuik.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 11.10.2023).

[12] Özdağoğlu, A., Keleş, M.K. & Işıldak, B.(2021). Havalimanlarının Bulanık Dematel ve MABAC Yöntemleri ile Sıralanması. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 46-67.

[13] Parasız, M. İ. (1996). *Makroekonomi Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

[14] Pınar, A. & Erdoğan, S. (2021). Covid 19 Pandemisinin Enflasyon Üzerine Etkileri, M. Gerçeker (Ed.), *Covid 19 Pandemisinin Makroekonomik Yansımaları* içinde (ss. 83-104), Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

[15] Pınar, A. & Erdoğan, S. (2022). Temel Makroekonomik Göstergeler ile Türkiye ve Özbekistan'ın Ekonomik Performansının Ölçümü (2010-2021). B. Mercan, A. Şahbaz ve M. Gömleksiz (Ed.), *İpek Yolu: Tarih, Felsefe ve Ekonomi Perspektifinde Güncel Tartışmalar* içinde (ss. 129-148), Konya: Necmeddin Erbakan Üniversitesi Yayınları.

[16] Pınar, A. & Erdoğan, S. (2023). Türkiye Ekonomisinin Makroekonomik Performansının CRITIC ve VIKOR Yöntemleri ile Ölçülmesi (2011-2021). M. Tek, A. Ay (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Güncel Gelişmeler: Ekonomi ve Politika* içinde (ss. 1-18), Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

[17] Pınar, A., Yıldırım, M. & Erdoğan, S. (2023). COVİD Dönemi ve Sonrası Türkiye Ekonomisinin Performansının CRİTİC, TOPSİS ve MABAC Yöntemleri ile Ölçülmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(44), 433-449.

[18] Şenol, Z. & Ulutaş, A. (2018). Muhasebe Temelli Performans Ölçümleri ile Piyasa Temelli Performans Ölçümlerinin CRITIC ve ARAS Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 55(641), 83-102.

[19] Ünsal, E. M. (2017). *Makro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları.

[20] Yalta, A. T. & Yalta, A. Y. (2019). *Modern Makroekonomiye Giriş*. Ankara: Liberte Yayınları.

[21] Yıldırım, K., Karaman, D. & Taşdemir, M. (2009). *Makroekonomi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

BRICS ÜLKELERİNİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSLARININ CRITIC VE TOPSIS YÖNTEMLERİ İLE ÖLÇÜLMESİ (2018 – 2022)

Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN
Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-3252- 3095
Öğr. Gör. Dr. Abdulbaki PINAR
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, - 0000-0001-6224-1748

ÖZET

Ülkelerin ekonomi politikalarının temel belirleyicilerinden birisi olan ekonomik performansları, temel makroekonomik göstergeler bağlamında ölçülmektedir. Performans ölçümünde dikkate alınacak makroekonomik göstergelerin seçimin oldukça önemlidir. Çünkü ülkelerin başarılı oldukları ya da başarısız oldukları göstergelerin tek başına kullanılması ile yapılan performans ölçümleri, taraflı ve gerçeği yansıtmayan sonuçların elde edilmesine neden olabilmektedir. Analizlerde yanlılığı ortadan kaldırabilmek ve daha gerçekçi sonuçlara ulaşabilmek için ülkelerin temel makroekonomik göstergeleri ile ekonomik performans ölçümlerinin yapılması gerekmektedir. Çalışma kapsamında, BRICS ülkeleri olarak kısaltılan, Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'nın, 2018– 2022 yıllarını kapsayan dönemde ekonomilerindeki genel görünüm, analize konu edilen makroekonomik göstergeler bağlamında ortaya konulmuştur. Ayrıca ülkelerin makroekonomik performanslarının ölçümünde kullanılan ekonomik büyüme, enflasyon, işsizlik ve cari dengesinin makroekonomik performans üzerindeki etki dereceleri objektif ağırlık belirleme yöntemlerinden birisi olan CRITIC yöntem ile hesaplanmıştır. Ardından CRITIC yöntem uygulaması ile hesaplanan ağırlık katsayıları kullanılarak Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinden TOPSIS yöntemi ile ülkelerin makroekonomik performansları ayrı ayrı hesaplanmış ve elde ettikleri performans değerlerine göre kendi içerisinde sıralanmıştır. Çalışma kapsamında son olarak, BRICS ülkelerinin performans değerlerine ve sıralama sonuçlarına göre karşılaştırma yapılarak birbirlerine yakınsadıkları ve birbirlerinden ayrıştıkları dönemler ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Performans, CRITIC, TOPSIS, BRICS

MEASURING THE MACROECONOMIC PERFORMANCE OF BRICS COUNTRIES USING CRITIC AND TOPSIS METHODS (2018 – 2022)

ABSTRACT

Economic performance of countries, which is one of the basic compositions of economic resources, and basic macroeconomic indicators are measured regularly. The choice of macroeconomic change to be taken into account in performance performance is very important.

Because performance measurements made by using the success or failure of countries all at once may cause differences and unrealistic results. In order to eliminate bias in analyzes and have a longer life, basic macroeconomic growth and economic performance measurements of countries need to be made. Within the scope of the study, the general outlook in the period economies of Brazil, Russia, India, China and South Africa, abbreviated as BRICS periods, covering the years 2018-2022, and the macroeconomic indicators subject to analysis were revealed. In addition, the degree of impact of economic growth, inflation, rate and current distribution used in the graphs of the countries' macroeconomic performances on macroeconomic performance was calculated with the CRITIC method, which is one of the unit weight determination methods. In addition, by using the weight coefficients calculated with the CRITIC method, the macroeconomic performances of the countries were calculated separately with the TOPSIS method, one of the Multi-Criteria Decision Making Techniques, and ranked according to the performance values obtained. Within the scope of the study, lastly, the performance values of BRICS countries and their comparison according to the ranking revealed the periods when they converged and diverged from each other.

Key Words: Economic Performance, CRITIC, TOPSIS, BRICS

1. GİRİŞ

Ülkelerin takip etmesi gereken en önemli amaçların başında ekonomik gelişmenin ve istikrarın sağlanması olmaktadır. Bu durumun sağlanması için takip edilmesi gereken göstergelerin başında ekonomik büyüme göstergesi gelmektedir. Fakat bu gösterge tek başına bakılıp analiz edilmesi ülkenin ekonomik görünümünü tam anlamıyla vermeyebilir. Bu sebeple ekonomiyi bir bütün olarak takip etmek istiyorsak, ekonomik büyüklük göstergesi ile birlikte temel diğer makroekonomik göstergelerin de beraber ele alınıp, incelenmesi daha doğru olacaktır. Ülkelere ait ekonomik performans ölçümü ekonomideki temel göstergelerin birkaçının ya da tamamının ele alınması ile ortaya çıkan bir ölçüm tekniğidir. Böylelikle ülkelere ait ekonomik gelişmişlik düzeyi temel göstergeler beraberce ele alınmasından dolayı daha gerçekçi bir tabloyu ortaya çıkarmaktadır. Ülkelere ait ekonomik performans ölçümü bazı göstergeler ışığında Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri yardımı ile ölçülmektedir.

Bu çalışmada, 2006 yılında bir araya gelen Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin ülkelerin bir araya gelmesi ile oluşan 2010 yılında ise Güney Afrika ülkesinin katılması ile BRICS olarak oluşuma ait ekonomik performans 2018-2022 yılları arasında ölçülmüştür. Çok kriterli karar verme tekniklerinden TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemdeki değişkenlere ait ağırlıkların oluşturulması amacıyla, CRITIC metot kullanılmıştır. Ayrıca çalışmanın değişkenlerini ekonomik büyüme, işsizlik oranı, enflasyon oranı ile cari işlemler dengesinin GSYH'ya oranı oluşturmaktadır.

2. BRICS ÜLKELERİNİN EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

Çalışmanın bu bölümünde 2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'dan oluşan BRICS ülkelerinin analize konu makroekonomik göstergelerinin seyri ortaya konulacaktır.

Ekonomik Büyüme

Ekonomik büyüme, reel GSYH'da yıllar itibariyle meydana gelen artışı ifade etmektedir. Ülkenin makroekonomik performansının ölçümünde ve ülkeler arası karşılaştırmalarda sıklıkla kullanılan ekonomik büyüme, ülke sınırları içerisinde üretilen mal ve hizmetlerin miktarsal olarak artışını ifade etmektedir. Dolayısıyla ekonomik büyüme statik değil, dinamik bir yapıyı ifade etmektedir. Nihayetinde ülkelerin sahip oldukları üretim faktörleri, bu faktörlerin istihdamı ve verimleri ülkeler arasında farklılık gösterdiği için ülkelerin ekonomik büyüme oranları da birbirinden farklıdır (Yalta ve Yalta, 2019, s.40; Dinler, 2013, s.619; Pınar ve Erdoğan, 2023, s.1; Bocutoğlu, 2014, s.50).

Çizelge 1: BRICS Ülkelerinde Ekonomik Büyümenin Seyri

	Brezilya	Rusya	Hindistan	Çin	Güney Afrika
2018	1,8	2,8	6,5	6,7	1,5
2019	1,2	2,2	3,9	6,0	0,3
2020	-3,3	-2,7	-5,8	2,2	-6,3
2021	5,0	5,6	9,1	8,4	4,9
2022	2,9	-2,1	7,0	3,0	2,0
Ortalama	1,5	1,2	4,1	5,3	0,5

Çizelge 1'de BRICS ülkelerinin Dünya Bankası veri tabanından elde edilen 2018 – 2022 yıllarını kapsayan döneme ait ekonomik büyüme oranları verilmiştir. Çizelgeye göre Brezilya ekonomisi sadece 2020 yılında daralmış, diğer yıllarda ise büyümüştür. Brezilya'da analize konu dönemde yıllık ortalama %1,5 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir. 2020 ve 2022 yıllarında daralan Rusya ekonomisi analize konu dönemde yıllık ortalama %1,2 oranında bir büyüme performansı sergilemiştir. Hindistan ekonomisi 2020 yılında %5,8 oranında daralırken, diğer yıllarda sergilediği yüksek oranlı büyüme rakamları ile analize konu dönemde yıllık ortaklama%4,1 oranında büyümüştür. Çin ekonomisi analize konu dönemde sürekli olarak büyümüş ve yıllık ortalama %5,3 oranındaki büyüme hızı ile diğer ülkelerden pozitif olarak ayrışmıştır. Son olarak Güney Afrika ekonomisi ise, 2020 yılında %6,3 oranında daralmış, diğer yıllarda ise pozitif büyüme yaşamıştır. Güney Afrika yıllık ortalama %0,5 oranındaki büyüme performansı ile gruptaki diğer ülkelerden negatif olarak ayrışmıştır. Çizelge 1'e bütün olarak bakıldığında, 2020 yılında Çin hariç diğer bütün BRICS ülkelerinin ekonomik daralma yaşadığı ve 2021 yılında BRICS ülkelerindeki büyüme hızının yüksekliği dikkat çekicidir.

Enflasyon

Fiyatlar genel seviyesindeki sürekli artışı ifade eden enflasyon, bazı iktisatçılara göre arz-talep kaynaklı dengesizliklerden, bazılarına göre ise para arzının artırılmasından kaynaklanmaktadır. Ekonomide arz-talep dengesizliği, ücret ve faiz artışları gibi reel nedenlere dayanırken, para arzının artırılması ise parasal neden olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca toplumdaki enflasyon beklentisi de psikolojik nedenlere bağlı enflasyona neden olabilmektedir. Fiyat artışları toplumun reel gelirinin dolayısıyla satın alma gücünün düşmesine neden olmakta, karar birimlerinin yatırımdan tüketime kadar alacakları bütün kararlarda etkili olmaktadır. Enflasyon hesaplamaları belirlenmiş amaçlar doğrultusunda oluşturulan mal sepetleri aracılığıyla, tüketici ya da üreticilere dönük olarak yapılmaktadır (Parasız, 1996, s.287; Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2009, s.372; Ersin, 2018, s.193; Bilgili, 2014, s.100-101; Pınar ve Erdoğan, 2021, s.86-87).

Çizelge 2: BRICS Ülkelerinde Enflasyonun Seyri

	Brezilya	Rusya	Hindistan	Çin	Güney Afrika
2018	3,7	2,9	3,9	2,1	4,5
2019	3,7	4,5	3,7	2,9	4,1
2020	3,2	3,4	6,6	2,4	3,2
2021	8,3	6,7	5,1	1,0	4,6
2022	9,3	11,9	6,7	2,0	7,0
Ortalama	5,6	5,9	5,2	2,1	4,7

Çizelge 2'de BRICS ülkelerinin Dünya Bankası veri tabanından elde edilen 2018 – 2022 yıllarını kapsayan döneme ait enflasyon rakamları verilmiştir. Çizelgeye göre Brezilya'da 2018 yılında %3,7 olan tüketici enflasyonu, 2022 yılında %9,3 seviyesine yükselmiş ve analize konu dönemde yıllık ortalama %5,6 oranında tüketici enflasyonu yaşanmıştır. BRICS ülkeleri içerisinde çift haneli enflasyon Rusya'da sadece %11,9 oranı ile 2022 yılında yaşanmıştır. Analize konu dönemde Rusya ekonomisi yıllık ortalama %5,9oranında enflasyon yaşayarak, diğer ülkelerden negatif yönde ayrışmıştır. Hindistan'da 2018 yılında %3,9 olan tüketici enflasyonu, 2022 yılında %6,7 seviyesine yükselmiş ve analize konu dönemde yıllık ortalama %5,2 oranında enflasyon ile karşı karşıya kalınmıştır. Çin, BRICS ülkeleri içerisinde en başarılı enflasyon serüveni yaşayan ülkedir. Çin ekonomisi analize konu dönemde yıllık ortalama %2,1 oranındaki tüketici enflasyonu ile diğer ülkelerden pozitif olarak ayrışmıştır. Güney Afrika'da ise 2018 yılında %4,5 olan enflasyon, 2022 yılında %7 seviyesine yükselmiş ve analize konu dönemde Güney Afrika ekonomisi yıllık ortalama %4,7 oranında tüketici enflasyonu yaşamıştır. Çizelgeye bir bütün olarak bakıldığında 2021 ve 2022 yıllarında enflasyonda yaşanan artış dikkat çekicidir.

İşsizlik

Emek faktörünün üretim sürecine dahil edilmeyen bölümünü ifade eden işsizlik kavramı, piyasada emek arzının emek talebini karşılayamaması durumudur. Piyasada geçerli cari ücret düzeyinde ve piyasa koşullarında çalışmak istediği halde iş bulamayanlar işsiz olarak adlandırılmaktadır. Ülkeler arasında işsizlik hesaplamalarındaki farklılıklar dolayısıyla ortak bir işsizlik tanımı yapmak mümkün olmamakla birlikte, bütün ülkeler Uluslararası Çalışma Örgütü ve Avrupa Birliği İstatistik Ofisi kararları çerçevesinde işsizlik tanımlarını zaman içerisinde revize etmektedirler (Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2009, s.364; Pınar ve Paksoy, 2023, s.112).

Çizelge 3: BRICS Ülkelerinde İşsizlik Oranları

	Brezilya	Rusya	Hindistan	Çin	Güney Afrika
2018	12,5	4,9	7,7	4,3	24,2
2019	12,1	4,5	6,5	4,6	25,5
2020	13,9	5,6	10,2	5,0	24,3
2021	13,3	4,7	7,7	4,6	28,8
2022	9,5	5,6	7,3	4,9	29,8
Ortalama	12,2	5,1	7,9	4,7	26,5

Çizelge 3'de BRICS ülkelerinin Dünya Bankası veri tabanından elde edilen 2018 – 2022 yıllarını kapsayan döneme ait işsizlik oranları verilmiştir. Çizelgeye göre, Brezilya'da 2018 yılında %12,5 olan işsizlik, 2022 yılında %9,5 seviyesine gerilemiştir. Analize konu dönemde

Brezilya'da yıllık ortalama %12,2 oranında bir işsizlik yaşanmıştır. Rusya, en iyi ikinci işsizlik performansının sergilendiği BRICS ülkesidir. Rusya'da 2018 yılında %4,9 oranında işsizlik yaşanırken, bu oran 2022 yılında %5,6 olmuştur. Analize konu dönemde Rusya ekonomisi yıllık ortalama %5,1 oranında bir işsizlik yaşamıştır. Hindistan'da 2018 yılında %7,7 olan işsizlik, 2020 yılında %10 bandının üzerine çıkmıştır. Analize konu dönemde Hindistan ekonomisi yıllık ortalama %7,9 oranında bir işsizlik ile karşı karşıya kalmıştır. Çin, BRICS ülkeleri içerisinde en başarılı işsizlik performansını sergileyen ülke olmuştur. Analize konu dönemde Çin ekonomisi yıllık ortalama %4,7 oranında işsizlik yaşamıştır. Güney Afrika ise BRICS ülkeleri içerisinde en kötü işsizlik performansını sergileyen ülke olmuştur. Nüfusunun dörtte birinden fazlası işsiz olan Güney Afrika'da analize konu dönemde yıllık ortalama işsizlik %26,5seviyesinde gerçekleşmiştir.

Cari denge

Ülkeler arasındaki her türlü parasal hareketler, akım değer olarak ödemeler bilançosunda kayıt altına alınır. Ödemeler bilançosu içerisinde en önemli hesap grubu, cari işlemler hesabıdır. Cari işlemler hesabında mal dengesi, hizmetler dengesi, birincil ve ikincil gelir dengesi bulunmaktadır. Cari işlemler hesabının sonucu cari açık, cari fazla ya da cari denge olarak ifade edilir. Cari denge ülkelerin bir nevi itibarının sembolü olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla uygulanan ekonomi politikalarının başarısının da bir göstergesidir. Analizlerde ve ülke karşılaştırmalarında kullanılabilmesi açısından cari dengenin GSYH'ya oranlanarak ifade edilmesi daha gerçekçi sonuçların alınmasını sağlayacaktır (Kaya, 2016, s.53; Seyidoğlu, 1999, s.384-385; Karaca, 2000, s.135; Bocutoğlu, 2014, s.71; Pınar, Yıldırım ve Erdoğan, 2023, s.434).

Çizelge 4: BRICS Ülkelerinde Cari Dengenin GSYH'ya Oranları

	Brezilya	Rusya	Hindistan	Çin	Güney Afrika
2018	-2,9	7,0	-2,4	0,2	-3,0
2019	-3,6	3,9	-1,0	0,7	-2,6
2020	-1,9	2,4	1,2	1,7	2,0
2021	-2,8	6,7	-1,1	2,0	3,7
2022	-3,0	10,4	-2,4	2,2	-0,4
Ortalama	-2,8	6,1	-1,1	1,4	-0,1

Çizelge 4'de BRICS ülkelerinin Dünya Bankası veri tabanından elde edilen 2018 – 2022 yıllarını kapsayan döneme ait cari dengenin GSYH'ya oranları verilmiştir. Çizelgeye göre Brezilya ilgili dönemde sürekli cari açık vermiştir. 2018 yılında %2,9 oranında cari açık veren Brezilya ekonomisi 2022 yılında %3 oranında açık vermiştir. Analize konu dönemde Brezilya ekonomisi yıllık ortalama %2,8 oranında cari açık vermiş ve diğer BRICS ülkelerinden negatif olarak ayrışmıştır. Rusya 2018 yılında %7 oranında cari fazla vermişken, 2022 yılında %10,4 oranında cari fazla vermiştir. Analize konu dönemde Rusya ekonomisi yıllık ortalama %6,1 oranında cari fazla vermiş ve diğer BRICS ülkelerinden pozitif olarak ayrışmıştır. Çizelgeye göre Hindistan cari dengesi 2020 yılında fazla vermiş, diğer yıllarda ise sürekli cari açık yaşamıştır. Analize konu dönemde Hindistan ekonomisinde yıllık ortalama %1,1 oranında cari açık verilmiştir. Çin'de cari işlemler hesabı sürekli fazla ile sonuçlanmıştır. 2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde yıllık ortalama %1,4 oranında cari fazla veren Çin, BRICS ülkeleri içerisinde ikinci en iyi cari denge performansını sergilemiştir. Güney Afrika 2018 yılında %3

oranında cari açık vermişken, 2021 yılında %3,7 oranında cari fazla vermiştir. Analize konu dönemde Güney Afrika ekonomisi yıllık ortalama %0,1 oranında cari açık ile sonuçlanmıştır.

3. YÖNTEM VE UYGULAMA

Çalışmada 2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde BRICS ülkelerinin makroekonomik performanslarının ölçülerek, en başarılı performansın sergilendiği yıldan en kötü performansın sergilendiği yıla doğru bir sıralama yapılması ve sıralama sonuçlarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'ya ait temel makroekonomik göstergelerin yıllık verileri kullanılmıştır. GSYH büyüme hızı, enflasyon, işsizlik ve cari dengeye ilişkin Dünya Bankası veri tabanında elde edilen yıllık veriler ile analiz gerçekleştirilmiştir.

Çalışma kapsamında öncelikle, temel makroekonomik göstergelerin, ekonomik performansa katkı düzeylerini ifade eden ağırlık katsayıları, objektif Ağırlıklandırma yöntemlerinden CRITIC yöntem ile hesaplanacaktır. Ardından elde edilen ağırlık katsayıları kullanılarak ÇKKV tekniklerinden biri olan TOPSIS yöntemi ile ülkelerin ekonomik performansları ölçülerek, hesaplanan performans değerleri karşılaştırılacaktır.

3.1. CRITIC Yöntem

Birden fazla kriterin karar alma sürecinde etkili olması durumunda, bu kriterlerin karar sürecini etkileme düzeylerinin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerden birisi de CRITIC yöntemdir. CRITIC yöntem analize dahil edilen kriterlerin standart sapmalarını ve kriterler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon değerlerini kullanarak, her bir kriterin ağırlığını tarafsız bir şekilde hesaplamada kullanılmaktadır. Yöntem uygulamada beş basamaktan oluşan bir süreç ile sonuca ulaşmaktadır (Diakoulaki, Mavratas ve Papayannakis, 1995, s.764-765; Çakır ve Perçin, 2013, s.451; Pınar ve Erdoğan, 2023, s.9; Pınar, Yıldırım ve Erdoğan, 2023, s.438-439; Şenol ve Ulutaş, 2018, s.93-94).

Birinci basamak eşitlik (1) kullanılarak karar matrisinin oluşturulmasıdır.

$$X = (x_{ij})_{mn} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} \dots & x_{1n} \\ \vdots & \vdots \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} \dots & x_{mn} \end{bmatrix}; \; i=1,2,\dots,m \text{ ve } j=1,2,\dots,n \qquad (1)$$

İkinci basamak eşitlik (2) ve eşitlik (3) yardımı ile normalize karar matrisinin oluşturulmasıdır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{min}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \qquad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{max} - x_{ij}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \qquad (3)$$

Üçüncü basamak eşitlik (4) yardımı ile korelasyon katsayı matrisinin oluşturulmasıdır.

$$P_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij} - \bar{r}_j)(r_{ik} - \bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij} - \bar{r}_j)^2 \sum_{i=1}^{m}(r_{ik} - \bar{r}_k)^2}} \; ; j \text{ ve } k = 1,2,\dots,n \qquad (4)$$

Dördüncü basamak eşitlik (5) ve eşitlik (6) kullanılarak C_j değerlerinin hesaplanmasıdır.

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij} - \bar{r}_j)^2}{m}} \quad (5)$$

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^{m}(1 - P_{jk}) \; ; j = 1,2,\ldots,n \quad (6)$$

Son olarak beşinci basamak ise eşitlik (g) kullanılarak değişkenlerin ağırlık katsayılarının hesaplanmasıdır.

$$w_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^{n} C_k} \; ; \sum_{j=1}^{n} w_j = 1 \; ; j \text{ ve } k = 1,2,\ldots,n \quad (7)$$

CRITIC yöntem ile beş basamakta, analizlere dahil edilen kriterlerin ağırlık katsayıları objektif bir biçimde belirlenir.

3.2.TOPSIS Yöntemi

Birden fazla kriterin ve alternatifin bulunduğu karar alma süreçlerinde, en iyi alternatifin belirlenerek doğru kararlar alınmasına imkan tanıyan ÇKKV yöntemlerinden biridir. TOPSIS yöntemi, alternatiflerin pozitif ve negatif ideal çözüm noktalarını baz alarak performans değerlerini hesaplamakta ve elde edilen performans değerlerine göre alternatifleri sıralamaktadır. Yöntem uygulamada altı basamaklı bir süreç ile sonuca ulaşmaktadır (Pınar ve Erdoğan, 2022, s.139-141: Özçelik ve Kandemir, 2015, s. 104-106: Alagöz, vd. 2011, s. 67-68: Yılmaz Türkmen ve Çağıl, 2012, s.64-67: Eyüboğlu, 2017, s. 339-340: Sevgin ve Kundakçı, 2017, s. 90-92).

Birinci basamak eşitlik (8) yardımı ile karar matrisinin oluşturulmasıdır.

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & x_{2m} \\ x_{n1} & x_{n2} & x_{nm} \end{bmatrix} ; \text{ i=1,2,3,…m ve j=1,2,3,…n} \quad (8)$$

İkinci basamak eşitlik (9) ve eşitlik (10) yardımı ile normalize karar matrisinin oluşturulmasıdır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^{n} {x_{ij}}^2}} ; \text{ i=1,2,3,…m ve j=1,2,3,…n} \quad (9)$$

$$R = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & r_{2n} \\ r_{m1} & r_{m2} & r_{mn} \end{bmatrix} \quad (10)$$

Üçüncü basamak eşitlik (11) ve eşitlik (12) yardımı ile ağırlıklı normalize karar matrisinin oluşturulmasıdır.

$$v_{ij} = r_{ij} \cdot w_j \qquad (11)$$

$$V = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & v_{1n} \\ v_{21} & v_{22} & v_{2n} \\ v_{m1} & v_{m2} & v_{mn} \end{bmatrix} \qquad (12)$$

Dördüncü basamak eşitlik (13) ve eşitlik (14) yardımı ile pozitif ve negatif ideal çözüm noktalarının hesaplanmasıdır.

$$A^+ = \{(\max v_{ij} \mid j \in J\} \rightarrow A^+ = \{v_1^+, v_2^+, \ldots .. v_n^+\} \qquad (13)$$

$$A^- = \{(\min vij \mid j \in J\} \rightarrow A^- = \{v_1^-, v_2^-, \ldots .. v_n^-\} \qquad (14)$$

Beşinci basamak eşitlik (15) ve eşitlik (16) yardım ile pozitif ideal çözüme ve negatif ideal çözüme uzaklıkların belirlenmesidir.

$$S^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} (v_{ij} - v_j^+)^2} \qquad (15)$$

$$S^- = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} (v_{ij} - v_j^-)^2} \qquad (16)$$

Son olarak altıncı basamak eşitlik (17) yardımı ile ideal çözüme göreli yakınlık hesaplanır.

$$C = \frac{S^-}{S^+ + S^-} \qquad (17)$$

Sıfır ile bir arasında hesaplanan C değerleri büyükten küçüğe doğru sıralanarak, en yüksek değere sahip alternatif en iyi alternatif olarak belirlenir.

3.3. Uygulama Sonuçları

2018 -2022 yıllarını kapsayan dönemde, Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'dan oluşan BRICS ülkelerinin, temel makroekonomik göstergeleri bağlamında, Dünya Bankası veri tabanından elde edilen yıllık verileri ile CRITIC yöntem kullanılarak yapılan ağırlık hesaplamalarında aşağıda Çizelge 5'de verilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Çizelge 5. CRITIC Yöntem Uygulama

		Ekonomik Büyüme	Enflasyon	İşsizlik	Cari Denge/GSYH
Brezilya	Standart Sapma	0,368	0,479	0,386	0,357
	Cj Değeri	1,447	1,985	1,420	1,398
	Ağırlık	**0,231**	**0,318**	**0,227**	**0,224**
Rusya	Standart Sapma	0,422	0,408	0,465	0,386
	Cj Değeri	0,774	1,279	0,889	1,520
	Ağırlık	**0,173**	**0,287**	**0,199**	**0,341**
Hindistan	Standart Sapma	0,393	0,477	0,375	0,406
	Cj Değeri	1,054	1,126	0,886	2,024

	Ağırlık	**0,207**	**0,221**	**0,174**	**0,398**
Çin	Standart Sapma	0,419	0,369	0,404	0,425
	Cj Değeri	0,836	0,684	1,098	1,539
	Ağırlık	**0,201**	**0,164**	**0,264**	**0,370**
Güney Afrika	Standart Sapma	0,371	0,371	0,464	0,432
	Cj Değeri	1,564	0,974	1,505	1,413
	Ağırlık	**0,287**	**0,179**	**0,276**	**0,259**

2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde BRICS ülkelerinin ekonomik büyüme, enflasyon, işsizlik ve cari dengenin GSYH'ya oranları bağlamında objektif kriter ağırlıklandırma yöntemlerinden CRITIC yöntem kullanılarak yapılan kriter ağırlıklandırması sonucunda ülkelere ilişkin şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Brezilya'da makroekonomik performansı en fazla etkileyen değişkenin 0,318 ağırlık katsayısı ile enflasyon olduğu, diğer değişkenlerin ağırlık katsayıları birbirlerine oldukça yakın olmakla birlikte makroekonomik performansı en az etkileyen değişkenin ise 0,224 ağırlık katsayısı ile cari dengenin GSYH'ya oranı olduğu görülmüştür.

Rusya'da makroekonomik performansı en fazla etkileyen değişken 0,341 ağırlık katsayısı ile cari dengenin GSYH'ya oranı iken, en az etkileyen değişken 0,173 ağırlık katsayısı ile ekonomik büyüme olmuştur. Ayrıca Rusya ekonomisinde enflasyon 0,287 ve işsizlik 0,199 oranlarında makroekonomik performansı etkilemektedirler.

Hindistan'da makroekonomik performansı en fazla etkileyen değişken 0,398 ağırlık katsayısı ile cari dengenin GSYH'ya oranı iken, en az etkileyen değişken 0,174 ağırlık katsayısı ile işsizlik olmuştur. Ayrıca Hindistan ekonomisinde enflasyon 0,221 ve ekonomik büyüme 0,207 oranlarında makroekonomik performansı etkilemektedirler.

Çin'de makroekonomik performansı en fazla etkileyen değişken 0,370 ağırlık katsayısı ile cari dengenin GSYH'ya oranı iken, en az etkileyen değişken 0,164 ağırlık katsayısı ile enflasyon olmuştur. Ayrıca Çin ekonomisinde işsizlik 0,264 ve ekonomik büyüme 0,201 oranlarında makroekonomik performansı etkileme gücüne sahiptir.

Güney Afrika'da makroekonomik performansı en fazla etkileyen değişken 0,287 ağırlık katsayısı ile ekonomik büyüme olurken, en az etkileyen değişken 0,179 ağırlık katsayısı ile enflasyon olmuştur. Ayrıca Güney Afrika ekonomisinde işsizlik 0,276 ve cari dengenin GSYH'ya oranı 0,259 ağırlık katsayısına sahiptir.

Tabloya bir bütün olarak bakıldığında Rusya, Hindistan ve Çin'de cari denge, Brezilya'da enflasyon, Güney Afrika'da ise ekonomik büyüme en önemli makroekonomik göstergedir. Diğer taraftan Brezilya'da cari denge, Rusya'da ekonomik büyüme, Hindistan'da işsizlik, Çin ve Güney Afrika'da ise enflasyon analize konu edilen diğer göstergelere göre makroekonomik performansı en az etkileyen göstergeler olmuştur.

Analize konu edilen makroekonomik değişkenlere ait CRITIC yöntem kullanılarak hesaplanan ağırlık katsayıları ÇKKV tekniklerinden TOPSİS yönteminde analize dahil edilmiştir. Bu kapsamda yapılan makroekonomik performans ölçümü sonucu, BRICS ülkelerinden Brezilya'nın 2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde elde ettiği performans puanları ve başarı sıralaması aşağıda Çizelge 6'de verilmiştir.

Çizelge 6: Brezilya için TOPSİS Yöntemi Uygulama Sonuçları

Performans Sırası	1	2	3	4	5
Yıl	2021	2018	2019	2022	2020
Performans Puanı	68,921	65,095	58,290	56,775	35,328

Tabloya göre Brezilya'da en başarılı performans 68,921 performans puanı ile 2021 yılında sergilenirken, en kötü performans ise 35,328 performans puanı ile 2020 yılında sergilenmiştir. Brezilya ekonomisinin en başarılı performansı sergilediği 2021 yılında makroekonomik göstergelerine bakıldığında, ekonominin %5 oranında büyüdüğü, ülkede %8,3 oranında enflasyonun, %13,3 oranında işsizliğin yaşandığı ve cari dengesinin ise %2,8 oranında açık verdiği görülmektedir.

Çizelge 7: Rusya için TOPSİS Yöntemi Uygulama Sonuçları

Performans Sırası	1	2	3	4	5
Yıl	2018	2021	2019	2022	2020
Performans Puanı	70,047	67,933	51,906	42,530	37,827

Tabloya göre Rusya'da en başarılı performans 70,047 performans puanı ile 2018 yılında sergilenirken, en kötü performans ise 37,827 performans puanı ile 2020 yılında sergilenmiştir. Rusya ekonomisinin en başarılı performansı sergilediği 2018 yılında makroekonomik göstergelerine bakıldığında, ekonominin %2,8 oranında büyüdüğü, ülkede %2,9 oranında enflasyonun, %4,9 oranında işsizliğin yaşandığı ve cari dengesinin ise %7 oranında fazla verdiği görülmektedir.

Çizelge 8: Hindistan için TOPSİS Yöntemi Uygulama Sonuçları

Performans Sırası	1	2	3	4	5
Yıl	2020	2021	2019	2022	2018
Performans Puanı	63,161	51,833	45,852	32,723	32,517

Tabloya göre Hindistan'da en başarılı performans 63,161 performans puanı ile 2020 yılında sergilenirken, en kötü performans ise 32,517 performans puanı ile 2018 yılında sergilenmiştir. Hindistan ekonomisinin en başarılı performansı sergilediği 2020 yılında makroekonomik göstergelerine bakıldığında, ekonominin %5,8 oranında daraldığı, ülkede %6,6 oranında enflasyonun, %10,2 oranında işsizliğin yaşandığı ve cari dengesinin ise %1,2 oranında fazla verdiği görülmektedir.

Çizelge 9: Çin için TOPSİS Yöntemi Uygulama Sonuçları

Performans Sırası	1	2	3	4	5
Yıl	2021	2022	2020	2019	2018
Performans Puanı	88,964	70,342	56,509	31,781	25,930

Tabloya göre Çin'de en başarılı performans 88,964 performans puanı ile 2021 yılında sergilenirken, en kötü performans ise 25,930 performans puanı ile 2018 yılında sergilenmiştir. Çin ekonomisinin en başarılı performansı sergilediği 2021 yılında makroekonomik göstergelerine bakıldığında, ekonominin %8,4 oranında büyüdüğü, ülkede %1 oranında enflasyonun, %4,6 oranında işsizliğin yaşandığı ve cari dengesinin ise %2 oranında fazla verdiği görülmektedir.

Çizelge 10: Güney Afrika için TOPSİS Yöntemi Uygulama Sonuçları

Performans Sırası	1	2	3	4	5
Yıl	2021	2022	2018	2019	2020
Performans Puanı	93,995	58,293	45,811	41,982	37,445

Tabloya göre Güney Afrika'da en başarılı performans 93,995 performans puanı ile 2021 yılında sergilenirken, en kötü performans ise 37,445 performans puanı ile 2020 yılında sergilenmiştir. Güney Afrika ekonomisinin en başarılı performansı sergilediği 2021 yılında makroekonomik göstergelerine bakıldığında, ekonominin %4,9 oranında büyüdüğü, ülkede

%4,6 oranında enflasyonun, %28,8 oranında işsizliğin yaşandığı ve cari dengesinin ise %3,7 oranında fazla verdiği görülmektedir.

Çizelge 11: BRICS Ülkelerinin TOPSIS Yöntemi Sıralama Sonuçları

Yıllar	Brezilya	Rusya	Hindistan	Çin	Güney Afrika
2018	2	**1 (70,047)**	5	5	3
2019	3	3	3	4	4
2020	5	5	**1 (63,161)**	3	5
2021	**1 (68,921)**	2	2	**1 (88,964)**	**1 (93,995)**
2022	4	4	4	2	2

2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönemde BRICS ülkelerinin TOPSIS yöntemi ile yapılan performans ölçümü sonucu, ülkelerin en başarılı oldukları yıldan en başarısız oldukları yıla doğru yapılan performans sıralama sonuçları çizelge 11'de toplu olarak verilmiştir. Buna göre 2021 yılı Brezilya, Çin ve Güney Afrika'da en başarılı performansın sergilendiği yıl olurken, Rusya'da 2018 yılı ve Hindistan'da 2020 yılı en başarılı performansın sergilendiği yıllar olmuştur. Performans sıralamalarında Brezilya ile Rusya'nın ve Çin ile Güney Afrika'nın birbirlerine benzer sıralama sonuçlarına sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca ülkelerin en başarılı performansı sergiledikleri yıllarda hesaplanan performans puanları da sıralamadaki benzerliği destekler niteliktedir. Buna göre Brezilya en başarılı performansı sergilendiği yılda 68,921 performans puanına sahipken, Rusya 70,047 performans puanına sahip olmuştur. Benzer şekilde Çin en başarılı performansı sergilediği yılda 88,964 performans puanına sahipken, Güney Afrika 93,995 performans puanı ede etmiştir. BRICS ülkeleri içerisinde Hindistan 63,161 performans puanı ile en düşük puana sahip ülke olmuştur.

4. SONUÇ

BRICS ülkeleri olarak adlandırılan Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'nın 2018 – 2022 yıllarını kapsayan dönem için makroekonomik performansları ölçülmüştür. Çalışmada temel makroekonomik göstergeler olarak kabul edilen ekonomik büyüme, enflasyon, işsizlik ve cari dengeye ilişkin Dünya Bankası veri tabanından elde edilen yıllık veriler kullanılmıştır.

Çalışma kapsamında öncelikle temel makroekonomik göstergelerin, ekonomik performansa etki düzeylerini ifade eden ağırlık katsayıları CRITIC yöntem kullanılarak hesaplanmıştır. Buna göre Brezilya'da 0,318 ağırlık katsayısı ile enflasyon; Rusya'da 0,341ağırlık katsayısı ile, Hindistan'da 0,398 ve Çin'de 0,370 ağırlık katsayıları ile cari dengenin GSYH'ya oranı ve Güney Afrika'da ise 0,287 ağırlık katsayısı ile ekonomik büyümenin makroekonomik performansı en fazla etkileyen değişkenler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, hesaplanan ağırlık katsayıları kullanılarak ÇKKV tekniklerinden TOPSIS yöntemi ile makroekonomik performans ölçümleri yapılmıştır. TOPSIS yöntemi uygulaması sonucunda, Brezilya, Çin ve Güney Afrika'da en başarılı performansın sırasıyla 68,921; 88,964

ve 93,995 performans puanları ile 2021 yılında, Rusya'da 70,047 performans puanı ile 2018 yılında ve Hindistan'da 63,161 performans puanı ile 2020 yılında sergilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Brezilya ile Rusya'nın ve Çin ile Güney Afrika'nın benzer sıralama sonuçlarına sahip oldukları görülmüştür.

Ülkelerin makroekonomik performanslarını artırabilmek adına, GSYH büyüme hızlarını artırmaya, cari dengelerini sağlamaya veya daha fazla cari fazla elde etmeye, enflasyon ve işsizliği düşürmeye yönelik politikalar izlemeleri gerekmektedir.

KAYNAKLAR

[1] Alagöz, M., Yapar Saçık, S., & Erdoğan, S. (2011). Kazakistan Cumhuriyeti'nin Ekonomik Performansının Ölçümü:1992-2008. *Avrasya Etüdleri Dergisi*, Cilt 39, Sayı 1.

[2] Bilgili, Y. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul, İkinci Sayfa Yayınları.

[3] Bocutoğlu, E. (2014). *Makroekonomik Teoriler ve Politikalar*. Bursa, Ekin Basım Yayım Dağıtım, 11. Baskı.

[4] Çakır, S., & Perçin, S. (2013). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleriyle Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü. *Ege Üniversitesi Bakış Dergisi*, 13 (4), 449-459.

[5] Diakoulaki, D. Mavratas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining Objective Weights in Multiple Criteria Problems: The CRİTİC Method. *Computers&Operations Research*, 22 (7), 763-770.

[6] Dinler, Z. (2013). *İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Basım Yayım Dağıtım.

[7] Ersin, İ. (2018). *Temel Kavram ve Analizlerle Türkiye Ekonomisi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

[8] Eyüpoğlu, K. (2017). Türk Dünyasında Yer Alan Ülkelerin Makro Performanslarının Karşılaştırılması. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 83.

[9] https://data.worldbank.org/ (Erişim Tarihi: 25.09.2023)

[10] Karaca, C. (2020). *Güncel Ekonomik ve Mali Sorunlar*, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

[11] Kaya, M. (2016). Türkiye'de Cari Açık Sorunu ve Nedenleri. *Dicle Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (10).

[12] Özçelik, H. & Kandemir, B. (2015). BİST'de İşlem Gören Turizm İşletmelerinin TOPSİS Yöntemi ile Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 18, Sayı 33.

[13] Parasız, M. İ. (1996). *Makroekonomi Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

[14] Pınar, A. & Erdoğan, S. (2021). Covid 19 Pandemisinin Enflasyon Üzerine Etkileri, M. Gerçeker (Ed.), *Covid 19 Pandemisinin Makroekonomik Yansımaları* içinde (ss. 83-104), Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

[15] Pınar, A. & Erdoğan, S. (2022). Temel Makroekonomik Göstergeler ile Türkiye ve Özbekistan'ın Ekonomik Performansının Ölçümü (2010-2021). B. Mercan, A. Şahbaz

ve M. Gömleksiz (Ed.), *İpek Yolu: Tarih, Felsefe ve Ekonomi Perspektifinde Güncel Tartışmalar* içinde (ss. 129-148), Konya: Necmeddin Erbakan Üniversitesi Yayınları.

[16] Pınar, A. & Erdoğan, S. (2023). Türkiye Ekonomisinin Makroekonomik Performansının CRITIC ve VIKOR Yöntemleri ile Ölçülmesi (2011-2021). M. Tek, A. Ay (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Güncel Gelişmeler: Ekonomi ve Politika* içinde (ss. 1-18), Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

[17] Pınar, A. & Paksoy, H. (2023). Seçilmiş Ülkelerin TOPSİS Yöntemi ile Ölçülen Ekonomik Performanslarının Karşılaştırılması. M. Yılmaz (Ed.), *Cumhuriyetin Yüzüncü Yılında Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerine Çalışmalar* içinde (ss. 107-130), Ankara: Nobel Yayınları.

[18] Pınar, A., Yıldırım, M. & Erdoğan, S. (2023). COVİD Dönemi ve Sonrası Türkiye Ekonomisinin Performansının CRİTİC, TOPSİS ve MABAC Yöntemleri ile Ölçülmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(44), 433-449.

[19] Sevgin, H. & Kundakçı, N. (2017). TOPSİS ve MOORA Yöntemleri İle Avrupa Birliğine Üye Olan Ülkelerin ve Türkiye'nin Ekonomik Göstergelere Göre Sıralanması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 17, Sayı 3.

[20] Seyidoğlu, H. (1999). Uluslararası İktisat – Teori, Politika ve Uygulama. İstanbul: Güzem Can Yayınları.

[21] Şenol, Z. & Ulutaş, A. (2018). Muhasebe Temelli Performans Ölçümleri ile Piyasa Temelli Performans Ölçümlerinin CRITIC ve ARAS Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar,* 55(641), 83-102.

[22] Yalta, A. T. & Yalta, A. Y. (2019). *Modern Makroekonomiye Giriş*. Ankara: Liberte Yayınları.

[23] Yıldırım, K., Karaman, D. & Taşdemir, M. (2009). *Makroekonomi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

[24] Yılmaz Türkmen, S. & Çağıl, G. (2012). İMKB'ye Kote Bilişim Sektörü Şirketlerinin Finansal Performanslarının TOPSİS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Maliye-Finans Yazıları, 26*(95), 59-78.

FATİH DÖNEMİ MİMARİSİNİN OSMANLI MEDENİYETİNE KATKILARI[1]

Emine PAPATYA

Sakarya Üniversitesi r 0000-0001-7045-7805

ÖZET

Osmanlı Devleti Türk, İslam, İran, Akdeniz Uygarlıkları başta olmak üzere, fethettiği ve yerleştiği toprakların kültürlerini bünyesinde toplayarak kendine has bir medeniyet kurmuştur. Farklı kültürleri ve milletleri bir arada, hoşgörü içinde himaye edebilmesi onu, dünyanın sayılı medeniyetleri arasına sokmuştur. Osmanlı ayak bastığı her coğrafyada günümüze tanıklık eden eserler bırakmıştır. II. Mehmet, İstanbul'u fethettikten sonra, Osmanlı devletini kurumsal hale getiren kanunnameler ile imparatorluk düzenini kurmaya başlamıştır. Fatih, kendisinden sonra başa gelen padişahların yaptırdığı ilavelerle kompleks bir yapı haline gelerek, asırlarca Osmanlı'nın yönetim merkezi olmayı sürdüren Yeni Saray (Topkapı) ve Fatih camisi ile simetrik bir şehir kurgulamıştır. Mimari olarak atılan her adımın günü kurtarmak için değil, bir imparatorluğun altyapısını hazırlamak için yapıldığı, yapılış sırasında kullanılan malzemelerin seçilişinden de anlaşılmaktadır. İslam dinin getirdiği dünyaya ehemmiyet vermemek düşüncesi ile halkın oturacağı evler çok dayanıklı olmayan kerpiç malzemeden yapılırken, yüzyıllık planlar gözetilerek gelecek nesillere kalması düşünülen camiler, saraylar ve halkın kullanımı için yapılan çeşme, imarethane, hamam gibi yapılar gayet iyi temeller üzerine, sağlam malzemelerle inşa edilmiştir. Bu durum, bir cihan devleti kurma planlarının devletin kuruluşu ile başladığını gösteren delillerden biri sayılmıştır. Çalışmada, 1453 yılı itibariyle, özellikle başkent İstanbul'da II. Mehmet'in inşa ettirdiği eserler üzerinden Osmanlı Medeniyetine kattığı değerler incelemeye çalışılmıştır. Bunun için yaptığımız literatür taraması ile dönemde yapılan eserler, Fatih'in yapım nedenleri ile incelenmiş ve günümüze kadar olan gelenlerin medeniyete olan etkilerini yorumlanmıştır. Bir şehri bünyad etmek için her detayla bizzat ilgilenen aynı zamanda da fetihlere devam ederek toprakları genişleten Fatih'in, Osmanlı Medeniyetinin kurulmasındaki katkıları bir nebze olsun gözler önüne serilmeye gayret edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Osmanlı, Mimari, Fatih Sultan Mehmet, Medeniyet

1. GİRİŞ

İbn Haldun, medeniyet kurmanın, insanın tabiatı gereği olduğunu ve değişen zaman içinde insanların fikirleri ve yaşantıları farklılaşacağı için bir medeniyetin oluşmasının da uzun yıllar alacağını, oluşan medeniyetin ise sürekli gelişip ilerlemesi gerektiğini belirtmiştir. Toplumun, maddi refahının iyi olması ve bunun adil bir şekilde dağıtılması hem medeniyetinin gelişmesine fayda sağlamıştır hem de ilerlemesine ve gerilemesine etki eden unsurlardan olmuştur.[2]

[1] Sakarya Üniversitesi Yüksek Lisan Tezi için hazırlanmıştır.
[2] (Kutluer, İlhan, 2003)

Nurettin Topçu'ya göre de medeniyet ''insanlığın muayyen tarihi devirlerinde bir zümre cemiyetin benimsediği vasıtalarla çalışarak ortaya koyduğu ve yaşattığı teknik eserlerin ve yaşayış şekillerinin bütününe'' denir.[3]

Bir medeniyeti diğerlerinden ayıran siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel farklılıklardır. Osmanlı Devleti de geçmişinden gelen kadim gelenekleri, yeni fethedilen yerlerin kültürleri ile birleştirerek yeni bir medeniyet ortaya koymuştur. Bu medeniyetin kalıcı olması ve geniş alana yayılması için, toplumun her yönden refah içinde yaşamasını sağlamaya çalışmıştır. İnsanlığın temel ihtiyaçlardan olan barınma başta olmak üzere, su ihtiyacını sağlayacak su yolları ve çeşmeler, şifa vesilesi olacak hastaneler, ilim öğreneceği medreseler ve kütüphaneler ve gelişmeyi sağlayacak yollar, hamamlar gibi pek çok detayı barındıran mimari, medeniyetin kurulmasında ve yaşatılmasında önemli bir etken olmuştur. Bu bağlamda medeniyetin oluşmasını sağlayan unsurlardan biri de şehirlerdir. Şehirler toplumun bir araya gelme, ticaret yapma ve hoşgörü ile yaşamayı öğrendiği mekanlardır. Bir şehre medeniyet gözlüğüyle bakıldığında, mimarisi, kentleşmesi, dokusu yönüyle hangi medeniyete ait olduğuna dair ipuçları vermelidir. Şehrin merkezinde kurulan cami ve etrafında bulunan çarşılar halkın toplanma yeri ve fikirlerin yayıldığı mekanlar olması hasebiyle önem arz etmiştir. Bulunduğu çevrenin şartlarından memnun olan toplumlarda medeniyet daha rahat gelişme imkânı bulmuştur. [4]

2. MEDENİYETTE MİMARİNİN İZLERİ

Sadettin Ökten; bir insanın yüzündeki çizgilere bakıldığında, hissettikleri ve geçmişteki yaşantısına dair izler nasıl fark edilebiliyorsa, bir şehrin mimarisine bakıldığında da kadim değerleri, toplumsal yapısı, medeniyet düşüncesi fark edilebilir diyerek, mimarinin medeniyeti anlatmadaki etkisinden bahsetmiştir. Mimari, üç boyutlu ve toplumun yaşantısı içinde işlevselliği olan bir sanat dalı olduğu için bir medeniyeti doğru okumada kullanılan yollardan olmuştur. Sanatın her dalının bulunduğu toplumu güzelleştirdiği esasınca mimari de doğru kullanıldığında bulunduğu şehre medeniyetin izlerini getirmiştir.[5]

Osmanlı medeniyeti klasik dönem mimarisi genelde sade, işlevsel, yapının sütunundan saçağına kadar belli bir üslubu olan eserler olarak tasarlanmıştır. Ancak bu üslup, her sokakta farklı yapıda bir bina, her köşede farklı tarzda bir çeşme olarak karşımıza çıkmıştır. Mimaride, kullanış kolaylığı ve sadelik ön plana alınmış aşırı süslemeden kaçınılıp kaliteye önem verilmiştir. Osmanlı mimarisi, genelde İslam dininden gelen tevhid düsturuyla hareket ederek, yapılaşmada gereksiz noktalardan kaçınmış, işlevselliği önde tutmaya gayret göstermiştir. İslam'ın sembolü sayılan cami etrafında yoğunlaşan yapılar, önem sırasına göre imar edilerek dış görünüşünden önce sağlamlığı düşünülmüş, halka uzun yıllar hizmet etmesi ve herkesin faydalanması düsturu ile hareket edilmiştir. Halkın ortak kullanacağı alanlarda adaletli bir plan yapılarak, şehirde bir meydan tayin edilmiş, meydana yapılan cami'nin yanına hamamı,

[3] (Erdemir, Engin, 2019)
[4] (Aydın, Sinan, 2019)
[5] (Örnek, Zeynep, 2013)

medresesi, imarethanesi, çarşısı gibi ortak kullanım alanları imar edilmiş ve etrafına yapılan evlerle mahalleler kurulmuştur.[6]

3. FATİH SULTAN MEHMET DÖNEMİ MİMARİSİ

"Hüner bir şehr bünyad etmektir
Reâya kalbin âbâd etmektir."[7]

Fatih Sultan Mehmet medeniyet tasavvuruna sahip, İstanbul'un fethedilmesinin her açıdan önemini haiz bir cihan imparatoru olmuştur. İstanbul'un fetih hazırlıklarına başladığında fethin zorlu olacağının farkındadır, bu sebeple en ince ayrıntıyla bile yerinde ilgilenmek istemiştir. Şehrin etrafını gezip, boğazın geniş ve dar noktalarını, denizdeki akıntıları, kıyının girinti ve çıkıntılarını bizzat incelemiş ve boğazın en dar yerine de Rumeli Hisarını yaptırmıştır. Fatih'in tahta geçmesinin ikinci yılında stratejik öneme sahip hisar bitmiş, böylelikle II. Mehmet'in İstanbul'a yaptırdığı ilk eser olmuştur. Rumeli Hisarı'nın yapımı ile boğazdan geçen gemiler kontrol altına alınmıştır. İstanbul'un alınmasının ardından fetihlerine devam eden II. Mehmet her fırsatta İstanbul'a uğrayarak, yapılmasını emrettiği binaları, sarayı ve külliyeyi denetlemiştir çünkü Fatih bu şehrin eski dönemlerde olduğu gibi her yönden zengin, güç sahibi, sanat ve medeniyette ileri bir seviyede bulunmasını, Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olmasını arzu etmiştir.[8]

Fatih, İstanbul'u fethetmeden önce şehrin surlarının içine kadar yayılan bağlar ve tarlalar, şehri bir köy görünümüne sokmuştur. 1204'teki Latin işgali sebebiyle oluşan nüfus yoğunluğundaki azalma, İstanbul'u ölü bir şehir haline getirmiş ve Bizans'ın başkentinin eski halinden eser kalmamıştır. II. Mehmet halkın yaşamaktan memnun olmadığı ve kendi haline bırakılan İstanbul'u fethetmekle kalmamış, inşa ve iskân faaliyetleriyle hızlı bir şekilde Osmanlı imparatorluğunun başkenti haline getirmiştir. Fethin öncesinden İstanbul ile ilgili planlar yapan Fatih, şehrin zarar görmeden alınması için Bizans imparatoruna şehri teslim etmesi karşılığında Mora despotluğunu vadetmiştir. İslam'a göre, savaşla alınan şehirlerde, halkın esir edilmesi, mallarının da galip devlet askerlerine bırakılması helal sayılmıştır. Fatih, bu güzel şehrin talan edilmesini ve yıpranmasını istememiştir ancak şehirde yardım amacıyla bulunan Latinlerin, Bizans imparatorunun şehri teslim etmesine izin vermemeleri üzerine, yapılara zarar verilmeme şartıyla yağmaya izin vermek zorunda kalmıştır. Galip olan askerin hakkını alması için izin verilen üç günün ardından padişah, şehri eski haline sokmaktan öte bir imparatorluk başkenti yapmak için imar ve iskân çalışmalarına başlamıştır. Şehri terkedilmiş görüntüsünden kurtarmak için, kaçan halka geri dönmeleri halinde tamir edilerek evlerinin kendilerine verileceği duyurulmuştur.[9]

[6] (Cansever, Turgut, 2016)
[7] (Ebu'l-Feth Sultan Mehmed Han Vakfiyesi)Asıl marifet bir şehir kurmak, şehir imar etmekle birlikte; o şehirde yaşayanların kalbini kazanmak, onları mutlu etmektir.
[8] (Feridun Emecen, 2001)
[9] (Kritovulos, 1912)

İstanbul'un ilk subaşısı olarak atanan Hızır Bey'e bir kale ve bugünkü Beyazıt meydanında bir saray yapılması emri verilmiştir. Devlet erkanına da İstanbul'un yeni payitaht olduğu bildirilmiştir. Fethin ardından, Avrupa ülkelerinin yeni bir haçlı ordusu oluşturarak İstanbul'u geri almaya çalışacaklarını düşünen Fatih, yıkılan surların onarılması için talimat vermiştir. Şehri güvence altına aldıktan sonra Batı'ya yönelik seferlerine devam eden II. Mehmet, çıktığı seferlerden esir alınan zengin kişileri getirterek has-kul olarak İstanbul'un iaşesini temin etmek üzere, şehrin etrafında bulunan kasaba ve köylere yerleştirmiştir. Has-kul denilen bu esirler tarlalarda yetiştirdikleri ürünün yarısını devlete vermekle vazifelendirilmiştir. Bursa'nın eşrafından kişiler de şehrin nüfusunu arttırmak için zorla bile olsa getirtilerek İstanbul'a yerleştirilmiştir. Yeni fethedilen yerlerden getirilen Hristiyan ve Yahudi aileler ile Anadolu'dan sürgün edilerek ya da kendi istekleriyle gelen Müslüman aileler, İstanbul şehrinin yeni halkı olarak iskân edilmiştir. Semt adları da genelde bu bölgeye yerleştirilen kişilerin geldikleri memleketlerin isimleri ile adlandırılmıştır. 1455 yılına gelindiğinde, fetihten sadece iki yıl sonra Yedikule kalesi ve Bayezid meydanındaki eski saray tamamlanmış, pek çok Müslüman ve gayrimüslim semt oluşturulmuştur. Fatih, fetihten evvel yaptığı başkent planlarını adım adım uygulamıştır. Sıra iskân edilen halkın refahını arttırmaya gelmiştir. Bu amaçla saray yakınına bedesten yapımına başlanmıştır. Kapalıçarşı'nın bugün hala İstanbul'un en gözde konumlarından biri oluşu, Fatih'in ileri görüşlülüğün bir göstergesidir. Fatih vakfiyesi kayıtlarına, bedesten ait 128 dükkân kaydolmuştur. Ayrıca çeşitli kişiler tarafından yaptırılan 894 dükkân daha bulunmaktadır. Buradan elde edilen gelirlerle oluşturulan sandıkla Ayasofya camisinin giderleri de karşılanmaktadır. Fatih, Ayasofya dahil yeni yapılanlarla birlikte dokuz adet caminin ve onlara bağlı bulunan sosyal yapıların ihtiyacı için, İstanbul çevresinde bulunan 35 köyün gelirini vakıf olarak tahsis edilmiştir. Fetihten sonra Fatih, eğitim konusunu da eğilerek medreselerin açılması için çalışmalar başlatmıştır. İlk olarak Ayasofya camii yanında açılan medreseyi, Eyüp camisine açılan medrese takip etmiş nihayetinde Fatih külliyesine Sahn-Seman medreseleri yapılmıştır. İçerisinde ilkokul ve lisede olan sekiz medresede sadece dini ilimler değil matematik ve astronomi gibi ilimlere de yer verilmiştir. Fatih'in emriyle bedestene gelen su yolları da tamir edilerek, çarşı içine umumi hamamlar da yapılmıştır.[10]

İstanbul'un fetih günü Fatih'in "Şu andan itibaren İstanbul benim taht'ımdır" sözü şehrin Osmanlı imparatorluğunun sonuna kadar payitaht olacağının beyanıdır. 1470 yılında yapımı biten Fatih külliyesinin merkeze yerleştirilen camisi, simetrik olarak doğu-batı yönünde yapılan eğitim kurumları ve geometrik planla güney yönüne inşa edilen sosyal fonksiyona sahip yapıları ile erken dönem örneklerinden farklılık göstermektedir. Fatih camisinin İstanbul'un her yerinden görünebilecek bir konumda yapılması, Bizans'ın Havariyyun kilisesinin yıkıntıları üzerine inşa edilmesi ve banisinin özel isteğiyle Ayasofya benzeri yapılan yarım kubbeleri, Fatih'in merkezi otoritesini simgelemektedir. 1471 yılı boyunca İstanbul'un farklı noktalarında hamamlar, çarşılar ve kervansaraylar yapılmaya devam etmiştir. Fatih İstanbul'un iskanı için Anadolu'dan Türklerin gelmesini ve şehre yerleşmesini arzu etmiştir. Ancak özellikle usta, zanaatkar gibi şehrin imarında da fayda sağlayacak olan kişiler bulundukları yerlerden ayrılmakta zorlanmıştır. Fethin hemen ardından yakın çevreden şehre göçen Türk-Müslüman ailelerin, şehrin harap halini görünce geri dönmeleri, kenti yeniden başkent haline getirmek isteyen Fatih'in şehrin hızlı ve planlı bir şekilde imar edilmesi için gayret gösterilmesi

[10] (İnalcık, Halil, 1988)

gerektiğini anlatmıştır. Amasra, Foça, Trabzon, Mora, Karaman, Kefe sırasıyla fethedildikçe burada yaşan Türkler İstanbul'a gitmeye zorlanmış, sürgün yoluyla da olsa İstanbul'un nüfusu arttırılmıştır.[11]

Saray olarak kullanılmak üzere bugün bazı minyatürlerde bilgisi alınan Beyazıt meydanında Eski Saray'ın yapımına 1454 senesinde, günümüzde Sarayburnu olarak adlandırılan, ismini aldığı Yeni Saray'ın yapımına da 1459 senesinde başlanmıştır. Saray Bab-ı Hümayun kapısındaki tarihe göre 1478 yılında bitmiş ve Dolmabahçe Sarayı'nın hizmete girdiği 1856 senesine kadar devletin merkezi olarak kullanılmıştır. Sonraki dönemde, elçi kabulleri, cüluslar, padişahların cenaze törenleri gibi olaylarda kullanılmaya devam etmiştir. Topkapı sarayı, II. Murat'ın başlayıp, Fatih'in bitirdiği Edirne Saray'ın planına benzer şekilde sıralı üç avludan oluşan Birun, Enderun ve Harem bölümlerinden oluşmuştur. II. Mehmet'in ardından gelen her padişah yaptıkları ekler, köşkler, kuleler ile saray kompleksini büyüterek geliştirmiştir. Bazı bölümleri yangınlar ile yok olmuş olsa da Osmanlı Medeniyetinin geçirdiği safhaları bize anlatan en güzel, en iyi korunmuş yapılardan biri Topkapı sarayı olmuştur. Başlarda saray içinde olmasına rağmen bugün biraz dışında kalan ve Fatih tarafından dünya hakimiyetinin simgesi olarak yaptırılan 1472 tarihli Sırça Saray yani Çinili Köşk'te Karamanlı üslubunda yapılmış en eski Osmanlı eserlerinden biri olarak tanımlanmıştır. Topkapı Sarayı'nın bir göçmen obasını andıran tüm bahçeye konumlandırılmış köşk ve çadırlardan oluşan tasarımı ile Türk-İslam saray geleneğini devam ettirdiği görülmüştür. İstanbul Boğazı ve Haliç'in ortasında, İstanbul yarımadasının uç kısmı olan Sarayburnu'ndaki Bizans akropolü kalıntıları üzerine yapılan Yeni Saray, 1400 metrelik "Sur-ı Sultani'nin" yüksek duvarları ile karadan, Bizans'ın eski surları ile denizden çevrilmiştir. Saray'ın bulunduğu alan yaklaşık 700.000 metrekaredir. Saray'ın önemli kısmını Hasbahçe oluşturmuştur. Topkapı Sarayı, mütevazı bir şekilde inşa edilmiş, harcamalar camiler, köprüler, kışlalar ve kervansaraylar gibi halkın da faydalanacağı yapılar için kullanılmıştır. Fatih, sarayı o kadar muhteşem bir planla inşa ettirmiştir ki Mimar Sinan bile ek olarak sadece bir bölüm yaptırmıştır. Çinileri, Hasbahçesi, Sarayburnu'ndaki konumu sarayı doğal bir ihtişama kavuşturmuştur.[12]

İstanbul fethedilince, şehirde yaşayan Rumlar esir olarak alınmıştır, sulh ile alınan Galata bölgesinde yaşayanlar ise serbest bırakılmıştır. Ancak İstanbul'un iskanının bir an önce tamamlanmasını isteyen Fatih, esir Rumları da serbest bırakıp, İstanbul'da kalmak isteyene evini geri vermiştir. Rumların ibadethanelerinin bir kısmını da aynı şekilde bırakmıştır. Ortodoks Patrikhanesine sadece yeni patrik atamış, Hristiyanlığın merkezi olarak kalmasına izin vermiştir. Böylece Rumlar ve Müslümanlar İstanbul'da ortak bir hayata başlamıştır. 1490'da İspanyadan sürgün edilen Yahudi toplulukları da İstanbul'a gelmiş, aynı senelerde gelen Ermeniler, Balkan ve Kafkasya'dan gelen etnik ve dini gruplar ile Romanlar da İstanbul'un yeni nüfusunun birer parçası olmuştur. Böylece İstanbul, fetihten yüzyıl sonra İslamiyet başta olmak üzere, Hristiyanlığın Ortodoks mezhebinin, Yahudilerin ve Ermenilerin kutsal saydıkları dünyanın büyük ve gösterişli şehirlerinden biri haline gelmiştir. Genelde aynı dine ve millete sahip olanlar belli semtlerde otursa da Avrupa şehirlerinde olan ''Getto'' tarzı sadece bir gruba ayrılan bölgeler Osmanlı şehirciliğinde yer almamıştır, isteyenin, bir semtten

[11] (Özbek, Yıldıray, 2008)
[12] (Ferrari, Nicole Kançal, 2015)

başka semte geçmesine, farklı milletlerin bir arada yaşamasına izin verilmiştir. Bir semtte farklı ibadethaneler bulunmasının, Ermeni ustaların bir cami inşasında çalışmasının, Kapalıçarşı'da bir Yahudi ile bir Müslüman'ın dükkân komşusu olmasının sakıncası olmamıştır. Kadı mahkemelerinde de farklı dine ve millete ait kişilerin davalarına bakılmıştır. Bu bağlamda İstanbul'daki halk farklı diller ve adetlerde birbirinden etkilenerek yaşamıştır. Diğer Osmanlı şehirlerinde olduğu gibi İstanbul içinde dikkat edilen husus her zaman Türk ve Müslüman nüfusun çoğunlukta bulunması olmuştur. Gayrimüslimler, beraber yaşamanın getirisi olarak Türk kültüründen etkilenmiştir. Toplumda saygınlık görmek için Türkler gibi giyinmek ve yaşamakta da bir sakınca görmemişlerdir. Her topluluk kendi dilini konuşsa da İstanbul'un ortak dili her zaman Türkçe olmuştur. Türklerde konuşmada ve yeme içme kültüründe gayrimüslimlerden etkilenmiştir.[13]

Fatih'in planlarıyla yeniden oluşturulan İstanbul'un kökeninde hem şehrin kültürel olarak sürdürülen değerleri hem de İslam ve beylikler döneminden gelen bir şema vardır. Bizans'tan kalan kent dokusunun üstüne yeni merkez oluşturularak ulu cami, saray, çarşı ekseninde şehrin imarı yapılmıştır. Ayasofya ve çevresinin, Yeni Saray (Topkapı) ve Yeni Cami (Fatih) Külliyesi'nin bağlantı yollarıyla birleştirilmesi ile limana paralel olarak giden bir yol sistemi oluşturularak, İstanbul'a Fatih'in başkent vizyonu damga vurmuştur. Saray ve ulu cami birbirine yakın konumda inşa edilip, araya yapılan çarşıyla bağlantı sağlanmıştır. Kubbeli ve zaviye modeli yapılan ulu cami mescit, türbe, tabhane, medrese ve hamamdan oluşur. Bu plan, Fatih tarafından İstanbul'un konumu düşünülerek ayrıntılı bir şekilde oluşturulmuştur. Fetih sürerken, Fatih'in hocası olan Akşemsettin'in yardımıyla Halid b Yezid'in (Eyüb el Ensari)mezar yerini tespit edilmiştir. İstanbul fethedildikten sonra da belirlenen kabrin üstüne türbesi ve cami külliyesi yaptırılmıştır. Eyüp el-Ensari'den ismini alan Eyüp semti, eski Bizans'ın ünlü iki semti olan Galata ve Üsküdar'la birlikte Bilad-ı Selase olarak adlandırılmış ve sur dışının önemli merkezleri olmuştur. 1458 yılı itibariyle Osmanlı Devleti Edirne'den tamamıyla İstanbul'a yerleşmiş, Fatih, imparatorluğa yaraşır payitahtı oluşturmak için şehri büyük ve gösterişli eserlerle güzelleştirmeye hız vermiştir. Sadrazamları Mahmut Paşa, Rum Mehmet Paşa, beylerbeyi olan Has Murat Paşa'da kurdukları vakıflarla, yaptırdıkları camiler, imaretler, külliyeler ile İstanbul'u zenginleştirmiştir. Yeni Saray (Topkapı) da Fatih Sultan Mehmet'in farklı milletlerin bir arada yaşatma düşüncesini destekler biçimde, değişik mimari tarzları bir araya getiren bir üslupla inşa edilmiştir. Sarayın bahçesinde farklı tarzlardaki köşkler, başa gelen sonraki padişahlarında eklediği yapılarla üslup bakımından zenginleşmiş, bir nevi imparatorluğun çeşitliliğini yansıtmıştır. Saray eşi benzeri olmayan bir yer olmasına rağmen çok ihtişamlı yapılmamış, İslam dininin yüceliğini vurgulamak için Osmanlı´da ihtişamlı mimari sadece camilere uygulanmıştır. Topkapı Sarayı inceliğin, zarafetin ve zekanın öne çıktığı bir yapıdır. Her köşesi bir ayet, hadis gibi dini atıflar bulunan yazılarla süslenmiştir. II. Mehmet'in sadelikten yana bir padişah olmasına rağmen, inşa ettirdiği Fatih camisinin, Ayasofya'dan sönük kalmaması için alınan malzemeleri, yapı biçimini bizzat denetlemiştir. Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde anlattığı, caminin yapımı sırasında kendisine verilen mermer kolonları kısa tutarak caminin boyunu alçalttığı gerekçesiyle bir mimarın ellerini kestirmesi, Fatih'in, İstanbul'un Bizans etkisinden kurtularak, Osmanlı medeniyetinin izlerini taşıyan görkemli bir başkent olmasını ne kadar istediğinin göstergesi olmuştur. Fâtih Sultan

[13] (Yunus Uğur)

Mehmed, adına inşa edilen bu cami ve külliye için şehrin ortasında Bizans'ın değerli saydığı On İki Havari Kilisesini özellikle seçmiş ve bu şehre hâkim olan yeni bir inancı vurgulamıştır. Ayrıca İstanbul'a Türk ve İslam damgasını vurarak bütün binaları ve camiyi simetrik bir şekilde yerleştirip, şehrin ortasında dini ve kültürel bir merkez meydana getirmiştir. Şehrin büyümesi, artan nüfusla alakalı olacağı için bu durumu da göz önüne alan padişah, büyük çarşılar kurdurarak İstanbul'un iaşesinin en rahat biçimde sağlanmasına çalışmıştır. Özellikle kendi mülkü olan alanlarda, ki bunlar hakkındaki bilgilere Fatih'e ait olan vakfiyelerden ulaşılmıştır, Gümrük Kapanı, Unkapanı, Yağkapanı, Yemişkapanı gibi gümrük noktaları oluşturmuştur. Gelen malları belli alanlarda ''kapan'' denilen büyük kantarlarla tartarak, Karadeniz, Ege ve Marmara'dan gelecek olan mallar için toptan dağıtımı oluşturmuş, böylece İstanbul'un gelecek dönemlerde de kullanılacak gümrük planını hazırlamıştır. Klasik dönemde sadece Fatih'e ait mimari özelliklerden biri de meydan çeşmeleridir. Meydanların kentleşmeyi sağlayan noktalar olduğu düşünüldüğünde, İstanbul'u imparatorluk başkenti yapmak için planlı bir şekilde ilerlemiş olan Fatih bu detayı da atlamamıştır. Fatih dönemi, daha sonraki yıllarda devam ettirilen bir kent planının kısmen ana ögelerinin çizildiği bir dönem olmuştur. Fetihten sonraki beş sene, şimdiki Beyazıt semti çevresi limanla bağdaştırılarak İslam mimarisi ve Anadolu Selçuklu mimarisi özellikleriyle planlanmıştır. Sonraki yıllarda ise Ayasofya ve Topkapı Sarayını, yaptırttığı Fatih külliyesi ile birleştiren yolları inşa edip, bu şemayı da limana ana yollarla bağlayarak başkente uygun bir tasarım ortaya koymuştur[14]

1478 tarihli tahrir defteri kayıtlarına göre, İstanbul'un şehir nüfusu 70.000 olarak tahmin edilmiştir. Fetihten yüzyıl sonra ise şehrin nüfusunun 400.000 civarı olduğu tahmin edilmektedir. Bu artışı karşılayabilmek adına İstanbul için Fatih Sultan Mehmet'in nasıl büyük ölçekli bir imar ve iskân planlaması yaptığı anlaşılmaktadır. Fatih'in yaptırdığı planlı imar faaliyetleri ile Fatih Külliyesi, diğer tüm özellikleri yanında bir şehir gibi çarşısı, hamamı, imarethaneleri ve medreseleriyle kendine yetecek tarzda tasarlanmıştır. Şehrin muhtelif camileri etrafında kurulan medreseler için Doğudan ve Batıdan getirilen alimlere külliye içinde veya etrafında mülk verilerek İstanbul'da kalıcı olarak yerleşmeleri sağlanmıştır. Mahmud Paşa'nın, Rum Mehmed Paşa'nın ve Murad Paşa'nın İstanbul'da inşa ettirdikleri ve kendi isimlerini taşıyan camiler, T planlı cami olarak yapılmıştır. Böylece, ahîlik gibi kurumlarla sosyal hayat desteklenerek, şehre yeni gelen yerleşimcileri himaye edebilecek merkezler oluşturulmuştur. Fatih'in imar ve iskân politikasına uygun tarzda inşa edilen devrin paşalarına ait bu camiler, merkeziyetçi yapıya da uyum sağlamıştır.[15]

4.SONUÇ

Eski Saray ve Topkapı Sarayı, Rumelihisarı, yenilenen Bizans surları ve Fatih tarafından yaptırılan Yedikule, Deniz seferleri için Tersane-i Âmire, Kara seferleri için Has Ahırlar, yeniçerilere kışla olarak hazırlanan Eski Odalar ve Tophane, Simkeşhane (Darphane), Çarşı bölgesi, Saraçlar Çarşısı, Gümrük binaları, Un ve Yağ kapanları, Hamamlar, Ayasofya'nın cami haline getirilmesi, medrese, darüşşifa, kervansaray ve tabhanesi ile birlikte Yeni Cami (Fatih), Eyüp Camii ve imareti, Padişahın isteğiyle Mahmud Paşa'nın, Rum Mehmed Paşa ve

[14] (Erkal, Namık, 2015)
[15] (Emre Can Yılmaz, 2015)

Has Murad Paşa yaptırdığı imaretler, sayısız çeşmeler, su yolları gibi günümüze bilgisi ya da eseri gelebilmiş sayısız eser, Osmanlı medeniyetine mimari alanda Fatih döneminin katkıları olarak sunulabilecek bir kesittir. Fatih devri, yüzyıllar boyunca devam edecek İstanbul kent mimarisinin ana unsurlarının belirlendiği bir dönem olmuştur. Fatih, şehrin yanlara doğru genişleyerek değil, belli merkezler etrafında daireler oluşturarak büyümesini amaçlamıştır. Sadece minare eklenip, içindeki resimlerin üstü örtülerek, mimari yapısına dokunulmadan camiye çevrilen Ayasofya camisi etrafı, yeni kurulan Müslüman mahallelerinden biri olmuştur. Daha sonra ise Fatih, yaptırdığı Yeni camiyi(Fatih) külliye şeklinde dizayn ettirerek, halkın her ihtiyacının karşılanabileceği, camisi, imareti, kütüphanesi, medresesi ve çarşısı olan küçük bir kent şeması oluşturmuştur. Caminin etrafına yaptırılan üç yüzden fazla dükkanla da yapılan bu sosyal yapıların kendi kendini idare etmesi sağlanmıştır. Eyüp camii ve çevresi de Müslüman mahallesi olarak farklı noktalarda kendine yeten merkezler konumunda İstanbul'un iskânında rol oynamıştır. Bir yanda Batı seferlerinden getirilen Hristiyan ve Yahudi ailelerin kurdukları kendi kültürlerine ait evler ve mahalleler, bir yanda Müslümanların oluşturduğu Türk-İslam medeniyetine ait yerleşim düzenleri ve yapı şekilleri, İstanbul'un Bizans'tan kalan yapıları ile birleşerek Fatih'in istediği şekilde İstanbul'u bir metropol haline getirmiştir. İki kıtaya ve iki denize hâkim bir noktada sarayını, İstanbul'un yedi tepesinden birine camisini inşa ettiren Fatih Sultan Mehmet'in, Topkapı sarayının bab-ı hümayun kapısına yazdırdığı şu sözlerden şehrin her noktasını, günü kurtarmak için değil, Osmanlı İmparatorluğunun başkentini oluşturmak için imar ettiğini anlayabiliriz;

"Allah'ın yardımı ve izniyle bu saray, her iki kıtanın Sultanı, Denizler İmparatoru: hem dünyada hem öbür dünyada Allah'ın gölgesi; her iki ufuk da Allah'ın sevgili kulu; karaların ve denizlerin mutlak hâkimi, Kostantinniyye'nin fatihi, Fatihlerin babası Murad Han'ın oğlu Mehmed Han'ın imparatorluğu, Allah daim kılsın; 883 yılının şu mübarek Ramazan Ayında gök kubbedeki parlak yıldızlara kadar yücelsin."[16]

Fatih'in fetih sonrası Ayasofya'nın ve Bizans'ın kadim eserlerinin yıkılması karşısında üzüntü göstermesi, onun İmparatorluk şehri olan İstanbul'un sürekliliğini düşündüğü içindir. Ayakta kalan eserlerin, başta Ayasofya'nın tamiri sağlanmış ve hemen şehrin imarı başlatılmıştır. Bu süreçte Türk, Rum, Acem olmasına bakmaksızın tüm mimar ve ustalarla birlikte çalışması, Yeni sarayın(Topkapı) inşasında farklı mimari tarzları kullanması onun cihan devletinin başkentini hazırladığının göstergesidir. Çok kısa bir sürede külliyeler, saraylar, imarethaneler, medreseler, çarşı ve pazarlar ile kenti mamur hale getirerek nüfusun artmasını ve halkın refaha kavuşmasını sağlayan Fatih, İstanbul'u yaşayan bir Türk şehri haline getirmiştir. Osmanlı devletinin özellikle ahiler ve vakıflar aracılığı ile gerçekleştirdikleri yeni imar edilen şehirleri şenlendirme anlayışını Fatih Sultan Mehmet de hayata geçirmiştir. Gerek yanında bulunan devlet adamları gerek devrin ileri gelenleri, yaptırdıkları külliyelerde kurulan vakıflar ve ahilik teşkilatı vasıtasıyla kuruldukları semtin civarını topluma faydalı şekilde imar ederek şenlendirme vazifesini üstlenmişlerdir.

[16] (Samet Şahin, 2018)

KAYNAKÇA

Aydın, S., Medeniyetin Mekan Ve Şehir İle İlişkisi. *Mekteb-i Üsküdar*, s. 6-9, 2019

Cansever, T., *İslam'da Şehir ve Mimari,* Timaş, İstanbul, 2016

Ebu'l-Feth Sultan Mehmed Han Vakfiyesi, Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü.

Emre Can Yılmaz, Fetih Ve Sonrasında İstanbul'da Barınma Kültürü. M. Aydın içinde, *Antik Çağ'dan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi* (s. 152-172). İstanbul: İsam, 2015

Erdemir, E., *Nureddin Topçu'da Medeniyet Tasavvurunu Oluşturan Etik, Estetik, Dini Değerler*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri, Ankara, 2019

Erkal, N., İstanbul'da Erken Dönem Osmanlı Mimarisi. M. Aydın içinde, *Antik Çağdan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi* (s. 80-140). İstanbul: İSAM, 2015

Feridun, E., İstanbul'un Fethi. *TDV İslam Ansiklopedisi*, s. 212-220, 2001

Ferrari, Nicole Kançal. Topkapı Sarayı. M. Aydın içinde, *Antik Çağ'dan XXI. yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi* (s. 140-151). İstanbul: İsam, 2015

İnalcık, H., Fatih Sultan Mehmed Tarafından İstanbul'un Yeniden İnşası. *TDV İslam Ansiklopedisi*, s. 215-226, 1998

Kritovulos, *İstanbul'un Fethi,* Tarihi Osmani Mecmuası İlavesi, İstanbul, 1912.

Kutluer, İ., Medeniyet. *Tdv İslam Ansiklopedisi*, s. 298-301, 2003.

Örnek, Z., *Gelenekten Değişime: Geç Dönem Osmanlı İstanbulun'da Okullu Mimarlar,* Yüksek Lisans Tezi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İstanbul, 2013.

Özbek, Y., İdeolojinin İnşası: 15. ve 16. Yüzyıl Osmanlı Selatin Camileri. *Belleten Türk Tarih Kurumu Dergisi*, s. 535-565, 2008.

Samet Ş., *İmparatorluklar Başkenti: Fetih'ten Sonra İstanbul'un İmarı, Mart 2018.* Tarih-i Kadim: https://www.tarihikadim.com/imparatorluklar-baskenti-fetihten-sonra-istanbulun-imari/ adresinden alındı

Yunus U., *T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı.* Osmanlıda Şehircilik Anlayışı: https://csb.gov.tr/osmanli-da-sehircilik-anlayisi-makale adresinden alındı

MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN OKUL TERKLERİNİN NEDENLERİ VE SONUÇLARI

Prof. Dr. Yılmaz TONBUL
Ege Üniversitesi, - 0000-0003-3674-619X
İpek ÇAM,
Ege Üniversitesi , 0009-0002-4334-6215

ÖZET

*Problem Durumu***:** Bu çalışmada amaç; Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde en fazla devamsızlık ve terkin göründüğü sınıf kademesi olan 9. Sınıf öğrencileri başta olmak üzere, tüm sınıf kademelerinde okul terki nedenlerinin veli okul ve öğrenciden kaynaklı nedenlerini ortaya koymak, terkin sosyal ve ekonomik sonuçlarını incelemek ve okul, öğrenci, veli ve sektör temsilcilerinin görüşleri ile mesleki ve teknik Anadolu liselerinde okul terkini önlemeye yönelik yöntemler önermektir. Ayrıca mesleki eğitimden uzak kalan bireylerin yöneleceği sektör, sosyal ve ekonomik durumu ortaya koymak, işsizlik ve suç oranının azaltılması için bireyleri mesleki eğitim yolu ile topluma kazandırmanın rolünü vurgulamaktır.

*Yöntem***:** Araştırma nitel araştırma modellerinden durum deseninde yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma grubu amaçlı örnekleme tekniklerinden ölçüte dayalı örnekleme tekniği ile belirlenmiştir. İzmir ili merkez ilçeleri içerisinde farklı ilçelerden seçilen 5 Mesleki Teknik Anadolu Lisesinin okul yöneticileri, öğretmenleri, okul terki yaşamış öğrencileri, terk etme potansiyeli yüksek öğrenciler, terk eden öğrencilerin velileri ve işverenler araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile toplanmıştır. Yanıtlar içerik analizine tabi tutulmuştur.

*Bulgular***:** Meslek Lisesi terkinin nedenleri olarak ailevi nedenler, eğitim sisteminden kaynaklı nedenler ve bireysel nedenler bulunmuştur. En sık tekrar eden kodlar maddi imkansızlık fazla ders yükü ve yanlış tercih olmuştur. Terkin olumlu ve olumsuz etkileri saptanmıştır. Olumsuz etkiler olarak belge alamamadan dolayı belge gerektiren işlerden ve haklardan mahrum olma, işsizlik, eğitimin yarıda kalmasından dolayı gelen olumsuzluklar öne çıkmıştır. Olumlu etkiler açısından ekonomik iyileşme, hayata bakış açısında değişim temaları saptanmıştır.

Anahtar kelimeler:Okul terki, devamzsızlık, mesleki eğitim, meslek liseleri

ABSTRACT

Problem Statement: The aim of this study is; To reveal the reasons for school dropout originating from the parent, school and student at all grade levels, especially the 9th grade students, which is the grade level where the most absenteeism and dropout occur in Vocational and Technical Anatolian High Schools, to examine the social and economic consequences of dropout and to examine the school, student, parent and To propose methods to prevent school dropout in vocational and technical Anatolian high schools, with the opinions of sector representatives. In addition, it aims to reveal the sector, social and economic situation that individuals who are away from vocational education will focus on, and to emphasize the role of reintegrating individuals into society through vocational education in order to reduce unemployment and crime rates.

Method: The research was conducted in the case pattern, one of the qualitative research models. The study group of the research was determined by criterion-based sampling technique, one of the purposeful sampling techniques. School administrators, teachers, students who have dropped out of school, students with high dropout potential, parents of students who dropped out, and employers of 5 Vocational Technical Anatolian High Schools selected from different districts within the central districts of Izmir province constitute the study group of the research. Data were collected through a semi-structured interview form developed by the researchers. The responses were subjected to content analysis.

Findings: Family reasons, reasons related to the education system and individual reasons were found as the reasons for dropping out of Vocational High School. The most frequently recurring codes were financial impossibility, excessive course load and wrong choice. Positive and negative effects of abandonment have been determined. Negative effects such as being deprived of jobs and rights that require documentation due to not being able to obtain a document, unemployment, and interruption of education have come to the fore as negative effects. In terms of positive effects, themes of economic recovery and change in perspective on life were identified.

Key words: School dropout, absenteeism, vocational education, vocational high schools

1. GİRİŞ

Okul terkinin günümüzde hala yaygın yaşanan ve toplumları etkileyen bir sorun olduğu görülmektedir. Sorunun henüz istenen düzeyde çözülemediği, diploma alamadan ayılan öğrencilerin kendilerine ve topluma zarar verdikleri ve bunun hiçbir kesim tarafından istenmediği konusunda araştırmacılar (Taş, Selvitopu, Bora ve Demirkaya,2013; Ballı ve Kartal, 2020) arasında görüş birliği bulunmaktadır. Okul terkinin nedenleri ve tanımına yönelik farklı yaklaşımlar olduğu gözlenmektedir. Okul terkinin tanımı ülkelere göre de farklılık gösterebilmektedir. Avustralya'da ortaöğretimin son basamağı olan 12. sınıftan önce okulu terk etmek veya 12. sınıfa başlayıp herhangi bir diploma almadan okulu bırakmak olarak tanımlanırken, Kanada'da liseyi başarıyla bitirememek ve herhangi bir eğitime katılmamak; İspanya'da genel ya da mesleki liseye girmek fakat tamamlamamak; İsviçre'de 18-24 yaşları arasında olup zorunlu eğitim sonrası eğitimi başarıyla tamamlayamamak ve başka tip bir eğitime katılmamak ve ABD'de bir lise ve dengi okul diplomasına sahip olmamak olarak tanımlanmıştır(Yorğun,2014). Taylı (2008) ise eğitim sistemi içerisindeki herhangi bir öğrencinin, eğitimine devam etmeme kararı alması ya da eğitimine devam etmenin gereğini yerine getiremeyerek süreçten ayrılmak zorunda kalması eğitsel açıdan istenmeyen durum olduğunu belirtmiştir. Türkiye'de Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) e-okul sistemi; "ortaöğretimde ikinci kez sınıf tekrarına kalan, öğrenimine açık liseye kayıtlı olarak devam eden, öğrenim hakkını kullanmayan (iki eğitim-öğretim yılı ile sınırlı), kendi isteği ile öğrenim dışına çıkan, yurt dışına çıkan ve vefat eden" tüm öğrencileri okul terki tanımlaması içine almaktadır (MEB,2018).Tüm bu tanımlar doğrultusunda okul terki, kişinin kendi elinde olmayan sebeplerden dolayı ya da okul eğitim hayatı aidiyet duygusunu yaşayamama durumundan dolayı akranları ile birlikte örgün eğitim içerisinde bulunmamayı tercih etmesi ya da disiplin, çoklu sınıf tekrarı, olumsuz alışkanlıklar gibi nedenlerden ötürü okuldan uzaklaştırılması şeklinde tanımlanabilir.

Alanyazın incelendiğinde meslek liselerinden terin nedenlerinin çeşitlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Günbayı ve Tokel (2014)'in bulgularına göre tek nedenleri arasında meslek liselerinde işlenen meslek derslerinin ve atölye çalışmalarının verimliliği; materyal eksikliği, atölyelerin yetersizliği, uygulama imkânının az olması, derslerde kuram ve uygulama

dengesizliği, sınıf ve atölye mevcutları, öğrencilerin yanlış tercihleri, programların güncel olmaması, müfredat yükü, öğretmenlerin becerilerini güncelleyememesi, öğretmenlerin maddi açıdan tatmin edilmemesi, hizmet içi kursların yetersizliği sayılabilir. Özer ve Perc'e (2020) göre mesleki eğitim öğrencilerinin profilinin de okul terkini etkilediği görülmektedir. Bu okullar akademik açıdan daha az başarılı öğrencilerce tercih edilmekte ve öğrencilerin sosyo ekonomik düzeylerinin zayıf, eğitim seviyeleri düşük ailelerin çocukları oldukları görülmektedir. Yukarıdakiler ışığında okul terki öğrencinin gelişimi ve uyumunu tehdit eden, bireysel ekonomik ve kültürel zararlar doğuracak önemli bir sorun olduğu söylenebilir. Çünkü okul terki farklı sorunlara yol açabilmektedir.

Anderse vd.(2018) örgün eğitimde meslek lisesi terkini eğitim eksikliği ve sağlık eşitsizliğinin önemli bir sosyal belirleyicisi sorunu olarak ifade etmektedir. Okul terkinin daha çok mesleki eğitimde yaygın olması, geleceğin iş gücü niteliğini önemli ölçüde etkileyebilir. Bu sorunu önlemeye yönelik çalışmalara bakıldığında öğrencilerin temel gereksinimlerinin ne olduğu ve okulların bunları gidermede sorumluluklarının bulunduğu görüşü alanyazında sıklıkla dile getirilmiştir. Knesting (2008), okulların ayrılma potansiyeli taşıyan öğrencileri dinlemenin, atılma aşamasına gelmiş öğrencileri tespit ederek onlara ihtiyaç duydukları alanlarda destek hizmeti sunmalarının terki azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Özer ve Perc'e (2020) göre mesleki eğitim öğrencilerinin tercihlerindeki farkındalık da okul terkini etkileyen genel konulardan biridir. Meslek sahibi olmanın, mesleğinde gelişerek kariyer yapmanın ve böylece toplumsal açıdan iyi bir statüye gelme olasılığı, bu olasılığa dönük toplumsal ve bireysel kabullerin de meslek lisesi algısını oluşturmada etkili olduğu düşünülmektedir. Meslek liselerinin öğrenciler için gidilecek son çare eğitim kurumu olmaktan çıkarılıp, gerçekten mesleki eğitim almak, meslek edinmek isteyen nitelikli öğrencilerin gideceği kurumlar haline gelmesinin terk sorununun çözümünde kelebek etkisi yapacağı düşünülmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı'nın bu konuda girişimleri olduğu gözlenmektedir. Bu bağlamda Aralık 2021 'de köklü bir karar alarak tüm mesleki ve teknik Anadolu liselerinin bünyesinde mesleki eğitim merkezi açılmıştır. Okul terki yaşayan tüm öğrencilere ulaşarak hak kaybetmemeleri için bu kurumlara kayıtlara teşvik edilmişlerdir. Bu kapsamda mesleki ve teknik Anadolu liselerini terk eden öğrencilerin, yine aynı kurum bünyesinde açılan "Mesleki Eğitim Merkezi" ne yönlenmesi öğrenciyi sistem içerisinde tutmaya çalıştığı anlaşılmaktadır.

Alan yazın tarandığında okul terki konusunda Türkiye'de ve Dünya'da çok katılımlı çalışma grubu bulunan araştırmalar ve literatür taraması ile sonuca ulaşan araştırmalar görülmüştür. Alan yazında okul terkini incelen birçok çalışmadan terkin en fazla ilk yıllarda olduğu görülmüştür. Türkiye 'de 2004-2005 eğitim öğretim yılından bu yana yapılan araştırmalarda, okul terklerinin en çok 9. Sınıfta ve en çok Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde yaşandığı görülmüştür (Taylı,2008). Bu çalışmalarda örneklemin sınırlı olduğu, nedenlerinin ve sonuçlarının birlikte ele alınmadığı görülmektedir. Bizim çalışmamızın farkı Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde okul terkinin nedenlerini ve sonuçlarını ortaya koyarak, uygulayıcılara ve araştırmacılara öneriler geliştirmektir. Araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde okul terkinini nedenlerine ilişkin, katılımcı görüşleri temalarına göre nasıl bir dağılım göstermektedir?

2. Okul terkinin bireysel, toplumsal ve ekonomik etkisine yönelik veriler katılımcı görüşlerine ve TÜİK verilerine göre nasıl bir dağılım göstermektedir?

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma durum deseni niteliğinde olmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme formları ile nitel araştırma gerçekleştirilmiştir. Durum çalışması, yaşanan güncel olay ya da olaylar, olgu ya da bir durum hakkında birey veya bir grubun görüşlerinin ayrıntılı olarak incelenmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).Çalışmanın seçilen desene uygunluğu için TÜİK verileri, yarı

yapılandırılmış görüşme formları ile katılımcı görüşleri toplanmıştır. Bundan dolayı durum deseni tercih edilmiştir. Ayrıca E-Okul, MAOL ve TUİK verileri de incelenmesi gerektiğinden doküman incelemeye de başvurulmuştur.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu bir amaçlı örnekleme tekniği olan ölçüte dayalı örnekleme tekniği ile belirlenmiştir. Ölçütler, alan çeşitliği, tematik olması, farklı ilçelerden olmasıdır. Çalışma grubunu İzmir ili merkez ilçeleri içerisinde farklı ilçelerden seçilen 5 Mesleki Teknik Anadolu Lisesinin (Mimar Sinan MTAL, Konak Ömer Zeybek MTAL, Karabağlar Nene Hatun MTAL, Çiğli 75. Yıl MTAL, Süleyman Demirel ÇPAL Bornova) . okul yöneticileri, öğretmenleri, okul terki yaşamış öğrencileri, terk etme potansiyeli yüksek öğrenciler, terk eden öğrencilerin velileri ve sektör temsilcileri oluşturmaktadır. Çalışma grubu Çizelge 1 de ayrıntılı tanımlanmıştır.

Çizelge 1. Çalışma Grubu

KATILIMCI NİTELİĞİ	SAYI	OKUL
ÖĞRENCİLER		
Okulu Terk eden Öğrenciler	20	MİMAR SİNAN MTAL
	20	Karabağlar Nene Hatun MTAL
	20	Çiğli 75. Yıl MTAL
	20	Süleyman DEMİREL ÇPAL
	20	Konak Ömer Zeybek MTAL
Terk etme İhtimalli Öğrenciler	20	MİMAR SİNAN MTAL
	20	Karabağlar Nene Hatun MTAL
	20	Çiğli 75. Yıl MTAL
	20	Süleyman DEMİREL ÇPAL
	20	Konak Ömer Zeybek MTAL
VELİLER		
Okul Terki Yaşayanların	20	MİMAR SİNAN MTAL
	20	Karabağlar Nene Hatun MTAL
	20	Çiğli 75. Yıl MTAL
	20	Süleyman DEMİREL ÇPAL
	20	Konak Ömer Zeybek MTAL
Okul Terk etme ihtimalli olanların	20	MİMAR SİNAN MTAL
	20	Karabağlar Nene Hatun MTAL
	20	Çiğli 75. Yıl MTAL
	20	Süleyman DEMİREL ÇPAL
	20	Konak Ömer Zeybek MTAL
ÖĞRETMENLER		
Rehberlik Öğretmenleri	5	Her okuldan birer kişi
Sınıf Rehber Öğretmenleri	25	Her okuldan beşer kişi
Alan Şefleri	Katılımcı okulların tüm alan şefleri	
Okul Yöneticileri	Katılımcı okulların tüm idarecileri	
Sektör Temsilcileri	5	Her okulun en fazla öğrenci gönderdiği işletme yetkilileri

2.3. Veri Toplama Araçları

Çizelge 2. Veri Toplama Araçları

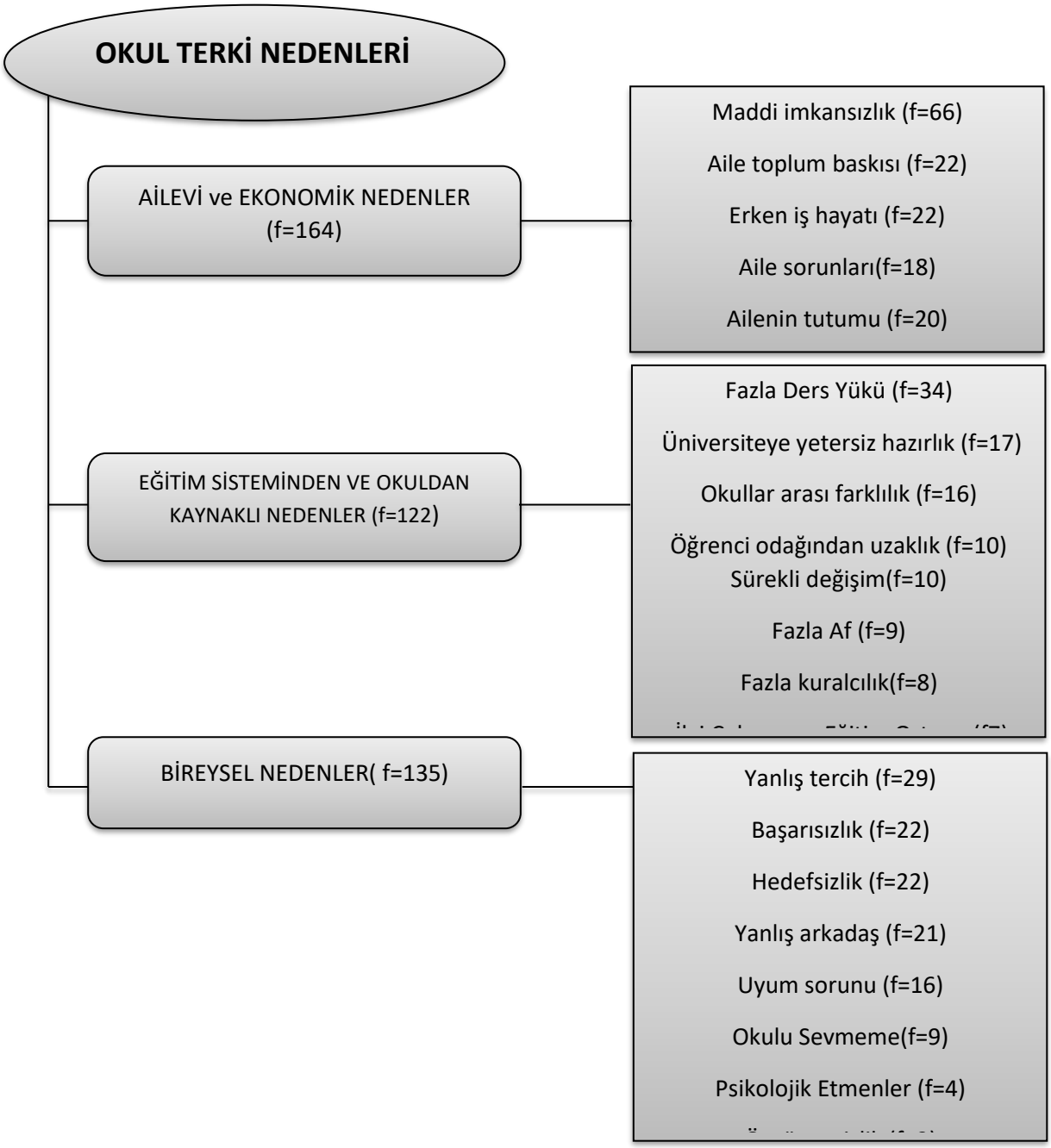
Alt Problem	Veri toplama aracı
Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinden Okulu eden öğrenciler nereye yönelmektedirler?	Veriler Eokul.meb.gov.tr ve maol.meb.gov.tr den alınmıştır (son 3 yıl)
Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde okul terkinini nedenlerine ilişkin, katılımcı görüşleri nasıl bir dağılım göstermektedir?	Anketler

Örgün öğretimde okul terki yaşayan öğrencilere, terk etme potansiyeli yüksek öğrencilere, velilere, öğretmenlere, okul yöneticilerine ve sektör temsilcilerine göre Okul Terkinin nedenleri nelerdir? Alt problemine yanıt aramak için okul terki yaşayan öğrencilere ekte belirtilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ve sonda soruları sorulmuştur.

Bazı veriler kurumlardan (TÜİK, İŞKUR) ve okulların sistemlerinden (e-okul ve MAOL) ile yarı yapılandırılmış görüşme formları ile toplanmıştır. Katılımcıların verdikleri görüşler araştırmacı tarafından metne döküldükten sonra metinler katılımcılarla tekrar paylaşılmış, verilen bilgi ve ifadeler teyit ettirilmiştir. Bu aşama sayesinde iç *geçerlilik* sağlanmış, araştırmanın inandırıcılığı arttırılmıştır. Araştırmacı, metinler üzerinden kodlar, temalar, alt temalar çıkarmıştır. Verilerden çıkarmış olduğu tema, alt tema ve kodları teyit ettirmek amacıyla alanında uzman görüşüne sunmuştur. Yapılan bu aşama araştırmanın dış geçerliliğini sağlamış, araştırmanın inandırıcılığını arttırmıştır. Elde edilen tüm veriler başka araştırmacıların da analiz yapmasına ve doğrulamasına karşın saklı tutulmuştur. Katılımcıların farklı okullardan olmasına özen gösterilerek çalışmanın çeşitliliği arttırılmış, bu bağlamda araştırmanın *güvenirliği* sağlanmıştır. Geliştirilen Yarı yapılandırılmış görüşme formları uzman görüşü alınarak son haline getirilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmanın bulguları alt problemlere göre sırasıyla aşağıda halinde verilmiştir.



Görsel 1. Okul Terki Nedenleri

Çalışma grubundaki tüm katılımcıların ifadelerine bakıldığında ailevi nedenler (f=166), eğitim sisteminden kaynaklı nedenler (f=122), Bireysel nedenler (f=137) görülmektedir. Ayrıca ailevi nedenlerde en çok ortaya çıkan kod maddi imkansızlık (f=66) Bireysel nedenlerde yanlış tercih (f=26), Eğitim Sisteminden kaynaklı nedenlerde, fazla ders yükü (f=34) olmuştur. Ancak bireysel nedenlerde ortaya çıkan kodlar başarısızlık (f=22), yanlış arkadaş (f=21) azımsanmayacak kadar frekans ile tekrar ederek yanlış tercihin etkisi kadar etkili olabileceklerini göstermişlerdir.

Ailevi nedenler teması içerisinde maddi imkansızlık koduna yönetici, öğretmen, veliler, okuyan ve terk eden öğrenciler, sektör temsilcileri, çocukların çalışmak zorunda olmalarına şu sözlerle açıklık getirmişlerdir.

"Maddi problemler, çalışmak zorunda kalmaları, iş bulmak para kazanmak istemeleri okuldan uzaklaşmalarını sağlıyor." Yönetici-21

"Maddi imkansızlıklar yüzünden hafta içi çalışma zorunluluğu, bundan dolayı da sürekli devamsızlık " Öğretmen-11

"Kızım ekonomik sorunlardan dolayı okulu bıraktı çalışmaya başladı. Hal bu ki firmalar, okullar gidip burs imkanları sağlasa benim kızım gibi gençleri fark etse idi bırakmazdı. Meslek lisesi mezununu işe alacaksa, okurken burs versin, mezun olunca işe alsınlar. Ama bunu yapmıyorlar…" Veli-15

"Sosyolojik ekonomik nedenler öğrencileri çalışmaya itiyor, parayı görünce de okuldan soğuyorlar. Hep öyle para kazacaklarını sandıklarından, o kadar fakirliğin içinde çalışmayı seçiyorlar okumak yerine." OkuyanÖğrenci-2

"Maddi durumdan dolayı çalışmak zorundaydım. Hem okul hem iş de bir arada olmazdı paramız olmadığından çalışmayı maddi imkansızlıktan dolayı aileme katkı sağlamayı seçtim." Terk etmiş öğrenci-11

"Olumsuz ekonomik koşullar sebebiyle öğrencinin çalışmak zorunda kalması" Sektör temsilcisi-5

Tüm katılımcılar açısından yine ailevi nedenler incelendiğinde ikinci sıradaki kod olan erken iş hayatı kodunu destekler şekilde okuyan öğrenciler ve sektör temsilcileri fikirlerini şöyle belirtmişlerdir;

"kendilerinden büyükleri örnek alıp çalışma hayatına atılma" okuyanöğrenci-85

"Okuldan sıkılmaları çabuk is hayatına atılmaları, para kazanmaya başlayınca okulu gereksiz vakit kaybı olarak görmeleri" Sektör Temsilcisi-5

Tüm bu görüşler değerlendirildiğinde; bireylerin maddi imkansızlıklardan dolayı okula devam etmesi kendisine ve ailesine yük getirdiği bu sebeple okulu terk edip çalışmaya başladığı göz önüne alındığında maddi imkansızlık ve erken iş hayatı kodu birbirinin nedeni ve sonucu ilişkisi içinde olduğu söylenebilir.

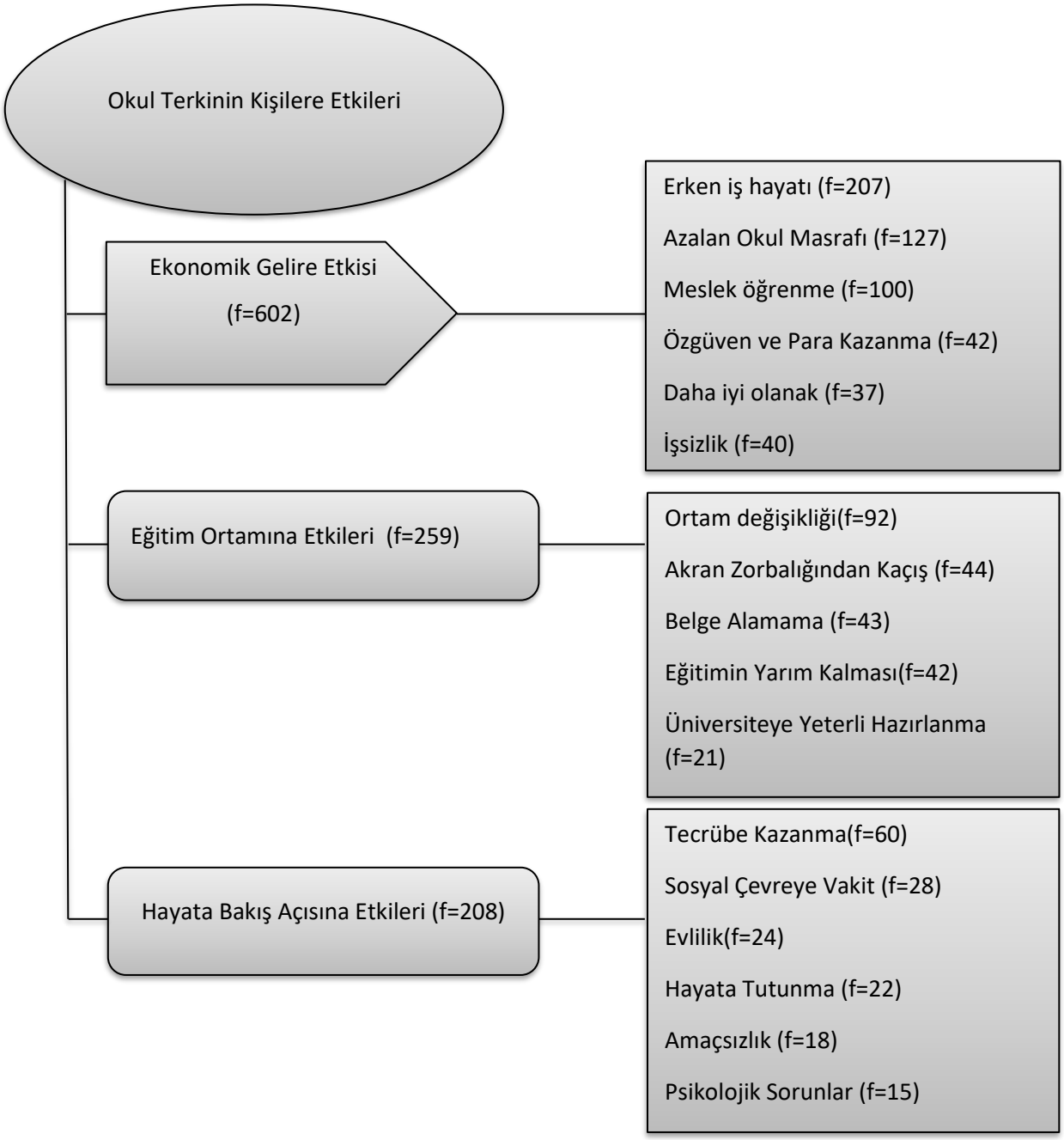
Eğitim Sisteminden Kaynaklı Nedenler Temasında Fazla Ders Yükü kodu ile ilgili olarak çalışma grubundan yöneticiler, öğretmenler ve veliler görüşlerini aşağıdaki ifadeleri ile belirtmişlerdir.

"Eğitim sistemimizde sürekli değişiklikler olması, ders çeşidi ve saatlerinin fazla olması öğrencileri bıktırmakta, bu da okuldan uzaklaşmalarına neden olmaktadır. Eğitim sistemi ile ilgili daha doğru kararlar alınması çözümlerin geçici olmaması, yapılacak değişikliklerin okul hayatını ve sonrasını önemli derecede etkileyeceğini bilmeleri, öğrenci, öğretmen veli görüşlerinin alınmasının sağlanması, ülkenin her yerinde fırsat eşitliğinin sağlanması gerekli " Yönetici-14

"Çocuğun kafası matematiğe çalışmıyor diye buraya verdik, e burada da matematik, fizik vs. bıktı, bıraktı." Veli-55

"Mesleki ve teknik Anadolu liseleri ile ilgili bu işi iyi yapan ülkelerden örnekler alınmalı, bir kere kesinlikle gereksiz kültür dersi olmamalı, sabah 8.00, akşam 17.00 ders olmayacak şekilde haftalık ders yükleri güncellenmeli. Ancak yapılması gerekenler yapılmıyor yine. Öğrenciler hep bunlar eksik olduğundan bırakıyor." Öğretmen-28

Aşağıda okul terkinin kişilere etkileri ile ilişki bulgulara yer verilmiştir.



Görsel 2. Okul terkinin kişiye etkileri

Meslek lisesini terk etmenin, kişilere etkileri tüm katılımcılar açısından incelendiğinde 3 tema tespit edilmiştir. Bunlardan ilk sırada Ekonomik Gelire etkisi (f= 602) erken iş hayatı en çok dikkat çeken kod olmuştur. Ardından Eğitim Ortamına Etkisi (f=259) yer almaktadır, bu temada en çok tekrar eden kod Ortam Değişikliği (f=92) olmuştur. Diğer tema Hayata Bakış Açısına Etkileri (f=208) üçüncü sıradadır. Burada Tecrübe kazanma (f=60) kodu ilk sırada yer alırken, Akran Zorbalığından Kaçış (f=44) ikinci sırada önem arz etmektedir.

Meslek Lisesini Terk etmenin bireylere ekonomik etkilerine baktığımızda Erken İş Hayatı bir etki olarak ilk sırada yer almaktadır. Erken İş hayatı ile ilgili yöneticiler, öğretmenler, veliler, sektör temsilciler, okuyan ve terk etmiş öğrencilerin görüşlerine bakıldığında aşağıdaki ifadeler, erken iş hayatının etkilerini vurgulamıştır.

"Öğrenim hayatını kısa tutup ekonomik açıdan başaralı olan birçok birey var. Bireye uygulanacak rehberlik ve yönlendirme çalışmalarıyla öğrenime yatay olarak devam etmesi ve kısa sürede hayata atılması sağlanabilir." Yönetici-21

"Öğrenci okula gitmediği zamanı, kısa süreli, düşük maaşlı hatta sigortasız çalışmaya başladığında kolay para kazanma duygusuna girip cep harçlıklarından fazla para elde ettiğini düşünüp mutlu olacaktır." Öğretmen-10

"Eğer bir çırak olarak bir yere girip çalışırsa okula giderken ki gibi her gün ailesinden para istemek zorunda kalmaz."Okuyanöğrenci-13

"Kendi ihtiyaçlarını kendisi almaya başladı, gereksiz harcamalar yapmaz oldu çünkü paranın kolay kazanılmadığını kendi de anladı." Veli-2

"Liseye devam edenlere nazaran bir gelir kaynağı olduğu için hedefi veya hedefleri için para biriktirip hayalini gerçekleştirmesi daha kolay oluyor." Terk etmiş öğrenci-51

" İş hayatına çabuk atılıp, erken para kazanmaya başlıyorlar, para kazanmak için okuyoruz zaten, meslek kurslarla da öğrenilir, ben belgemi alıp paramı kazanmaya bakarım diyen çok gördüm." Sektör temsilcisi-4

Azalan Okul masrafı kodu da Erken iş hayatı kadar önemli görülecek frekansa sahiptir. Bu kapsamda katılımcılar öğretmenler, veliler, sektör temsilcileri, okuyan ve terk etmiş öğrenciler görüşlerini aşağıdaki ifadeleri ile belirtmişlerdir.

"Okul ortamındaki masrafı cebinde kalır. Çünkü okula devam eden bir öğrencinin günlük yol parası, kantinden yemek parası, atölyede kullanacağı kişisel malzemenin temini masrafları, en basitinden defter kalem, okul kıyafeti masrafları bir anda yok oluyor. Bir de kişi çalışmaya başlarsa artıya bile geçiyor."Öğretmen-16

"Okul masrafları azaldı, hem kendi istediklerini alabiliyordu hem de eve katkısı oluyordu . Hepimiz durumdan memnunuz, ancak kurs gibi bir şeye gidip belge alsa iyi olur, onu da kendi karşılar, yine bize masrafı olmaz." Veli-16

"Alan derslerimizde gördüğümüz uygulamalı dersler olduğu için malzeme parası oluyor Terk edersek bu açıdan olumlu olur."Okuyanöğrenci-42

"Tüm okul masraflarından kurtuldum. Yol parası işe giderken de var ama defter parası kantinden yemek parası vs. yok, işverenim yemeğimi ödüyor. Çıraklıkta Ustalık Telafi gibi bir şey varmış 6 ay ona gideceğim. Yine belgemi alacağım. Az masraf ile hem de." (Terk etmiş öğrenci-24)

"Bazı mesleklerde kullanılan araç ve gereçlerin pahalı olması, bu masrafların okul terki ile sona ermesi okulu terk etmiş bireylere avantaj gibi görünebilir, ama nereye kadar işte onu bilmiyorum."Sektör temsilcisi-2

Katılımcılardan gelen görüşlere bakıldığında kişilerin erken para kazanmaya başlaması, ailesinden bağımsız özgüvenli bireyler olmasını sağlayacağı gibi, ekonomik olarak da gelişimi sağlayacak önlemler aldırabilecektir. Azalan okul masraflarının birikim yapılması, kazanılan paranın aile desteğine aktarılması kişileri ve ailelerini ekonomik olarak rahatlatacak durumlar olarak gözükebilmektedir. Ancak bunun geçici bir rahatlama olduğunu özellikle sektör temsilcileri vurgulamaktadır.

Erken İş Hayatı ile ilgili ayrıca katılımcı görüşleri incelendiğinde, katılımcılardan bir yöneticiler, öğretmenler, okuyan ve terk eden öğrenciler erken iş hayatına atılmanın etkilerini şu sözlerle desteklemişlerdir;

"Kendi iradesi dışında etkenlerden okulu terk etmek zorunda kaldıysa hayata tutunması okuduğu mesleğe sarılmasını perçinleyebilir." Yönetici-4

"İş hayatına erken atılmak" Öğretmen-40

"Üniversite okuyan da iş bulamadığı için direk işe girip kariyer yapıp yükseliyorlar." Okuyanöğrenci-32

"Erken yaşta hayatla mücadele veriyorsun çalışmak var ise için de bir sekil de göğüs gerebiliyorsun ama yok ise işte o zaman hayat daha zor." Terk etmiş öğrenci-25

Ortam değişikliği kodu ile ilgili olarak yönetici görüşlerine bakıldığında, katılımcı yöneticiler, öğretmenler ve okuyan öğrenciler, ortam değişikliğinin bireyler üzerindeki etkilerini şu sözlerle vurgulamışlardır;

> "Anadolu liselerine geçtiklerinde kültür derslerini daha çok görmeleri sosyal gelişimlerine olumlu katkıda bulunmakta" Yönetici-17
>
> "Çok olumlu etkileri olduğunu düşünmüyorum. Ama Meslek Lisesi Dışında eğitimine devam etmek isteyen öğrenciler üniversite sınavına daha iyi hazırlanmak gayesi ile nakil yapabiliyorlar. Böyle bir durumda öğrencinin alan eğitimi yerine üniversite sınavında sorumlu olduğu derslere daha fazla zaman ayırıldığından bu durumun olumlu bir etkisi olduğu düşünülebilir." Yönetici-19
>
> "Eğitim gördüğü alanda çalışmak istemeyen öğrenci için istekli olduğu konuda eğitim alıp bu yönde kendini geliştirerek topluma daha yararlı bir birey olabilir."Öğretmen-33
>
> "Kişinin okuduğu okula bağlı yada daha doğruyu söylemek gerekirse kötü arkadaş çevresinden uzaklaşması için iyi bir sebeptir."Okuyanöğrenci-60

Akran Zorbalığından Kaçış hakkında özelikle velilerden çok görüş gelmiş olup, veliler şu şekilde fikirlerini özetlemişlerdir;

> "Okul disiplinsizdi bence, oğlum şiddete maruz kalıyordu, temel liseye alarak hem sosyal çevresini değiştirdik hem de şiddetten kurtardık." Veli -29

4. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada Mesleki ve Teknik Anadolu liselerinin terk edilmesi ile ilgili; terk nedenleri, terkin bireysel etkileri, çalışma grubundaki, yöneticiler, öğretmenler, okul terk eden öğrenciler ve bunların velileri, okulu terk etme potansiyelindeki ve normal gelişim gösteren öğrenciler ile sektör temsilcilerinden alınan yarı yapılandırılmış açık uçlu görüşme sonuçları incelenmiştir.

Karacabey ve Boyacı (2018)'e göre Mesleki Açık Öğretim Liseleri (MAOL) okulu terk eden öğrenciler için ikinci bir şans olarak görünmektedir. Sözer'in (2017) bulgularına göre bu okullar hem zorunlu eğitim çağındaki gençlere hem de iki yıl üst üste sınıf tekrarı yapıp okullarını henüz tamamlamamış gençlere uzaktan eğitim vermektedir. Ayrıca bu okullarda zorunlu eğitimi tamamladıktan sonra (18 yaşından sonra), öğrencilere bir meslek öğrenme ve eğitimlerini tamamlama fırsatı verilir. Örgün eğitim kurumlarının binalarında hafta sonu yüz yüze dersleri veren ortaöğretim kurumlarıdır. Çalışma Grubu okullardan MAOL ve AOL 'e geçen öğrenci sayısının 1081 olduğu gözlemlendiğinde, oldukça sık tercih edilen bir alternatif olduğu söylenebilir.

Okul terkinin kişilere etkilerinden Bireysel çevre ve eğitim ortamına etkisi kapsamında en çok ortaya çıkan ortam değişikliğidir. İş hayatı ve hayata bakış açısına etkileri irdelendiğinde erken iş hayatı olumlu öğe olarak görülmüştür. Katılımcı görüşlerine göre bireylerin farklı Anadolu Lisesi, koleje geçmesi akademik başarıları artırmış, akademik ve kültürel açıdan daha geniş ufka sahip arkadaş çevresi sunmuştur. İş hayatına erken atılması mesleki tecrübe çevresinin içerisine erken katılmasını sağlamıştır. Bireysel hayata olumsuz etkileri incelendiğinde; en çok görülen olumsuzlukların belge alamamadan dolayı belge gerektiren işlerden ve haklardan mahrum olma, işsizlik, eğitimin yarıda kalmasından dolayı gelen olumsuzluklar olduğu görülmüştür. Ayrıca psikolojik baskı altında olup, çevreye zor adapte olan bireylerin varlığı da önem taşımaktadır. Okul terkinin kişilere ekonomik etkilerinden bakıldığında erken iş hayatı en önemli olumlu etki olarak tespit edilmiştir. Olumsuz etkileri arasında belge sahibi olamayan bireyin vasıfsız sayılması dolayısı ile işsiz kalacak olması veya düşük gelirli ve iş doyumu sağalmayan işlerde çalışma riski sayılabilir.

Kaos Kuramı ele alındığında, terkin bir sonuç olduğu, sorunun alt sistemler arası etkileşimin yetersizliğinden kaynaklandığı söylenebilir. Örneğin bu okulların tanıtılmasına önem verilmesi, bunun için ortaokullardaki rehberlik servislerinin yönlendirme işlevlerini daha etkili yerine getirmeleri, bu okullara kabul koşullarının gözden geçirilmesi, bu okulların

farkının, öğrencilerine sunduğu fırsatların ortaya konarak okulun benimsenmesini sağlamak bunlar arasında sayılabilir. Öte yandan derslerin işlenişi, öğretmenlerin branşlarına uygun yeni öğretim teknolojilerini etkin kullanmaları, alanlarındaki gelişmeleri izlemeleri ve öğrencileriyle bunları paylaşmaları önerilebilir. Başka bir söylemle bu okulların yöneticileri ve öğretmenleri başta olmak üzer, süreçte etkili tüm paydaş ve aktörlerin okuldaki süreçler kadar ortaya çıkan sorunları da gözden geçirmelerinin gerekli oluğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda sebep sonuç ilişkileri içerisinde okullara kabul koşullarının değiştirilmesi, nitelikli ve istekli öğrencilerin meslek liselerine gelmesinin sağlanması için yasa yapıcılar tarafından özendirici yasalar yapılması gerekebilir. Bayhan ve Dalgıç'ın (2012) bulgularına göre okul başarısızlığı, okulu sevmeme, devamsızlık, disiplin sorunları ve sağlık sorunları gibi etmenler okulu bırakma nedenleridir. Çalışma aynı zamanda arkadaşların, ailenin ve öğretmen yöneticilerinin devamsızlık ve okul terki üzerindeki etkisini de ortaya koymaktadır. Taş, Selvitopu, Bora ve Demirkaya'nın (2013) araştırma sonuçlarına göre de çocuğuna yeterli düzeyde maddi destek sağlayamayan ailelerin çocuklarında terk oranı daha yüksek bulunuştur. Terk nedenlerinin bir kısmı ekonomik gibi gözükse de okul ortamının, bu okullarda uygulanan eğitim programının da bu sonuçlar üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Diğer yandan öğretmenlerin de okul terk riski olan öğrencileri etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Derslerin işlenişi kadar meslek lisesinin müfredatı da burada önem taşımaktadır. Uygulama ağırlıklı ve beceri kazandırma hedefi olan bu okullardaki öğretimsel uygulamaların bölümün özelliğine göre farklılaşması, kültür derslerinin de bu okulların doğasını dikkate alarak yapılandırılması gerektiği anlaşılmaktadır. Okul terki yaşayan öğrencilerin çoğu, okula tekrar dönmeyi hiç istememişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu okuldaki rehberlik servisiyle iletişimi gereksiz bulmuştur. Sonuç olarak, bireylerin okulu terk etmesi bireysel ve toplumsal yönden olumsuz etkilere yol açan bir ciddi bir sorundur. Bu sorunun nedenlerinden bir kısmı bu ve başka araştırmalar tarafından ortaya konmuştur. Dile getirilen önerilerin uygulayıcılar tarafından değerlendirilerek dikkate alınması önerilebilir.

Alan yazındaki çalışmalara ve çalışma grubu içerisindeki yöneticiler, öğretmenler, veliler, sektör temsilcileri, okuyan ve okulu terk eden öğrencilerin görüşlerine bakıldığında okulu terk etmenin en önemli sebebinin aileden kaynaklı nedenler olan maddi imkansızlık olduğu görülmüştür. Bu bağlamda yine katılımcılardan gelen öneriler doğrultusunda yasa yapıcılara, sivil toplum kuruluşlarına ve okul yönetimine çok iş düştüğü görülebilmektedir. İhtiyaçlı öğrencilerin doğru tespit edilmesi, bunların sivil toplum kuruluşları ve sektör tarafından burs desteği ile okula devam edebilir hale getirilmesi uygun olabilir. Ayrıca yasa yapıcıların, meslek lisesi öğrencilerinin yol yemek vs. ihtiyaçları için düzenli ödenek ayrılması ve maddi durum ayırt etmeksizin tümünün olacak şekilde karşılanması şeklinde yasa ve yönetmelikler çıkarmaları, okulları daha cazip hale getirerek, terkleri önleyebilir. Okulların fiziksel anlamda gelişmesi için de yeterli ödeneğe ihtiyaç vardır. Uluğ'un (2019) araştırma sonuçlarına göre, mesleki eğitimde ekipman ve tesislerin istenilen düzeyde olmadığı, gelişen teknolojiye ayak uydurabilmek için gelişmiş araç ve gereçlerin yeterince sağlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilere düzenli yapılan bir burs desteği de mevcut değildir. Okul terkinin bir diğer nedeninin de erken evlilik olduğu hem alan yazından hem de katılımcı görüşlerinden belirlenmiştir. Koçtürk, Bilge ve Yüksel (2018), kız çocuklarının erkek yaşta evliliklerinden dolayı neredeyse tamamının okulu bıraktığını ve yaklaşık yarısının ilköğretimi tamamlamadığını, en fazla 8. ve 9. sınıfta okulu terk ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Acemoğlu, Ceylan, Saka ve Ertem (2005) in bulguların göre de Türkiye'de eğitimli bireylerde evlenme yaşı 23.5 iken eğitimsiz bireylerde 17,6 olduğu belirtilmiştir. Meslekleri olan, kendi ayakları üzerinde durabilen insanların evlilik tercihlerinin de daha sağlıklı olması beklenir. Bu durum kuşkusuz sadece eğitimcilerin çözebileceği bir sorun değildir. Ancak eğitim düzeyini artırmak ve bireyleri meslek sahibi yapmada birinci sorumluluk yine de eğitimle ilgili karar alıcılara düşmektedir. Mesleki Eğitimin kapasitesinin artırılması bu anlamda önem taşımaktadır.

Özer (2018) Mesleki Eğitimin kapasitesi ile ilgili alınacak önlemleri şöyle sıralamıştır: Mesleki Eğitimin Ulusal Meslek Standartlarına Uyumlu Hale Getirilmesi, Mükemmeliyet Merkezlerinin Kurulması, Atölye ve Laboratuvarların Güncellenmesi, Döner Sermaye Kapsamında Üretim Kapasitesinin Artırılması, hazine payının düşürülmesi, Derslerde Uygulamaya Ağırlık Verilmesi, ayrıca İhracat rakamlarını artırabilmek, dış ticaret dengesini lehimize çevirebilmek, sosyal refahın ve kalkınmanın ileri seviyelere taşınabilmesi için Türkiye'nin kaliteli mal ve hizmet üretimin artırması gerekmektedir. Katılımcılardan gelen görüşlere göre bu projelerin alanda uygulamasının hızlandırılması gereklidir. Tüm önlemlerin kusursuz uygulanabilmesi için, mesleki eğitime, mesleki eğitim kurumlarında görev yapan eğiticilere ve öğrencilere önem verilmesi gereklidir. Ballı ve Kartal'ın (2020) bulgularına göre ortaöğretim kademesine yönelik çalışmalar için de Mesleki ve Teknik Anadolu lisesi öğrencilerinin DÖSE 'ye katılarak okuldaki üretimden pay almaları gibi maddi destek sağlayıcı uygulamalar yapılması gerekir. Ayrıca sosyal yardımlar ve Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı iş birliği ile yapılabilecek çalışmalar maddi sorunlara yönelik çözümler getirilebilir. Yine Özer'e (2021) göre Mesleki Eğitimde Yeni Projeler (2021); Mesleki Eğitimde 1.000 Okul Projesi, Mesleki Eğitimde AR-GE Merkezleri ve Fikri Mülkiyet Projesi, Meslek Liseleri Deney Setlerini Kendisi Üretiyor Projesi, Mesleki Eğitimde Donanım Paylaşımı ile Altyapının İyileştirilmesi Projesi yapılması ile meslek liseleri cazibe merkezi haline getirilmeye çalışılmıştır. Bu projelerin olumlu sonuçlanması okulların terk oranını azaltmada işlevsel olabilir.

Sapma Kuramına (Merton, 1957) göre, sapma toplumsal olarak kabul görmeyen davranışın gösterilmesi olarak gösterilebilir. Bunlar göreceli kavramlarda fark edileceği gibi (Erken evlilik, Erken iş hayatı vs.) toplumların yazılı kanunlarına geçmiş olan suç teşkil edebilecek davranışlar olarak da belirebilir. Eşit olmayan eğitim fırsatları, göç ve toplumun geleneksel olarak cinsiyetçi görüşleri kızların okulu bırakmasının nedenleri gibi görünmektedir. Mesleki eğitime yatırım yapmak, kadınlara daha yüksek vasıflı işleri üstlenmeleri için bilgi ve beceri kazandırmak, cinsiyete dayalı erken okul terklerini önleyebilir. Bireylerin suça karışmasının önlenmesi için özellikle öğrenci iken, okulu terk etmemesi adına okulun benimsetilmesi, bunun için de terki önleyici çalışmaların Milli Eğitimin tüm paydaşları tarafından gerçekleştirilmesi önemlidir. Ayrıca okulu terk etmiş öğrencilerin belgelendirilmiş bir meslek sahibi olup, ekonomik özgürlüğünü yasal yollardan elde etmesi gerekliliğinden dolayı, Mesleki Eğitim Merkezlerine yönlendirilmesi önerilebilir. Son yıllarda bu alanda gelişmeler kaydedilmekle birlikte sorunun kültürel boyutu da göz ardı edilmemelidir. Çalışmak, üretmek, sebat etmek, yenilikçi fikirlere açık olmak, işini büyütmek ve kendini hem mesleki hem insani niteliklerle donatarak geliştirmek gibi özelliklerin toplumsal yaşamda karşılığı olmalıdır. Okullarda kazandırılmaya çalışılan bu niteliklerin, günlük yaşamında her karesinde değer görmesi durumunda, çocukların meslek edinme, bu meslekte hayatını yaşama, mesleğinden dünyaya değer katma çabası artabilir. Sembolik Etkileşim Kuramına (Tonbul, 2021)göre okullarda ve iş dünyasında emeğin değerinin sürekli vurgulandığı görsellere yer verilmesi, söylemlerin bu yönde olması, bu alanda olumlu rol modellerinin öne çıkarılması öğrencileri olumlu yönde güdülebilir Teknolojinin birçok işkolunu doğrudan etkilediği günümüzde, gelecekte ortaya çıkacak işleri yapacak bireyleri bugünden hazırlamada meslek liselerine önemli sorumluluklar düşmektedir

KAYNAKÇA

Acemoğlu, H., Ceylan, A, Saka, G. & Ertem, M. (2005). Diyarbakır'da erken yaş evlilikleri, *Aile ve Toplum*, 2(9), 1-6.

Andersen, S., Rod, M.H., Holmberg, T., Inghold, L.,Ersboll, A. K & Tolstrup, J.S. (2018). Effectiveness of the settings-based intervention Shaping the Social on preventing dropout from vocational education: a Danish non-randomized controlled trial. *BMC Psychology*,[https://doi.org/10.1186/s40359-018-0258-8], erişim tarihi: 15.03.2023

Ballı, F. & Kartal, S. (2020). Okul terki araştırmaları: Sistematik bir analiz Çalışması,*Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (KÜSBD), 10, (2), 257-278i

Bayhan & Dalgıç (2012). Liseyi terk eden öğrencilerin tecrübelerine göre okul terki. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,3,107-109.*

Günbayı, İ., & Tokel, A. (2014). Teknik ve meslek liselerinde meslek derslerinin etkililiğine ilişkin yönetici, öğretmen ve öğrenci görüşleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*,*3*(4), 59-73.

Karacabey, M.& Boyacı, A.(2018). Okulu terk eden ortaöğretim öğrencilerinin okulu terk etme nedenleri ve sosyo-ekonomik profilleri: Şanlıurfa Örneği. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi,* 2, 247-273.

Knesting, K. (2008). Students at Risk for School Dropout: Supporting Their Persistence. Preventing School Failure*: Alternative Education for Children and Youth*,4,3-10.

Koçtürk, N., Bilge, F. & Yüksel, F. (2018).Erken yaşta evlenen ergenlerin bireysel ve ailesel özellikleri okul terkinin nedenleri ve evlilikle ilgili sorunları, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*,50, 1-28.

MEB (2018). Öğrenciler ve Eğitime Erişim. Eğitim İzleme Raporu 2017-2018. [https://www.egitimreformugirisimi.org/egitim-izleme-raporu-2017-18-2/]

Merton, R.K. (1957). *The social theorie and social structure*. The Free Press.

Özer, M. (2018). 2023 Eğitim vizyonu ve mesleki ve teknik eğitimde yeni hedefler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*,8,425-435.

Özer, M. (2020). *Türkiye'nin mesleki eğitim ile imtihanı – mesleki eğitimde paradigma Değişimi,* Ankara, Maltepe Üniversitesi.

Özer, M (2021). Türkiye'de mesleki eğitimi güçlendirmek için atılan yeni adımlar . *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi,* 9 (16), 1-16.

Sözer, Y.(2017). Mesleki açık öğretim lisesi öğrencilerinin örgün eğitim dışında olma nedenlerine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 493-507.

Taş, A., Selvitopu, A., Bora, V. & Demirkaya, Y. (2013). Meslek lisesi öğrencilerinin okul terki nedenleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 3,1551-1556.

Taylı, A. (2008). Okulu Bırakmanın Önlenmesi Ve Önlemeye Yönelik Uygulamalar. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 1, 91-104.

Tonbul, Y. (2020). *Eğitim kurumlarında yönetimsel sorunların analizi için kuram rehberi.* Anı Yayıncılık

Uluğ, Z.A. (2019). *Yönetici görüşlerine göre meslek liselerinin sorunları ve çözüm önerileri (Esenyurt İlçesi Örneği).* Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.

Yıldırım, A., & Simsek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11 baskı: 1999-2018).

yorğun, a. (2014). *Lise öğrencilerinde okul terki riskinin incelenmesi.* Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

ÖZEL OKULLARDA TÜBİTAK 2204 ÖĞRENCİ PROJELERİ YARIŞMALARININ YÖNETİMİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLARA İLİŞKİN ÖĞRETMEN VE YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ

Prof. Dr. Yılmaz TONBUL
Ege Üniversitesi, - 0000-0003-3674-619X
Bahar YORGUN
Ege Üniversitesi, - 0009-0001-1034-1744

ÖZET

Problem Durumu: Araştırmanın amacı, özel okullarda TÜBİTAK 2204 öğrenci projeleri yarışmalarının yönetiminde karşılaşılan sorunların öğretmen ve yönetici görüşleri üzerinden saptanarak özel okullarda proje kültürünün gelişmesine, uygulayıcılara ve araştırmacılara öneriler geliştirmektir. Bu amaçla şu sorulara yanıt aranmıştır: (1) Okullarda proje kültürünü geliştirmek ve yaygınlaştırma amacıyla yapılan çalışmalar nasıl bir dağılım göstermektedir? (2) Öğrencilerin proje fikri geliştirmelerini teşvik etmek amacıyla yapılan uygulamalar nasıl bir dağılım göstermektedir? (3) Okullarda proje kültürünün yaygınlaşmasının öğrencilere, öğretmenlere ve okul ortamına katkısı nedir? (4) Proje yönetimi sürecinde karşılaşılan sorunlar nasıl bir dağılım göstermektedir? (5) Proje danışmanlığı için gereksinim duyulan eğitim, seminer vb. çalışmalar nelerdir?

Yöntem: Araştırmada nitel araştırma modelinden durum deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu kolay erişilebilir örnekleme tekniği ile belirlenen 2022-2023 eğitim öğretim yılında farklı özel okullarda görev yapan 15 öğretmen ve 5 yönetici oluşturmuştur. Araştırmanın verileri açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Veriler içerik analizi tekniği ile çözümlenmiştir. Sonuçlar tablolaştırılmış, katılımcıların doğrudan görüşleri ile desteklenmiş ve alanyazınla ilişkilendirilerek yorumlanmıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları özel okullarda proje kültürünü yaygınlaştırmanın önemli bir yer tuttuğu, öğretmenlerin ve yöneticilerin bu konuda benzer görüşlere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Okullarda proje kültürünün yaygınlaşmasının öğrencilere bilimsel düşünme, yaratıcılık, problem çözme ve üretme becerilerini geliştirme, öğretmenlere faydasının tanınırlık, okulda statü göstergesi, öğrenciler tarafından tercih edilirlik, mesleki yaşantı çeşitliliği, iş doyumunda artış olarak gerçekleşmiştir. Proje yönetimi sürecinde karşılaşılan sorunların proje fikri oluşturma, raporlama ve sürecin yönetimi alanlarında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Özel Okul, TÜBİTAK 2204-A/B, Proje Yönetimi, Karşılaşılan Sorunlar

ABSTRACT

Problem Statement: The aim of the research is to identify the problems encountered in the management of TÜBİTAK 2204 student projects competitions in private schools through the

opinions of teachers and administrators, and to develop suggestions for practitioners and researchers for the development of project culture in private schools. For this purpose, answers were sought to the following questions: (1) What is the distribution of the studies carried out to develop and disseminate the project culture in schools? (2). What is the distribution of practices implemented to encourage students to develop project ideas? (3) What is the contribution of the spread of project culture in schools to students, teachers and the school environment? (4) What is the distribution of the problems encountered during the project management process? (5) Training, seminars, etc. required for project consultancy. What are the studies?
Method: The situation design from the qualitative research model was used in the research. The study group of the research consisted of 15 teachers and 5 administrators working in different private schools in the 2022-2023 academic year, determined by easily accessible sampling technique. The data of the research were collected through a semi-structured interview form consisting of open-ended questions. The data were analyzed using the content analysis technique. The results were tabulated, supported by the direct opinions of the participants, and interpreted in relation to the literature.
Findings: Research findings reveal that popularizing the project culture in private schools has an important place and that teachers and administrators have similar views on this issue. The spread of project culture in schools has been realized as the development of scientific thinking, creativity, problem solving and production skills for students, recognition of its benefits for teachers, an indicator of status in the school, preference by students, diversity of professional life, and increase in job satisfaction. It has been concluded that the problems encountered in the project management process are in the areas of project idea creation, reporting and process management.
Key Concepts: Private School, TUBITAK 2204-A/B, Project Management, Encountered Problems

GİRİŞ

Proje fikri geliştirme, proje yürütme, yönetme ve yazma becerisinin günümüzde ve gelecekte bireylerde aranacak temel yeterlikler arasında olacağına dair görüşlerin alanyazında (Voogt ve Roblin, 2012) ve raporlarda (Yükseköğretim Kurulu, 2011; National Research Council, 2012) sıklıkla vurgulandığı görülmektedir. Projelerin amaçlarına, süreçlerine, hedef kitlesine göre farklı tanımları olduğu anlaşılmaktadır. "Proje, özgün bir ürün ya da hizmet üretmek üzere gerçekleştirilen, geçici olarak belli bir zaman aralığında yürütülen çalışmadır" (İSO, 2022). Yıldız (2013) projeyi, hedeflenen amaca ulaşmak amacıyla planlanan ve tasarlanan, bireysel veya grup olarak yapılan girişim şeklinde ifade etmiştir. MEB'nın (2014) tanımında ise proje 'Gözlem yoluyla elde edilen verilerin işlenerek düzenlenmesi, neden-sonuç ilişkisinin araştırılıp sonraki nesillere edinilen bilgilerin aktarılması durumu' olarak açıklanmıştır. Bu tanımlardan hareketle okullardaki projeler, eğitim- öğrenim kazanımlarının istenilen amaca ulaşmasını sağlayan, eğitimcilerin, okulların, kurum ve kuruluşların iş birliğinde bulunduğu süreçlerin bütünü olarak ifade edilebilir. Okuldaki kazanımların günlük yaşamda karşılığını bulmasının, başka bir söylemle günlük yaşam sorunlarını proje bakış açısı ile çözme yetisini geliştirmenin de okulun amaçları arasında olduğu anlaşılmaktadır. Okullarda bu amaçla çok

sayıda proje geliştirme faaliyeti yürütülmektedir. TÜBİTAK projeleri, bu faaliyetlerin arasında en sık karşılaşılanlarıdır.

Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), 24 Temmuz 1963 ve 11462 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 278 sayılı Kanun ile kurulmuştur (TÜBİTAK, 2022). TÜBİTAK, bilim temelli bilgi ve teknoloji üretimi ile ülkesine katkı sağlayacak ihtiyaç duyulan nitelikli insan gelişim süreçlerini destekleyici ve teşvik edici öğrenci proje yarışmaları yürütmektedir (TÜBİTAK, 2022A; TÜBİTAK 2022B). Yürütülen bu yarışmaların temel amacı, öğrencileri düşünmeye, gözlem yapmaya, belirledikleri problemleri çözmeye ve bilime katkı sağlamalarını sağlamaktır (TÜBİTAK, 2022A; TÜBİTAK 2022B). Düzenlenen bu proje yarışmalarının öğrencilere çok yönlü kazanımları (hayal gücü, merak geliştirme, sorun çözme kapasitesi vb.) olduğu kadar sorunları da beraberinde taşıdığını gösteren araştırma bulguları bulunmaktadır. Proje kültürünün henüz yaygınlaşmamış olmasının yanı sıra proje yazma yeterliği (Çepni, Çoruhlu ve Nas, 2009), destek bulma, motivasyon (Gras-Vel´azquez A.ve arkadaşları, 2014) gibi sorunların süreci zorlaştırdığı görülmektedir. Karataş ve Özcan'ın (2010) bulguları, proje tecrübesi öğretmenlerin akademik ve mesleki anlamda emsallerinden daha öne çıktığını göstermektedir Bu bağlamda okullar giderek nitelikli bireyler yetiştirmek adına PTÖ (Proje Tabanlı Öğrenme) yaklaşımını benimseyip, öğrencilerini proje çalışmalarına teşvik etmek ve öğrencilerinin kendilerini gerçekleştirmelerini sağlamaktadır. Sözer (2017), ülkemizdeki bazı okulların proje hazırlamaya teşvik eden ulusal ve uluslararası programların desteklerinden yararlanarak veya çeşitli proje yarışmalarına öğrenciler hazırlayarak proje üretim merkezi haline geldiğini ifade etmiştir. Söz konusu proje üretim merkezi olmada özel okulların, devlet okullarına göre gerek yönetsel, gerekse ekonomik yönden avantajlı olduğu söylenebilir. Burada kilit rolü okulun yöneticilerinin ve öğretmenlerinin oynadığı düşünülmektedir. Tonbul (2021) yöneticilerin ve öğretmenlerin mevcut zihinsel şemalarının proje kavramına yükledikleri anlamın olumlu olması durumunda, öğrencilerin proje süreçlerine daha etkin katılacakları; proje yapmanın alt düzey gereksinimleri gidermenin yanı sıra, takdir ve saygınlık gibi üst düzey gereksinimleri de gidermede etkili olduğu görüşündedir. Türkiye'de bulunan okulların proje yapma ve proje yarışmalarına katılma konusunda bakış açılarında farklılar olduğu söylenebilir. Devlet okulları arasında, özel okullarda olduğu kadar bir rekabetin olamaması, Milli Eğitim Bakanlığının mevzuatında (MEB, 2023) da yer aldığı gibi proje yapmak öğrencilerin isteğine kalmıştır. Bu bağlamda devlet okullarında öğrencileri proje yapma konusunda teşvik edecek, cesaretlendirecek birincil kişilerin öğretmenler olduğu söylenebilir. Özel okulların, proje yarışmalarına katılım ve elde edilen başarılarının reklam olarak sunulması diğer özel okullarla olan rekabet ilişkilerini desteklediğini göstermektedir. Bu durum özel okulların öğrenci kayıt süreçlerine bile yansıdığı için özel okullarda proje üretmek, proje yazma ve geliştirme alanlarına yönelebilecek öğretmenlerle çalışması önemlidir. Öğrencilerin proje yapması ve proje yarışmalarına katılması için öncelikle danışman öğretmenlerin proje yazma ve geliştirme bağlamında öğrencilere rehberlik etmesi, öğrencilere ışık tutması istenmektedir. Bazı özel okullar öğretmenlerine proje yazma ve geliştirmeyi destekleyici eğitimler vermektedir. Türkiye genelinde Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumunun (TÜBİTAK) bu konularda eğitim verdiği, yarışmalar düzenlediği bilinmekte, TÜBİTAK'ın resmi sayfasında da görülmektedir. Alanyazından da anlaşılacağı gibi

proje yazma yeterliğinin öğrencilere kazandırılmasında Tübitak uygulamalarının katkısı bulunmaktadır. Ancak bu konuda daha fazla sayıda araştırmaya gereksinim duyulmaktadır.

Alanyazında konuya ilişkin ilgili yapılmış çalışmalar incelendiğinde; Tonbul ve Çiğdem (2022) TÜBİTAK 2204 A/B öğrenci projeleri yarışmalarını ele alan araştırmalar dışında, bu konunun belirli bir proje türüne yönelik doğrudan araştırıldığı çalışmalara rastlanmamıştır. Proje yazımı ile derslerin ilişkisinin araştırıldığı çalışmaların (Artvinli, Çetintaş ve Terzi, 2020) yanı sıra proje döngüsü açısından konunun ele alındığı (Arabacı ve Akıllı, 2019) çalışmalara da rastlanmıştır. Öte yandan konuyu okul geliştirme bağlamında genel olarak ele alan çalışmalar da (Doğan ve Altunay, 2023) bulunmaktadır. Alanyazın taraması sınırlılıkları kapsamında TÜBİTAK 2204/A ve 2204/B öğrenci projelerinin yönetimindeki karşılaşılan sorunlara ilişkin yeterince çalışma yapılmadığı, özel okullarda ise hiç yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Özel okulların orantısal olarak bu yarışmalarda daha başarılı oldukları dikkate alındığında, araştırma sonuçlarının alanyazındaki eksikleri gidereceği ve uygulayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Yapılan çalışmanın bundan sonraki araştırmalara da ışık tutması hedeflenmiştir. Bu amaçla şu sorulara yanıt aranmıştır.

1. Okullarda proje kültürünü geliştirmek ve yaygınlaştırma amacıyla yapılan çalışmalar nasıl bir dağılım göstermektedir?

2. Öğrencilerin proje fikri geliştirmelerini teşvik etmek amacıyla yapılan uygulamalar nasıl bir dağılım göstermektedir?

3. Okullarda proje kültürünün yaygınlaşmasının öğrencilere, öğretmenlere ve okul ortamına katkısı nelerdir, nasıl bir dağılım göstermektedir?

4. Proje yönetimi sürecinde karşılaşılan sorunlar nasıl bir dağılım göstermektedir?

5. Proje danışmanlığı için gereksinim duyulan eğitim, seminer vb. çalışmalar nelerdir, nasıl bir dağılım göstermektedir?

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada nitel araştırma modeli kullanılmış olup durum çalışması olarak desenlenmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2018) durum çalışmasını var olan bir ya da birden fazla durumun derinlemesine incelenmesi ve bir duruma ilişkin etkenler (ortam, bireyler, olaylar, süreçler vb.) bütüncül bir yaklaşımla araştırılır ve ilgili durumu nasıl etkiledikleri ve ilgili durumdan nasıl etkilendikleri üzerine odaklanma olarak tanımlamaktadır.

2.2 Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini özel okulda çalışan öğretmenler ve yöneticiler oluşturmaktadır. Örneklem belirlenirken kolay erişebilirlik tekniği kullanılmıştır. Araştırmacı bu teknikle, yakın olan ve erişilmesi kolay olan bir durumu seçer (Yıldırım & Şimşek, 2018). Araştırma 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Gaziemir ve Urla ilçelerinde özel ortaöğretim kurumlarında farklı

okullarda görev yapan farklı özelliklere sahip 15 öğretmen ve 5 yönetici ile birlikte gerçekleştirilmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilmiştir. Görüşme formu alanyazın çerçevesinde, konuya ilişkin, alt problemlere yönelik hazırlanmıştır. Eğitim yönetimi alanında uzman öğretim üyelerinin hazırlanan formu detaylı incelemeleri ve geri bildirimleri doğrultusunda formda düzenlemeler yapılmıştır. Öğretmenlere ve okul yöneticilerine sorulan soruların içeriklerinde farklılaşmaya gidilmiştir iki farklı form oluşturulmuştur. Katılımcıların verdikleri görüşler araştırmacı tarafından metne döküldükten sonra metinler katılımcılarla tekrar paylaşılmış, verilen bilgi ve ifadeler teyit ettirilmiştir. Bu aşama sayesinde iç *geçerlilik* sağlanmış, araştırmanın inandırıcılığı arttırılmıştır. Araştırmacı, metinler üzerinden kodlar, temalar, alt temalar çıkarmıştır. Verilerden çıkarmış olduğu tema, alt tema ve kodları teyit ettirmek amacıyla alanında uzman görüşüne sunmuştur. Yapılan bu aşama araştırmanın dış geçerliliğini sağlamış, araştırmanın inandırıcılığını arttırmıştır. Elde edilen tüm veriler başka araştırmacıların da analiz yapmasına ve doğrulamasına karşın saklı tutulmuştur. Katılımcıların farklı okullardan olmasına özen gösterilerek çalışmanın çeşitliliği arttırılmış, bu bağlamda araştırmanın *güvenirliği* sağlanmıştır.

2.5 Bulgular

Araştırmanın birinci alt problemi "Okullarda proje kültürünü geliştirmek ve yaygınlaştırma amacıyla yapılan çalışmalar nasıl bir dağılım göstermektedir?" şeklindedir. Öğretmenlerin ve yöneticilerin görüşleri alınmış, alınan görüşler incelenmiş, incelenen verilerle temalar ve kodlar oluşturulmuştur. Bulgulara ayrıca açıklama yapılmamış, sonuçlar tartışma bölümünde alanyazınla desteklenerek yorumlanmıştır. Öğretmenlerin ve yöneticilerin verdikleri yanıtlar ve yanıtları kapsamında oluşturulan temalar ve kodlar Çizelge 1'de gösterilmiş ve yorumlanmıştır.

Çizelge 1. **"**Derslerinizde, yer aldığınız eğitsel etkinliklerinizde proje kültürünü geliştirmek ve yaygınlaştırmak amacıyla neler yapıyorsunuz?" sorusunun yanıtlarına göre dağılımları

Temalar	Kodlar	Alıntılar
Proje yazımı yeterliliklerini geliştirme etkinlikleri	• Merak duygusunu tetikleme(f=3)	• Merak eden öğrenci araştırır, öğrenmek ister, bir şey bulmak ister. Derslerimde ne kadar merak duygusunu beslersem öğrenci o kadar ilgili olur. (Ö10)
	• Yaratıcı düşünme etkinlikleri (f=4)	• Bireysel yeteneklerini ve yaratıcılıklarını, yeteneklerini açığa çıkarmaları amacıyla, işbirlikli çalışma- yaratıcı yazma- karşılaştıkları problemlere çözüm üretebilme

		çalışmalarını sınıf ortamında gerçekleştiriyoruz (Ö7)
	• Proje olabilecek araştırmalara yönlendirme (f=3)	• Öğrencilerime yapılmış olan projeleri incelemelerini, yapılmış projeler doğrultusunda daha başka neler yapılabilir bu konuda fikir üretmelerini bekliyorum (Ö15)
Mecburi tutma	• Proje yapmayı zorunlu tutma (f=3) • Ders müfredatına ekleme (f=1)	• Derslerimde projeye yönelik çalışmalar yapıyorum. Öğrencileri yarışmalara katılmakta zorunlu tuttuğumdan dolayı proje kültürünü aşılamaya çalışıyorum (Ö2) • Araştırma teknikleri dersi müfredata konulmuştur. Bilim İnsanı Yetiştirme sınıfları için proje yarışmalarına katılma zorunluluğu vardır. (Y2)
Profesyonel destek	• Rehber edinme (f=2)	• Proje yapmış birisini rehber edinip gerekli bilgileri alıyoruz (Ö5)

Araştırmanın ikinci alt problemine ilişkin öğretmen ve yönetici görüşleri Çizelge 2 de verilmiştir.

Çizelge 2. "Öğrencilerin proje fikri geliştirmelerini teşvik etmek için hangi uygulamalara yer veriyorsunuz? Sorusunun yanıtlarına göre dağılımları

Temalar	Kodlar	Alıntılar
Yönlendirme	• Yapılan çalışmaları inceleme (f=4)	• Tübitak bölge sergisine öğrencilerimizi götürüyoruz bu şekilde öğrencilerimizi proje yapmaya teşvik etmiş oluyoruz (Ö12)
	• İlgi çekme ve soru sorma teknikleri ile	• Bilim insanlarının hayatlarını, buluşlarını, nasıl bulduklarını, nasıl bir adım ilerisine gidilebileceğini öğrencilere soruyorum, ilgi çekmeye çalışıp araştırma yapmalarını istiyorum,

	düşünmelerini sağlama (f=5)	düşünmelerini sağladığımda proje yapmaya teşvik etmiş oluyorum (Ö13)
	• Ödüllendirme (f=3)	• Öğrencilerime projeler karşılığında sertifika alacaklarını söylediğim için, öğrenciler proje yapmaya daha sıcak bakıyor. Onları bu şekilde teşvik etmeye çalışıyorum (Ö2)
Güç Kullanımı	• Zorunlu tutma (f=3)	• Özgün bir proje fikri geliştirmek için herhangi bir uygulamamız yok fakat okulumuzda proje ve bilim şenliği yapılarak öğrencilerin bir projeye dahil olmalarını sağlamaktayız. Bu durum öğrencilerin bakış açılarını ve fikir geliştirmelerini desteklemektedir (Ö6)

Araştırmanın üçüncü alt problemine ilişkin öğretmen ve yönetici görüşleri Çizelge 3'te verilmiştir.

Çizelge 3. "Okullarda proje kültürünün yaygınlaşmasının öğrencilere, öğretmenlere ve okul ortamına katkısı sizce nedir?" sorusunun yanıtlarına göre dağılımları

Temalar	Kodlar	Alıntılar
Gelişim sağlama	• Öğrenme ortamını geliştirme (f=2)	• Öğrenciler proje yaparak *üretimde* bulunmuş oluyor, okul ortamında da projelerini arkadaşlarına sunarak *işbirlikçi öğrenme ortamı* oluşuyor (Ö12)
	• Kendini geliştirme (f=4)	• Öğrenciler için *üreten, geliştiren, problemleri çözen, yaratıcı* bir birey olmalarına katkı sağlar..Öğretmenler için *kendini geliştirme,* yapabildiğinden daha fazla performans göstermesine katkı sağlar. Okul için okuldaki eğitim ve öğretim işleyişini olumlu anlamda değiştirerek ileriye götürür (Ö2)
	• Bilimsel çalışma, proje yürütme becerisini geliştirme (f=5)	• Öğrenciler *proje deneyimi olan ve proje yürütme süreçlerine* hakim bir şekilde üniversiteye gittiklerinde onlara bu bilgi birikimi büyük avantaj sağlıyor. Öğretmen de *kendini geliştiriyor*. Okul bu kültürü oluşturursa eğitim sistemine de büyük katkı sağlıyor (Ö9)
	• Düşünme, yaratıcılık, problem çözme, üretme	• *Düşünen*, araştıran, sorgulayan bir nesil için çok önemli olduğunu; gelişmişlik düzeyini

	becerilerini geliştirme (f=8)	artırmak için gerekli olduğunu düşünüyorum (Ö3) • Proje kültürü ile öğrenciler problemlere şikayet yerine *çözüm önerisi* getirebiliyorlar. (Ö4)
Rekabeti artırma	• Öğretmenlerin iş bulma olanağını artırma (f=3)	• Özel okulda çalışan *öğretmen için iş bulma* açısından faydası çok (Ö10) • Öğrenciye deneyim, *öğretmene iş bulma fırsatı*, *okula reklam* katkısı olur (Ö13)
	• Okulların tanınabilirliğini, reklamını artırma (f=5)	• *Okulların tanınabilirliğini* artıyor, özellikle özel okulların aralarında *rekabet* söz konusu olduğu için öğrenci çekmeleri açısından bir adım öne çıkıyor. (Ö14)

Araştırmanın dördüncü alt problemine ilişkin öğretmen ve yönetici görüşleri Çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4. "Proje yönetimi sürecinde karşılaştığınız sorun olduysa, bunlar nelerdir?" sorusunun yanıtlarına göre dağılımları

Temalar	Kodlar	Alıntılar
Danışman öğretmenin projeyi tamamen üstlenmesi ve yürütmesi sorunu	• Öğrencinin proje üretememe ve proje oluşturamaması (f=3)	• Öğrenci projeyi hazırlamadığı için öğretmen kadar hakim olamıyor, okulda bu tür projelerin üretilmesi, hazırlanması, tekniklerinin yazılması ile ilgili destek verilmediği için idare tarafından okul tarafından destek verilmeli (Ö5)
	• Proje tekniklerini bilmeme ve rapor yazma sorunu (f=8)	• Öğrenciler proje yazmayı bilmiyor, öğretmenler raporu yazıyor (Ö9) • Proje yazım kurallarını ve tekniklerini öğrenciler bilmiyor bu aşamada ciddi sıkıntılar yaşıyoruz (Ö11)
	• Öğrencinin zamanı yönetememesi (f=2)	• Öğrenci zamanı yönetemediğinden dolayı öğretmen sürekli öğrenciyi projeye vakit kaybetmeden başlaması ve devam etmesi konusunda güdülemektedir. Tek problemimiz öğrencinin proje zamanını düzgün planlayamaması (Ö2)
Destek ve kaynaklara ulaşma sorunu	• Uzman kişilere, kaynaklara ulaşamama (f=4)	• Kaynak kişilere ulaşmada sıkıntı yaşadım. *Konu uzmanlarına* ulaşmak kolay gibi görünse de insanlar bir projeye destek vermeyi zaman kaybı olarak görüyor (Ö3) • *Akademik destekte* sorun yaşadık, üniversite, laboratuvar ve *kaynak* vs (Ö12)
		• Okulun bu tür çalışmalar ayırabileceği *bütçesi* yok, her şey öğretmenden bekleniyor. Üniversite desteği ya da alanında *bilirkişilerin yardımı*

	• Fiziki ve maddi destek verilememesi (f=5)	olmadan bizden proje yapmamız bekleniyor. (Ö13)

Araştırmanın beşinci alt problemine ilişkin öğretmen ve yönetici görüşleri Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5. "Proje danışmanlığı için gereksinim duyduğunuz eğitimler nelerdir?" sorusunun yanıtlarına göre dağılımları

Temalar	Kodlar	Alıntılar
Proje ile ilgili hizmet içi eğitim	• Proje danışmanlığı eğitimi (f=3)	• Proje danışmanlığı nasıl yapılır eğitimi (Ö9) • Öğrencilere danışmanlık yapabilmek için proje danışmanlığı eğitimi (Ö13)
	• Proje raporu yazma eğitmi (f=5)	• Proje raporu yazma ve proje basamaklarının içeriklerinin detaylı anlatımı (Ö6) • Proje yazım kuralları ve bilimsel raporlama eğitimi (Ö10)
	• Tübitak yarışmaları bilgilendirme eğitimi (f=2)	• Tübitak proje yarışmalarınının içeriği ile ilgili seminer, eğitim (Ö15)
Akademisyen (uzman) destekli eğitim	• Proje örneklerinin sunulduğu eğitim (f=2)	• Nelerin proje olacağı, hangi fikirlerin projeye dönüştürülebileceği ile ilgili bir eğitim belki proje örneklerinin sunulacağı, anlatılacağı bir eğitim (Ö11)
	• Uygulamalı eğitim (f=3)	• Proje yürütmede üniversiteden destek alınarak uygulamalı bir eğitim (Ö7)

3. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Katılımcılar, okullarda proje kültürünün yaygınlaşmasının öğrencilere, öğretmenlere ve okul ortamına katkısının bilimsel çalışma odaklı proje yürütme becerisini geliştirme, yaratıcı düşünme, üretim odaklı planlama becerilerini geliştirme ve kişisel gelişimi sağlamanın yanı sıra okullarda öğrenme ortamını geliştirme, okulu daha keyifli hale getirme gibi sonuçlara da yol açtığını belirtmişlerdir. Öte yandan öğretmenler açısından iş bulma olanaklarının artması, okullar açısından ise tanınırlığın artmasına yol açtığı anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin ve yöneticilerin proje kültürünü geliştirmek ve yaygınlaştırmak adına proje yazımı yeterliliklerini geliştirme etkinliklerini uyguladıkları, bu etkinlikler kapsamında en çok yaratıcı düşünme etkinliklerine, öğrencinin merak duygusunu tetikleyecek çalışmalara ardından proje olabilecek

araştırmalara yönlendirme çalışmalarına yer verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu etkinlikler dışında proje yapmayı zorunlu tutmanın da öğrencilerin proje yapmaları konusunda etkili bir faktör olduğu görülmüştür. Bu bulgular, her ne kadar özel okullarda proje yarışmalarına katılma eğilimi devlet okullarına göre daha yüksek olsa da özel okullarda da proje kültürünün okulun tüm hücrelerine henüz yayılmadığı, şimdilik derslerdeki bazı etkinliklerle sınırlı olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bulgular ayrıntılı incelendiğinde öğretmenlerin proje odaklı ders işleme, öğrenci kulüplerinin proje süreçlerine etkin katılımı, okul koridorlarının proje fikrini yaygınlaştıracak görsellerle donatılması, bu amaçla okul düzeyinde farklı uygulamalara gitmeye dönük uygulamalar sınırlı bulunmuştur. Okullarda verilen proje yazma eğitimlerin yüzeysel kaldığı ve işe vuruk olmaması bir yandan eğitim verenlerin yetkinliği ile ilişkili olsa da eğitim alanların hazır bulunuşluğu ve beklentileri de söz konusu yeterliklerin kazandırılamamış olmasında etkili olabilir. Bradford, (2005) proje geliştiren öğrencilerin farklı konu alanlarının içeriklerini yapay ya da yapılandırılmış senaryolar üzerinden değil gerçek uygulamalar ve sentezlemeler yoluyla öğrendiklerinde daha iyi sonuçlar alındığı sonucuna ulaşmıştır. Zihinsel Modeller Kuramı (Johnson-Laird, 2006) açısından bakıldığında iş dünyası başta olmak üzere yaşam biçimlerinde, zihniyetlerde işlerin değişmesine karşın okullardaki geleneksel ders işleme yaklaşımlarının, sorun çözme kalıplarının ve işleri yürütme şeklinin özel okullarda değişmeye başlasa da, değişimin henüz istenen düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Bu durum proje fikri geliştirme bulgularına da yansımıştır. Burada da özgün uygulamalardan çok artık geleneksel ve işlevi sorgulanan uygulamalara başvurulduğu görülmektedir. Yapılan projeleri inceleme ve soru sorma teknikleri ile sınırlı uygulamalarının proje fikirleri bulmada, fikrileri günlük hayatla ve farklı disiplinlerle ilişkilendirme, çıktıları teknoloji ile entegrasyonu gibi konularda işlevsel olmadıkları ortaya konmaktadır. Okulların varlık nedenlerinin günümüzde artık değiştiğini veya değişmesi gerektiğini, geçtiğimiz yüzyılda okulun taşıdığı anlamın ve bireyin gelişiminde oynadığı rolünün de buna göre yeniden düzenlenmesi gerektiği düşünülmektedir. Özel okulların devlet okullarına göre değişimin gereklerinin yerine getirilmesi konusunda seçenekler ve kozlar açısından daha güçlü olmasına karşın,, sınav odaklı eğitim sistemi, veli beklentileri, öğretmenlerin iş yükü, öğretmen sirkülasyonu ve çalışma koşulları gibi nedenlerin söz konusu refleksi zayıflattığı düşünülmektedir.

Proje yönetimi sürecinde karşılaşılan sorunlar olarak projelerin daha çok danışman öğretmenin çabası ile yürümesi, proje fikri bulmada zorlanma ve raporlama kodları öne çıkmıştır. Arabacı ve Akıllı'nın (2019) yapmış olduğu çalışmada proje yönetimi sürecinde özgün konu bulmada zorluk ve raporlama işleminde sorunlar olduğunu göstermektedir. Avcı, Özenir ve Yücel (2016) yapmış olduğu çalışmada da proje sürecinde öğrencilerin en fazla karşılaştıkları sorunlardan birinin de rapor yazımı olduğu şeklindedir. Araştırmada öne çıkan diğer bulgular olarak zamanı yönetimi, teknik destek, bütçesel sorunlar yer almaktadır Danışman öğretmenin özellikle proje raporunu yazma konusunu ağırlıkla üstlendiği görülmüştür. Bunlarla birlikte proje yönetimi sürecinde laboratuvar vb. fiziki şartlardan yararlanılmadığı, maddi destek sorununun ciddi olduğu ve proje konuları ile ilişkili olduğu düşünülen kişilere ulaşmada sorun yaşadıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Öğretmenlerin ve yöneticilerin proje danışmanlığı için gereksinim duydukları eğitimler çoğunlukla proje raporu yazma eğitimi ve proje danışmanlığı eğitimi olduğu görülmektedir. Öğretmenler TÜBİTAK yarışmaları bilgilendirme eğitimi, akademisyen (uzman) destekli uygulamalı eğitim ve proje örneklerinin sunulduğu eğitimler talep etmişlerdir.

Bu sonuçlar, proje geliştirme ve yazma yeterliğinin başta öğretmenlere kazandırılmasının önemini, öte yandan okul yöneticilerinin de bu süreçte kolaylaştırıcılık rolünü iyi oynamaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Aşağıda araştırma sonuçları dikkate alınarak geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

Öneriler

1. Öğretmen ve yöneticilere yönelik eğitimler düzenlenebilir. Bu eğitimlerde Proje yazma, Proje takımı yönetme, proje süresince karşılaşılan sorunlar ve projeye teknolojik boyut veya disiplinlerarasılık katmaya yönelik eğitimlere yer verilebilir.
2. Okullarda proje fikirleri geliştirmeye yönelik uygulamalar olarak proje pazarı, proje koridoru/duvarları, proje fikri ve istişare köşeleri oluşturma; proje kulüplerini işlevsel hale getirme, proje geliştirmeleri için diğer kulüplerle eşgüdüm sağlayıcı uygulamalar önerilebilir.
3. TÜBİTAK 2204 A/B bölge sergileri başta olmak üzere bu tür ortamlara öğrencileri götürme; onlara yeni proje fikirleri ile dönmeyi hedefleyen ödevler verilebilir.
4. Lisansüstü eğitime devam eden veya mezun kişilerden proje yazma, diğer öğretmenlerle etkileşimde bulunma konusunda daha etkin yararlanma yoluna gidilebilir.
5. Öğrencilere araştırma teknikleri, alanyazın inceleme, bilimsel rapor hazırlama proje geliştirme içeriklerinin yer aldığı bir seçmeli ders, eğitim serileri veya atölye çalışması şeklinde eğitimler yıl içerisinde verilebilir.
6. Öğretmenler branş bazlı ders planlamalarında proje tabanlı öğrenmeye yer verip, öğrencilerin düşünmelerini ve proje üretmelerini sağlayabilir. Zümre kurullarında her zümrenin okulun stratejik planına proje geliştirme hedefini yazması ve sürecin takip edilmesi sağlanabilir.
7. Üniversitelerden destek alınarak branş bazlı uygulamalı proje deneyimi eğitimleri sağlanabilir. Bu eğitimlerde devlet okulları öğretmenleri ile deneyim paylaşımları yapılabilir. Alanında öne çıkan öğretmenlerin, birikimlerini devlet okulları ile paylaşmaları teşvik edilebilir.
8. Elde edilen bulgular İzmir'deki 3 özel okul ile sınırlıdır. Araştırmanın örneklemi genişletilebilir. Örneğin devlet okulları dahil edilebilir, tematik alan bazlı bazı çalışmalar gerçekleştirilebilir.
9. Konu bir ya da birden fazla kuram (ör. Dinamik yetenekler Kuramı, Alan Kuramı, Kaos Kuramı vb.) kapsamında kuramsal olarak çalışılabilir.

KAYNAKÇA

Avcı, E., Özenir Ö. & Yücel E. (2016). TÜBİTAK ortaöğretim öğrencileri araştırma projeleri yarışmasına katılan öğrencilerin yarışma sürecindeki deneyimlerinin üniversite yaşamlarına yansıması. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11.

Başbay, M. (2021). Proje tabanlı öğrenme. Ö. Demirel içinde, *Eğitimde Yeni Yönelimler* (s. 74). Ankara: Pegem Akademi.

Bradford, M. (2005). Motivating Students Through Project-Based Service Learning, *THE Journal (Technological Horizons In Education)*, 32(6), 29-32

Doğan, M., & Altunay, E. (2023). İlkokul ve Ortaokullardaki Okul Geliştirme Uygulamalarının İncelenmesi: Bir Durum Çalışması. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES), 56*(1), 93-157.

Gras-Vel´azquez A. Price, Jon K., Dżoga M. & Pastuszyńska I. (2014). The European Science Fairs Evaluation Framework. 02 17, 2023 tarihinde https://www.fjuventude.pt/files/files/catalog/Intel-Science-Fairs-Evaluation_Framework_2014_FINAL-20200925-105401.pdf adresinden erişim sağlanmıştır.

Karataş, S., & Özcan, S. (2010). Yaratıcı düşünme etkinliklerinin öğrencilerin yaratıcı düşünmelerine ve proje geliştirmelerine etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 225-243.

Krajcik, J. S., Czerniak, C., & Berger, C. (1999). *Teaching children science.* Boston: McGraw-Hill.

MEB. (2023, 12 13). *Milli Eğitim Bakanlığı. MEB Ortaöğretim Kurumları Yönetmeliği*: https://ogm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2016_11/03111224_ooky.pdf adresinden alındı

National Research Council. (2012). *Education for life and work: Developing transferable knowledge and skills in the 21st century.* Washington: The National Academies Press.

Sözer, Y. (2017). TÜBİTAK Ortaöğretim öğrencileri araştırma projeleri yarışmasına katılan öğrencilerin edindikleri kazanımların değerlendirilmesi. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi, 6*(11), 51.

Tatlı, Z. (2016). Proje geliştirme sürecine dair öğretmen görüşleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (1), 6341-656.

Tonbul, Y. (2020). *Eğitim kurumlarında yönetimsel sorunların analizi için kuram rehberi*. Anı Yayıncılık.

TÜBİTAK. (2022). *Faaliyet Genel.* 02 17, 2023 tarihinde tubitak.gov.tr: https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/faaliyet/2002/1_genel.pdf adresinden alındı.

TÜBİTAK. (2022A). *Tübitak 2204-A Lise öğrencileri araştırma projeleri yarışması proje rehberi.* 02 14, 2023 tarihinde Tübitak: https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/2750/2204-a_rehber_v4_0.pdf adresinden alındı

TÜBİTAK. (2022B). *Tübitak 2204-B Ortaokul öğrencileri araştırma projeleri yarışması proje rehberi.* 02 14, 2023 tarihinde Tübitak: https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/2750/2204b-rehber.pdf adresinden alındı

TÜBİTAK. (2023). *İçerik Hakkımızda*. tubitak.gov.tr: https://www.tubitak.gov.tr/tr/icerik-hakkimizda adresinden alındı

TÜBİTAK 2204 Çağrı Duyurusu. (2022, 12 30). *Öğrenci Araştırma Projeleri Çağrı Duyurusu.* 02 18, 2023 tarihinde https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/26487/2204_a_cagri_metni_30.12.2022.pdf adresinden alındı

TÜBİTAK 2204/A Başvuru Değerlendirme Rapor. (2023, 01 27). *54. TÜBİTAK 2204/A Başvuruları Değerlendirme Raporu.* 02 18, 2023 tarihinde tubitak.gov.tr: https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/26487/lise_basvurulari_degerlendirme_raporu_2023.pdf adresinden alındı

TÜBİTAK Çerçeve Programları. (2023). *Çerçeve Programları*. 02 17, 2023 tarihinde tubitak.gov.tr: [https://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/uluslararasi/icerik-cerceve-programlari] adresinden alındı

TÜBİTAK Ödüller. (2023). *2204-A Proje Yarışmaları Ödüller*. 02 18, 2023 tarihinde tubitak.gov.tr: https://www.tubitak.gov.tr/tr/yarismalar/arastirma-projeleri-yarismalari/icerik-oduller adresinden alındı.

Voogt, J., & Roblin, N. P. (2012). A comparative analysis of international frameworks for 21st century competences: Implications for national curriculum policies. *Journal of curriculum studies, 44*(3), 299-321.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Seçkin Yayıncılık.

Yükseköğretim Kurulu (2011). *Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi* (TYYÇ). 02 18, 2023 tarihinde http://tyyc.yok.gov.tr/ adresinden alındı

5. SINIF ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE MATEMATİK BAŞARISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kader KARTAL

Cumhuriyet Üniversitesi, ,-0009-0002-5025-0692

Prof. Dr., Şenel ELALDI

Cumhuriyet Üniversitesi, -0000-0003-0780-4207

ÖZET

Bu çalışmanın amacı 5. sınıf öğrenci görüşlerine göre matematik dersi başarısını etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda ailenin ekonomik durumunun, ebeveynlerin eğitim düzeylerinin ve BİLSEM'in öğrencilerin matematik başarısı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma nicel ve nitel araştırma yöntemlerini birlikte içeren karma araştırmadır. Araştırmanın nicel boyutunda araştırma deseni olarak tarama modeli kullanılmış olup, evreni 2022-2023 yılında Sivas ilinde öğrenim gören 5. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem ise 2022-2023 yılında Sivas il merkezinde 5. sınıfta öğrenim gören öğrenciler arasından uygun örnekleme ile belirlenmiş olan 100 öğrencidir. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan, demografik bilgiler ve 6 maddeden oluşan anket kullanılmıştır. Verilerin analizinde spss programından yararlanılmıştır. Araştırmanın nitel boyutunda ise olgubilim deseni kullanılmış olup, çalışma grubunu nicel araştırmanın örneklem grubundan amaçsal örnekleme yoluyla seçilen 6 kişi oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından oluşturulmuş yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup veri analizi içerik analizi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın nicel boyutunda anket maddelerinden elde edilen bulgulara göre başarılı öğrencilerin, ekonomik durumlarının ve ebeveynlerinin eğitim düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırmanın nitel boyutunda yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara göre BİLSEM'in öğrencilerin matematik başarısı üzerinde olumlu etkisi olduğu da görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Başarı, BİLSEM, ekonomik durum, eğitim düzeyi, matematik,

FACTORS AFFECTING MATHEMATICS ACHIEVEMENT ACCORDING TO 5TH GRADE STUDENTS' OPINIONS

ABSTRACT

This study aims to determine the factors affecting the success of the mathematics course achievement according to 5th grade students' opinions. For this purpose, the effect of the economic situation of the family, the education levels of the parents and BİLSEM on the mathematics achievement of the students was examined. The research is a mixed research that includes quantitative and qualitative research methods together. In the quantitative dimension of the study, the survey model was used as the research design, and the population consisted of 5th grade students studying in Sivas in 2022-2023. The sample is 100 students determined by appropriate sampling among the 5th grade students studying in Sivas city center in 2022-2023. As a data collection tool, a questionnaire consisting of demographic information and 6 items prepared by the researchers was used. SPSS program was used in the analysis of the data. In the qualitative dimension of the research, the phenomenological design was used, and the study group consisted of 6 people selected from the sample group of the quantitative research by purposive sampling. A semi-structured interview form created by the researchers was used as a data collection tool and data analysis was carried out by content analysis. According to the findings obtained from the questionnaire items in the quantitative dimension of the study, it was observed that successful students had higher economic status and education levels of their parents. In addition, according to the findings obtained from the interviews conducted in the qualitative dimension of the research, BİLSEM had a positive effect on the mathematics achievement of the students.

Keywords: Achievement, BILSEM, economic status, education level, mathematics

1. GİRİŞ

Matematiğin geçmişten günümüze çok fazla tanımı yapılmış olmakla beraber, Altun'a (2006) göre matematik, hayatın soyutlanmış bir gösterim şekli iken; Aydın ve Doğan'a (2012) göre, problem kurabilme ve çözebilme, sistemli düşünebilme ve düşündüklerini ifade edebilme, analiz edebilme gibi üst düzey bir düşünme biçimidir. Bars (2012) matematiğin günlük hayattaki problemlerin çözülmesinde ve ülkelerin gelişmesinde önemli bir yer alarak insanların dünyayı daha iyi anlamlandırmasını ve bilinmezleri bilinir kılmasını sağladığını belirtir. Yüzyıllar boyu matematik için farklı tanımlamalar yapılmış ve matematik her zaman farklı alanlarda önemli bir yere sahip olmuştur. Geçmişten günümüze matematiğin tanımları ve ilişkilendirildiği bilim dalları değişse de hayatımızdaki önemi ve eğitim sistemindeki ağırlığı her zaman hissedilmiştir. Türkiye'de her yıl yüz binlerce öğrenci hedeflerini gerçekleştirmek için çeşitli sınavlara girerek en iyi liseler veya üniversiteler için yarışmaktadır. Bu yarışın en önemli adımlarını da ortaokuldan liseye geçişte girdikleri Liselere Giriş Sınavı (LGS) ve liseden üniversiteye geçişte girdikleri Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) oluşturmaktadır. Bu sınavlardaki soru ve bu soruların puan ağırlıklarına bakıldığında ise LGS'de Türkçe, Matematik, Fen (20 soru) (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2023); YKS de ise Matematik, Türkçe (40 soru) olarak görülmektedir (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi [ÖSYM], 2023). Bu ve benzeri ulusal düzeyde yapılan sınavların yanında ayrıca uluslararası düzeyde de matematik başarısını belirlemeye yönelik sınavlar yapılmaktadır. Bunlara örnek olarak Uluslararası Eğitim Başarısını Değerlendirme Kurumu (IEA) tarafından 4 senede bir uygulanan Uluslararası Fen ve Matematik Eğilimleri Araştırması (TIMMS) ve İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ülkeleri tarafından 3 senede bir uygulanan Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (PISA) bunlara örnek olarak verilebilir (Akkaş ve Toluk Uçar, 2020).

Matematik eğitimi olmadan bir ülkenin kalkınmasından, gelişmesinden, bilim ve teknolojide ilerlemesinden bahsedilemez (Işık, Çiltaş ve Bekdemir, 2008). Matematiğin insanlık için bu kadar önemli olması tabii ki öğrencilerde de velilerde de matematiğin zihnindeki imajını şekillendirmede büyük bir rol üstlenmektedir. Toplumda, matematiğin çok önemli olduğu fakat işlemlerden ve hesaplamalardan oluşan, sadece zeki insanların matematik yapabildiği gibi birçok olumsuz düşünce mevcuttur (Uçar, Pişkin, Akkaş ve Taşçı, 2010). Bu olumsuz düşünceler öğrencilerin zihnindeki matematik imajını etkilemektedir. Matematik eğitiminde karşılaşılan başarısızlıkların temel nedenlerinden birinin de bu olumsuz düşünceler ve öğrencilerin zihninde oluşturulan kötü imaj olduğu söylenebilir (Baykul, 2014; Usta, 2014). Aydın ve Doğan (2012) matematiği olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilecek olan faktörleri; yaş, gelişim düzeyi, ilgi ve ihtiyaçlar, zekâ düzeyi, çevre, öğretmen, okula başlama yaşı ve tutum olarak özetlemişlerdir. Ayrıca yapılan araştırmalarda öğrencinin kişilik özelliklerinin, zekâ düzeyinin, öğretmenin ve öğrencilerin derse karşı tutumlarının matematik başarısını etkilediği de ortaya koyulmuştur (Usta, 2014).

Matematik başarısını etkileyen bu kadar çok faktör varken ve zekâ faktörü birçok çalışmada yerini alırken üstün yetenekli öğrencilere verilen eğitimin önemi de sorgulanmaktadır. Her ülkede olduğu gibi ülkemizde de geçmişten günümüze üstün yetenekli öğrencilerin eğitimine önem verilmekte ve yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır (Oruç ve Çağır, 2022). Üstün yetenekli öğrenciler için yapılan en önemli çalışmalardan biri de Bilim Sanat Merkezi (BİLSEM)' lerin açılması olmuştur. Ülkemizde birçok şehirde BİLSEM bulunmakta ve üstün

yetenekli öğrenciler için eğitim vermektedir. BİLSEM'in temel amaçları arasında yer alan; yaratıcı düşünme, keşif, icat, yapıcı, sorun çözme gibi beceriler (Bilsem Yönergesi, 2019), kuşkusuz öğrencilerden beklenen matematik becerilerini de akla getirmektedir. Albayrak, Tarım ve Baypınar (2022) özel yetenekli öğrencilere verilecek matematik eğitiminin ülkelerin kalkınmasında önemli bir role sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Yapılan bazı araştırmalar matematik başarısında zekânın yanı sıra cinsiyet faktöründen de bahsedildiği görülmüştür (Akkaş ve Uçar, 2020). Koğar (2015) 2012 PİSA sonuçları üzerinde yaptığı araştırmada cinsiyet, sosyal, ekonomik, kültürel durum ve matematiğe ayrılan zaman gibi bağımsız değişkenlerin matematik okuryazarlığı üzerinde etkisi olduğunu göstermiştir. Ayrıca Yıldırım (2019) TİMMS 2011 sonuçları üzerinde yaptığı çalışmada sosyoekonomik statünün ve ebeveyn katılımının matematik başarısı üzerindeki etkisini göstermiştir. Alanyazın incelendiğinde 5. sınıf öğrenci görüşleri incelenerek yapılan araştırma sayısının çok az olduğu görülmektedir (Duman 2006; Yenilmez ve Duman, 2008). Bu sebeple araştırmamızda da 5. sınıf öğrenci görüşleri ve karne notlarına göre matematik başarısını etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda: "5. Sınıf görüşlerine göre matematik başarısını etkileyen faktörler nelerdir?" problemine yönelik aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır.

1. Ailenin ekonomik durumunun matematik başarısı üzerinde etkisi var mı?

2. Ebeveynlerin eğitim düzeylerinin matematik başarısı üzerinde etkisi var mı?

3. BİLSEM'in öğrencilerin matematik başarısı üzerinde etkisine yönelik öğrenci görüşleri nelerdir?

2. YÖNTEM

Bu araştırmada hem nicel hem de nitel araştırma yöntemlerini içeren karma araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Alkan, Şimşek ve Erbil'e (2019) göre karma yöntemde, nicel ve nitel araştırma yöntemlerine ait olan uygun teknikler bütüncül olarak bir arada kullanılır.

2.1. Araştırmanın Nicel Boyutu

2.1.1. Araştırma Deseni

Araştırmanın nicel boyutunda tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelleri geçmişte var olan veya halen devam eden bir olayı olduğu şekliyle betimler (Karasar, 2014). "Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır." (Karasar, 2014, s.77).

2.1.2. Evren ve Örneklem

Nicel araştırmanın evrenini 2022-2023 yılında Sivas ilinde öğrenim gören 5. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem ise Sivas il merkezinde bulunan 5. sınıf öğrencilerinden, iki okuldan seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme ile seçilen 100 öğrenciden oluşmuştur. Uygun örneklemede araştırmacı kendisine daha yakın ve elverişli durumları tercih

eder (Kılıç, 2013). Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri aşağıdaki Tablo-1 de gösterilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Değişken	Kategoriler	n	%
Cinsiyet	Kız	35	35
	Erkek	65	65
	Toplam	100	100
Anne Eğitim durumu	İlkokul	23	23
	Ortaokul	25	25
	Lise	28	28
	Üniversite	20	20
	Lisansüstü	4	4
	Toplam	100	100
Baba Eğitim Durumu	İlkokul	17	17
	Ortaokul	22	22
	Lise	23	23
	Üniversite	30	30
	Lisansüstü	8	8
	Toplam	100	100
Ailenin Toplam Geliri	0-8000	16	16
	8001-16000	48	48
	16001-24000	26	26
	24001 ve üstü	10	10
	Toplam	100	100
Karne Notu	1-25	1	1
	26-50	11	11
	51-75	24	24
	76-100	64	64
	Toplam	100	100

Tablo 1'de verilen veriler incelendiğinde araştırmanın örneklem grubunda 100 öğrenci olduğu görülmektedir. Grubun %35' ini (n=35) kız öğrenciler %65'ini (n=65) erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Grubun anne eğitim düzeyleri incelendiğinde annelerin %23'ünün (n=23) ilkokul, %25'inin (n=25) ortaokul, %28'inin (n=28) lise, %20'sinin üniversite (n=20) ve %4'ünün (n=4) lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu görülür. Babaların eğitim düzeyinin ise; %17 (n=17) ilkokul, %22 (n=22) ortaokul, %23 (n=23) lise, %30 (n=30) üniversite %8 (n=8) ise lisansüstü olduğu görülmektedir. Ailelerin toplam gelirleri incelendiğinde %16'sının (n=16) 0-8000tl, %48'inin (n=48) 8001tl-16000tl, %26'sının (n=26) 16001tl-24000tl, %10'unun (n=10) ise 24001tl ve üstünde olduğu görülür. Öğrencilerin karne notları ise, % 1'i (n=1) 1-25 puan aralığında, %11'i (n=11) 26-50 puan aralığında, %24'ü (n=24) 51-75 puan aralığında %64'ü (n=64) ise 76-100 puan aralığında yer almaktadır.

2.1.3. Veri Toplama Araçları

Nicel verileri toplamak için araştırmacılar tarafından hazırlanan "5. Sınıf Öğrenci Görüşlerine Göre Matematik Başarısını Etkileyen Faktörler Anketi" (bkz Ek 1) kullanılmıştır. Kapsam geçerliği için Eğitim Bilimlerinde görev yapmakta olan 3 öğretim üyesinin ve MEB'de görev yapan 1 Türkçe ve 2 matematik öğretmenin uzman görüşü alınıp en son hali oluşturulmuştur.

Demografik bilgiler ve altı maddeden oluşan anket seçilen örneklem grubuna yüzyüze uygulanmıştır.

2.1.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS programı kullanılarak frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır.

2.2. Araştırmanın Nitel Boyutu

2.2.1. Araştırma Deseni

Nitel araştırma desenlerinden olgubilim deseni kullanılmıştır. Olgubilim bir veya birden çok kişinin yaşanmış deneyimlerinin ortak anlamlarıdır (Creswell, 2013). Ayrıca bu yöntemde görüşme tekniğine başvurulmuştur. Karasar'a (2014) göre görüşme, bireylerden sözlü olarak yüzyüze veya anında sesli ve görüntülü iletişim araçlarıyla bilgi toplamaktır.

2.2.2. Çalışma Grubu

Nitel boyutun çalışma grubu, nicel araştırmanın örneklem grubundan amaçsal örnekleme çeşitlerinden benzeşik örnekleme yoluyla seçilmiştir. Benzeşik örnekleme maksimum çeşitliliğin tam tersine küçük, homojen belirli bir alt grubu derinlemesine tanımlamakta kullanılır (Yağar ve Dökme, 2018). Çalışma grubunda BİLSEM'e devam eden 5. sınıf öğrencilerinden 6 öğrenci yer almıştır. Çalışma grubunun demografik özellikleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Çalışma Grubunun Demografik Özellikleri

Öğrenci kod isimleri	Cinsiyet	BİLSEM'e devam ettiği yıl	Karne notu
Ö1	Kız	1	96
Ö2	Kız	3	99
Ö3	Erkek	2	97
Ö4	Erkek	4	100
Ö5	Erkek	2	98
Ö6	Erkek	2	99

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların %33,3'ü (n=2) kız ve %66,6'sı (n=4) erkek olmak üzere 6 öğrenciden oluştuğu görülmektedir. Katılımcılardan %16,6' sının (n=1) 1 yıldır, %50'sinin (n=3) 2 yıldır, %16,6'sının (n=1) 3 yıldır ve %16,6'sının (n=1) da 4 yıldır BİLSEM'e devam ettiği görülmektedir. Ayrıca matematik dersi ortalaması 96, 97,98 ve 100 olan birer öğrenci, 99 olan iki öğrenci olduğu da görülmektedir.

2.2.3. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup (bkz Ek-2) görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Görüşme soruları 3 adet olarak hazırlanmış ve bir matematik alan uzmanının yardımıyla bir soru eklenerek 4 adet olarak son hali verilmiştir. Görüşmeler ortalama 3'er dakika, toplamda 19dk 42sn sürmüştür.

2.2.4. Verilerin Analizi

Görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. "İçerik analizi; bir veya birçok metin içindeki sözcüklerin, kavramların temaların, deyimlerin karakterlerin veya

cümlelerin varlıklarını belirlemek ve onları sayıya dökmek için kullanılır.”(Kızıltepe, 2015, s.253).

3. BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgular nicel ve nitel bulgular olmak üzere iki ayrı başlık altında aşağıda sunulmuştur.

3.1. Araştırmanın Nicel Bulguları

Araştırmanın nicel boyutunda 1. ve 2. alt problemlere cevap aranmıştır.

1.Ailenin ekonomik durumunun matematik başarısı üzerindeki etkisi

Bu başlık altında anketlerden elde edilen nicel veriler aşağıda Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Ailenin Toplam Aylık Gelirine Göre Öğrencilerin Matematik Ortalamaları

	Ortalaması 75 ve altında olanlar **n** **%**	**Ortalaması 75 üstünde olanlar** **n** **%**
0TL-8000TL	7 %18,9	8 %12,6
8001TL-16000TL	21 %56,7	28 %44,4
16001TL-24000TL	5 %13,5	21 %33,3
24001TL ve üstü	4 %10,8	6 %9,5
Toplam	37 %100	63 %100

Tablo 3 incelendiğinde ortalaması 75 ve altında olan öğrencilerin % 18,9'unun (n=7) 0-8.000 TL aralığında, %56,7'sinin (n=21) 8001- 16.000 TL aralığında, %13,5'inin (n=5) 16.001 - 24.000 TL aralığında, %10,8'inin (n=4) 24.001TL ve üstünde olduğu görülmektedir. Ortalaması 75 üstünde olan öğrenciler incelendiğinde %12,6'sının (n=8) 0-8.000 TL aralığında, %44,4'ünün (n=28) 8001- 16.000 TL aralığında, %33,3'ünün (n=21) 16001- 24.000 TL aralığında, %9,5'inin (n=6) 24.001 TL ve üstünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara bakarak ortalaması 75'in altında olan öğrencilerin %24,3’ünün aylık toplam gelirinin 16.000 TL'nin üstünde olduğu, ortalaması 75 üstünde olan öğrencilerin ise %42,8'inin aylık toplam gelirinin 16.000 TL'nin üstünde olduğu görülmektedir. Bu bulgularla başarısı yüksek olan öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelirinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3’ten elde edilen bulgulara ışık tutmak için anket sorularına verilen cevaplar Tablo 4’ te gösterilmiştir.

Tablo 4. Ailenin Toplam Aylık Gelirine Göre Anket Sorularına Verilen Cevaplar

	16000TL ve altında olanlar		**16000TL üstünde olanlar**	
	Evet **n** **%**	**Hayır** **n** **%**	**Evet** **n** **%**	**Hayır** **n** **%**
Evinizde bilgisayar var mı?	35 %54,6	29 %45,3	32 %88,8	4 %11,1
Evinizde internet bağlantısı var mı?	56 %87,5	8 %12,5	36 %100	0 %0
Anneniz veya babanız matematik ödevlerinize yardımcı oluyor mu?	35 %54,6	29 %45,3	11 %30,5	25 %69,4
Okul kaynakları dışında evde ayrıca kullandığınız matematik kaynağınız var mı?	53 %82,8	11 %17,1	36 %100	0 %0
Kaçırdığınız veya anlamadığınız herhangi bir matematik dersi için EBA ve benzeri dijital eğitim araçlarını kullanıyor musunuz?	31 %48,4	33 %51,5	24 %66,6	12 %33,3
Evde matematik algını geliştirebilecek herhangi bir matematik veya zekâ oyunu var mı?	32 %50	32 %50	24 %66,6	12 %33,3

Tablo 4 incelendiğinde toplam aylık geliri 16.000 TL ve altında olan öğrencilerden % 54,6'sının (n=35) evinde bilgisayar olduğu ve %45,3'ünün (n=29) evinde bilgisayar olmadığı, %87,5'inin (n=56) evinde internet olduğu, %12,5'inin (n=8) evinde internet olmadığı, %54,6'sının (n=35), anne veya babasının matematik ödevlerine yardımcı olduğu %45,3'ünün (n=29) yardımcı olmadığı, %82,8'inin (n=53) evinde okul kaynakları dışında matematik kaynağı olduğu %17,1'inin okul kaynakları dışında matematik kaynağı olmadığı, %48,4'ünün (n=31) dijital eğitim araçlarını kullandığı %51,5'inin (n=33) dijital eğitim araçlarını kullanmadığı, %50'sinin (n=32) evinde matematik algısını geliştiren zeka oyunu olduğu %50'sinin (n=32) evinde ise matematik algısını geliştirecek zeka oyunu olmadığı görülmektedir. Ayrıca ailesinin aylık toplam geliri 16.000 TL üstünde olan öğrencilerin cevapları incelendiğinde %88'inin (n=32) evinde bilgisayar olduğu %11,1'inin (n=4) evinde bilgisayar olmadığı %100'ünün (n=36) evinde internet olduğu %30,5'inin (n=11) anne veya babasının matematik ödevlerine yardım ettiği %69,4'ünün (n=25) ödevlere yardım etmediği, %100'ünün (n=36) evinde okul kaynakları dışında matematik kaynağı olduğu, %66,6'sının (n=24) dijital eğitim araçlarından faydalandığı %33'ünün (n=12) dijital eğitim araçlarından faydalanmadığı, %66,6'sının (n=24) evinde matematik algısını geliştiren zeka oyunu olduğu, %33,3'ünün (n=12) ise evinde matematik algısını geliştiren zeka oyunu olmadığı görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda maddi düzeyi 16000TL'den yüksek olan ailelerin çocuklarının dijital eğitim araçlarından ve basılı kaynaklardan, ayrıca derse ilişkin algılarını geliştiren oyunlardan daha fazla faydalandığı söylenebilir. Ayrıca bu öğrencilerin bilgisayara ve internete ulaşım oranı da maddi düzeyi 16.000 TL altında olan öğrencilerin bilgisayar ve internete ulaşma düzeyinden daha yüksek olduğu görülmektedir.

2. Ebeveynlerin eğitim düzeyinin matematik başarısı üzerindeki etkisi

Bu başlık altında anketlerden elde edilen nicel veriler aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Matematik Ortalamalarına Göre Ebeveynlerin Eğitim Düzeyi

	Ortalaması 75 ve altında olanlar		Ortalaması 75 üstünde olanlar	
	Anne eğitim düzeyi n %	Baba eğitim düzeyi n %	Anne eğitim düzeyi n %	Baba eğitim düzeyi n %
İlkokul	15 %40,5	12 %32,4	8 %12,6	5 %7,9
Ortaokul	15 %40,5	14 %37,8	10 %15,8	8 %12,6
Lise	5 %13,5	6 %16,2	22 %34,9	18 %28,5
Üniversite	2 %5,4	5 %13,5	19 %30,1	24 %38,0
Lisansüstü	0 %0	0 %0	4 %6,3	8 %12,6
Toplam	37 %100	37 %100	63 %100	63 %100

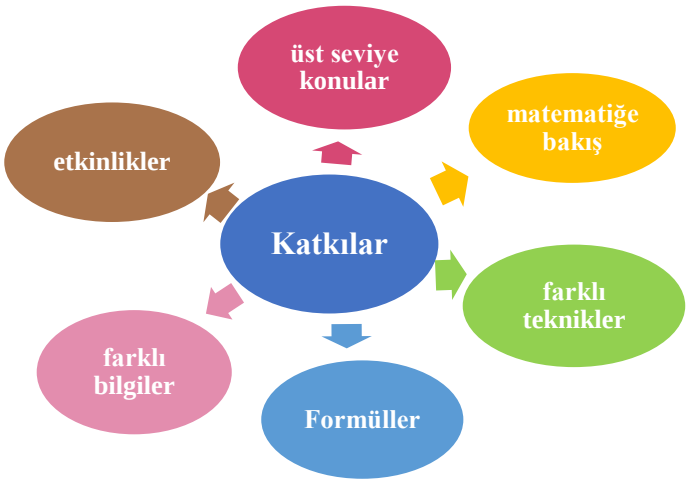
Tablo 5'teki veriler incelendiğinde ortalaması 75 ve altında olan öğrencilerin %81'inin (n=30) annesinin ilkokul veya ortaokul düzeyinde %70,2'sinin (n=26) babasının ilkokul veya ortaokul düzeyinde olduğu görülmektedir. Ortalaması 75 ve altında olan öğrencilerin %18,9'unun (n=7) annesi lise veya üniversite düzeyinde, %29,7'sinin (n=11) babasının lise veya üniversite düzeyinde olduğu görülmektedir. Lisansüstü düzeyde ise anne veya baba bulunmamaktadır. Ortalaması 75 üstünde olan öğrencilerin ise %28,4'ünün (n=18) annesinin ilkokul veya ortaokul düzeyinde, %20, 5'inin (n=13) babasının ilkokul veya ortaokul düzeyinde olduğu görülmektedir. Ortalaması 75 üstünde olan öğrencilerin %65,0'nın (n=41) annesi lise veya üniversite düzeyinde, %66,5'inin (n=42) babasının lise veya üniversite düzeyinde olduğu görülmektedir. Ayrıca %6,3'ünün annesi (n=4) ve %12,6'sının (n=8) babası lisansüstü eğitim düzeyindedir. Bu bulgular doğrultusunda ortalaması 75 üstünde olan öğrencilerin ebeveynlerinin eğitim düzeyinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

3.2. Araştırmanın Nitel Bulguları

Bu başlık altındaki bulgular görüşmelerdeki nitel verilerden elde edilmiş ve 3. alt probleme bu veriler doğrultusunda cevap aranmıştır.

3. BİLSEM'in öğrencilerin matematik başarısı üzerindeki etkisi

Elde edilen verilerden "BİLSEM' de Alınan Eğitimin Matematik Başarısına Katkıları" temasına ulaşılmış ve bu tema altında yer alan kodlar Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. BİLSEM' de Alınan Eğitimin Matematik Başarısına Katkıları

Şekil 1 incelendiğinde yapılan görüşmelerde öğrenciler genel olarak BİLSEM'de daha üst düzey matematik dersi gördüklerini, farklı bilgiler öğrendiklerini, farklı teknikler ve formüller kullandıklarını bunların da okuldaki derslere yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılardan biri (Ö4 kodlu) görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir.

" *Hocam öncelikle oradaki matematik dersinde bizim kat kat üstümüzü öğreniyoruz. Mesela biz geçen hafta Cuma günü Pick teoremini öğrendik yani alan hesaplamada farklı bir teori. Ama mesela buraya baktığımızda alanı normal bir şekilde hesaplıyoruz bence olumlu bir katkısı var."* (Ö4)

Benzer şekilde başka bir öğrenci şunları belirtmiştir.

"*Bazen kendi 5. sınıf konularımızdan işliyoruz, bazen farklı konulardan yapıyoruz kriptoloji falan onlarla ilgili bazı hikayeler falan hazırlıyor hoca onlardan işliyoruz. Bence başarımı etkiliyor hocam çünkü orda bazı etkinlikler yapıyoruz, bulmaca falan yapıyoruz o yüzden onları seviyorum hocam bulmacaları…Hocam şimdi şöyle burada (okulda) öğrendiklerimin üstüne orada da bir şeyler öğreniyorum sonra buradakiler daha kolay geliyor.*(Ö5)

Öğrenci görüşleri incelendiğinde genel olarak öğrencilerin BİLSEM'de daha eğlenceli ve etkinlikli ders işledikleri söylenebilir. Ayrıca daha üst seviyeden konular işledikleri ve bu öğrendiklerini de okulda ve günlük hayatta kullandıkları söylenebilir. Ayrıca öğrenciler günlük hayattaki matematiği anlamalarını geliştirdiğini de belirtmişlerdir.

4. TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Birinci alt probleme yönelik elde edilen bulgular sonucunda matematik başarısı yüksek öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelirinin, matematik başarısı daha düşük olan öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelirinden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda elde

edilen bulgular aylık toplam geliri daha yüksek olan ailelere sahip öğrencilerin internet, bilgisayar, dijital ve basılı eğitim araçlarına ulaşma oranının, aylık toplam geliri düşük olan ailelere sahip olan öğrencilere oranla daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç Şengönül'ün (2013) araştırmasıyla tutarlılık göstermektedir. Araştırmacı çalışmasında yüksek ekonomik statüdeki ailelerin çocuklarının başarılı olması yönünde yapabildiği birçok yatırımın, çocukların başarısını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca bu bulgu Ahıska, Yörük ve Doğan'ın (2023) sonuçlarıyla örtüşmektedir. Araştırmacılar ailenin maddi gücünün arttıkça öğrenme kayıplarının belirli oranlarda azaldığını ve maddi gücün azaldıkça öğrenme kayıplarının arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Bu bağlamda eğitimde fırsat eşitliğini sağlamak adına öğrencilerin dijital ve basılı eğitim araçlarına ulaşımının ücretsiz hale getirilmesi önerilebilir.

İkinci alt probleme ait bulgular doğrultusunda ortalaması 75 üstünde olan öğrencilerin ebeveynlerinin eğitim düzeyinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuç Çanakçı ve Özdemir'in (2015) sonuçlarıyla örtüşmektedir. Araştırmacılar baba ve annenin eğitim düzeyi artıkça öğrencinin matematik başarısının da arttığını gözlemlemişlerdir. Aynı şekilde Ural ve Çınar (2015) araştırmalarının sonucunda anne ve baba eğitim düzeyi arttıkça öğrencilerin matematik karne notlarının da arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmalardan elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin akademik başarılarını artırmak için velilerin de eğitim seviyesini artırmaya özen gösterilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Velileri düzenli olarak geliştirmek adına milli eğitim müdürlükleri ve okullar tarafından sene başından planlanan seminerler düzenlenmesi önerilebilir.

Araştırmanın nitel boyutuna ait bulgular incelendiğinde öğrencilerin BİLSEM'de daha eğlenceli ve etkinlikli ders işledikleri, öğrendikleri bilgileri günlük hayatta kullandıkları, bu bilgilerin matematiği daha iyi anlamlandırmalarını sağladığı, ortaya çıkmıştır. Alanyazında BİLSEM'e devam eden öğrencilerin tutumlarına yönelik çeşitli araştırmalar mevcuttur (Ceylan, Ermiş ve Yıldız, 2018; Doğan ve Çetin, 2018; Hızlı, 2013). Buna karşın öğrenci görüşlerine başvuran araştırma sayısı çok sınırlıdır. Yapılan araştırma sonuçları BİLSEM öğrencilerinin Matematik dersine karşı genel olarak olumlu tutum geliştirdiğini ortaya koymuştur. Kartal (2021) araştırmasında BİLSEM'e devam eden öğrencilerin matematiğe karşı genel olarak olumlu tutum geliştirdikleri sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmacılara, alanyazına katkı sağlamak adına BİLSEM öğrencilerinin görüşlerine başvuran nitel araştırmalar yaparak katkıda bulunmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

Ahıska, H., Yörük, S. ve Doğan, F.(2023). Öğrenme kayıplarıyla ailenin eğitim düzeyi ve ekonomik olanakları arasındaki ilişki. *Ardahan Üniversitesi İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi Dergisi, 8, 63-79.*

Akkaş, E. ve Toluk Uçar, Z.(2020). Toplumun matematik hakkındaki düşünceleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, 11(2), 473-491*

Albayrak, H., Tarım, K. ve Baypınar, K.(2023). Özel yetenekli öğrencilerin matematik okuryazarlığı öz -yeterlik algıları ile matematik okuryazarlığı başarılarının incelenmesi. *Trakya Eğitim Dergisi, 13(1), 115-127.*

Alkan,V., Şimşek, S. ve Armağan Erbil, B.(2019). Karma yöntem: Öyküleyici alanyazın incelemesi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi, 7(2), 559-582.*

Altun, M.(2006). Matematik öğretiminde gelişmeler. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 19(2), 223-238.*

Aydın, B. ve Doğan M.(2012). Geçmişten günümüze matematik öğretimi önündeki engeller.

Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(2), 88-95.

Bars, M.(2012). *İlköğretim II. kademede matematik başarısını etkileyen faktörlere ilişkin öğrenci görüşlerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi.*(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.

Ceyhan, C.,Ermiş, G. ve Yıldız, G.(2018). Özel yetenekli öğrencilerin bilim teknoloji matematik(STEM) eğitimine yönelik tutumları. İnternational Congress on Gifted and Talented Education November 1-3, Malatya: İnönü Üniversitesi, 64-75.

Creswell, C. W.(2013). *Nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Siyasal Yayıncılık

Çanakçı, O. ve Özdemir, A.(2015). Matematik Başarısı ve Anne–Baba Eğitim Düzeyi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 7(25), 19-36.*

Doğan, A. ve Çetin, A.(2018). Üstün yetenekli öğrencilerin matematik problemi çözme tutumuna ve süreçlerine yönelik algılarının incelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi, 7(4), 510-533.*

Duman, A.(2006). *İlköğretim öğrencilerinin matematik başarısını etkileyen faktörlerin öğrenciler ve öğretmenler açısından değerlendirilmesi*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Hızlı, E.(2013). *Üstün zekalı ve yetenekli çocukların matematik tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi.*(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Işık, A., Çiltaş, A. ve Bekdemir, M.(2008). Matematik eğitiminin gerekliliği ve önemi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 17, 174-184.*

Karasar, N.(2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık

Kartal, R.(2021). *Bilsem ortaokul öğrencilerinin matematiğe yönelik tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi.* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Kılıç, S.(2013). Örnekleme Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders, 3(1), 44-46.*

Kızıltepe, Z.(2015). İçerik analizi. F. N. Seggie ve Y. Bayburt (Eds.), *Nitel araştırma yöntem teknik, analiz ve yaklaşımları* (ss.253-266). Ankara: Anı Yayıncılık

Koğar, H.(2015). Pisa 2012 matematik okuryazarlığı etkileyen faktörlerin aracılık modeli ile incelenmesi. *Eğitim ve Bilim Dergisi, 40(179), 45-55.*

Oruç, Ş. ve Çağır S.(2022). Bilim ve sanat merkezleri üzerine yapılan akademik çalışmaların değerlendirilmesi. *Türkiye Eğitim Dergisi, 7(2), 398-412.*

Şengönül, T.(2013). Sosyal sınıfın boyutları olarak gelirin, eğitimin ve mesleğin ailelerdeki sosyalleştirme-eğitim süreçlerine etkisi. *Eğitim ve Bilim Dergisi, 38(167), 128-143.*

Toluk Uçar, Z., Pişkin, M., Akkaş, E. ve Taşçı, D.(2010). İlköğretim öğrencilerinin matematik, matematik öğretmenleri ve matematikçiler hakkındaki inançları. *Eğitim ve Bilim Dergisi, 35(155), 131-144.*

Ural, A. ve Çınar, F.(2015). Anne ve babanın eğitim düzeyinin öğrencinin matematik başarısına etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3(4), 42-57.*

Usta, N.(2014). Bartın ili ortaokullar arası matematik yarışmasına katılan öğrencilere göre matematikte başarılı olmalarını sağlayan faktörler. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2), 153-173.*

Yağar, F. ve Dökme S.(2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi, 3(3), 1-9.*

Yenilmez, K. ve Duman, A.(2008). İlköğretimde matematik başarısını etkileyen faktörlere ilişkin öğrenci görüşleri. *Sosyal Bilimler Dergisi, 19, 251-268.*

Yıldırım, S.(2019). Matematik başarısını yordama: Sosyoekonomik statü, ebeveyn katılımı ve öz-güvenin rolü. *Eğitim ve Bilim Dergisi, 44(198), 99-113.*

EKLER

Ek 1. Anket

Kıymetli öğrenciler;

Bu anket, 5. Sınıf Öğrencilerinin Matematik Dersindeki Başarısını Etkileyen Faktörleri belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Anket sonuçlarında grup, genel olarak değerlendirilecektir ve isminizi yazmanıza gerek yoktur. Dolayasıyla sorulara içtenlikle ve doğru bir şekilde cevap vermeniz beklenmektedir. Aşağıdaki sorulardan size uygun olan seçeneği işaretleyiniz. Ayıracağınız zaman ve katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Kader KARTAL

Matematik Öğretmeni

Bölüm 1 Demografik Özellikler

1) Cinsiyet : Kız (.....) Erkek (.....)

2) Annenizin eğitim durumu
(.....) İlkokul
(.....) Ortaokul
(.....) Lise
(.....) Üniversite
(.....) Lisansüstü

3) Babanızın eğitim durumu
(.....)İlkokul
(.....)Ortaokul
(.....)Lise
(.....)Üniversite
(.....)Lisansüstü

4) Ailenizin aylık toplam geliri

(.....)(0₺-8000₺) (.....)(8001₺-16000₺) (.....)(16001₺-24000₺) (.....)(24001₺ ve üstü)

5) 1. Dönem matematik karne notunuz

(.....) (1-25) (.....)(26- 50) (.....)(51- 75) (.....)(76-100)

Bölüm 2 Anket soruları

Aşağıdaki tabloda size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

Sorular	**Evet**	**Hayır**
Evinizde bilgisayar var mı?		
Evinizde internet bağlantısı var mı?		
Anneniz veya babanız matematik ödevlerinize yardımcı oluyor mu?		
Okul kaynakları dışında evde ayrıca kullandığınız matematik kaynağınız var mı?		
Kaçırdığınız veya anlamadığınız herhangi bir matematik dersi için EBA ve benzeri dijital eğitim araçlarını kullanıyor musunuz?		
Evde matematik algını geliştirebilecek herhangi bir matematik veya zekâ oyunu var mı?		

Ek 2. Görüşme Formu

YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

Merhaba……
Ben Kader KARTAL matematik öğretmeniyim. Bir araştırma yapıyorum ve araştırmamın amacı 5. Sınıf öğrenci görüşlerine göre matematik başarısını etkileyen faktörleri belirlemek. Bu amaç doğrultusunda 5. Sınıf öğrencileri ile görüşmeler yapıyorum. Öncelikle görüşmeyi kabul ettiğin için teşekkür ediyorum. Eğer senin için de bir sakıncası yoksa görüşmelerimizi kayıt altına alacağım. Görüşmeye başlayalım mı?

Tarih: 06.06.2023
Başlama saati:
Bitiş saati:
Görüşme yeri: Okul görüşme odası
Katılımcı kodu:

Sorular:

1. BİLSEM'e ne zaman başladın? Kaç yıldır BİLSEM'e devam ettiğini açıklayabilir misin?
2. BİLSEM'de kaç saat matematik dersin olduğunu, dersin içeriğini ve dersi nasıl işlediğinizi açıklayabilir misin?
3. BİLSEM' de eğitim almanın matematik başarısı üzerinde etkisi var mı? Açıklayabilir misin?
4. BİLSEM'de aldığın matematik eğitimi senin matematiğe bakış açını geliştirdi mi? Bu konu hakkında ne düşünüyorsun? Açıklayabilir misin?

Katılımın için çok teşekkür ederim.

ORTAOKULDA İNGİLİZCE DERSİNDE AKILLI TAHTA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRENCİ TUTUMLARININ VE ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kübra LALE
Cumhuriyet Üniversitesi, - 0009-0003-2693-221X
Prof.Dr., Şenel ELALDI
Cumhuriyet Üniversitesi, - 0000-0003-0780-4207

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, ortaokulda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrencilerin tutumlarının ve öğretmen görüşlerinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda karma yöntem kullanılan bu çalışmanın nicel boyutunda tarama deseni, nitel boyutunda olgubilim deseni kullanılmıştır. Nicel boyutta, çalışmanın evreni Sivas ili ve ilçelerinde öğrenim gören ortaokul öğrencileri oluşturmuş örneklemi ise, 2022-2023 eğitim öğretim yılında Sivas'ın Gölova ilçesinde MEB'e bağlı bir ortaokulda öğrenim görmekte olan 5, 6 ve 7.sınıf öğrencilerinden basit rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 50 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmanın nitel kısmında çalışma grubu aynı ilde MEB'e bağlı ortaokullarda görev yapan 15 İngilizce öğretmeninden oluşmuştur. Nicel veriler araştırmacılar tarafından hazırlanan anket yardımıyla nitel veriler ise yarı yapılandırılmış görüşme formuyla toplanmıştır. Nicel analiz için SPSS programıyla frekans yüzde değerleri hesaplanmış; nitel analiz için içerik analizi kullanılmıştır. Nicel bulgularda öğrenciler en yüksek oranda "Akıllı tahtada oynadığım etkileşimli oyunlar ile kelime öğrenmenin daha eğlenceli olduğunu düşünüyorum" maddesine katılım gösterirken, nitel bulgularda akıllı tahta kullanımının dil gelişimine ve derse katılımın artmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. İngilizce öğretmenlerinin dil becerilerini geliştiren uygulamalara derslerinde daha fazla yer vermesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Tahta, İngilizce dersi, öğrenci tutumu, öğretmen görüşleri

AN EXAMINATION OF STUDENT ATTITUDES AND TEACHERS' OPINIONS TOWARDS THE USE OF SMART BOARDS IN SECONDARY SCHOOL ENGLISH LESSONS

ABSTRACT

This study aimed to examine students' attitudes and teachers' opinions towards the use of smart boards in secondary school English lessons. For this purpose, in this mixed method study, survey design was used in the quantitative dimension and phenomenological research was used in the qualitative dimension. In the quantitative dimension, the population of the study consisted of secondary school students studying in Sivas province and its districts, and the sample consisted of 50 students selected by simple random sampling method from 5th, 6th and 7th grade students studying in a secondary school affiliated with the Ministry of Education in the Gölova district of Sivas in the 2022-2023 academic year. In the qualitative part of the research, the study group consisted of 15 English teachers working in secondary schools

affiliated with the Ministry of Education in the same province. Quantitative data were collected through a survey prepared by the researchers, and qualitative data were collected with a semi-structured interview form. While frequency percentage values were calculated with the SPSS program for quantitative analysis, content analysis was used for qualitative analysis. In the quantitative findings, the distribution showed the highest rate of participation in the section "I think learning words is more fun with the interactive games I play on the smart board" while in qualitative findings, it was concluded that the use of smart boards contributed to language development and increased participation in the lesson. It is suggested that English teachers include more applications that improve language skills in their lessons.

Key Words: Smart Board, English lesson, Student attitude, Teacher opinions

1. GİRİŞ

Eğitim, bilgi toplumlarının temelini oluştururken, günümüzde bilgi teknolojilerinin etkisiyle daha da önem kazanmıştır. Teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte toplumun yapısında değişim kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu nedenle, eğitim sistemimizin toplumun ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlemesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bilgi çağına elverişli, bilgi toplumlarının özelliklerini göz önünde bulundurarak bireyleri yetiştirmek zorunluluğu doğmuştur. Toplumun gereksinimleri doğrultusunda bireyler yetiştirmek eğitimin bir amacı olduğundan, öğrencileri bilgi çağına uygun olarak hazırlamak önemlidir (Aydın, 2003). Son zamanlarda öne çıkan ve en büyük etkileri hissettiğimiz iki kavramdan bahsetmek gerekirse, birincisi değişim, diğeri ise teknoloji ve özellikle kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerdir. Bu kavramlar, yaşamımızda geçici birer ayrıntı veya moda olmaktan çok, geleceğimizi şekillendirmede büyük bir rol oynuyor (Ünsal, 2005). Bilgi çağının gerekliliklerini karşılamak için eğitim sistemimizi dönüştürmesi gerekmektedir çünkü teknolojinin etkisiyle toplum yapısında değişim kaçınılmaz hale gelmiştir. Eğitim, bilgi toplumlarının ihtiyaçlarına uygun olarak bireyleri yetiştirmek amacıyla bilgi çağına uygun şekilde düzenlenmelidir. Bu noktada, bilişim teknolojileriyle oluşturulan bilgi topluluklarının zamana ve mekana bağlı olmaksızın etkileşim içinde olduğu ve bilginin dijital bir ortamda üretildiği ve paylaşıldığı görülmektedir. Teknolojinin sürekli olarak değiştiği bir devrim yaşanırken, eğitim sistemimizin de bu değişime ayak uydurması önemlidir (Odabaşı vd., 2012; Ünsal, 2005).

Bilişim teknolojileri tarafından oluşturulan bilgi toplulukları, zamana ve mekana bağlı olmaksızın etkileşim içindedir. Bu sayede mesafelerin kısalıp bilginin üretimi ve paylaşımı, yeniden tanımlandığı dijital bir ortamda gerçekleşir. Teknolojinin bu deneyimlerdeki rolü sürekli olarak değişir. Bu durumda, başlangıç zamanını unutacak kadar hızlı bir devrim yaşandığı gerçeği ön plana çıkar (Odabaşı vd., 2012). Bilgi ve iletişim teknolojileri aygıtları arasında, bilgisayar özellikle en göze çarpan bir konumdadır. Bilgisayar, çeşitli sektörlerde yaygın bir şekilde kullanıldığı gibi eğitim sektöründe de büyük ölçüde benimsenmiştir. Etkileşimli tahta, projeksiyon cihazı ve okullarda kullanılan emsal araçlar, bilgisayarın paylaşılan bir kullanımıyla çalışan teknolojilerdir. Bu nedenle, bilgisayarların eğitim alanında etkin bir şekilde yer alıp, öğretim sürecine dahil edildiği söylenebilir (Dikmen ve Tuncer, 2018). Bilgisayarların ortaya çıkmasıyla birlikte eğitimde Bilgisayar Destekli Öğretim (BDÖ)

yöntemleri başlatılmıştır. Eğitimde teknolojik imkanlardan faydalanma amacıyla yapılan çalışmalarda bir artış tespit edilmiştir (Akgün, Yücekaya ve Dışbudak, 2016).

Ülkemizde, Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından yürütülen pek çok teknolojik imkan barındıran projeler ile Temel Eğitim Projesi, İnternete Erişim Projesi, Bilgisayarsız Okul Kalmasın Projesi, Eğitimde İş Birliği Projesi ve son olarak uygulamaya geçen Fırsatları Arttırma Teknolojiyi İyileştirme Hareketi (FATİH) projesi gibi büyük ve kapsamlı projeleri eğitimle buluşturduğunu söyleyebiliriz. Bu projelerin gerçekleştirilmesiyle yetkililer, bilgisayar kullanımının yaygınlaştırılması konusunda önemli adımlar atıldığını da belirtilebilir (İslamoğlu, Ursavaş ve Reisoğlu, 2015). Ülkemizde, eğitim ve öğretimde fırsat eşitliğini sağlamayı ve okullardaki teknolojiyi geliştirmeyi hedefleyen FATİH Projesi, bilişim teknolojilerinin derslerde etkin bir şekilde kullanılması için başlatılmıştır. Bu proje, öğrenme-öğretme sürecinde daha fazla duyusal deneyim sağlamak amacıyla, eğitimde bilişim teknolojileri araçlarının aktif olarak kullanılmasını amaçlamaktadır (Fatih Projesi, 2023). FATİH projesi, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen ve Ulaştırma Bakanlığı tarafından desteklenenmiş olup, 2010 yılında imzalanan bir protokol ile başlatılmış ve öncelikli hedef kitlesi öğretmenler ve öğrencilerden oluşmaktadır (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB] Faaliyet Raporu, 2010). FATİH projesi ile eğitimde kara tahtadan akıllı tahtaya geçiş süreci elbetteki kolay olmayan bir süreç olmuştur. Bu sürecin kolay olmasını, öğretmenlerin araştıran ve istekli bir yapıya sahip olmaları önemlidir (Baki, Yalçınkaya, Özpınar ve Uzun, 2009). Bu süreçte öğretmenlerin araştıran ve istekli bir yapıya sahip olmaları, teknolojinin hızla ilerlediği bir dünyada öğrencilere en üst düzeyde eğitim ve öğretim standartlarını sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır (Baki vd., 2009; Ekici, 2008). Günümüzdeki öğrenciler, hızla ilerleyen, iletişimin hızlı olduğu, yeniliklerin hızla ortaya çıktığı ve daha ileri teknolojilere yer açtığı bir dünyada büyüyorlar. Teknolojinin hızla değişmesi, okulların ve kurumların öğrencilere veya çalışanlara sürekli olarak en üst düzeyde eğitim ve öğretim standartlarını sağlamaları açısından son derece önemlidir (Ekici, 2008). Ayrıca, bilgiye aç ve istekli gençlerin soyut konularla sıkılmasını engellemek ve okulu bir gelişim kaynağı olarak algılamalarını sağlamak için mevcut eğitim sisteminin dönüştürülmesi ve bilgi aktarımı-alımı şeklinin değiştirilmesi gerekmektedir (Ekici, 2008; Stoica, Paragina, Paragina, Mirona ve Jipa, 2011).

Bilimin disiplinlere ve alt disiplinlere ayrılması, bu alanlar arasındaki organik bağların vurgulanmadan ayrı ayrı öğretilmesi, bilgiye aç ve istekli genç kişilerin soyut konularla sıkılmasına ve okulu yalnızca bir diploma elde etmek için bir zorunluluk olarak görmesine neden olurken, bilgi ve gelişim kaynağı olarak algılanmasını engellemektedir. Dolaylı olarak ima edilen sonuç, mevcut eğitim sisteminin dönüştürülmesi ve bilgi aktarımı-alımı şeklinin değiştirilmesi gerektiğidir (Stoica vd., 2011). Bu durum, özellikle ilk ve ortaokuldaki İngilizce dersi alan öğrenciler için geçerlidir. Bu öğrenciler, İngilizce dersini dil öğrenme ve kendilerini geliştirme amacıyla değil, sadece bir ders olarak görürler. Bu sebeple, etkileşimli tahtaların kullanılması, öğretmenlerin ve öğrencilerin konuşma ve dinleme becerilerini desteklemek için etkileyici görsel ve işitsel içerikler sunmada önemli bir adım oluşturur. Özellikle ana dili İngilizce olan öğretmenlerin bulunmadığı durumlarda, etkileşimli tahtalar öğrencilere her derste ana dili İngilizce olan konuşmacılara erişim imkanı sağlar (Gömleksiz ve Aslan, 2018).

Akıllı tahtalar, dil sanatlarının öğretiminde öğretmenlere öğrenci odaklı bir yaklaşım sunar. Dil sanatları öğretmenleri, etkileşimli tahtaları kullanarak okuma ve anlama becerilerini

geliştirme imkanına sahiptir ve dilbilgisi ve yazma konularını öğretebilir. Bir akıllı tahta ile öğretmenler, video, ses, web gezintisi ve kelime işleme gibi öğeleri birleştirerek öğrencilere etkileşimli bir şekilde ders verebilirler (Chhabra, 2012). Akıllı tahtalar, farklı öğrenme stillerine uyum sağlayabilir. Dokunsal öğrenenler tahtaya dokunarak ve işaretleyerek fayda sağlayabilir, işitsel öğrenenler sınıf tartışmasına katılabilir, görsel öğrenenler ise tahtada yer alanları görüp derse katılım sağlayabilir (Bell, 2002). Akıllı tahtalar, yabancı dil öğretim sürecini üç temel şekilde destekler: sınıfta etkileşim ve konuşma sağlar; yeni kültürel ve dilbilgisel unsurların sunumunda yardımcı olur; ve sözlü becerileri teşvik eder (Al-Saleem, 2012).Yine Gerard, Widener ve Greene'e (1999) göre, akıllı tahtalar, yabancı dil öğretim sürecini üç ana başlıkta destekler; yeni dilbilimsel ve kültürel unsurların sunumuna yardımcı olur, sınıf ile etkileşimi destekler ve öğretmenin organizasyon becerilerini geliştirir. Akıllı tahta, öğrenmeyi çeşitli şekillerde etkiler, bunlar arasında sınıfta öğrencilerin katılım düzeyini artırma, öğrencileri motive etme ve öğrenmeye olan hevesi teşvik etme bulunur. Etkileşimli tahta, birçok farklı öğrenme stiline destek sağlar ve çeşitli öğrenme ortamlarında kullanılır. Akıllı tahta, öğrenme sürecinde önemli roller üstlenir (Al-Faki ve Khamis, 2014).

Ortaokulda görev yapan İngilizce öğretmenlerinin ortaokulda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrenci tutumlarının ve öğretmen görüşlerinin incelenmesini konusuna ilişkin literatür taraması yapıldığında bu konu başlığı ile ilgili bir araştırma bulunamamıştır. Fakat bu çalışmaya kaynak olabilecek bazı çalışmalar bulunmuştur ve bu çalışmaların çoğu nitel yöntem temel alınarak yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmalar, Gömleksiz ve Aslan (2018) ortaokulda görev yapan İngilizce öğretmenlerinin etkileşimli tahta kullanımına dair görüşleri; Güven ve Vural (2017) tarafından yapılan "İlkokullarda görev yapan İngilizce öğretmenlerinin akıllı tahta kullanımına ilişkin öz değerlendirmeleri"; Büyükyavuz ve İnal (2012) tarafından yapılan "Ders kitabına dayalı eğitimden teknoloji destekli eğitime geçiş: İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına ilişkin öğretmen ve öğrenci görüşleri"; Şen (2013) tarafından yapılan "İlkokul birinci kademe İngilizce öğretiminde akıllı tahta kullanımının öğrenci başarısına etkileri"; Çalışkan (2019) tarafından yapılan "Ortaokul 5 ve 6. sınıf öğrencilerinin ve İngilizce öğretmenlerinin İngilizce öğretiminde etkileşimli tahtaya ilişkin görüşlerinin incelenmesi "olarak sıralanabilir.

Bu araştırmanın amacı ortaokulda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrenci tutumlarının ve öğretmen görüşlerinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrenci tutumları nasıldır ? ve İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik İngilizce öğretmenlerinin görüşleri nelerdir? sorularına cevap aranmıştır. Araştırmanın alt problemleri aşağıda verilmiştir:

Öğrencilerin;

1. Akıllı tahta kullanımına yönelik tutumları nelerdir?

Öğretmenlerin;

1. Derslerde akıllı tahta kullanımı ile ders işlemenin yabancı dil becerisine etkisine yönelik görüşleri nelerdir?

2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin metodolojiye yer verilmiştir. Bu kapsamda, araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin analizine ilişkin bilgiler araştırmanın amacı çerçevesinde sunulmuştur.

2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, ortaokulda görev yapan İngilizce öğretmenlerinin ortaokulda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrenci tutumlarının ve öğretmen görüşlerinin incelenmesini ilişkin sahadan veriler toplanarak detaylı bir şekilde incelenmesi amacıyla karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu modelin temel varsayımı, araştırmacının istatistiksel eğilimleri (nicel veriler), anekdotlar ve bireysel yaşantılar (nitel veriler) gibi farklı kaynakları bir araya getirerek, araştırma sorununu daha iyi anlamak için bu yöntemlerin ikisinin de aynı çalışmada kullanılmasıdır (Creswell, 2021).

2.1.1. Nicel Aşama

Araştırmanın öğrencilere uygulanan kısmında nicel araştırma yönteminden tarama deseni kullanılmıştır. Tarama araştırmaları, genellikle daha büyük örneklem gruplarında gerçekleştirilen bir yöntemdir. Bu yöntem, katılımcıların fikirleri, algıları, yetenekleri, tutumları, ilgileri gibi tasvir edici özellikleri belirlemeye yöneliktir. Bu tür çalışmalar, bir olay veya konu hakkında insanların görüşlerini toplamayı amaçlar ve genellikle diğer araştırmalarla karşılaştırıldığında daha kapsamlıdır (Fraenkel, Wallen ve Hyun, 2012).

2.1.1.1. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni Sivas ili ve ilçelerinde öğrenim gören ortaokul öğrencileridir. Örneklemi ise, 2022-2023 Eğitim Öğretim yılında Sivas'ın Gölova ilçesinde MEB'e bağlı bir ortaokulda öğrenim görmekte olan 5, 6 ve 7.sınıfa devam eden basit seçkisiz örnekleme yöntemi (Cohen, Manion ve Morrison, 2007) ile çalışmaya dahil edilen 50 öğrenciden oluşmuştur. Öğrencilerin demografik bilgileri Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Ortaokul Öğrencilerinin Demografik Bilgileri

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Erkek	20	40
	Kız	30	60
Yaş	10	15	30
	11	14	28
	12	9	18
	13 ve üzeri	12	24
Sınıf	5	18	32
	6	18	32
	7	14	28
Toplam		50	100

Tablo 1'e göre, örneklem grubunun %40'ı (n=40) erkek , %60'ı (n=60) ise kızdır. Yaş bilgileri; %30'unu (n=30) 10 yaş, %40'ını (n=40) 11 yaş, %18'ini (n=18) 12 yaş, %24'ünü (n=24) ise 13 ve üzeri yaştaki öğrenciler yer almaktadır. Sınıf düzeylerinde ise; 5. ve 6. sınıf öğrencileri % 32 (n=32) katılım sağlarken, 7. sınıf öğrencilerinin %28'i (n=28) katılım sağladığına ulaşılmaktadır.

2.1.1.2. Veri Toplama Araçları

Çalışmanın bu aşamasında veri toplama aracı olarak 'Ortaokul Kademesindeki Öğrencilerin İngilizce Dersinde Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi' adlı araştırmacılar tarafından geliştirilen ve 10 maddeden oluşan anket kullanılmıştır (Bkz. Ek 1). Kapsam geçerliliği için Eğitim Bilimlerinde görev yapmakta olan 3 öğretim üyesinin ve MEB'de görev yapan 2 Türkçe öğretmenlerinin uzman görüşü alınıp en son hali oluşturulmuştur. Anket 5'li Likert şeklinde "Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum*"* oluşturulmuştur.

2.1.1.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS programı kullanılarak frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır.

2.1.2. Nitel Aşama

Çalışmanın bu bölümünde ortaokul İngilizce dersine giren İngilizce öğretmenlerinin derslerinde akıllı tahta kullanımına dair görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Olgubilim deseni, günlük hayatımızda aşina olduğumuz ancak tam olarak anlamını açıklayamadığımız mevcut olguların ayrıntılı bir şekilde araştırılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

2.1.2.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın nitel kısmında çalışma grubunda, Sivas ilinde MEB'e bağlı ortaokullarda İngilizce branşında görev yapan 15 öğretmenden oluşmaktadır. Creswell (2013) tarafından belirtildiği üzere, olgubilimsel araştırmada katılımcıların olguyla ilgili deneyime sahip kişiler olması gerekmektedir. Bu kapsamda, katılımcıların ortaokulda görev yapmakta olan akıllı tahta tecrübesine sahip İngilizce öğretmenlerinden seçilmiştir. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Kıdem (yıl)	Branş
Ö1	Kadın	12	İngilizce
Ö2	Kadın	4	İngilizce
Ö3	Kadın	4	İngilizce
Ö4	Kadın	5	İngilizce
Ö5	Kadın	4	İngilizce
Ö6	Erkek	7	İngilizce
Ö7	Kadın	4	İngilizce
Ö8	Kadın	4	İngilizce
Ö9	Kadın	10	İngilizce
Ö10	Kadın	5	İngilizce
Ö11	Kadın	4	İngilizce
Ö12	Kadın	4	İngilizce

Ö13	Erkek	6	İngilizce
Ö14	Erkek	8	İngilizce
Ö15	Kadın	12	İngilizce

Tablo 2'e göre katılımcıların tamamının cinsiyet dağılımı ve branşı İngilizcedir. Mesleki kıdemleri 4-12 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların 12'si kadınken 3'ü erkektir. Görüşlerin aktarılmasında gizlilik unsuru gözetildiği için katılımcıların isimleri belirtilmemiş ve rastgele kodlar verilmiştir. Bu bağlamda katılımcılar "Ö" olarak kodlanmış olup katılımcılara "Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14, Ö15" şeklinde numaralar verilmiştir.

2.1.2.2. Veri Toplama Aracı

Çalışmanın nitel kısmında veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır (Bkz. Ek 2). Creswell'e (2013) göre, nitel araştırma yöntemiyle yapılan araştırmalarda, araştırmacılar için önemli ölçüde katkı sağlayan ve faydalı bir veri girdi-çıktısının oluşmasına imkan oluşturan açık uçlu sorular içeren yarı yapılandırılmış görüşme formlarının kullanılması gerekmektedir. Katılımcılara sunulacak olan yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorular daha nitelikli bir hale gelmesi için 2 Eğitim Bilimleri öğretim üyesinin ve 2 İngilizce öğretmeninin uzman görüşünden faydalanılarak hazırlanmıştır. Hazırlanan soruların yazım ve imla kurallarına göre hazırlanması da öncelikler arasındadır. Bu kısımda da bilen bir gözden fayda alınması için bir Türkçe öğretmeni tarafından gözden geçirilip formun son hali oluşmuştur. Sonrasında, katılımcılara araştırmanın amacına ve gizliliğine yönelik açıklama yapılıp katılıp katılmayacakları sorulmuştur. Gönüllü olarak katılmak isteyen katılımcılara görüşme formu yöneltilmiştir. İlçede yer alan 11 öğretmen ile yüz yüze görüşme sağlanarak gerçekleştirilirken; ilçe dışında bulunan diğer 4 öğretmen ile video konferans yöntemi ile görüşme sağlanmıştır.

2.1.2.3. Verilerin Analizi

Creswell (2013) tarafından belirtildiği üzere, nitel araştırmalarda veri analizi evresi, verilerin düzenlenmesi, ardından kodlama yapılması ve kodların birleştirilmesiyle temalara ulaşmayı ve son olarak tablolar veya şekiller şeklinde sunmayı hedefler. Bu çalışmada, araştırma verilerinin analizi için içerik analiz yöntemi kullanılarak değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2011) tarafından ifade edildiği üzere, içerik analiz yöntemi temelde benzerlik gösteren verilerin belirli kavramlar ve temalar içinde sınıflandırılıp yorumlanmasını içerir. Bu kapsamda, ortaokulda görev yapmakta olan İngilizce öğretmenlerin verdiği bilgiler ışığında elektronik ortamda Word belgesine aktarılan sorulara karşılık cevaplanan ifadelerden en küçük birim olan kodlara ulaşılmıştır. Ardından kodlar bir araya getirilip kategorilere, kategorilerden de temalar elde edilmiştir. Bu aşamalar neticesinde, içerik analizi süreci tamamlanmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgular nicel ve nitel bulgular olmak üzere iki ayrı başlık altında aşağıda sunulmuştur.

3.1. Nicel Bulgular

Araştırmaya dahil olan örneklem grubunun ‘ Ortaokul Kademesindeki Öğrencilerin İngilizce Dersinde Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi’ adlı 10 soruluk ankete verdikleri cevaplar yüzdelik ve frekans hesaplaması ile Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Anket Soruları

Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Anket Soruları	1*	2*	3*	4*	5*
	f	f	f	f	f
	%	%	%	%	%
1.Akıllı tahta ile İngilizce dersinde farklı aksanları konuşan kişileri dinledikçe daha iyi anladığımı düşünüyorum.	-	2	7	18	23
	-	4	14	36	46
2. Akıllı tahta ile İngilizce dersinin daha verimli olduğunu düşünüyorum.	-	-	14	16	20
	-	-	28	32	40
3.Akıllı tahtada oynadığım etkileşimli oyunlar ile kelime öğrenmenin daha eğlenceli olduğunu düşünüyorum.	-	-	-	9	41
	-	-	-	18	82
4. Akıllı tahtada öğretmenimin açtığı sunumlar ile derslerin daha ilgi çekici olduğunu düşünüyorum.	4	6	5	25	10
	8	12	10	50	20
5.Akıllı tahtada ders işlerken elektrikler kesinti olduğunda dersten ve ders konusundan uzaklaşıyorum.	17	11	10	6	6
	34	22	20	12	12
6.Bazen akıllı tahtada olan görüntü bozuklukları ve güneş ışığının yansımalarının akıllı tahtayı görmemde olumsuz etkiye sahip olduğunu düşünüyorum.	2	7	3	10	9
	4	14	6	24	18
7. Test çözerken ya da etkinlik yaparken akıllı tahtanın kullanılması ile kağıt ve zamandan tasarruf ettğimi düşünüyorum.	3	2	13	13	19
	6	4	26	26	38
8.Akıllı tahtanın elektrik tüketimi artırdığını düşünüyorum.	6	9	17	12	6
	12	18	34	24	12
9.Akıllı tahta kullandığımız derslere daha fazla katılmak istiyorum.	4	4	7	17	18
	8	8	14	34	36
10. Akıllı tahta kullandığımız dersleri daha dikkatli dinliyorum.	-	2	11	20	17
	-	4	22	40	34

* 1: Kesinlikle Katılmıyorum ; 2: Katılmıyorum ; 3:Kararsızım ; 4: Katılıyorum ; 5: Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3'e göre, "Akıllı tahta ile İngilizce dersinde farklı aksanları konuşan kişileri dinledikçe daha iyi anladığımı düşünüyorum" seçeneğine katılımcıların %46'sı (f=23) *Kesinlikle Katılıyorum* seçeneğini işaretlerken %46'sı (f=23) *Kesinlikle Katılmıyorum* seçeneğini herhangi bir katılımcı işaretlememiştir. "Akıllı tahta ile İngilizce dersinin daha verimli olduğunu düşünüyorum " seçeneğine katılımcıların %40'ı (f=20) *Kesinlikle Katılıyorum* derken *Kesinlikle Katılmıyorum* seçeneğini herhangi bir katılımcı işaretlememiştir. Katılımcıların %82'i (f=41) "Akıllı tahtada oynadığım etkileşimli oyunlar ile kelime öğrenmenin daha eğlenceli olduğunu düşünüyorum" seçeneğini en yüksek oranda *Kesinlikle Katılıyorum* olarak işaretlemiştir. Katılımcıların "Akıllı tahtada öğretmenimin açtığı sunumlar ile derslerin daha ilgi çekici olduğunu düşünüyorum" maddesini %50'si (f=25) *Katılıyorum* olarak işaretlerken %8'i (f=4) *Kesinlikle Katılmıyorum* olarak cevaplandırmıştır. "Akıllı tahtada ders işlerken kesinti olduğunda dersten ve ders konusundan uzaklaşıyorum" seçeneğinde tüm cevap seçenekleri katılımcılar tarafından işaretlenmiş olup en yüksek değer %34 (f=17) ile *Kesinlikle Katılmıyorum* olmuştur. "Bazen akıllı tahtada olan görüntü bozuklukları ve güneş ışığının yansımalarının akıllı tahtayı görmemde olumsuz etkiye sahip olduğunu düşünüyorum" seçeğinde tüm cevap seçenekleri katılımcılar tarafından işaretlenmiş olup en yüksek değer %38 (f=19) *Kesinlikle Katılıyorum* olurken *Katılıyorum* ve *Kararsızım* cevapları % 26 (f=13) ile eşit olarak cevaplanmıştır. "Test çözerken ya da etkinlik yaparken akıllı tahtanın kullanılması ile kağıt ve zamandan tasarruf ettğimi düşünüyorum" seçeneğinde en yüksek işaretlenen cevap %38 (f=19) ile *Kesinlikle Katılıyorum* olmuştur. "Akıllı tahtanın elektrik tüketimi artırdığını düşünüyorum" seçeneğinde en yüksek işaretlenen %34 (f=17) *Kararsızım* iken diğer cevap seçenekleri birbirine yakın olarak cevaplanmıştır. "Akıllı tahta kullandığımız derslere daha fazla katılmak istiyorum" seçeneğine katılımcıların %36'sı (f=18) *Kesinlikle Katlıyorum* seçeneğini işaretlerken *Kesinlikle Katılmıyorum* ve *Katılmıyorum* seçenekleri %8 (f=4) olarak eşit cavaplandırılmıştır. "Akıllı tahta kullandığımız dersleri daha dikkatli dinliyorum." seçeneğini *Kesinlikle Katılmıyorum* cevabına hiçbir öğrencinin vermediği görülmekteyken; en yüksek değer %40 (f=20) ile *Katılıyorum* olarak cevaplandırmıştır.

3.2. Nitel Bulgular

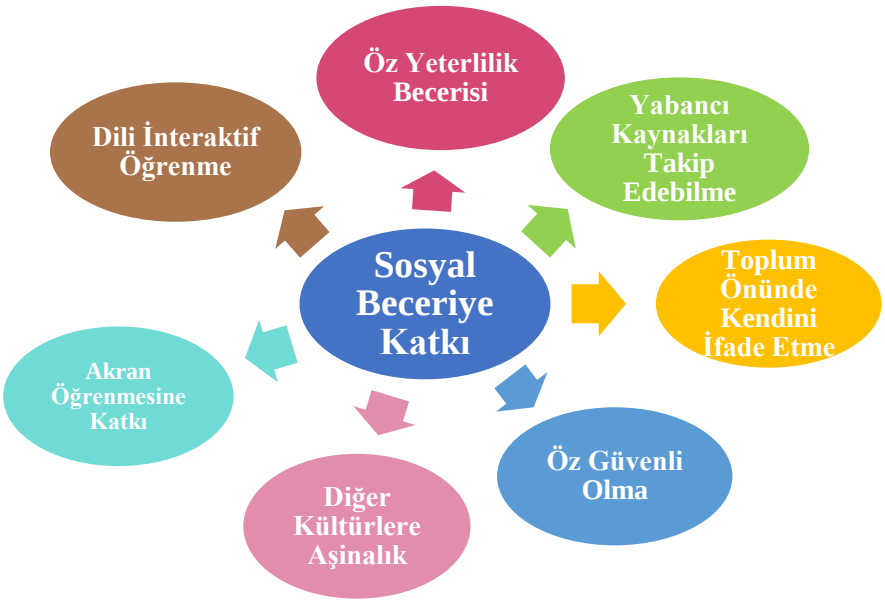
Katılımcılarla yapılan yarı-yapılandırılmış görüşmelerin analizi sonucunda, Dil Gelişimine Katkı ve Sosyal Beceriye Katkı temaları oluşturulmuştur. Temanın özelliklerine dair açıklamalar doğrudan alıntılar ile desteklenerek aşağıda sunulmuştur. Öğretmelerin görüşleri neticesinde ulaşılan tema ve kodlar Şekil 1' ve Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 1. Derslerde Akıllı Tahta Kullanımın Yabancı Dil Becerisine Sağladığı Faydaya Dair Görüşler

Şekil 1'de belirtildiği gibi, öğretmenlerin "Dersleri akıllı tahta kullanımı ile işlemenin yabancı dil becerisine nasıl bir fayda sağladığını düşünüyorsunuz? "sorusuna verdiği cevaplar ile *Dil Gelişimine Katkı* teması oluşturulmuştur. Tema sonucunda ortaya çıkan kodlar ise şöyledir: "*Görsel ve İşitsel Beceriyi Artırma*", "*Yeni Konuya Merak Duygusu Uyandırma*", "*Dilin Somut Hale Gelmesi*", "*Farklı Aksanlara Aşinalık*", "*Dilin Gerçek Kullanımını Görme*", "*Otantik Materyaller İle Etkinlikler*" ifadeleridir. Ö5 kodlu katılımcının bu soruya verdiği cevap aşağıda doğrudan alıntı olarak verilmiştir:

Yabancı dil öğretiminde 4 dil becerisinin (reading, writing, listening ve speaking) doğru ve anlaşılır şekilde derse entegre edilmesi gerekiyor. Buna imkan sağlayacak en güzel araçlar da şüphesiz akıllı tahtalar. Hem erişim açısından hem pratiklik açısından biz öğretmenlerin yardımcısı görevi görüyor. Özellikle konuşma becerisinin gelişmesi için doğru telaffuzların tekrar edilebilir şekilde işitilmesi önemli faydalar sağlıyor. Akıllı tahtalar sayesinde zenginleştirilmiş farklı farklı içeriklere ulaşmak ve görsel ve işitsel olarak öğrencilere sunmak özellikle dil öğretiminde çok önemli bir rol oynuyor. (Ö5)



Şekil 2. Derslerde Akıllı Tahta Kullanımın Sosyal Beceresiye Sağladığı Katkıya Yönelik Görüşler

Şekil 2'de belirtildiği gibi, öğretmenlerin "Dersleri akıllı tahta kullanımı ile işlemenin yabancı dil becerisine nasıl bir fayda sağladığını düşünüyorsunuz? "sorusuna verdiği cevaplar ile *Sosyal Beceriye Katkı* teması da oluşturulmuştur. Tema sonucunda ortaya çıkan kodlar ise şöyledir: "*Öz Yeterlilik Becerisi"*, "*Akran Öğrenmesine Katkı", "Toplum Önünde Kendini İfade Etme", "Öz Güvenli Olma", "Diğer Kültürlere Aşinalık"*, "*Yabancı Kaynakları Takip Edebilme" İle "Dili İnteraktif Öğrenme"* ifadeleridir. Ö12 kodlu katılımcının bu soruya verdiği cevap aşağıda doğrudan alıntı olarak verilmiştir:

Öğrencilerin katılımına pozitif etkisi olduğunu; işitsel ve görsel alanlarda pekiştireç olduğunu düşünüyorum. İşitsel anlamda öğrencinin telaffuzunu geliştirirken görsel ile kelime öğrenmede kalıcılık sağlıyor. Öğrenci kendini daha kolay ve öz güvenli olarak arkadaşlarına ifade edebiliyor. Hata yapma oranlarının duydukça azaldığını ve kelimeleri telaffuz etmenin zor olmadığını öğrenci anlıyor.(Ö12)

4. TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada ortaokulda görev yapan İngilizce öğretmenlerinin İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrenci tutumlarının ve öğretmen görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın nicel kısmında öğrencilerden elde edilen bulgular ışığında olumlu tutum sergiledikleri ortaya çıkmıştır.

Akıllı tahtada oynadığım etkileşimli oyunlar ile kelime öğrenmenin daha eğlenceli olduğunu düşünüyorum, düşüncesi ankette öğrencilerin neredeyse tamamı eğlenceli olduğu düşüncesindedir. Akıllı tahtada kullanılan interaktif oyunlar kelime öğretimi açısından zenginleştirilmiş bir içerik sunar ve böylelikle öğrenciler derste aktif olur. Katılımlı öğrenme ile öğrenim aktif bir süreç haline gelir. Gündoğdu (2014) çalışmasında, dijital olarak sunulan

her şey öğrenciler tarafından kolayca anlaşılıp kullanılabildiği ve akıllı tahtaların zengin multimedya içerikleri sayesinde dersin sıkıcı bir şekilde işlenmesini önlediği, daha canlı ve renkli bir ders deneyimi sunduğunu ifade etmiştir.

Akıllı tahta kullandığımız derslere daha fazla katılmak istiyorum, seçeneğinde öğrenciler derse daha fazla katılmak istedikleri düşüncesindedir. İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımının öğrencilerin motivasyonunu ve derse katılım isteğini açıkça artırdığı görülmektedir. Öğrenciler akıllı tahta ile işlenen derslere daha fazla katılmak istemektedir. Benzer şekilde, Akçayır'ın (2011) çalışmasında da akıllı tahtanın öğrencilerin motivasyonu üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir.

Akıllı tahtada ders işlerken elektrikler kesinti olduğunda dersten ve ders konusundan uzaklaşıyorum, seçeneğinde öğrenciler dersten uzaklaşmadıkları düşüncesindedirler. Bu yanıt ise öğretmenlerin derse hazırlıklı geldiğini, konuya hakim olduğunu ve istenmeyen durum karşısında sınıf hakimiyetine ve ders hakimiyetine sahip olduklarını kısacası dersi devam ettirme yetkinliğine sahip olduğunu göstermektedir. Polat ve Özcan'ın (2014) çalışmasında, eğer öğretmenler, akıllı tahta kullanımına başlamadan önce bu sorunlar hakkında bilgilendirilir ve kullanım konusunda deneyim kazanırlarsa, akıllı tahtadan daha fazla fayda sağlama şansına sahip olabileceklerini ifade etmişlerdir. Bu ifade de öğrencilerin cevaplarını desteklemektedir.

Akıllı tahta ile işlenen derslerin öğrenciler tarafından yeterince ilgi ile takip edilip edilmediği yönünde görüşleriniz nedir? verilen cevaplar neticesinde ortak ulaşılan karar akıllı tahtanın aktif olduğu dersler her zaman daha keyifli, daha eğlenceli ve öğrencinin daha aktif ve katılmaya hevesli olduğu dersler olmaktadır. Öğrenciyi olumlu olarak etkilemektedir sonucu ortaya çıkmaktadır. Kutluca ve Kum (2018) yaptıkları çalışmada öğrencilerin akıllı tahta ile yeni şeyler öğrenme arzusunun arttığını belirtmişlerdir. Yine bu çalışmadan elde edilen sonuçlara paralel olarak Sancak (2017), akıllı tahta kullanımı ile işlenen derslerin daha eğlenceli geçtiği ve yeni öğrenilen bilgilerin daha kolay anlaşıp öğrenciyi motive ettiğini ifade etmektedir.

Dersleri akıllı tahta kullanımı ile işlemenin yabancı dil becerisine nasıl bir fayda sağladığını düşünüyorsunuz? verilen cevaplar neticesinde dili somut hale getirdiği, yeni konuya merak uyandırdığını, öz denetim sağlayabildiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu bağlamda akıllı tahta, öğrenci katılımını artırarak öğrenme isteğini ve motivasyonunu önemli ölçüde artırabilir. Bu sayede öğrenciler, dil öğrenme süreçlerinde kendi öğrenme stratejilerini belirlerken medya desteğinden faydalanmaya da daha fazla eğilim gösterecekler (Göçerler ve Çoraklı, 2019).

Araştırmanın nitel boyutunda öğretmenlerin akıllı tahta kullanımının öğrencilerin dil becerisi ve sosyal becerilerini artırdığı öğretmen görüşleri doğrultusunda ulaşılmıştır. Bu bağlamda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımının olumlu etkiler çıkardığı sonucu çıkmaktadır.

Çalışmanın ve literatürdeki çalışmaların verileri incelendiğinde, akıllı tahta kullanımın öğrenci tutumlarına ve öğretmen görüşlerine bakıldığında, dil becerilerinin gelişmesine katkı sağladığı, derslerin daha ilgi çekici hale geldiği, elektrik kesintisi gibi durumlarda dikkat dağılmasını büyük ölçüde etkilemediği, kaynaklardan ve zamandan tasarruf sağlandığı ve de derse olan motivasyonlarını artığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda, İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımı dört dil becerisinin (konuşma, yazma, dinleme ve okuma) gelişmesine katkı sağladığı bu katkı ışığında İngilizce öğretmenlerinin dil becerilerini geliştiren uygulamalara derslerinde daha fazla yer vermesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akçayır, M. (2011). *Akıllı tahta kullanarak işlenen matematik dersinin sınıf öğretmenliği birinci sınıf öğrencilerinin başarı, tutum ve motivasyonuna etkisi* [Yüksek Lisans Tezi] Gazi Üniversitesi, Ankara.

Akgün, M., Koru Yücekaya, G. ve Dısbudak, K. (2016). Türkiye' de akıllı tahta kullanımına yönelik araştırmalar: Bir içerik analizi çalışması. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi , 36 (1) , 0-0* .

Al-Faki, I. M. ve Khamis, A. H. A. (2014). Difficulties facing teachers in using interactive whiteboards in their classes. *American International Journal of Social Science, 3(2),* 136-158.

Al-Saleem, B. I. A. (2012). The Interactive Whiteboard in English as a Foreign Language (Efl) Classroom.. *European Scientific Journal, 8(3),* 126-134. Doi: https://doi.org/10.19044/esj.2012.v8n3p%25p

Aydın, B. (2003). Bilgi toplumu oluşumunda bireylerin yetiştirilmesi ve matematik öğretimi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2 (14),* 183–190.

Baki, A.,Yalçınkaya, H. A., Özpınar, İ. ve Uzun, S. Ç.(2009). İlköğretim matematik öğretmenleri ve öğretmen adaylarının öğretim teknolojilerine bakışlarının karşılaştırılması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 1 (1),* 67-85.

Beauchamp, G. (2004). Teacher use of the ınteractive whiteboard in primary schools: towards an effective transition framework. *Technology, Pedagogy and Education, 13(3).* 327-348.

Bell, M. A. (2002). Why Use an interactive whiteboard? A baker's dozen reasons. *Teachers. Nett Gazette 3(1).*

Büyükyavuz, O., ve Sevim, İ. Ders kitabına dayalı eğitimden teknoloji destekli eğitime geçiş: İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına ilişkin öğretmen ve öğrenci görüşleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *1*(33), 193-210.

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research method: Choosing among five approaches. California*: SAGE Publications

Creswell, J. W. (2021). *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş*. Sözbilir, M. (ed.). *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş (3.baskı, s., 21).* Pegem Akademi.

Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2007). *Research methods in education (6. bs.).* New York: Routledge/Taylor ve Francis Group.

Çalışkan, N. (2019). *Ortaokul 5 ve 6. sınıf öğrencilerinin ve İngilizce öğretmenlerinin İngilizce öğretiminde etkileşimli tahtaya ilişkin görüşlerinin incelenmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Amasya Üniversitesi, Amasya.

Dikmen, M. ve Tuncer, M. (2018). Bilgisayar destekli eğitimin öğrencilerin akademik başarıları üzerindeki etkisinin meta-analizi: Son 10 yılda yapılan çalışmaların incelenmesi . *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT) , 9 (1) , 97*-121 . DOI: 10.16949/turkbilmat.334733

Ekici, F. (2008). *Akıllı tahta kullanımının ilköğretim öğrencilerinin matematik başarılarına etkisi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*]*. Marmara Üniversitesi , İstanbul.

FATİH Projesi (2023). [Online] Retrieved January, 09, 2012 from http://fatihprojesi.meb.gov.tr/

Fraenkel, J. R., Wallen, N. ve Hyun, H. (2012). *How to design and evaluate research in education (8. bs.).* New York: McGraw-Hill.

Gerard, F., Widener, J. ve Greene, M. (1999). Using SMART board in foreign language classes. *The Society for Information Technology & Teacher Education International Conference,* San Antonio, TX.

Göçerler, H., ve Çoraklı, Ş. (2019). Yabancı dil derslerinde motivasyon, öğrenme stilleri ve medya kullanımı konularında akıllı tahtaların yeri. *R&S-Research Studies Anatolia Journal*, *2*(4), 72-82.

Gömleksiz, M. N. ve Aslan, S. (2018). Ortaokulda görev yapan ingilizce öğretmenlerinin etkileşimli tahta kullanımına dair görüşleri. *International Journal of Languages' Education and Teaching, 6(4).* 353-367. Doi: 10.18298/ijlet.3090

Gündoğdu, Tolga. (2014). Bir öğretme-öğrenme aracı olarak akıllı tahta. *The Journal of Academic Social Sciences, 2(6).* 392-392. Doi:10.16992/ASOS.342

Güven, H., ve Vural, R. A. (2017). İlkokullarda görev yapan İngilizce öğretmenlerinin akıllı tahta kullanımına ilişkin öz değerlendirmeleri. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *4*(2), 69-86.

İslamoğlu, H., Ursavaş, Ö. ve F., Resioğlu, İ. (2015). FATİH projesi üzerine yapılan akademik çalışmaların içerik analizi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 5(1), 161-183.

Kutluca, T., ve Tum, A. (2018). Matematik öğretiminde akıllı tahtaların kullanımında karşılaşılan zorluklar. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(40),* 183-207. doi:10.31795/baunsobed.492520

MEB Strateji Geliştirme Başkanlığı (2011). Faaliyet Raporu 2010. [Çevrim-içi: http://sgb.meb.gov.tr/ic_kontrol/Meb_faaliyet_raporu_2010.pdf

Odabaşı, H. F. , Mısırlı, Ö. , Günüç, S. , Timar, Z. Ş. , Ersoy, M. , Som, S. , Dönmez, F. İ. , Akçay, T. ve Erol, O. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter . *Anadolu Journal of Educational Sciences International , 2 (1)* , 89-103 .

Polat, S., ve Özcan, A. (2014). Akıllı tahta kullanımıyla ilgili sınıf öğretmenlerinin görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi, 22*(2), 439-455.

Sancak, E. (2017). *Eğitimde akıllı tahta kullanımı üzerine derleme çalışması.* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Stoica, D., Paragina, F., Paragina, S., Mirona, C. ve Jipa, A. (2011). Tthe ınteractive whiteboard and the ınstructional design in teaching physics. *Procedia Social and Behavioral Sciences 15,* 3316–3321.

Şen, M. (2013). *İlköğretim birinci kademe İngilizce öğretiminde akıllı tahta kullanımının öğrenci başarısına etkileri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] . İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Ünsal, S. (2015) Sosyalleşmede değişen roller: kitle iletişim araçları ve informal eğitimin artan önemi, *Kesit Akademi, 1 (2),* 59-72.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Seçkin.

Ek 1. Öğrenci Anketi

Değerli Katılımcı;

Bu araştırmanın amacı **ORTAOKUL KADEMESİNDEKİ ÖĞRENCİLERİN İNGİLİZCE DERSİNDE AKILLI TAHTA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRENCİ TUTUMLARININ BELİRLENMESİ** maddelerinin karşısında yer alan her seçenekten size göre en uygun olanını işaretleyiniz. Yardımlarınız için teşekkür eder, öğrenim hayatınızda başarılar dilerim.

1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

MADDE NO	1. Cinsiyetiniz? ☐ Erkek ☐ Kız 2. Yaşınız? ☐ 10 ☐ 11 ☐ 12 ☐ 13 ve üzeri 3. Sınıfınız? ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7	1	2	3	4	5
1	Akıllı tahta ile İngilizce dersinde farklı aksanları konuşan kişileri dinledikçe daha iyi anladığımı düşünüyorum.					
2	Akıllı tahta ile İngilizce dersinin daha verimli olduğunu düşünüyorum.					
3	Akıllı tahtada oynadığım etkileşimli oyunlar ile kelime öğrenmenin daha eğlenceli olduğunu düşünüyorum.					
4	Akıllı tahtada öğretmenimin açtığı sunumlar ile derslerin daha ilgi çekici olduğunu düşünüyorum.					
5	Akıllı tahtada ders işlerken kesinti olduğunda dersten ve ders konusundan uzaklaşıyorum.					
6	Bazen akıllı tahtada olan görüntü bozuklukları ve güneş ışığının yansımalarının akıllı tahtayı görmemde olumsuz etkiye sahip olduğunu düşünüyorum.					
7	Test çözerken ya da etkinlik yaparken akıllı tahtanın kullanılması ile kağıt ve zamandan tasarruf ettiğimi düşünüyorum.					
8	Akıllı tahtanın elektrik tüketimi artırdığını düşünüyorum.					
9	Akıllı tahta kullandığımız derslere daha fazla katılmak istiyorum.					
10	Akıllı tahta kullandığımız dersleri daha dikkatli dinliyorum.					

Ek 2. Öğretmen Görüşme Formu

ORTAOKULDA İNGİLİZCE DERSİNDE AKILLI TAHTA KULLANIMINA YÖNELİK VE ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Değerli katılımcı,

Bu anket ortaokulda İngilizce dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğrenci tutumlarının ve öğretmen görüşlerinin incelenmesi ilişkin veri toplamak için hazırlanmıştır. Anketten elde edilen veriler bilimsel bir çalışma için kullanılacaktır ve katılımcıların kimlik bilgileri gizli tutulacaktır. Çalışmanın sağlıklı bir şekilde ilerlemesi ve alana katkı sağlayabilmesi için lütfen sorulara mümkün olduğu kadar ayrıntılı cevaplar veriniz. Cevaplarınızı yaşanmış örneklere yer vermeniz çalışmanın etkisini bir kat daha arttıracaktır. Bu nedenle cevaplarınızda lütfen örneklere sıklıkla yer veriniz. Çalışmaya katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Saygılarımla.

Kübra LALE
Yüksek Lisans Öğrencisi

Cinsiyet: Kıdem/Meslek Yılı: Branş: İngilizce

SORULAR

1- Dersleri akıllı tahta kullanımı ile işlemenin yabancı dil becerisine nasıl bir fayda sağladığını düşünüyorsunuz?

2- Akıllı tahta ile işlenen derslerin öğrenciler tarafından yeterince ilgi ile takip edilip edilmediği yönünde görüşleriniz nedir?

3- Akıllı tahta ile karşılaşılabilecek muhtemel problem(ler) ile ilgili ne düşünüyorsunuz, bu problem (ler)e dair öneri(ler)niz nedir?

4- Akıllı tahta ile işlenen derslerin sürdürülebilir dünya felsefesine nasıl bir avantajı ya da dezavantajı olduğunu düşünüyorsunuz?

5- Derslerde akıllı tahta kullanımınızda öğrencilerinizin motivasyonlarını sınıf kademesine göre nasıl bir farklılık gösteriyor?

ÖĞRETMENLERİN HİZMET İÇİ EĞİTİMLERİNİN ÖĞRETMEN BİLİŞİM AĞI (ÖBA) ÜZERİNDEN YAPILMASININ İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Çağatay BİRİNCİ

Cumhuriyet Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0003-8389-2728

Prof. Dr., Şenel ELALDI

Cumhuriyet Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-2057-7136

ÖZET

Bu araştırmada, öğretmenlerin hizmet içi eğitimlerinin Öğretmen Bilişim Ağı (ÖBA) üzerinden yapılmasının incelenmesi amaçlanmıştır. Karma model uygulanan araştırmanın nicel boyutu tarama modeli, nitel boyutu ise olgubilim deseniyle yürütülmüştür. Araştırmanın nicel boyutunun evrenini 2023- 2024 Eğitim Öğretim Yılında Sivas ilinde görev yapan öğretmenler, örneklemini ise bu evrende yer alan 25'i kadın 30'u erkek olmak üzere 55 öğretmen oluşturmuştur. Araştırmanın nitel boyutunda çalışma grubu, nicel boyutun örnekleminden seçilen 5'i kadın, 5'i erkek 10 öğretmenden oluşmuştur. Araştırmanın nicel boyutunda veriler, araştırmacılar tarafından hazırlanan 11 maddelik anket formuyla, nitel boyutunda ise yarı yapılandırılmış görüşme formuyla toplanmıştır. Araştırmanın verileri nicel boyutta SPSS programıyla nitel boyutta içerik analiziyle analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre öğretmen görüşleri incelendiğinde, hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılmasının sağladığı en önemli faydaların hizmet içi eğitimlere zaman ve mekân kısıtlaması olmadan katılım sağlanabilmesi ve eğitim tercihinin öğretmenlere bırakılması olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılmasının sınırlılıklarının/ dezavantajlarının eğitmene soru soramamak, eğitimlerin yüz yüze olmaması, eğitim videolarının izlenip izlenemediğinin belirlenememesi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçları göz önünde alındığında, hizmet içi eğitim içerikleri hazırlanmadan önce, öğretmenlerin hizmet içi eğitim ihtiyaçlarını ve hizmet içi eğitimlerden beklentilerini belirlemeye dönük çalışmaların Millî Eğitim Bakanlığınca yapılması, bundan sonra ÖBA üzerinden yapılacak hizmet içi eğitimler için, internet sitesinde eğitimin yer aldığı bölüme soru-cevap sekmesinin yerleştirilmesi önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet içi eğitim, uzaktan hizmet içi eğitim, öğretmen bilişim ağı, öğretmen görüşleri

AN INVESTIGATION OF IN-SERVICE TRAINING OF TEACHERS THROUGH THE TEACHER INFORMATION NETWORK (ÖBA)

ABSTRACT

This research aims to examine the in-service training of teachers via the Teacher Information Network (ÖBA). While the quantitative dimension of the mixed model research was conducted with the survey method, the qualitative dimension was conducted with the phenomenology pattern. The population of the quantitative dimension consisted of teachers working in Sivas in the 2023-2024 Academic Year, and the sample consisted of 55 teachers, 25 of whom were

female and 30 of whom were male. In the qualitative dimension, the study group consisted of 10 teachers, 5 female and 5 male, selected from the sample of the quantitative dimension. While the data were collected with an 11-item questionnaire prepared by the researchers in the quantitative dimension, the data were collected with a semi-structured interview form in the qualitative dimension. The data were analysed by using SPSS program in the quantitative dimension and the content analysis was used in the analysis of the qualitative dimension. According to the results, the most important benefits of conducting in-service training through ÖBA were the ability to participate in in-service training without any time and place restrictions and leaving the choice of training to the teachers. The limitations/disadvantages of conducting in-service training via ÖBA that emerged from the views of the teachers were not being able to ask questions to the instructor, training not being face-to-face, and not being able to determine whether the training videos could be watched or not. It is suggested that before preparing the in-service training content, the Ministry of National Education should conduct studies to determine teachers' in-service training needs and expectations from in-service training. For in-service trainings to be held through ÖBA, it may also be suggested to place a question-answer tab in the section of the website where the training takes place.

Keywords: In-service training, distance in-service training, teacher IT network, teacher opinions

GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyıl bilimsel ve teknolojik gelişmelerin hızlı olduğu bir çağdır. Bilimsel gelişmeler ve teknolojideki icatlar toplumsal yaşamda değişimlere yol açmaktadır ve toplumsal yaşamda meydana gelen bu değişiklikler çalışma hayatını da etkilemektedir. Saban'a (2000) göre gelişen ve değişen dünyada, hizmet öncesi alınan eğitimler ne kadar iyi olursa olsun, yeterli olmayacaktır. Çalışma hayatında meydana gelen değişikliklere ayak uydurabilmek için, çalışanların hizmet içi eğitimlere katılmaları gerekli hale gelmiştir. Öztürk ve Sancak (2007) hizmet içi eğitimi, özel ve tüzel kişilere ait iş yerlerinde ücretli çalışan kişilere, yaptıkları iş ile alakalı bilgi, beceri ve tutumları kazandırmak amacıyla uygulanan planlı eğitim etkinlikleri olarak tanımlamaktadır. Erdem ve Şimşek (2013) öğretmenler için düzenlenen hizmet içi eğitimleri; eğitimde amaçlanan niteliklerin öğrencilere kazandırılması için gerekli bilgi, beceri, tutum ve alışkanlıklar ile bilimsel ve sosyo-ekonomik veriler çerçevesinde eksikliği tespit edilmiş meslekî bilgi, beceri, tutum ve alışkanlıkların öğretmenlere kazandırılmasını amaçlayan eğitim faaliyetleri olarak açıklamaktadır.

Eğitim iş kolunda çalışan öğretmenlerin, tıpkı diğer meslekleri icra eden çalışanlar gibi hizmet içi eğitimlere katılarak kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Orhan ve Akkoyunlu'ya (1999) göre öğretim programlarını uygulayan, öğretim materyallerini kullanan, eğitim-öğretim ortamını düzenleyen, öğrenci ile doğrudan iletişim halinde olan öğretmenlerin sürekli olarak hizmet içi eğitimlere katılmaları zorunlu hale gelmiştir.

Türkiye'de öğretmenlere dönük hizmet içi eğitimin kurumsal tarihçesi 1960 yılına kadar gitmektedir. Türkiye'de hizmet içi öğretmen eğitimi 1960 yılında Millî Eğitim Bakanlığına (MEB) bağlı Öğretmeni İşbaşında Yetiştirme Bürosu ile başlamıştır. İlgili büro 1975 senesinde Hizmet İçi Daire Başkanlığı ismini almıştır (Özcan ve Bakioğlu, 2010). Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile 2011 yılında, Hizmet İçi Eğitim Dairesi Başkanlığı kaldırılmış ve yetkileri Öğretmen Yetiştirme ve Geliştirme Genel Müdürlüğüne (ÖYGGM) devredilmiştir (Kaya, 2020). ÖYGGM, 2011 yılından beri, öğretmenler için düzenlenen hizmet içi eğitim faaliyetlerinin planlanması ve

uygulanması görevini yürütmektedir. Kaya'nın (2020) verdiği bilgiye göre, ÖYGGM hizmet içi eğitim programlarının performansını artırmak amacıyla hizmet içi eğitim ''standart eğitim (etkinlik)'' programı hazırlamıştır. ÖYGGM tarafından oluşturulan standart eğitim programı öğretmenlerin kişisel gelişimi, öğretmen eğitimi, yönetim ve kurumsal eğitimler, özel nitelikli eğitim olmak üzere dört temel bölümden oluşmaktadır. ÖYGGM tarafından hazırlanan standart eğitim programı ile hizmet içi öğretmen eğitiminde niteliğin, verimin ve etkililiğin artırılması hedeflenmiştir.

MEB ÖYGGM tarafından planlanan hizmet içi eğitim faaliyetleri yüz yüze olarak başlamışsa da, ilerleyen süreçte bilgisayar teknolojileri ve internet kullanılarak gerçekleştirilen uzaktan hizmet içi eğitim faaliyetleri de yapılmaya başlanmıştır. Uzaktan eğitim her yaş grubuna, farklı özelliklere (fiziksel, zihinsel, öğrenme gibi) sahip kişilere onların öğrenme hızı ve arzu ettikleri zamanda, öğrenme imkânı sunan bir sistemdir (Horzum, 2007). Uzaktan eğitimin felsefesi; teknolojik araç, gereçleri ve olanakları kullanarak, eğitime katılan kişilere kolay ulaşabilir ve esnek bir eğitim olanağı vermektir. Bu esneklik ve konfor sayesinde uzaktan eğitimin hizmet içi eğitimlerde kullanımı yaygınlaşmaktadır (Taşlıbeyaz, Karaman ve Göktaş, 2014). Uzaktan hizmet içi eğitim, çalışanın kişisel gelişimi, meslekî bilgi ve becerileri ile ilgili eksikliklerini gidermesi ve kendi meslek alanıyla alakalı değişimlerden haberdâr olması için verilen hizmet içi eğitimlerin, uzaktan eğitim yöntemleri ve araçlarıyla gerçekleştirilmesidir (Kitiş Coşkun, 2010). MEB bünyesinde 2005 senesinden başlayan uzaktan hizmet içi eğitim faaliyetleri, çalışanın yetiştirilmesini hedefleyen eğitimlerin daha geniş, hızlı ve etkili uygulanmasını sağlamaktadır. ÖYGGM tarafından Bakanlık Birimleri, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları iş birliğinde Sertifika Temelli Hizmet içi Eğitim Projesi (e-Sertifika) kapsamında: Witpet Projesi, İntel Öğretmen Programı Eğitimleri, Yapılandırmacı İnteraktif Hizmet İçi Eğitim Programı ve Uzaktan İngilizce Eğitimleri yapılmıştır (Limon, 2014).

Tekin'in (2020) aktardığı verilere göre ÖYGGM, 2014 yılında 355 farklı eğitim faaliyeti ile 34225 öğretmen ve okul yöneticisine hizmet içi eğitim imkânı sunmuştur. Bu eğitimlerin 339'u (%95,5) yüz yüze öğretim modelleri ile gerçekleştirilirken, sadece 16 (%4,5) eğitim faaliyeti uzaktan öğretim yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze hizmet içi eğitim sayısının 2014 yılında, uzaktan hizmet içi eğitim sayısına göre çok daha fazla olduğu görülmektedir. Dört yıllık bir zamandan sonra 2018 yılına gelindiğinde, toplam 436 eğitim faaliyeti ile 72954 öğretmene ve okul yöneticisine hizmet içi eğitim imkânı sunulmuş, bu eğitimlerin katılımcı bazında %85,49'u uzaktan eğitim yöntemleri ile gerçekleştirilmiştir (Tekin, 2020). Görüldüğü üzere 2018 yılına gelindiğinde, 4 yıllık bir sürede, uzaktan hizmet içi eğitimlerin sayısı, yüz yüze hizmet içi eğitimlerin sayısını geçmiştir.

MEB'in giderek uzaktan hizmet içi eğitimlere yönelmesinin sebebi; uzaktan hizmet içi eğitimlerin, yüz yüze hizmet içi eğitimlere göre sağladığı avantajlardan dolayı olmuştur. Uzaktan hizmet içi eğitimler yüz yüze hizmet içi eğitimlere göre hem daha ekonomiktir hem de öğretmenler evlerinden ya da iş yerlerinden uzaktan hizmet içi eğitimlere katılabilmektedir. Uzaktan hizmet içi eğitimlere aynı anda daha fazla öğretmenin katılabilmesi ve uzaktan hizmet içi eğitimlerde zaman ve mekân kısıtlamaması olmaması da uzaktan hizmet içi eğitimlerin ÖYGGM tarafından tercih edilir kılmıştır. ÖYGGM'nin uzaktan hizmet içi eğitimleri yaygınlaştırma tercihi, bütün Dünya'yı etkisi altına alan 2019'da başlayan Covid 19 salgını ile zorunluluk haline gelmiştir. Çünkü salgın nedeniyle tüm Dünya'da olduğu gibi ülkemizde de 2020'nin Mart ayında MEB'e bağlı okullarda yüz yüze eğitime ara verilmiştir. Covid 19 salgını sürecinde yüz yüze eğitimlere ara verilmesiyle birlikte, uzaktan eğitimlere geçilmiş ve öğretmenlerin hizmet içi eğitimleri de tamamen çevrimiçi olarak gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Fidan Kurtdede ve Şen, 2022).

MEB, Covid 19 salgını ve çağın gereksinimlerini göz önünde bulundurarak öğretmenlerin uzaktan hizmet içi eğitim alabilecekleri bir internet sitesi kurmuştur. 23 Ocak 2022 tarihinde erişime açılan "Öğretmen Bilişim Ağı (ÖBA)" (https://www.oba.gov.tr) internet

sitesi üzerinden, öğretmenler hizmet içi eğitimler almaya başlamışlardır. Covid 19 salgınının sona ermesinin ardın da Millî Eğitim Bakanlığı hizmet içi eğitimleri uzaktan; ÖBA platformu aracılığı ile gerçekleştirme eğilimini sürdürmektedir. MEB, ÖBA platformunun kullanımının yaygınlaşması için, 2022 Yılı Nisan (ÖYGGM'nin 06.04.2022 tarihli ve 47280722 sayılı yazısı) ve Kasım (ÖYGGM'nin 02.11.2022 tarihli ve 62583471 sayılı yazısı) aylarındaki Mesleki Çalışma Dönemlerinde, öğretmenlerin ÖBA üzerinden en az 1 hizmet içi eğitime katılmaları halinde, Meslekî Çalışma Dönemi yükümlülüklerini yerine getirmiş olacaklarını, öğretmenlere bildirmiştir. Zekâ oyunları eğitimlerinden, drama eğitimlerine; sınıf içi ölçme ve değerlendirme eğitimlerinden, kurmaca metin yazma eğitimlerine kadar birçok hizmet içi eğitim ÖBA üzerinden öğretmenlerin hizmetine sunulmuştur. Böylelikle Millî Eğitim Bakanlığında görev yapan hemen hemen her öğretmen, ÖBA üzerinden uzaktan bir hizmet içi eğitim faaliyetine katılmak durumunda kalmıştır. ÖYGGM'nin 30.05.2023 tarihli ve 77084403 sayılı yazısı gereği, 19-23 Haziran 2023 tarihlerinde gerçekleştirilecek Meslekî Çalışma Döneminde de, öğretmenlerin ÖBA üzerinden daha önce almadıkları bir eğitme katılmaları durumunda meslekî çalışmalarını yapmış sayılacakları öğretmenlere bildirilmiştir.

Muhakkak ki verilen bu eğitimlerin başarıya ulaşmasında en önemli etmen öğretmenlerin bu eğitimlere bakış açılarıdır. Alanyazın incelendiğinde, uzaktan hizmet içi eğitime dair yapılmış birçok çalışma olmakla birlikte, yeni kurulan ÖBA platformunu odağa alarak yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmayla, hizmet içi eğitimde kullanılan ÖBA platformunu hakkında öğretmenlerin görüşlerinin tespit edilmesi önemlidir. Böylece ÖBA platformunun geliştirilmesine katkı sunulacağı düşünülmektedir. Bu anlamda bu çalışmanın amacı, öğretmenlerin hizmet içi eğitimlerinin ÖBA üzerinden yapılmasının incelenmesidir.

Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

1. Öğretmenler ne ölçüde, ÖBA üzerinden gerçekleştirilen uzaktan hizmet içi eğitimleri etkili bulmaktadır?
2. ÖBA üzerinden gerçekleştirilen uzaktan hizmet içi eğitimlere yönelik öğretmen görüşleri nelerdir?

YÖNTEM

Araştırmanın bu kısmında; araştırmanın modeline, evrenine/ örneklemine- çalışma grubuna, veri toplama araçlarına ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Araştırma karma modelle yürütülmüştür. Araştırmanın nicel boyutunda tarama deseni kullanılmıştır. Tarama araştırmaları, bir olaya ya da konuya dair katılımcıların görüşlerinin ya da algı, beceri, tutum, ilgi gibi betimleyici niteliklerin belirlendiği yöntemdir (Çapçı ve Durmuşoğlu, 2022). Araştırmada hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılması hakkında öğretmen görüşlerinin tespit edilmesi amaçlandığı için, araştırmanın nicel boyutunda tarama deseninin kullanımı tercih edilmiştir.

Araştırmanın nitel boyutunda ise olgubilim deseni kullanılmıştır. Olgubilim çalışmalarında genellikle bir olguya ilişkin bireysel algıların ortaya çıkarılması ve yorumlanması amaçlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2008; akt. Karademir, Sarıkahya ve Altunsoy, 2017). Araştırmanın nitel boyutunda, hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılması hakkında öğretmen görüşlerini tespit etmek amacıyla, öğretmenlerle bireysel görüşmeler yapıldığı ve deneyimlerine başvurulduğu için, olgubilim deseni tercih edilmiştir.

Evren ve Örneklem- Çalışma Grubu

Araştırmanın nicel boyutunun evrenini, 2023-2024 Eğitim- Öğretim Yılında Sivas ilinde görev yapan öğretmenler, örneklemini ise Sivas ilinde görev yapan 25'i kadın, 30'u erkek 55 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın nitel boyutunun çalışma grubunu 2023-2024 Eğitim-Öğretim Yılında Sivas ilinde görev yapan 5'i kadın 5'i erkek 10 öğretmen oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın nicel boyutunda veriler, araştırmacının hazırladığı 11 maddelik anket formu ile toplanmıştır. Anket formu basılı olarak öğretmenlere dağıtılmıştır.
Araştırmanın nitel boyutunda ise veriler, araştırmacı tarafından hazırlanmış 5 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Her bir öğretmenle yüz yüze görüşülmüş, öğretmenlerin verdikleri cevaplar, yazıya dökülmüştür.

Verilerin Analizi

Veriler araştırmanın nicel boyutunda SPSS programıyla, nitel boyutunda içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

BULGULAR

İlk olarak araştırmanın nicel boyutuna ilişkin bulgular, daha sonra araştırmanın nitel boyutuna ilişkin bulgular sunulmuştur.

Nicel Bulgular

Aşağıda sunulan Çizelge 1'de, araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özellikleri yer almaktadır.

Çizelge 1: Öğretmenlerin Demografik Özellikleri

Değişkenler	f	%
Cinsiyet		
Kadın	25	45.5
Erkek	30	54.5
Meslekî Kıdem		
1-5 Yıl	26	47,3
6-10 Yıl	14	25,5
11-15 Yıl	8	14,5
16-20 Yıl	5	9,1
20 Yıl ve Üzeri	2	3,6
ÖBA Üzerinden Hizmet İçi Eğitime Katılma Durumu		
Katılan	55	100
Katılmayan	-	-
Toplam	**55**	**100**

Katılımcıların anket maddelerine verdikleri cevaplar doğrultusunda frekans ve yüzde dağılımları ile standart sapmalar Çizelge 2'de yer almaktadır.

Çizelge 2: Anket Maddelerin Aritmetik Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Frekansları

	ANKET						
			KKTM	KTM	KRS	KT	KKT
Maddeler	Aritmetik Ortalama	SD	f %	f %	f %	f %	f %
1. Hizmet içi eğitimlerin meslekî gelişimime katkı sunduğunu düşünürüm.	4.07	.899	1 1.8	2 3.6	8 14.5	25 45.5	19 34.5
2. Uzaktan gerçekleştirilen hizmet içi eğitimleri, yüz yüze gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlere göre daha faydalı bulurum.	2.83	1.500	15 27.3	10 18.2	10 18.2	9 16.4	11 20.0
3. Millî Eğitim Bakanlığının uzaktan gerçekleştireceği hizmet içi eğitimler için Öğretmen Bilişim Ağı (	4.56	.687	- -	1 1.8	3 5.5	15 27.3	36 65.5

https://www.oba.gov.tr/) internet sitesini kurmasını doğru bir adım olarak görürüm.							
4. ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimleri, alanında uzman kişilerin verdiğini düşünürüm.	4.10	.685	- -	- -	10 18.2	29 52.7	16 29.1
5. ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin çeşitliliğini yeterli bulurum.	3.72	1.096	4 7.3	3 5.5	9 16.4	27 49.1	12 21.8
6. Öğretmen Bilişim Ağı (ÖBA) üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin sürelerinin, eğitimin içeriğine uygun olarak belirlendiğini düşünürüm.	3.74	1.075	3 5.5	6 10.9	4 7.3	31 56.4	11 20.0
7. ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin içeriklerinin, ilgi çekici olarak düzenlenmesine özen gösterildiğini düşünürüm	3.38	1.045	3 5.5	8 14.5	15 27.3	23 41.8	6 10.9
8. ÖBA platformunda yer verilen hizmet içi eğitimler seçilirken, öğretmenlerin fikirlerinin alındığını düşünürüm.	2.61	.952	7 12.7	17 30.9	22 40.0	8 14.5	1 1.8
9. ÖBA platformunda yer verilen hizmet içi eğitimler seçilirken, öğretmenlerin ihtiyaçlarının ve taleplerinin göz önünde bulundurulduğunu düşürüm.	3.10	.936	4 7.3	7 12.7	25 45.5	17 30.9	2 3.6
10. ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerde, öğretmenlerin sadece dinleyici rolünde olmalarını, hizmet içi eğitimin verimini düşüren bir problem olarak görürüm.	3.58	1.449	8 14.5	6 10.9	7 12.7	14 25.5	20 36.4
11. Nisan ve Kasım aylarındaki birer haftalık Meslekî Çalışma Dönemleri için hazırlanan ve ÖBA üzerinden erişilen hizmet içi eğitimlere, Meslekî Çalışma Döneminden sonra katılmaya imkân tanınmamasını, doğru bir karar olarak görmem.	3.61	1.592	11 20	3 5.5	8 14.5	7 12.7	26 47.3

KKTM: Kesinlikle Katılmıyorum; KTM: Katılmıyorum; KRS: Kararsızım; KT: Katılıyorum; KKT: Kesinlikle Katılıyorum

Çizelge 2'de yer alan anket maddelerine verilen cevaplar incelendiğinde, en yüksek frekansa/ yüzdeye sahip cevabın, üçüncü anket maddesi olan, "Millî Eğitim Bakanlığının uzaktan gerçekleştireceği hizmet içi eğitimler için Öğretmen Bilişim Ağı (https://www.oba.gov.tr/) internet sitesini kurmasını doğru bir adım olarak görürüm." maddesinde olduğu görülmektedir. Bu anket maddesine, ankete katılan öğretmenlerin %65,5'i (n=36) **"kesinlikle katılıyorum"** cevabını vermiştir.

İkinci en yüksek frekansa/ yüzdeye sahip cevabın, altıncı anket maddesi olan "Öğretmen Bilişim Ağı (ÖBA) üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin sürelerinin, eğitimin içeriğine uygun olarak belirlendiğini düşünürüm." maddesinde olduğu görülmektedir. Bu anket maddesine, ankete katılan öğretmenlerin % 56.4'ü (n=31) **"katılıyorum"** cevabını vermiştir.

Üçüncü en yüksek frekansa/ yüzdeye sahip cevapların, dördüncü anket maddesi olan "ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimleri, alanında uzman kişilerin verdiğini düşünürüm." olduğu görülmektedir. Dördüncü anket maddesine, ankete katılan öğretmenlerin %52,7'si (n=29) **"katılıyorum"** cevabını vermiştir.

Çizelge 2'de yer alan anket maddelerine verilen cevaplar incelendiğinde, üçüncü anket maddesi olan "Millî Eğitim Bakanlığının uzaktan gerçekleştireceği hizmet içi eğitimler için Öğretmen Bilişim Ağı (https://www.oba.gov.tr/) internet sitesini kurmasını doğru bir adım olarak görürüm." maddesinde **"kesinlikle katılmıyorum"** cevabının hiç verilmediği, **"katılmıyorum"** cevabının 1 öğretmen (f: %1,8) tarafından verildiği görülmektedir. Dördüncü anket maddesi olan "ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimleri, alanında uzman kişilerin verdiğini düşünürüm." maddesinde **"kesinlikle katılmıyorum"** ve **"katılmıyorum"** cevaplarının hiç verilmediği görülmektedir.

Anketin sekizinci maddesi olan "ÖBA platformunda yer verilen hizmet içi eğitimler seçilirken, öğretmenlerin fikirlerinin alındığını düşünürüm." maddesine, ankete katılan öğetmenlerin % 1,8'sı (n=1) **"kesinlikle katılıyorum"** cevabını vermiştir. Anketin dokuzuncu maddesi olan "ÖBA platformunda yer verilen hizmet içi eğitimler seçilirken, öğretmenlerin ihtiyaçlarının ve taleplerinin göz önünde bulundurulduğunu düşürüm." maddesine, ankete katılan öğretmenlerin %3,6'sı (n=2) **"kesinlikle katılıyorum"** cevabını vermiştir.

Nitel Bulgular

Araştırmanın nitel bulgular bölümünde nitel verilerin çözümlemeleri sunulmaya çalışılmıştır. Nicel bölümdeki ankete katılan 55 öğretmen arasından, 10 kişilik öğretmen grubu çalışma grubu olarak seçilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorular, öğretmenlere sorulmuştur. Nitel verilerin çözümlemesi yapılırken her bir öğretmenin, ilgili soruya verdiği cevap ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Çözümlemeleri yapılan veriler daha sonra birlikte değerlendirilmiş ve birbirlerine benzedikleri noktalar üzerinden temalar oluşturulmuştur. Temalar oluşturulurken, araştırmanın iki alt problem cümlesi ile paralellik göstermesine dikkat edilmiştir. Doğrudan alıntılar yapılırken, görüşme yapılan öğretmenler kodlanmıştır. Örneğin:

- ÖK1: Öğretmen Kadın 1
- ÖE1: Öğretmen Erkek 1



Görsel 1: Öğretmen görüşlerine göre, ÖBA üzerinden gerçekleştirilen uzaktan hizmet içi eğitimlerin, yüz yüze gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlere göre avantajları nelerdir?

Öğretmen görüşlerinden elde edilen veriler analiz edildiğinde "*mekân sınırlamasının olmaması, erişim zamanının esnek olması, eğitim seçiminin öğretmene bırakılması"* kodları elde edilmiş, bu kodlar doğrultusunda "Hizmet İçi Eğitimlerin ÖBA Üzerinden Yapılmasının Avantajları" teması oluşturulmuştur. Şekil 1'de görselleştirilen kodlara ait doğrudan alıntılara aşağıda yer verilmiştir.

"*ÖBA üzerinden yapılan hizmet içi eğitimlere, gün içerisinde müsait olduğum zaman erişim sağlayabilmemi büyük bir avantaj olarak görüyorum. Kendi kişisel işlerimi bitirdikten sonra rahatça hizmet içi eğitimlere katılabiliyorum (ÖK1).*"**: Erişim Zamanının Esnek Olması**

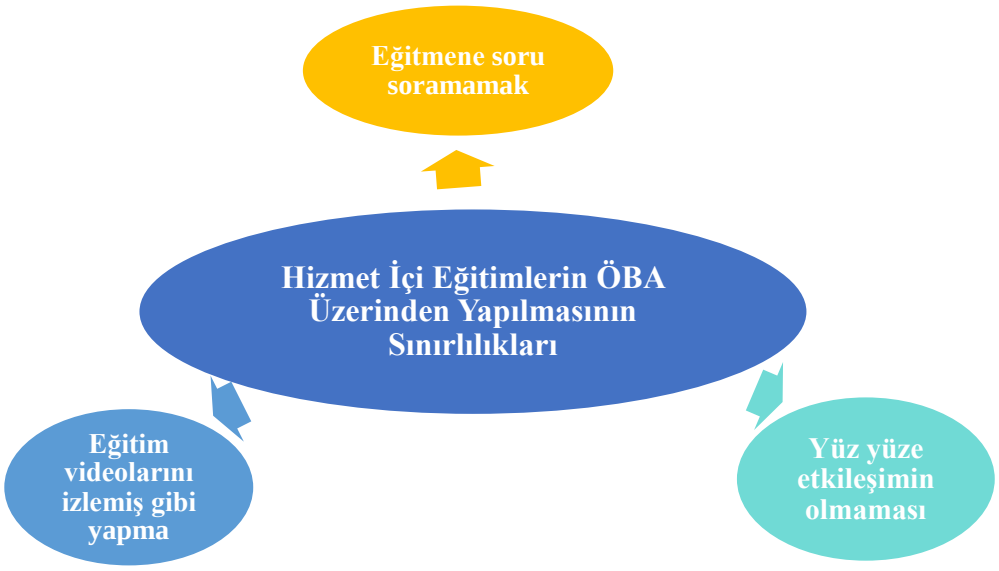
"*Hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden uzaktan yapılmasının en büyük avantajı, öğretmenin istediği zaman eğitimleri yapabilmesini sağlaması ve tekrar ilgili eğitimleri alma imkânı tanımasıdır. Diğer taraftan sıkıcılıktan kurtararak, öğretmenin istediği zaman öğrenmesini sağlaması da avantajlarından biridir (ÖE3).*"**: Erişim Zamanının Esnek Olması**

"*ÖBA'dan yapılan hizmet içi eğitimlere; evde, okulda, yolculuk sırasında bilgisayardan ya da cep telefonundan katılım sağlanabilmesini bir avantaj olarak görüyorum. Böylece eğitimlere, tatilde ailemin yanında ya da seyahat esnasında da katılabilme imkânım oluyor (ÖK3).*"**: Mekân Sınırlamasının Olmaması**

"Hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılmasının en büyük faydası, istenilen yerden eğitimlere katılma imkânının olmasıdır. Ayrıca gün içinde herhangi bir zamanda katılma olanağının olması da bir başka avantajdır (ÖE4)."**: Mekân Sınırlamasının Olmaması**

"*ÖBA'ya girmeden önce belli başlı alanlarda eğitim olacağını düşünmüştüm. Ama ÖBA'ya girdiğimde kişinin hem meslekî gelişimine hem de bireysel gelişimine dönük farklı alanlarda çok sayıda eğitimin olduğunu gördüm. Bu eğitimlerden istediğimize katılabilme olanağı sunulmasının, ÖBA platformunun en büyük avantajı olarak görüyorum (ÖE2).*"**: Eğitim Seçiminin Öğretmene Bırakılması**

"Bize uygun zamanda istediğimiz bir eğitime katılabilme imkânının sunulmasını avantaj olarak görüyorum (ÖK4)."**: Eğitim Seçiminin Öğretmene Bırakılması**



Görsel 2: Öğretmen görüşlerine göre, ÖBA üzerinden gerçekleştirilen uzaktan hizmet içi eğitimlerin, yüz yüze gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlere göre sınırlılıkları nelerdir?

Öğretmen görüşlerinden elde edilen veriler analiz edildiğinde "*eğitmene soru soramamak, yüz yüze etkileşimin olmaması, eğitim videolarını izlemiş gibi yapma"* kodları elde edilmiş, bu kodlar doğrultusunda "Hizmet İçi Eğitimlerin ÖBA Üzerinden Yapılmasının Sınırlılıkları" teması oluşturulmuştur. Şekil 2'de görselleştirilen kodlara ait doğrudan alıntılara aşağıda yer verilmiştir.

"ÖBA'dan gerçekleştirilen hizmet içi eğitimler yüz yüze olmadığı için sıkıcı ve verimsiz geçmektedir (ÖK2).": **Yüz Yüze Etkileşimin Olmaması**

"Satranç, zekâ oyunları, keman eğitimi gibi yüz yüze yapılması ve pratik gerektiren eğitimlerin, uzaktan ÖBA üzerinden yapılmasının sınırlılıkları bulunmaktadır (ÖK5).": **Yüz Yüze Etkileşimin Olmaması**

"ÖBA üzerinden hizmet içi eğitime katılan birçok öğretmen, eğitim videolarını izlemeden geçmektedir. Sadece bir sonraki videoya geçerken yürüt düğmesine basmaktadır (ÖK2).": **Eğitim Videolarını İzlemiş Gibi Yapma**

"*Seminere katılım sağlayan öğretmenlerin seminer süresi içerisinde farklı işlerle uğraşıp, semineri bilgisayarın arka planında çalıştırıp semineri tamamlayabilmelerini, ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin dezavantajı olarak görmekteyim (ÖE5)."*: **Eğitim Videolarını İzlemiş Gibi Yapma**

"*Yüz yüze gerçekleştirilen eğitimlerde, eğitimi veren kişiye sorular yöneltebiliyoruz, böylece hem anlamadığımız yerleri anlamış oluyoruz hem de konu ayrıntılandırılmış oluyor; ÖBA'dan verilen eğitimlerde bu olanak yok (ÖE1)."*: **Eğitmene Soru Soramamak**

"*Dezavantajlarına gelince bence uzaktan eğitim yüz yüze eğitim gibi verimli olmamaktadır. Anlamadığım yerler olduğunda, soru soracağım bir muhatabın olmaması büyük bir eksikliktir (ÖE3)."*: **Eğitmene Soru Soramamak**

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada, hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılması hakkına öğretmen görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öğretmen görüşleri açısından hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılmasının sağladığı avantajlar ile sınırlılıklar tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre, öğretmenler hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılmasının avantajlarını, zaman ve mekân sınırlaması olmaması ile istedikleri eğitimi seçebilmeleri olarak belirtmişlerdir. Alanyazın incelendiğinde araştırmanın bu sonucunun, Tekin'in (2020) araştırmasının sonuçlarıyla örtüştüğü görülmektedir. Öğretmenlerin ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimler hakkındaki görüşleri, teknolojinin getirdiği olanakların hayatımıza yaptığı etkilerin, öğretmenlerin hizmet içi eğitime bakışlarını da etkilediğini göstermektedir. Nasıl ki insanlar artık bankacılık hizmetlerini, bankaya gitmeye gerek kalmadan, internet ve telefon teknolojileri aracılığı ile alabiliyorsa, hizmet içi eğitimlere de zaman ve mekân kısıtlaması olmadan, teknolojik olanaklar aracılığıyla ile katılım sağlama eğiliminin, öğretmenler arasında baskın eğilim durumuna geldiği görülmektedir.
Araştırmaya katılan öğretmenlerin anket maddelerine ve görüşme sorularına verdikleri cevaplar incelendiğinde, hizmet içi eğitimlerin ÖBA üzerinden yapılmasının sınırlılıkları/ dezavantajları konusunda, yüz yüze iletişimin olmaması, eğitmene soru soramamak, videoların izlenip izlenmediğinin tespit edilememesi gibi cevaplar verdikleri tespit edilmiştir. Araştırmanın bu

sonucu ile Cabı ve Erhan'ın (2016) araştırmalarından elde ettikleri sonuçlar birbirlerini desteklemektedir.

ÖNERİLER

Araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak, bundan sonra ÖBA üzerinden yapılacak hizmet içi eğitimlerin daha verimli olması için aşağıdaki önerilere yer verilmiştir:

- ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin yer aldığı bölüme, soru- cevap sekmesi eklenmelidir.
- Millî Eğitim Bakanlığınca, öğretmenlerin hizmet içi eğitim ihtiyaçlarını ve hizmet içi eğitimlerden beklentilerini belirlemeye dönük çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalardan çıkan sonuçlara göre ÖBA üzerinden gerçekleştirilecek hizmet içi eğitimler belirlenmelidir ve eğitimlerin içerikleri oluşturulmalıdır.
- ÖBA üzerinden gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerin izlenmeden geçilmesini engellemek için, eğitim içeriklerine sorular yerleştirilmelidir. Bu sorular videonun sonunda değil, video içeriğinin herhangi bir bölümünde olmalı ve soruya yanıt verilmeden video devam etmemelidir.

KAYNAKÇA

Cabı, E. ve Erhan, G. K. (2016). Uzaktan eğitim ile istatistik öğretimine yönelik öğrenci görüşleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 104-111.

Çapçı, S. ve Durmuşoğlu, M. C. (2022). Okul öncesi öğretmenlerinin çok kültürlü yeterlik algılarının incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, *47*(211).

Erdem, A. R. ve Şimşek, S. (2013). Öğretmenlere ve okul yöneticilerine verilen hizmet içi eğitimlerin irdelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (4).

Fidan Kurtdede, N. Ve Şen, G. (2022). Sınıf öğretmenlerinin covid 19 pandemi döneminde katıldıkları çevrimiçi hizmet içi eğitimlere ilişkin görüşleri: fenomenolojik bir çalışma. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *11*(1), 1-20.

Horzum, M. B. (2007). *İnternet tabanlı eğitimde transaksiyonel uzaklığın öğrenci başarısı, doyumu ve öz yeterlilik algısına etkisi.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

https://www.oba.gov.tr/ (Erişim tarihi: 13 Eylül 2023).

Karademir, E., Sarıkahya, E. ve Altunsoy, K. (2017). Fen bilimleri öğretmenlerinin beceri kavramına yönelik algıları: Bir olgubilim çalışması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *18*(1), 53-71.

Kaya, M. (2020). MEB öğretmen yetiştirme genel müdürlüğünün hizmet içi eğitim faaliyetleri: katılımcılar, eğitim durumları, eğitim konuları. *Trakya Eğitim Dergisi*, *10* (1), 183-193.

Kitiş Coşkun, A. (2010). *Okul yöneticilerinin uzaktan hizmet içi eğitime ilişkin görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Kurtdede Fidan, N. ve Şen, G. (2022). Sınıf öğretmenlerinin covid 19 pandemi döneminde katıldıkları çevrimiçi hizmet içi eğitimlere ilişkin görüşleri: fenomenolojik bir çalışma. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 1-20.

Limon, İ. (2014). *Yüz yüze ve uzaktan hizmet içi eğitim faaliyetlerine yönelik öğretmen algıları (Sakarya ili örneği).* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.

Orhan, F. ve Akkoyunlu, B. (1999). Uzaktan eğitim yaklaşımında temel eğitim 1. kademe öğretmenlerinin video destekli hizmet içi eğitimi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 17*(17).

Özcan, Ş., ve Bakioğlu, A. (2010). Bir Meta Analitik Etki Analizi: Okul Yöneticilerinin Hizmet içi Eğitim Almalarının Göreve Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 38*(38), 201-212.

Öztürk, M., ve Sancak, S. (2007). Hizmet içi eğitim uygulamalarının çalışma hayatına etkileri. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 2*(7), 761-794.

Saban, A. (2000). Hizmet içi eğitimde yeni yaklaşımlar. *Millî Eğitim Dergisi*, 145, 25-27.

Taşlıbeyaz, E., Karaman, S. ve Göktaş, Y. (2014). Öğretmenlerin uzaktan hizmet içi eğitim deneyimlerinin incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, (15) 1, 139-160.

Tekin, O. (2020). Uzaktan eğitim kullanılan hizmet içi eğitim programlarına yönelik öğretmen görüşlerinin incelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama, 16*(1), 20-35.

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ORİGAMİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Gülsüm Deniz ÖZMUTLU[1]

[1]Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,

ORCID: https://orcid.org/0009-0000-8834-7495

Dr. Öğr. Üyesi Zuhal ÜNAN[2]

[2]Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,

ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6835-8760

ÖZET

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin origami hakkındaki görüşlerinin açığa çıkarılması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Karadeniz Bölgesi'ndeki bir devlet üniversitesinde farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören toplam yirmi dört öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada katılımcıların origamiyi değerlendirmelerine ilişkin yedi açık uçlu sorudan oluşan bir ölçme aracı kullanılmıştır. Bu açık uçlu sorular origami ile ilk kez ne zaman tanıştıkları, kaç yıldır ilgilendikleri, eğitim alıp almadıkları, tercih ettikleri çalışmalar, günlük hayattaki yeri, kendi mesleklerinde kullanıp kullanmadıkları ve origamiyi kendileri için önemli kılan yönünün ne olduğu ile ilgilidir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar nitel araştırmalarda kullanılan betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada, katılımcıların her birine 1-24 arası sayı atanarak kodlama yapılmış ve çalışmada yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevaplarından doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, origami ile ilk kez sosyal çevre aracılığı veya okulda derslerde ya da araştırma yaparken karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların hemen hemen yarısı ilk kez üniversitede ilgilenmeye başladığını belirtmiştir. Yine çoğunluğu origami ile ilgili ilk kez üniversitede eğitim aldığını veya 8.sınıfta ya da kendi kendine öğrendiklerini vurgulamıştır. Katılımcıların tercih ettikleri origami çalışmalarına bakılırsa, hayvan figürleri, süs eşyaları, modüler modeller, geometrik şekiller ve figüratif model çalışmaları olduğu tespit edilmiştir. Günlük yaşamlarında ise origamiyi dekorasyon amaçlı kullandıkları, toplantılarında arkadaşlarıyla birlikte eğlence amaçlı katladıkları, özellikle ihtiyaç doğrultusunda açık alanlarda kullanmak amaçlı kutu katlayarak pratik çözüm ürettikleri, sevdiklerine hediye vermek, yemek masası süslemek ve oyuncak yapmak amaçlı kullandıkları görülmüştür. Aynı zamanda katılımcıların çoğunluğu origamiyi kendi mesleğinde kullanılabileceğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra origaminin stres atma, mutlu olma, zamanı değerlendirme, dinlenme, kendi alanları ile ilişkili olma ve farklı kültürleri tanıma fırsatı sunmasından ötürü kendileri için önemli bir uğraş olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar kelimeler: Origami, origami etkinliği, üniversite öğrencileri ve öğrenci görüşleri

1. Giriş

Origami, Japonca bir sözcük olup kağıt katlama anlamına gelmektedir. Origami, "oru (katlama)" ve "kami (kağıt)" sözcüklerinden oluşmuştur. Origami en temelde kağıttan başka hiçbir materyal gerektirmeyen ve katlamadan başka bir işlem içermeyen bir uğraşıdır. Origami, "klasik origami" ve "parçalı origami" olmak üzere temelde iki çeşit olsa da "mimari origami", "pop-up origami", "kirigami" gibi birçok farklı türü de ortaya çıkmıştır (Tuğrul ve Kavici, 2002). Bu origami türlerinde yapıştırma, kesme gibi işlemler bulunabilmektedir. Klasik origami tek parça kağıdın katlanması; parçalı origami ise birden fazla benzer kağıdın birleştirilmesiyle oluşan origami çeşitleridir. Origaminin tarihi ile ilgili kesin bilgiler olmasa da kağıdın icadından ötürü Çinliler tarafından bulunduğu, sonrasında Budist rahiplerce Japonya'ya getirildiği düşünülmekte ve burada gelişim gösterdiği de görülmektedir (Tuğrul ve Kavici, 2002). Başlangıçta soyluların bir uğraşısı olan origami yalnızca kraliyet saraylarında eğlenceli zaman geçirme aracı olarak kullanılmış, daha sonraları kağıdın yaygınlaşması süreciyle halk tarafından bilindikten sonra, değişik kültürlerde de yaygınlaşmıştır (Ünan, 2019). Origaminin tarihine bakıldığında Heian Dönemi (794-1185), Muromachi Dönemi (1138-1573) ve Edo Dönemi (1603-1867) olarak üç tarihsel dönemden oluştuğu görülmektedir. Bunlardan Heian Dönemi dini törenlerde tapınakların süslendiği hediye ve adakların paketlemesinde çekicilik için kullanıldığı, Muromachi Dönemi seçkin samuray düzeyinde soylu kesimin eğlencesi durumuna gelip düğün törenlerinde kullanıldığı, Edo Dönemi ise kağıt üretiminin artmasıyla sıradan yurttaşlar arasında yayıldığı dönemlerdir (Nishida, 2019; İnce, Mertol & Kaya, 2021). Origamiye ait bugünkü bilgilerimizin çoğu Edo dönemine aittir. Origaminin İspanya'ya gelmesiyle birlikte İspanyol yazar ve felsefeci Miguel de Unamuno tarafından Avrupa'nın ilk origami okulu açılmıştır (Tuğrul ve Kavici, 2002). Origami ile ilgili en eski kaynak "Senzaburu Orikata" ("1000 turna kuşu katlamak"-Anonim, 1797) kitabıdır (Yazıcı ve Çeziktürk, 2018). Origami, İkinci Dünya Savaşı sırasında yaşadığı şehre atom bombası atılmasıyla lösemi hastalığına yakalanan Sadako Sasaki adlı bir kız çocuğunun, atalarının bir inanışı olan bin turna kuşunun katlanmasıyla O'na sağlık ve dünyaya barış getireceğine inanmasıyla hastane odasında arkadaşlarının da yardımıyla turna kuşu katlamasına da konu olan ve bu sayede dünyada da ses getiren bir sanattır (Tuğrul ve Kavici, 2002).

Günümüzde origami, Japonya'nın geleneksel sanatı olmanın dışına çıkarak küresel düzeyde uğraşılan bir sanat olmuştur. Birçok ülkede ve farklı meslekten kişilerce hobi, eğlence, zaman geçirme aracı vb. olmasının yanında eğitim ve öğretimde de kullanılabilecek bir araç haline gelip, genellikle geometri ve matematik ile ilişkilendirilmektedir. Matematiksel düşünmede ve matematik başarısında artış sağlama etkisi, son yıllarda yapılan çalışmalarla görülmüştür (Erktin, Özkan & Balcı, 2003; Çakmak, 2009; Arslan, Işıksal-Bostan &Şahin, 2013; Polat, 2013; Cakmak, Isiksal &Koc, 2014; Boz, 2015; Duatepe-Paksu, 2016; Yazıcı ve Çeziktürk, 2018). Ancak origaminin matematik ve geometri dersleri ile sınırlı olmaması için birçok sebep bulunmaktadır (Yılmaz ve Yardımcı, 2023). Origaminin farklı okul kademelerinde, disiplinlerarası yaklaşımla kullanılabilirliğine dair çalışmalar bulunmaktadır. Araştırmacılar gözlemlerinde küçük yaşlarda önce en fazla 5-7 adımlı basit origamiler yaptırılmasını, daha sonra ilgi arttıkça basamaklı şekilde zorluğun arttırılmasını önermektedir (Wares, 2012; Polat, 2013; Yazıcı ve Çeziktürk, 2018). Sınıf öğretmeni adaylarının farklı disiplin alanlarına yönelik

hazırladıkları origami etkinliklerinin ilköğretim öğrencilerinin psiko-motor, sosyal-duygusal, zihinsel, davranışsal ve dil gelişim alanlarında katkı sağlayabileceğini belirtmişlerdir (Sezginsoy-Şeker, 2016). Ortaokul matematik derslerinde kesirler konusu ile fen bilimleri derslerinde güneş sistemi konusunda kullanılabilecek disiplinlerarası tasarlanan origami etkinliğiyle konuların öğreniminde yaşanan zorlukların giderilebileceği sonucuna varılmıştır (Arslan, Eroğlu ve Tatli, 2022). Eğitim öğretim sürecinin ardından iş kollarında da origamiden yararlanılmaktadır. Günümüz mimarisinde ve çeşitli mühendisliklerde origamiden esinlenildiği görülmekte, mimarlık tasarımları içerisinde estetik ile fonksiyonelliğin birlikte görsellik açısından etkili bir görüntü oluşturulması amaçlanmıştır. Sanatçılar ve tasarımcılar da görsel anlamda etki oluşturabilmek için aksesuar, endüstriyel ürünler vb. alanlarda ürünler tasarlamışlardır. Bu tasarımların tekstil alanında da dikkat çektiği görülmüştür (Uslu ve Ceyhanlı, 2020). Origaminin tüm dersler kullanılabilmesini kolaylaştıran ve kağıt katlamayı pedagojik anlamda etkileyebilecek bir teknik de story-gamidir (Yılmaz ve Yardımcı, 2023). Origamiyi kullanarak hikaye anlatımını sağlayan bu teknik, hikaye anlatılırken kağıdın katlanmasını sağlayarak hikayenin izleyicilerle etkileşimli hale gelmesine olanak vermektedir (Hoon, 2015; Yılmaz ve Yardımcı, 2023). Görsel ve işitsel öğrenme ortamının bir arada olması ve katlamalarla etkinleşen kelimeler, öğrenmeleri zenginleştirmektedir (Yılmaz ve Yardımcı, 2023). Ayrıca ilköğretim öğrencileri ile yapılabilecek fen bilimleri ve sosyal bilimlerde eğitsel etkinliklerde yer alabilir (İnce, Mertol ve Kaya, 2021; Yılmaz ve Yardımcı, 2023).

Görüldüğü üzere bazı çalışmalara baktığımızda origami hemen hemen her alanda işlevsel bir etkiyle karşımıza çıkmaktadır. Ünan (2019)'nın çalışmasında ifade ettiği gibi mesleğe başlamadan önce ilgili bölümlerde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin origami ile tanışması kendilerine fayda sağlayabilir. Bu da origaminin seçmeli ders olarak okutulması aracılığıyla gerçekleşebilmekte ve üniversitelerin bazı fakültelerinde seçmeli ders olarak origaminin varlığı bilinmektedir. Bu bağlamda bu araştırmada farklı bölümlerde okuyan üniversite öğrencilerinin origami hakkındaki görüşlerinin açığa çıkarılması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmadan elde edilecek sonuçlar doğrultusunda farklı bölümlerde okuyan üniversite öğrencilerinin origami aracılığıyla sosyalleşmelerine, aidiyetlik duygusu ve mesleklerinde origami ile farkındalık oluşturmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada öğrencilerin görüşlerini açığa çıkarmak için aşağıda yer alan araştırma soruları kullanılmıştır:

1. Origami ile ilk kez ne zaman tanıştınız, nasıl tanıştınız?
2. Origami ile düzenli olarak kaç yıldır ilgileniyorsunuz?
3. Origami ile ilgili herhangi bir eğitim aldınız mı, ne kadar süreli?
4. Origamide en çok hangi tür çalışmalara yer veriyorsunuz, neden?
5. Origaminin günlük hayatınızda bir yeri var mı?
6. Origaminin kendi mesleklerinizde kullanılması ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?
7. Origaminin sizin için önemi nedir?

2. Yöntem

Bu araştırmada, öğrencilerin origami hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi üzerine üniversite öğrencilerinin görüşleri alınmıştır. Bu bağlamda deneyim ve tecrübelerinin ortaya çıkarılması amaçlandığından nitel araştırma modeli olan durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışması, bir veya birkaç duruma ilişkin etkenleri bütüncül bir yaklaşımla araştırmada; ilgili durumu nasıl etkiledikleri ve ilgili durumdan nasıl etkilendiklerini ortaya çıkarmada; özellikle ne, nasıl ve niçin sorularına cevap arandığında tercih edilen bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu anlamda farklı bölümlerdeki üniversite öğrencilerinin origami hakkındaki detaylı görüşleri incelenmiş ve bulgular kısmında bu öğrencilerin görüşlerinden bazı kesitlere yer verilmiştir.

2.1. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcılarını farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören 24 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Katılımcıların fakülte ve bölüm bazında dağılımı Çizelge 1'deki gibidir.

Çizelge 1: Katılımcıların fakülte ve bölüm bazında dağılımına ilişkin veriler

Fakülte	**Bölüm**	**f**
Fen-Edebiyat Fakültesi	Biyoloji Bölümü	1
	Fizik Bölümü	1
	Kimya Bölümü	1
Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	3
	Resim Bölümü	1
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü	1
İlahiyat Fakültesi	İlahiyat Programı	1
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	Coğrafya Bölümü	2
	Felsefe Bölümü	1
	Tarih bölümü	2
	Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü	2
Mimarlık Fakültesi	Şehir ve Bölge Planlama Bölümü	1
Mühendislik Fakültesi	İnşaat Mühendisliği Bölümü	5
	Bilgisayar Mühendisliği Bölümü	1
	Kimya Mühendisliği Bölümü	1

Çizelge 1'e göre çalışmaya 7 farklı fakülteye ait 15 farklı bölümden öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencileri 1,2,…,24 şeklinde numaralandırılmış, çalışma boyunca bu kodlar kullanılarak isim ve bölümleri gizli tutulmuştur.

2.2. Veri Toplama Aracı

Üniversite öğrencilerinin origami hakkındaki görüşlerini değerlendirmek amacıyla yapılan bu çalışmada yedi açık uçlu sorudan oluşan bir ölçme aracı kullanılmıştır. Bu soruların amaçları origamiye dair belirli önbilgi ve tutum içinde olan üniversite öğrencilerinin seçmeli ders olarak origamiyi seçmelerindeki nedenleri açığa çıkarmaktır.

2.3. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler, betimsel istatistik kullanılarak analiz edilmiştir. Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Araştırmacının amacı doğrultusunda veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temaya göre düzenlenmiş ve yorumlanmıştır (Milers & Huberman, 1994).

3. Bulgular

Bu bölümde sosyal seçmeli dersler kapsamında origami etkinliklerine katılan öğrencilerin görüşlerine yer verilmiştir. Çalışmada öğrenci görüşlerinden doğrudan alıntılara yer verilmiş ve bu alıntılar italik yazı ile gösterilmiş ve numaralandırılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Origami ile ilk kez ne zaman tanıştınız, nasıl tanıştınız?" sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 2'de özetlenmiştir.

Çizelge 2: Origami ile ilk kez ne zaman, nasıl tanıştıklarına yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**	**Açıklama**
Sosyal çevre	10	TV, arkadaş
İsteğe bağlı ders	6	Okullarda ders dışı yürütülen origami etkinlikleri
Araştırma	4	İnternet, proje ödevleri
Zorunlu ders	4	Teknoloji dersi, matematik dersi

Çizelge 2'ye bakılırsa, öğrencilerin %41,7'sinin televizyon, arkadaş gibi sosyal çevre etkisiyle origami etkinlikleri ile tanıştıkları görülmektedir. Bunun dışında %25'i okullarda ders dışı yürütülen origami etkinlikleri dersi ile %16,7'si araştırma yaparken ve yine %16,7'si zorunlu derslerde tanıştığını ifade etmiştir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(18) - Origami ile ilk internette araştırma yaparken pandemi zamanı tanıştım.

(7) - Çocukken internette önüme origami tutorialları çıkardı ve ben o videoları izleyerek yapmaya çalışırdım. Yumurcak TV'de de bazen kısa kısa origami videoları çıkardı eskiden, o zamanlar daha da ilgimi çekmeye başlamıştı. İlk defa origami ile karşılaşmam ise komşumuzun oğlu sayesinde oldu. Benden yaşça büyüktü ve biz onlara gittiğimizde bana önündeki peçeteyi gösterip 'sana gemi yapmayı öğreteyim mi?' demişti ve peçeteden gemi yapmayı öğretmişti. İlk origamim gemi olmuştu o abi sayesinde.

(8) - 2018 yılında Dünya Kupası maçlarını izlerken, Japonya milli takımının galibiyet aldıktan sonra soyunma odalarını turna kuşlarıyla süslediklerini görmüştüm ve merak edip

araştırmıştım. Araştırdıktan sonra origaminin, kağıt katlama sanatının Japonlar ve bir çok halk için önemini öğrenmiştim.

(10) - 6. sınıftayken tanıştım. Bir defter aldım. Arkasında origami şekilleri vardı. Birkaç tanesini yapmaya çalıştım. Ama biraz zor geldi bu yüzden bıraktım.

(14) - 8. sınıftaki teknoloji tasarım dersinde tanıştım.

(4) - İlkokulda öğretmenim sayesinde tanıştım.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Origami ile düzenli olarak kaç yıldır ilgileniyorsunuz?" sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 3'te özetlenmiştir.

Çizelge 3: Origami ile düzenli olarak kaç yıldır ilgilendiklerine yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**
15-17 yıl (Okul öncesi dönemi)	2
11-14 yıl (İlkokul dönemi)	2
7-10 yıl (Ortaokul dönemi)	3
3-6 yıl (Ortaöğretim dönemi)	3
1-2 yıl (Üniversite dönemi)	14

Çizelge 3 incelendiğinde öğrencilerin %58,3'ünün bir-iki yıldır yani üniversitede origami ile ilgilenmeye başladığı görülmüştür. Bunun dışında %8,3'ünün okul öncesi yıllarında, yine %8,3'ü ilkokul, %12,5'i ortaokul ve %12,5'inin ortaöğretim yıllarında origami etkinlikleri ile ilgilenmeye başladığı görülmektedir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(9) - Origami etkinlikleri ile 3-4 yıldır ilgileniyorum. Bu ilgi gördüğüm videolarla başladı ve kendi yaptığım origamilerle devam etti. Bir süre YKS sınavı dolayısıyla ara ara vermiştim.

(1) - Origami ile üniversitede ilgilenmeye başladım.

(4) - Okul öncesinde yapardık. Çocukluktan beri ilgileniyorum.

(21) - İlkokul zamanlarından beri ilgileniyorum.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Daha önce origami ile ilgili herhangi bir eğitim aldınız mı, cevabınız evet ise ne kadar süreli eğitim aldınız? " sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 4'te özetlenmiştir.

Çizelge 4: Origami üzerine eğitim alıp almadıklarına yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**
Eğitim alanlar	7
Eğitim almayanlar	17

Çizelge 4'e göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden %29,2'si daha önce origami eğitimi aldığını; %70,8'i ise eğitim almadığını belirtmiştir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(23) - Herhangi bir yerde eğitim almadım.

(6) - Önceden internette buluyordum, kendi kendime yapıyordum.

(14) - Sadece 8. Sınıfta başlangıç düzeyi eğitim aldım.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Origamide en çok hangi tür çalışmalara yer veriyorsunuz, neden? " sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 5'te özetlenmiştir.

Çizelge 5: Origamide tercih ettikleri çalışmalara yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**	**Nedenleri**
Hayvan figürleri	9	İlgi duyma, beğenme
Karışık	4	Sebep belirtilmemiş
Süs eşyaları	4	Kullanışlı olma
Modüler modeller	3	Özgün oluşu
Figüratif modeller	2	Maliyet
Geometrik şekiller	2	Kusursuz olma

Çizelge 5'e göre katılımcıların en çok ilgi duyma, beğenme gibi nedenlere bağlı olarak %37,5'inin hayvan figürlerini tercih ettikleri görülmektedir. Yine öğrencilerin %16,7'si kullanışlı olmaları nedeniyle süs eşyaları, %12,5'i özgün olmaları bakımından modüler modelleri, %8,3'ü maliyetinin düşük olması sebebiyle figüratif modeller ve yine %8,3'ü kusursuz olması nedeniyle geometrik şekiller katlamayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun dışında öğrencilerin %16,7'si ise bir nedene bağlı olmaksızın karışık şekiller katladığını söylemiştir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(17) - Figüratif modeller yapmakla daha çok ilgileniyorum. Tercih etme nedenim bilgisayar oyunları oynamamla ilgili. Oyun figürleri çok pahalı olduğu için ben de evde kendi kendime onları kağıttan oluşturup figürleştirmeye çalışırdım ve çok daha eğleniyorum bu şekilde.

(16) - Genellikle hayvan figürleri katlamayı seviyorum. Çünkü hayvanları çok seviyorum.

(19) - Genelde süs eşyalarına önem veriyorum. Çünkü renkliler ve masamı süslüyorlar.

(3) - Origami alanında en çok birbirine geçirmeli katlamaları severim ve bunları yapmaya çalışırım. Tercih etmemdeki neden ise ucunun çok açık olması, istenilen her şeyin yapılabilme ihtimali olması.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Origaminin günlük hayatınızda bir yeri var mı, varsa ne gibi bir yere sahip? " sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 6'da özetlenmiştir.

Çizelge 6: Origaminin günlük hayatlarındaki yerine yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**	**Nedenleri**
Dekorasyon	15	Süsleme amaçlı, estetik görünüme sahip olması
Arkadaş toplantıları	4	Eğlence amaçlı
İhtiyaç karşılama	3	Kullanıma uygun eşyalar
Hediye	1	Orijinal olması
Oyuncak	1	Çocuklar için eğlence amaçlı

Çizelge 6'ya göre öğrencilerin %62,5'i ev dekorasyon süslemelerinde, %20,8'i arkadaş toplantılarında ve %16,7'si günlük ihtiyaçlarını karşılamak için katladıklarını ifade etmişlerdir. Bunun dışında %8,3'ü hediye vermek ve yine %8,3'ü çocuklara oyuncak yapmada değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(15) - Çocuklara geri dönüşümden alınan kağıtlarla onlara beğendiği şekillerden oyuncak yapıyorum.

(24) - Yemek masasını süslemek için katlama yapıyorum.

(2) - Değişik figürler yaparak sevdiklerime hediye ediyorum.

(8) - Arkadaşlarımızla cafe gibi mekanlara gittiğimizde bir figür seçip, bunu katlamaya çalışıyoruz. Bu güzel bir aktivite.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Origaminin kendi mesleğinizde kullanılması ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?" sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 7'de özetlenmiştir.

Çizelge 7: Origaminin kendi mesleklerinde kullanılmasına yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**	**Nedenleri**
Origami kullanılabilir	17	Özgün, ekonomik, duyuşsal
Origami kullanılamaz	5	Deneye dayalı olmayışı
Bilgi sahibi değilim	2	İlişki kuramama

Çizelge 7'ye göre öğrencilerin %70,8'i özgün oluşu, ekonomik oluşu ve duyuşsal yönünün baskın olması gerekçesiyle kendi mesleğinde kullanılabileceğini dile getirmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerden %20,8'i origaminin laboratuvarlarda kullanılmasının mümkün olmayacağı gerekçesiyle kendi alanlarında kullanılamayacağını belirtmiştir. Yine öğrencilerin %8,3'ü origaminin kendi alanında nasıl değerlendirileceğine ilişkin bilgi sahibi olmadığını ifade etmiştir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(17) - Resim bölümündeyim ve gerekli olduğunu düşünüyorum. Estetik bakımdan göze hoş geliyor ve nasıl yapıldığını açıklayan bir sheet paylaşılmadığı sürece de tek ve biricik oluyor. Sanatsal değeri olduğunu düşünüyorum. Yaratıcı bir aktivite ve bence lazım.

(16) - Origaminin tüm alanlarda kullanılan bir dal olduğunu düşünüyorum. Kendi alanımda geometri, bina tasarımı, yük dağılımı konusunda kullanışlı ve elverişli olduğunu düşünüyorum.

(12) - Kendi alanımda origamiyi nasıl kullanacağımı bilmiyorum.

(15) - Bence proje veya maketlerde origami sanatını kullanabilirim ve geri dönüşüme atılan kağıtlardan origami sanatını kullanarak hem ekonomik hem de çevreye geri dönüşümü kazandırarak güzel maketler elde edebilirim.

(13) - Maketlerimizi yaparken kağıt katlama işime yarıyor.

(10) - Pek gerekli olduğunu düşünmüyorum. Çünkü biyolog olacağımdan işim laboratuarda olacak. Ben sadece beğendiğim ve merak ettiğim için bu derse girmeye karar verdim fakat işimde stres dağıtmak için çok gerekli olacağını sanıyorum.

Araştırmaya katılan öğrencilere "Origaminin sizin için önemi nedir?" sorusu yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar Çizelge 8'de özetlenmiştir.

Çizelge 8: Origaminin önemine yönelik öğrenci görüşleri

Kategoriler	**f**	**Nedenleri**
Stres atma	6	Rahatlama, sakinleşme
Mutlu olma	5	Can sıkıntısı
Dinlenme	4	Zihinsel ve bedensel yorgunluk
Zamanı değerlendirme	4	Boş zaman
Alanımla ilişkili	3	Mesleğinde farkındalık oluşturma
Farklı kültürleri tanıma	2	Japon kültürüne ilgi duyma

Çizelge 8'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin %25'i stres atmaya katkı sağlaması, %20,8'i mutlu olma, %16,7'si dinlenme, yine %16,7'si zamanı değerlendirme, %12,5'i alanı ile ilişkili olması ve %8,3'ü farklı kültürleri tanımaya olanak sağlaması nedeniyle origaminin kendileri için önemli olduğunu söylemiştir. Bazı öğrencilerin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

(20) - Stresli olduğum zamanlarda beni rahatlatır.

(11) - Ne zaman sıkılsam elime küçük bir kağıt alıp sonucu belli olmasa da katlamaya başlarım.

(6) - Beni zihinsel olarak dinlendiriyor. Ve Uzakdoğu sanatlarına ilgi duyduğumdan bende yeri ayrı.

(22) - Farklı kültürlerin onların yaptığı işleri denemeyi ve yeni şeyler yaratmayı seviyorum.

4. Sonuçlar

Araştırma sonuçlarına göre, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin origami ile ya sosyal çevre ya da okullarda sunulan eğitim sayesinde tanıştıkları görülmüştür. Sosyal çevre aracılığı ile tanışan öğrencilerde televizyon programları, internet ve arkadaş çevresi etkili olmuştur.

Okullarda ise teknoloji ve tasarım dersleri, matematik derslerinde uygulamalara yer verilmesi, proje ödevi hazırlamada değerlendirilmesi ve okullarda ders dışı yürütülen origami etkinlikleri etkili olmuştur. Ancak origami ile düzenli olarak ilgilenmeye başlamaları çoğunlukla üniversite yıllarına denk gelmiştir. Okul öncesi dönemi, ilkokul, ortaokul ve lise yıllarında okullarda karşılaştıkları etkinliklere bağlı olarak düzenli ilgilenen öğrencilere rastlanmıştır. Bu öğrenciler aynı zamanda ortaokul 8. Sınıfta origami ile ilgili ders aldıklarını belirtmişlerdir. Origamide en çok ilgi gösterdikleri ve beğendikleri çalışmaların ise hayvan figürü katlamaları olduğu görülmüştür. Bunun dışında kullanışlı olması, özgün olması, maliyetinin düşük olması ve kusursuz görünüme sahip olması gerekçesiyle farklı katlamalara yönelen öğrenciler de mevcuttur. Yine araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin kağıt katlayarak ortaya koydukları ürünü mekan süslemek amaçlı dekorasyon olarak, sıra dışı durumlarda (örneğin güneşten korunmak için şapka katlamak) ihtiyacı gidermek, arkadaş toplantılarında eğlenceli vakit geçirmek ve çocukları eğlendirmek amaçlı oyuncak yapmada değerlendirmeleri onların sadece kağıt katlamak değil, aynı zamanda origami ile bir farkındalık ortaya koyduklarını göstermiştir. Bunun yanı sıra origaminin özgün olması, ekonomik oluşu ve göze hitap etmesi gerekçesiyle kendi mesleğinde kullanacağını belirten öğrencilerin bulunması mesleğinde farklı performans sergilemeye ve bu konuda kendilerini yetiştirmeye kararlı olduklarını düşündürmektedir. Origaminin rahatlama, dinlenme, can sıkıntısından uzaklaşma, zihinsel ve bedensel yorgunluğu hafifletme, boş zamanları değerlendirme, mesleğinde farkındalık oluşturma ve farklı kültürleri tanımaya olanak sağlamasının kendilerine kazandırdıkları mutlu olma, stres atma, dinlenme ve boş zamanları değerlendirme gibi durumlardan ötürü origaminin kendileri için önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Sonuç olarak, araştırmaya katılan üniversite öğrencileri origami konusunda bir eğitim almamış olsalar bile tüm katılımcıların origami konusunda bilgi sahibi olduğu ve uğraşa dönüştürmek istedikleri, hem duyuşsal hem de bilişsel bakımdan olumlu katkılarını önemsedikleri ve mesleklerine entegre etme düşüncesine sahip oldukları söylenebilir.

Kaynakça

Arslan, O., Işıksal-Bostan, M., & Şahin, E. (2013). The development of belief scale about using origami in mathematics education. Education, 28(2), 44-57.

Arslan O., Eroğlu, D. & Tatli, E. (2022). Disiplinlerarası bir origami etkinliği: güneş sisteminde kesirler. Araştırma Temelli Etkinlik Dergisi (ATED). Cilt 12, Sayı 1, 1-17

Boz,(2015). İki boyutlu kağıtlardan üç boyutlu origami küpüne yolculuk, Araştırma Temelli Etkinlik Dergisi (ATED), 5(1), 20-33.

Çakmak, S. (2009). An investigation of the effect of origami-based instruction on elementary students' spatial ability in mathematics. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). OrtaDoğu Teknik Üniversitesi. Ankara.

Cakmak, S.,Isıksal, M., & Koc, Y. (2014). Investigating effect of origami-based Instruction on elementary students' spatial skills and perceptions. The Journal of Educational Research, 107(1), 59-68.

Duatepe-Paksu, A. (2016). Kağıt katlama yöntemiyle dörtgenlerin incelenmesi, Araştırma Temelli Etkinlik Dergisi (ATED), 6(2), 80-88.

Erktin, E., Özkan, A., & Balcı, N. (2003). İlköğretim matematik sınıflarında kağıt katlama projesi, EDU7, 1(1), 1-8.

Hoon, E. M. (2015). Students want interactive reading activities. 2015 International Conference on School Librarianship of Asian Countries. 15-16 October, Taipei, Taiwan.

İnce, B., Mertol, H., & Kaya, N. G. (2021). Origaminin tarihi gelişimi ve yararları. Proceedings book, 3, 5. Xı. Umteb Internatıonal Congress On Vocatıonal & Technıcal Scıences. September 3-5, 2021. 49-55.

Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Nishida, Y. (2019). Somethingold, somethingnew, something borrowed, andsomething Froebel? The development of origami in early childhood education in Japan, Paedagogica Historica, 55:4, 529-547, DOI: 10.1080/00309230.2018.1546330

Polat, S. (2013). Origami ile matematik öğretimi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(21), 15-27.

Sezginsoy-Şeker, B. (2016). Sınıf öğretmeni adayları tarafından oluşturulan origami etkinliklerinin değerlendirilmesi, Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume: 11/3, , p. 1991-2008

Tuğrul, B. & Kavici, M. (2002). Kağıt katlama sanatı origami ve öğrenme. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. (1) Sayı:11

Uslu, Ö. & Ceyhanlı F. (2020). Origami sanatının tekstil alanındaki görsel etkisinin irdelenmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 19, Sayı 76, 2119-2137

Ünan, Z. (2019). Origami çalışmalarının birey ve toplum açısından önemine ilişkin üniversite öğrencilerinin görüşleri, Turkish Studies Educational Sciences. Volume 14 Issue 4, p: 1841-1860

Wares, A. (2012). An application of the theory of multiple ıntelligences in mathematics classroom in the context of origami, International Journal of Mathematical Education in Science and Technology, 44(1), 122-131.

Yazıcı A. & Çeziktürk, Ö. (2018). Aday matematik öğretmenlerinin origamiye karşı tutumları, karşılaştıkları zorluklar ve temsil çeşitlerinin kullanımı. Akademik Platform Eğitim ve Değişim Dergisi. 1 (1), 22-37

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, F. & Yardimci, M. R. (2023). Evaluation of the "Story-Gami Applications: Let's Fold Learning in Two with Fun" Program in the Framework of Participant Opinions. Turkish Journal of Qualitative Research, 3(1), 1-16

KEMAN EĞİTİMİ ALAN BİREYLERİN KEMANDA YAY ÇEKMEYE İLİŞKİN YAKLAŞIMLARI

Yüksek Lisans Öğrencisi, Melis BARAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 0009-0006-3577-6169

Prof. Dr., Begüm ÖZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 0000-0001-8346-7308

ÖZET

Bu çalışmada, keman eğitimi almış veya almaya devam eden bireylerin "Kemanda yay çekmek" kavramını nasıl algıladıkları metaforlar aracılığıyla incelenmiştir. Araştırma; bireylerin yay çekme olgusuna yaklaşımlarını belirlemek, yay tekniği çalışma sürecinin bireylerdeki etkisini anlamak, süreç hakkında bilgi edinilmesini sağlamak ve farklı bir perspektif elde etmek amacıyla yapılmıştır. Nitel bir yaklaşım olan fenomenoloji deseni kullanılarak yürütülen çalışmaya katılan 25 kişiye, "Kemanda yay çekmek … benzer/gibidir çünkü …" cümlesi verilerek bu cümlenin boşluklarını doldurmaları istenmiştir. Katılımcıların yanıtları, MAXQDA Analytical Pro 2022 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar, kemanda yay çekmeyi kişisel, teknik, sanatsal ve eğitsel boyutlarla tanımlanan çeşitli metaforlarla ifade etmişlerdir. Katılımcıların, yay kullanımını müzikal ifadenin bir unsuru olarak gördükleri ve yay çekme egzersizlerine müzikal ifadeyi geliştirici temel bir adım olarak yaklaştıkları belirlenmiştir. Katılımcılar, teknik olarak yayın dengeli ve doğru bir açıyla kullanılması gerektiğini vurgulamışlardır. Elde edilen metafor ve ifadelerden, yay kullanımının gelişmesi için planlı, kontrollü ve dikkatli bir şekilde, zamanı doğru kullanarak, sabırla çalışma sonucu bu zorlu sürecin üstesinden gelineceği çıkarımı yapılmıştır. Ayrıca uzun yıllardır profesyonel olarak keman çalan katılımcıların yay çekmeyi rahatlatıcı ve dinlendirici buldukları da belirlenmiştir. Ayrıca, bazı katılımcıların kullanmış oldukları benzetmelerin analojik bir nitelik taşıdığı görülmektedir. Sonuçlara göre, keman eğitimine başlayan bireylerin, yay çekme pratiğini alternatif bir bakış açısıyla ele almalarına olanak sağlayacak ve bu süreci daha etkili bir şekilde deneyimlemelerine yardımcı olabilecek farklı öğretim stratejilerinin geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Keman Eğitimi, Yay Çekme Metaforları, Müzikal İfade, Yay Kullanımı, Keman Tekniği, Eğitsel Stratejiler, Yay Çekme Analojileri.

GİRİŞ

Müzik, her yaş grubu ve toplumun her kesimi için evrensel bir ifade biçimi olarak kabul edilmekte olup; sevinç, üzüntü, korku, mutluluk gibi birçok farklı duygu durumunu ve duygusal deneyimlerimizi ifade etmek ve paylaşmak için son derece etkili bir araç olarak hizmet vermektedir. Bu evrensel ifade biçimini taşıyan müziğin ana araçlarından biri de kemandır. Keman, solo performanslarda sıkça kullanıldığı gibi, orkestralarda da önemli bir rol oynamaktadır. Benzersiz estetik yapısı ve ifade gücü sayesinde farklı dönemlerde birçok

besteciye ilham kaynağı olmuş ve çeşitli eserlerde kullanılmıştır (Taş, 2019). Bu nedenle keman, yaylı çalgılar arasında tonal ve ses imkânları açısından önde gelen bir enstrüman olarak kabul edilir ve farklı tonları elde etmek için virtüözlük gerektiren bir enstrüman olarak değerlendirilir. Dolayısıyla keman eğitimi süreci, bireyin çok yönlü gelişim ve yetişim aşamalarını içermektedir.

Kemanın estetik, güçlü ve etkili bir ifade aracı olarak kullanılabilmesi, yoğun ve uzun vadeli çalışmalar sonunda büyük bir repertuvarın öğrenilmesiyle gerçekleşmektedir. Bu nedenle, nitelikli bir keman icracısı olabilmek için uzun süreli bir eğitim süreci gerekir. Bu süreçte duruş, çalgıyı tutuş ve yay çekmenin devamında sağ ve sol elde kazanılması ve güçlendirilmesi gereken birçok teknik ve müzikal beceri vardır (Taş, 2019). Keman yayla çalınan bir çalgı olduğu için "keman öğretiminin ilk aşamasında sağ el yay tutma çalışmaları en karmaşık problemlerden biri olarak kabul edilir" ve bu nedenle "birçok pedagog ve besteci sağ el tekniğini geliştirmek adına farklı arayışlarla yay tekniklerinin ortaya çıkmasına önemli katkılar sağlamıştır" (Çuhadar, 2009). Keman çalarken, iki elin koordinasyonunda öne çıkan özelliklerden biri, paralel ve zıt yönlü değişiklikleri içeren karşılıklı bir ilişkinin varlığıdır. Sol el, tellerde yer alırken sağ el, yayı çekme görevini üstlenir. Sağ elin hareketleri, sol elin faaliyetlerini büyük ölçüde etkileyebilir (Memedaliyev, 2009). Bu nedenle, başlangıç aşamasında doğru bir yay tekniği geliştirmenin önemli olduğu düşünülmektedir.

Kemanda müzikal ifadeyi zenginleştirmek ve farklı tınılar elde etmek amacıyla yay teknikleri kullanılmaktadır. Ergün (2023), farklı yay teknikleriyle kesik, uzun, kısa, yumuşak ve sert seslerin elde edildiğini belirtmektedir. Yay tekniklerini "yayın tel ile olan ilişkisi" kapsamında inceleyen Çuhadar (2009), Holm'un (2001) yay tekniklerini "tel üzerinde kalarak yapılanlar" (Detaşe, Legato, Portato, Staccato, Martelé) ve "telden ayrılarak yapılanlar" (Spiccato ve Sautillé) olarak iki ana kategoriye ayırdığını aktarmaktadır (Holm, 2001:6'dan aktaran Çuhadar, 2009:122). Bu tekniklerden her biri farklı bir çalma tarzını temsil eder ve müzisyenin eserdeki duygusal ve müzikal ifadesini şekillendirmesine yardımcı olur. Yay tekniğinin doğru kullanımı ile güzel bir ses çıkarmayı başaran icracı, çalışmasının ilerleyen aşamalarında çeşitli yay kullanım biçimlerine geçebilir. Böylece eserlerdeki ses farklılıklarının icrası ya da ifade edilmesi, müzikal ifadenin anahtarı olan yay kullanımı ile gerçekleştirilir. Okay ve Kurtaslan (2013) tarafından yürütülen bir araştırmada, keman ve viyolada ton üretimi sürecinde sorumluluğun sağ elde olduğu ve bu bağlamda yayın kritik bir rol oynadığı belirtilmektedir. Ergün (2023) ise, sağ elin kontrolü ve teknik reflekslerinin eksikliğinin, başarılı bir icra için önemli bir engel oluşturabileceğini vurgulamaktadır.

Kesendere (2017) tarafından yapılan çalışmada, yayın tutuşu ve kullanımıyla ilgili yaşanan sorunlar ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlar, yay kullanmaya yeni başlayan öğrencilerin "sağ kolun kasılmasıyla istenilen hareketi rahatlıkla gerçekleştirememesi, istenmeyen sert seslerin oluşması, yayın tek bir noktada düzgün bir şekilde ilerleyememesi ve yayın teller üzerinde savrulması" gibi problemlerle sıkça karşılaştıklarını göstermektedir. Günay (2006) ise, kemana yeni başlayan öğrencilerde tutuş problemlerini inceleyen araştırmasında, keman çalma sürecindeki en ufak gerginliklerin bile titizlikle tespit ve kontrol edilmesinin gerekliliğini vurgulamıştır.

Keman tekniğinde rahatlık çok önemlidir. Kemanda kaliteli ton üretiminin en önemli faktörü olarak yay tekniği görülmektedir. Yay tekniğinin geliştirilmesi için günlük keman çalışmalarından biri de yay çekme egzersizleridir. Ancak bu çalışmaların etkililiği bireylerin yay çekme egzersizine bakış açısıyla doğru orantılıdır. Bu çalışmaları istekle yapan bireylerle zoraki yapan bireylerin teknik gelişimlerinin farklı olduğu düşünülmektedir. Nitekim araştırmalar öğrenme ve öğretme süreçlerinde sağ elde en çok yaşanılan problemin yayın tutuşu ve doğru kullanımı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle keman eğitimi almış veya almakta olan bireylerin kemanda yay çekme sürecine ilişkin bakış açılarının belirlenmesinin öğretim stratejileri geliştirmek adına önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmada, keman eğitimi almış ve almakta olan bireylerin kemanda yay çekme sürecine ilişkin bakış açılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesi amaçlanmaktadır.

1. YÖNTEM

1.1. Araştırma Modeli

Araştırma, keman eğitimi almış bireylerin kemanda yay çekmeye yönelik yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji deseni kullanılarak yürütülmüştür. Nitel araştırma yöntemi insanın davranışlarını, görüşlerini, tutumlarını, deneyimlerini detaylı olarak anlama, yorumlama ve tanımlamayı olanak haline getiren bir araştırma türüdür (Kıral, 2020). Araştırma yapılırken olayın nicel özelliklerine cevap bulmak yerine, "neden, nasıl" gibi detaylara inilerek olaya anlam kazandırmaya yarayacak sorular sorulur (Kıral, 2020). Müzikte, özellikle soyut ifadelerin sıklıkla yer aldığı çalgı eğitiminde kullanılan tekniklere ilişkin algıların belirlenmesi eğitimin başarısını da etkileyen önemli bir faktördür. Bu nedenle fenomenoloji deseni sıklıkla başvurulan yöntemler arasındadır. Fenomenoloji, insanların belirli bir olgu veya kavram hakkındaki anlayışlarını, duygularını, bakış açılarını ve algılarını ifade etmelerine olanak sağlayan ve bu olguyu nasıl deneyimlediklerini tarif etmek için kullanılan nitel bir araştırma yöntemidir (Tekindal ve Uğuz, 2020).

1.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu; özengen keman eğitimini sürdüren 11 kişi (ÖE), mesleki keman eğitimini sürdüren 4 kişi (ME) ve mesleki keman eğitimini tamamlamış 10 kişi (MET) olmak üzere, 18-57 yaş aralığında toplam 25 katılımcıdan oluşmuştur.

1.3. Veri Toplama Araçları

Çalışma çerçevesinde bireylerin kemanda yay çekmeye ilişkin yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla katılımcılardan metaforlar üretmeleri istenmiştir. Metafor bir kişinin, bir kavramı ya da olguyu algıladığı şekilde, benzetmeler aracılığıyla ifade etme (Aydın, 2011) ve genel olarak dünya anlayışımıza nüfuz eden düşünme ve görme biçimidir (Uğurlu, 2018). Zihinsel metafor kuramına göre metaforun özü bir fenomeni/olguyu başka bir fenomen/olgu açısından anlamak ve tecrübe etmektir (Uğurlu, 2018).

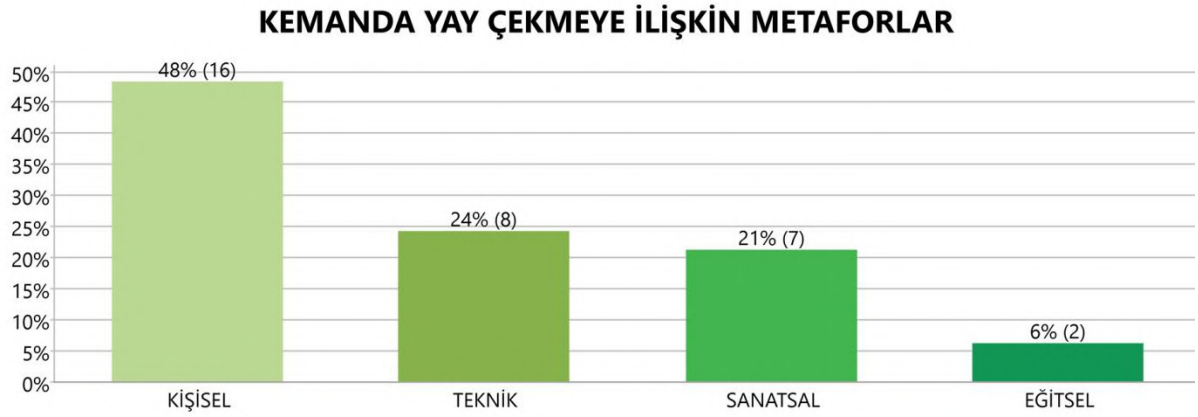
Bu çalışmada, "*Kemanda yay çekmek… benzer/gibidir. Çünkü…*" metafor cümlesi katılımcılara yöneltilerek, verilen boşlukları doldurmaları istenmiştir. Benzetilen metaforun "çünkü" ile başlayan açıklama cümlesinde anlamlı bir şekilde ifade edilmesi gerektiği katılımcılara belirtilmiştir.

1.4. Verilerin Analizi

Araştırmada öncelikle görüşmelerden elde edilen veriler düzenlenerek yazılmıştır. Ardından verilerin kodlanması, kategorilere ayrılması aşamaları MAXQDA Analytical Pro 2022 programı aracılığı ile iki uzman tarafından yapılmıştır.

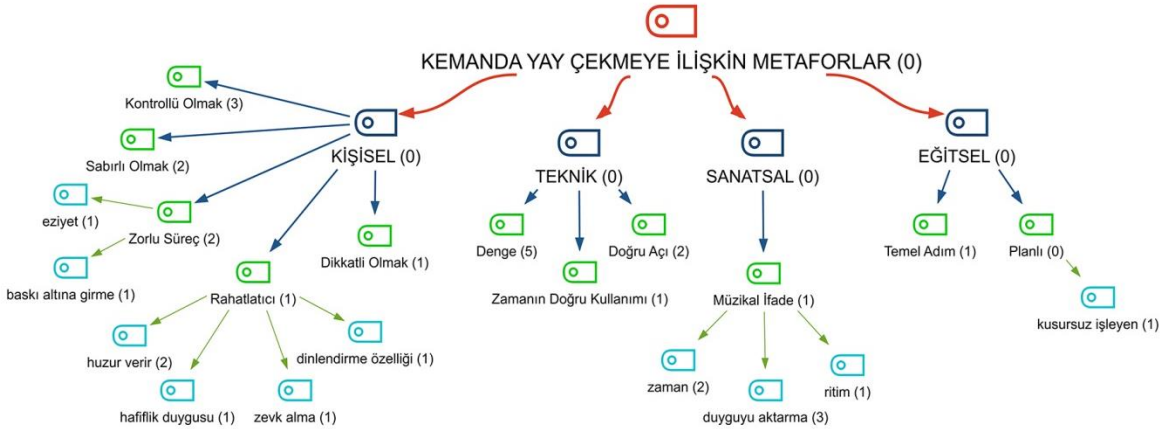
2. BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların "Kemanda Yay Çekmek" kavramına yönelik oluşturdukları metaforların analizine dayalı bulgulara yer verilmiştir. Kemanda yay çekmeye ilişkin elde edilen temaların dağılımları Görsel 1'de verilmiştir.



Görsel 9.Kemanda Yay Çekmeye İlişkin Temalar

Elde edilen verilere göre, katılımcılar kemanda yay çekme olgusunu 16 kodlanmış belge ile çoğunlukla kişisel bir deneyim olarak görmektedir. Ardından 8 kodlanmış belge ile teknik, 7 kodlanmış belge ile sanatsal ve 2 kodlanmış belge ile eğitsel yaklaşımda değerlendirmektedir. Katılımcıların çoğunlukla 'kemanda yay çekmek' olgusunu duygu ve hissiyat açısından benzetmelerle ilişkilendirdiği belirlenmiştir. Katılımcıların ürettikleri metaforlardan elde edilen temalar, kategoriler ve alt kategoriler Görsel 2'de verilmiştir.



Görsel 10. Kemanda Yay Çekmeye Yönelik Metaforların Hiyerarşik Kod Alt-Kod Modeli

Katılımcıların oluşturdukları metaforların analizi sonucunda 4 tema, 11 kategori ve 10 alt koddan kategoriler elde edilmiştir. Çizelge 1'de ise temaları ve kategorileri oluşturan metaforlar ve belgelerde tekrar etme sayıları yer almaktadır.

Çizelge 6. Elde Edilen Metaforların Dağılımları

Tema	Temel Kategoriler	Metaforlar	Toplam
KİŞİSEL	Kontrollü Olmak	Direksiyon Hâkimiyetini Sağlamak (1), Direksiyonu Gideceğin Yöne Çevirmek (1), Konuşmak (1)	3
	Dikkatli Olmak	Çiçek Yetiştirmek (1)	1
	Sabırlı Olmak	Çiçek Yetiştirmek (1), İyi Hissetmezken En İyi Gülüşü Göstermek (1)	2
	Zorlu Süreç	Dünyadaki En Ağır Şeyi Tek Kolunla Kaldırmak (1), İnsanın Adım Atmak İçin Ayağa Kalktığında Dengede Durabilmesi (1), Uzun Yola Çıkmak (1), İyi Hissetmezken En İyi Gülüşü Göstermek (1)	4
	Rahatlatıcı	Su Üstünde Uzanmak (1), Sıcak Bir Yaz Günü Denize Girmek (1), Bahar Yağmurunda Petrikor Kokusu ile Yürümek (1), Uzun Yola Çıkmak (1), Can Dostlu ile Kalbinden Geçenleri Paylaşmak (1)	6
TEKNİK	Zamanın Doğru Kullanımı	Mevsimler (1)	1
	Denge	Direksiyon Hâkimiyetini Sağlamak (1), İncecik Bir İpin Ucundan Diğer Ucuna Yürümek Gibidir (1), İnsanın Adım Atmak İçin Ayağa Kalktığında Dengede Durabilmesi (1), Paten Kaymak (1), Yüksek Bir Yerde Sallanan Düz Bir Köprüden Geçmek (1)	5
	Doğru Açı	Teknede Kürek Çekmek (1), Kelebeğin Kanat Çırpması (1)	2
SANATSAL	Müzikal İfade	Konuşmak (1), Sonsuzluk (1), Nehir (1), Nefes Alıp Vermek (1), Duyguları ifade etme yoludur (1), Ses Sanatçısının Nefesini Kullanması (1), Kuş Uçuşu (1)	7
EĞİTSEL	Temel Adım	İnsanın Adım Atmak İçin Ayağa Kalktığında Dengede Durabilmesi (1)	1
	Planlı	Kusursuz İşleyen Bir Plan (1)	1

2.1. Katılımcı Görüşleri

Bu bölümde, oluşturulan temalara kaynak olan katılımcı görüşlerine yer verilmiştir.

TEMA 1: Kişisel

Bu tema kapsamında 5 kategori altında toplanan 9 katılımcının görüşüne yer verilmiştir.

"Kemanda yay çekmek su üstünde uzanmak gibidir. Çünkü insanı hafifletir, ruhu dinlendirir." (Kadın, 24, ÖE)

"Kemanda yay çekmek dünyadaki en ağır şeyi tek kolunla kaldırmak gibidir çünkü yay zamanla insana ağır gelmeye ve koluna tonlarca ağırlık yüklenmiş hissettirmeye başlar." (Kadın, 22, ÖE)

"Kemanda yay çekmek sıcak bir yaz gününde denize girmek gibidir çünkü çektiğin her yayda kulağına gelen nameler seni rahatlatan serin dalgalara benzer." (Kadın, 22, ÖE)

"Kemanda yay çekmek bir çiçek yetiştirmek gibidir. İlgi, sevgi ve sabırla her gün ilgilendiğimiz çiçeğimiz nasıl ki zamanla tomurcuklanıyorsa; yay çekmeyi öğrenme aşamasında da aynı sabır ve dikkatle çalıştığımızda başarılı olabiliriz." (Kadın, 22, ÖE)

"Kemanda yay çekmek bahar yağmurunda petrikor kokusu ile yürümek gibidir çünkü yay çekmek insana huzur verir. Bütün güzel, hoş kokuyu içine çekersiniz ve yavaşça bırakırsınız ve tekrar her yay çekişinizde huzur dolarsınız." (Kadın, 18, ÖE)

"Kemanda yay çekmek uzun yola çıkmak gibidir, yolun keyfini çıkartanlar çıkardığı sesten zevk alır ancak yolun sonunu gözleyenler yalnızca kendisini baskı altına sokup çıkardığı sesin güzelliğini göz ardı eder." (Erkek, 18, ME)

"Kemanda yay çekmeyi, araba kullanırken direksiyonu gideceğim yöne çevirmeye benzettim. Çünkü arabayı nereye sürmek istiyorsam direksiyonu o tarafa çeviriyorum tıpkı kemanımla ne çalmak istiyorsam arşemi o şekilde yönlendirdiğim gibi. Her ikisinde de kontrol ben de. Hızlı gitmek istiyorsam hızlı, yavaş gitmek istiyorsam yavaş. İçimden geldiği gibi." (Kadın, 22, MET)

"Kemanda yay çekmek, aslında hiç iyi hissetmezken en güzel gülüşünü göstermeye çalışmak gibidir. Çünkü teknik ve duruş kurallar içselleştirilene kadar keman ve yay tutuşu, konforsuz ve günlük hayatta kullanmadığımız el pozisyonlarıdır. Hiç de elverişli olmayan bu fiziksel şartlar eşliğinde, örneklerini başka kemancılardan duyduğunuz o harika sesi elinizdeki kemanla, çektiğiniz yayla çıkartma ihtimaline yaklaşabilmek için her gün sınırları biraz daha zorlarsınız." (Kadın, 33, MET)

"Kemanda yay çekmek, benim için can dostumla kalbimden geçenleri paylaşmak gibidir. Çünkü, kendimi ifade ederken kelime bulmakta zorlanırım kalp atışlarım hızlanır kendimi rahatsız hissederim fakat, yay çekerken kendimi çok rahat, sakin ve huzurlu hissederim. Yay çekerken yoga yapıyor gibiyim." (Erkek, 51, MET)

Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde, bu tema kapsamındaki çoğu katılımcının kemanda yay çekme sürecinin rahatlatıcı etkisine değindiği ve kemanı duygularını aktarabildiği bir araç olarak gördükleri gözlenmiştir. Bunun yanı sıra zorlu ve sabır isteyen bir süreç olduğu da vurgulanmıştır.

TEMA 2: Teknik

Bu tema kapsamında 3 kategori altında toplanan 7 katılımcının görüşüne yer verilmiştir.

"Kemanda yay çekmek teknede kürek çekmeye benzer, nasıl ki doğru yöne kürek çekmeyince akıntıya kapılıyorsak doğru açıda yay çekmediğimizde de istediğimiz tonu yakalayamayız." (Kadın, 23, ÖE)

"Kemanda yay çekmek direksiyon hakimiyetini sağlamak gibidir çünkü yay kayarsa kötü sesler çıkabilir aynı şekilde araba sürerken direksiyon kayarsa kötü şeylerle sonuçlanabilir." (Kadın, 18, ÖE)

"Kemanda yay çekmek incecik bir ipin bir ucundan diğer ucuna yürümek gibidir. Dengemizi sağlamak için doğru noktalara basmalı, tellerden temiz bir ses elde etmek için ise yönümüzden şaşmamalıyız." (Kadın,18, ÖE)

"Kemanda yay çekmek mevsimlere benzer çünkü zamanı ne kadar doğru kullanırsan müziğin o kadar güzel olur." (Kadın, 25, ME)

"Kemanda yay çekmek kelebeğin kanat çırpmasına benzer çünkü kolumuzu kelebeğin kanadı gibi zarifçe açıp kapatmanız gerekir." (Kadın, 22, ME)

"Kemanda yay çekmek paten kaymak gibidir çünkü nasıl ki paten üzerinde dengede durmaya çalışıyorsak yay çekerken de denge kurmak önemlidir." (Kadın, 21, ME)

"Kemanda yay çekmek yüksek bir yerde sallanan düz bir köprüden geçmek gibidir çünkü bu esnada dengede durmak önemlidir, sağa veya sola ağırlık verdiğimizde dümdüz ilerlemezsek kaybedebiliriz." (Kadın, 24, MET)

Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde kemandaki bazı teknik detaylara değindikleri ve keman çalarken tekniğin doğru bir şekilde kullanılmasının, kemanda başarılı bir icracı olmanın temelini oluşturduğu gözlenmiştir.

TEMA 3: Sanatsal

Bu tema kapsamında müzikal ifade kategorisi altında toplanan 7 katılımcının görüşüne yer verilmiştir.

"Kemanda yay çekmek benim için konuşmakla aynıdır. Konuşurken bağırabilirsiniz, haykırabilirsiniz ya da isterseniz yumuşacık bir ses tonuyla nazikçe de konuşabilirsiniz. Bunların hepsini yay çekerken kontrol edebilir ve kemanla tüm duyguları hissettirebilirsiniz." (Erkek, 18, ÖE)

"Kemanda yay çekmek "sonsuzluk" gibidir çünkü yayı her çekişinde tekrar itmen gerektiğini -aksi gerekmedikçe- belli etmemelisin. Sanki elinde sonsuz uzunlukta bir yay varmış gibi." (Kadın, 36, MET)

"Kemanda yay çekmek nehir gibidir çünkü hiç durmadan akıp gitmeli ve parça ile bir bütünlük sağlamalıdır." (Erkek, 35, MET)

"Kemanda yay çekmek nefes alıp vermeye benzer. Çünkü kalbimizin ritmi ile nefes alıp veririz, yay çekerken de müziğin ritmi ile nefesimizin gücünü ve hızını yaya veririz. Bu nedenle yay çekmek, müzik dilinde nefes demektir." (Kadın, 26, MET)

"Kemanda yay çekmek, hüznü, sevinci, öfkeyi ya da insana ait her türlü hissiyatı müzikle ifade etmenin en ayrıntılı yoludur. Çünkü, Keman'a gönül vermiş ona kendini adamış bir müzisyenin yaya uyguladığı baskı derecesi ve yayı çekip itmesi, aslında ünlü bir roman yazarının binlerce sayfada tattırdığı duyguyu müzikle anlatmasıdır." (Erkek, 57, MET)

"Kemanda yay çekmek bir ses sanatçısının nefesini kullanması gibidir. Sanatçının nüansları verebilmesi büyük ölçüde nefesini nasıl kullanacağına bağlıdır. Kemanın da kendi karakterini yansıtabilmesi büyük ölçüde yay kullanımına bağlıdır." (Erkek, 33, MET)

"Kemanda yay çekmek kuş uçuşuna benzer çünkü eserlerin temposuna göre bazen yükselmek için hızlıca kanat çırpmak bazen de havada süzülmek gerekir." (Kadın, 33, MET)

Kemanda müzikal ifadenin yansıtılması yay sayesinde gerçekleşmektedir. Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde yayın müzikal ifadeyi aktarmadaki önemine vurgu yaptıkları gözlenmiştir. Katılımcılar, yay aracılığı ile eserin ruhunu kemana aktardıklarına ve parça ile bütünlük sağlanması gerektiğine değinmişlerdir.

TEMA 4: Eğitsel

Bu tema kapsamında 2 kategori altında toplanan 2 katılımcının görüşüne yer verilmiştir.

"Kemanda yay çekmek kusursuz işleyen bir plan gibidir. Çünkü notalarımızı bir plan olarak düşünürsek, sanatçıyı da yani keman çalan kişiyi de planı uygulamaya çalışan bir kişi olarak düşünürsek bu bağlamda yay çekme işlemi de bu planı uygulama adımlarından biri olur ve sanatçı, yay çekme işlemini bu bütünlük kapsamında gerçekleştirdiği taktirde ortaya kusursuz işleyen bir plan çıkmış olur." (Kadın, 18, ÖE)

"Bence kemanda yay çekmek bir insanın adım atmak için ayağa kalktığında dengede durabilmesine benzer çünkü bir yere ulaşabilmek için yürümekten önce ayakta durabilmek gerekir. Dengesini sağlayamayan birinden koşması beklenmez değil mi? Yay çekemeyen öğrencinin de nota bilgisi vs. her ne kadar iyi olsa bile kemanı çok güzel çalması beklenmez. Kısacası yay çekmek kemanda öğrenilebilecek en temel ama aynı zamanda en zor bilgilerden biridir benim için." (Kadın,18, ÖE)

Keman eğitimi sistematik ilerlemesi gereken bir süreçtir. Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde, keman eğitiminde planlı ilerlemenin önemini ve yay çekme sürecinin bu eğitimin temelini oluşturduğunu vurguladıkları görülmektedir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kemanda yayın doğru bir şekilde çekilmesini öğrenme süreci, keman eğitiminin temel ve önemli bir aşamasıdır. Kemanda yay çekmeyi teknik olarak oturtamamış bir bireyin başarılı bir icracı olması beklenemez. Yay çekmek aynı zamanda kemanda müzikal ifadenin anahtarı olarak da bilinmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışmada, keman eğitimi almış ve almaya devam eden bireylerin "Kemanda yay çekmek" kavramını nasıl algıladıkları metaforlar aracılığıyla elde edilmiş ve bu kavrama yönelik düşünceler analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar, kemanda yay çekme olgusunu; kişisel, teknik, sanatsal ve eğitsel olarak dört tema altında ifade etmişlerdir.

Kişisel temada katılımcıların bir kısmı yay çekme becerisi kazanmanın zorlu olduğunu, egzersizler ve etütler aracılığı ile bu beceriyi kazanmak için çabalarken kontrollü bir şekilde ilerlenmesi gerektiğini vurgularken; bir kısmı ise yay çekmeyi verdiği hissiyat ile tanımlamış, rahatlatıcı ve duygusal bir deneyim sunduğunu vurgulamıştır.

Teknik temada katılımcılar; yay çekerken denge unsurunun çok önemli olduğuna, her telde sağ kolun aldığı açıya dikkat edilmesi ve doğru konumlandırılması gerektiğine, zamanın doğru kullanılarak nota değerlerine dikkat edilmesi gerektiğine vurgu yapmışlardır.

Sanatsal temada katılımcılar, yay çekme sürecinin müzikal ifadeyi aktarmada önemli bir rol oynadığını ve müzikle iletişim kurmanın bir yolu olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonucu Johansson'ın (2017) çalışması da desteklemektedir. Çalışmada; yay çekmenin teknik boyutu, eğitim boyutuyla bütünleşik şekilde enstrümanın nasıl çalıştırılacağı, sanatsal boyutunda ise müzikal ifadenin göstergesi olan üslup ile bağdaştırıldığı vurgulanmıştır.

Eğitsel temada ise katılımcılar, yay çekme sürecinin keman eğitiminin temel bir parçası olduğunu, disiplinli ve planlı ilerletilmesi gereken bir öğrenme aşaması olduğunu vurgulamışlardır. Ancak bu noktada verilen eğitimin niteliği ve yaş grubuna göre planlanması da oldukça önem taşımaktadır. Nitekim Durak (2009) tarafından gerçekleştirilen araştırma bunu desteklemektedir. Araştırmada, ilköğretim 1. ve 2. sınıf seviyesindeki çocuklara verilen profesyonel keman eğitimi yöntemleri ve bu süreçte karşılaşılan sorunlar incelenmiştir. Araştırma, öğrencilerin boş bir teli çekme konusundaki tepkilerini gözlemleyerek bir örnek sunmuştur. Bu örnekleme dayanarak, bazı öğrencilerin boş tel çalışması yapmaya istekli olduğunu, diğerlerinin ise iki veya üç yay çekmenin ardından yorgun hissettiklerini ifade etmiştir. Ancak, bu yorgunluğun öğrencinin yaşadığı fiziksel yorgunluktan çok, monoton hareket etmekten sıkılması sonucunda ortaya çıkan bir yansıtma olduğu belirtilmiştir. Öğretmenin aşırı ısrarcı bir tutum sergilediği durumlarda, öğrenciler genellikle belirtilen yönergeleri takip etmeye devam edebilirler; ancak bu süreçte öğrencilerin derse olan ilgisi zaman içinde azalabilir ve bu nedenle eylemlerini gerçekleştirme yetenekleri zayıflayabilir. Bu tür bir eğitim yaklaşımının, olumlu sonuçların elde edilmesini zorlaştırabileceği düşünülmektedir. Dahası, derslerin bu şekilde ilerlemesi, öğrencilerin öğrenmeye olan isteklerini kaybetmelerine ve hatta keman çalmaya olan ilgilerini yitirmelerine yol açabilir. Böyle bir durumun önüne geçmek için öğrenme materyalleri düzenli aralıklarla değiştirilmeli ve öğrencinin yakın ve somut hedeflere ulaşmayı amaçladığı bir eğitim yöntemi benimsenmelidir. Bu yaklaşım, öğrencilerin başarı hissiyle motive olmalarını sağlayabilir.

Çalışma sonucunda, teknik, sanatsal ya da eğitsel olarak yapılan benzetmelerin bir kısmının ise analojik benzetmeler olduğu görülmüştür. Bilinmeyen bir olgunun bilinen, benzer gerçeklerle açıklanması olarak da tanımlanan analojik anlatım, özellikle küçük yaşlarda keman eğitimi sürecinde temel duruş, tutuş ve tekniklerin öğretilmesinde önemli bir yardımcıdır. Analojik kavramlar iki durum arasında bağlantı görevi görerek yeni öğrenilen kavramların anlaşılmasını kolaylaştırarak zihinde kalıcı hale gelmesine yardımcı olur (Kara, 2016). Örneğin kemanda yay çekme sürecinde telden tele geçişlerde kol açılarını tellere göre ayarlamak çok önemlidir. Bu kol açılarının teknik temadaki katılımcı tarafından, kelebeğin kanat çırpmasına benzetilmesi analojik bir benzetmedir. Kesendere (2017) ise, yayı yeni kullanmaya başlayan öğrencilerin yaşadığı problemlere çözüm önerisi olarak "kuğu benzetmesi" gibi hikayeleştirme tekniklerinin kullanılmasının yararlı olabileceğini ifade etmiştir. Keman eğitimi (Kara, 2016), ses eğitimi (Kar, 2021) ve flüt eğitimine yönelik (Gültekin ve Aytemur, 2022; Gültekin ve Öz, 2023) yapılan çalışmalarda analojik yaklaşımlara rastlanmaktadır. Groody (2000) çalışmasında, ünlü keman pedagogu Auer'in ekolünü takip eden öğretmenlerin her zaman ses üretimi ile insan sesi arasında analojik benzetmeler yaptığını ifade etmiştir. Keman öğrenme süreci, yaş faktörü gözetmeksizin teknik açıdan zaman zaman zorlayıcı olabilir ve analojik benzetmeler, bu süreci daha keyifli ve daha anlaşılır hale getirme amacıyla kullanılabilmektedir. Çeşitli katılımcılar tarafından yapılan benzetmeler, keman eğitiminin karmaşıklığına ve zorlu bir süreç olduğuna

vurgu yapmıştır. Bu sadece keman eğitimi özelinde değil, bütün enstrümanların genel öğrenme süreçlerinde geçerlidir. Bu nedenle, benzer metaforik ve analojik araştırmaların alanda gerçekleştirilmesi gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak aşağıdaki öneriler getirilebilir:

1. Keman derslerine başlarken, keman eğitiminin temel bir bileşeni olan yay çekme sürecine neden bu kadar fazla süre ayrıldığı ve yay tekniğinin bu müzikal yolculuğun neden temel taşı olduğu öğrencilere yaş gruplarına uygun şekilde açıklanabilir. Yayın bu önemli rolü anlaşıldığında, öğrenciler, bu süreci daha dikkatli ve titiz bir şekilde ilerletme konusunda çok daha fazla motive olabilirler.
2. Temel bilgilerin edinildiği aşamada, öğrencinin talimatları daha iyi anlama ve etkili bir şekilde uygulama yeteneğini geliştirebilmesi için analojik benzetmeler kullanılabilir.
3. Öğrencinin motivasyon seviyesini sürdürebilmesi amacıyla, başlangıç aşamasından itibaren küçük hedeflerle ilerlemesi sağlanabilir.
4. Eğitim süreci boyunca, teknik yönlerin yanı sıra müzikal ifadeye de eşit derecede önem verilmelidir. Bu yaklaşım, öğrencinin çaldığı eserlerden alacağı estetik deneyimi artırırken, enstrümanıyla daha derin bir bağ kurmasına da olanak tanır.
5. Öğrencinin yay çekme süreci sırasında, nüanslar, tempo ve aksan gibi öğelerle yay tekniği arasındaki bağlantı hakkında farkındalığının artırılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Aydın, F. (2011). Üniversite Öğrencilerinin "Çevre" Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. Doğu coğrafya dergisi, 16(26), 25-44. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/26965 (Erişim tarihi: 22.05.2023)

Çuhadar, C. H. (2009). Kemanda çalma teknikleri. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(1), 121-132. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/50501 (Erişim tarihi: 22.05.2023)

Durak, M., İlköğretim 1. ve 2. Sınıflarda Profesyonel Keman Eğitiminin Teknikleri ve Sorunları, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2009.

Ergün, G. (2023). Keman Eğitiminde Sağ El Teknikleri ile İlgili Bir İnceleme. Afyon Kocatepe Üniversitesi Akademik Müzik Araştırmaları Dergisi, 9(17), 144-154. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2799009 (Erişim tarihi: 22.05.2023)

Groody, D. A. (2000). Pedagogical heritage of San Francisco Bay area violinists. California State University, Dominguez Hills.

Gültekin, E., ve Aytemur, B., *Flüt Eğitiminde Temel Davranışların Kazandırılmasına Yönelik Flüt Öğretmenlerinin Analojik Yaklaşımları*. X. Uluslararası Müzik ve Dans Kongresi, 66-86, Muğla, 2022.

Gültekin, E., ve Öz, B., *Flüt Eğitiminde Ton Üretimine Yönelik Analojik Yönergeler*. Ankara International Congress On Scientıfic Research-VIII, 526-545, Ankara, 2023.

Günay, E., Kemana Yeni Başlayan Öğrencilerde Tutuş Problemleri ve Çözüm Önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2006.

Johansson. M. (2017) Paraphrase this: a note on improvisation. Ethnomusicology Forum 26:1, pages 26-45. (Erişim tarihi: 29.10.2023)

Kar, T. (2021). The use of analogy, imagination and metaphors as an instructional tool in voice training: A case study. Journal for the Interdisciplinary Art and Education, 2(1), 9-31.

Kara, M., Keman Eğitiminde Temel Davranışların Kazandırılmasında Kullanılan Analojik Yaklaşımların İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya, 2016.

Kesendere, Y. (2017). Özengen keman eğitimine başlangıçta yaşanılan problemler ve çözüm önerileri. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (ERTE Özel Sayısı), 55-70. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/397415 (Erişim tarihi: 05.10.2023)

Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15), 170-189. (Erişim tarihi: 22.05.2023)

Memedaliyev, R. (2009). Keman Öğretiminde Sağ El Tutuşu. Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, (22), 155-165. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/28445 (Erişim tarihi: 22.05.2023)

Okay, H. H., ve Kurtaslan, Z. (2013). Keman ve viyolada ton üretimi. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2(1), 274-283. (Erişim tarihi: 05.10.2023)

Taş, S. (2019). Kemanda konum geçişleri ve konum sınıflandırması. Sanat ve Tasarım Dergisi, 9(2), 350-369. (Erişim tarihi: 22.05.2023)

Tekindal, M., ve Şerife, Uğuz. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 20(1), 153-172. (Erişim tarihi: 25.05.2023)

Uğurlu, Z. (2018). Öğretmen Adaylarının Üniversite Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi. Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(1), 82-97. (Erişim tarihi: 22.05.2023)

YUMUŞAK GÜCÜN ÇİN DİPLOMASİSİNDE ARTAN GÜCÜ

Dr. Öğr. Üyesi, Seda Gozde TOKATLI,
İzmir Demokrasi Üniversitesi,
Orchid ID: https://orcid.org/0000-0002-1880-1338

ÖZET

Yumuşak gücün sistemsel dönüşüm üzerinde artan etkisi, ekonomik gücün yumuşak güç parametreleri üzerinde oynadığı rol ve diğer devletler üzerinde tahakküm kurabilme yeteneği güç geçişine imkan tanımaktadır. Çin, dünya ekonomisindeki aktif katılımının yanında küresel ekonomik düzene alternatif bir formül oluşturma girişimi ile sistem içerisindeki cazibesini arttırmaya devam eden bir ülkedir. Çin karşılıklı işbirliği içerisinde olduğu ülkelerin iç işlerine karışmadan ve ya kendi değerlerini zorla ihraç etme politikası gütmeden, diğer bir ifadeyle ‘*’kazan- kazan’’* politikası çerçevesinde yükselmeye devam eden bir ülkedir. Çin yönetimi ekonomik diplomasi faaliyetleri sonucunda kazandığı liderlik vasfı ile küresel gündemi belirlemek ve diğer ülkelerin bu girişimlerin içerisine katılmalarını zorla değil, ikna yoluyla sağlayarak ekonomik diplomasiyi bir yumuşak güç aracı olarak kullanmaktadır. Çin dış politikasının tarihten günümüze kadar olan dönem içerisinde faydalandığı en önemli öğreti olarak Konfüçyüs öğretisi yer almaktadır. Yumuşak gücün en temel bileşenleri arasında kültür, dış politika ve siyasi değerler bütünü yer almaktadır. Bu çalışma, yumuşak güç bileşenlerinin güç geçişinde ve ya sistemsel dönüşümde oynadığı rolün önemine atıfta bulunurken, yükselen güç Çin’in mevcut güç karşısındaki gelişiminin normatif boyutta incelemeyi amaçlamaktadır. Çin küresel politikalarda artan gücünü ortak sorumluluk ve ortak çıkar kavramı altında lanse ederek ikna edebilme yeteneğini kazanırsa normatif gücünü küresel güç olabilme yönünde bir fırsata çevirecek bir ülke olduğu bu çalışmada ön plana çıkartılacaktır. Bu çalışmada varılan en önemli çıkarım mevcut uluslararası düzeni değiştirmek için çaba içerisinde giren Çin’in ortaya koyduğu alternatif girişim örnekleri, eğitim kaynaklarına yönelik artan desteği, küresel zeminde artan güç yarışı ve ideal bir toplum yaratma çabası, siyasi süreçler üzerinde etkili olabileceği ve küresel güç parametreleri üzerinde bir dönüşüme yol açabileceği yönündedir.

Anahtar Kelimeler: Çin, Uluslararası Sistem, Yumuşak Güç.

1. GİRİŞ

Soğuk Savaş sonrası dönemde risk temelli güvenlik siyasetine giriş yapılmıştır. Yenidünya düzeninde tehdit veya gelebilecek olası saldırı çok yönlü ve çok boyutlu olmak üzere yeniden tanımlanmaktadır. Güvenliğin referans aldığı devlet kavramı birey kavramına doğru kaymaya başlamıştır. Güvenlik içeriğinin değişikliğe uğramasıyla insan, gıda, çevre, toplum ve siyasal güvenlik tanımlamaları yapılmaya başlanmıştır. Hem sert (askeri) güvenlik, hem de yumuşak güvenlik söylemleri olan eşitsiz mübadele, insani müdahale, göç, terör, nükleer silahlanma, kimlik kavramları uluslararası ilişkilerin gündemini oluşturan konular arasında yer almaya

başlamıştır.Yumuşak güç kavramı, devletlerin zayıfladığı ve ya sivil toplumun güçlenmeye başladığı yeni yüzyılda daha çok önem kazanmıştır. Soğuk Savaş sonrası dönemde, küreselleşmenin etkisiyle artan haberleşme ve internet olanakları karşılıklı çatışmayı azaltırken, dijital diplomasinin ön plana çıkması yumuşak gücün daha fazla kullanımına yol açmaktadır.

Soğuk Savaş sonrası düzende sert gücün önemini yitirmesiyle yumuşak gücün artan önemi devletlerarası ilişkilerde daha etkili olmaya başlamıştır. Yumuşak güç, sert güce göre daha ekonomik ve kolay ulaşabilen bir yöntemdir. Yumuşak güç, kültür, eğitim, medya, dış politika ve siyasi değerler aracılığıyla önem kazanmaktadır. Yumuşak güç, herhangi bir açık tehdit ya da değiş tokuş olmadan, diğerlerinin amaçlarını kabul etmeye ikna eden soyut cazibe tarafından kararların şekillendirilmesidir (Nye,2005: 14-16). Joseph Nye'ın sert güç ve yumuşak güç ayrımına dayanan tipolojisinde askeri ve ekonomik güç (sert güç) kadar; yaşam tarzı, evrensel ve kültürel değerler, siyasal-demokratik normlar ile liberal kurum ve kurallara, bir başka deyişle yumuşak güce önem atfetmesi, günümüz güvenlik konseptinin çok boyutluluğunu gösteren bir yaklaşımı temsil etmektedir (Nye, 2003)

Soğuk Savaş sonrası dönemde tek kutuplu yapısal düzenin en önemli temsilci olan ABD'nin özellikle 11 Eylül terör saldırıları sonrasında sert güce daha fazla yönelmesi ABD'nin meşru yönetim algısını kaybetmesine yol açmıştır. ABD siyasetinde ve güvenlik stratejilerinde dönüm noktası olarak kabul edilen 11 Eylül terör saldırıları yükselen güçlerin sistem içerisinde hegemon güç olma yönünde önemli adımlar atmasına yol açmıştır. Özellikle, Çin Halk Cumhuriyetinin bu yönde ön plana çıkan güvenlik stratejileri, dış politikaları ve normatif kimlik arayışı küresel güç olma yönündeki girişimleri ortaya koymaktadır. Çin dış politika anlayışı küresel zeminde maddi kurum ve kaynaklar üzerinden yürütülürken, bölgesel zeminde norm ve pratikler çerçevesinde inşa edilmektedir. Çin'in sistem içerisindeki istikrarlı yükselişi yumuşak güce verdiği önem, komşularıyla olan sınır anlaşmaları, küresel değerlere olan bağlılığı, ittifak ağlarının genişlemesi ve ortak kurumlar ile olan işbirliği ile daha belirgin bir hal almıştır. Çin diplomasisinde yumuşak gücün artan önemi revizyonist dış politika anlayışından uzak kalmasıyla, sistem içerisindeki ayrıcalıklı konumu ve diğer devletler tarafından gördüğü kabul ile ön plana çıkmaktadır. Bu çalışma, Çin'in uluslararası sisteme uyum sağlama çabası, güçlenen ittifak ilişkileri, normatif kimliğini güçlendirme çabası ve artan uzlaşmacı tavrı yumuşak güce verdiği önem ile paralel yönde ilerlediğini göstermeyi amaçlamaktadır.

2.Çin Diplomasisinde Yumuşak Güç Çalışmaları

1980'lerden itibaren Çin yönetiminin dış politika anlayışında yaşanan değişiklikler toplumsal, kültürel ve ekonomik alanlardaki dönüşüme yol açmıştır. ÇHC dış dünyaya açılma politikası sonrasında Batı merkezli uluslararası ilişkiler kuramlarını benimserken Çin'in süreklilik gösteren ekonomik büyümesi, gelişen diplomasisi ve küresel yapı içerisinde artan gücü sonrasında Çin merkezli kuram arayışı başlamıştır. Çin yönetimi uluslararası yapı içerisinde farklı teori ve politikalardan esinlenerek kendine özgü Çin karakteriyle özdeşleşen yeni bir yönetim anlayışı benimsemeyi hedeflemiştir. Çin'in dış politikasının küresel diplomasi ve kamu diplomasisi üzerinde artan etkisi meşruiyet zeminin güçlendirmektedir. Çin'in uluslararası kurumlar içerisinde daha fazla yer alması aynı zamanda uluslararası kurumlar içerisinde alınan ortak kararların dış politika kararları üzerinde etki yaratmasına yol açmıştır. Çin yönetiminde Deng 'in yönetime gelmesiyle benimsenen dış dünyaya açılma politikası Çin'in bölgesel ve küresel anlamda yükselen bir güç olmasını mümkün kılmıştır. Çin, Deng dönemi sonrasında uluslararası sistem içerisinde diğer ülkeler ile artan işbirliği, Batı merkezli küresel entegrasyonun içerisinde yer almaya başlaması sistem içerisinde kabul görmesini kolaylaştırmıştır. Çin, dışarıya karşı kapalı bir ülke konumundan çıkarak uluslar arası sisteme entegre olmaya çalışan bir ülke olma yönünde önemli adımlar atmaya başlamıştır.

Çin yönetimi içerisinde ekonomi ile siyaset ilişkisi ekonomik diplomasisi çerçevesinde yürütülmektedir. Çin yönetimi tarafından yürütülen ekonomik diplomasi ‘’ulusal ekonomik refahın geliştirilmesi için siyasi araçların ve ülkenin siyasi istikrarının arttırılması amacıyla ekonomik araçların uluslararası müzakerelerde baskı gücü olarak kullanılması şekilde tanımlanmaktadır (Hejman,2011:7-36). Çin yönetimi ekonomi diplomasiyi uluslararası kuruluşların kurulmasına öncülük ederek garanti altına almaktadır. Çin Yönetimi'nin yumuşak güç unsurları çerçevesinde rekabet alanlarını genişletmesi, sistem içerisindeki meşru yönetim söylemlerini arttırmasına ve yenidünya düzeninin yeniden inşa edilmesini sağlamaktadır. Çin'in sistem içerisindeki gelişimi ABD'nin bölgedeki çıkarları üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Çin küresel yönetişim içerisinde artan rolünü uluslar arası kurumlar ve düşünceler yoluyla arttırmaktadır. Çin'in maddi kaynakların yanında yürüttüğü bölgesel faaliyetleri ve dengeleme stratejileri sistem içerisinde mevcut gücün artmasına önemli katkı sağlamıştır. Çin dış politikasında yükselişini kolaylaştıracak anlayışlı ve uyumlu bir uluslararası sistemi şekillendirmek, Çin'in uluslararası imajını cazibe ve incelik gibi kavramları çağrıştıracak şekilde oluşturmak ve norm ve değerlerden oluşan bir Çin yumuşak gücü meydana getirmek en önemli üç hedef olarak tanımlanmaktadır (Wang,2008:257-273).

2.1. Tianxia Kuramı

Çin dış politikasının tarihten günümüze kadar olan dönem içerisinde faydalandığı en önemli öğreti olarak Konfüçyüs öğretisi yer almaktadır. Çin yönetimi Konfüçyüs öğretilerini temel alarak dış politika ilkelerini oluşturmaktadır. Konfüçyüs öğretisi çerçevesinde şekillenen ‘*’barış içerisinde bir arada yaşama prensibi”*en önemli dış politika amaçları arasında yer almaktadır. Örneğin, 2020 yılında 162 ülkede toplam 548 Konfüçyüs Enstitüsü açılmıştır ve buralarda 2,7 milyon kişiye Çin dili ve kültürü öğretilmektedir (AA News, 2021). Konfüçyüs Enstitüleri kültürel diplomasinin en önemli aracıdır.

Bu öğretinin en önemli kuramı olan Tianxia Kuramı ise devlet çıkarlarından ziyade dünyanın çıkarlarını ön plana tutarak barışçıl ve ılımlı bir dış politika anlayışının temelini oluşturmuştur. Çin'in barış içerisinde bir arada yaşama, kazan-kazan politikası, Güney-Güney işbirliği gibi ön plana çıkan dış politika terimleri Çin'in küresel yükselişinin diğer ülkeler tarafından tehdit değil bir fırsat olarak karşılanmasına önemli katkı sağlamaktadır.

Tianxia kuramı, Konfüçyüs ilkeleri doğrultusunda hareket eden Çinli felsefeci Zhao Tingyang tarafından oluşturulan bir kuramdır. Çin, Batı merkezli uluslararası ilişkiler kuramı karşısında alternatif bir sistem oluşturmayı hedeflemiştir. Batı değerlerinin savunulduğu kuramlar karşısında, Çin merkezli uluslararası ilişkiler kuramı olan Tianxia Kuramı oluşturulmuştur. Çinli akademisyenlere göre, Batı'nın bilim, teknoloji ve ekonomideki üstünlüğü Batılı güçlerin küresel baskıyı sürdürmelerine hizmet edip dünya toplumunun kültürel farklılıklarıyla hep birlikte yaşama, gelişme ve kalkınmasına engel olmaktadır (Joseph,2012:168). Tianxia herkese adil ve tarafsız olacak ve teoride herkesin yönetim hakkı olacaktır. (Zhang,2010:3). Tianxia kuramı ahlaki otoritenin hegemonyadan daha güçlü olduğunu savunan bir kuramdır.

Tianxia kuramı, herkesi kucaklayan, öteki kavramına yer vermeyen ve düşmanı dosta çeviren bir kuram olarak tanımlanmaktadır. Dost devletlerle bir dünya federasyonunu savunan Kantçı kültür, barış için diğer iki kültürden daha güçlü olsa da Tianxia, düşmanı dosta dönüştürebilmesiyle dünya barışı için daha etkili bir ilişki biçimi sunmaktadır (Tingyang, 2011:152). Çin diplomasisinde yumuşak gücün artan önemi Tianxia kuramı ile doğrudan ilişkilendirilmektedir. Çin'in önlemez yükselişi karşısında Batı'nın Çin'i bir tehdit olarak görüp ötekileştirmesi ve güvenlikleştirici politikalara doğru itmesi yerine Kantçı liberalizm ve reformist Konfüçyüslükle tanımlanan pasifist ve savunmacı Çin kimliğini teşvik etmesi dünya barışının sürdürülebilir olması açısından önemlidir (Oran&Pekcan, 2017: 55).

2.2. Barışçıl Gelişim Stratejisi

Çin'in, Konfüçyanist ideallere geri dönmesi küresel anlamda vizyonunun dönüşümüne, sert güç unsurlarından vazgeçmesine ve tehdit algısının kırılmasına yol açmıştır. Konfüçyüs öğretisi, yalnızca dış politika ilkelerinde değil, yükselen bir güç olan Çin'in, uluslararası sistemde daha fazla söz sahibi olabilmek ve barışçıl yükselişini kanıtlamak adına oluşturmaya çalıştığı Çin-merkezli uluslararası ilişkiler kuramlarında da kendini göstermektedir (Pekcan,2010:1132).

Çin yönetimi uluslararası yapı içerisinde farklı teori ve politikalardan esinlenerek yeni bir yönetim anlayışı benimsemiştir. "*Barışçıl yükseliş"* fikri temel olarak; Çin'in yükselen bir güç olduğunu ancak, diğer güçlerin geçmişte yaptığı gibi güç veya malzeme tedariki yoluyla yükselmeyeceğini, aksine, "*yeni bir dünya düzeni*" yaratmak yerine, uluslararası normlar ve statüko içerisinde yükselişini ifade eder (Pekcan,2010:1140). Konfüçyüsyen siyaset felsefesi ve dış politikası barışçıl yükseliş ve barışçıl kalkınma kavramları temel alınarak oluşturulmuştur. Çin'in barışçıl yükseliş kavramının temelini oluşturan Konfüçyanist felsefenin yapı taşları olan adalet ve barış kavramları devletleri güç ve çıkar temelli siyasetten uzaklaştırmaktadır. Çin yönetimi barışçıl yükseliş kavramını daha sonra barışçıl gelişim kavramı olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Çin yönetimi barış içerisinde bir arada yaşamak için karşılıklı fayda, eşitlik ve başka devletlerin iç işlerine karışmama yaklaşımını dış politikada ön plana çıkarmaktadır.

2.3.Uyumlu Toplum İlkesi

Çin diplomasisinde yumuşak gücün artan önemi uyumlu toplum yaratma çabası ile daha fazla ön plana çıkartılmıştır. Uyumlu toplumu hedefleyen yönetim anlayışı devlet çıkarları karşısında insani çıkarları daha fazla ön planda tutmalı ve insanı gelişimlere büyük destek vermelidir. Sosyal devlet prensibi ile hareket eden Hu yönetimi, kamu yararına uygun kararlar alarak, fırsat eşitliği ve asgari bir yaşam standardı sağlamayı hedeflemektedir. Toplumun uyum içerisinde bir arada yaşaması için demokratik, eşit ve hukuk kurallarına uygun bir yönetim anlayışı gereklidir. Çin, uyumlu toplum yaratma amacını dış politika söylemlerinde de yer vermeye başlamıştır. Uyumlu toplum kavramının temelleri Konfüçyanizm kuramına dayanmaktadır. Bu prensip altında Çin, çok taraflılığı savunurken karşılıklı güven ve saygı kavramlarına vurgu yapmaktadır.

Hu Jintao, 2005'te Konfüçyüs'ün '*uyum, yaşatılması/değer verilmesi gereken (cherished) bir şeydir'* sözüne atıfta bulunmuş ve birkaç ay sonra Çin'in parti kadrolarına 'uyumlu toplum' yaratılması talimatını vermiştir (Bell, 2008:9). Hu Yönetimi, bölgeler arasındaki gelir eşitsizliğini azaltmak, kamu kurumlarının hizmet seviyesindeki farklılıkların önüne geçmek ve sosyal uyumu tehdit eden problemin çözüme kavuşması için gerekli önlemler almıştır. Çin'in ulusal alanda hedeflediği uyumlu toplum modeli, uluslararası yapıda daha güçlü ve merkezi bir devletin oluşumuna katkı sağlamaktadır. Uyumlu toplum modeli, Çin'in yumuşak gücüne önemli oranda katkı sağlarken, diğer ülkeler ile olan karşılıklı ilişkilerinin gelişmesine de hizmet etmektedir. Uyumlu toplum ilkesi doğrultusunda hareket eden Çin, kültürel gücünü uluslararası arenada arttırırken mevcut imajının olumlu yönde seyir etmesine büyük katkı sağlamıştır.

Çin yönetimi, Konfüçyüs öğretisini temel alarak bölgeler arasındaki işbirliğini arttırmak, iyi komşuluk politikalarını geliştirmek ve yeni müttefikler edinmeyi hedeflemektedir. Ahenkli dünya kavramı doğrultusunda Çin, üçüncü bir devletin egemenliğine müdahale edilmemesi gerektiğini defalarca vurgulaması sonucunda kendi topraklarındaki egemenliğini ve bağımsız karar alma gücünü yeniden kazanma hakkı elde etmiştir. Çin, mevcut müttefikleri ile olan ilişkilerini güçlendirirken, komşuluk ilişkilerini ve yeni işbirliği ağı oluşturmaya büyük önem vermiştir.

Çin Rüyası, kavramı ilk defa 2012 yılında Xi Jinping tarafından kullanılmıştır. Xi Jinping'in kendi anlatımıyla Çin Rüyası, *"zengin, güçlü, demokratik ve ahenkli sosyalist modern bir ulusun inşasının tamamlanması hedefi"* olup Çin'in 100'üncü kuruluş yıl dönümü olan 2049 yılına kadar hayata geçirilmesi hedeflenmektedir. Çin'i rakipleri ya da yükselen güçler karşısında ayrıcalıklı kılan rolü yürüttüğü çok yönlü stratejileridir. Çin, uluslararası kuruluşlar içerisinde aktif bir katılım sağlarken aynı zamanda bölgesel kurumların inşasında ve işlevselliğinde de önemli bir rol oynamaktadır.

3.Çin Normatif Gücün Dış Politikaya Yansıması

Çin, uluslararası barış ve istikrarı tehlikeye atmadan gelişmekte olan ülkeler ile kazan-kazan politikası çerçevesinde politik dayanışmayı yürütmekte, ortak çıkar kavramı altında ise kendi ulusal çıkarlarını sürdürmektedir. Çin, uluslararası sistem içerisinde ki demokratik düzenin kurulması, gelişmekte olan ülkelerin kalkınması ve barışçıl düzenin temini için önemli adımlar atmaya devam etmektedir.

Çin dış politikasında ki en önemli gelişmeden biri Joshua Cooper Ramo tarafından tanımlanan *''Pekin Uzlaşısı,''* Batı hegemonyal ekonomik modeline karşı geliştirilmiş bir yumuşak güç örneğidir. Pekin Uzlaşısı ülkeleri siyasi ve ideolojik çerçevede ele almak yerine halkların mutluluğuna ve ülkelerin büyümesine önem vermektedir. Pekin Uzlaşısı ekonomik ve sosyal değişimi bir arada bulundurmaktadır. Pekin Uzlaşısı bir diğer ifadeyle diğer ülkeler demokrasi ve ya insan hakları ihraç etme görevi bulunmamaktadır.Çin'in uluslararası sistem içerisindeki artan meşruiyet çalışmaları diplomatik ilişkilerin güçlenmesine katkı sağlarken sistem içerisindeki düzen inşa edici rolünü de arttırmaktadır. Uluslararası sistem içerisinde ki etkili pozisyonunu ve uluslararası pazar içerisinde artan gücünü bölgesel işbirliği politikaları ve barış içerisinde bir arada yaşama stratejileri ile gerçekleştirmektedir.

2005 yılındaki BM Zirvesi'nde Hu konuşmasında, Çin'in barışçıl gelişim yolunu izleyeceğini, barışçıl bir dış politika ile güven ve işbirliğine dayalı ilişkiler kuracağını ve kendi gelişimiyle birlikte dünya barışına katkı sunacağını ifade etmiş, konuşmasını, kalıcı barış ve ortak refah için uyumlu bir dünya yaratılmasına çağrıda bulunarak sonlandırmıştır (Jintao,2005).Karşılıklı güven, karşılıklı yararlılık ve eşitlik politikalarına ulusal kararları ile paralel olacağını ve savunma yönlü politikalarına öncelik vereceğini dile getirmiştir. Uluslararası alanda medeniyetler arasındaki farklılıklar eşitlik, şeffaf yönetim anlayışı ve tüm devletlerin işbirliği doğrultusunda gerçekleşmelidir.

Çin, uluslararası sistem içerisindeki konumunu güçlendirmek için bölgesel ittifaklara yönelmekte ve yumuşak güç siyaseti uygulamaktadır. Çin ittifak yapma siyasetine yönelerek sistem içerisindeki güç dengesinin yeniden tanımlanmasına ve müttefiklik ilişkilerini yeniden kurmaya büyük önem vermektedir. Hu yönetimi sonrası göreve gelen Xi Jinping, daha işbirlikçi ve aktif bir dış politika yürütmeyi öne çıkarmıştır. Xi yönetiminin aktif dış politika anlayışı çok taraflı ilişkilerin geliştirilmesi ve zirve diplomasisinde ki etkin rolü ile daha belirgin olmuştur. Örneğin, Xi'nin başkanlığında Çin, 2016 G20 Zirvesi, 22. APEC Ekonomik Liderler Toplantısı, 2017 BRICS Zirvesi ve I. ve II. Kuşak ve Yol Forumu gibi çok sayıda zirvelerde ev sahipliğinde bulunmuştur (Jinping, 2018: 9).

21.yy'ın başından bu yana Çin, BM örgütüne olan desteğini arttırarak, kapsamlı bir ilişki içerisinde girmeyi amaçlamıştır. Çin'in BM örgütüne katılımı, Çin'in diplomatik ilişkilerinde ve dış politikasında ki değişimi de yansıtmaktadır. Xi Jinping'in Birleşmiş Milletler Forumlarındaki aktif katılımı, uluslar arası sorunlar karşısında yürüttüğü aktif dış politika anlayışı diplomatik gücünü artmasına önemli katkı sağlamaktadır. Soğuk Savaş'ın sona ermesinden sonra BM örgütünün değerlerini ve rolünü tanıyan, kararlarını destekleyen ve farklı alanlarda işbirliği ağını genişleterek önemli faaliyetler içerisinde yer alan Çin, BM'nin en kararlı destekçilerinden biri haline gelmiştir. Xi Yönetimi'nin BM platformlarında süreklilik

gösteren katılımı, çok taraflılık kavramına yaptığı vurgu, kalkınma amaçlı yürüttüğü BM örgütü ile yürüttüğü ortak işbirlikleri, BM barış gücüne yönelik sağladığı destekleri ve uluslararası sistemin ve BM değerleri çerçevesinde hareket etmesi Çin normatif gücünün dış politikada artan önemini göstermektedir. Çin'in BM ve uluslararası örgütler içerisinde artan diplomatik gücü, Çin'in üst düzey yetkili sayılarındaki artış ile doğru orantılıdır. Örneğin, 2005 yılında Çin'in Eğitim Bakanı'nın UNESCO yönetim kuruluna seçilmesi,2006 yılında Hong Kong Chen Feng Fuzhen'in Dünya Sağlık Örgütüne Müdür olarak atanması, 2008 yılında Dünya Bankası Başkanı olarak Çin'li ekonomist Lin Yifu'nun atanması önemli gelişmeler arasında yer almaktadır (Niu, 2018: 73). Çin, BM Güvenlik Konseyi daimi üyesi olduktan sonra küresel politikalar ve uluslararası kararlar üzerinde var olan etkisini arttırmaya devam etmiştir. Örneğin, BM 'nin uluslararası barış ve güvenliği korumak için var olan en önemli örgütü Birleşmiş Milletler Barışı Koruma Örgütü (UNPKO), Çin'in BM ile olan ilişkisini analiz etme noktasında önemlidir. Soğuk Savaş döneminde, Çin, BM tarafından yürütülen barış koruma operasyonlarda çoğunlukla karşı oy kullanarak veto yetkisini işletmiştir. Örneğin, 1971 yılından 1976 yılına kadar toplam 158 kez oylanan BM operasyonlarda Çin, 46 kez veto yetkisini kullanmıştır (Kim,1979: 209). Çin, BM tarafından yürütülen çeşitli operasyonlarda (gözlem gruplarının kurulması, barış inşası projelerinin yürütülmesi için yetkili heyetlerin gönderilmesi ve barışı yeniden sağlamak gerekli olan yardım paketlerin ulaşması) ve farklı görevlerde yer almaya devam etmektedir.

Çin dış politikasında özgü olan *''panda diplomasisi''* de devletlerarasındaki ilişkilerin gelişmesinde etkin rol oynamaktadır. Çin devleti ilişkilerini geliştirmek ya da gergin olduğu dönemleri göstermek amacıyla panda'yı bir diplomasi aracı olarak kullanmaktadır. Örneğin, 2017 yılı itibariyle Çin Amerika'ya 12, Japonya'ya 8, Singapur 4, Malezya ve İspanya'ya 3, İngiltere, Fransa, Almanya, Belçika, Kanada, Hollonda'ya iki adet panda göndermiştir. Panda diplomasisi karşılıklı ilişkilerin geliştirilmesi Çin hükümeti tarafından kullanılan bir yumuşak güç aracıdır.

21.yy'da Çin'in uluslararası sistem içerisindeki küresel sorunlara daha fazla dahil edilmesi, uluslararası kararlar üzerinde artan etkisi, Çin'li yöneticilerin küresel platformlarda artan temsiliyet gücü ve uluslararası örgütler içerisinde daha fazla söz sahibi olması küresel yönetişim üzerinde artan rolünü ön plana çıkarmaktadır. Çin'li uzmanların büyük güçlerin küresel arenada söz sahibi olmalarının altında yumuşak gücün gerekliliği inancı, devletlerarasındaki çatışmaların artık klasik savaşlar yolu ile değil, bu ve benzeri mücadele alanları ile ilerlemesi ve son olarak Çin'e yönelik var olan olumsuz algının değiştirilmesi Çin'in yumuşak güç çalışmalarına daha fazla önem vermesine yol açmıştır(Suzuki, 2010:201).

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Çin, yenidünya düzenin yeniden şekillenmesinde etkili olurken, uluslararası norm ve kuralların önemine de vurgu yapmaktadır. Çin hükümetleri, Çin'e sadece uluslar nezdinde değil bölgeler, örgütler ve şahıslar nezdinde de daha iyi bir imaj kazandırmak için "*yumuşak gücü''* önemli bir enstrüman olarak görmektedirler (Lahtinen,2015:201). Çin yumuşak güç çalışmalarında çeşitli araçlar kullanmıştır.

Xi yönetimi küresel yönetişimin güçlendirilmesi ve küresel sistemde reform yapılmasına yönelik teşviklerde bulunarak, küresel adaletsizliğin önüne geçmeyi hedeflemektedir. Çin yönetiminin uluslararası sistem içerisinde artan eşitlikçi söylemleri, adil fırsat yaratma hedefleri yükselen ekonomilerin ve gelişmekte olan ülkeler için bir fırsat niteliği taşımaktadır. Çin'in çok yönlü yürüttüğü kurumsallaşma ve altyapı projeleri yeni ekonomik düzeni yeniden şekillendirirken devletlerarasındaki politik dayanışmanın da artmasını sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Kitap

Samuel S. Kim, *China, the United Nations and World Order*, Princeton University Press, 209,1979.

Suzuki,S. *The Myth and reality of China's 'soft power*, Ed. I.Parmar and M. Cox, Soft power and US Foreign policy: Theoretical, historical and contemporary perspectives New York: Routledge, 201, 2010.

Bell, Daniel A. *China's New Confucianism: Politics and Everyday Life in a Changing Society*, Princeton University Press, 9, 2008.

Bildiri Kitabı

Zhongjun, Niu, *A Historical Overview of China–UN Relations,* Journal of Asia-Pacific Studies,73,2018.

Makale

Lahtinen, *China's soft power: challenges of confucianism and confucius institutes,* Journal of Comparative Asian Development, 201, 2015, 14(https://doi.org/10.1080/15339114.2015.1059055

Oran, Filiz, Çoban ve Pekcan, Cemre.(2017*).Uluslararası İlişkiler Düşüncesinde "Dünya Barışı": Immanuel Kant ve Zhao Tingyang Felsefesi Üzerine Bir Karşılaştırma,* Uluslararası İlişkiler, Cilt 14, Sayı 55.

Pekcan, Cemre, (2010).*Konfüçyüs Ögretisinin Dış Politikaya Etkisi Bağlamında 2003-2013 Yılları Arasında Çin –ABD ilişkileri*, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,72 (4).

Cheng, Joseph Y. S. *Convincing the World of China's Tradition to Pursue Universal Harmony*, Journal of Chinese Political Science, Cilt 17, No.2, 2012,s.168

Feng, Zhang, *The Tianxia System: World Order in a Chinese Utopia*, China Heritage Quarterly, 21,3,2010.

Tingyang, Z. *Chinese World Outlook: All-under-Heaven System"* Zhenglai Deng (der.) Globalization and Localization: The Chinese Perspective, World Scientific Publishing Company, 2011,s.152

Hejman,M.*''Conceptualizing Economic Diplomacy:The Crossroads of International Relations*,Economics,IPE and Diplomatic Studies,The Hague Journal of Diplomacy,6,2011,7-36

Wang,Y. *''Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power''* The Annals of the American Academy of Political and Social Science,616,1, 257-273,2008,

İnternet Kaynakları

Jintao,H. *Build Towards a Harmonious World of Lasting Peace and Common Prosperity,* United Nations Summit, September 15,New York,2005. http://www.un.org/webcast/summit2005/statements15/china050915eng.pdf (08.03.2015)

Jinping. X. *Secure a Decisive Victory in Building a Moderately Prosperous Society in All Respects and Strive for the Great Success of Socialism with Chinese Characteristics for a New Era*: Report to the 19th National Congress of the Communist Party of China,18 October 2017, Beijing: Foreign Languages Press,S.9, 2018,

AA News, *Kovid 19 gölgesinde Konfüçyüs enstitülerinin akibeti*,2021. https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19-golgesinde-konfucyus-enstitulerinin-akibeti/1839803

ASKERÎ KÜLTÜR VE DEĞERLER

Doç. Dr. Murat ŞAHİN
Ondokuz Mayıs Üniversitesi
ORCID: 0000-0002-9025-1860

Öz

Bu çalışma, kurumsal bir yapı olan askeri kurumlar içerisinde oluşan kültür ve değerleri konu edinmektedir. Çalışmanın amacı, alanyazında ele alınan ortak yaklaşımlar çerçevesinde askerî kültür ve değerleri incelemektir. Askerî kültür, diğer toplum ve toplumsal kurumlardan ayıran maddî ve manevî bütün hususiyetleri içermektedir. Askerî değerler ise bireylerin kurum içerisinde sergilediği duygu, düşünce ve davranışlarındaki standart yaklaşımlardır. Askerlik günümüzde ya profesyonel bir meslek olarak ya da zorunlu hizmet yükümlülüğü olarak yerine getirilmektedir. İster gönüllü ister zorunlu olarak yerine getirilen askerlik, yapısı itibariyle itaat, disiplin, hiyerarşi, emir-komuta zinciri içerisinde işleyen belli temel değerler bulunmakta ve kişilerden de bu değerlere uygun eylemler gerçekleştirmesi beklenmektedir. Askerî değerler, askeri kurum ortamında bireyin kimlik inşa etme süreçlerini de etkilemektedir. Bu açıdan askerî kültür, kurum içerisinde bireylere belirli davranımları kazandırmakta ve bu davranımlar içerisinde standartlar oluşturmaktadır. Buna göre askerî kültür içerisinde kişiler amaç ve hedefleri, statü ve rollerini, sorumluluklarını, belirli davranım biçimlerini, kurumsal kimlik ve kurumsal ve kurum üyeleri ile bütünleşmeyi sağlayacak norm ve kuralları, sembol ve anlamlarını öğrenmektedirler. Bu sembol ve anlamlar, askerî kültür içerisinde asker kimliğini oluşturan en önemli göstergelerdir. Askerlik kurumu yapısı itibariyle belli gelenekler içerisinde hareket etmesi nedeniyle değerler ve davranımlar açısından muhafazakâr görünümü öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Askerlik, Kültür, Değerler, Askerî Kültür, Askerî Değerler.*

MLITARY CULTURE AND VALUES

Abstract

This study deals with the culture and values that are formed within the military institutions, which are an institutional structure. The aim of the study is to examine military culture and values within the framework of common approaches discussed in the literature. Military culture

includes all the material and spiritual characteristics that distinguish it from other societies and social institutions. Military values, on the other hand, are the standard approaches in the emotions, thoughts and behaviors of individuals within the institution. Today, military service is carried out either as a professional profession or as a compulsory service obligation. Whether it is voluntary or compulsory military service, there are certain basic values that operate within the structure of obedience, discipline, hierarchy, chain of command, and individuals are expected to perform actions in accordance with these values. Military values also affect the identity-building processes of the individual in the military institution environment. In this respect, military culture provides individuals with certain behaviors within the institution and establishes standards within these behaviors. Accordingly, in military culture, people learn their goals and objectives, status and roles, responsibilities, certain forms of behavior, norms and rules, symbols and meanings that will ensure integration with corporate identity and institutional and institution members. These symbols and meanings are the most important indicators that make up the identity of a soldier in military culture. Due to the structure of the military institution, it acts within certain traditions, and its conservative appearance stands out in terms of values and behaviors.

Keywords: *Military Service, Culture, Values, Military Culture, Military Values.*

GİRİŞ

İnsanoğlu, tarih boyunca belli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla birlikte yaşamayı tercih etmiştir. Birey ve toplumların öncelikli amaçlarından birisi, varlığını koruma ve sürdürme eğilimi, temel ihtiyaçlarından birisidir (Maslow, 1943). Diğer bir ifadeyle, insanların güvenlik ihtiyacı temel ihtiyaçları arasında görülmektedir. Her ülkenin güvenlik alanında farklı gereksinimleri bulunmaktadır. İnsanlar, bu bağlamda ihtiyaçlarını içinde yaşadığı toplumdan karşılamaktadır. Bu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla da çeşitli kurumlar oluşturmaktadır. Dolayısıyla her kurum, toplumun bir takım ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Askerî kurumlarda, günümüzde toplumların iç ve dış tehditlere karşı güvenlik ihtiyacını gidermektedir. Antik Yunan'da bu ihtiyaç "polis (şehir devleti" tarafından karşılanmaktaydı. Çünkü polis, insana varlık ve değer kazandırmak amacıyla gerekli olduğuna inanılan güç konumundaydı (İşleyen, 2019: 51). Kent sosyolojisi bağlamında değerlendirecek olursak, şehirler toplu yaşamın merkezidir. Tipik kent hayatının ise en belirgin özelliği ise toplumun iç ve dış güvenliğini sağlayan garnizonun varlığıdır (Weber, 2018). Toplumların iç ve dış güvenliğini sağlayan

garnizonlar, Fransız İhtilali ile birlikte yeni bir formasyona kavuşmuştur. Fransız İhtilali öncesinde de toplumlar güvenlik ihtiyacını karşılamak amacıyla özel birlikler kurmuşlardır. Ancak Fransız İhtilali ile birlikte toplumlar güvenlik ihtiyacını karşılamak amacıyla zorunlu askerî birlikler oluşturmuşlardır. Bu süreç modernleşme ile birlikte gelişen Ulus-Devlet anlayışının bir sonucu olarak da değerlendirebiliriz.

Tarihsel süreçle birlikte değerlendirdiğimizde, günümüzde şartlarında öyle ya da böyle her toplumun iç ve dış güvenliğini güvence altına alan askerî birlikleri mevcuttur. Geleneksel tehditler azalma eğiliminde iken, ortaya çıkan yeni tehdit algıları farklı görev alanlarını da beraberinde getirmektedir (Sığrı & Topcu, 2012: 206). Ancak şartlar ne olursa olsun, toplum hayatında oluşan bütün bu iç ve dış tehditlere karşı her an uyanık olmayı gerektirmektedir. Bu da hem meslekî olarak hem de toplum sözleşmesi bağlamında askerlik, günümüzün gerçeklerinden birisidir. Her toplumun askerî yapıları gelenekleri temsil ediyor olsa da, modernleşme askerî kurumları da hem dönüştürmüş hem de belli noktalarda birbirlerine benzer hale getirmiştir. Belli geleneklere sahip olmakla birlikte askerlik modern meslekler arasında görülmektedir. İster zorunlu, ister gönüllü (profesyonel) olsun, askerlik mesleği doğası itibariyle her toplumun kültür ve değerlerinden beslenmektedir.

Bireyler, kültür ve değerler etrafında kimlik gelişimini sağlarlar. Toplum içinde bireyler, cinsiyet temelinde oluşturulmuş yapılar içerisinde varlığını sürdürmekte ve kimliğini kazanmaktadırlar. Çünkü kadın ve erkek olmanın anlamı, kişinin cinsiyeti ile belirlenen rolleri yerine getirmesidir (Connell, 2016). Cinsiyet rolleri ile oluşan kimliklerde, toplumsal değişkenlerin etkisi oldukça belirleyicidir. Kimlik, toplumsal örgütlenme içerisinde kişi için en önemli referans kaynakları arasındadır. İnsanlarla, dünyayla olan ilişkilerini, gelecek planlamalarını bu referansla düzenlemekte ve değerlendirmektedir (Karacagil, 2017: 4411). Belli mesleklere ilişkin kimlik algısında toplumsal cinsiyetin belirleyici rolü olmakla birlikte, bu algı günümüzde kısmen de olsa değiştiği görülmektedir. Ancak askerlik gibi belli meslekler günümüzde, hala erkeklerin yoğun olarak içerisinde yer aldığı meslektir. Öyle ki Türkiye gibi zorunlu askerlik kapsamında sadece erkekler, vatan hizmetini yerine getirmektedir.

Kimlik algısının yanında, sosyolojide, toplam kurum kavramından söz edilir. Erving Goffman “Asylums” (1961) adlı eserinde öne sürdüğü toplam kurum, insanların hareketlerinin (uyku, çalışma ve uyun gibi) bürokratik veya hiyerarşik mekanizmalarla belirlendiği ve yeniden dizayn edildiği ve bu yolla yeniden sosyalleştirildiği mekânlardır. Hapishaneler, Islah Evleri, Akıl Hastaneleri, Toplama Kampları, Yatılı Okullar ve Askerî Kışlalar gibi kurumlar bu

bağlamda görülmektedir. Bu anlamda askerlik, içerisinde toplumun büyük bir kesimiyle uzun süre bağını kesmiş, barınmanın ve çalışmanın birarada olduğu ve benzer durumda olan birçok kişinin yaşadığı resmî olarak yönetilen bir total kurumdur (Demirhan, 2019: 28-29). Askerlik, kişinin içerdeki ve dışardaki yaşantısının birlikte kurgulandığı zorunlu bir hizmet veya meslektir. Dolayısıyla askerlik mesleği, kişinin bütün yaşantısını doğrudan etkilemektedir. Çünkü askerî kültür içerisinde her şey belli kurallara bağlanmıştır.

Toplumsal bir kurum olarak askerlik, toplumların kültür ve değerlerini yansıtmaktadır. Günümüzde ortak yaklaşımlar sergilense de, toplumların askerliğe yüklediği anlamlar değişmektedir. Özellikle Türk toplumunda askerliğin özel ve anlamlı bir yeri bulunmaktadır. Buna göre askerliğe giriş, askerlik süreci ve askerlikten ayrılış aşamaları bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarında belli standartlar getirmektedir. Kurum ve toplum, bireylerden bu standart eylemleri sergilemesini beklemektedir. Bu standartlar toplumdan topluma, kurumdan kuruma farklılıklar gösterebildiği gibi aynı toplumun farklı zamanlarında da değişiklik gösterebilir. Türk toplumunda hem askerlik görevini yerine getirenler açısından hem de diğer sivil vatandaşlar tarafından özel ve önemli bir vazife olarak görülmektedir. Türk toplumunun inançlarından beslenen askerî kültür, toplum nezdinde bir Peygamber Ocağı olarak görülmekte, o yapının mensuplarının her birine Mehmetçik denilmektedir. Hatta toplumda erkeklerin evlenme zamanı, askerlik ile ilişkilendirilmektedir. Buna göre askere gitmeyen kişilere kız verilmemekte, işe alınmamaktadır. Çünkü gencin olgunlaştığı yer olarak askeri kurumlar görülmektedir.

1. ASKERLİK KÜLTÜRÜ

Askerlik, ancak yerleşik topluma geçişle başlayan toplumsal iş bölümünün bir sonucu olarak belirli insanların yaptığı meslek (Çatak, 2017: 1) veya zorunlu bir hizmet haline gelmiştir. İster meslekî ister zorunlu bir hizmet karşılığı diğer bir ifadeyle vatan borcu olsun, askerî kültür, bir ülkenin ulusal güvenliğini tesis etmek ve gerektiğinde savaşmak üzerine kuruludur. Savaşın doğasına hitap eden, savaşın ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışan askerlik mesleği, doğal olarak böyle bir vazifesi olmayanların kültüründen farklılaşacaktır (Akyürek, Koydemir, Atalay & Bıçaksız, 2014: 209). Bireyler, bu vazifeyi yerine getirirken askerî yapıların dışında kalan yani sivil vatandaşların sahip olduğu kültürden farklı tutum ve davranışlar sergilerler.

Uzun süre aynı davranımları sergileyen bireyler diğer bireylerden farklı ve kalıcı alışkanlıklar sergileme eğilimi gösterirler. Toplumlar gibi örgütlerin de farklılaşan kültürleri

bulunmaktadır. Mesai süresinin sınırı olmayan silahlı kuvvetlerin kendine has bir kültürünün olması kaçınılmazdır. Askerî kültür; mensuplarını savaşa hazırlamak ve savaş sürecini yönetmekle görevli orduların bilgi, deneyim ve manevi kapasitelerinden meydana gelmektedir. Toplum kültürüne, teknolojik gelişmelere ve sergilenen liderliğe göre değişim göstermektedir. Askerî kültür öğrenme, aktarma ve değişme gibi kültürün temel özelliklerine sahiptir ve doğası gereği sembolik anlamlar üretmektedir. Çünkü rütbe sistemi, konuşma dilindeki jargonu, ilişki ve etkileşim biçimleri gibi özellikler yalnızca ordu için anlamlı hale gelmektedir (Akyürek vd., 2014: 16-17). Askerî kültür, bu anlamda diğer toplum ve toplumsal kurumlardan farklılıklar göstermektedir. Zira kültür, kavram itibariyle bir ayrım yapma etkinliği olarak görülmektedir (Bauman, 2018: 49). Her toplumu ve her toplum içerisindeki farklı kurum ve grupları birbirinden sosyolojik olarak ayırmak için kültür kavramından yararlanılmaktadır. Bu durum zorunlu veya meslekî bir yapı olan askerlik hususunda da geçerlidir. Örneğin, bireyselliğin öne çıktığı toplumlar ile toplulukçu kültürün öne çıktığı toplumlar arasında askerlik konusu farklı ele alınmaktadır. Buna göre toplulukçu kültürde, grubun çıkarı bireylerinkinden daha önemlidir. Grup değerlerine karşı gelmek, toplulukçu özellik taşıyan kültürlerde affedilmeyecek bir hata olarak görülmektedir (Schneider & Barsoux, 1998: 79). Bu tür kültürlerde birlik ve uyum, en önemli temel faktörlerdir. Bu bağlamda, askerlik toplulukçu kültürün öne çıktığı, askerlik kurumunun içerisinde yer alan bireyler için birlikte hiyerarşik olarak uyumlu hareket etmek esastır.

Askerî kültür içerisinde bireylerin sosyal ve örgütsel normlara uyması beklenmektedir. Örgütsel ortak hedeflere sahip olunması, disiplin ve kurallar, örgütsel normlara uyulması yönünde önemli derecede etkiye sahiptir. Orduların *"kurum kültürü"* hemen hemen toplumsal kültür ile örtüşmektedir (Sığrı & Topcu, 2012: 2019-220). Askerlik, devlet ve ulusun çıkarları uğruna, öldürmek veya hayatını feda etmek gibi iki uç arasında bir yaşantıyı bireye sunmaktadır. Bireylerin itaat ve disiplin çerçevesinde bu yükümlülük altına girmeleri, başlı başına bir meseledir (Çatak, 2017: 2). Çünkü askerî kültür, başlı başına ülkenin ulusal güvenliğini gerçekleştirmek ve gerektiğinde savaşmak üzerine kuruludur. Askeriyenin sahip olduğu bu kültür yapısı, askeriyeyi toplumun genelinden farklılaştıran bir kurum kültürü oluşturması gibi, askeriyenin içerisindeki farklı birimlerin de kendilerine has kültürleri bulunmaktadır (Çatak, 2017: 50). Bu bağlamda askerlerin eğitimleriyle birlikte ortaya çıkan sosyalizasyon süreçleri ve deneyimleri askerî kültürün oluşmasında ve gelişmesinde temel parametrelerdir. Askerî zihniyet, dünyaya güvenlik penceresinden bakmaktadır. Askerî kültür savaşçı ve genellikle erkeğe özgü özellikler ile tanımlanmakta ve erkekler tarafından

şekillenmektedir. Post modern dönemde ordularda artan kadın sayısına rağmen askerliğin doğası içerisinde erkeksi imajı devam etmektedir (Akyürek vd., 2014: 44-45). Bütün bunlarla birlikte askerî kurumlar, bir kamu teşkilatıdır, kar amacı gütmeyen kurumlar arasındadır. Yaptıkları işler devletin varlığı için zorunlu olarak görülmektedir. Dolayısıyla bu hizmetler sivil yapılara devredilebilir durumda değildir (Soeters, Winslow & Weilbull, 2006: 238). Askerî kültürü, eğitim ve deneyimlerle biçimlenen bir sosyalizasyon süreçleriyle ilişkilidir. Askerî kurum içerisinde katı bir hiyerarşik yapı bulunmaktadır. Bu yapı içerisinde her şey büyük oranda kesin kurallara ve belirlenmiş davranış kalıplarına uyularak ele alınmaktadır. Kurum kültürünü değiştirebilecek bireysel etkiler hiyerarşik yapının üst katmanı yani komuta kademesi tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle askerî kültürde, esneklik çok azdır. Kültür değişmeleri bağlamında diğer mesleklere göre yapısal ve zihniyet değişimi oldukça zordur (Akyürek vd., 2014: 17-20). Her kurumun kendine ait kuralları ve belirli işleyiş biçimi bulunmaktadır. Askeriye, kuralların en sıkı biçimde uygulandığı emir-komuta zincirinin tam anlamıyla işlendiği kurumların başında gelmektedir (Küçük & Koçak, 2020: 974). Bu anlamda askeri kurumlar, belli gelenekler üzerine varlığını sürdürmektedir.

Askerî kurumlar, genel olarak toplumdan ayrılmış kışla denilen mekânlarda konuşlanmaktadır. Kışlalar, sadece çalışma alanları değildir. Çoğu zaman askerî personel aileleriyle birlikte orada yaşamaktadırlar. Askerler ve askerî öğrenciler acemi eğitimlerini benzersizliklerine vurgu yapan askerî okullarda ve acemi birliklerinde almaktadırlar. Giydikleri üniforma onları, karıştırılmayacak biçimde diğer çalışanlardan ayırmaktadır. Askerî kurumlar talepkâr ve zorlayıcıdırlar; çünkü personellerinden 24 saate çıkan mesai yapmalarını isteyebilmektedir. Kışladan ayrılmak izne tabidir. Kısa bir zaman dilimi içerisinde evinden uzak yerlere gidilmesine izin verilmektedir. Askerlik, personelin can güvenliği açısından tehlikelidir (Soeters, Winslow & Weibull, 2006: 237). Askerî kültür içerisinde sergilenen her eylem, talimatla gerçekleştirilmektedir. Askeriyenin her biriminde uyulması ve yerine getirilmesi gereken bütün hususiyetlere ilişkin talimatlar oluşturulmuştur ve askeri personelden bu talimatlara kati bir şekilde uyması beklenmektedir. Bu bağlamda askerî kültür içerisinde talimatsız iş yapılmaz.

Askerlik kurumu her ne kadar bir savaş hazırlığı olarak görülse de, yapılan eğitim ve faaliyetler toplumların barış dönemlerinde de devam etmektedir. Askerlik sadece savaş sanatının öğrenildiği kurumlar değildir, aynı zamanda toplumun her kesiminden gelenleri de toplumun norm ve kuralları çerçevesinde sosyalleştiren bir kurumdur (Demirkan, 2019: 28). Askeri kurumlarda bir hiyerarşi ve sorumluluk bulunmaktadır. Sonuçta ev ortamında belki

yatak düzeltmezsin ama orada bir yatak kültürü, saç traşı kültürü vardır. Dişini fırçalamak, ayakkabını boyamak zorundasındır. Verilen emirlere uymak gerekmektedir. Askeriyeler, saatinde yatmak, saatinde kalkmak; saatine yemek yemek gibi belli standartların oluşturulduğu kültür ve değerlerin oluşturulduğu kurumlardır (Yavuz, 2014: 118). Öyle ki, zorunlu askerlik kapsamında askeriyeye gelen kişiler, toplumun sosyoekonomik ve sosyokültürel düzeyi olarak her kesimine hitap etmektedir. Bu bağlamda Türkiye'de okuyan, okumayan, mesleği olan ve olmayan, zengin veya fakir belli bir olgunluğa erişmiş her erkek askere alınmaktadır. Askerlik kurumu, belli alışkanlıkları kişilere kazandırmaya çalışmaktadır. Örneğin, acemilik dönemlerinde yatak katlama başlı başına bir eğitimdir. Toplumun her kesiminden gelen bu kişiler, eğer basit bir yatak toplama olayının kişilere kazandırılabileceği son aşama olarak askerî kurumlar görülmektedir. Dolayısıyla askerî kültür içerisinde, kişilerin kişisel ve toplumsal gelişimine katkı sağlamaya yönelik eğitimler de verilmektedir.

Her ne kadar askerlik kurumsal olarak bir olarak görülüyor olsa da askerliği meslek olarak yapanlar ile zorunlu bir hizmet kapsamında yapanlar arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Askerî kültür içerisinde yerine getirilen eğitim ve uygulamalar da bu bağlamda değişebilmektedir. İtaat, disiplin, hiyerarşik yapı gibi yaklaşımlar ortak olmakla birlikte bir takım beklenti ve uygulamalar açısından birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu beklenti ve uygulamalar, tarihsel süreçlerinde ortaya çıkmış ve toplumların bir takım pratik ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Toplumların tarihsel mecrası ve coğrafi konumları askeri kültürünü etkileyen hususlar içerisinde değerlendirilmektedir.

1.1.Profesyonel Olarak Askerlik

Profesyonel askerlik, askerliği meslek olarak yerine getiren kişileri kapsamaktadır. Muvazzaf veya sözleşmeli askerî personelin belli eğitimler neticesinde askerî kurumlarda yerini almasıyla kişiler meslekî olarak askerlik görevini yerine getirmektedirler. Diğer bir ifadeyle profesyonel askerlik, isteyen bireylerin askerliği meslek olarak seçmeleri ve maaş karşılığında askerlik yapmalarıdır (Çetin, 2018: 172). Profesyonel askerlik, genel olarak toplumların eğitim sistemleriyle doğrudan ilişkilidir. Ancak askerî kurumlar, belli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belli bir yaş, eğitim ve olgunluğa erişmiş kişiler arasından da personel temini yapabilmektedir. Mesleki yönelimli bir askeri yapıda piyasanın talepleri ön plandadır. Bütünleşme yatay gerçekleşmektedir; dolayısıyla askerler kendilerini uzmanlık alanları içerisinde tanımlamakta ve toplumda aynı mesleği yapan kişilerle kendilerini yakın

görmektedirler. İş bir meslektir, bu nedenle mesai dışı zamanlar kişiye aittir. Fazlasını talep eden kurum bu saatler için ödeme yapmaktadırlar. İş yaşamı ve özel hayat birbirinden ayrılmaktadır (Moskos & Wood, 1988: 16-19). Ancak toplumun ve askerlik kurumunun acil ihtiyaçları, örneğin savaş ve tatbikat durumlarında, mesai anlayışı kurum tarafından düzenlenebilmektedir.

Günümüzde mensubu olduğu milletin askeri olarak mesleğini yerine getirenler olduğu gibi farklı toplumlar içerisinde profesyonel olarak askerlik mesleğini yerine getirenler de bulunmaktadır. Farklı toplumlar içerisinde askerlik mesleğini yerine getirenlere, genel itibariyle paralı askerler, denilmektedir. Diğer bir ifadeyle, *"yabancı bir orduya hizmet etmesi için işe alınan profesyonel asker"* olarak kabul edilmektedir (Top, 2018: 299). Bu kişilerin dini, milliyeti vs. yoktur. Bunlar maaşlı askerlerdir. Bu tür askerler, günümüzde tıpkı güvenlik şirketlerinin elemanları gibi, özel askeri şirketlerin elemanları olarak çalışmaktadırlar. Günümüzde Türk toplumu içerisinde bu bağlamda, paralı asker olarak farklı toplumların emrinde çalışanlar bulunmamaktadır. Ancak farklı toplumların içerisinde farklı milliyetlerin hizmetinde paralı askerlik yapanlar bulunmaktadır. Özellikle yakın dönemde Ortadoğu'da yaşanan savaş, yakın savaş ve terör hareketlerinde genel itibariyle paralı askerler eliyle süreç yürütülmeye çalışılmıştır. Emir komuta kademesi belli toplumların elinde olmakla birlikte, askeri personeller genel itibariyle paralı askerlerden oluşmaktadır.

Askerliği meslek olarak yerine getirenler arasında bile farklılıklar bulunmaktadır. Kişilerin mensubu olduğu topluma hizmet amacıyla askerlik mesleğini yerine getirenlerin yanında, askerliği salt bir meslek olarak görüp de onu maaşı için yerine getirenler de bulunmaktadır. Buna göre kişilerin kurumu kabullenmesi, benimsemesi ve bağlanması farklılaşmaktadır. Askerî kültür, genel olarak mesleği askerlik olanlar tarafından oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle askerî kültür içerisindeki itaat, disiplin, emir komuta ve işleyiş, doğrudan askerlik eğitimi alanlar üzerinden inşa edilmektedir. Dolayısıyla zorunlu askerlik hizmeti kapsamında askeri kurumların içerisinde yer alanlar, askerî kültür ve değerleri hazır olarak bulmaktadırlar. Ayrıca askeri kurumlar içerisinde farklı nitelikte personeller bulunmakta ve bunlar sahip oldukları bilgi ve deneyimleri çerçevesinde farklı askeri sınıflar içerisinde değerlendirilmektedir. Her bir askeri sınıfın doğası gereği farklı kültür ve değerler de bu bağlamda oluşmaktadır.

1.2.Zorunlu Askerlik

Zorunlu askerlik sistemi, askerlik hizmetinin gönüllü olarak değil, yükümlülük esasına göre yerine getirilmektedir (Özgen, 2006: 11). Askerlik hizmeti, ilk defa yılında 1793'te Fransa'da

ulus devletlerin ortaya çıkması ile kurumsallaşan bir vatandaşlık görevi olarak uygulanmaya başlamıştır (Yavuz, 2014: 117).

Buna göre Fransa'da yürürlüğe giren zorunlu askerliğe ilişkin hüküm şöyledir (Özgen, 2006: 12):

> *"Madde 1: Şu andan itibaren, düşmanlarımızın tümü Cumhuriyet topraklarından çıkartılana kadar, Fransızların hepsi ordularda hizmet etmek üzere sürekli göreve alınmıştır. Genç erkekler muharebeye gidecekler; evli erkekler silah yapacaklar ve harp malzemesi taşıyacaklar; kadınlar çadır ve giyecek yapacaklar ve hastanelerde hizmet edecekler; çocuklar eski ketenlerden pansuman bezi yapacaklar; yaşlı erkekler meydanlarda Cumhuriyetin lehinde ve krallara karşı nefret dolu konuşmalar yaparak askerlerin cesaretlerini artıracaklar."*

Fransa'da ilk defa yürürlüğe giren zorunlu askerlik hükümlerine göre toplumun hemen her kesimine görevler düşmektedir. Günümüzde genel olarak erkeklik mesleği olarak adlandırılıyor olsa da, kadın, erkek, çocuk ve yaşlı herkesin askeri anlamda kurumun belli ihtiyaçlarını karşılamakla yükümlüdür. Türkiye'de her erkek belli bir olgunluğa eriştiğinde askerlik hizmetini yerine getirmek için zorunlu askerliğe alınmaktadır.

Ulus devletlerin geçmişten günümüze değerlendirildiğinde, niteliklerinden vazgeçemediği özelliklerinden birisi askeri yapılarıdır. Özellikle erkeklerin zorunlu askerlik kapsamında görüldüğü toplumlarda büyük küçük bütün gruplar ve toplumsal kurumlar, kendini koruma ihtiyacı duymaktadır. Bu ihtiyaç toplumların örgütlenme biçimlerine göre farklı askeri kültürlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bundan sebeple toplumsal örgütlenmeyi de kapsayacak şekilde bir otorite gücü ortaya çıkmıştır. Orduya sahip olan her bir devlet, insan hayatı için neyin önemli ve daha değerli olduğunu bilmektedirler. Askerlik hizmeti erkeklere belli bir disiplin içerisinde şiddeti kullanmayı öğretmektedir (Karacagil, 2017: 4411-4412). Ulus devletler, tehdit algılarına bağlı olarak toplumun üyesi olan erkekleri zorunlu askerlik hizmetine almaktadırlar. Askerlik bireylerin hem vatana ve millete hem de yaratıcıya borçlarını ödemelerinin bir aracı olarak görülmektedir (Çetin, 2018: 173). Genellikle zorunlu askerlik görevine, vatan hizmeti de denilmektedir.

Zorunlu askerlik uygulamaları, tehdit algısına, ihtiyaçlara ve teknolojideki gelişmelere paralel olarak değişebilmektedir. Günümüzde zorunlu askerlik kapsamında ele alınan birçok farklı uygulamalar bulunmaktadır. Türkiye'de bu bağlamda, kısa dönem, yedek subay, bedelli askerlik gibi uygulamalar bu kapsamda değerlendirilmektedir. Askeri yapılar, belli ihtiyaçlarını

karşılamak için zorunlu askerlik uygulamaları kapsamında askeriyeye gelenlerden sağlamaktadır. Kişilerin vasıflı ve vasıfsız olma özelliklerine göre askeri kurumlarda değerlendirilmektedir. Sivil hayatında belli mesleki olgunluğa sahip olan kişiler, sahip oldukları özellikleriyle askeri kurum içerisinde değerlendirilme eğilimindedir. Örneğin, sivil hayatında berberlik mesleğini yerine getirenler, askeri kurumun ihtiyacı olması durumunda berber olarak kullanılmaktadır.

Zorunlu askerlik hizmetine alınan kişiler, genel itibariyle kışlalarda yaşamlarını sürdürmektedirler. Bu bağlamda askerlerin, izinsiz kışla dışına çıkmaları yasaktır. Askeri eğitimlerinin yanı sıra, gündelik yaşantılarının önemli bir kısmı kışla içerisinde geçmektedir. Standart görüntüye kavuşmuş ve zamanla davranışlarını da belli kalıplara sokması beklenen askerlerin içinde bulundukları ortamı bütün yönleriyle algılamalarında kışlanın belirleyici bir rolü bulunmaktadır. Tel örgülerle çevrilmiş, hiyerarşi ve düzeni açıkça fark edilen kışla ortamındaki askerler, birlik şuurunun oluşmasında ve askeri davranış biçiminin oluşmasında en büyük etkenler arasındadır. Kışla içerisinde kişinin herhangi bir durumda nasıl tepki vermesi gerektiği belli standartlara bağlanmıştır (Aktaş, 2010: 43). Bunun için askerlerin fiziksel ve zihinsel olarak kışla ortamında belli aşamaları olan eğitimlere alınmaktadır. Bu eğitimler belli bir disiplin içerisinde ve sıkı kontrollerle gerçekleşmektedir.

2. ASKERÎ DEĞERLER

Değerler, sosyal varlık olan bireylerin olay ve olgular karşısında sergilediği standart yaklaşımlardır. Bu standart yaklaşımlar, kültürel olarak değişebilmektedir. Askerî değerler de toplumların ve toplumsal kurumların kültürel ortamlarında kişilerin sergiledikleri standart yaklaşımlardır. Kültür, bütün olarak toplumu ele alırken; değerler, kültür içerisindeki bireyi merkeze almaktadır. Bu bağlamda değerler, toplum ve toplum içerisinde oluşmuş kurumların bireylerden beklentileridir. İtaat ve disiplin kültürünün hâkim olduğu askerî kurumlar içerisinde kişiler, bu beklentilere uygun hareket etmek zorundadır.

Değerler, bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Buna göre duygusal, düşünsel ve davranışsal boyutlarını dikkate alarak değer eylemlerinden söz edebiliriz. Kişi, doğru tercihin ne olduğunu bilmekte; uyan örneklere karşı uyumlu, uymayanlara karşı olumsuz duygulara geliştirmekte; etkin olduğunda ara değişken olarak davranış biçimini etkilemektedir (Rokeach, 1973: 6-7). İyi, doğru ve güzel olan bir eylem, toplumun veya kurumun kabul ettiği eylemdir. Dolayısıyla değerler, kişilerin sergilediği olumlu yaklaşımlardır. Toplumun veya kurumun kabul etmediği herhangi bir eylemi yerine getirmek,

değer kapsamında görülmez. Eğer kişi, toplumun veya kurumun kabul etmediği olumsuz bir eylem gerçekleştiriyorsa, o kişide bahse konu olan değer ya yoktur ya da henüz oluşmamıştır.

İtaat ve disiplin üretebilmek için sosyal davranışların oluşmasında temel faktör olan değerler alanında (Rokeach, 1973: 23) bir değişim meydana getirilmelidir. Dolayısıyla askerlik ister zorunlu ister meslekî olsun belli değerlerin oluşması ve kazandırılması açısından kurumun zorlayıcı bir tarafı bulunmaktadır. Çünkü aile, okul ve akranlar gibi birinci sosyalizasyon ajanlarının olduğu bir alandan, askerlik mesleğinin personelinden talep ettiği duygu, düşünce ve davranış alana çevrilmektedir. Bu süreç başlı başına sıkı bir fiziksel ve zihinsel eğitimle takip edilmektedir. Ancak birincil sosyalizasyon ajanlarının aktardığı değerler ile askeri değerler birbiriyle ne kadar uyumlu ise kişilerin askeri değerleri benimsemesi o kadar kolaydır. Tam tersi durumla karşılaşıldığında çatışma kaçınılmaz görülmektedir. Bu durumda kişilerin askerî kültür içerisindeki değerleri benimsemesi için makro tedbirler alınmaktadır (Çatak, 2017: 2-3). Bu durum gündelik yaşantı içerisinde belli alışkanlıkları kazanıp kazanmama ile ilişkilidir.

Vazifesini başarabilmek için sivillerinkinden farklı bir kültür oluşturması gereken askeri kurumlar içerinde bireylerin sahip olması veya sergilemesi gereken tutum ve davranışlar sivil hayatta istenenlerden farklılaşmaktadır (Akyürek vd., 2014: 210). Çünkü her kurumun norm ve değerler sistemi farklıdır. Kurumlar toplumda belli fonksiyonları yerine getirmek için kalıcı norm ve değerler sistemi üretmektedir. Toplumların iç ve dış tehditlerden korumak işlevini yerine getiren askerlik, somut anlamda bir toplumsal kurumdur (Akyüz, 2008: 14). Sosyal bir varlık olarak kişi içinde yaşadığı toplumun veya kurumun uyumlu bir parçası olmak için değer, tutum ve inançları benimsemektedir. Toplumun kültürünü oluşturan inanç, fikir ve norm sistemlerinin bireyin tutum ve eylemlerine yansıyan her bir boyutu değer kapsamında nitelendirmektedir (Uzun & Uzun, 2017: 503). Askerî değerler, toplumların inanç ve gereksinimlerinden beslenmektedir. Bu bağlamda, değerler kurum içinde yer alan bireyler arasında uyum sağlayıcı bir işlevi bulunmaktadır.

Askerî değerler konusunda eğitim almamış veya askerî değerleri benimsememiş bir asker, insan hayatını ve toplumun inanç ve normlarını yeteri kadar dikkat etmeyebilir, aldığı kararlar ile emri altındaki insanların veya koruduğu insanların yaşamlarını tehlikeye sokabilir. Bu tür kişiler doğru ve yanlış anlamında isteğe bağlı tercihlerinde, norm ve kurallara aykırı davranışlar ortaya koyabilirler (Uzun, Şafak & Erdem, 2015). Ayrıca savaş ve çatışma koşulları altında çatışma yaşayan bireyler, nasıl ve neden yaptığına dair değer ölçütlerini kaybedebilirler. Bu durum, savaş döneminde kişiyi bir savaş suçlusuna dönüştürebilirken, barış döneminde

emirlere karşı gelen biri haline dönüştürmektedir (Gabriel, 2007). Askerî değer ve normları yeterince içselleştirmeyen; toplum ve kurum ile bütünleşmeyen kişiler gerek kurumsal tepki ve yaptırımlar ile karşılamaktadırlar (Uzun & Uzun, 2017: 515). Bu tür kişilere tepki olarak ya kurum dışına çıkartılmakta ya da ciddi ceza-i müeyyideler uygulanmaktadır. Askerî kültür, bu anlamda başlı başına kişilerin eylemlerini yöneten ve yönlendiren bir değerler sistemi sunmaktadır. Bu değerler sistemi, sivil hayattan birçok yönüyle ayrılmaktadır.

Askerî kültür içerisinde birçok temel değer bulunmaktadır. Bunlar arasında disiplin ve itaat başta olmak üzere, cesaret, saygı, sorumluluk, bağlılık, sadakat, doğruluk, güvenirlik, yardımseverlik, adalet, alçakgönüllülük, özgüven, sabır, sevgi gibi temel değerler öne çıkmaktadır (Bachman, Sigelman & Diamond, 1987). Bu değerler içerisinde özellikle disiplin, TDK (2005: 539)'e göre *"kişilerin içinde yaşadıkları topluluğun genel düşünce ve davranışlarına uymalarını sağlamak amacıyla alınan önlemlerin bütünü"* şeklinde tarif edilmektedir. Askerî kültürün temelinde yatan bir diğer önemli değerlerden birisi de itaattir. Sahip olduğu değerler ve bu değerlerin uygulanış biçimleri açısından askerî kültür sosyalizasyon biçimi ile diğer kurum ve mesleklerden ayrılmaktadır.

Askerî değerler, askeri kurumlarda kişilerin anlam üretme biçimlerini de etkilemektedir. Bu açıdan kurum kültürü, kurum ortamındaki kişilerin nasıl ve ne yönde davranmaları gerektiğini öğretmekte; ortak bir iletişim dili, sosyal algı ve paylaşım kümesi oluşturmakta; kişileri sosyalleştirmektedir. Askeri kurumlar mensuplarını, sosyalleşme sürecinde kişilerin nasıl davranmaları gerektiğini öğretmektedir. Buna göre kurumların kişilerden bekledikleri, temel amaç ve hedefleri, temel statü, rol ve sorumlulukları, rollerin gerektirdiği davranış modellerini, kurumsal kimlik ve kurum ve kurum üyeleri ile bütünleşmeyi sağlayacak kuralları, kurumsal semboller ve gelenekleri ile inşa edilmiş olan anlam biçimlerini öğrenmelerini beklemektedirler (Gordon, 1993: 93). Örneğin askeri giysilerin kullanımı, bireyin ya da genel olarak toplumun değil, aynı zamanda da toplumda sosyal bir birimin gösterge sistemi olarak görülmektedir. Sosyal birimlerin birbirinden ayırt edilebilmesi için üniformalar kullanılmaktadır. Askerî üniformalar bu anlamda, sembolik bir anlamı bulunmaktadır (Fidan, 2011: 96). Üniforma tarzı giysileri, bireyleri toplumsal, kurumsal, mesleksel, kültürel ve ulusal açıdan sınıflandıran, tanımlayan birer kimlik göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Guiraud, 1994: 1005-106). Askerî üniforma içerisinde, hem kurum içi hem de kurum dışı kişiler içerisinde anlamlı bir tarafı bulunmaktadır. Kurum içindekiler için askerî değerleri benimsemiş, norm ve kurallara uygun hareket etmesi beklenmektedir. Buna uygun davranmayanlar kurum içinde veya kurum dışında da olsa ceza-i müeyyideler ile karşılaşabilmektedirler. Askerî kültür içerisinde, disiplin

ve hiyerarşik işleyiş sosyal hayatın bütün kademelerinde işlemektedir. Örneğin, astın komutanını gördüğü zaman selam vermemesi veya görmezden gelmesi düşünülemez. Kurum dışındakiler için ise, kişiyi diğerlerinden ayıran belirgin özelliklerin vurgulanması söz konusudur.

Askerlik, genel olarak bir erkek mesleği olarak değerlendirilmektedir. Buna göre askerlik, her erkek için *"vatan borcu"* olarak görülmektedir. Askerler vatan toprağını, tıpkı evi ve mahallesi gibi korumak durumundadır. Dolayısıyla askerî kültür içerisinde, itaat etmek, emirlere uymak, nöbet tutmak, cephede savaşmak gibi her bir görev kutsaldır. Askerî kültür içerisinde kişilerden toplumun ve kurumun beklentilerine göre hareket etmesi istenmektedir.

SONUÇ

Toplumlar tarih boyunca karşılaştığı problemlere yönelik ürettiği pratik çözümler, zaman içerisinde kültürünü oluşturmaktadır (Malinowski, 1990). Bu bağlamda toplumlar iç ve dış tehditler karşısında oluşturduğu pratik çözümlerden birisi olarak askeri kurumlar oluşturmaktır. Askerî kurumlar, toplumların kültüründen beslenmektedir. Dolayısıyla belli bir kültür içerisinde oluşan askerî kurumlar, bünyesine aldığı bireylere standart yaklaşımlar sunmaktadır. Asker kültür içerisinde bireylerin uymaları ve yerine getirmesi beklenen standart uygulamalar, askerî değerleri oluşturmaktadır. Her kurumun kendi içerisinde oluşturduğu norm ve değerlerin olduğu gibi, askerî kurumlarında kendi içerisinde oluşan itaat ve disiplin başta olmak üzere belli temel değerleri bulunmaktadır. Askeri kurumların bireyden beklentisi ise tavizsiz bir şekilde bu norm ve kurallara uymasıdır.

Askerî kurumlar, yapısı ve işleyişi itibariyle diğer toplumsal kurumlardan ayıran özellikleri bulunmaktadır. Bu bağlamda askerlik, kurumsal olarak toplumsal yapı içerisinde kendine özgü bir kültür oluşturmaktadır. Bu anlamda askeri kurumlar, diğer toplumsal kurumlardan farklılaşmaktadır. Dolayısıyla askeri kurumlar, toplumdan topluma farklılık gösterdiği gibi aynı toplumun farklı toplumsal kurumlarından da ayrılmaktadır. Birçok eylemin sembolik anlamları bulunmaktadır. İster gönüllü ister zorunlu olarak askeri kurumların içerisinde yer alan bireyler bu sembolik anlamları benimsemek ve gündelik hayat akışı içerisinde belirli rol ve davranışları yerine getirmek zorundadır. Ancak askerliği meslek olarak yerine getirenler ile zorunlu askerlik hizmeti kapsamında yerine getirenler arasında iş ve işleyiş anlamında bazı belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Askerliği zorunlu bir hizmet olarak yerine getirenler, belirli bir süre içerisinde gündelik hayatının neredeyse tamamını askeri kurumun içerisinde geçirmektedir. Bu bağlamda bir kışla kültürü oluşmaktadır. Meslek olarak yerine getirenler açısından ise ister kurum

içerisinde ister kurum dışında belli bir disiplin içerisinde hareket etmek durumundadır. Buna göre askerlik mesleği içerisinde kışla içi ve kışla dışı diye bir ayrım söz konusu değildir. İtaat ve disiplin kültürü, askerliğin temelini oluşturmaktadır. Değer anlamında, bireyler askerî kültürün oluşturduğu standartları benimsemek ve hayatında uygulamak durumundadır.

Askeri kültür ve değerlerin oluşması için bir sosyalizasyon sürecine yani askeri eğitimlere ihtiyaç vardır. Sosyoekonomik ve sosyokültürel olarak toplumun hemen her kesiminden kişileri bünyesine alabilen askeri kurumlar kültür ve değerlerini personellerine kazandırmaya çalışmaktadır. Savaş durumunda ve savaşlara hazırlık süreçleri, askeri kurumları kendi içerisinde dinamik kılmaktadır. Ancak barış zamanlarında da gereksinim ve teknolojik gelişmelere paralel olarak iş ve işleyişler değişse bile askerlik ruhu kurum içerisinde varlığını sürdürmektedir. Değişen şartlara rağmen, askerî kültür ve değerler, toplumların geleneklerinden beslenmekte ve mensuplarının duygu, düşünce ve davranışlarını yönlendirmektedir. Dolayısıyla askeri kurumlar, genel itibariyle muhafazakâr kurumlar olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

Aktaş, F. O. (2010). *Türkiye'de Erkekliğin Kurgulanışında Askerliğin Yeri.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Akyürek, S., Koydemir, F. S., Atalay, E. & Bıçaksız, A. (2014). *Sivil-Asker İlişkileri ve Ordu-Toplum mesafesi,* (2. Baskı). Ankara: BİLGESAM.

Akyüz, H. (2008). *Kurumlar Sosyolojisi, Tanımlar, Kuramlar ve Uygulamalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Bachman, J. G., Sigelman, L. & Diamond, G. (1987). Self-selection, socialization, and distinctive military values: Attitudes of high school seniors. *Armed Forces & Society*, *13*(2), 169-187.

Bauman, Z. (2018). *Bireyselleşmiş Toplum,* 4. Baskı, (Çev: Yavuz Alogan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Connel, R. W. (1998). Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika, (Çev: Yavuz
Alogan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çatak, B. (2017). *Türk Toplumunda Askeri Değerlerin Karşılığı Üzerine Bir Araştırma.* Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Çetin, N. (2018). Türk Töresinde Askerliğin Yeri ve Türkiye'de Askerliğe Bakış Açısında Meydana Gelen Değişmeler. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1,* 161-175.

Demirkan, A. (2019). *Zorunlu Askerlik Hizmetinin Erkeklerin Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi.* Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Gabriel, R. A. (2007). *The warrior's way–a treatise on military ethics*. Canada: Canadian Defence Academy Press

Goffman, E. (l961). Asylums: Essayson the Social Situation of Mental Patients and Other ın Mates. Garden City: *Doubleday Anchor. Quarterly, 22*(1), 7-20.

Gordon, J. (1993). *Organizational Behavior*. Boston: Allyıı and Bacon.

Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim,* (Çev.: Mehmet Yalçın). Ankara: İmge Kitabevi.

Fidan, S. (2011). Türk Kültüründe Askerî Giyim-Kuşan ve Asker Modası. *Milli Folklor, 23*(92), 95-105.

İşleyen, A. (2019). İnternet, kamusal alan ve demokrasi: Ekşi Sözlükte bedelli askerlik tartışmaları örneği. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi, 2,* 50-63.

Karacagil, Z. (2017). Erkekliğin Kurgulanmasında Askerlik Hizmeti. *International Journal of Human Sciences, 14*(4), 4410-4424.

Küçük, O. & Koçak, M. C. (2020). "Nefes: Vatan Sağolsun" Filminde Kültürel Ögeler ve Kimlik Sunumları Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 13*(73), 970-979.

Malinowski, B. (1990). *İnsan Ve Kültür (Çeviren: Fatih Gümüş).* Ankara: V Yayınları.

Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review, 50,* 370-396.

Moskos, C. C. & Wood, F. R. (1988). *The Military: More Than Just A Job?*. Washington: Pergamon-Brasseys International Defense.

Özgen, C. (2006). *Türkiye'de Zorunlu Askerlik ve Profesyonel Ordu.* İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Rokeach, M. (1973). *The Nature Of Human Values*. New York: Free Press

Schneider, S. & Barsoux, J. L. (1998). *Managing Across Cultures.* NY: Prentice Hall.

Sığrı, Ü. & Topcu, M. K. (2012). Barış gücü Operasyonlarında Kullanılan Kültürlerarası Bütünleştirme Yöntemlerinin Kültürel Boyutlar Bağlamında İncelenmesi: UNIFIL Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 67*(1), 205-235.

Soeters, J. L., Winslow, D. J., ve Weibull, A. (2006). Military culture. *Giuseppe Caforio (Ed.), Handbook of the sociology of the military içinde* (s. 237-254). New York, NY: Kluwer Academic/Plenum Publishers.

TDK. (2005). *Türkçe Sözlük.* Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Top, S. (2018). Uluslararası Hukukta Paralı Asker Özel Güvenlik ve Askeri Firmaların Hukuki Durumu. *İzmir Barosu Dergisi,* Ocak, 295-315.

Weber, M. (2018). *Şehir, Modern Kentin Oluşumu,* 12. Baskı, (Çeviren: Musa Ceylan), İstanbul: Yarın Yayınları.

Uzun, Z., Şafak Uzun, A. M. & Erdem, S. (2015). *Askeri Etik Ve Askeri Yükseköğretim Kurumlarında Etik Eğitim Modellerinin Karşılaştırılması*. içinde Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi 2015 (EJERCongress2015) Bildiri Kitabı, (ss.61-67). Ankara: Anı Yayıncılık.

Uzun, Z. & Uzun A. M. Ş. (2017). Değerin Yeniden İnşası: Askerlik Mesleğinde Değerler Eğitimine Dair Kuramsal Bir Yaklaşım Önerisi. *Akademik Bakış Dergisi, 63,* Eylül-Ekim, 503-520.

Yavuz, Ş. (2014). İktidar Olma Sürecinde Erkeklerin Erkeklikle İmtihanı. *Milli Folklor, 26*(104), 110-127.

YATIRIM TEŞVİK BELGELERİNE DAYALI SABİT YATIRIMLARIN BÖLGESEL İŞSİZLİĞE ETKİSİ: TÜRKİYE DÜZEY 2 BÖLGELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Doç.Dr., Halim TATLI

Bingöl Üniversitesi, - 0000-0002-7940-0087

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'deki 26 düzey 2 bölgesinde, bölgesel yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımların, ekonomik büyümenin ve enflasyonun bölgesel işsizlik üzerindeki etkilerini 2005-2021 dönemine ait panel verileri kullanarak incelemektedir. Serilere önce yatay kesit bağımlılığı testi sonra ikinci nesil panel birim kök testi uygulanmıştır. Modelde yatay kesit bağımlığı ve eğim homojenliği test edildikten sonra Westerlund Eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki Ortak İlişkili Etkiler Ortalama Grubu (CCEMG) yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Sonuçlar, Düzey 2 bölgeleriyle oluşturulan panelde yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımların bölgesel işsizlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Ancak her bir bölge için yapılan bireysel tahminlere göre TRA1, TRB1, TRC3, TR31, TR33, TR41, TR52, TR62, TR72 ve TR81 bölgelerinde anlamlı bir biçimde uygulanan bölgesel teşvikler bölgesel işsizliği azaltmaktadır. Bölgesel teşviklerin bölgesel işsizliği en fazla azalttığı iki bölge sırasıyla TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR62 (Adana Mersin)'dir. Ayrıca TRA2, TRB1, TRC1, TR63 ve TR82 bölgelerinde anlamlı bir biçimde kişi başına düşen gelirin bölgesel işsizliği azalttığı görülmüştür. Çalışmanın sonuçları bölgesel düzeyde uygulanan teşviklerin bölgesel işsizliği azaltmada önemli bir politika olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yatırım Teşviki, Yatırım Teşviki ve İşsizlik, Belgesel İşsizlik, TR1 Bölgeleri, Panel Veri Analizi

THE EFFECT OF FIXED INVESTMENTS BASED ON INVESTMENT INCENTIVE CERTIFICATES ON REGIONAL UNEMPLOYMENT: AN APPLICATION ON TURKEY'S LEVEL 2 REGİONS

ABSTRACT

This study examines the effects of fixed investments based on regional investment incentive certificates, economic growth, and inflation on regional unemployment in 26 NUTS 2 regions in Turkey, using panel data for the period 2005-2021. First, the cross-section dependence test and then the second generation panel unit root test were applied to the series. Westerlund Cointegration test was applied after testing cross-sectional dependence and slope homogeneity

in the model. The Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG) method estimated the long-term relationship between variables. The results revealed that fixed investments based on investment incentive certificates did not have a significant effect on regional unemployment in the panel formed with Level 2 regions. However, according to individual estimates for each region, regional unemployment is significantly reduced by regional incentives in the TRA1, TRB1, TRC3, TR31, TR33, TR41, TR52, TR62, TR72, and TR81 regions. The two regions where regional incentives reduce regional unemployment the most are TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik) and TR62 (Adana Mersin), respectively. In addition, it has been observed that per capita income significantly reduces regional unemployment in the TRA2, TRB1, TRC1, TR63, and TR82 regions. The results of the study reveal that incentives applied at the regional level are an important policy in reducing regional unemployment.

Keywords: Investment Incentive, Investment Incentive and Unemployment, Regional Unemployment, TR1 Regions, Panel Data Analysis

1. GİRİŞ

Günümüz ekonomilerinde işsizlik, toplumsal ve ekonomik bir sorun olarak dikkat çekmektedir. Özellikle işsizlik sosyal ve ekonomik maliyeti olan bir olgudur. Bu nedenle tüm toplumlar her açıdan önemli olan bu olguyla mücadele etmektedir. İşsizlik oranları, bir ülkenin ekonomik sağlığı, refah seviyesi ve sosyal dengesi üzerinde doğrudan etkili olan önemli bir göstergedir. İşsizlik, bireylerin ve toplumun genel yaşam kalitesini etkileyebilir ve ekonomik eşitsizliği derinleştirebilir. Bu nedenle, işsizlik sorununu anlamak ve etkilerini minimize etmek, hem ekonomi politikası yapıcılarının hem de akademisyenlerin odaklandığı bir konu olmuştur. Çalışma çağındaki bireylerin işsiz kalması hem üretimin azalmasına hem de işsiz bireylerin toplum içindeki refah ve itibarlarının azalmasına neden olur.

İşsizliğin azaltılmasına yönelik farklı stratejiler bulunmaktadır. Bu stratejilerin başında bölgeye özgü ve yerel düzeyde verilen teşviklerdir. İşsizliğin bölgesel düzeyde azaltılmasına dönük uygulanacak tedbirler daha etkili sonuçlar üretmesine yol açabilir. Özellikle, teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımlar, bölgesel ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik üzerinde etkili olan faktörlerden biri olabilir. Devlet teşvikleri ekonomik büyümenin artırması, yeni işleri oluşturması, işsizlik oranlarını düşürmesi, yurt içi ihracatın artırması ve bölgelerin yeniden canlandırması gibi birçok olumlu sonuç üretmektedir (Kunešová, Cihelková vd. 2006). Devlet yatırım teşviklerinin işsizliği azalttığını kanıtlayan çalışmalar vardır. Örneğin Schalk ve Untiedt (2000) hata düzeltme modelini kullanarak teşviklerin Almanya'da işsizliği azalttığını bulmuşlardır. Karaalp (2014) ve Zanbak ve Özdemir (2019) Türkiye'de yatırım teşvikleri ile istihdam arasındaki ilişkiyi kanıtlamak için panel regresyon analizini kullanmış ve yatırım teşviklerinin istihdamı pozitif etkilediğini bulmuşlardır. Adámek ve Rybková (2015) tarafından yapılan çalışmada Çek Cumhuriyeti'nde yatırım teşviklerinin bölgesel istihdam üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır.

Ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik gibi temel makroekonomik göstergeler, bir ülkenin refahını ve ekonomik sağlığını değerlendirmede kritik öneme sahiptir. Ancak, bu göstergelerin ilişkileri, ekonomi biliminin karmaşıklığından kaynaklanan birçok faktörün etkisi altındadır. Bu bağlamda iktisat literatürüne bakıldığında ekonomik büyüme ile işsizlik arasındaki ilişkinin Okun Kanunu bağlamında ele alındığı görülür. Arthur M. Okun (1962) tarafından geliştirilen bu teoriye göre, işsizlik oranının düşmesi, ekonomik büyümenin artmasına bağlıdır. Ekonomik

büyümedeki artış, işsizlik oranını düşürmek için gereken iş yaratma potansiyeli taşır. Yapılan ampirik çalışmaların çoğunda ekonomik büyüme ve işsizlik arasında ters yönlü ilişki tespit edilirken (Andrei vd. 2009; Barışık vd. 2010; Resurreccion, 2014; Vermeulen, 2015; Dussoyea vd. 2017; Bölükbaş 2019; Aydın ve Levent 2023), bazı çalışmalarda pozitif ilişki elde edilmiştir (Zagler, 2003; Banda ve Choga, 2016; Sahoo ve Sahoo, 2019). İşsizlik ve ekonomik büyüme ilişkisi, endüstriyel ve bölgesel düzeyde de ele alınabilir. Bazı endüstriler veya bölgeler hızlı büyüme ve düşük işsizlik yaşarken, diğerleri düşük büyüme ve yüksek işsizlikle karşılaşabilir. Bu bağlamda, endüstriyel politikalar ve bölgesel kalkınma stratejileri, işsizlik ve büyüme üzerinde önemli etkilere sahip olabilir. Bölgesel düzeydeki ekonomik büyüme bölgesel düzeyde işsizliği azaltabilir.

İşsizlik ve enflasyon iktisadi dalgalanmalar sürecinde bir ekonominin karşı karşıya kaldığı iki temel sorundur (Ünsal, 2013). Ekonomistler bunu ikiz sorunlar olarak ifade etmektedir. Bu ikiz sorunun ilişkisi Philips (1958) tarafından geliştirilen negatif bir eğriyle ifade edilmektedir. Bu eğriye göre kısa dönemde işsizlik oranı ile enflasyon oranı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Bu eğri enflasyon oranı düşünce işsizlik oranının yükseldiği veya enflasyon oranı yükselince işsizlik oranının düştüğünü belirtmektedir. Bu ilişkinin doğal sonucu maliye ve para politikasını uygulayarak hem enflasyonu hem de işsizliği birlikte düşürülemez. Ekonomistlerin yaptığı tartışmalar neticesinde başka bir görüş ortaya çıkmıştır. Bu yeni görüşe göre uzun dönemde enflasyon oranı işsizlik oranı üzerinde bir değişikliğe yol açmaz ancak kısa dönemde bir değişikliğe yol açabilir. Bu bağlamda tartışmalara bakıldığında hem teorik hem de ampirik temeller üzerinde bir fikir birliğine varılmadığı görülmektedir (Phillips, 1958; Roberts, 1995; Okafor vd. 2016; Vermeulen, 2017). Beyer ve Farmer (2007), Farmer (2017), Haug ve King (2014) ve Jung ve Pyun (2023) ABD verilerini kullanarak, yaptıkları analizlerde uzun dönemde işsizlik ve enflasyon arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu bulmuşlardır

Türkiye, coğrafi olarak farklı bölgelere ayrılmış ve ekonomik gelişim açısından farklılık gösteren 26 Düzey 2 bölgesine sahiptir. Bu çalışma, Türkiye'nin 26 Düzey 2 bölgesindeki bölgesel işsizlik oranlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye'deki işsizlik oranlarına göre 2023 yılının 1. çeyreğinde %10.2 olan işsizlik oranı 2023'ün 2. çeyreğinde azalarak %9.2 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2023). 2022 yılı itibarıyla Türkiye'deki işsizlik oranları (%10.48), Avrupa bölgesi 19'daki işsizlik oranlarının oldukça üstündedir (%6.7) (OECD, 2023). 2022 yılı itibarıyla 26 Düzey 2 bölge içinde 8 bölgenin (TRA2-Ağrı, Kars, Iğdır, TRB2-Van, Muş, Bitlis, Hakkari, TRC2-Şanlıurfa, Diyarbakır, TRC3-Mardin, Batman, Şırnak, Siirt, TR51-Ankara, TR62-Adana, Mersin, TR63-Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye, TR71-Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir ve TR81- Zonguldak, Karabük, Bartın) işsizlik oranları Türkiye'nin işsizlik oranlarının üstündedir. Tüm bölgeler içinde 2022 yılı itibarıyla işsizlik oranlarının en yüksek olduğu bölge TRB2-Van, Muş, Bitlis, Hakkari'dir. Toplumsal refahın artırılması için yüksek olan işsizlik oranlarını düşürülmesi gerekmektedir. Türkiye'nin 26 Düzey 2 bölgesi, ekonomik büyüme ve işsizlik açısından önemli farklılıklar göstermektedir. Bu bölgeler arasındaki işsizlik oranları, ekonomik aktivite düzeyleri ve yatırım olanakları bakımından önemli varyasyonlar gösterebilir. Bu nedenle, bölgesel işsizlik faktörlerinin analizi, Türkiye'nin ekonomik dengesini anlama ve bölgesel düzeyde politika önerileri geliştirme açısından büyük bir öneme sahiptir.

Çalışma, bölgesel işsizlik üzerinde etkili olan faktörleri belirlemeyi ve bu faktörlerin işsizlik oranları üzerindeki etkisini analitik olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, çalışma, teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımların bölgesel işsizlik oranları üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla 2005-2021 dönemine ait panel verilerini kullanmaktadır. Panel veri analizi, bölgesel farklılıkları ve zaman içindeki değişimleri yakalamak için güçlü bir araçtır. Bu araçları kullanan, bu çalışma, bölgesel yatırım teşvik belgelerinin, ekonomik

büyümenin ve enflasyonun bölgesel işsizlik üzerindeki uzun dönemli etkilerini analiz ederek literatürdeki boşluğu doldurmayı ve bölgesel düzeyde işsizlik sorununa yönelik daha iyi bir anlayış geliştirmeyi hedeflemektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma, Türkiye'nin bölgesel işsizlik dinamiklerini anlamaya, ekonomi politikası yapıcılarına yol göstermeye ve bölgesel düzeyde işsizlik sorununu çözmeye katkı sağlayacaktır. Bu nedenle, çalışmanın sonuçları, hem akademik hem de politika düzeyinde önemli bir katkı sunmaktadır.

Çalışmanın geri kalanı şu şekilde düzenlenmiştir: İkinci bölümde çalışma verileri ve tahmin yöntemi hakkında bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde ampirik sonuçlar verilmekte, sonuç bölümünde ise temel bulgular ve politika önerilerine ilişkin ifadeler sunulmaktadır.

2. MATERYAL VE METOT

2.1. Veri Seti

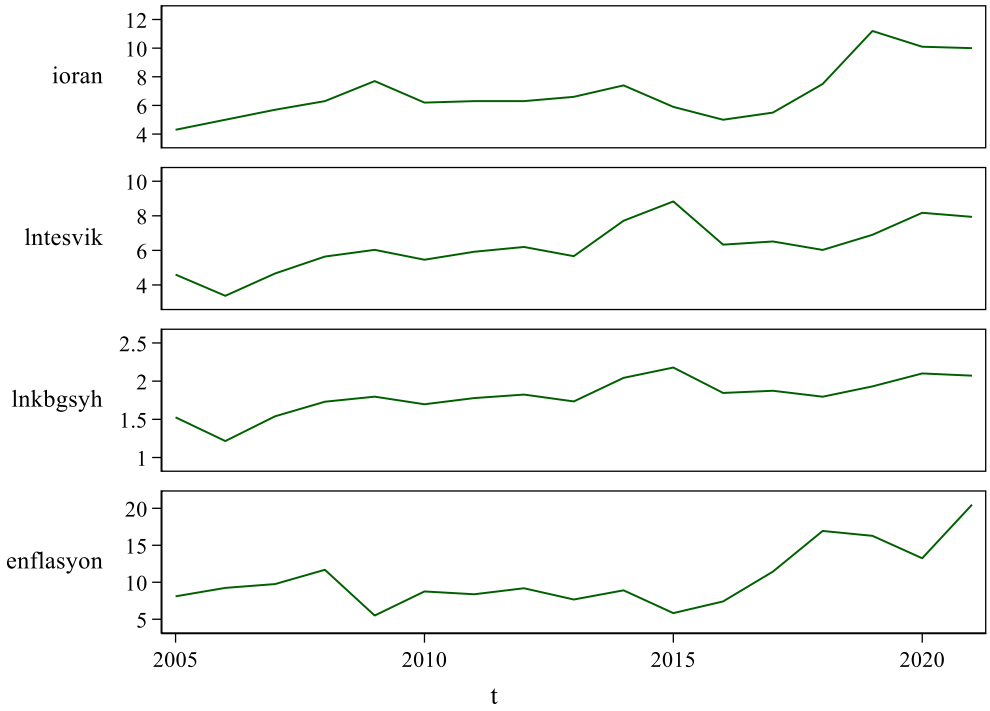
Bu çalışmada yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımların bölgesel işsizliğe olan etkisi 26 düzey bölgenin 2005-2021 dönemine ait verileri kullanılarak incelenmektedir. Çalışmada bölgesel kişi başına gayrisafi yurt içi hasıla ve enflasyon oranları kontrol değişkenleri olarak modele dahil edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen bölgeler ve bölge kodları Çizelge 1'de sunulmaktadır. Veri setinin 2005-2021 dönemiyle sınırlı tutulmasının nedeni bazı değişkenlerin bazı yıllardaki verisinin eksik olmasıdır.

Çizelge 1. Çalışmada İncelenen Bölgeler

Kodu	Bölgeler	Kodu	Bölgeler
TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik
TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TRB1	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli	TR51	Ankara
TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkari	TR52	Konya, Karaman
TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis	TR61	Antalya, Isparta, Burdur
TRC2	Şanlıurfa, Diyarbakır	TR62	Adana, Mersin
TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	TR63	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR10	İstanbul	TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR22	Balıkesir, Çanakkale	TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın

TR31	İzmir	TR82	Kastamonu, Çankırı, Sinop
TR32	Aydın, Denizli, Muğla	TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
TR33	Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak	TR90	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane

Sonuç olarak toplam veri seti, 26 bölgenin her biri için 17 yıllık (2005-2021) veriler kullanılarak 442 veriden oluşmaktadır. Şekil 1'de görüldüğü gibi değişkenlere ait serilerin yıllar itibarıyla artış ve azalış eğilimini sergilediği görülmektedir.



Grafik 1. Değişkenlere Ait Grafikler

Değişkenlere ilişkin açıklamalar ve değişkenlerin elde edildiği kaynaklar Çizelge 2'de verilmiştir. Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişki (1) nolu denklem sunulmuştur.

.

$$ioran_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln tesvik_{it} + \alpha_2 \ln kbgsyh_{it} + \alpha_3 enflasyon_{it} + u_{it} \qquad (1)$$

Burada *ioran*, *lntesvik*, *lnkbgsyh* ve *enflasyon* sırasıyla bölgesel işsizlik oranlarındaki değişim, bölgesel yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırım tutarının doğal logaritması, bölgesel kişi başına gayrisafi yurtiçi hasılanın doğal logaritması ve bölgesel enflasyon oranlarıdır. *Lntesvik* ve *lnkbgsyh* değişkenlerinin bağımlı değişken olan *ioran* değişkeninin negatif etkileyeceği beklenmektedir. Ancak *enflasyon* değişkeninin uzun dönemde *ioran* değişkenini pozitif etkileyeceği beklenmektedir.

Çizelge 2. Kullanılan Değişkenler ve Tanımları

Değişkenler	Tanımı	Kaynağı
ioran	Bölgesel işsizlik oranları (%)*	TÜİK Bölgesel İstatistikler
lnteşvik	Yatırım Teşvik Belgelerine Dayalı Sabit Yatırım Tutarı (Milyon TL)	T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yatırım Teşvik İstatistikleri
lnkbgsyh	Kişi başına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (2009 bazlı) : Kişi başına GSYH (TL)	TÜİK Bölgesel İstatistikler
enflasyon	Yılsonu itibariyle 12 aylık ortalamalara göre tüketici fiyatları endeksi değişim oranı (%), 2003=100: Genel	TÜİK Bölgesel İstatistikler

Kaynak: https://www.sanayi.gov.tr/istatistikler/yatirim-istatistikleri/mi1304021615 (Erişim tarihi:29.08.2023)

Araştırmada kullanılan değişkenlerin serilerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3'te sunulmaktadır.

Çizelge 3. Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	ioran	*lnteşvik*	*lnkbgsyh*	*enflasyon*
Ortalama	10.58167	7.342887	1.963136	*10.40002*
Std. Sapma.	4.522236	1.720557	0.257423	*3.857855*
Minimum	3.3	1.926724	0.655821	*4.18*
Maksimum	33.5	11.2869	2.423643	*23.2*
Gözlem Sayısı	442	442	442	442

Değişkenler arasındaki korelasyon Çizelge 4'te gösterilmektedir. Buna göre tüm değişkenler arasında pozitif bir korelasyon vardır.

Çizelge 4. Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi

	ioran	*lnteşvik*	*lnkbgsyh*	*enflasyon*
ioran	1			
lnteşvik	0.1108**	1		
lnkbgsyh	0.1159**	0.9806***	1	
enflasyon	0.1468***	0.4863***	0.4429***	1

Not: **, *** sırasıyla %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

2.2. Metot

Seriler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı CD_{LM} (Pesaran, 2004), CDL_{M1} (Breusch ve Pagan, 1980), CDL_{M2} (Pesaran, 2004) ve $CD_{LM\text{-}Adj}$ (Pesaran, Ullah ve Yamagata, 2008) testleri ile test edilmiştir. Seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığı test edildikten sonra serinin durağanlığının belirlenmesi amacıyla ikinci nesil birim kök testi kesit artırılmış Dickey-Fuller (the cross-section augmented Dickey–Fuller, CADF) birim kök testi uygulanmıştır (Pesaran, 2007). CADF birim kök testinin sıfır hipotezi "serinin durağan olmadığı (yani birim kök mevcut)" iken alternatif hipotez ise "serinin durağan olduğu (yani birim kök bulunmadığı)" şeklindedir. CADF birim kök testi için hesaplanan değerler Pesaran (2007) tarafından hesaplanan değerler tablosu ile karşılaştırılmıştır. Hesaplanan CADF istatistik değeri kritik değerden küçük olduğunda H_0 reddedilir. Bu sonuç, tüm bölgeleri kapsayan ilgili panel verilerde birim kökün bulunmadığını göstermektedir. Eğer modelde yatay kesit bağımlılığı mevcutsa ve heterojenlik söz konusuysa uzun dönem katsayılarının tahmininde Ortak İlişkili Etkiler Ortalama Grubu (CCEMG) tahmincisi kullanılır (Pesaran, 2006). Öte yandan modelde yatay kesit bağımlılığı mevcutsa ve homojenlik söz konusuysa Ortak İlişkili Etkiler Havuzlanmış (CCEP) tahmincisi kullanılır (Pesaran, 2006). Bu yöntemler en küçük kareler yöntemini temel alırlar ve hem durağan hem de durağan olmayan serileri tahmin etmek için kullanılabilirler. CCEMG tahmincisinde eğim heterojenliğinin test edilmesi gerekir. Bu bağlamda değişkenlere ait serilerin homojen olup olmadığını belirlemek için Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından önerilen Delta testi kullanılmıştır. Bu tahminciler kullanılmadan önce Westerlund eş bütünleşme testi kullanılarak seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı analiz edilmiştir.

3. BULGULAR

Türkiye'deki Düzey 2 bölgeleri aynı coğrafyada yer alması nedeniyle bazıları benzer ekonomik koşullara sahip olabilir. Bu nedenle bölgeler arasında yatay kesit bağımlılığı söz konusu olabilir. Bu nedenle değişkenlerdeki birimler arasındaki yatay kesit bağımlılığı test edilmiştir. Serilerde yatay kesit bağımlılığını test etmek için kullanılan Pesaran (2004) CD_{LM} testi yapılmış ve sonuçlar Çizelge 5'te sunulmuştur. Bu testin sonuçlarına göre, sabitli model için değişkenlerde yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır. Bu nedenle serilerin durağanlığının ikinci nesil birim kök testleri ile test edilmesi gerekir.

Çizelge 5. Değişkenlerin Yatay Kesit Bağımlığı Sonuçları

Değişkenler	***CD-testi***
Sabitli model	
ioran	28.78^{***}
lnteşvik	59.56^{***}
lnkbgsyh	59.01^{***}
enflasyon	71.43^{***}

Not: *** 1% anlamlılık düzeyini gösterir. Uygun gecikme uzunluğu 1 olarak kabul edilmiştir.

Çizelge 6'daki ikinci nesil panel durağanlık test sonuçlarını gösteren Pesaran'nın CADF testinin sonuçlarına göre *ioran* ve enflasyon değişkenleri %1 düzeyinde birinci farkları alındığında

durağan hale gelirken *lntesvik* ve *lnkbgsyh* %1 önem düzeyinde düzeyde durağandır. Bağımlı değişken birinci farkta durağan olduğu için eş bütünleşme ilişkisi incelenebilir.

Çizelge 6: İkinci Nesil Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	***Pesaran'nın CADF testi***		
	Sabitli model		
	Düzey	***Gecikme Uzunluğu***	***Birinci Fark***
ioran	-1.443	2	-2.285**
lnteşvik	-2.920***	1	-
lnkbgsyh	-2.699***	2	-
enflasyon	-2.008	2	-2.465***
CADF Kritik Değerleri	%1: -2.320 %5: -2.150 %10: -2.070		

Not: ** ve *** sırasıyla %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Schwarz'ın bilgi ölçütü kullanılmıştır. CADF testi için kritik değerler Pesaran (2007)'ın çalışmasından alınmıştır.

Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi yöntemle seçilebilmesi için modellerin yatay kesit bağımlılığının yanı sıra homojenlik/heterojenliğin test edilmesi gerekmektedir. Buna göre homojenlik/heterojenliğin incelenmesi için Delta Tidle ve Delta Tidleadj testleri, yatay kesit bağımlılığının test edilmesi için ise CD_{LM1}, CD_{LM2} ve CD_{LM-Adj} testleri uygulanmaktadır. Bu testlerden elde edilen sonuçlar Çizelge 7'de sunulmaktadır. Çizelge 7'de görüldüğü gibi hem Delta Tilde hem de Delta $Tilde_{adj}$ testlerinde tahmin edilen p değerleri %1'den daha düşüktür. Bu değeler modelin heterojen olduğu göstermektedir. Modellerin heterojen olması, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken (işsizlik oranı) üzerindeki etkilerinin bölgeden bölgeye farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Böyle bir durumda uzun dönem katsayılarının tahmininde modelin yatay kesit bağımlılığını ve heterojenliği dikkate alan CCEMG tahmincisinin sonuçlarını tercih edilerek yorumlamak daha tutarlı olacaktır.

Çizelge 7. Modelde Homojenlik ve Yatay Kesit Bağımlılığı

	Test	**İstatistik**	**Olasılık**
Yatay Kesit Bağımlılığı	LM	1137.00***	0.000
	LM adj*	56.70 ***	0.000
	LM CD*	28.07***	0.000
Homojenlik	Delta_tilde	2.273**	0.023
	Delta_tilde_adj	2.898***	0.004

Not: *** % 1 ve ** %5 istatiksel anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Bağımlı değişkenin ve bağımsız değişkenlerin durağanlık özeliklerine bakılarak ve modelin

homojenlik durumu dikkate alınarak veri setine Westerlund (2007) panel eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Çizelge 8'de, *ioran* ile *lntesvik, lnkbgsyh* ve *enflasyon* arasında bir eşbütünleşme ilişkisi olup olmadığını belirlemek için eşbütünleşme test istatistikleri ve bunlara ait olasılık değerleri verilmiştir. Çizelge 8'de yer alan sonuçlar, grup ortalamalarını esas alan Ga testi dışındaki diğer üç teste göre, boş hipotezin reddedildiğini, yani seriler arasında uzun dönemli eşbütünleşik bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir.

Çizelge 8. Westerlund Eşbütünleşme Test İstatistiği ve Olasılık Değerleri

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	İstatistik	Değer	Z-değeri	P-değeri
ioran	*lntesvik*	Gt	-2.122**	-1.953	0.025
		Ga	-1.750	5.051	1.000
		Pt	-10.113***	-2.748	0.003
		Pa	-5.411*	-1.356	0.088
	lnkbgsyh	Gt	-2.347***	-3.233	0.001
		Ga	-1.908	4.903	1.000
		Pt	-9.731***	-2.363	0.009
		Pa	-5.236	-1.156	0.124
	enflasyon	Gt	-2.435***	-3.729	0.000
		Ga	-1.008	5.746	1.000
		Pt	-10.010***	-2.643	0.004
		Pa	-5.080	-0.976	0.165

Not: ***, % 1, ** %5 ve * %10 istatiksel anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Uzun dönem eşbütünleşme katsayılarını tahmin etmek ve ilişkinin yönünü belirlemek için Ortak İlişkili Etkiler (Common Correlated Effect, CCE) modeli kullanılmıştır. Model heterojen olduğundan dolayı Çizelge 9'daki CCEMG tahmincisinin sonuçları yorumlanacaktır. Bu sonuçlara göre tüm panelde, uzun dönemde *ioran* ile *lnteşvik* arasında beklentilere göre negatif bir ilişki olduğunu gösterse de istatistiki açıdan anlamlı bulunmamıştır. Öte yandan sonuçlar, *ioran* ile *lnkbgsyh* ile *enflasyon* arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığını göstermeketedir. Model heterojen olduğundan değişkenler arasındaki etkinin bölgeden bölgeye farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durumda bölgelere ait birim etkilere analiz edilmesi gerekir gerekir.

Çizelge 9. Panel Bazında Uzun Dönem CCE Tahminci Test sonuçları

Değişkenler				
	CCEMG		CCEP	
	Katsayılar	*Std. Hata*	*Katsayılar*	*Std. Hata*
lnteşvik	-1.263417	2.707637	3.444651**	1.458423
lnkbgsyh	8.413198	13.86014	-28.12882**	11.76215
enflasyon	0.022019	0.25542	0.0568199	0.050520

Not: ** %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Bölgelere ait birim etkilerin verildiği Çizelge 10 incelendiğinde anlamlı bir biçimde 10 bölgede

beklentilere uygun olarak *lnteşvik ile ioran* arasında negatif bir ilişki tespit edilmesine rağmen 5 bölgede anlamlı olarak beklentilerin aksine *lnteşvik ile ioran* arasında pozitif bir ilişki anlamlı bulunmuştur. Bunun yanı sıra 11 bölgede ise *lnteşvik ile ioran* arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Beklentilere uygun olarak negatif ve anlamlı ilişki tespit edilen bölgeler; *TRA1, TRB1, TRC3, TR31, TR33, TR41, TR52, TR62, TR72 ve TR81* şeklindedir. Bu bölgelerin katsayılarına bakıldığında bölgesel teşviklerin bölgesel işsizliği en fazla azalttığı iki bölge sırasıyla *TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR62 (Adana Mersin)'dir.*

Anlamlı bir biçimde 4 bölgede beklentilere uygun olarak *ioran ile lnkbgsyh* arasında negatif bir ilişki tespit edilmesine rağmen 12 bölgede anlamlı olarak beklentilerin aksine *ioran* ile *lnkbgsyh* arasında pozitif bir ilişki anlamlı bulunmuştur. Bunun yanı sıra 10 bölgede ise *ioran* ile *lnkbgsyh* anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Beklentilere uygun olarak negatif ve anlamlı ilişki tespit edilen bölgeler; *TRA2, TRB1, TRC1, TR63 ve TR82* şeklindedir. Bu bölgelerin katsayılarına bakıldığında kişi başına düşen gelirin bölgesel işsizliği en fazla azalttığı bölge *TR63* (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)'tür.

Son olarak anlamlı bir biçimde 7 bölgede *ioran ile enflasyon* arasında negatif bir ilişki tespit edilmesine rağmen 7 bölgede anlamlı olarak *ioran* ile *enflasyon* arasında pozitif bir ilişki anlamlı bulunmuştur. Bununla birlikte 12 bölgede ise *ioran* ile *enflasyon* arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Negatif ve anlamlı ilişki tespit edilen bölgeler; *TRA1, TRB1, TR22, TR31, TR32, TR10 ve TR90* şeklindedir. Bu bölgelerin katsayılarına bakıldığında enflasyonun bölgesel işsizliği en fazla azalttığı bölge *TR90* (*Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane*)'dır. TRB1 bölgesinde *lnteşvik, lnkbgsyh* ve *enflasyon* değişkenleri birlikte anlamlı ve negatif olarak *ioran*'nı etkilediği görülmektedir.

Çizelge 10. Bölge Bazında Uzun Dönem CCE Tahmincisi Test sonuçları

		TRA1	**TRA2**	**TRB1**	**TRB2**	**TRC1**	**TRC2**	**TRC3**	**TR10**
lnteşvik	Katsayı	**-1.128*****	2.381*	**-0.254*****	-7.534	12.529	-10.787	**-1.156*****	21.889
lnkbgsyh	Katsayı	5.093***	-11.160*	-0.288***	24.369**	-87.276	38.413*	7.225***	-207.032
enflasyon	Katsayı	-0.020***	0.212***	-0.127***	1.507	-1.410	4.839	0.197***	0.786
C	Katsayı	-13.568***	-18.066***	-57.120	-57.478	43.900	65.280	98.799	227.164
		TR21	**TR22**	**TR31**	**TR32**	**TR33**	**TR41**	**TR42**	**TR51**
lnteşvik	Katsayı	-10.699	-13.920	**-0.547*****	5.918*	**-2.037*****	**-5.971***	-40.316	0.623***
lnkbgsyh	Katsayı	79.365	102.159	9.732***	-53.783	12.941***	42.553**	377.417	7.235***
enflasyon	Katsayı	-1.098	-0.071***	-0.335***	-0.143***	-1.154	0.019***	1.755	-0.445**
C	Katsayı	-57.299	-87.036	-43.792**	37.241**	-33.327	-46.236**	-403.098	-32.112***
		TR52	**TR61**	**TR62**	**TR63**	**TR71**	**TR72**	**TR81**	**TR82**
lnteşvik	Katsayı	**-0.235*****	-9.881	**-2.308*****	0.838***	-7.473	**-1.035*****	**-0.181*****	1.371***
lnkbgsyh	Katsayı	7.905***	72.883	25.007***	-21.967***	30.361	10.782***	7.080***	-6.548***
enflasyon	Katsayı	-1.150	0.101***	0.285***	0.076***	-0.992	0.925	-1.554	-1.401
C	Katsayı	18.857***	-63.982	-1.714***	-80.827	27.823*	-45.450	-52.724	-107.044
		TR83	**TR90**						

lnteşvik	Katsayı	-5.239	42.308						
lnkbgsyh	Katsayı	31.388	-285.115						
enflasyon	Katsayı	0.325***	-0.554***						
C	Katsayı	1.929***	195.641						

Not: *** % 1, ** %5 ve * %10 istatiksel anlamlılık düzeyini göstermektedir.

4. SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye'deki 26 düzey 2 bölgesinde bölgesel yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımların, kişi başına düşen gelirin ve enflasyonun bölgesel işsizlik üzerindeki etkisi analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla parametrelerin tahmininde CCEP ve CCEMG yöntemleri adı verilen iki CCE tahmincisi kullanılmıştır.

Bu tahmincilerden elde edile panel sonuçlar uzun dönemde bölgesel işsizlik oranı ile bölgesel teşvikler arasında negatif bir ilişki olduğunu gösterse de istatistiki açıdan anlamlı bulunmamıştır. Ayrıca panel sonuçları, uzun dönemde kişi başına düşen gelir ve enflasyon ile bölgesel işsizlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ancak birim bazında modeldeki değişkenler arasında anlamlılık ve ilişkinin yönü bakımında farklı sonuçlara ulaşılmıştır. TRA1, TRB1, TRC3, TR31, TR33, TR41, TR52, TR62, TR72 ve TR81 bölgelerinde anlamlı olarak yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımların bölgesel işsizliği azalmaktadır. Bu bulgular bu bölgelerde teşvik belgelerine dayalı yatırımlar ile istihdam kazanımları arasında pozitif bir ilişki olduğuna dair kanıt bulunduğunu ima etmektedir. Bölgesel teşviklerin bölgesel işsizliği en fazla azalttığı bölge TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik)'dir.

Beş bölgede (TRA2, TR32, TR51, TR63 ve TR82) anlamlı olarak yatırım teşvik belgelerine dayalı sabit yatırımlar ile bölgesel işsizlik arasındaki ilişki pozitif iken on bir bölgede (TRB2, TRC1, TRC2, TR10, TR21, TR22, TR42, TR61, TR71, TR83, TR90) değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu bulgular, bu bölgelerde teşvik belgelerine dayalı yatırımlar ile istihdam kazanımları arasında bir ilişki olduğuna dair kanıt bulunmadığını ima etmektedir.

TRA2, TRB1, TRC1, TR63 ve TR82 bölgelerinde anlamlı bir biçimde kişi başına düşen gelirin bölgesel işsizliği azalttığı görülmüştür. Ekonomik büyümedeki artışın bu bölgelerde daha fazla iş fırsatı yaratacağı ve işsizliği azaltacağı anlamına gelmektedir.

Yukarıda ele alınan sonuçlar bir arada değerlendirildiğinde, bölgesel yatırım teşvikleri, kişi başına düşen gelir ve enflasyon ile bölgesel işsizlik oranları arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığı ve ilişkinin yönü hakkında bir genelleme yapmak mümkün olmamaktadır. Bunun sebebi sonuçların bölgeden bölgeye farklılık göstermesidir.

Bölgesel politika yapıcılar, uzun dönemde bölgesel dinamiklere göre bölgesel işsizliği azaltmak için yatırıma dayalı teşvikleri kullanarak daha etkin sonuçlara ulaşabilirler. Ayrıca uzun dönemde bölgesel kişibaşına geliri artırmak bölgesel işsizliği azaltmak için bir politika olarak gözükmektedir.

KAYNAKÇA

[1] Adámek, E., ve Rybková, L. (2015). Influence of investment incentives on development of regional unemployment in the Czech Republic. European Journal of Business Science and Technology, 1(1), 5-14.

[2] Andrei, D.B., Vasile, D., ve Adrian, E. (2009). The correlation between unemployment and real GDP growth. A study case on Romania. Annals of Faculty of Economics, University of Oradea. Faculty of Economics, 2(1), 317-322.

[3] Aydın, F.F. ve Levent, C. (2023). Eğitim ve Ekonomik Büyümenin Farklı Yaş Gruplarındaki Kadın İşsizliği Üzerine Etkisi: Seçilmiş OECD Üyesi Ülkeler Üzerine Ekonometrik Bir Analiz. Adam Academy Journal of Social Sciences, 13(1), 73-97. https://doi.org/10.31679/adamakademi.1098374

[4] Banda, H., ve Choga, I. (2015). The impact of economic growth on unemployment in South Africa: 1994 – 2012. Corporate Ownership & Control, 12(4-7), 699-707. https://doi.org/10.22495/cocv12i4c7p1

[5] Barışık, S., Çevik, E.İ. ve Çevik, N.K. (2010). Türkiye'de Okun yasası, asimetrik ilişkisi ve istihdam yaratmayan büyüme: Markov-Switching yaklaşımı. Maliye Dergisi, 159, 88-102.

[6] Beyer, A., ve Farmer, R.E.A. (2007). Natural rate doubts, Journal of Economic Dynamics and Control, 31(3), 797-835.

[7] Bölükbaş, M. (2019). Türkiye'de Ekonomik Büyümenin Enflasyon ve İşsizlik ile İlişkisi: Bölgeler Düzeyinde Bir Araştırma. TESAM Akademi Dergisi, Özel Sayısı, 185-211.

[8] Breusch, T.S., ve Pagan, A.R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. The Review of Economic Studies, 47(1), 239-253.

[1] Dussoyea, B.R., Ming-Kang, H., Rajeswari, R. ve Yin-Fah, B.C. (2017). Economic crisis in Europe: Panel analysis of inflation, unemployment and gross domestic product growth rates. International Journal of Economics and Finance, 9(10), 145-154.

[2] Farmer, R.E.A., *Prosperity for All: How to Prevent Financial Crises,* Oxford University Press, 2017.

[3] Haug, A.A., ve King I. (2014). In the long run, US unemployment follows inflation like a faithful dog. Journal of Macroeconomics, 41, 42-52.

[4] Jung, K.M., ve Pyun, J.H. (2023). A long-run approach to money, unemployment, and equity prices. Economic Modelling, 125. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106337

[5] Karaalp, H.S. (2014). The Effect of Public Investment and Firm-Based Investment Incentives on Employment: a panel data analysis for Turkey. Journal of Economic and Social Development, 1(1), 74–85.

[6] Kunešová, H., ve Cihelková, E., *Světová ekonomika: nové jevy a perspektivy*. 2nd ed. Praha: C. H. Beck, 2006.

[7] OECD. (2023). Data. https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate.htm (Erişim tarihi: 15.09.2023)

[8] Okafor, I.G., Chijindu, E.H., ve Ugochukwu, U.S. (2016). Responsiveness of unemployment to inflation: Empirical evidence from Nigeria. International Journal of Scientific Research in Science and Technology 2(4), 173–179.

[9] Pesaran, M. H., Ullah, A., ve Yamagata, T. (2008). A bias-adjusted LM test of error cross-section independence. The Econometrics Journal, 11(1), 105-127.

[10] Pesaran, M.H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. CESifo Working Paper Series No. 1229; IZA Discussion Paper No. 1240. https://ssrn.com/abstract=572504 (Erişim tarihi: 21.09.2023)

[11] Pesaran, M.H. (2006). Estimation and inference in large heterogeneous panels with a multifactor error structure. Econometrica, 74(4), 967-1012.

[12] Pesaran, M.H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. Journal of applied econometrics, 22(2), 265-312.

[13] Pesaran, M.H., ve Tosetti, E. (2011). Large panels with common factors and spatial correlation. Journal of Econometrics, 161(2), 182-202. https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2010.12.003

[14] Pesaran, M.H., ve Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. Journal of Econometrics, 142(1), 50-93. https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2007.05.010

[15] Philips, A.W. (1958). The Relation Between Unemployment and the Rate of Change of Money Wage Rates in the United Kingdom, 1861-1957. Economica, 25(100), 283-375. https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1958.tb00003.x

[16] Resurreccion, P.F. (2014). Linking unemployment to inflation and economic growth: Toward a better understanding of unemployment in the Philippines. Asian Journal of Economic Modelling, 2(4), 156-16.

[17] Roberts, J.M. (1995). New Keynesian economics and the Phillips curve. Journal of Money, Credit and Banking 27(4). 975–984.

[18] Sahoo, M., ve Sahoo. J. (2019). The relationship between unemployment and some macroeconomic variables: Empirical evidence from India. Theoretical and Applied Economics, 26(618): 115–128.

[19] Schalk, H.J., ve Untiedt, G. (2000). Regional investment incentives in Germany: Impacts on factor demand and growth. The Annals of Regional Science, 34 (2), 173–195.

[20] TÜİK. (2023). İşgücü İstatistikleri, Ocak 2023 https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=%C4%B0%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC-%C4%B0statistikleri-Ocak-2023-49386&dil=1 (Erişim tarihi: 25.09.2023)

[21] Ünsal, E.M., *Makro İktisat*, İmaj Yayıncılık, Ankara, 2013.

[22] Vermeulen, C. (2015). Inflation, growth and employment in South Africa: Trends and trade-offs. Economic Research Southern Africa Working Paper, 547.

[23] Vermeulen, J.C. (2017). Inflation and unemployment in South Africa: Is the Phillips curve still dead? Southern African Business Review, 21, 20–54.

[24] Westerlund, J. (2007). Testing for error correction in panel data. Oxford Bulletin of Economics and statistics, 69(6), 709-748.

[25] Zanbak, M., ve Özdemir, M.Ç., *The effects of investment incentives on regional labour markets in Turkey*. The Dynamics of Growth in Emerging Economies: The Case of Turkey, *Routledge, London, 2019. https://doi.org/10.4324/9780429436369*

TÜRKİYE'DE KULLANICILARIN E-DEVLET UYGULAMASINI BENİMSEMELERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: BİR KESİT ÇALIŞMASI

Doç.Dr., Halim TATLI

Bingöl Üniversitesi, - 0000-0002-7940-0087

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'de kullanılan e-devlet uygulamasının benimsenmesine etki eden faktörleri araştırmayı amaçlamaktadır. Bu faktörleri ölçmek amacıyla "E-Devlet Uygulamasını Benimseme Ölçeği" kullanıldı. Anket formları, Bingöl kent merkezinde yaşayan on sekiz yaş ve üstü rastgele seçilmiş 387 bireye, yüz yüze anket tekniğiyle uygulanmıştır. Ölçeğe açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 6 faktörlü olduğu belirlenmiştir. Tüm faktörler ölçeğin yaklaşık %79'unu açıklamaktadır. Dolayısıyla e-devlet uygulamasının benimsenmesinin altı boyutu olduğu tespit edilmiştir. Bu boyutlar, Güven, Maliyet ve Çekicilik, Kullanım Niyeti, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sosyal Etki ve Algılanan Fayda olarak belirlenmiştir. Bu boyutları etkileyen sosyoekonomik ve demografik faktörleri belirlemek için Tobit modeli kullanılmıştır. Tahmin edilen yedi Tobit modelinde cinsiyet, eğitim durumu ve medeni durum hem e-devlet uygulaması benimsenme ölçeğinin hem de alt boyutlarını anlamlı ve pozitif bir biçimde etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: E-devlet Uygulaması, E-devlet Uygulamasının Benimsenmesi, Faktör Analizi, Tobit Modeli

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING USERS' ADOPTION OF E-GOVERNMENT APPLICATION IN TURKEY: A SECTIONAL STUDY

ABSTRACT

This study aims to investigate the factors affecting the adoption of e-government applications used in Turkey. "E-Government Application Adoption Scale" was used to measure these factors. The survey forms were applied to 387 randomly selected individuals aged eighteen and over living in Bingöl city center, using a face-to-face survey technique. Exploratory factor analysis was applied to the scale. As a result of exploratory factor analysis, it was determined that the scale had 6 factors. All factors explain approximately 79% of the scale. Therefore, it has been determined that the adoption of e-government applications has six dimensions. These dimensions were determined as Trust, Cost and Attractiveness, Intention to Use, Perceived Ease of Use, Social Impact, and Perceived Usefulness. The Tobit model was used to determine socioeconomic and demographic factors affecting these dimensions. In the estimated seven Tobit models, it was observed that gender, educational status, and marital status significantly

and positively affected both the e-government application adoption scale and its sub-dimensions.

Keywords: E-government Application, Adoption of e-government Application, Factor Analysis, Tobit Model

1. GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz dijitalleşme çağında, hükümetler vatandaşlarına daha etkin ve erişilebilir hizmetler sunmak amacıyla dijital teknolojileri benimsemekte ve geliştirmektedirler. Bu bağlamda, e-devlet uygulamaları, vatandaşların kamu hizmetlerine erişimini kolaylaştıran önemli bir araç haline gelmiştir. E-devlet uygulamaları, vatandaşların birçok işlemi çevrimiçi olarak gerçekleştirmelerini sağlar ve bu sayede zaman tasarrufu sağlar, işlem maliyetlerini azaltır ve bürokratik işlemleri basitleştirir. Bu nedenle e-devlet hizmetleri benimsenmesinin araştırılması daha önemli hale gelmektedir. Elektronik devlet (e-devlet) ve mobil devlet (m-devlet) kavramları dijitalleşme çağında sık kullanılmaktadır. M-devlet, e-devletin bir uzantısı olarak işletmelerin işlemlerinin, bilgi ve hizmetlerin dağıtımının, kamu hizmeti sunumu için mobil cihazlar aracılığıyla mobil bir ortamda gerçekleştirildiği iş ve işlemleri ifade eder (OECD, 2011). Mobil cihazlarının daha sık kullanımıyla birlikte bazı yazarlar e-devlet yerine m-devlet kavramını kullanmaya başlamışlardır.

E-devlet uygulamalarının benimsenmesi ve kullanımı, bilgi sistemleri, teknoloji kabulü ve kullanıcı davranışı gibi disiplinlerin kesişiminde yer almaktadır. Nedensellik Eylem Teorisinden (Theory of Reasoned Action, TRA) (Fishbein and Ajzen, 1975) uyarlanan Teknoloji Kabul Teorisi (Technology Acceptance Model, TAM) (Davis, 1989) gibi çerçeveler, bireylerin yeni teknolojileri kabul etme süreçlerinin anlaşılmasına yardımcı olur. Bu teoriler, kullanıcıların teknolojiyi kullanma niyetlerini ve sonuçta gerçek kullanımı etkileyen faktörleri tanımlar. Bu çalışma son kullanıcı davranışlarını anlamak için TAM teorisini referans alarak tasarlandı. TAM teorisi temel olarak bir kişinin belirli bir teknolojiyi kullanmanın iş performansını artıracağına ne ölçüde inandığını ifade eden "algılanan fayda" ve bireyin bir teknolojiyi kullanmanın çaba gerektirmeyeceğine inanma derecesini belirten "algılanan kullanım kolaylığı" kavramları üzerine kuruludur (Davis, 1989). Bu çalışmada TAM modelindeki bu iki boyutla birlikte diğer bazı boyutlar da eklenerek konu analiz edilmiştir.
Türkiye, Dünyada devam eden dijitalleşme trendini yakından takip eden ülkelerden biridir ve vatandaşlarına daha iyi hizmet sunmak amacıyla geniş bir e-devlet altyapısını geliştirmiştir. 18 Aralık 2008'de Türkiye'de "E-devlet Kapısı Projesi" hayata geçirilmiştir. Türkiye'de e-devlet uygulaması e-devlet kapısı olarak ifade edilmektedir. Bu uygulamada en çok kullanılan ilk üç hizmet sırasıyla Sosyal Güvenlik Kurumu hizmetleri, Aile ve Sosyal Bakanlığı hizmetleri ve Gelir Başkanlığı hizmetleridir (e-Devlet Kapısı, 2023). E-Devlet Kapısı ile ilgili sayısal bilgilere bakıldığında uygulama kapsamına alınan kurum sayısının 997, kayıtlı kullanıcı sayısının 63.784.973, hizmet sayısının 7.262 ve mobil hizmetler sayısının 4.251 olduğu görülmektedir (e-Devlet Kapısı, 2023). Bu rakamlar giderek aratmaktadır. Bu rakamlar, uygulamanın çok sayıda kişi ve kurum tarafından kullanıldığını göstermektedir. Ancak, e-devlet uygulamalarının başarılı bir şekilde benimsenmesi ve kullanılmasının, bir dizi faktör

tarafından etkilendiği bilinmektedir. Bu faktörlerin anlaşılması, kamu hizmetlerinin dijitalleşmesi çabalarını daha etkili hale getirme konusunda önemlidir.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, e-devlet uygulamalarının benimsenmesi, hükümetlerin hizmet sunumunu iyileştirmek ve vatandaşların yaşam kalitesini artırmak için hayati öneme sahiptir. Ancak, bu uygulamaların benimsenmesini etkileyen faktörler hala tam olarak anlaşılmamıştır. Bu çalışma, bu boşluğu doldurmayı ve e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Elde edilecek bulgular, hükümetlerin ve kamu kurumlarının e-devlet uygulamalarını geliştirmek ve yaygınlaştırmak için daha iyi tasarım ve politika stratejileri oluşturmalarına yardımcı olacaktır. Ayrıca, bu çalışma, dijitalleşme sürecinin benzer yönlerini incelemek isteyen diğer ülkeler için de bir model oluşturacaktır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri ayrıntılı bir şekilde incelemek ve bu faktörleri anlamaktır. Sonuç olarak, bu çalışma, Türkiye'de e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri açıklığa kavuşturarak, bu alandaki literatüre önemli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, kamu kurumları ve politika yapıcıları için e-devlet uygulamalarının daha fazla vatandaş tarafından benimsenmesi için tasarım ve politika önerileri geliştirmek amacıyla değerli bir kaynak sağlamaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde literatür taraması anlatılmıştır. Daha sonra çalışmanın araştırma aşaması ve araştırma verileri hakkında detaylı bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın bulguları anlatılmaktadır. Sonuç ve Değerlendirme bölümünde araştırmanın genel bir değerlendirmesi yapılmıştır.

2. ARAŞTIRMA LİTERATÜRÜ

Bu bölümde çalışmanın konusu çerçevesinde, Türkiye'de ve uluslararası düzeyde yapılan benzer çalışmalar ele alınmaktadır. Ayrıca bu literatür taraması, e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri anlamak için mevcut bilimsel çalışmaların ele alınmasına odaklanmıştır.

Türkiye'de e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri araştıran birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan Akgül (2018) algılanan kullanışlılığı, kullanıcı memnuniyetini, kullanmaya yönelik, devam niyetini; Kurfal vd. (2017) performans beklentisini, sosyal etkiyi, kolaylaştırıcı koşulları ve internete güveni ve Çelik ve Orhan (2021) algılanan faydayı, algılanan kullanım kolaylığını, bilgi kalitesini, kişilerarası etkiyi ve dış etkiyi e-devlet uygulaması kullanımını anlamlı etkileyen faktörler olduğunu tespit etmişlerdir. Sosyoekonomik ve demografik faktörlerin e-devlet kullanımı üzerindeki etkisi ile ilgili çalışmalarda vardır. Örneğin Alkan ve Önver (2020) tarafından yapılan çalışmada cinsiyet, eğitim durumu, meslek, bilgisayar kullanım sıklığı, son üç ay içinde internet kullanım sıklığı, e-ticaret kullanımı, bölge, yaş, bilişim ekipmanı sayısı ve hanehalkı büyüklüğünün bireylerin e-devlet kullanımında etkili değişkenler olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca Çabuk ve Zeren (2017) e-devlet uygulamasının benimsenmesinde etkili olabilecek kullanıcıların kişilik özellikleri ve demografik faktörleri gibi değişkenlerin teknoloji kabul modeli kapsamında e-devlet uygulamasını benimsemeye yönelik davranışsal niyete etkisini araştırmışlardır. Sonuçlar demografik faktörlerin e-devlet uygulamasının benimsenmesinde farklılık gösterdiğini, uyumluluk ve yeniliğe açıklık gibi kişilik özelliklerinin e-devlet uygulamasının benimsenmesine yönelik davranışsal niyet üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki yaptığını

saptamışlardır. Son olarak, Kose (2019) tarafından yapılan çalışmada yaş ve e-devlet uygulaması kullanımı arasında negatif bir ilişki bulunulmuştur.

Türkiye dışında, diğer ülkelerde e-devlet uygulamalarının benimsenmesi üzerine yapılan araştırmalar da mevcuttur. Örneğin Pérez-Morote, vd. (2020) 2010-2018 dönemi için 27 Avrupa ülkesinden elde ettikleri panel verileri kullanarak yaptıkları analizler sonucunda, vatandaşların e-devlet hizmetlerini kullanmasının hükümetlere güveni, eğitim ve gelirle ilişkili dijital bölünmeden etkilendiğini bulmuşlardır. Shuib, vd. (2019) Malezya vatandaşlarının e-devlet uygulamalarını benimsemesini etkileyen faktörleri incelemek için yaptıkları çalışmanın sonuçları, uyumluluk, göreceli avantaj, imaj, devlete güven, bilgisayar öz yeterliliği ve müşteri memnuniyetinin e-devlet uygulamalarının kullanımı üzerinde önemli etkileri olduğunu gösterdi. Aswar vd. (2022) algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan riskin e-devlet kullanma niyetiyle önemli ölçüde ilişkili olduğunu, güven ve sosyal etkinin, e-devlet hizmetlerini kullanma niyetini önemli ölçüde etkilemediğini bulmuşlardır. Ahmad ve Khalid (2017) ise Birleşik Arap Emirlikleri'nde yaptıkları çalışmada, güven ve sosyal etkinin, son kullanıcıların BAE'de m-devlet hizmetlerini benimseme niyetiyle pozitif yönde ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Sonuç olarak, bu literatür taraması, e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri Türkiye ve uluslararası düzeyde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Çalışmanın devamında, Türkiye'de ve uluslararası düzeydeki çalışmalarda kullanılan benzer ve farklı faktörler analiz ederek literatüre katkı sunulacaktır.

3. ARAŞTIRMA VERİLERİ VE ANALİZ YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Verileri

Çalışmada konunun birincil veriler üzerinden analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle yüz yüze anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma konusuna ve amacına uygun, özgün, uygun veriler elde etmek amacıyla bir anket formu tasarlandı. Ankette öncelikle çalışmaya katılan katılımcıları tanımlayacak istatistiklerin elde edilmesine yönelik sorulara yer verilmiştir. Daha sonra e-devlet uygulamasının benimsenmesini etkileyen faktörleri belirlemek için anket formunda bu verileri elde etmeye yönelik ifadelere yer verilmiştir. Bu ifadeler oluşturulurken Ahmad ve Khalid (2017) tarafında Sudi Arabistan'daki e-devlet uygulaması için oluşturdukları e-devlet hizmetlerini benimseme ölçeği referans alınmıştır. Bu ölçekteki 28 ifade Türkçeye çevrilerek Türkiye için uyarlamalar yapılmıştır. Türkiye'deki uygulamalar dikkate alınarak 4 ifade daha eklenerek toplam ifade sayısı 32 ye çıkarılmıştır. Bu ifadeler kullanılarak Likert tipi bir ölçek oluşturuldu. Oluşturulan tablolar gözden geçirilerek maddeler okunaklı bir biçimde düzenlendi. Araştırmayı ölçmek için 5'li Likert tipi ölçeğe göre 32 maddelik bir havuz oluşturulmuştur. Bu 32'lik madde havuzundan, uzman görüşü ve pilot araştırma sonucunda 2 madde çıkarılarak 30 maddeden oluşan aday bir ölçek oluşturulmuştur. Verilerin elde edilmesi amacıyla hazırlanan anket formları saha çalışmasında ankete katılmayı kabul eden tesadüfi olarak seçilen bireylere uygulanmıştır.

Araştırmanın evrenini Bingöl kent merkezindeki on sekiz yaş ve üstü bireyler oluşturmaktadır. Zaman ve maddi kısıtlar nedeniyle Bingöl'deki18 yaş ve üstü tüm bireyler dahil edilerek çalışmanın yapılması mümkün olmadığından, Bingöl'ü temsil edebilecek minimum bir örnekleme büyüklüğünün belirlenmesi yoluna gidilmiştir. Aralık 2021 tarihi itibariyle Bingöl ilinin toplam nüfusu 283.112 kişidir (TÜİK, 2022). Kent nüfus ise 171.752 kişidir. Dolayısıyla araştırmanın anakitlesi 171.752 bireyden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında bu sayıya ulaşmak mümkün olmadığından örneklem seçimine gidilmiştir. Örnek sayısını belirlemek için

minimum örnekleme yöntemi kullanılmış ve minimum örneklem sayısı (1) nolu denklem ile belirlenmiştir.

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z^2}{\left[(N-1)\times d^2 + P \times Q \times Z^2\right]} = \frac{171752 \times 0.5 \times 05 \times 1.96^2}{\left[(171752-1)\times 0.05^2 + 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2\right]} = 383.31$$

(1)

Burada P hedef kitlenin gözlemleme olasılığını (0.5), Q hedef kitlenin gözlemlenmeme olasılığını (0.5), d etki büyüklüğünü (0.05), N anakitle büyüklüğü ve z ise Z dağılımının değerini (1.96) göstermektedir. (1) nolu denklem göre çalışmanın örneklem sayısı yaklaşık 383 olarak belirlenmiştir. Ancak çalışmada örnekleme hataları vb. sorunlar dikkate alınarak 390 örneğe ulaşılması hedeflendi. Yanlış doldurulan 3 adet anket analiz dışı bırakıldı. Analizler 387 anket üzerinden yapıldı.

3.2. Veri Analizi Yöntemi

Elde edilen verilere araştırma konusu ve amacına uygun olarak güvenirlik ve geçerlilik analizleri uygulanmıştır. Güvenirlik analizinde ölçek maddelerinin iç tutarlılığının test edilmesi amaçlanmış ve Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Ölçeğin geçerlilik analizi aşamasında araştırılan boyutları ortaya çıkarmak için açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Bu analiz sonucunda ortaya çıkan boyutların üzerinde etkili olabilecek katılımcının güven düzeyi, sosyoekonomik ve demografik faktörleri belirlemek için Tobit model kullanılmıştır.

Kullanılan sosyoekonomik ve demografik bağımsız değişkenler sırasıyla *yaş, cinsiyet durumu, eğitim durumu, medeni durum, çalışma durumu* ve *aylık ortalama gelirdir*. Ayrıca katılımcıların diğer insanlara güvenip güvenmediği üzerinden ölçülen katılımcının *güven düzeyi* bağımsız değişken olarak modellere dahil edilmiştir. Toplam yedi Tobit modeli tahmin edilmiş ve bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi yorumlamak için marjinal etkiler kullanılmıştır. Tobit modelinde hata teriminin sabit varyanslı olmaması durumunda katsayılar tutarsız olur. Bunu önlemek için tüm Tobit modelleri dirençli standart hatalara göre analiz edilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Çizelge 1'de görüldüğü gibi 289 katılımcı erkek, 98 katılımcı kadındır. Buna göre katılımcıların yaklaşık %74.7'si erkektir. Katılımcıların %70.3'ü evlidir. Üniversite mezunu olanların oranı %44.4 ve lise mezunu olanların oranı %35.7'dir. Katılımcıların %80.4'ü bir işte çalıştıklarını beyan etmişlerdir.

Çizelge 1. Katılımcıların Bazı Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Sosyo-Demografik Özelikler		Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	98	25.3
	Erkek	289	74.7
Medeni Durumu	Evli	272	70.3
	Bekar/Dul	115	29.7
Eğitim Durumu	Okuryazar	22	5.7
	İlkokul	26	6.7
	Ortaokul	29	7.5
	Lise	138	35.7
	Üniversite	172	44.4
Çalışma Durumu	Evet	311	80.4
	Hayır	76	19.6

Çalışmaya katılanların yaş ortalaması yaklaşık 34.96±9.89'dur. Aylık ortalama geliri ise yaklaşık 9605.17±5321.16'dir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Yaş ve Aylık Ortalama Gelire Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
Yaş	387	34.96	9.889
Aylık Ortalama Gelir	387	9605.17	5321.155

Çalışmaya katılanların %83.7'si çoğu insana güvenmediğini buna karşılık %16.3'ü çoğu insana güvendiğini beyan etmiştir. Çalışmaya katılanların güven düzeyi düşüktür (Çizelge 3).

Çizelge 3. Katılımcıların Güven Düzeyi

Güven Düzeyi*	Frekans	%
Evet, çoğu insana güvenirim.	63	16.3
Hayır, dikkatli olunmalıdır.	324	83.7
Toplam	387	100

* Güven Düzeyi, Dünya Değerler Araştırmasında kullanılan "*Genel olarak söylemek gerekirse çoğu insana güvenir misiniz? Yoksa diğer insanlarla olan ilişkilerinizde dikkatli olmak gerekli mi?*" sorusuyla ölçülmüştür.

4.2. Açımlayıcı Faktör Analizi

Kullanıcıların e-devlet uygulaması kullanımını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulandı. Faktör analizi uygulanmadan önce verilerin ve örneklemin temel bileşenler analizine uygunluğunun ve yeterliliğinin incelenmesi gerekmektedir. Bu amaçla ölçekteki ifadelere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett küresellik testleri uygulanmış olup sonuçlar Çizelge 4'te verilmiştir. Çizelge 4'teki sonuçlar incelendiğinde bu sonuçların faktör analizi için gerekli değerlere sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırma ölçeğinin KMO örneklem yeterlilik katsayısı 0.955'dir. Yine Barlett küresellik testinin de anlamlı çıkması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4. KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO		0.955
Barlett Küresellik Testi	Ki-Kare istatistiği	12269.202
	Serbestlik derecesi	435
	Anlamlılık değeri	0.000

Faktör analizinin sonucunda 6 faktörü (Faktör 1: Güven, Faktör 2: Maliyet ve Çekicilik, Faktör 3: Kullanım Niyeti, Faktör 4: Algılanan Kullanım Kolaylığı, Faktör 5: Sosyal Etki, Faktör 6: Algılanan Fayda) açıklayan araştırma ölçeği belirlenmiştir. Bu 6 faktörün her birindeki ifadeler bir arada incelendiğinde ifadelerin anlamsal olarak birbirini tamamladığı görülmektedir. Buradan hareketle araştırmaya konu olan e-devlet uygulaması kullanımıyla bağlantılı olarak 6 faktör isimlendirilmiş ve Çizelge 5'te sunulmuştur.

Çizelge 5. Analizden Elde Edilen Faktörler

Faktörleri Oluşturan İfadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Varyans %
Faktör 1: Güven		4.573	15.245
E-devlet üzerinden yapılan işlemler güvenlidir.	0.806		

E-devlet tarafından sunulan güvenlik önlemlerine güveniyorum.	0.803		
Kişiye özel olan e- devlet iyi korunuyor.	0.796		
E-devlet üzerinde yapılan ödemeler güvenlidir.	0.775		
E-devletin güvenli olduğuna inanıyorum	0.753		
Faktör 2: Maliyet ve Çekicilik		4.284	14.281
Daha fazla zaman kazanmak için e-devlet hizmetlerini kullanıyorum.	0.761		
E-devlet hizmetlerinin artırılması gerekir.	0.729		
Daha az maliyetli olduğu için e-devlet hizmetlerini kullanıyorum.	0.726		
Mevcut e-devlet hizmetleri beklentilerime uygundur.	0.698		
Mevcut e-devlet uygulamaları çekicidir.	0.693		
E-devleti kullanmaktan zevk alıyorum.	0.514		
Faktör 3: Kullanım Niyeti		4.172	13.908
Gelecekte mobil internet erişimine sahip olduğumda e-devleti daha sık kullanacağım.	0.829		
E-devleti yakında kullanacağım.	0.777		
E-devlet uygulamalarını düzenli olarak kullanacağımı tahmin ediyorum.	0.761		
E-devleti sık sık kullanıyorum.	0.743		
E-devleti kullanmak iyi bir fikirdir.	0.592		
Faktör 4: Algılanan Kullanım Kolaylığı		4.146	13.819
E-devlet uygulamasında kendimi yetenekli buluyorum.	0.789		
E-devlet ile yapılan işlemler açık ve anlaşılırdır.	0.784		
Her ne yapmak istersem kolay bir şekilde e-devlet ile yapıyorum.	0.708		
E-devlet uygulamasının kullanımını kolay buluyorum.	0.708		
E-devlet uygulamasındaki e-öğrenme uygulamaları benim için kolaydır.	0.695		
Faktör 5: Sosyal Etki		3.417	11.389
Arkadaş ve aile üyeleri e-devleti kullanmamda kararımı etkiledi.	0.822		
Kitle iletişim araçları e-devleti kullanmamdaki kararımı etkiliyor.	0.778		
İnsanlar önemsediği işlemleri yaparken e-devleti kullanmayı tercih ederler.	0.611		
E-devlet şuan herkes için geçerli bir eğilimdir.	0.606		
Meslektaşlarım bunu kullanıyorsa bende kullanabilirim.	0.590		
Faktör 6: Algılanan Fayda		3.270	10.899
E-devlet geleneksel ödeme sisteminden daha uygundur.	0.765		
E-devlet uygulaması iş verimini artırmaya yardımcı olur.	0.754		
E-devlet uygulaması kullanmak bana ihtiyaçlarımı daha hızlı bir şekilde gerçeklememi mümkün kılmaktadır.	0.734		
Genel olarak e-devlet uygulamasını kullanışlı buluyorum.	0.696		
Toplam			79.540

Çizelge 5'te gösterilen faktörler özdeğerlerine ve açıkladıkları varyanslara göre sıralanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen 6 faktörün toplam varyansın yaklaşık %79.540'ını açıkladığı görülmektedir. Bu oran oldukça yüksektir. Bu sayede belirlenen 6 faktör çalışma konusunun büyük bir kısmını açıklayıcı niteliktedir.

Faktör 1: Özdeğeri ve açıkladığı varyans yüzdesi ile ilk sırada yer alan bu faktör, 5 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın yaklaşık %15.245'ini açıklamaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadelere bakıldığında; e-devlet uygulaması kullanılmasında güvenin önemli olduğu ve bu ifadelerin güvenle ilintili olduğu görülmektedir. Bu ifadeler e-devlet uygulaması benimsemesinde güvenin önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu faktör altında yer alan "E-devlet üzerinden yapılan işlemler güvenlidir." ifadesinin faktör yükü (0.806) tüm ifadeler arasında en yüksektir. Bu da e-devlet uygulamasının kullanımında güvenin ön plana çıktığını göstermektedir. Tüm bu ifadeler bir arada ele alınarak faktör "Güven" olarak tanımlandı.

Faktör 2: Bu faktör 6 ifadeden oluşmakta olup toplam varyansın yaklaşık %14.281'ini açıklamaktadır ve katılımcılar tarafından konunun önem düzeyi açısından ikinci sırada yer almaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadelere bakıldığında e-devlet uygulaması kullanımının maliyeti ve çekiciliği ölçen ifadelerden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda bu faktör "Maliyet ve Çekicilik" şeklinde tanımlanmıştır. Bu ifadelerden; "Daha fazla zaman kazanmak için e-devlet hizmetlerini kullanıyorum", "Daha az maliyetli olduğu için e-devlet hizmetlerini kullanıyorum." ve "E-devlet hizmetlerinin artırılması gerekir." e-devlet uygulamasının kullanımında maliyetin öneminin ölçerken; "Mevcut e-devlet uygulamaları çekicidir.", "E-devleti kullanmaktan zevk alıyorum." ve "Mevcut e-devlet hizmetleri beklentilerime uygundur." ifadeleri e-devlet uygulamasının çekiciliğini ölçülmektedir.

Faktör3: Bu faktör toplam varyansın yaklaşık %13.908'ini açıklamaktadır ve genel faktör sıralamasında 3. sırada yer almaktadır. Faktör 5 ifadeden oluşmakta olup, bu ifadeler e-devlet uygulamasının kullanım niyetini ölçen ifadelerdir. Faktör altında birleştirilen ifadelerin anlamsal ve kavramsal yönleri araştırma konusuyla birlikte değerlendirilerek faktöre "Kullanım Niyeti" adı verilmiştir.

Faktör 4: Özellikle online uygulamaların tercih edilmesinin nedenlerinden biri de bu uygulamaların kullanım kolaylığıdır. Faktör altında yer alan ifadelerin kavramsal ve anlamsal yönleri konunun kapsamı ile birlikte değerlendirilerek bu faktöre "Algılanan Kullanım Kolaylığı" adı verilmiştir. Bu faktör toplam varyansın yaklaşık %13.819'unu açıklamaktadır.

Faktör 5: Bir bireyin sosyal çevresi bir uygulamanın kullanımını etkileyebilir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda sosyal çevrenin etkisini ölçen ifadeler bir arada anlamlı bir ilişki göstermiş ve beş ifadeden oluşan bir boyut ortaya çıkmıştır. Bu faktör altında yer alan ifadelerin anlamsal ve kavramsal yönleri araştırma konusuyla birlikte değerlendirilerek faktöre "Sosyal Etki" adı verilmiştir. Bu faktör toplam varyansın yaklaşık 11.389'unu açıklamaktadır. Önem açısından 5. sırada yer almaktadır.

Faktör 6: Araştırma kapsamında katılımcıların e-devlet uygulamasından algıladığı fayda konusundaki potansiyel algısını ölçmek amacıyla ölçeğe konulan ifadelere verilen cevaplar bir arada toplanmıştır. Beş ifadeden oluşan bu faktör "Algılanan Fayda" olarak tanımlanmıştır. Bu faktörün varyans değeri toplam varyansın yaklaşık %10.899'unu açıklamaktadır. Araştırma kapsamında bu faktörün ortaya çıkması, e-devlet uygulamasının kullanım potansiyeli içerisinde görülmesi gereken bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Ölçeğe verilen yanıtlardan elde edilecek veriler arasında tutarlı ve anlamlı ilişkinin bulunup bulmadığını belirlemek için ölçekler güvenirlik testine tabi tutulmuştur. Bu nedenle ölçeklerin maddeleri arasındaki iç güvenilirlik tespiti için Cronbach's Alpha testi uygulanmıştır ve elde edilen sonuç Çizelge 6'da verilmiştir.

Çizelge 6. Alt Ölçeklere Ait Güvenilirlik Sınaması ve Ortalama Puanlarının Dağılımı

Ölçekler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı	Ortalama Puanı	Standart Sapması
Toplam Ölçek	0.971	30	4.0953	0.77764
Güven Alt Ölçeği	0.969	5	4.0641	0.97461
Maliyet ve Çekicilik Alt Ölçeği	0.930	6	4.1047	0.89827
Kullanım Niyeti Alt Ölçeği	0.926	5	4.2134	0.90125
Algılanan Kullanım Kolaylığı Alt Ölçeği	0.933	5	4.1685	0.86745
Sosyal Etki Alt Ölçeği	0.880	5	3.8837	0.94678
Algılanan Fayda Alt Ölçeği	0.923	4	4.1460	0.97292

Çizelge 6'ya bakıldığında 30 ifadenin yer aldığı ölçeğe verilen yanıtlar için Cronbach's Alpha değeri 0.971 olarak elde edilmiştir. Cronbach's Alpha değerinin bilimsel araştırmalarda kabul görmesi için belli bir değere sahip olmasının önemi büyüktür. Cronbach's Alpha değerlerinin tümü ölçekler için 0.70 ile 0.90 arasında olup, ölçeklerin güvenirliği yüksektir ve toplumsal araştırmalarda ve bilimsel yargıların oluşturulmasında kullanılabilir (Özdamar, 2013). Bu sonuçlar, ölçeğin ve alt ölçeklerin yapılacak analizler için uygun olduğunu ve sonuçların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Kullanıcıların e-devlet uygulamasını benimsemelerini ölçen ölçeğinin alt boyutu olan Güven alt ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları Çizelge 7, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 8'de verilmektedir. F test istatistiği (2.17) modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Prob > F=0.023).

Bulgulara göre katılımının cinsiyet durumu ve üniversite mezunu olması anlamlı ve pozitif yönde Güven alt ölçeğini etkilediği tahmin edilmiştir. Diğer değişkenler ile Güven alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir (Çizelge 7).

Çizelge 7. Güven Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Güven Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	0.004857	0.005334	0.91	0.363
Cinsiyet	0.2101788*	0.1133476	1.85	**0.064**
İlkokul Mezunu	-0.0962245	0.195912	-0.49	0.624
Ortaokul Mezunu	-0.3476644	0.2386294	-1.46	0.146
Üniversite Mezunu	0.289485***	0.1087258	2.66	**0.008**
Medeni Durumu	0.0809625	0.1230332	0.66	0.511
Çalışma Durumu	-0.1032627	0.1482753	-0.70	0.487
Gelirin Logaritması	0.0250837	0.0310441	0.81	0.420
Güven Düzeyi	0.0123794	0.1466476	0.08	0.933
Sabit Terim	3.551151***	0.3258259	10.90	**0.000**
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	2.17**		
	Prob > F	0.023		
	Log likelihood	-527.482		
	Pseudo R^2	0.021		

*: %10, **:%5, ***:%1, cinsiyet değişkeninden referans sınıf erkek ve eğitim değişkeninde referans sınıf okur-yazardır.

E-devlet uygulaması kullanıcısının cinsiyeti Güven alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.21 ve e-devlet uygulaması kullanıcısının üniversite mezunu olmasının Güven alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.29'dur (Çizelge 8).

E-devlet uygulamasının benimsemesinde kadın kullanıcılar erkek kullanıcılara göre daha fazla güven boyutuna önem vermektedir. Bu sonuç, kadınların e-devlet uygulamalarını biraz daha olumlu bir şekilde benimseyebileceğini düşündürebilir. Yani bu bulgudan hareketle kadınların e-devlet uygulamalarını daha fazla benimsemeye meyilli olduğu söylenebilir. Bu bulgular, e-devlet uygulamalarının kullanımını artırmak ve yaygınlaştırmak isteyen kurumlar için cinsiyet temelli farklılaştırma stratejilerinin önemini vurgulamaktadır.

E-devlet uygulamasının benimsemesinde üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre güvene daha fazla önem vermektedir. Bu, üniversite mezunu olan bireylerin e-devlet uygulamalarını daha olumlu bir şekilde benimseyebileceğini gösterir. Bu sonuç, eğitim seviyesinin, bireylerin dijital hizmetlere olan güvenini artırabileceğini ve bu tür uygulamaları daha rahat bir şekilde kullanmalarını sağlayabileceğini göstermektedir. Zira e-devlet uygulamalarının eğitimli kullanıcılar arasında daha fazla popülerlik kazanma potansiyeli bulunmaktadır.

Çizelge 8. Güven Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Güven Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Cinsiyet	0.210122*	0.1133082	1.85	**0.064**
Üniversite Mezunu	0.2894068***	0.1086827	2.66	**0.008**

*: %10, ***:%1

Maliyet ve Çekicilik alt ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları Çizelge 9, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 10'da verilmektedir. Çizelge 9'da verilen F test istatistiğine göre model anlamlıdır.

Bulgulara göre katılımcıların cinsiyet durumu, üniversite mezunu olması ve medeni durumu değişkenleri anlamlı ve pozitif yönde Maliyet ve Çekicilik alt ölçeğini etkilediği bulunmuştur. Diğer değişkenler ile Maliyet ve Çekicilik alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır (Çizelge 9).

Çizelge 9. Maliyet ve Çekicilik Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Maliyet ve Çekicilik Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	0.0022862	0.0050085	0.46	0.648
Cinsiyet	0.1878892*	0.0970523	1.94	**0.054**
İlkokul Mezunu	0.0613251	0.2148	0.29	0.775
Ortaokul Mezunu	0.0340825	0.2106733	0.16	0.872
Üniversite Mezunu	0.4228789***	0.0970484	4.36	**0.000**
Medeni Durumu	0.1641757*	0.0988084	1.66	**0.097**
Çalışma Durumu	0.0394858	0.1366561	0.29	0.773
Gelirin Logaritması	0.0234524	0.0307195	0.76	0.446

Güven Düzeyi	-0.1452681	0.1217181	-1.19	0.233
Sabit Terim	3.455205	0.3105157	11.13	0.000
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	4.03***		
	Prob > F	0.000		
	Log likelihood	-490.614		
	Pseudo R^2	0.032		

*: %10, **:%5, ***:%1

E-devlet uygulaması kullanıcısı cinsiyetinin Maliyet ve Çekicilik alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.19, üniversite mezunu olmasının Maliyet ve Çekicilik alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.42 ve medeni durumunun Maliyet ve Çekicilik alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.16'dur.

E-devlet uygulamasının benimsemesinde erkek olan kullanıcılar kadınlara göre, üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre ve evli olan kullanıcılar bekar olan kullanıcılara göre anlamlı bir biçimde daha fazla Maliyet ve Çekicilik boyutuna önem vermektedir.

Çizelge 10. Maliyet ve Çekicilik Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Çeşitli Hizmetler Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Cinsiyet	0.1878806*	0.0970443	1.94	**0.053**
Üniversite Mezunu	0.4228597***	0.097039	4.36	**0.000**
Medeni Durumu	0.1641682*	0.098804	1.66	**0.097**

*: %10, ***:%1

Kullanım Niyeti alt ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları Çizelge 11, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 12'de verilmektedir. F test istatistiği (2.34) modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Prob > F=0.014).

Bulgulara göre çalışmaya katılanların cinsiyet durumu, üniversite mezunu olmaları ve medeni durumu anlamlı ve pozitif yönde Kullanım Niyeti alt ölçeğini etkilediği bulunmuştur. Diğer değişkenler ile Kullanım Niyeti alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır (Çizelge 11).

Çizelge 11. Kullanım Niyeti Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Kullanım Niyeti Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	0.002887	0.0055371	0.52	0.602
Cinsiyet	0.1909628*	0.1075971	1.77	**0.077**
İlkokul Mezunu	0.2060237	0.2388234	0.86	0.389
Ortaokul Mezunu	-0.1284269	0.2283143	-0.56	0.574
Üniversite Mezunu	0.1941487**	0.0950864	2.04	**0.042**
Medeni Durumu	0.1882769*	0.1103335	1.71	**0.089**
Çalışma Durumu	0.2080622	0.1530737	1.36	0.175

Gelirin Logaritması	0.0374759	0.035033	1.07	0.285
Güven Düzeyi	-0.1738221	0.1332121	-1.30	0.193
Sabit Terim	3.376959	0.3468726	9.74	0.000
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	2.34**		
	Prob > F	0.014		
	Log likelihood	-494.391		
	Pseudo R^2	0.027		

*: %10, **:%5,

E-devlet uygulaması kullanıcısı cinsiyetinin Kullanım Niyeti alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.19, üniversite mezunu olmasının Kullanım Niyeti alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.19 ve medeni durumunun Kullanım Niyeti alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.19'dur. Anlamlı bulunan tüm değişkenlerin Kullanım Niyeti alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık aynı oranda olduğu bulunmuştur.

E-devlet uygulamasının benimsemesinde erkek olan kullanıcılar kadınlara göre, üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre ve evli olan kullanıcılar bekar olan kullanıcılara göre anlamlı bir biçimde daha fazla Kullanım Niyeti boyutuna önem vermektedir.

Çizelge 12. Kullanım Niyeti Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Kullanım Niyeti Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Cinsiyet	0.1909549*	0.1075898	1.77	**0.076**
Üniversite Mezunu	0.1941406**	0.0950804	2.04	**0.041**
Medeni Durumu	0.1882691*	0.1103267	1.71	**0.088**

*: %10, **:%5,

Algılanan Kullanım Kolaylığı alt ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları Çizelge 13, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 14'de verilmektedir. F test istatistiği (2.34) modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Prob > F=0.014).

Bulgulara göre kullanıcının cinsiyet durumu ve üniversite mezunu olması anlamlı ve pozitif yönde Algılanan Kullanım Kolaylığı alt ölçeğini etkilediği bulunmuştur. Diğer değişkenler ile Algılanan Kullanım Kolaylığı alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır (Çizelge 13).

Çizelge 13. Algılanan Kullanım Kolaylığı Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Algılanan Kullanım Kolaylığı Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	0.002891	0.0049966	0.58	0.563
Cinsiyet	0.2305853**	0.1001642	2.30	**0.022**
İlkokul Mezunu	0.1743151	0.1997296	0.87	0.383
Ortaokul Mezunu	-0.1508167	0.2011189	-0.75	0.454
Üniversite Mezunu	0.290181*	0.0909972	3.19	**0.002**
Medeni Durumu	0.1330477	0.1046218	1.27	0.204
Çalışma Durumu	0.0191841	0.1576968	0.12	0.903
Gelirin Logaritması	0.0470825	0.0311215	1.51	0.131

Güven Düzeyi	-0.14931	0.1307109	-1.14	0.254
Sabit Terim	3.386137***	0.296644	11.41	**0.000**
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	3.43***		
	Prob > F	0.000		
	Log likelihood	-478.167		
	Pseudo R^2	0.031		

*: %10, **:%5, ***:%1

E-devlet uygulaması kullanıcısı cinsiyetinin Kullanım Kolaylığı alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.23, üniversite mezunu olmasının Kullanım Kolaylığı alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.29'dur.

E-devlet uygulamasının benimsemesinde erkek olan kullanıcılar kadınlara göre ve üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre anlamlı bir biçimde daha fazla Algılanan Kullanım Kolaylığı boyutuna önem vermektedir.

Çizelge 14. Algılanan Kullanım Kolaylığı Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Algılanan Kullanım Kolaylığı Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Cinsiyet	0.2305804**	0.1001604	2.30	**0.021**
Üniversite Mezunu	0.2901748***	0.0909907	3.19	**0.001**

:%5, *:%1

Sosyal Etki alt ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları Çizelge 15, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 16'da verilmektedir. F test istatistiğine göre model bir bütün olarak anlamlıdır.

Bulgulara göre, üniversite mezunu ve medeni durum bağımsız değişkenleri anlamlı ve pozitif yönde Sosyal Etki alt ölçeğini etkilediği bulunmuştur. Diğer değişkenler ile Sosyal Etki alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır (Çizelge 15).

Çizelge 15. Sosyal Etki Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Sosyal Etki Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	-0.0003602	0.0056024	-0.06	0.949
Cinsiyet	0.0628716	0.1108514	0.57	0.571
İlkokul Mezunu	0.2022954	0.2126083	0.95	0.342
Ortaokul Mezunu	-0.0152897	0.2476969	-0.06	0.951
Üniversite Mezunu	0.3063204***	0.103246	2.97	**0.003**
Medeni Durumu	0.3290896***	0.1173464	2.80	**0.005**
Çalışma Durumu	-0.1184675	0.1469142	-0.81	0.421
Gelirin Logaritması	0.0235858	0.0288224	0.82	0.414
Güven Düzeyi	0.0121093	0.1255943	0.10	0.923
Sabit Terim	3.388909***	0.2944052	11.51	**0.000**
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	1.98**		
	Prob > F	0.040		

	Log likelihood	-518.018		
	Pseudo R^2	0.017		

:%5, *:%1

E-devlet uygulaması kullanıcısı üniversite mezunu olmasının Sosyal Etki alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.30 ve medeni durumunun Sosyal Etki alt ölçeği üzerindeki marjinal yaklaşık 0.32'dir.

E-devlet uygulamasının benimsemesinde üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazarlara göre ve evli olan kullanıcılar bekar olan kullanıcılara göre anlamlı bir biçimde daha fazla Sosyal Etki boyutuna önem vermektedir.

Çizelge 16. Sosyal Etki Alt Ölçeğinin Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Sosyal Etki Alt Ölçeği (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Üniversite Mezunu	0.306215***	0.1031965	2.97	**0.003**
Medeni Durumu	0.3289763***	0.1172956	2.80	**0.005**

***:%1

Algılanan Fayda alt ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları Çizelge 17, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 18'de verilmektedir. Çizelge 17'de verilen F test istatistiğine göre model bir bütün olarak anlamlıdır.

Bulgulara göre kullanıcın cinsiyet durumu, ilkokul mezunu olması ve üniversite mezunu olması anlamlı ve pozitif yönde Algılanan Fayda alt ölçeğini etkilediği bulunmuştur. Diğer değişkenler ile Algılanan Fayda alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır (Çizelge 17).

Çizelge 17. Algılanan Fayda Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Algılanan Fayda Alt Ölçeğini (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	0.0032646	0.0055128	0.59	0.554
Cinsiyet	0.2933611***	0.0998945	2.94	**0.004**
İlkokul Mezunu	0.4427644**	0.1777898	2.49	**0.013**
Ortaokul Mezunu	-0.1516741	0.215739	-0.70	0.482
Üniversite Mezunu	0.3689456***	0.111279	3.32	**0.001**
Medeni Durumu	0.0943654	0.1132328	0.83	0.405
Çalışma Durumu	-0.0384924	0.1532831	-0.25	0.802
Gelirin Logaritması	0.0399145	0.0318285	1.25	0.211
Güven Düzeyi	0.007805	0.1377231	0.06	0.955
Sabit Terim	3.391929***	0.3154836	10.75	**0.000**
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	3.81***		
	Prob > F	0.000		
	Log likelihood	-522.304		
	Pseudo R^2	0.029		

:%5, *:%1

E-devlet uygulaması kullanıcısı cinsiyetinin Algılanan Fayda alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.29, ilkokul mezunu olmasının Algılanan Fayda alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.44 ve üniversite mezunu olmasının Algılanan Fayda alt ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.37'dir.

E-devlet uygulamasının benimsemesinde erkek olan kullanıcılar kadınlara göre, ilkokul mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre ve üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre anlamlı bir biçimde daha fazla Algılanan Fayda boyutuna önem vermektedir.

Çizelge 18. Algılanan Fayda Alt Ölçeğini Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Algılanan Fayda Alt Ölçeğini (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Cinsiyet	0.293309***	0.0998603	2.94	**0.003**
İlkokul Mezunu	0.4426857**	0.1777425	2.49	**0.013**
Üniversite Mezunu	0.36888***	0.1112485	3.32	**0.001**

:%5, *:%1

E-devlet uygulaması benimsenme ölçeğini etkileyen faktörleri analiz etmek için tahmin edilen Tobit modelinin bulguları ise Çizelge 19, anlamlı olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki marjinal etkisi Çizelge 20'de verilmektedir. F test istatistiği (3.35) modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir (Prob > F=0.000).

Bulgulara göre cinsiyet durumunun, üniversite mezunu olmanın ve dedeni durumun anlamlı ve pozitif yönde e-devlet uygulaması benimsenme ölçeğini etkilediği bulunmuştur. Diğer değişkenler ile e-devlet uygulaması benimsenme ölçeğini alt ölçeği arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır (Çizelge 19).

Çizelge 19. E-Devlet Uygulaması Benimseme Ölçeğini Etkileyen Faktörler

Toplam Ölçek (Bağımlı Değişken)	Katsayı	Std. Hata	t	P>|t|
Yaş	0.0026216	0.0046964	0.56	0.577
Cinsiyet	0.1920359**	0.0870814	2.21	**0.028**
İlkokul Mezunu	0.1518566	0.1830612	0.83	0.407
Ortaokul Mezunu	-0.1210186	0.2008952	-0.60	0.547
Üniversite Mezunu	0.314134***	0.0821919	3.82	**0.000**
Medeni Durumu	0.1674388*	0.0921577	1.82	**0.070**
Çalışma Durumu	0.0029421	0.1276077	0.02	0.982
Gelirin Logaritması	0.0322344	0.0291233	1.11	0.269
Güven Düzeyi	-0.0776115	0.1130905	-0.69	0.493
Sabit Terim	3.426948***	0.2907068	11.79	**0.000**
	Gözlem sayısı	387		
	F(9, 378)	3.35***		
	Prob > F	0.000		
	Log likelihood	-434.713		
	Pseudo R^2	0.036		

*: %10, **:%5, ***:%1

E-devlet uygulaması kullanıcısı cinsiyetinin e-devlet uygulaması benimseme ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.19, üniversite mezunu olmasının e-devlet uygulaması benimseme ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.31 ve medeni durumunun e-devlet uygulaması benimseme ölçeği üzerindeki marjinal etkisi yaklaşık 0.17'dir.

Erkek olan kullanıcılar kadınlara göre, üniversite mezunu olan kullanıcılar okuryazar olan kullanıcılara göre ve evli olan kullanıcılar bekar olan kullanıcılara göre anlamlı bir biçimde daha fazla E-devlet uygulamasının benimsemektedir.

Çizelge 20. E-Devlet Uygulaması Benimseme Ölçeği Etkileyen Faktörlerin Marjinal Etkileri

Toplam Ölçek (Bağımlı Değişken)	dy/dx	Std. Hata	z	P>|z|
Cinsiyet	0.1920355**	0.0870802	2.21	**0.027**
Üniversite Mezunu	0.3141334***	0.0821909	3.82	**0.000**
Medeni Durumu	0.1674384*	0.0921573	1.82	**0.069**

*: %10, **:%5, ***:%1

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, Türkiye'de kullanıcıların e-devlet uygulamasını benimsemelerini etkileyen faktörleri incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, bu amaç doğrultusunda önemli bulgular sunmaktadır. 30 maddeden oluşan kullanıcıların e-devlet uygulaması benimseme ölçeği kullanılmıştır. Araştırmaya Bingöl'de yaşayan 387 on sekiz yaş ve üstü vatandaş katılmıştır. Kullanılan ölçeğe açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin yaklaşık %79'unu açıklayan 6 faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Bu faktörler, Güven, Maliyet ve Çekicilik, Kullanım Niyeti, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sosyal Etki ve Algılanan Fayda olarak adlandırılmıştır. TAM modelinin öngördüğü "Algılanan Kullanım Kolaylığı" ve "Algılanan Fayda" boyutları dışında çalışmada farklı dört boyut e-devlet uygulamasının benimsenmesinde etkili olduğu saptanmıştır. Toplamda anlamlı bulunan altı boyut, e-devlet uygulamasının benimsenmesini etkileyen karmaşık faktörleri açıklamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Yani çalışmanın en önemli bulgularından biri, e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörlerin altı temel boyut etrafında toplandığıdır. Bu boyutlar ile ilgili kısa elde edilen çıkarımlar şu şekildedir:

- *Güven:* Kullanıcıların e-devlet uygulamalarına güven duymaları, benimseme sürecini etkileyen kritik bir faktördür. Zira güven, kişisel veri güvenliği ve hükümetin dijital hizmetlerine duyulan güven ile ilgilidir.
- *Maliyet ve Çekicilik:* E-devlet uygulamalarının kullanımının maliyeti ve sunulan hizmetlerin çekiciliği, kullanıcıların bu uygulamaları benimsemelerini etkileyen faktörlerdir. Düşük maliyet ve cazip hizmetler, benimseme oranlarını artırabilir.
- *Kullanım Niyeti:* Kullanıcıların e-devlet uygulamalarını kullanma niyetleri, benimseme sürecinde kritik bir rol oynar. Kullanıcıların bu uygulamaları aktif olarak kullanma isteği, benimseme düzeyini artırabilir.
- *Algılanan Kullanım Kolaylığı:* E-devlet uygulamalarının kullanım kolaylığı, kullanıcıların benimseme kararlarını etkiler. Kullanıcıların bu uygulamaları rahatça kullanabileceklerine inanmaları benimsemeyi olumlu yönde etkileyebilir.
- *Sosyal Etki:* Aile, arkadaşlar ve toplumun geneli gibi sosyal faktörler, e-devlet uygulamalarının benimsenmesinde etkilidir. Zira sosyal çevre, kullanıcıların bu uygulamaları benimsemelerini destekleyebilir veya engelleyebilir.

- *Algılanan Fayda:* Kullanıcıların e-devlet uygulamalarını faydalı bulmaları, benimseme sürecinde önemlidir. Bu uygulamaların günlük yaşamı kolaylaştırıcı bir araç olarak algılanması, benimseme eğilimini artırabilir.

Her bir faktörü açıklayan alt ölçeklerle demografik faktörler arasındaki ilişki Tobit Model ile analiz edilmiştir. Tobit regresyon analizi sonuçlarına dayanarak, çeşitli sosyoekonomik ve demografik faktörlerin e-devlet uygulamasının benimsenmesi üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğu belirlenmiştir. Özellikle, cinsiyet, eğitim ve medeni durumunun hem genel benimseme ölçeği hem de alt boyutları üzerinde pozitif ve anlamlı etkileri olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, e-devlet uygulamalarının benimsenmesi sürecini anlamak ve kullanıcı davranışını öngörmek için önemli ipuçları sunmaktadır.

Yaş, çalışma durumu, aylık ortalama gelir ve katılımcıların güven düzeyi bağımsız değişkenleri ile genel benimseme ölçeği ve alt boyutlarını ölçen ölçekler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Bu sonuçlar, çalışmada belirli faktörlerin e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkilemediği sonucuna vardığını göstermektedir.

Çalışmanın sonuçları, Türkiye'deki e-devlet uygulamasının daha geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından benimsenmesi için tasarım ve politika önerileri geliştirmek isteyen kamu kurumları ve politika yapıcıları için değerli bilgiler sunmaktadır. Özellikle, güveni artırıcı önlemler, kullanıcı dostu tasarım, zaman kaybına bağlı ve diğer maliyetleri azaltıcı politikalar ve kullanıcıların eğitim seviyelerini yükseltmeye yönelik çabalar, e-devlet uygulamasının yaygın benimsenmesini teşvik edebilir.

Bu çalışma, Bingöl gibi sınırlı bir coğrafi alanda gerçekleştirilmiş olup gelecekte daha geniş bir örnekleme dayalı çalışmaların sonuçlarına ek ışık tutabilecektir. Ayrıca, e-devlet uygulamalarının hızla değişen doğasını göz önünde bulundurarak, gelecekteki çalışmaların güncel verilerle bu konuyu daha fazla incelemesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma, Türkiye'deki e-devlet uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörlerin anlaşılmasına ve bu alandaki literatüre önemli bir katkı sunulmasına yardımcı olduğu değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, kamu hizmetlerinin dijitalleşmesi ve e-devlet uygulamalarının daha fazla vatandaş tarafından benimsenmesi çabalarını yönlendirmek için önemli bir temel sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

[1] Ahmad, S.Z. ve Khalid, K. (2017). The adoption of M-government services from the user's perspectives: Empirical evidence from the United Arab Emirates, International Journal of Information Management, 37, 367–379.

[2] Alkan, Ö., ve Ünver, Ş. (2020). Türkiye'de e-devlet hizmetlerinin kullanımını etkileyen faktörlerin analizi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 34(4), 1431-1453.

[3] Alomari, M., Woods, P., ve Sandhu, K. (2012). Predictors for e-government adoption in Jordan Deployment of an empirical evaluation based on a citizen-centric approach. Information Technology & People; 25 (2), 207-234.

[4] Aswar, K., Ermawati, E., Juliyanto, W., Andreas, A., ve Wiguna, M. (2022). Adoption of e-government by Indonesian state universities: An application of technology acceptance model. Problems and Perspectives in Management, 20(1), 396-406.

[5] Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 32(32), 470-483.

[6] Çabuk, S., Zeren, D., ve Gökdağlı, N. (2017). E-devlet sistemine adaptasyonun teknoloji kabul modeliyle araştırılması. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26(3), 140-154.

[7] Çelik, K., ve Orhan, M. (2021). E-Devlet Kapısını Kullanmayı Etkileyen Faktörlerin Araştırılması. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (31), 212-222.

[8] Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.

[9] Fishbein, M., ve Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.

[10] Kurfalı, M., Arifoğlu, A., Tokdemir, G., ve Paçin, Y. (2017). Adoption of e-government services in Turkey. Computers in Human Behavior, 66, 168-178. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.041

[11] Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2011). M-Government: mobile technologies for responsive governments and connected societies. https://www.oecd-ilibrary.org/governance/m-government-mobile-technologies-for-responsive-governments-and-connected-societies_9789264118706-en. Erişim tarihi: 14.09.2023

[12] Pérez-Morote, R., Pontones-Rosaa, C., ve Núñez-Chıcharro, M. (2020). The effects of e-government evaluation, trust and the digital divide in the levels of e-government use in European countries. Technological Forecasting & Social Change, 154. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119973

[13] Shuib, L., Yadegaridehkordi, E., ve Ainin, S. (2019). Malaysian urban poor adoption of e-government applications and their satisfaction. Cogent Social Sciences, 5(1565293), 1-18.

[14] Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2022). İl Göstergeleri, Nüfus ve Güç, https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr Erişim tarihi: 24.09.2023

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİNİN BELİRLEYİCİLERİ

Prof. Dr. Murat ÇETİN

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi; mcetin@nku.edu.tr; 0000-0002-7886-4162

Uğur ÇINAR

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi; ugrcnrr@gmail.com; 0000- 0001-6978-6919

ÖZET

Bu çalışmada yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicileri Türkiye ekonomisi özelinde 1990-2020 periyodunda ampirik olarak araştırılmaktadır. Bağımsız değişkenler olarak ekonomik büyüme, finansal gelişme, küreselleşme ve petrol tüketiminin yer aldığı regresyon denkleminde fourier tekniklerinden yararlanılmaktadır. Analizlerden elde edilen bulgulara göre; değişkenler birinci farkında durağan olup, söz konusu değişkenler arasında bir eşbütünleşme tespit edilmiştir. Uzun dönemde ekonomik büyüme yenilenebilir enerji tüketimini negatif etkilemektedir. Finansal gelişme yenilenebilir enerji tüketimini pozitif etkilerken küreselleşme ve petrol tüketimi ise negatif bir etkiye sahiptir. Bu bulgulardan yola çıkarak Türkiye ekonomisinde yenilenebilir enerji sektörünü geliştirecek politika adımları atmak mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir enerji tüketimi, Ekonomik büyüme, Türkiye ekonomisi, Fourier metodolojisi

1. GİRİŞ

Sanayi Devrimi ile birlikte sürdürülebilir kalkınma açısından enerjinin önemini daha iyi kavrayan ülkeler enerji kaynaklarına olan ilgisini ve talebini uzun yıllardır göstermektedir. Sanayileşmenin yanında hızlı nüfus artışı ve kaynakların sorumsuzca kullanımı ile birlikte fosil enerji kaynaklarının biteceği düşüncesi endişe yaratmaktadır.

Bu olumsuz gidişata fosil enerji kaynakları içerisinde kullanım açısından önemli bir yere sahip olan petrolün üretimini elinde bulunduran ülkelerin veya ekonomik birlikteliklerin uyguladıkları politikalar sonucunda yaşanan ekonomik krizler eklenmiştir.

1973 yılında Mısır ve Suriye'nin İsrail'i işgali neticesinde ortaya çıkan savaşta İsrail'in dış yardımlarla galip gelmesiyle birlikte OPEC'in (Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü) uygulamış olduğu tutum sonucunda yaşanan fiyat artışları birçok ülkede ekonomik durgunluklara sebep olmuştur (Yılmaz ve Kalkan, 2017: 182). 1979 yılında ise İran'da meydana gelen grevler ve protestolar, petrol üretiminin durmasına sebep olarak, fiyatların %100'ün üzerine çıkmasını sağlamıştır (Tunç, 2016: 37). Bu gelişmelere ek olarak İran-Irak Savaşı, Körfez Savaşı, 2008 Küresel Finans Krizi ve Arap Baharı gibi yaşanan olaylarda petrol fiyatlarındaki yukarı yönlü değişimler özellikle enerji tüketiminde dışa bağımlı ülkeleri etkileşmiştir (Yılancı, 2017: 53).

Yaşanan bu gelişmeler ışığında pek çok ülke kendi konumuna uygun olan hidroelektrik enerji, güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, biyokütle enerjisi, jeotermal enerji, hidrojen enerjisi, dalga ve

gelgit enerjisi gibi türleri bulunan yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmiştir. Yenilenebilir enerji tüketiminin yıllar içerisinde dünya genelindeki artışa rağmen toplam enerji tüketimi içerisinde ki payı edinilen kaynaklara göre oldukça düşüktür. 1980 yılında % 6 olarak belirlenen bu pay 2020 yılına gelindiğinde günümüz teknolojileri ile % 12'ye çıkarılsa da beklenen seviyenin altında olarak kabul edilmektedir (BP, 2023).

Çalışmanın amacı 1990-2020 yılları arasında Türkiye açısından yenilenebilir enerji ile ekonomik büyüme, finansal gelişme, küreselleşme ve petrol tüketimi arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Beş bölümden oluşan bu araştırmada konu ile ilgili literatüre değindikten sonra veri seti ve uygulanan metodoloji hakkında bilgi verilmektedir. Ampirik bulgular doğrultusunda sonuç ve politika önerileri ile çalışma tamamlanmaktadır.

2. LİTERATÜR

Yenilenebilir enerji tüketimini etkileyen faktörlerin neler olduğuna dair yapılan çalışmalar son dönemde popülerlik kazanmıştır. Bu çalışmalar içerisinde beşeri sermaye ve sanayileşmenin etkisi (Zhou ve Li, 2022), ticari dışa açıklık ve teknolojik ilerlemelerin etkisi (Alam ve Murad, 2020) ve yönetişim göstergelerinin etkisi (Bellakhal vd., 2019) gibi pek çok faktör incelenmiştir.

Çalışmada ele alınan faktörler ile ilgili çalışmalardan Padhan vd. (2020) küreselleşme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi 30 OECD ülkesi için 1970-2015 yılları arasında araştırmaktadır. Radmehr vd. (2022) G7 ülkeleri için 1990-2018 döneminde küreselleşmenin üç farklı göstergesi ile yenilenebilir enerji tüketimi ilişkisini GMM ve Dumitrescu-Hurlin nedensellik testi kullanarak sınamaktadır. Sonuçlara göre küreselleşmenin tüm göstergeleri yenilenebilir enerji tüketimini azaltmaktadır. Ayrıca ekonomik küreselleşme ile finansal küreselleşemeden yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek yönlü, sosyal küreselleşme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Damette ve Marques (2019) 1990-2012 döneminde 24 Avrupa ülkesinde ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Çalışmada PMG, FMOLS, DOLS, AMG ve CCEMG gibi birçok uzun dönem katsayı tahmincisi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre ekonomik büyüme uzun dönemde yenilenebilir enerji tüketimini arttırmaktadır. Khan vd. (2021) 69 Kuşak ve Yol Girişimi ülkesinde ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini Driscoll-Kray ve GMM kullanarak belirlemektedir. Bulgular her iki yöntemde de ekonomik büyümenin yenilenebilir enerji tüketimini azalttığını göstermektedir.

Yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicilerinden biri olan finansal gelişmenin etkisini ele alan çalışmalardan Anton ve Nucu (2020) 28 Avrupa Birliği ülkesini incelemektedir. Çalışmada 1990-2015 döneminde finansal gelişmenin üç boyutu olan bankacılık sektörü, sermaye piyasası ve tahvil piyasasının yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisi incelenmektedir. Ampirik sonuçlar finansal gelişmenin yenilenebilir enerji tüketimini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Dimwobi vd. (2022) ise 1981-2019 yılları arasında Nijerya için finansal gelişmenin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini ARDL ile araştırmaktadır. Buna göre uzun dönemde finansal gelişme yenilenebilir enerji tüketimini arttırmaktadır.

Tudor ve Sova (2021) petrol tüketiminin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini 94 ülke için incelemektedir. 1995-2019 döneminin ele alındığı çalışmada sabit etkiler yöntemine göre petrol tüketimi yenilenebilir enerji tüketimini azaltmaktadır. Somoye vd. (2022) 1960-2019 yılları arasında Nijerya için yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicilerini araştırmaktadır. ARDL yönteminden elde edilen ampirik sonuçlara göre fosil yakıt tüketimi uzun dönemde yenilenebilir enerji tüketimini negatif yönde etkilemektedir.

3. VERİ SETİ VE METODOLOJİ

3.1. VERİ SETİ

Yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicileri Türkiye ekonomisi özelinde 1990-2020 dönemi için incelenmektedir. (1) numaralı denklem yardımı ile analiz gerçekleştirilmektedir.

$$lnren = \alpha_0 + \alpha_1 lngdp_t + \alpha_2 lnfin_t + \alpha_3 lnglob_t + \alpha_4 lnoil_t + u_t \quad (1)$$

Yukarıdaki denklemde yer alan α0 sabit terimi ifade ederken α1, α2, α3 ve α4 değişkenlere ait katsayıları göstermektedir. Değişkenlerin açıklamalarına Çizelge 1'de yer verilmektedir.

Çizelge 1. Değişkenlerin Açıklaması

Değişkenler	Sembol	Ölçüm	Kaynak
Yenilenebilir enerji tüketimi	ren	Yenilenebilir enerji tüketiminin toplam enerji tüketimi içerisindeki payı	Dünya Bankası
Ekonomik büyüme	gdp	Kişi başına düşen GSYH (sabit 2015 ABD $)	Dünya Bankası
Finansal Gelişme	fin	Bankalar tarafından özel sektöre verilen yurt içi kredilerin GSYH içerisindeki payı	Dünya Bankası
Küreselleşme	glob	Sosyal küreselleşme indeksi	Dünya Bankası
Petrol tüketimi	oil	Petrol tüketimi (ton)	BP

Çalışmanın değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 2'de yer almaktadır. Buna göre 1990-2020 döneminde Türkiye için ele alınan değişkenler içerisinde en yüksek ortalama 8.947 ile ekonomik büyüme, en düşük ortalama ise 2.791 ile yenilenebilir enerji tüketimine aittir. Ayrıca sonuçlar değişkenlerin küreselleşme haricinde pozitif çarpık olduğunu göstermektedir. Bunun ile birlikte ekonomik büyüme, finansal gelişme, küreselleşme ve petrol tüketimi ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında negatif korelasyon olduğu belirlenmektedir.

Çizelge 2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi

	lnren	lngdp	lnfin	lnglob	lnoil
Ortalama	2.791	8.947	3.353	3.977	3.481
Medyan	2.730	8.942	3.207	4.008	3.436
Maksimum	3.193	9.398	4.261	4.206	3.897
Minimum	2.433	8.567	2.639	3.655	3.106
Standart Sapma	0.255	0.278	0.577	0.200	0.211
Çarpıklık	0.296	0.269	0.340	-0.193	0.508
Basıklık	1.627	1.692	1.501	1.411	2.745
Gözlem	31	31	31	31	31
lnren	1.000	-0.894	-0.781	-0.961	-0.776
lngdp	-0.894	1.000	0.937	0.932	0.921
lnfin	-0.781	0.937	1.000	0.862	0.832
lnglob	-0.961	0.932	0.862	1.000	0.792
lnoil	-0.776	0.921	0.832	0.792	1.000

3.2. METODOLOJİ

Metodolojinin ilk aşamasını durağanlık analizi oluşturur. İkinci olarak eşbütünleşme analizinde Kesirli Frekanslı Fourier ADL eşbütünleşme testi ve ARDL sınır testi uygulanmaktadır. Son olarak ARDL modeline dayalı olarak katsayı parametre tahminleri üzerinde durulmaktadır.

Durağan olmayan serilerin sahte regresyon problemine yol açmasının anlaşılması üzerine birçok birim kök testi geliştirilmiştir. Dickey-Fuller (1981) tarafından literatüre kazandırılan ADF birim kök testi araştırmalarda en çok kullanılan testlerden biridir. Ancak ekonomilerde meydana gelen şokları dikkate almaması sebebiyle ADF gibi geleneksel yöntemler eleştirilmiştir. Bunun üzerine yapısal şokları dikkate alan birim kök testlerinin gelişimi üzerine yoğunlaşılmıştır. Vogelsang ve Perron (1998) tarafından literatüre sunulan birim kök testi additive outlier (birikimli çıkıntılar-AO) ve innovative outlier (IO-inovatif çıkıntılar) olmak üzere iki modeli bulunmaktadır. Anlık yapısal değişimlerin etkisi (AO) modeli ile tahmin edilirken, kademeli yapısal değişimler etkisi "innovation outliner" (IO) modeli ile tahmin edilmektedir. Yapısal değişimleri dikkate alan birçok testte olduğu gibi bu testte de kukla değişkenlerin kullanılması sebebiyle sadece ani şoklar tespit edilebilmektedir. Bozoklu vd. (2020) ise ADF test istatistiğine fourier fonksiyonlarını ekleyerek yumuşak yapısal değişimleri dikkate almaktadır. Testin frekans değerinin kesirli olarak belirlenebilmesi bu şokların kalıcı ya da geçici olması hakkında bilgi vermektedir.

Çalışmada eşbütünleşmenin varlığını test etmek için kullanılan Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL sınır testi yaklaşımı diğer eşbütünleşme testlerinden farklı olarak serilerin *I*(0) veya *I*(1) olmasına izin vermekle birlikte seriler arasındaki uzun dönem katsayı tahminleri de tespit edilebilmektedir. Ancak seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi belirlenirken yapısal değişimleri dikkate almaması testin zayıf yönü olarak kabul edilmektedir. Son dönemde İlkay vd. (2021) ADL eşbütünleşme test istatistiğine fourier fonksiyonu ekleyerek seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinde yumuşak yapısal değişimleri dikkate almaktadır. Testin frekans değerinin kesirli olarak belirlenebilmesi bu şokların kalıcı ya da geçici olması hakkında bilgi vermektedir.

4. AMPİRİK BULGULAR

Kesirli Frekanslı Fourier ADF birim kök testi sonuçları Çizelge 3'te, Vogelsang ve Perron (1998) tarafından geliştirilen ani yapısal kırılmalı Toplamsal Aykırı Değer (AO) modeli ile geleneksel ADF birim kök testi sonuçları Çizelge 4'te gösterilmektedir.

Çigelge 3'teki sonuçlara göre serilerin düzey değerlerinde Kesirli Frekanslı Fourier ADF test istatistiği için temel hipotez reddedilemez. Dolayısıyla serilerin düzey değerinde birim kök içerdiği kabul edilmektedir. Farkı alınan serilerde ise Kesirli Frekanslı Fourier ADF test istatistik değeri, kritik tablo değerinden büyük olduğu için temel hipotez reddedilmektedir. Böylece serilerin farkı alındıktan sonra durağan hale geldiği anlaşılmaktadır. Analizde yer alan tüm değişkenlerin frekans değerinin kesirli olarak belirlenmesi ise yumuşak yapısal değişimlerin bu değişkenler için kalıcı olduğunu belirtmektedir.

Çizelge 3. Kesirli Frekanslı Fourier ADF Birim Kök Testi Sonuçları

	F istatistik	KFF_{ADF} istatistik	Min. KKT	Frekans
Panel A: Düzey				
lnren	7.426_a^*	-3.006_a (2)	0.101	0.6
lngdp	6.110_b	-1.827_b (4)	0.035	3.3
lnfin	3.306_b	-1.763_b (7)	0.297	1.5
lnglob	7.828_a^{**}	-3.385_a (2)	0.016	0.7
lnen	5.195_a	-0.081_a (1)	0.071	3.0

Panel B: Fark				
Δlnren	0.341_a	-6.364_a^{***} (0)	0.174	0.1
Δlngdp	6.775_b	-4.135_b^{**} (3)	0.040	3.5
Δlnfin	14.080_b^{***}	-5.707_b^{***} (7)	0.386	1.8
Δlnglob_sos	1.802_a	-3.933_a^{***} (0)	0.018	4.2
Δlnen	0.136_a	-5.259_a^{***} (0)	0.062	3.0

Not: '*', '**' ve '***' sırasıyla %10 %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Ayrıca 'a' indisi 'sabit terimli ve trensiz' modeli, 'b' indisi 'sabit terimli ve trendli' modeli temsil etmektedir. F-istatistik değerleri Enders ve Lee (2012) çalışmasındaki kritik tablo değerleri ile karşılaştırılmıştır. Test istatistik değerleri ise Bozoklu, Yılancı ve Görüş (2020) çalışmasındaki kritik değerler ile karşılaştırılmıştır.

Çizelge 4'te ise ani yapısal kırılmaları dikkate alan AO birim kök testinin ve geleneksel birim kök testlerinden ADF'nin sonuçları sunulmaktadır. AO test sonuçlarına göre değişkenlerin düzey değerinde serinin birim kök içerdiğini belirten temel hipotez reddedilemez. Ancak değişkenlerin birinci farkında test istatistik değeri, kritik değerden büyük olduğu için temel hipotez reddedilmektedir. Bu durum AO birim kök testinde değişkenlerin birinci farkında durağan olduğunu göstermektedir. Yapısal kırılmaların göz ardı edildiği ADF test sonuçlarında da seriler I(1) olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 4. Birim Kök Testi Destekleyici Sonuçlar

	AO		ADF
	Test istatistiği	Kırılma Tarihi	t-istatistik
Panel A: Düzey			
lnren	-3.092_a (0)	1999	-1.634_a (2)
lngdp	-2.643_a (7)	2003	0.107_a (0)
lnfin	-2.970_a (7)	1999	0.041_a (0)
lnglob_sos	-2.166_a (0)	1996	-1.641_a (1)
lnen	-2.510_a (7)	2004	0.417_a (7)
Panel B: Fark			
Δlnren	-7.067_a^{***} (0)	2000	-5.881_a^{***} (1)
Δlngdp	-5.979_a^{***} (0)	2001	-5.525_a^{***} (0)
Δlnfin	-5.340_a^{***} (0)	1998	-4.115_a^{***} (0)
Δlnglob	-5.002_a^{***} (0)	2007	-3.998_a^{***} (0)
Δlnen	-6.216_a^{***} (0)	2015	-3.816_a^{***} (5)

Not: '***' ve '*' ifadeleri sırasıyla %1 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Analizde sabit terimli ve trendsiz model kullanılmıştır.

Çalışmada yer alan lngdp, lnfin, lnglob ve lnoil bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan lnren arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını sınamak amacıyla kullanılan Kesirli Frekanslı Fourier ADL eşbütünleşme testinin sonuçları Çizelge 5'te gösterilmektedir. Elde edilen test istatistiği, kritik değerden %1 önem düzeyinde büyük olduğu için eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını ifade eden temel hipotez reddedilmektedir. Analizin frekans değeri kesirli olarak belirlendiği için yumuşak kalıcı yapısal şokların etkisi ile birlikte değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı kanıtlanmaktadır.

Çizelge 5. Kesirli Frekanslı Fourier ADL Eşbütünleşme Test Sonuçları

KF_{ADL} istatistik	Frekans	AIC	Gecikme					Sonuç
			Δlnren	Δlngdp	Δlnfin	Δlnglob	Δlnoil	
-8.695^{***}	3.3	-4.981	2	1	3	3	3	Eşbütünleşme Var

Not: Sabit terimli ve trendsiz modelden elde edilen test istatistik değeri İlkay vd. (2021) çalışmasındaki kritik değerler ile karşılaştırılmıştır. '***' ifadesi %1 anlamlılık düzeyini belirtmektedir.

Yapısal kırılmaların göz ardı edildiği ARDL sınır testi sonuçları ise Çizelge 6'da yer almaktadır. Buna göre elde edilen F-istatistik değeri %5 önem düzeyinde kritik değerin üst

sınırından daha büyük olduğu için temel hipotez reddedilerek değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı kabul edilmektedir.

Çizelge 6. ARDL Eşbütünleşme Test Sonuçları

Model	Opt. Gecikme Uzunluğu (AIC)	F-istatistik	Alt Sınır			Üst Sınır		
			%1	%5	%10	%1	%5	%10
lnren= f (lngdp, lnfin, lnglob, lnoil)	(2,0,3,2,1)	5.418**	4.280	3.058	2.525	5.840	4.233	3.560
Otokorelasyon: 2.640 (0.126)		Heteroskedastisite: 2.255 (0.145)				Normal Dağılım:1.097 (0.577)		

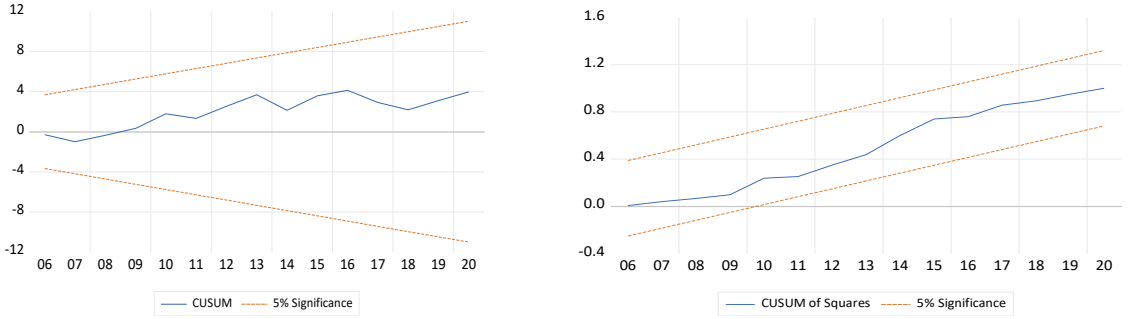
Not: Sabit terimli ve trendsiz model kullanılmıştır. '**' ifadesi %5 anlamlılık düzeyini belirtmektedir.

ARDL yöntemi kullanılarak yapılan uzun dönem katsayı tahminlerinin sonuçları Çizelge 7'de sunulmaktadır. Buna göre yenilenebilir enerji tüketimini finansal gelişme 0.218 oranında pozitif yönde etkilerken; ekonomik büyüme, küreselleşme ve petrol tüketimi ise sırasıyla 0.140, 1.341 ve 0.285 oranında negatif yönde etkilemektedir. Bu sonuçlar yenilenebilir enerji tüketimini en çok küreselleşmenin azalttığını ifade etmektedir.

Çizelge 7. ARDL Uzun Dönem Katsayı Tahmini

	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık
lngdp	-0.140	0.063	-2.226	0.041
lnfin	0.218	0.007	30.786	0.000
lnglob	-1.341	0.045	-29.640	0.000
lnoil	-0.285	0.034	-8.349	0.000
C	9.654	0.247	39.047	0.000

Görsel 1; Cusum ve Cusum^2 test sonuçları hakkında bilgi sunmaktadır. Bu sonuçlar uzun dönem katsayılarının istikrarlı olduğuna işaret etmektedir.



Görsel 1. Cusum ve Cusum^2 Test Sonuçları

5. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Bu çalışmada yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicileri 1990-2020 döneminde Türkiye ekonomisi için araştırılmaktadır. Öncelikle araştırmada yer alan değişkenlerin farklı metodolojiler kullanarak durağanlık düzeyleri belirlenmiştir. Daha sonra değişkenler arasında eşbütünleşmenin varlığı saptanmıştır. Son olarak ARDL yöntemi ile bağımsız değişkenlerin yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Uzun dönem katsayı tahmininden elde edilen bulgulara göre ekonomik büyüme, küreselleşme ve petrol tüketimi yenilenebilir enerji tüketimini azaltırken, finansal gelişme yenilenebilir enerji tüketimini arttırmaktadır. Bu durum politika yapıcılarına bazı öneriler getirilmesine imkân tanımaktadır:

- Ekonomik kalkınmanın ilk aşamalarında sanayileşmeye önem veren ülkeler fossil enerjinin daha az maliyetli olması ve daha kolay ulaşılabilir olması sebebiyle tercih etmektedir. Bu durumda yenilenebilir enerji tüketiminin payı azalmaktadır. Ancak yenilenebilir enerji kaynaklarına geçişin gerçekleşmesi sürdürülebilir kalkınma açısından önemli olduğu için politika yapıcılar yatırımları sübvanse ederek veya daha temiz teknolojileri benimseyen imalatçılara vergi teşvikleri sağlamalıdır. Ayrıca yüksek teknoloji sahibi doğrudan yabancı yatırımları çekerek de yenilenebilir enerji tüketiminin artmasına katkı sağlayabilir.
- Sosyal küreselleşme, kişisel temasların birbirine bağlanması, bilgi yayılması ve kültürel paylaşım yoluyla gerçekleşir. Tüketicilerin fosil enerji kullanımını arttıran davranışları (elektronik cihazların kullanımı, ulaşım vb.) yenilenebilir enerji tüketiminin azalmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle tüketicileri yenilenebilir enerji kullanımına yönelik farkındalık yaratacak aktiviteler düzenlenebilir.
- Fosil enerji tüketiminin yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde olumsuz bir etkisi olduğundan, enerji sektöründeki enerji paydaşlarının (enerji tedarikçileri ve enerji kullanıcıları) yenilenebilir enerji kaynaklarını elektrik üretimi için bir alternatif/karışım olarak benimsemelerini sağlamaya yönelik çabalara yönlendirilmelidir. Ayrıca yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanma konusundaki tüm potansiyelini keşfetmelidir. Bununla birlikte Ar-Ge aracılığıyla verimi arttırılabilecek güneş, rüzgar, biyokütle ve hidroelektrik gibi çok sayıda yenilenebilir enerji kaynağı bulunmaktadır.
- Finansal gelişme yeşil teknolojiyi teşvik ettiğinden, hükümetin finans sektörünün gelişimine daha fazla yatırım yapması yararlı olacaktır. Yenilenebilir enerji projelerinin finansmanı için banka kredilerinin daha düşük maliyet ile sağlanması finansal gelişmenin yenilenebilir enerji tüketiminin üzerindeki pozitif etkisini arttıracaktır.

KAYNAKÇA

Alam, M. M. & Murad, M. W. (2020). The impacts of economic growth, trade openness and technological progress on renewable energy use in organization for economic co-operation and development countries, Renewable Energy, 145, 382-390.

Anton, S. G., & Nucu, A. E. A. (2020). The effect of financial development on renewable energy consumption. A panel data approach, Renewable Energy, 147, 330-338.

Bellakhal, R., Kheder, S. B. & Haffoudhi, H. (2019). Governance and renewable energy investment in MENA countries: How does trade matter? Energy Economics, 84, 104541.

Bozoklu, S., Yilanci, V., & Gorus, M. S. (2020). Persistence in per capita energy consumption: a fractional integration approach with a Fourier function, Energy economics, 91, 104926.

British Petroleum, https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html

(Erişim Tarihi: 01.11.2021)

Dickey, D.A. ve Fuller W.A (1981) Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root, Econometrica, 49 (4): 1057- 1072.

Dimnwobi, S. K., Madichie, C. V., Ekesiobi, C. & Asongu, S. A. (2022). Financial development and renewable energy consumption in Nigeria, Renewable Energy, 192, 668-677.

Ilkay, S. C., Yilanci, V., Ulucak, R., & Jones, K. (2021). Technology spillovers and sustainable environment: Evidence from time-series analyses with Fourier extension, Journal of Environmental Management, 294, 113033.

Khan, A., Chenggang, Y., Hussain, J. & Kui, Z. (2021). Impact of technological innovation, financial development and foreign direct investment on renewable energy, non-renewable energy and the environment in belt & Road Initiative countries, Renewable Energy, 171, 479-491.

Padhan, H., Padhang, P. C., Tiwari, A. K., Ahmed, R. & Hammoudeh, S. (2020). Renewable energy consumption and robust globalization (s) in OECD countries: Do oil, carbon emissions and economic activity matter? Energy Strategy Reviews, 32, 100535.

Pesaran, H., Shin Y., Smith R. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships, Journal of Applied Econometrics, 16, 289-326.

Radmehr, R., Shayanmehr, S., Ali, E. B., Ofori, E. K., Jasińska, E. & Jasiński, M. (2022). Exploring the nexus of renewable energy, ecological footprint, and economic growth through globalization and human capital in G7 economics, Sustainability, 14(19), 12227.

Somoye, O. A., Ozdeser, H. & Seraj, M. (2022). Modeling the determinants of renewable energy consumption in Nigeria: Evidence from Autoregressive Distributed Lagged in error correction approach, Renewable Energy, 190, 606-616.

Tunç, A., *Dünya Petrol Krizleri: G-7 Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama,* Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır, 2016.

Tudor, C., & Sova, R. (2021). On the impact of gdp per capita, carbon intensity and innovation for renewable energy consumption: Worldwide evidence. Energies, 14(19), 6254.

Vogelsang, T. J. & Perron, P. (1998). Additional tests for a unit root allowing for a break in the trend function at an unknown time, International Economic Review, 1073-1100.

Yılmaz, S. ve Kalkan, D. K. (2017). Enerji güvenliği kavrami: 1973 petrol krizi işiğinda bir tartışma, Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi, 1(3), 169-199.

Yilanci, V. (2017). Petrol fiyatları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelenmesi: fourier yaklaşımı, Ekonometri ve İstatistik Dergisi, (27), 51-57.

Zhou, A. & Li, J. (2022). How do trade liberalization and human capital affect renewable energy consumption? Evidence from the panel threshold model. Renewable Energy, 184, 332-342.

ÇEVRE POLİTİKASI-ÇEVRESEL BOZULMA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Prof. Dr. Murat ÇETİN

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi; 0000-0002-7886-4162

Uğur ÇINAR

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi; 0000- 0001-6978-6919

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı çevre politikası ile çevresel bozulma arasındaki ilişkiyi 1990-2020 dönemi yıllık verilerini kullanarak Japon ekonomisi için analiz etmektir. Çalışmada çevre politikasını temsilen çevre politikası katılığı, çevresel bozulmayı temsilen de ekolojik ayak izi kullanılmaktadır. Çalışma bu amaçla bir çok ampirik araştırmadan farklı olarak fourier'un yeni zaman serisi teknikleri uygulamaktadır. Sonuçlar her bir değişkenin birinci farkında durağan olduğunu gösterir. Eşbütünleşme analizine göre değişkenler arasında bir uzun dönem ilişkisi söz konusudur. Uzun dönem katsayı tahminleri; çevre politikası katılığının çevresel bozulmayı azalttığı sonucunu ortaya koyar. Tahminler aynı zamanda hem yeşil ekonomik büyümenin hem de ticari dışa açıklığın çevresel bozulmayı düşürdüğü yönünde bulgular sunar. Bu bulgular Japon ekonomisinde çevresel kirliliğin azaltılmasında önemli politika eğilimlerinin sunulmasında kullanılabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Çevre politikası, Çevresel bozulma, Japon ekonomisi, Zaman serisi analizi

1. GİRİŞ

Sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile tutarlı olarak, artık her ülke çevre kalitesini iyileştirmeyi ana hedeflerinden biri olarak görmektedir. Çünkü karbon emisyonlarındaki artışların çevresel bozulmaya katkıda bulunan birincil faktör olduğu bilinmektedir (Albulescu vd., 2022; Assamoi ve Wang, 2023).

Bu nedenle Kyoto Protokolü anlaşması (1997) kapsamında karbon emisyonlarının üretimine ilişkin belirli kısıtlamalar getirilmiş ve 2005 yılında yürürlüğe girmiştir (Fatıma vd., 2023). 12 Aralık 2015 tarihinde ise Paris İklim Anlaşması kabul edilmiştir. 7 Kasım 2016 tarihi itibarıyla Japonya, ABD ve Çin gibi devletler de dahil olmak üzere 192 ülke ve Avrupa Birliği anlaşmayı imzalamıştır (MOFA, 2016). Anlaşma, hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkeler için yeni ve daha bağlayıcı emisyon azaltım hedefleri getirmektedir. Dolayısıyla ülkelerin gerekli hedeflere ulaşmak için daha sıkı çevre politikaları benimsemeleri gerekmektedir (Ahmed ve Ahmed, 2018).

Her ne kadar çeşitli çalışmalar karbon emisyonlarının belirleyicilerini araştırmış ve çeşitli makroekonomik değişkenleri tanımlamış olsa da, politika araçlarının etkinliğini araştıran araştırmalar çok sınırlıdır. Japonya ise zaman serisi olarak daha önce çalışılmamıştır. Bu konuda araştırmamız bir ilki gerçekleştirmektedir.

Çalışmanın amacı Japonya ekonomisinde 1990-2020 dönemi için çevresel politika sıkılığı ile çevresel bozulma arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu araştırma beş bölümden meydana

gelmektedir. Çevresel kaliteyi arttırmak amacıyla yapılan uluslararası anlaşmalara ve bu anlaşmalar içerisinde Japonya'nın yerine giriş bölümünde değindikten sonra konu ile ilgili uluslararası literatür incelenmektedir. Ardından çalışmanın veri seti ve metodolojisi hakkında bilgi verilmektedir. Ampirik analizlerden elde edilen bulguların yorumlanmasından sonra çalışma sonuç ve politika önerileri ile sonlanmaktadır.

2. LİTERATÜR

Çevre bilincinin artmasıyla birlikte farklı ülkelerde ve bölgelerde çevresel zorluklara yanıt olarak çevre vergileri, ticaret programları ve emisyon standartları gibi sıkı politikalar uygulanmaktadır. Çalışmamızda Botta ve Kozluk (2014) tarafından önerilen çevresel politika sıkılığı endeksi kullanıldığı için literatür incelemesinde bu endeksin çevresel tahribat ile ilişkisine odaklanılmaktadır.

Balsalobre-Lorente vd. (2023) çevresel politika sıkılığı ile ekolojik ayak izi arasındaki ilişkiyi 1994-2018 yılları arasında Asya-Pasifik ülkeleri için araştırmaktadır. FMOLS yönteminden elde edilen sonuçlar uygulanan sıkı çevre politikalarının çevresel tahribatı azalttığını göstermektedir. Bununla birlikte iki değişken arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir.

Afshan vd. (2022) 27 OECD ülkesi için 1990-2017 döneminde ekolojik ayak izi ile çevresel politika sıkılığı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmada kullanılan kantil regresyon, FMOLS, DOLS ve sabit etkiler yöntemlerinden elde edilen bulgulara göre çevre politikası sıkılığı çevresel kaliteyi arttırmaktadır. Ayrıca iki değişken arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Yirong (2022) en kirletici beş ülke için 1990-2019 döneminde çevresel bozulma ile çevre politikası sıkılığı arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Çalışmada simetrik ve simetrik olmayan uzun dönem tahmincileri kullanılmaktadır. Simetrik uzun dönem tahmincilerine göre çevre politikası sıkılığı, çevresel tahribatı azaltmaktadır. Simetrik olmayan uzun dönem tahmincilerine göre ise çevre politikası sıkılığındaki pozitif değişimler çevresel tahribatı azaltırken, negatif değişimler çevresel bozulmayı arttırmaktadır. Çalışmada değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi de simetrik ve simetrik olmayan yöntemler vasıtasıyla araştırılmıştır. Simetrik nedensellik testi bulgularına göre karbon salınımından çevresel politika sıkılığına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Simetrik olmayan test sonuçları ise karbon salınımından çevresel politika sıkılığının pozitif değişimlerine ve çevresel politika sıkılığının negatif değişimlerinden karbon salınımına doğru tek yönlü nedensellik belirlenmektedir.

Chu ve Tran (2022) OECD ülkeleri için 1995-2014 yılları arasında çevresel politika sıkılığının çevresel bozulma üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Kantil regresyon ve Driscoll-Kray yöntemlerine göre uygulanan sıkı çevre politikaları ekolojik ayak izini azaltmaktadır.

Sezgin vd. (2021) 1995-2015 yılları arasında BRICS ve G7 ülkeleri için çevresel politika sıkılığı ile çevresel kalite arasındaki ilişkiyi incelemektedir. FMOLS tahmin yöntemine göre uygulanan sıkı çevre politikaları çevresel kaliteyi arttırmaktadır. Çalışmanın nedensellik bulguları ise Almanya, Japonya, Birleşik Krallık ve ABD'de iki değişken arasında çift yönlü

nedenselliği göstermektedir. Ayrıca Kanada, Çin ve Fransa'da karbon salınımından çevresel politika sıkılığına doğru tek yönlü nedenselliğin varlığı belirlenmektedir.

Liv d. (2022) çevre kalitesi ile çevresel politika katılığı arasındaki ilişkiyi 15 OECD ülkesi için araştırmaktadır. 2001-2018 döneminin baz alındığı çalışmada CS-ARDL, AMG ve CCEMG yöntemleri kullanılmıştır. Ampirik bulgular uzun dönemde çevresel politika sıkılığının çevre kalitesini arttırdığını göstermektedir.

Rufael-Weldemeskel (2020) BRIICTS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Endonezya, Çin, Türkiye ve Güney Afrika) için 1993-2014 döneminde çevresel tahribat ile çevresel politika sıkılığı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. PMG-ARDL yönteminden elde edilen sonuçlar çevresel politika sıkılığının ters U şeklinde olduğunu belirtmektedir.

3. VERİ SETİ VE METODOLOJİ

3.1. VERİ SETİ

Japonya ekonomisi için 1990-2020 yılları arasında çevre politikası ile çevresel bozulma arasındaki ilişki (1) numaralı denklem yardımıyla araştırılmaktadır.

$$lnefp = \alpha_0 + \alpha_1 lneps_t + \alpha_2 lnggrowth_t + \alpha_3 lntrade_t + u_t \quad (1)$$

Yukarıdaki denklemde belirtilen α0 sabit terimi ifade etmektedir. Ayrıca α1, α2 ve α3 değişkenlere ait katsayıları temsil etmektedir. Araştırmada yer alan değişkenlerin açıklamaları Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1. Değişkenlerin Açıklaması

Değişkenler	Sembol	Ölçüm	Kaynak
Ekolojik Ayak İzi	efp	Kişi başı global hektar (indeks)	Global Footprint Network
Çevresel Politika Katılığı	eps	Çevresel politika katılığı indeksi	OECD
Yeşil Büyüme	ggrowth	Toplam enerji arzı içerisindeki yenilenebilir enerji arzı yüzdesi	OECD
Ticari Dışa Açıklık	trade	Ticari dışa açıklığın GSYH içerisindeki payı	Dünya Bankası

Tanımlayıcı istatistikler Çizelge 2'de yer almaktadır. Buna göre 1990-2020 döneminde Japonya için belirlenen değişkenler içerisinde en yüksek ortalama 3.204 ile ticari dışa açıklık, en düşük ortalama ise 1.001 ile çevresel politika katılığına aittir. Bunun ile birlikte sonuçlar değişkenlerin yeşil büyüme haricinde negatif çarpık olduğunu ifade etmektedir. Değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi incelendiğinde tüm bağımsız değişkenlerin ekolojik ayak izi ile negatif korelasyon içerisinde olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi

	lnefp	lneps	lnggrowth	lntrade
Ortalama	1.582	1.001	1.314	3.204
Medyan	1.603	1.098	1.214	3.194
Maksimum	1.715	1.400	1.940	3.622
Minimum	1.346	0.459	0.978	2.760
Standart Sapma	0.092	0.322	0.247	0.291
Çarpıklık	-0.547	-0.562	1.106	-0.034
Basıklık	2.649	1.940	3.142	1.444
Gözlem	31	31	31	31
lnefp	1.000	-0.740	-0.891	-0.790
lneps	-0.740	1.000	0.682	0.887
lnggrowth	-0.891	0.682	1.000	0.763
lntrade	-0.790	0.887	0.763	1.000

3.2. METODOLOJİ

Araştırmada öncelikle farklı birim kök testleri kullanılarak değişkenlerin durağanlık mertebeleri belirlenmektedir. İkinci olarak seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Fourier ADL ve ARDL testleri kullanılarak test edilmektedir. Ayrıca ARDL metodolojisinden yararlanılarak çalışmanın bağımsız değişkenleri olan çevresel politika katılığının, yeşil büyümenin ve ticari dışa açıklığın, ekolojik ayak izi üzerindeki etkisi analiz edilmektedir.

Durağan bir yapıya sahip olmayan serilerin varyansı zamana bağlı olarak değişeceğinden yanıltıcı sonuçlar verebilmektedir. Bu nedenle serilerin durağanlık mertebelerini belirlemek amacıyla Dickey-Fuller (1981) ADF birim kök testini geliştirmiştir. İlerleyen dönemlerde meydana gelen yapısal şokların dikkate alınmaması durumunda serilerin durağanlığı hakkında hatalı sonuçların oluşabileceği öne sürülmektedir. Buradan hareketle yapısal değişimlere odaklanan birçok birim kök testi literatüre kazandırılmıştır. Bu testlerden biri Zivot-Andrews (1992) tarafından geliştirilmiştir. Tek bir yapısal değişime izin veren bu test kırılma dönemini içsel olarak belirlemesi sebebiyle farklı bir yaklaşım getirmiştir. Ancak yapısal değişimlerin etkisi kukla değişkenler yardımıyla tespit edildiği için sadece meydana gelen ani şokları belirleyebilmektedir. Son dönemde ise Enders ve Lee (2012) tarafından geliştirilen birim kök testi ADF test istatistiğine fourier fonksiyonlarını eklemesi ile serilerde meydana gelen yumuşak değişimleri de yakalayabilmektedir.

Serilerin durağanlık mertebelerinin belirlenmesi ile birlikte uzun dönemde birlikte hareket edip etmedikleri eşbütünleşme testleri yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Bu testlerden biri olan ARDL sınır testi yaklaşımı Pesaran vd. (2001) tarafından sunulmuştur. ARDL testi diğer eşbütünleşme testlerinden farklı olarak serilerin $I(0)$ veya $I(1)$ olmasına izin vermektedir. Ayrıca uzun dönem katsayı tahmini de bu metodoloji kullanılarak gerçekleştirilebilmektedir. Ancak eşbütünleşme ilişkisini etkileyen bir yapısal değişim olması durumunda uygulanan testler yanıltıcı sonuçlar doğurabilmektedir. Buradan hareket ederek Banerjee vd. (2017) ADL eşbütünleşme testine fourier fonksiyonları ekleyerek yumuşak yapısal değişimlere izin veren FADL eşbütünleşme testini literatüre kazandırmıştır.

4. AMPİRİK BULGULAR

Değişkenlerin durağanlık seviyelerinin belirlenmesinde kullanılan Fourier ADF birim kök testi sonuçları Çizelge 3'te gösterilmektedir. Buna göre serilerin düzey değerlerinde Fourier ADF test istatistiği için temel hipotez reddedilemez. Dolayısıyla serilerin düzey değerinde birim kök içerdiği kabul edilmektedir. Farkı alınan serilerde ise Fourier ADF test istatistik değeri, kritik tablo değerinden büyük olduğu için temel hipotez reddedilmektedir. Böylece serilerin farkı alındıktan sonra durağan hale geldiği anlaşılmaktadır. Analizde yer alan tüm değişkenlerin frekans değerinin tam sayı olarak belirlenmesi ise yumuşak yapısal değişimlerin bu değişkenler için geçici olduğunu belirtmektedir.

Çizelge 3. Fourier ADF Birim Kök Testi Sonuçları

	F istatistik	F_{ADF} istatistik	Min. KKT	Frekans
Panel A: Düzey				
lnefp	2.016_b	-2.331_b (3)	0.029	5

lneps	2.281_b	-2.099_b (7)	0.076	1
lnggrowth	2.399_b	-1.648_b (7)	0.079	1
lntrade	4.959_b	-3.746_b (2)	0.179	1
Panel B: Fark				
Δlnefp	4.604_b	-5.209_b^{***} (0)	0.031	5
Δlneps	8.078_b	-3.966_b^{*} (7)	0.087	2
Δlnggrowth	3.946_b	-10.723_b^{***} (0)	0.059	5
Δlntrade	2.511_b	-4.404_b^{***} (1)	0.246	4

Not: '***' ve '*' ifadeleri sırasıyla %1 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Analizde a indisi 'sabit terimli ve trendsiz' modeli, b indisi ise 'sabit terimli ve trendli' modeli ifade etmektedir.

Çizelge 4'te ise ani yapısal kırılmaları dikkate alan Zivot-Andrews birim kök testinin ve geleneksel ADF birim kök testinin sonuçları yer almaktadır. Hem Zivot-Andrews hem de ADF test sonuçları serilerin birinci farkında durağan olduğunu belirtmektedir.

Çizelge 4. Ani Yapısal Kırılmalı ve Geleneksel Birim Kök Testi Sonuçları

	ZA		ADF
	Test istatistiği	Kırılma Tarihi	t-istatistik
Panel A: Düzey			
lnefp	-3.362_a (1)	1999	-2.600_b (1)
lneps	-3.212_b (0)	2001	-1.074_b (0)
lnggrowth	-0.162_a (4)	2014	-1.049_b (0)
lntrade	-4.104_a (0)	2004	-2.798_b (0)
Panel B: Fark			
Δlnefp	-7.024_a^{***} (3)	2010	-4.576_b^{***} (2)
Δlneps	-5.547_b^{***} (0)	1997	-5.116_b^{***} (0)
Δlnggrowth	-4.763_a^{*} (4)	2013	-4.387_b^{***} (1)
Δlntrade	-5.515_a^{***} (0)	2009	-4.928_b^{***} (0)

Not: '***' simgesi %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Her iki birim kök testinde de 'a' indisi 'sabit terimli ve trendsiz modeli', 'b' indisi 'trendli modeli' temsil etmektedir

Araştırmanın tüm değişkenleri I(1) olarak belirlendiğinden değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin sınanmasına olanak sağlamıştır. Böylece çevresel politika katılığı, yeşil büyüme ve ticari dışa açıklık ile ekolojik ayak izi arasında uzun dönemli birlikteliğin varlığı fouerier ADL eşbütünleşme testi ile gerçekleştirilmiştir. Bulgular Çizelge 5'te yer almaktadır. Elde edilen test istatistiği, kritik değerden %1 önem düzeyinde büyük olduğu için eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını ifade eden temel hipotez reddedilmektedir. Analizin frekans değeri tam sayı olarak belirlendiği için yumuşak geçici yapısal şokların etkisi ile birlikte değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı ispat edilmektedir.

Çizelge 5. Fourier ADL Eşbütünleşme Test Sonuçları

F_{ADL} istatistik	Frekans	AIC	Gecikme				Sonuç
			Δlnefp	Δlneps	Δlnggrowth	Δlntrade	
-5.041^{***}	4	-4.087	2	1	2	1	Eşbütünleşme Var

Not: Sabit terimli ve trendsiz modelden elde edilen test istatistik değeri Banerjee vd. (2017) çalışmasındaki kritik değerler ile karşılaştırılmıştır. '***' ifadesi %1 anlamlılık düzeyini belirtmektedir.

Çizelge 6'da ise serilerin farklı düzeyde durağan olmalarına rağmen eşbütünleşme ilişkisinin sınanmasına olanak sağlayan ARDL metodolojisinin sonuçları gösterilmektedir. Analizden elde edilen F-istatistik değeri %1 önem düzeyinde kritik değerin üst sınırından daha büyük olduğu için yapısal kırılmaların göz ardı edildiği analizde seriler arasında eşbütünleşmenin varlığı kanıtlanmaktadır. Ayrıca tanısal testlerden elde edinilen bulgulara göre modelin otokorelasyon ile değişen varyans gibi problemleri içermediği ve normal dağılıma sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 6. ARDL Eşbütünleşme Test Sonuçları

Model	Opt. Gecikme Uzunluğu (AIC)	F-istatistik	Alt Sınır			Üst Sınır		
			%1	%5	%10	%1	%5	%10
lnefp= f (lneps, lnggrowth, lntrade)	(1,1,0,1)	8.099***	4.614	3.272	2.676	5.966	4.306	3.586
Otokorelasyon:0.029 (0.971)	Heteroskedastisite: 0.401 (0.531)		Normal Dağılım:1.835 (0.399)			RESET: 0.213 (0.648)		

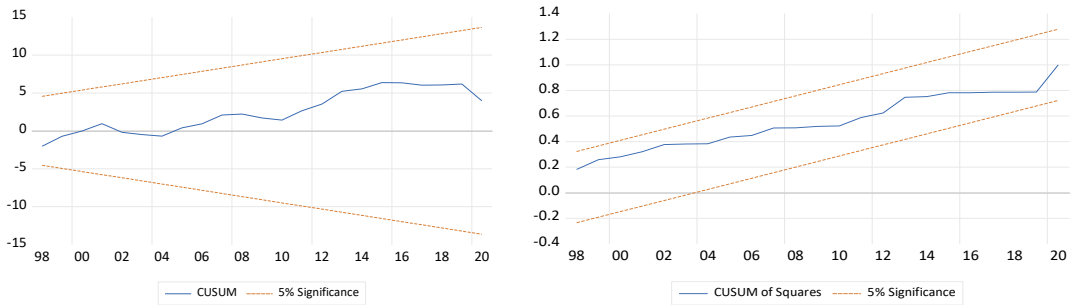
Not: Sabit terimli ve trendsiz model kullanılmıştır. '***' ifadesi %1 anlamlılık düzeyini belirtmektedir.

ARDL metodolojisi kullanılarak gerçekleştirilen değişkenlerin uzun dönem katsayı tahmin sonuçları Çizelge 7'de yer almaktadır. Sonuçlar çevresel politika katılığının, yeşil büyümenin ve ticari dışa açıklığın uzun dönemde ekolojik ayak izini azaltarak çevresel kalitenin iyileştirilmesine katkı sağladığını göstermektedir.

Çizelge 7. ARDL Uzun Dönem Katsayı Tahmini

	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık
lneps	-0.036***	0.012	-2.998	0.006
lnggrowth	-0.182***	0.015	-11.773	0.000
lntrade	-0.128***	0.029	-4.413	0.000
C	2.246***	0.065	34.527	0.000

Görsel 1'de Cusum ve Cusum2 test sonuçları bulunmaktadır. Buna göre her bir değer kritik %5 band aralığı içerisinde kaldığı için uzun dönem parametrelerinin istikrarlı olduğu anlaşılmaktadır.



Görsel 1. Cusum ve Cusum^2 Test Sonuçları

5. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Çevre politikası katılığı ile çevresel bozulma arasındaki ilişkiyi Japonya için 1990-2020 döneminde araştıran bu çalışmada ilk olarak değişkenlerin durağanlık analizleri sınamaktadır. Bunun için Fourier ADF, Zivot-Andrews ve geleneksel ADF birim kök testleri kullanılmıştır. Serilerin *I*(1) olarak belirlenmesi sonucunda değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket edip etmedikleri Fourier ADL ve ARDL yöntemleri ile sınamış ve eşbütünleşme ilişkisinin varlığı kanıtlanmıştır. Son olarak değişkenlerin uzun dönem katsayı tahminleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular çevre politikası katılığının, yeşil büyümenin ve ticari dışa açıklığın çevresel tahribatı azalttığını göstermektedir. Bu durum politika yapıcılarına bazı öneriler getirilmesine imkân tanımaktadır:

- Çevre kalitesini kontrol etmek için çok çeşitli araçlar benimsenebilir. Politika yapıcılar, çevre vergisi tabanlarının genişletilmesi, yoğun kirlilik içeren endüstrilere daha yüksek

vergi oranları uygulanması ve tehlikeli kirletici emisyon sınırlarının azaltılması gibi daha sıkı çevre standartları uygulayabilir.

- Politika yapıcılar kendi çevre düzenlemelerinin uygulama etkinliğini ve verimliliğini güçlendirmelidir. Çevre düzenlemelerinin yapılmasının çevre kalitesinin iyileştirilmesinde belirleyici bir eylem olduğu yadsınamaz olsa da, bu tür düzenlemelerin katkısı pratik uygulama ve takip denetiminden büyük ölçüde etkilenmektedir.
- Özellikle doğrudan yabancı yatırımları çekme ve tahsis etme politikaları çevre kalitesine elverişlidir. Hükümet, yeni yatırımlar için ekolojik standartları yükselterek çevreyi olumsuz etkileyen projeleri filtreleyebilir ve reddedebilir.
- Artan nüfus ve sanayileşmenin yenilenemeyen enerji kaynakların aşırı kullanımını beraberinde getirerek doğal dengenin bozulmasına yol açmaktadır. Bu nedenle yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ekonomik büyümeye entegre edilmelidir. Buradan hareket ederek yenilenebilir enerji kaynaklarının teşvik edilmesi yeşil büyümenin çevresel kaliteyi arttırmasına olanak sağlayacaktır.
- Yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanmak amacıyla araştırma-geliştirme çalışmalarının daha fazla arttırılması faydalı olabilecektir.
- Ticari dışa açıklık ile çevresel bozulma arasındaki ilişkiyi açıklayan teorilerden teknik etki; çevre kalitesini artıran ve kirliliği azaltan ileri ve çevre dostu teknolojilerin transferini kolaylaştırdığını ileri sürmektedir. Kompozisyon etkisi ise kalkınmanın ilerleyen aşamalarında çevre politikalarında yapılan iyileştirme ve düzenlemeler ile birlikte ticari faaliyetler çevre kirliliğini azaltma eğilimindedir. Bu durumda Japonya ekonomisi için hem teknik etki hem de kompozisyon etkisinin varlığından söz edilebilir. Bu doğrultuda çevresel etki konusunda çok fazla endişe duymadan ticari açıklığını artırmak için ticaret hacmini artırabilir.

KAYNAKÇA

Afshan, S., Ozturk, I. & Yaqoob, T. (2022). Facilitating renewable energy transition, ecological innovations and stringent environmental policies to improve ecological sustainability: evidence from MM-QR method. Renewable Energy, 196, 151-160.

Ahmed, K., & Ahmed, S. (2018). A predictive analysis of CO2 emissions, environmental policy stringency, and economic growth in China, Environmental Science and Pollution Research, 25(16), 16091-16100.

Albulescu, C. T., Boatca-Barabas, M. E. & Diaconescu, A. (2022). The asymmetric effect of environmental policy stringency on CO2 emissions in OECD countries, Environmental Science and Pollution Research, 29(18), 27311-27327.

Assamoi, G. R. & Wang, S. (2023). Asymmetric effects of economic policy uncertainty and environmental policy stringency on environmental quality: evidence from China and the United States, Environmental Science and Pollution Research, 30(11), 29996-30016.

Balsalobre-Lorente, D., Topaloglu, E. E., Nur, T., & Evcimen, C. (2023). Exploring the linkage between financial development and ecological footprint in APEC countries: A novel view under corruption perception and environmental policy stringency, Journal of Cleaner Production, 137686.

Banerjee, P., Arčabić, V. & Lee, H. (2017). Fourier ADL cointegration test to approximate smooth breaks with new evidence from crude oil market. Economic Modelling, 67, 114-124

Chu, L. K., & Tran, T. H. (2022). The nexus between environmental regulation and ecological footprint in OECD countries: empirical evidence using panel quantile regression, Environmental Science and Pollution Research, 29(33), 49700-49723.

Dickey, D.A. ve Fuller W.A (1981) Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root, Econometrica, 49 (4): 1057- 1072.

Enders, W. & Lee, J. (2012). The flexible Fourier form and dickey–fuller type unit root tests, Econ. Lett. 117 (1), 196–199.

Fatima, N., Yanting, Z., & Guohua, N. (2023). Interrelationship among environmental policy stringency, financial globalization in OECD countries, and CO2 emission with the role of technological innovation and financial developmen, Environmental Science and Pollution Research, 30(12), 34085-34100.

Li, Z., Kuo, Y. K., Mahmud, A. R., Nassani, A. A., Haffar, M., & Muda, I. (2022). Integration of renewable energy, environmental policy stringency, and climate technologies in realizing environmental sustainability: Evidence from OECD countries, Renewable Energy, 196, 1376-1384.

MOFA, 2010. (Ministers for Foreign Affairs Of Japan). https://www.mofa.go.jp/policy/environment/warm/cop/kp_pos_1012.html

(Erişim Tarihi: 20.10.2023)

MOFA, 2016. (Ministers for Foreign Affairs Of Japan). https://www.mofa.go.jp/press/release/press4e_001343.html#:~:text=Japan%20signed%20the%20Agreement%20on,into%20force%20on%20November%204.

(Erişim Tarihi: 21.10.2023)

Pesaran, H., Shin Y., Smith R. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships, Journal of Applied Econometrics, 16, 289-326.

Sezgin, F. H., Bayar, Y., Herta, L., & Gavriletea, M. D. (2021). Do environmental stringency policies and human development reduce CO2 emissions? Evidence from G7 and BRICS

economies, International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(13), 6727.

Wolde-Rufael, Y., & Weldemeskel, E. M. (2020). Environmental policy stringency, renewable energy consumption and CO2 emissions: Panel cointegration analysis for BRIICTS countries, International Journal of Green Energy, 17(10), 568-582.

Yirong, Q. (2022). Does environmental policy stringency reduce CO2 emissions? Evidence from high-polluted economies, Journal of Cleaner Production, 341, 130648.

Zivot E. and Andrews D.W.K. (1992). Further Evidence on the Great Crash, the OilPrice Shock, and the Unit-Root Hypothesis, Journal of Business and Economic Statistics, 10(3), 251-270

SOSYAL BİLİŞ VE ÖZGECİ DAVRANIŞ İÇİN GÖRSEL ÖRNEKLERLE BİR ANLATI

Dr. Kader EROL
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, 0000-0002-9143-2946
Doç. Dr. Sezen GÜNGÖR
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, 0000-0001-8388-6350

ÖZET
Başka kişi ve olayları tanıma ve anlama çabalarımız sosyal psikolojide sosyal biliş ya da sosyal algı olarak tanımlanır. Sosyal biliş, bizim toplumsal dünyaya ilişkin bilgileri yorumlama, analiz etme, anımsama ve kullanma biçimimizdir. Özgecilik ve özgeci davranış konularının tanımlanmasında ise sosyal psikologlar ve sosyologlar yıllardır çeşitli çalışmalar yapmakta ve bazı tanımların üzerinde hemfikir olmakta, bazılarını ise reddetmektedirler. Özgecilik kavramı genel olarak birisine yarar sağlama ya da onu zarardan-kötülükten koruma dışında herhangi beklentisi olmayan yardım davranışı olarak tanımlanabilmektedir. Bu çalışmada sosyal biliş ve özgeci davranışa kavramsal açıdan yaklaşılmış ve bu iki benzer ve karmaşık konu çeşitli görsellerle desteklenerek açıklanmaya çalışılmıştır.
Anahtar Kelimeler: Sosyal Biliş, Özgecilik, Özgeci Davranış

A NARRATIVE WITH VISUAL EXAMPLES FOR SOCIAL COGNITION AND ALTRUISTIC BEHAVIOR

ABSTRACT
Our efforts to recognize and understand other people and events are defined in social psychology as social cognition or social perception. Social cognition is the way we interpret, analyze, remember and use information about the social world. Social psychologists and sociologists have been working on defining altruism and altruistic behavior for years, and they agree on some definitions and reject others. The concept of altruism can generally be defined as helping behavior that does not have any expectation other than benefiting someone or protecting him from harm or evil. In this study, social cognition and altruistic behavior were approached conceptually and these two similar and complex issues were tried to be explained by supporting them with various visuals.
Keywords: Social Cognition, Altruism, Altruistic Behavior

Sosyal Biliş
Başka kişi ve olayları tanıma ve anlama çabalarımız sosyal psikolojide sosyal biliş ya da sosyal algı olarak tanımlanır. (Kağıtçıbaşı, 2013, s.237)
Sosyal biliş, bizim toplumsal dünyaya ilişkin bilgileri yorumlama, analiz etme, anımsama ve kullanma biçimimizdir. (Ünlü, 2013, s.37)
Biliş, bireyin kendi iç koşulları ve içinde yaşadığı fiziksel ve toplumsal çevreye ilişkin olarak işlediği bir bilgi, inanç ya da düşünce olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle bir biliş bilinen ya da algılanan her şey olabilir. Bilişsel kuram, insanın çevresine ilişkin bilgileri nasıl edindiği, çevresini nasıl algıladığı ve bu tür bilişler temelinde çevresi içinde nasıl davrandığı ve çevresi

üzerinde nasıl etkili olduğu ile uğraşır (Scheerer, 1954. Aktaran, Dönmez, 1992).
Sosyal bilişle ilgili çalışmaların sonuçları dört genel çerçevede özetlenebilir (Dönmez, 1992):
1) İnsanlara ilişkin bilgilerin işlenmesi uyaranlarda tutarlı bir anlam algılamayı gerektirir. Bir kişinin bütün özelliklerini anlamlı bir bütün ya da Gestalt içinde örgütleriz. Öyle ki, herhangi bir tek özelliğin anlamı, kısmen, kişinin sahip olduğu diğer özellikler tarafından belirlenir. Örneğin, bir yargıç bir sanığın dikkatli ve ayrıca zeki olduğunu öğrenirse, zeki olma özelliği ağırbaşlı, ya da aklı başında olma anlamı kazanabilir. Öte yandan, eğer sanığın işini bilir ve zeki olduğunu öğrenirse, zeki olma özelliği güvenilmezlik ya da üç kağıtçılık anlamı kazanabilir. Böylece, zeki olmanın anlamı bağlama göre değişmektedir.
2) İnsanlar dikkatlerini çevrelerindeki her şeye eşit olarak dağıtmazlar, algısal alanın en çarpıcı yönleri üzerinde yoğunlaştırırlar. Diğer bir deyişle, çevrenin, bir zemin üzerinde şekil ya da bir fon üzerinde resim görünümündeki yönleri dikkati zeminden daha çok çeker. Örneğin, biri dışında bütün öğrencileri erkek olan bir sınıfta dikkati en çok tek olan kız öğrenci çeker çünkü erkek öğrenciler zemini, kız öğrenci ise şekli oluşturur.
3) İnsanlar uyaranları gruplandırıp sınıflandırarak algısal alanı örgütlerler. Gördüğümüz, duyduğumuz, tadıp kokladığımız her şey yine gördüğümüz, duyduğumuz ve dokunup kokladığımız başka her şeyden biraz farklıdır, fakat biz onları öyle algılamayız. Her uyaranı bir sınıfın ya da grubun üyesi ya da bir parçası olarak görürüz: Örneğin, sınıfın önünde kürsüde duran kişiyi öğretim üyesi, bir sınav sırasında sınav kâğıdı dışında bir öğrencinin elinde gördüğümüz kâğıt parçasını kopyalık, küçük beyaz şapkalı, beyaz önlüklü bir kadını da bir hemşire olarak algılamak eğilimindeyizdir.
4) İnsanlar uyaranları belli bir yapının bir parçası olarak algılarlar. Tek tek her uyaran zaman, yer ve nedensellik akışı boyutlarında başka uyaranlarla ilişkili olmak eğilimindedir. Örneğin trafiği durdurulmuş bir yolda atlet ve şortla koşarken gördüğümüz birisini daha geniş bir bağlam ın bir parçası olarak algılarız: Bu kişi bir koşuda yarışmaktadır; yarışa başkalarıyla birlikte, başlama işareti ile başlamıştır; diğerleri ya öndedirler ya da arkada kalmışlardır; yol kenarlarında seyirciler vardır v.b.
Çevremizdeki dünyayı anlamaya çalışırken önce kişileri anlamaya çalışırız. İlk defa karşılaştığımız biri hakkında hiçbir şey bilmeden nasıl bir fikir oluştururuz? İletişime nasıl geçeriz? Ya da o kişi hakkında daha önceden iyi veya kötü bir şeyler duyduysak, bu defa kişiye nasıl yaklaşırız. İşte tüm bu soruları sosyal biliş başlığı altında incelemeye çalışacağız.

1. İzlenim Oluşturma

İzlenim oluşturma sosyal algının ilk basamağıdır (Ünlü, 2013, s.22).
İzlenim oluşturma, bir başkası hakkında farklı kaynaklardan gelen bilgileri bir yargı haline getirme sürecidir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.238).
Yeni kişilerle karşılaşan bireylerde izlenimler oluşur. Bu izlenimlerin çoğu sözlü, sözsüz davranışlardan ve giyiniş tarzlarından kaynaklanır. Bu davranış ve görünümlere dayanarak bu bireylere özellikler yüklenir (Cüceloğlu, 2000, s.515).

1.1. İzlenim oluşturmanın temel ilkeleri

- İzlenimler çok az bilgiye dayalı ve çok çabuk bir şekilde oluşturulur.
- Biz karşımızdakinin en çarpıcı özellikleri ile onu başkalarından ayıran-farklı kılan özelliklerini kullanarak izlenim oluşturmaktayız.

- Bir davranıştan anlam çıkarırken-bir davranışı yorumlarken; o davranışın yapıldığı koşulları esas alırız. Bağlamından soyutlanmış değerlendirmelerde bulunmayız.
- İnsanları tek tek değil, belli grupların üyeleri olarak görme eğilimindeyiz. Dolayısıyla algıladığımız şeyleri (insanları, olayları, durumları vb) önce belli sınıfların-grupların içine yerleştirerek algılarız. Sözgelimi hastanede beyaz önlük giymiş birisini doktor olarak düşünürüz.
- İnsanların davranışlarını yorumlarken, önceki bilgilerimizi kullanırız. Bir öğretmenin davranışını yorumlarken öğretmenlerle ilgili olarak sahip olduğumuz eski bilgilerimizi kullanırız.
- Bizim kendi ihtiyaç ve amaçlarımız, algılamalarımızı etkilemektedir. Sözgelimi bir daha karşılaşmayacağımız birini algılamamız, hep birlikte olacağımız birisini -diyelim ki oda arkadaşımızı- algılamamızdan farklı olacaktır.

1.2. İzlenim oluşturmada kullanılan bilgiler

İnsanlar hakkındaki ilk izlenimler, toplumsal ilişkinin bir başlangıcı olmanın ötesinde, bu ilişkinin temel belirleyicisi olmaktadır. Aşağıda izlenim oluştururken kullanılan bilgi kaynaklarının neler olduğu üzerinde durulmaktadır (Ünlü, 2013, s.23).

1.2.1. Yüz ifadeleri

Bundan 2000 yıl önce Cicero, "Yüz, ruhun yansımasıdır." demiş. Ondan yüzyıllar sonra Darwin, yüz ifadelerini sadece iletişimde önemli bir rol oynamadığını ayrıca bazı duygusal ifadelerin doğuştan var olduğunu ve bu yüzden bütün dünyada aynı anlamda algılandığını söylemiştir. İnsanlar nereli olurlarsa olsunlar, insan fotoğraflarına bakarak altı temel duyguyu doğru bir biçimde ayırt edebilmişlerdir. Bu duygular mutluluk, şaşkınlık, kızgınlık, üzüntü, korku ve tiksinmedir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.239). Tüm bu duyguların içinde ise insanların en çok dikkat ettiği duygu öfke-kızgınlık duygusudur. Örneğin, Hansen ve Hansen (1988), yaptıkları bir deneyde deneklere kalabalık bir insan topluluğunun fotoğraflarını göstermişler ve deneklerden yüz ifadelerini tanımalarını istemişlerdir. Denekler fotoğraflardaki kızgın ifadeleri, mutlu ifadelerden daha çabuk fark etmişlerdir.

1.2.2. Göz teması

İzlenim oluşturmada kullanılan bir başka sözel olmayan ipucu göz teması yani göz göze olmadır. Başkalarının neler hissettiğini, birbirlerine bakışlarının yönü ve yoğunluğuna dikkat ederek çıkarabiliriz. Örneğin, eğer iki insan birbirine âşıksa birbirlerinin gözlerinin içine daha sık bakarlar (Rubin, 1970. Aktaran, Kağıtçıbaşı, 2013, s.239). Birbirleriyle rekabet eden insanlar, rakiplerinin gözlerine daha uzun süreli bakarlar (Exline, 1972. Aktaran Kağıtçıbaşı, 2013, s. 239).

1.2.3. Fiziksel görünüm

Karşılaşılan bir insana ilişkin özellikler hakkında bir çıkarsamada bulunurken öncelikle onun görünümü ve davranışları üzerine odaklanırız (Ünlü, 2013, s.23). Eagly ve Makhijani (1991) ve Feingold (1992) araştırmalarında deneklerin, güzel kişileri güzel olmayanlardan daha ilginç,

sıcakkanlı, dışa açık ve sosyal açıdan daha yetenekli bulduklarını göstermiştir (Aktaran; Kağıtçıbaşı, 2013, s.240).

1.2.4. Beden dili

Elimizi, kolumuzu nasıl oynattığımız, otururken ve dururken vücudumuzun a-nasıl şekil aldığı, konuşurken elimizi ağzımıza koyup koymadığımız, bacak bacak üstüne atıp bacağımızı sallamamız, parmak uçlarımı bir yere hafifçe vurmamız vs. gibi beden hareketleri (Kağıtçıbaşı, 2013, s.240) beden diline ilişkin bazı örneklerdir. Bazı toplumlarda bazı beden hareketleri aynı anlamı verirken bazı toplumlarda birbirinden çok farklı anlamlar da taşıyabilir. Ancak genel olarak şu yargıya varılabilir: yeni tanıştığımız insanlar hakkında ilk izlenim oluşturmamızda beden dilinin yeri oldukça önemlidir.

1.2.5. Roller

Bir insana ilişkin izlenim oluşturma sürecinde rol şemalarının önemli bir yeri vardır. Rol şeması, belirli rolleri olan insanlar (doktor, profesör, öğrenci, muhasebeci vb.) hakkında sahip olduğumuz peşin hükümler anlamına gelmektedir. Rol şemalarının sağladığı bilgiler hem fazla hem açık ve önemli hem de yarattığı çağrışımlar bakımından daha zengindirler. Sözgelimi bir insanın milletvekili ya da kabadayı olduğunu bilmek onunla ilgili pek çok bilgi verecek, çağrışım sağlayacaktır (Ünlü, 2013, s.23).

1.2.6. Ayırıcı özellikler

Karşı karşıya olduğunuz kişide ilk göze çarpan özelliklerdir. Bu görsel ayırıcılık ya da dikkat çekici durum, izlenim edinmede son derece etkilidir. Genel bir ilke olarak şu söylenebilir: herhangi bir durumda ya da ortamda alışılmamış farklı bir hareket onu daha çarpıcı-dikkat çekici yapar. Ayırıcı özelliğin izlenim edinmedeki belli başlı etkileri şunlardır: birincisi, ayrıcı özellikler daha çok dikkat çeker. İkincisi, ayırıcı özelliğe sahip insanlar, bulunulan toplumsal bağlam üzerinde daha etkili bireyler olarak algılanır. Üçüncüsü, bireydeki ayırıcı özellik bir sosyal grubun özelliği ise grubun diğer bütün özellikleri o kişiye atfedilebilir (Ünlü, 2013, s.23).

1.2.7. Gruplama-Sınıflara ayırma

Çevremizdeki olayları, insanları, öteki canlıları, eşyaları hatta fikirleri kolayca bilmek isteriz. Bilmek için de onların her birini, zihnimizde oluşturduğumuz belli türlerin-sınıfların içine yerleştiririz. Örneğin karanfil, gül, çiğdem… benzer özellikler sahip oldukları için biz onları aynı sınıfa dahil etmiş, adına da çiçek demişiz. Benzer şekilde insanları da türlere ayırıyoruz ve adına da sosyal sınıflama diyoruz (Ünlü, 2013, s.38).
Cinsiyet, ırk ve toplumsal sınıf gibi gruplara ayırma da algılamamızı etkiler. Söz gelimi parktaki kanepe üzerinde uyuyan traşsız, kirli, yırtık ayakkabılı bir adam gördüğümüzde, sadece farklı biri olarak görmez, onu hemen bir evsiz olarak niteleriz (Ünlü, 2013, s.24).

1.3. İzlenimleri bütünleştirme-değerlendirmede etkili faktörler

İnsanların görünüş ve davranışlarından, hızla onların kişilikleri hakkında çıkarsamalarda bulunmaya geçeriz. Değerlendirme, toplumsal algının en temel boyutudur. Değerlendirmelerimiz iyilik-kötülük, sevimlilik-sevimsizlik, temizlik-pislik, incelik-kabalık nitelendirmeleridir (Ünlü, 2013, s.25).
Değerlendirmelerimizi yaparken bizi etkileyen bazı faktörler vardır. Bunlar:

1.3.1. Olumsuzluk etkisi

İzlenim oluşturmada insanlar olumsuz olarak nitelenebilecek özelliklere karşı daha duyarlıdır. Olumsuzlar daha dikkat çekicidir. Dolayısıyla bir insana ilişkin izlenimde bu olumsuz yanlar daha çok dikkate alınır (Ünlü, 2013, s.25). Başkalarını olumlu görme eğilimimiz, olumsuz bir kişilik özelliği gördüğümüz zaman bunu olduğundan daha fazla önemsememize ve kişi hakkında izlenim oluştururken bu olumsuz özelliğe daha çok ağırlık vermemize yol açar (Kağıtçıbaşı, 2013, s.246). Özet olarak söylemek gerekirse, olumsuz kişilik özelliği ya da özelliklerinin birey hakkındaki genel izlenime olan etkisinin olumlu olanlardan fazla olmasına olumsuzluk etkisi denilmektedir.

1.3.2. Olumluluk yanlılığı

İnsanlar hakkında olumsuzdan daha çok olumlu değerlendirmeler yapma eğilimine olumluluk etkisi denir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.245). Peki olumsuzluk etkisi ve olumluluk yanlılığı nasıl bağdaşabilir? Aslında her ikisi de birlikte işlemektedir. İnsanlar hakkında genellikle olumlu düşünmemizin nedeni, onların çoğu davranışlarının olumlu olmasıdır. Bu doğaldır, çünkü toplumsallaşma sürecinde birey, nasıl davranması ya da hangi durumda doğru davranışın ne olacağı ve sonuçlarını duyarak, görerek ve yaşayarak öğrenmiştir. Öğrendikleri onu toplum yaşamına uygun davranmaya yöneltir. Sonuçta insanlarla olan ilişkilerimizde genellikle beklediğimiz tepkileri alırız. Tersine, olumsuz bir davranış ya da davranışlarla karşılaştığımızda, bu kez olumsuzluk etkisi devreye girer (Ünlü, 2013, s.25).

1.3.3. Duygusal bilgi

İnsanlar karşısındaki kişiye ilişkin değerlendirmelerinde onların duygusal durumlarından da etkilenir. Çünkü insanlarda gözlediğimiz duygu ve heyecanları kullanarak onların nasıl birileri olduğunu çıkarsarız (Ünlü, 2013, s.26).

1.3.4. Öncelik-Sonralık etkisi

İzlenimlerimizi etkileyen bir başka faktör de biri hakkında edindiğimiz bilgilerin sırasıdır. Bir kişi ile ilgili edindiğimiz bilgilerin, o kişi hakkındaki izlenimimizi, daha sonra edindiğimiz bilgilerden daha çok etkilemesine öncelik etkisi denir (Kağıtçıbaşı, 2013, s.246).

1.3.5. Anlam yükleme

Bir kişi hakkında edinilen her yeni bilgiye yüklenen anlam, o kişi hakkında önceden bilinen bilgilere bağlı olarak değişmektedir. Söz gelimi iyi, olumlu özelliklere sahip olarak tanıdığımız

birisi ile çevrede kabadayı olarak bilinen birisinin iyi birer judocu olduğunu öğrendiğimizde, birinci kişi için judo bilmek olumlu olarak değerlendirilirken ikincisinin judo bilmesi onu daha tehlikeli kılacağı için olumsuz olarak değerlendirilir (Ünlü, 2013, s.26).

2. Sosyal bilişte şemalar

İzlenim oluşturma bölümünde de değindiğimiz gibi biz insanları da türlere ayırırız ve adına da sosyal sınıflama deriz.

Bilişsel sosyal psikologlar insan ve nesneleri soyut temsiller içinde grupladığımıza inanırlar. Havada hareket edebilen, kanatları, tüyleri, gagası ve gözleri bulunan yeni bir uyaranı gördüğünüzde onu bir kuş olar ak kuşlar grubu içinde sınıflandırırsınız. Bu olgu, yeni bir uyaranın özelliklerini belleğinizdeki "havada hareket edebilen şeylere ilişkin soyut imgelerle (uçaklar, balonlar, uçurtmalar ve kuşlar gibi) karşılaştırmada kullandığınız bir süreç olarak açıklanabilir. Bir uyaranı tanıma, uyaranın belirli özelliklerinin bilişsel temsil ya da imgelerinizden birisinin özellikleri ile eşleştiğini görme olarak tanımlanabilir. Bilişsel bir temsil ya da soyut bir imge kavramı ya da artık bilinen adı ile bir şema yeni bir uyaranı tanımayı anlamada bize yardımcı olabilir. Örneğin, bir kez kuş olarak kimlikledikten sonra bu yeni uyar an hakkında başka neler söyleyebilirsiniz? Yuva yaptığını, sesler çıkardığını, nefes alıp verdiğini, çiftleştiğini ve eğer bir dişi ise yumurta yaptığını kestirebilirsiniz. O kuşu bunları yaparken hiç görmemiş bile olsanız, bütün bunları ve daha fazlasını "bilecektiniz". Şemaları, haklarında doğrudan bilgiye sahip olmamamıza karşın, özellik ve davranışları (uyaranların özellik ve davranışları) nasıl çıkarsadığımızı açıklamada kullanabiliriz. Ayrıca, şemalar bilgileri ve belleği örgütleyip düzenlemede de rol oynarlar (Dönmez, 1992).

Sosyal uyaranları gruplayarak toplumsal dünyamızı anlamlı ve başa çıkılabilir kılmada kullandığımız kestirme yollardan biri de sosyal şemalardan yararlanmaktır. Genel anlamda şema, algı konusu nesne hakkında bazı bilgileri, ona ilişkin değişik bilişler arasındaki bazı ilişkileri ve özgül bazı örnekleri içeren örgütlenmiş ve yapılandırılmış bir bilişler takımı olarak tanımlanabilir (Taylor ve Crocker, 1981. Aktaran: Dönmez, 1992). Bir şema, insanların olaylar arasında varsayılan belirli bazı düzenliliklere ilişkin olarak geliştirdikleri ve bir kez geliştikten sonra davranışa yol göstericilik işlevi gören ve ilişkili yeni bilgilerin özümsenme biçimini etkileyen bir çerçeve rolü üstlenen soyut ve genellenebilir bir kurallar bütünüdür (Stotland ve Canon, 1972. Aktaran: Dönmez, 1992). Bir başka tanıma göre şema, belirli bir kavram ya da bir uyaran türü hakkında örgütlü bilgiyi temsil eden bilişsel bir yapıdır (Fiske ve Taylor, 1984. Aktaran: Dönmez, 1992). Bir şema, bellekte girdileri örgütlemede kullanılan varsayımsal bir yapıdır (Kahn ve ark., 1984. Aktaran: Dönmez, 1992). Bir başka tanıma göre şema, bir kişinin bir şeye ilişkin inanç ve duygularının örgütlenmiş bir bütünüdür.

Başkalarını hakkındaki bilgileri genellikle onların ait olduğu sınıflara (sözgelimi kadın ya da erkek olmaları) ilişkin kalıp yargı ve peşin hükümleri kullanarak işleriz. Bu önyargılar için kullanılan bir başka terim ise şemadır. Şemaların işlevleri şunlardır: (Ünlü, 2013, s.26)

- Bilgileri yalınlaştırıp örgütlediği için karmaşık bilgileri işlemeyi kolaylaştırır.
- Ayrıntıları anımsamada yardımcı olur.
- Bilgi işleme hızını artırır.
- Bilgilerimizdeki boşlukları doldurur.

- Yeni bilgileri yorumlayıp değerlendirmede yardımcı olur.

Araştırmalar, sınıflandırmanın bir türün bütün elemanlarının sahip olduğu özelliklerden çok o türü temsil eden tipik elemana göre yapıldığını göstermiştir. Bir sınıfın özelliklerini en iyi temsil eden elemana o türün prototipi deriz. *Prototip*, türü temsil eden be bizim zihnimizde olan bir modeldir (Ünlü, 2013, s.38). Örneğin, hemşire sınıflamasındaki prototipimiz bir beyaz üniformalı bir kadındır. Erkek bir hemşireyle karşılaştığımızda şaşırmamızın sebebi kafamızdaki hemşire prototipine uymamasıdır.
Şemalar kişiler hakkında (kişi şemaları) olabilir. Bunlar yaşamımızdaki önemli kişilerle ilgili zihinsel yapılarımızdır (Ünlü, 2013, s.26). Sosyal sınıflamada yani insanları belli özelliklerine göre gruplara ayırmada ilk yaptığımız, onları fiziksel özelliklerine göre sınıflamaktır. Evrensel sınıflama da ise ırka, cinsiyete, yaşa, çekiciliğe göre yapılabilir (Ünlü, 2013, s.38).

2.1. Sosyal bilişte şemaların düzeni

Şemaların önemli bir özelliği, bir düzene sahip olmalarıdır. Şemaların hem soyut ve genel öğeleri hem de daha somut ve birbiriyle bağlantılı öğeleri vardır. Örneğin hepimizin kafasında bir kokteyl parti şeması vardır (Ünlü, 2013, s.39).
Başta da kısmen belirtildiği gibi, genel olarak biliş konusu, insanların toplumsal çevrelerine (diğer insanlara) ilişkin bilgileri nasıl yorumladıkları, çözümledikleri, anımsadıkları ve kullandıkları ile ilgilidir. Sosyal bilişin temel gerçeği bilgi yüklülüğüdür. Nesneler dünyasından gelen bilgiler bir yana, insan beyni her gün yalnızca diğer insanlardan kaynaklanan yüzlerce, belki binlerce bilgi ile karşı karşıya kalmaktadır. Kısaca, insanlar sosyal, yani diğer insanlardan kaynaklanan müthiş bir bilgi bombardımanı altındadırlar. Dolayısıyla, çözümlemek, saklamak ve sonradan geri çağırıp kullanmak bir tarafa, insan beyninin kendisine gelen her bilgi parçasına dikkat edip algılayabilmesi bile olanaksızdır. Öyleyse, insanoğlu böylesine karmaşık, hızlı ve çeşitli bilgi akışı ile nasıl başa çıkmakta, toplumsal dünyasına nasıl anlam verebilmektedir? Bu bilgilerden ne kadarını işleyebilmektedir? Bu ve benzeri başka sorular sosyal biliş yaklaşımının yanıtlamaya çalıştığı temel sorulardır. İnsan beyni sözü edilen türden bir bilgi akışı ile başa çıkabilmek için pek çok kestirme yol kullanmaktadır. 0 kadar ki, sosyal psikologlar sosyal dünyanın olaylarını anlayabilmek için insan belleğinin sürekli olarak en kolay ve kestirme yolu seçtiğine inanmaktadırlar (Dönmez, 1992).
Başka kişilere ilişkin izlenim oluştururken kullandığımız şemaların, o kişiler hakkında var olan bilgilerin nasıl kullanılacağı üzerinde büyük ölçüde etkili oldukları görülmektedir.

2.2. Şemaların türleri

2.2.1. Benlik şemaları: Nasıl bir kişiliğe sahipsiniz? Ne kadar dürüst bir kişisiniz? Ne kadar bağımsız ne kadar yardımsever bir kişisiniz? Çoğu insan bazı özelliklere ilişkin olarak kendisi hakkında oldukça açık ve kesin bir fikre sahiptir. Bazı özelliklere ilişkin olarak ise daha belirsiz benlik kavramlarına sahiptir. Bir kişinin benlik kavramının belirli boyutlarında bir şemaya sahip olup olmadığını belirlemek için çeşitli ölçütler vardır. İnsanlar kendileri için önemli olan, kendilerini aşırı, yani uçlarda bildikleri ve tersinin doğru olmadığına kesinlikle inandıkları boyutlarda şematiktirler. Yani, bir şemaya sahiptirler. Örneğin, eğer ailenize bağlılık sizin için önemli ise ve eğer kendinizi ailesine aşırı bağlı biri olarak düşünüyor ve

kesinlikle ailesinden bağımsız birisi olarak düşünemiyorsanız bu, sizin bu boyuta ilişkin olarak kendinizle ilgili oldukça çok bilgi topladığınız anlamına gelir. Örneğin, böyle bir durumda ailenizle ilişkinizi hiçbir zaman koparmayacağınızdan emin olacaktınız (Dönmez, 1992).

2.2.2. Kişi şemaları: İyi tanıdığımız her birey için, o birey hakkında bildiklerimizi düzenleyip örgütleyen kişi şemalarımız vardır. Bazen bir kişi sizi şaşırtacak biçimlerde davranabilir. Öte yandan, aynı davranış bir başka kişide hiç de şaşırtıcı olmayabilir. Örneğin, eğer sona ilişkin şemamız Ahmet'i temiz ve düzenli biri olarak betimliyorsa, onu pantolonunu ütülerken, kravatlı, ayakkabılarını boyarken v.b. görmek sizi şaşırtmayacaktır. Ancak onu dağınık biri olarak tanıyorsanız yani ona ilişkin şemanızda dağınıklığına ilişkin bilgiler varsa, aynı davranışlar sizi fazlasıyla şaşırtabilir. Şaşırtabilir çünkü böylesi davranışlar o kişide görmeye alışkın olduğunuz davranışlara ters düşmektedir. Diğer bir deyişle, sizin o kişiye ilişkin şemanıza uymamaktadır. Kişilere ilişkin amaç (niyet) ve kişilik özelliği şemalarımız vardır. Diğer bir kişinin davranışını uygun bir kişilik özelliği kategorisi içine yerleştirme, bir nesneyi sınıflandırmanın etkileri ile aynı etkilere yol açar. Örneğin, bilgi işleme sürecini kısaltır, süreci yalınlaştırır ve kolaylaştırır (Dönmez, 1992).

2.2.3. Rol şemaları: Bir toplumsal rol, bir konuma bağlı bir kurallar ve davranışlar takımıdır. Böylece, bir rol şeması uygun norm ve davranışlara ilişkin olarak kişinin bilgilerini düzenleyip örgütleyen bir bilişsel yapıdır (Fiske ve Taylor, 1984. Aktaran: Dönmez, 1992). Rol şemaları profesör, sekreter, sevgili, işçi, öğrenci, garson gibi, belirli bir roldeki insanlara ilişkin olarak sahip olduğumuz örgütlü soyut imgeleri temsil ederler. Bazen bu şemalar gerçekçi olmayabilirler. Eğer, sekreter şemamız her zaman titiz, düzenli, işini bilir, resmi, dürüst, dakik gibi öğeleri içeriyorsa, bu doğru olmayabilir. Böyle bir şemaya uyan sekreter sayısı pek fazla olmasa gerektir. Bir kişinin çaba ve niyeti sonucu kazandığı nitelikler bu kişinin işini ve öteki ulaşılmış rollerim belirler (eğitim, deneyim v.b.), bir kişin in doğumla kendiliğinden kazandığı nitelikler o kişinin atfedilmiş rollerini (cinsiyet, yaş, ırk) belirler. Bu niteliklerden her biri uygun davranış ve standartlar için rol temelli beklentileri birlikte taşır, bu beklentiler diğer insanların belleklerinde şemalar olarak örgütlenebilirler (Dönmez, 1992).

2.2.4. Olay şemaları: Olay şemaları, günlük yaşamdan çıkartılan etkinlik ardışıklıklarını betimlerler. Belirsiz ya da bulanık bilgilerin işlenmesinde çerçeve işlevi görürler, belleği şema-tutarlı bilgiler doğrultusunda biçimlendirirler. Şemalara dayandırılan çıkarsamalar bilgi eksikliği bulunan yer ve durumlarda boşlukları doldurma olarak görülebilirler. Örneğin, bu tür şemalardan birine "bir lokantada yemek yeme" şeması adı verilebilir. Bu şemaya göre, lokantaya girer, bir masa seçer, otursunuz; yemek listesine bakar, garsonun gelmesini beklersiniz; siparişinizi verir, yemeklerin gelmesini beklersiniz; yemekler gelir, yemeğinizi yersiniz, hesap ister, hesabınızı öder çıkarsınız. Çocuk yapmak, duş almak, bir yarıyıl sonu sınavına girmek, futbol oynamak, tenis oynamak gibi başka rutin olay ardışıklıkları için de benzer şemalar üretebiliriz. Olay şemaları, şemaların karmaşık davranış ardışıklıkları, karmaşık işleri yerine getirmek için gerekli alışılmış işlemler ve benzeri etkinlikler üzerindeki etkilerine işaret eder. Yukarıdaki örnekte verilen "bir lokantada yemek yeme" şeması çoğu lokantada yemek yemede ortak birçok ardışık adımdan oluşmuştur (oturmak, menüye bakmak, sipariş vermek, beklemek vb.) (Dönmez, 1992).

2.3. Şemaların avantajları (Dönmez,1992)

1. Şemalar neye dikkat edip neye dikkat etmeyeceğimizi belirlemede etkili olurlar. Bir şema bize nelerin olmasını bekleyebileceğimizi söyler ve bu beklentilere ters düşen bilgi ve uyaranlar çarpıcılık kazanarak dikkati çekebilir. Dikkati çekme ise bellekte kodlanma ve sonradan geri çağrılar ak kullanılmak için bir zorunluluktur. Örneğin, bir üniversite açılış töreni sırasında çevrenizde yüzlerce hatta binlerce kişi olabilir. Bunların hepsine dikkat etmeniz kesinlikle olası değildir. Fakat eğer aralarından birisi anadan doğma çıplaksa ona dikkat etmeniz büyük bir olasılıktır çünkü sizin bir açılış töreni için olay şemanız herkesin tam anlamıyla giyinik olacağını söyler. A.B.D.'de 1970'lerin ilk yarısında üniversite öğrencileri arasında kısa bir süre için streaking adı verilen bir çıplaklık modası gelip geçmiştir. Bu moda insanların diğer insanlar arasındayken birdenbire çırılçıplak ortaya çıkıvermeleri biçiminde görülüyordu. Böylece, insanların diğer insanlar arasındayken herkesin giyinik olacağını söyleyen şematik beklentilerinden yararlanılıyordu. Bu işi yapan kişi bir kütüphanede, sınıfta, herhangi bir gösteri ya da toplantı sırasında hatta bir uçakta birdenbire çırılçıplak ortaya çıkıp insanlar arasından hızla koşarak kayboluyordu. Çok kısa bir süre içinde olup bitmesine karşın, bu ortaya çıkıp kaybolma herkesin dikkatini çekmede çok etkili oluyordu. Öte yandan, şemaların dikkatle ilgili bir diğer etkisi de bazen şema tutarsız ya da şemaya ters düşen bilgi ve uyaranların görmezlikten gelinmesine ya da dikkati çekmemesine neden olabilmeleridir.

2. Ayrıca şemalar çok miktardaki bilgiyi hızlı ve ekonomik bir şekilde değerlendirmemize yardımcı olur. Şemalar bellekte hangi bilgilerin kodlanıp kaydedilerek saklanacağı üzerinde etkili olurlar. Daha önce de belirtildiği gibi, insanlar kendilerine gelen her bilgi ya da uyarana dikkat edemezler. Dahası insan belleği de kendisine gelen her bilgiyi kodlayıp saklayamaz; Şemalar bellekte neyin kodlanıp tutulacağı konusunda yol gösterici işlevi görürler. Çoğu durumda, hangi bilgiler şemamıza en çok uyuyorsa ya da şemamızla tutarlı ise onları kodlarız.

3. Bir şema bellekte saklanan bilgilerin geri çağrılıp kullanılmasını da kolaylaştırabilir. Anımsama ya da geri çağırmanın en iyi olduğu durumlar geçmişteki olay ve insanların şematik bir temsilini gözümüzün önünde canlandıra bildiğimiz durumlardır. Çünkü şema pek çok ayrıntıyı da birlikte getirecektir.

4. Şemalar bilgi açıklık ve boşluklarını doldurmada yardımcı olabilirler. Eğer biri bize bir hava subayından söz eder de giysilerine ilişkin hiç bilgi vermezse, biz onu mavi üniforması ile gözümüzün önünde canlandırırız. Bir bayan ilkokul öğretmenini sıcak ve sevecen, bir sigarayı beyaz kâğıdı ve kahverengi filtresi ile gözümüzün önüne getiririz. Eksik bilgileri, icat etmek zorunda kalsak bile, şema-tutarlı bilgiler ekleyerek doldururuz. Şemalar yeni bilgilerin yorumlanmasını da kolaylaştırırlar.

5. Şemalar neyin ya da nelerin olabileceğine ilişkin kuralsal beklentilerin biçimlenmesini sağlarlar. Bu beklentiler de sırasında belirli bir durumu ne kadar olumlu ya da olumsuz bulacağımızı belirler. Örneğin, bir öğretmen yeterlik sınavında, daha yüksek bir puan aldığı halde, Ahmet'in başarısız, daha düşük puanı ile Ayşe'nin ise başarılı sayıldığını varsayalım. Bu durum, Ahmet'in beklentilerine ters düşecek ve onu oldukça kızdıracaktır. Aynı durum güçlükle üniversiteyi bitirdikten sonra kendi uzmanlık düzeylerine uygun iş bulamayan pek çok genç için de geçerlidir. Birçok toplumsal patlamanın temel nedenlerinden biri böylesi yoksunluk duygularıdır.

Şemaların yukarıda sayılan avantajlarına karşın, kimi dezavantajları da vardır. Şemalarımızın içeriğine uygun düşen bilgileri doğru kabul etmek, bilgilerimizdeki noksanlıkları şemamızda olmayan ama şemayla uyumlu gözüken bilgilerle tamamlamak, çok uygun olmasa da şemamızın karar ve davranışlarımızda esas olması, bütünüyle şemaların sorumluluğudur (Ünlü, 2013, s.42).

Yeni bilgileri yalnızca bir şemaya uyarsa kabul etme, pek uygun olmadıkları durumlarda bile şemaları kullanma ve şemaları değiştirmeye isteksiz olma eğilimlerinin tümü şematik bilgi işleminin sınırlılıkları olabilir (Dönmez, 1992).

Şemaların bazı dezavantajlarından bahsettikten sonra, bu dezavantajlarının gerekçesi olabilecek iki temel konuya değinmek yerinde olacaktır.

3. Sosyal bilişte Kalıpyargılar

Sosyal sınıflamadan söz ederken, sosyal sınıflamanın, insanları belli gruplara dahil etmemize olanak sağladığını söylemiştik. Ancak bu süreç orada kalmaz. Bu gruplara giren insanların kişilik özelliklerine, yeteneklerine ilişkin belli inançlar vardır. Bu inançlar toplumsaldır ve çevreden öğrenilmiştir. Sosyal sınıfların özelliklerine ilişkin inançlara **kalıpyargı** (setereotypes) denilmektedir. Kalıpyargı cinsiyet, ırk, meslek, fiziksel görünüş, yerleşim yeri, bir örgüt ya da gruba üye olma gibi ayırt edici bir özelli¤e dayanan bir şema türüdür. Toplumsal bilgileri ele alış biçimimizi etkilemeleri bakımından önemlidir (Ünlü, 2013, s.42).

3.1. Kalıpyargıları harekete geçiren faktörler

Bir kişiyi belli bir toplumsal grup içerisine soktuktan sonra, onun fiziki görünümünün verdiği ipuçları kalıpyargının harekete geçirilmesi ya da etkisizleştirilmesinde önemli olmaktadır. Fiziki özellikleri belli bir sosyal sınıfın kültürel prototipine çok uygun olan bir kimsenin, büyük bir olasılıkla o sınıfın kalıpyargısına uygun tutum ve davranışlar göstermesi beklenir. Örneğin doğulu, kalın bıyıklarının uçları yukarı kıvrılmış boyu uzun, omuzları geniş, ilk 2-3 düğmesi açık gömleğinden göğüs kılları taşan, ceketini omuzlarına atmış; çevresine, “Alçak dağları ben yarattım” gibi bakan genç adamla; ince yapılı, düzgün giyimli, insanlarla göz göze gelmekten kaçınan, bacaklarını birleştirerek oturan, biriyle karşılaştığınızda hangisini güçlü, kavgacı, kendine güvenen gruba sokarsınız? Benzer şekilde homoseksüel birisi, diyelim ki avcı, araba tamir edebiliyor, iyi içki içiyorsa; onu, homoseksüelliğini bilenler dışında hiç kimse, asla homoseksüel grubuna sokmaz. O halde, kalıpyargıları harekete geçiren faktörlerden birisi, bireyin dâhil edildiği grup için düşünülen özellikleri göstermesidir (Ünlü, 2013, s.43).

3.2. Kalıpyargısal düşünmenin işlevleri

- ***Cinsiyet bilgisi genelde kalıpyargılar üzerine kurulur:***

Kadının toplum içindeki yerinin zaman içerisindeki değişmelerine karşın, araştırmalar, cinsiyet kalıpyargısının değiştiğine ilişkin çok az kanıt olduğunu söylüyor. Örneğin 25 ülkede yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, insanlar arasında erkekler kadınlardan daha baskın, bağımsız ve serüvencidirler. Kadınların ise daha duygusal, alçakgönüllü ve batıl inançlı olduğuna

inanılmaktadır. Eril psikolojik özellikler toplumsal yaşamda başarılı olmak için kullanılan özellikler üzerinde dururken, dişil özellikler daha çok ev ve özel yaşamındaki koruma, yetiştirme görevleriyle özdeşleştirilmiştir. Bu cinsiyet kalıpyargıları sadece farklı kültürlerde değil, farklı yaş, medeni durum, eğitim düzeyinde ki insanlarda da bulunmuştur (Ünlü, 2013, s.43).

- ***Kalıpyargılar genelde yanıltıcı ilişkiler üzerine kuruludur:***

Kalıpyargılardan söz ederken, belli gruplara belli özellikler yakıştırdığımızı söylemek istiyoruz. Örneğin Kayserililere belli özellikler atfedilir. Açıkgözdürler, ticari kafaları iyi çalışır, işlerini bilirler falan. Kayserililer için böyle düşünen birine sorsak, "Neden onlar hakkında böyle düşünüyorsun?" herhalde varsa kendi ya da başkalarının yaşadıklarını, hatta duyduklarını gerekçe gösterecektir. Dolayısıyla çoğumuzun kafasındaki Kayserili prototipi; yukarıda saydığımız "ticari kafa", "işini bilme" gibi özelliklerle (kalıpyargılar) birleşmiştir. Aynı ilişkiyi mesela Ankaralılarla kurmayız. Bu örnekte, iki değişken (örnekte Kayserili olmakla ticari kafa) arasındaki çok küçük ya da hiç olmayan bir ilişkinin olduğu inancı; **yanıltıcı ilişkilendirme** olarak bilinmektedir ve oldukça güçlü bir inançtır. Örneğin dini vecibelerin yerine getirilmesi konusunda çok katı bir kimseyseniz; onların gereğini yapmayanları acaba nasıl görüyorsunuz? Ya da tam tersi. Sadece okudukları gazeteye, üye oldukları derneğe, arkadaş oldukları insanlara, giyim-kuşamlarına, memleketlerine, etnik kökenlerine, çocuklarını gönderdikleri okula, tatilde yaptıklarına... bakarak, çok az ya da hiç tanımadığımız insanlar hakkında ne çok "bilgi" üretebildiğimizi hiç düşündünüz mü? (Ünlü, 2013, s.44)

- ***Kalıpyargılarla düşünme daha çok güçlünün özelliğidir:***

Araştırmalar, kalıpyargı terimleriyle düşünmenin, bir kişinin toplumdaki güç düzeyiyle ilgili olduğunu göstermektedir. Örneğin sizin amiriniz ya da komutanınız hakkında bildikleriniz, komutanın/amirin sizin hakkınızda bildiklerinden daha fazladır. Hiç düşündünüz mü bunun sebebi nedir! Çünkü bir toplumda güç sahipleri, daha güçsüz olanları çeşitli şekillerde yönetmekte ve denetlemektedirler. Dolayısıyla astların üstlerine karşı daha dikkatli olmaları gerekmektedir. Astlar özellikle zihinlerindeki yönetici kalıpyargısına pek uymayan üstlerle karşılaştıklarında, onunla ilgili daha çok bilgi edinmek istemektedirler. Bu doğaldır. Çünkü ast, üstünün hangi durumda nasıl davranacağını kestirebilmek, dolayısıyla üstünden gelebilecek zararları önlemek istemektedir. Yukarıdakinin tersine üstler, göreli olarak astlarla çok daha az ilgilidirler. İlgilenmeleri gerektiğinde de onları kalıpyargıya göre değerlendirirler. Bunun iki nedeni olabilir: Birincisi, zaman sınırlılığı, uğraşılacak işlerin çokluğu nedeniyle, üstler kalıpyargı düşünceyle yetinmek zorunda kalmaktadırlar. İkinci bir neden, astları n üstlerin yaşamları üzerinde çok az ya da hiçbir etkileri yoktur. Dolayısıyla onları yakından tanımak için zaman ve emek harcamaya gerek de yoktur. Güç sahibi olanların kendilerine bağlı olarak çalışanları genellikle memur, polis, asker, sekreter vb. kalıpyargılarla değerlendiriyor olmaları, bunun ille de öyle olması anlamına gelmez. Tam tersine iyi yöneticiler, birlikte çalıştığı astlarını farklı özellikleri, üstünlük ve zayıflıkları olan insanlar olarak tanımaya çalışırlar (Ünlü, 2013, s.45).

4. Sosyal bilişte önyargı

Günlük kullanımında önyargı genellikle birisi ya da bir şey hakkında vaktinden önce ya da erken ifade edilmiş, olgunlaşmamış yargılar anlamını taşır. Yani söz konuşu kişi ya da şeyle doğrudan bir deneyimi olmadan, o kişi ya da şey hakkında fikir oluşturmaya ve değerlendirme yapmaya işaret eder. Bu anlam, sözcüğün Latince (*pre+judicium peşin hüküm*) köklerinden kaynaklanmaktadır. Sosyal psikolojide **önyargı** çeşitli biçimlerde tanımlanmaktadır. Örneğin, "bir sosyal grup üyesi için, sadece o grup üyesi olması nedeniyle geliştirilen (genellikle olumsuz) tutum"dur (Baron ve Byrne, 2000: 211. Aktaran: Ünlü, 2013, s.53). Ya da "belirli bir dış grup hakkında olumsuz, dogmatik kanaatlerdir" (Bilgin, 1994: 172. Aktaran: Ünlü, 2013, s. 54).
Sosyal psikolojide ne kadar farklı tanımlanırsa tanımlansın, önyargı kavramının şu beş özelliği paylaştığı görülebilir:

1- Önyargı bir tutumdur.
2- Esnek olmayan bir genellemeye dayanır.
3- Önyargı peşin verilmiş bir hükümdür.
4- Değişime dirençli ve katıdır.
5- Önyargı kötüdür (Augostinos, Walker ve Donaghue, 2006: 225-226).

Önyargı ifadesi hem genel tutum yapısını hem de tutumun duygusal boyutunu ifade etmektedir. Teknik olarak, önyargı, olumlu ya da olumsuz olabilir. Örneğin, İngilizleri soğuk buluyor ve sevmiyor olabilirsiniz. Bu olumsuz bir önyargıdır. Diğer yandan Arapları cana yakın buluyor ve seviyor olabilirsiniz. Bu da olumlu olsa bile bir önyargıdır. Ancak, yukarıda da görüldüğü gibi, sosyal psikologlar önyargı terimini diğerlerine yönelik olumsuz tutumları ifade etmede kullanmaktadırlar. Diğer yandan, önyargının sosyal gruplara karşı oluşturulan bir tutum olduğu da vurgulanmalıdır. Diğer bir deyişle önyargının hedefi bireyler değil, sosyal gruplardır. Bireyi hedefleyen önyargı, bireyin kişisel özellikleri nedeniyle değil, bireyin söz konusu gruba üyeliği nedeniyle ortaya çıkar. Dolayısıyla, önyargının hedefi olan grup üyesinin kişisel özellikleri ve davranışlarının iyi ya da kötü olmasının bir önemi yoktur. Önyargı, bir dış grup (üyesi olmadığımız grup) ya da onun üyesine karşı ortaya çıkmaktadır. Ancak önyargının geçerli olduğu durumlar bununla sınırlı değildir. Önyargı, aynı zamanda etnosentrizmi de içermektedir. **Etnosentrizm,** üyesi olunan grubun (iç grubun) diğer bütün gruplardan üstün olduğuna ilişkin inançtır. İç grup lehindeki bu aşırı tutumlar, iç grup üyelerini bireysel olarak tanımadan bile onlar hakkında olumlu değerlendirmeler yapılmasına yol açabilmektedir (Taylor, Peplau ve Sears, 2000. Aktaran: Ünlü, 2013, s.54).

5. Sosyal bilişte ayrımcılık

Sosyal psikologların önyargıların sonucunda ortaya çıkan bir davranış olarak gördüğü **ayrımcılık**, sadece sosyal psikolojinin çalışma alanına özgü bir mesele değildir. Sosyal bir problem olarak görülen ayrımcılık konusunda psikologlar kadar sosyologlar, siyaset bilimcileri ve sosyal felsefeciler de çalışmalar yapmaktadırlar. Bu disiplinler arası alanda, sosyal psikoloji, daha çok sosyal kategorileri temsil eden kişiler arasında sergilenen ayrımcı davranışlara

odaklanmaktadır (Brewer ve Crano, 1994. Aktaran, Ünlü, 2013, s.57). Önyargıların bir tutum oldukları kabul edildiğinde, diğer tüm tutumlar gibi davranışları yönlendirdiği ileri sürülmektedir. Böyle bir bakış açısından, ayrımcılık, önyargının davranışa dönüşmüş halidir. Daha kapsamlı tanımlamak gerekirse "ayrımcılık, belirli bir grubun üyelerine, sadece o grubun üyesi oldukları için olumsuz (bazen de olumlu) davranışlar gösterilmesidir (Feldman, 1998, s. 83. Aktaran: Ünlü, 2013, s.57).

ÖZGECİ DAVRANIŞ

1. Tanımlamalar

Özgecilik ve özgeci davranış konularının tanımlanmasında sosyal psikologlar ve sosyologlar yıllardır çeşitli çalışmalara yapmakta ve bazı tanımların üzerinde hemfikir olmakta, bazılarını ise reddetmektedirler. Bunun bir sebebi olarak özgeci davranışın temelinde yatan yardım etme davranışının kişiden kişiye farklılaştığı, sebep ve sonuç beklentilerinin birbirinden farklı olduğu gösterilebilir.

Mateer ve Willover literatürü etraflıca gözden geçirdikten sonra, özgeciliği; birinin diğerine iyilikle gerçekleştirdiği, diğerlerine yarar sağlayan ve kişinin dışarıdan herhangi bir ödül beklemeksizin yaptığı davranış olarak tanımlamaktadır. Onun bu özgecilik tanımı, bu tür davranışları gerçekleştirmek için yardım edene ödül konusunu da içermektedir. Özgeciliğin tanımında literatürdeki en büyük anlaşmazlık bölümlerinden biriside bu konudur (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.42).

Özgecilik (altruism) kelimesi, "başkası için" anlamına gelen Latince kökenli bir kavramdır. Özgecilik, birisine yarar sağlama ya da onu zarardan-kötülükten koruma dışında herhangi beklentisi olmayan yardım davranışıdır. Özgeci davranışta, birey elinden geleni isteyerek yapar. İnsanlara iyilik yapmış olmanın verdiği doyumdan başka bir ödül ya da karşılığı yoktur. Buna göre bir davranışın özgeci olup olmadığının ölçüsü, yardım edenin niyetidir. Yardımda bulunanın kafasında, şimdi ya da gelecekte sağlayabileceğini düşündüğü bir yarar varsa; yapılan iyilik özgeci olamaz. Örnek vermek gerekirse; özgeci davranış boğulmakta olan ya da yanan bir evde mahsur kalanları kurtarmak için yaşamını tehlikeye atma düzeyinde olabilir. Kucağında bebekle zorlanan bir bayanın elindeki poşetleri arabasına kadar götürme, yaşlı birisinin koluna girip caddenin karşısına geçirme ya da birisine yol tarif etme gibi sıradan olabilir. Karşılıksız olmak koşuluyla yapılan her yardım ve iyilik özgecidir (Ünlü, 2013, s.111).

Leeds özgeciliği (i) en azından bir diğer kişiye yararlı olabilen, (ii) gönüllü gerçekleştirilen, (iii) kişinin hemen bir ödül elde etmesini beklentisi ile güdülenmeyen bir davranış olarak kabul etmektedir. Bu görüşe zıt olarak, Hobbes özgeci davranışların doğrudan ödül, çıkar, bencillikle bağlantılı olduğunu belirtmektedir (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.48).

Krebs ve Van Hesteren'e göre, özgecilik, (i) başkalarına yapılan iyiliğinin arttırılmasını sağlayan ve (ii) kendi içinde bir amaç olarak gerçekleştirilen bir bütündür (Aktaran; Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.61).

Özgeciliğin tüm bu tanımları gözden geçirildiğinde, türeyen elementler (i) başkasına yardım etme güdüsü, (ii) davranışı gerçekleştirene bazı fedakârlıklar, (iii) dışarıdan hiçbir ödül beklentisinin olmamasıdır (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.62,63).

Özgeci davranışlar toplumsal gruplarla ya da bu gruplar içinde var olmak için bulunan dinamikler tarafından da şekillendirilebilmektedir. Özgeci davranışlar toplumsal gruplarla ya

da bu gruplar içinde var olmak için bulunan dinamikler tarafından da şekillendirilebilmektedir (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.50,51).

2. Prososyal davranış

Özgeciliğin en popüler kavramlaştırılması, süreç veya olaydan fayda gören/görecek kişinin ödülü için, fayda sağlayan davranışı sergileyen kişinin kendisini düşünmeden harekette bulunmasıdır. Bu durum en basit anlatımı ile gerçekleştirilen yardımsever hareketten, özellikle ödül ve kişisel çıkar beklenmemesidir. Özgecilik, literatürde büyük ölçüde prososyal ya da yardımsever davranış olarak da tanımlanmaktadır. Özgecilik ve prososyal davranış ahlâk felsefecilerinin çağlar boyu çalışma konusu olmuştur ve olmaya da devam etmektedir (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.43).

Herhangi bir emre dayalı olmayan, örgüt için fayda sağlayan davranışlar ve hareketler, çalışanların biçimsel rol davranışlarından farklılık gösterir. Biçimsel olmayan davranışlar şeklinde ele alınan bu davranışlar literatürde, prososyal davranış veya fazladan rol davranışı olarak adlandırılmaktadır. Bu davranışlar çoğu zaman kişilerin kendi istekleri sonucunda ortaya çıkmakta ve örgüte fayda sağlamaktadır. Literatürde sadakat, itaat, taraf tutucu katılım, kişisel inisiyatif, nezaket ve yardım etme gibi birçok davranış prososyal davranış olarak adlandırılmaktadır (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.52).

Eisenberg prososyal davranışı; başkasına yarar sağlama niyetindeki gönüllü davranış olarak tanımlamakta ve özgeciliği prososyal davranışın bir alt türü olarak ifade etmekte ve diğer prososyal davranışlar ahlâkla ilişiği olmayan hatta ahlâka aykırı bir şekilde güdülenirken özgecilik ahlâki yönden güdülemesini ifade etmektedir (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.61).

Sonuç olarak özgecilik ve prososyal davranış arasında çok sıkı ve pozitif ilişkiler vardır.

2.1. Prososyal davranışın elementleri ve özgecilik

Empati: Empati prososyal davranışın birincil amacı olarak hizmet vermektedir. Rushton empatiyi bir başkasının duygusal durumunu tecrübe etme olarak tanımlayarak, empatinin birinin diğeriyle duygularının eşleştiği zaman iki kişi arasında gerçekleştiğini ifade etmektedir (Aktaran; Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.54).

Rol-üstlenme: Prososyal davranışlar için gerekli olan ve sıkça bahsedilen ikinci element davranışı gerçekleştirenin rol-üstlenme ya da bakış-açısı-üstlenmedir. Rol-üstlenme karşısındakinin ihtiyaçlarını anlamasına izin vermek, karşılığında, yardımsever davranışları güdüleyebilmektir. Rol-üstlenme kişiye başkasının ihtiyaçlarına cevap verme kişinin yeteneği ya da yeterliliği hakkında tahminde bulunmasına izin vermektedir. Bu yeterlilik, gerçek ya da algılanmış, yardımsever davranışın habercisidir (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.55,56).

Kendine değer verme: Bireyin yardımsever davranış sağlamak için farkına vardığı yeterliliği, geniş anlamda, kendine değer vermesi tarafından idare edilmektedir. Hunt kendine yüksek derecede kıymet veren kişilerin kendine daha az kıymet verenlerden daha özgeci olduklarını ve güçlü bir kişisel-imajın kişinin daha pozitif bir iletişim kurmasına katkıda bulunacağını belirtmiştir. Kendisine yüksek derecede kıymet verme daha iyi bir var oluşun anlamıdır ki bu ihtiyacı olan birine kişinin yardımsever bir karşılık vermesini etkilemektedir. Batson ve Coke kişinin kendisine kıymet vermesi konusunu, bir şekilde daha farklı olarak, bazı örneklerde

kişinin kendi kendine kıymetini arttırma arzusundan köklenen yardımsever davranışı öne sürerek araştırmalarını bu yönde sürdürmüşlerdir. Bu amaçla yerine getirilen yardımsever davranışın doğal olarak egoistlik olduğunu iddia etmişlerdir (Aktaran; Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.57,58).

2.2. Prososyal davranışın normları ve özgecilik

Hunt (1990) yardımsever davranışa, kısmen de özgeci davranışa katkıda bulunacak üç önemli norm sunmaktadır. Bunlar; (i) karşılıklı münasebet normu, (ii) yardım etme ya da sosyal sorumluluk normu ve (iii) adalet normudur. Hunt karşılıklı münasebet normunu, tüm iş birliği içeren ve karşılıklı yardım türlerini hesaba katarak tarif etmektedir. Adalet normu eşitliği, insancıllığı ve adaleti ilerletirken; sosyal sorumluluk normu, böyle bir yardım olmadan çok büyük acı çekecek olan kişilere yardım istemektedir (Karadağ, Mutafçılar, 2009, s.59).

3. Özgeci davranış kuramları

Özgecilik gibi olumlu, insan olmaya yakışır davranışı açıklamada farklı görüşler ileri sürülmektedir (Taylor, Peplau ve Sears, 2007. Aktaran: Ünlü, 2013, s.112). Sözgelimi özgeciliği evrimsel kalıtımla, kültürle ya da öğrenmeyle açıklayan görüşler vardır. Aşağıda bu üç kuramsal yaklaşım kısaca açıklanmaktadır (Ünlü, 2013, s.112).

3.1. Evrimsel yaklaşım

Hayvanlar arasında var olan özgeci davranışlar bilim insanlarının da dikkatini çekmiştir. Sözgelimi tavşanlar yırtıcı hayvan tehlikesi algıladıklarında, arka ayaklarını kullanarak çıkardıkları seslerle diğerlerini uyarmaya çalışmaktadırlar. Yine yunus balıklarının; bir arkadaşları yaralandığında, su altında havasızlıktan ölmemesi için onu su yüzeyine çıkardıkları gözlenmiştir. Bu ve benzeri birçok örnek, özgecilikle kalıtım arasında ilişki olabileceğini düşündürmüştür. Hayvanlar ve insanda görülen bu yardım etme, gerektiğinde -başkalarının hayatta kalması için- kendini tehlikeye atma davranışı; evrimsel psikolojiyle ilgilenenler tarafından, bir kuşaktan diğerine aktarılan genetik bir özellik olduğunu ileri sürmüşlerdir. Evrimsel yaklaşımdan yola çıkarak şu kestirimlerde bulunulabilir (Ünlü, 2013, s.112):

- Hayvanlar genetik olarak öncelikle kendilerine en yakın olanlara yardım etmelidirler. Sözgelimi kendi aile üyelerine yardımcı olma eğilimi, akrabalar ya da yabancılardan daha yüksek olmalıdır.
- Ebeveynler sağlıklı yavrularına, yaşama şansı düşük olanlardan daha özgeci davranmalıdırlar.
- Anneler yavrularına, genellikle babalardan daha çok yardımcı olmalıdırlar. Çünkü dişilerle kıyaslandığında, erkekler daha çok yavrunun babası olabilme gizilgücüne sahiptirler. Erkeğin pek çok dişiyi dölleyebilme gücüne karşılık; dişilerin yaşamları boyunca genlerini aktaracağı yavru sayısı doğurduklarıyla sınırlıdır. O nedenle dişi doğurduğu yavrusunun hayatta kalması için onlara yardım etmek durumundadır.

3.2. Kültürel yaklaşım

Bu görüş; evrimsel yaklaşımın, sadece anne babaların çocuklarını bakıp büyütmesiyle sınırlı bir yardım etme davranışını açıklayabileceğini kabul etmektedir. Ancak evrimsel yaklaşım, hiç tanımadığımız birinin ihtiyacı olduğunda ona yaptığımız yardımı açıklayamamaktadır. Kültürel yaklaşıma göre toplumlar; gelişim süreci içerisinde insan ve toplum için iyi olan çeşitli beceri, inanç, tutum ve davranışlar geliştirmişlerdir. Yine zaman içerisinde iyi olan tutum ve davranışlar **toplumsal normların** bir parçası haline gelmiştir. Bireyin kültürel normlarına uygun tutum ve davranışlar; yapılacak bir değişiklik ya da verilecek bir hizmetle ilgili özgeci eğilimleri harekete geçirebilmektedir. Üç toplumsal norm yardım etme davranışıyla ilgilidir: Toplumsal sorumluluk, karşılıklılık ve toplumsal adalet (Taylor, Peplau ve Sears, 2007. Aktaran: Ünlü, 2013, s.113).

Aşağıda kısaca açıklanan bu üç norm bütün toplumlarda geçerlidir (Ünlü, 2013, s.113).

Toplumsal sorumluluk: Bu kural, yaşamak için bize muhtaç olanlara yardım etmemizi söyler. Bununla ilgili pek çok örnek verilebilir. Sözgelimi ebeveynler, çocuklarının fiziksel ve ruhsal bakımdan sağlıklı bir şekilde yetişmelerinden sorumludurlar.

Karşılıklılık: Bu kural, yardım aldığımız insanlara bizim de yardım etmemizi söyler. Aslında gerçek yaşamda böyle de olmaktadır. İnsanların "borçlu kalmamak" için yardım gördüğü insanlara yardım etmek için fırsat kolladıkları araştırmalarla da kanıtlanmıştır. Bu olgu aşağıda açıklandığı gibi toplumsal adalet duygusuyla da ilgilidir.

Toplumsal adalet: Özgeci ve olumlu sosyal davranışı etkileyen bir diğer etken adalet ve toplumsal eşitlik duygusudur. Bu ilkeye göre, bir işe yaptıkları katkı eşit olan insanların aldıkları ödüler de eşit olmalıdır. Eşitlik duygusu, bir başkasına iyilik yapma sonucunda da görülebilir. Bir iş yapılırken birisinin bize yardım etmesi durumunda, daha sonra onun yardım gereksinimi olduğunda, bizim ona yardım etme eğilimimiz yüksek olacaktır. İnsanların hayır kurumlarına bağış yapmalarının altında yatan da bir tür hakkaniyet-toplumsal adalet duygusudur. Birçok araştırma, insanların paylarına düşenden fazlasını kazandıklarında, kazançlarının bir kısmını, hakkaniyeti sağlamak için isteyerek vermeye hazır olduklarını göstermiştir.

3.3. Öğrenme yaklaşımı

Özgeci davranışı öğrenme ile açıklayan yaklaşım, yardım etmenin toplumsallaşma süreci içerisinde öğrenildiğini-öğretildiğini varsaymaktadır. Bu yaklaşım "koşullu öğrenme" kuramlarını esas almaktadır. Buna göre birey, bir davranışı yaptı diye ya da yapmadı diye ödül aldığında (aferin denildiği, başının okşandığı, gülümsendiği, maddi bir karşılık verildiği...) en azından cezalandırılmadığında o davranışı benimser. Buna karşılık yaptığı bir davranış ceza gördüğünde ya da hoş karşılanmadığında o davranışı benimsemez. İşte yardım etme davranışı da bu şekilde ödüllendirmelerle pekiştirilerek edinilir. Araştırmalar; olumlu toplumsal davranışlar ödüllendirildiklerinde, insanlardaki yardım etme ve paylaşma eğiliminin arttığını göstermektedir. Ödül davranışı pekiştirmektedir.

4. Özgeci davranış karar basamakları

Yardım etme davranışı, yapılacak yardımın özelliğine göre hiç düşünmeden ya da enine boyuna düşünülerek belli aşamalardan geçilerek yapılır. Örneğin koltuğun tepesinde düşmek üzere olan bir çocuğu yakalamak için yerinden fırlayan bir kişinin -doğal olarak- düşünmeye zamanı olmayacaktır. Buna karşılık apartmanın yağmur suyu oluğuna düşmüş kediye yardım söz konusu olduğunda; yapılabilecekleri düşünme, farklı olasılıkları hesaba katmak gerekebilir. Yardım etme kararının verilmesi süreci, aşağıda kısaca açıklanan dört basamakta tamamlanır (Ünlü, 2013, s.114).

Birinci basamak: Özgeci davranışta bulunmak için; öncelikle yardım etmeyi gerektiren bir *sorunun algılanması* gerekir. Bu algılamanın sonunda, yardımın gerekli olup olmadığı kararı verilir. Bazı durumlarda yardımın gerekliliği açıktır. Sözgelimi oturduğu yerde elini kalbinin üzerine bastıran, yüzü kireç gibi beyazlaşan birsinin yardıma ihtiyacı var mı yok mu diye düşünülmeyecektir. Ama gecenin geç saatinde komşudan gelen bir çığlık duyulduğunda; yardım gerektirecek bir durumun olup olmadığına karar vermek kolay olmayacaktır. Bir olayın yardım gerektirip gerektirmediğine karar verirken beş göstergenin varlığına bakılmaktadır.

- Olayın aniden ve beklenmedik olması.
- Kurbana zarar verecek açık bir tehdit durumunun olması.
- Müdahale edilmediği takdirde kurbanın göreceği zararın daha da artacak olması.
- Kurbanın çaresizliği ve yardıma ihtiyacının belirgin olması.
- Sonuç verecek bir müdahalenin mümkün olması.

Bir mağdura yardım önerip önermemede; durumu nasıl yorumladığımız belirleyici olmaktadır. Karşılaşılan bir durum için "Kol kırılır yen içinde kalır", "karı-koca arasına girilmez", "onlar dövüşür de sevişir de" diyorsak, o bizim için müdahale edilmemesi gereken bir durumdur.

İkinci basamak: Sonraki adım, *"kişisel sorumluluk almadır"*. Bankada sıranızın gelmesini beklerken, yanınızda oturan bayanın çantasını oturağa koyup bir süre gözden kaybolduğunu düşünün. Bu sırada bir başkası gelsin ve çantayı kenara koyup otursun. Siz o yeni gelene, oranın sahibi olduğunu muhtemelen söylemezdiniz. Ama o bayan sizden yerini tutmanızı isteseydi, büyük olasılıkla o kişiye müdahale ederdiniz.

Yakınlarımıza yardım için sorumluluk alma eğilimimiz, yabancılardan daha fazladır. Ayrıca yapılacak yardımın gerektirdiği beceriye sahip olduğumuzda yardım için duyduğumuz sorumluluk da artmaktadır.

Üçüncü basamak: Yapılacak yardımın *getiri ve götürüsünün ne olacağını* düşünmektir. Bazı durumlarda yardım etmenin hemen hiçbir bedeli yoktur. Ama kimi durumlarda fazlaca enerji ve zaman gerektirebilir. Götürünün yani ödenecek bedelin miktarı arttıkça yardım olasılığı düşmektedir. Buna karşılık yapılacak yardımın getirisi fazla olduğunda, yardımcı olma olasılığı da artmaktadır. Yardım etmenin getiri ve götürüsüyle birlikte sonuçları da hesaba katılmaktadır. Sözgelimi yardıma ihtiyacı olan birisine yardım etmemek kişide suçluluk duygusuna yol açabilmektedir. Öte yandan yardım etmeniz gerekirken yapmamanız, başkaları tarafından görülürse hakkınızda iyi şeyler düşünmeyecektir. Ayrıca zorda olanlara yardım etmeyi emreden bir inancın mensubu olabilirsiniz. Bütün bunlar yardım teklifinde bulunmamızı etkileyen faktörlerdirler.

Dördüncü basamak: Yardım etme kararı sürecinin son basamağı, *"yardımın biçimine karar verme ve harekete geçmedir"*.

5. İnsanlardaki özgeci davranış farklılıkları

Gözü pekiyi görmeyen yaşlı bir kadını caddenin bir tarafından diğer tarafına geçerken gördüğünüzde, elinden tutup caddeyi geçmesine yardımcı olmak istersiniz. İki, üç kişiyi yaşlı ve bakımsız birini sokak ortasında döverken görseniz, dövülen kişiye gidip yardım etmek, döven kişilerin elinden kurtarmak istersiniz. Bu tür yardım etme eğilimi her insanda olduğu halde, bazı durumlarda kişiler yardım etme davranışını göstermezler (Cüceloğlu, 2000, s.551). Toplumsal düzende insanları birbirlerine farklı biçimlerde, farklı gerekçelerle ve farklı yollarla yardım edebilmekte, özgeci davranış sergileyebilmektedir. Bazı insanlar yardım etme konusunda daha eğilimli davranırken, bazıları "bana dokunmayan yılan bin yaşasın" mantığıyla hareket edebilmekte ve yardım konusunda gayet eksik davranabilirler. Bu konuda yapılan araştırmalar, insanların özgeci davranışları konusunda farklı davranmalarının sebeplerinin insanların duygu durumları ve kişilik özellikleri üzerinde yoğunlaştığını göstermiştir.

5.1. Duygu durumu ve özgeci davranış

İnsanlar kendilerini mutlu, neşeli ve keyifli hissettiklerinde daha fazla yardım etme davranışı göstermektedirler. Bir başka ifadeyle olumlu duygu durumu içindeysek özgeci davranışlarımız daha fazla olacaktır.

Olumlu duygu durumu ile yardım etme arasındaki ilişkinin varlığı araştırmalarla kesin olarak kanıtlanmıştır. Ancak bunun temelinde yatanın ne oldu¤una ilişkin çalışmalar devam etmektedir (Taylor, Peplau ve Sears, 2007. Aktaran: Ünlü, 2013, s.116). Bu konuda ileri sürülen iddialar vardır. Sözgelimi olumlu duygu durumunun devamını sağlamak için yardım edildiğini ileri sürenler vardır. Yardım etmek o mutluluğu devam ettirmektedir. Bir başka görüşe göre, güzel duygular içinde olmak bizi daha olumlu düşünmeye sevk etmektedir. Buna karşılık yapılacak bir yardım İnsandaki olumlu duyguları bozacağı düşünüldüğünde özgeci davranışı azaltmaktadır. İnsanlardaki kötü duygu durumunun yardım etme davranışı üzerindeki etkilerine ilişkin araştırma sonuçları birbirini tutmamaktadır. İnsanın kendisini kötü hissetmesi, başkalarına yardım davranışını azaltabilmektedir. Buna karşılık bir başkasına yapılacak yardım insandaki kötümserliği, karamsarlığı giderecek ya da hafifletecekse, bu durum insanı yardım etmeye yöneltebilir. Yaşanılan olumsuz duygu durumundan kurtulmak için başkalarına yardım etmek, her zaman işe yaramayacağı gibi; bu konudaki tek seçenek de değildir. Bir dostla dertleşmek, mekân değişikliği, sevilen birisin ziyaret vb. şeyler de bu konuda etkili olabilir. Ancak başkalarına yardım etmenin genel olarak insanın kendisini iyi hissetmesine neden olduğu söylenebilir (Ünlü, 2013, s.116).

5.2. Yardım etme güdüleri: Empati ve Kötü hissetme

İnsanları hiçbir karşılık beklemeden yardım etmeye sevk eden duyguların neler olduğu da araştırma konusu yapılmıştır. Birilerini zor ve çaresizli içinde görmek, insanda güçlü duygular uyandırır. Bunlardan birisi kendini ***kötü hissetmedir***. Kötü hissetme, başkalarının yaşadığı olumsuzluklara verilen duygusal bir tepkidir. Bir kişinin tanık olduğu bir durum karşısında hissettiği sarsılma, kaygı ve çaresizlik gibi duygusal tepkiler kötü hissetmedir. Buna karşılık empati, bireyin kendisini bir başkasının yerine koyarak onu duygularını anlama ve bunu

karşıdakine hissettirmedir. Empati, kurban durumundaki kişinin duygu ve düşünceleri üzerinde odaklanıldığında gerçekleşir. Kötü hissetmede korkma, kaygılanma, isteksizlik gibi duygular yaşanır. Yine kötü hissetme insanı, kendi rahatsızlığını azaltmaya güdüler. Bunu da zor durumdaki insana yardım ederek yaparız. Ancak kötü hissetme ile yardım etme davranışı arasında zorunlu bir ilişki yoktur. Bazı insanlar çevresindeki olumsuzlukları görmezden gelerek, oradan uzaklaşarak da kendisini iyi hissetmesini sağlayabilir. Empatide ise karşıdakini anlamaya çalışmak esastır; duygudaşlık ve şefkate yol açar ve bizi yardım etmeye güdüler. Amacı da başkalarının kendisini iyi hissetmesine yardımcı olmaktır. Dolayısıyla empati özgeci bir davranıştır (Ünlü, 2013, s.117).

6. Yardım etme biçimleri

Araştırmalar yardım gerektiren bir durumda başka insanların da olması, yardım gerektiren durumun yaşandığı çevre ve zaman sınırlılığının getirdiği baskının yardım etme biçimlerini etkilediğini göstermiştir. Bu üç değişken aşağıda kısaca açıklanmıştır (Ünlü, 2013, s.117). Ancak yapılan araştırmaların genellikle Batı toplumlarındaki davranışlara yönelik olduğunu da unutmamak gerekir. Bu nedenle son olarak Türk toplumunda yardım etme davranışını da incelemek doğru olacaktır.

6.1. Başkalarının varlığı-Sorumluluğun Dağılımı

Araştırmalar, başkalarının olması durumunda yardım etme davranışının azaldığını ortaya koymuştur. Bu durum için getirilen açıklamalardan birisi, yardım gerektiren ortamda başkalarının da olmasının *"sorumluluk dağılması"*na neden olduğudur. Zor durumdaki bireye çevrede yardım edebilecek başka kimse yoksa yardım etme sorumluluğu bütünüyle ona ait olacak, dahası yardım yapmazsa suçlanacaktır. Ama birçok insan olaya tanık olmuşsa, o zaman sorumluluk paylaşılacak demektir. İnsanlar yardım gerektiren durumu insanların uzaktan görüyor ya da duyuyor olmaları halinde her biri bir diğerinin yardım için gerekeni (örneğin polise haber vermeyi) yapmış olabileceğini varsayabilir. Araştırmalar bir grupta lider konumunda olanın, kurbana yardım etmeye daha eğilimli olduğunu göstermiştir. Başkalarının varlığı söz konusu olduğunda durumun yardım gerektirecek kadar acil olup olmadığı yorumu da farklılaşabilmektedir. Çevredeki insanların bir duruma tepkisiz kalması ya da görmezden gelmesi, ortada yardım gerektirecek bir durumun olmadığı şeklinde algılanabilir. Tanıkların etkisiyle ilgili üçüncü bir yorum, *"değerlendiriliyor olma kaygısı"* olabilmektedir. Birileri bizi seyrediyorsa, yanlış yapma ya da başaramama korkusu biz harekete geçmeden alıkoyabilir (Ünlü, 2013, s.117).

Latane ve Nida (1981) yaptıkları araştırmada yardımı gerektiren durumlarda bulunan kişi sayısının, yardımcı davranışın ortaya çıkıp çıkmamasında önemli rol oynadığını gözlemiştir. Örneğin, orta yaşlı bir erkek sokakta yürürken birden göğsünü tutup, sendeleyip, yere yıkılırsa ortada yardım edilmesi gereken bir durum var demektir. Bu durumda o adamın çevresinde yalnız siz varsanız, yardım etme olasılığınız yüksek olur. Sokaktaki kişilerin sayısı arttıkça yardım etme eğiliminiz de azalacaktır. Bu örnekte gözlenen faktöre sorumluluğun dağılımı diyoruz. Yardımı gerektiren durumda kişi sayısı ne kadar azsa sorumluluk o kadar odaklaşır, kişi sayısı arttıkça sorumluluk o kadar dağılır (Cüceloğlu, 2000, s.552).

6.2. Çevresel koşullar

Yardım yapılması gereken durumla ilgili çevresel koşullar, yardım davranışını etkileyebilmektedir. Sözgelimi arabası arıza yapmış bir kişiye yardım etme olasılığı hava güneşli ya da yağmurlu oldu¤unda mı daha yüksektir? Karanlık ve ıssız bir sokakta mı yoksa hareketli, aydınlık bir bulvarda mı? Şehirlerarası bir yolda mı yoksa şehir içinde mı (Ünlü, 2013, s.118)?

Yukarıda sorulan soruların cevaplarına gelince; yardım etme davranışında çevresel faktörlerin önemli bir yeri olduğu yadsınamaz. Araştırmalar bu gerçeği ortaya koymaktadır. Araştırmalara göre, kişiler karanlıkta yardım etme davranışından kaçınmakta, gündüzleri ise daha çok yardım davranışı sergilemektedirler. Ayrıca soğuk havalarda yardım etme eğilimleri düşmektedir. Kısacası insanlar, yardım etme kararı verirken çevresel faktörlere de dikkat ederler. Bunun esas nedeni ise yardım etmenin sonucunda ortaya çıkabilecek kendileri için tehlike arz edebilecek bir olayla karşılaşma korkusudur.

Ayrıca, yardım etme davranışı havanın çok sıcak ya da çok soğuk olmadığı günlerde daha yüksek bulunmuştur. İlginçtir; lokantada yemek yiyenler, havaların güzel olduğu günlerde daha çok bahşiş bırakmaktadırlar. Araştırmalarda, zorda kalmış yabancılara yardım söz konusu olduğunda, küçük yerleşim birimlerinde yardım etmenin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Yabancıya yardım etme davranışı ile kent büyüklüğü arasındaki ilişki birçok araştırmada benzer sonuçlar vermiştir. Yani kent büyüdükçe yardım etme davranışı azalmaktadır (Ünlü, 2013, s. 118).

6.3. Zaman baskısı

Zaman baskısının yardım etme davranışı üzerindeki etkisi son derece güçlüdür. İnsanlar geç kalmamak, bir toplantıya, bir randevuya yetişmek gibi zaman baskısı altında olduklarında yardım etme davranışı azalmaktadır.

6.4. Türk toplumuna özgü bazı yönler

Cüceloğlu, kitabında bu konuda iki örnek vermiştir. Biri İstanbul'da, bir diğeri Los Angeles'ta yaşanan bu örnekler aynen şöyledir: *"İstanbul'da 65 yaşındaki halamla 1979 yılının baharında Boğazın Anadolu yakasında bir araba gezisi yapıyorduk. Halam, "Oğlum arabayı sokak kenarına çek, beni burada bekle" dedi. Kendisine neye ihtiyacı olduğunu sorduğumda, "ikindi namazının vakti geçiyor, şu evlerden birine girip, namazımı kılacağım. Çok zaman almaz, beş dakikaya gelirim" cevabını verdi. Kendisine burada tanıdığı birisinin olup olmadığını sorduğumda son derece doğal bir ifadeyle "Tanımaya ne gerek var, Müslüman evi değil mi bunlar?" dedi ve karşısına çıkan ilk evin kapısını çaldı. İçeri girdi, namazını kıldı, çıktı ve yolumuza devam ettik. Bir yıl sonra Los Angeles'ta idim. Ve yolda elindeki paketleri zorla taşıyan yaşlı bir kadına yardım için el uzattım. Yaşlı kadın korkuyla paniğe kapıldı, "Hayır, senden yardım istemiyorum, beni yalnız bırak. Ben kendim taşırım" dedi. Bu iki gözlem, bir toplumun kültür, gelenek, görenek, dil ve din bakımından benzer değer ve görünüşe sahip olup olmamasının yardım davranışını etkileyeceğini bana gösterdi. Öyle sanıyorum ki, halam kapıyı çalıp "Namaz kılacağım, bana yer gösterin" davranışını Bebek'te 30 daireli bir apartmanda*

gösteremezdi. Anadoluhisarı'nın küçük evlerinde oturan kişilerin kendi dünya görüşünü paylaştıklarını biliyordu."

Türk toplumun yardım davranışında bir başka temel konu da cinsiyettir. Eğer yardım gerektiren bir konuda çevrede tek bir erkek varsa ve diğer herkes kadınsa, sorumluluğu üstüne alan erkek olacaktır. Fakat birden fazla erkek olduğunda sorumluluğu başka bir erkeğin alması beklenir. Ama bir kadının yardım etme davranışını sergilemesi beklenen bir durum değildir.

Kaynakça

Cüceloğlu, Doğan; İnsan Ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları; Remzi Kitabevi; 2000

Dönmez, Prof. Dr. Ali, Bilişsel Sosyal Şemalar; Araştırma Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi; Cilt: 14; 1992

Fazio, Russell h.; olson, Michael A.;implict measures in social cognition research: their meaning and use; annual review of psychology; volme 54; 2003

Fiske, Susan T.; Taylor, Shelley E.; Social Cognition From brains to culture; 2013

Freedman, Jonathan L.; Sears, David O.; Carlsmith, J. Merrill; Social Psychology, Englewood Cliffs; Çeviren: Dönmez, Doç. Dr. Ali; Özgecilik Ve Olumlu Sosyal Davranış; Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi Sayı: 1; 1987

Hansen, C. H., & Hansen, R. D. (1988). Finding the face in the crowd: an anger superiority effect. Journal of personality and social psychology, 54(6), 917.

Kağıtçıbaşı, Prof. Dr. Çiğdem; Günümüzde İnsan Ve İnsanlar; Evrim Yay. 2013

Karadağ, E. , Mutafçılar, İ. "Prososyal Davranış Ekseninde Özgecilik Üzerine Teorik Bir Çözümleme". FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi (2009): 41-69

Kırel, Prof. Dr. Çiğdem; Kayaoğlu, Yrd. Doç. Dr. Aysel; Gökdağ, Doç. Dr. Rüçhan; Sosyal Psikoloji Iı; Anadolu Üniversitesi Yayınları; 2011

Sears, David O.; Freedman, Jonathan L.; Peplau, Letitia Anne; Social Cognition; Çevirenler:Dönmez, Prof. Dr. Ali; Koç, Doç. Dr. Nizamettin; Sosyal Biliş; Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi Sayı: 1; 1991

Stangor, Prof. Charles; Introduction of psychology; 2011

KRİZ GELİYORUM DER Mİ? KRİZİN İÇ VE DIŞ KAYNAKLARI

Doç. Dr. Sezen GÜNGÖR
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi,
Dr. Kader EROL
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

ÖZET

Global dünyanın işletmelerinin karşı karşıya kaldığı en büyük sorunlardan biri olan krizin çok farklı sebeplere dayanması, proaktif kriz yönetimi açısından önem arz etmektedir. Bir krizi önlemenin en temel yolu kuşkusuz sebebini bilmektir. Bu nedenle işletme içi ve işletme dışı kriz kaynaklarının tespit edilmesi krizden en az hasarla çıkmanın olmazsa olmazıdır.

Bu çalışmada krizin işletme içi ve işletme dışı kaynakları nispeten güncel örneklerle ele alınmaktadır. Literatüre geçmiş örneklerin yer alacağı çalışmanın gelecekte yapılacak benzer çalışmalara ışık tutması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşletmelerde Kriz, Kriz Yönetimi, Krizin Kaynakları

CRISIS SAY I'M COMING?
INTERNAL AND EXTERNAL SOURCES OF THE CRISIS

Abstract

It is important for proactive crisis management that the crisis, which is one of the biggest problems faced by the businesses of the global world, is based on very different reasons. The most basic way to prevent a crisis is undoubtedly to know the cause. For this reason, it is essential to identify the sources of crisis inside and outside the business, to get out of the crisis with the least damage.

In this study, the internal and external sources of the crisis are discussed with relatively recent examples. It is aimed that the study, which will include examples from the literature, will shed light on similar studies to be done in the future.

Keywords: Crisis in Business, Crisis Management, Sources of Crisis

1. İşletmede Kriz Kaynakları

İşletme dışı kaynaklar

Kontrol edilemez değişkenler olmakla birlikte dikkatli bir çevre analizi ile büyük ölçüde tahmin edilebilirler (Tüz vd., 2010).

DOĞAL FAKTÖRLER: İşletme yönetimi tarafından sezilemeyen sel, kuraklık ve buna benzer doğal felaketler krizlerin en önemli sebepleridir. Beklenmedik felaketler ve doğal

çevreyle (toprak, su iklim) ilgili birçok faktör işletmeyi krize yöneltebilmektedir. Herhangi bir öngörü olmadığı için önlem alınması en güç faktördür.

EVKUR ALIŞVERİŞ MERKEZİ-İKİTELLİ SEL FELAKETİ

- Selin vurduğu İkitelli bölgesindeki zarar gören firmaların toplam maddi zararı 350 milyon TL olarak belirlendi.
- EVKUR, maddi zararını önce 16 milyon TL olarak açıkladı, MAPFRE Sigorta Şirketi tarafından EVKUR'a 7 milyon TL tazminat ödendi.
- EVKUR, selde zarar gören ancak kurtarılabilen ürünlerini dörtte bir fiyatına satışa sundu. Temizlenmiş ve temizlenmemiş tüm ürünler talep gördü. Böylelikle bir günde 12.000 parça ürün sattı ve zararını gidermeye çalıştı.

EKONOMİK FAKTÖRLER: Örgütlerin içinde faaliyet gösterdiği ekonomik sistem, örgütlerin karşılaşabileceği belirsizlik ve karmaşıklık derecesini etkilemektedir. Ekonomik dalgalanmalar ve istikrarsızlık piyasadaki arz/talep dengesini bozarak örgütün kullanacağı girdilerin ve pazarlayacağı ürünlerin fiyat ve miktarını, yatırım kararlarını, kar paylarını etkileyebilmektedir. Ekonomik krizler genellikle; kur değişimleri, enflasyon hedeflerinde sapmalar, hammadde fiyatlarının değişimi, cari açık, endüstriyel kazalar, rekabetin hızlanması, hükümet krizleri veya uluslararası krizler gibi faktörler sonucunda ortaya çıkmaktadır. İşletmelerde ekonomik kriz süreci, genellikle satışların düşmesiyle başlamakta, pazar payı kaybı ve gelirlerdeki gerileme ile devam etmektedir.

YUNANİSTAN KRİZİ

- 2009 yılı genel seçimlerinin ardından iktidara gelen hükümet, 2008 ve 2009 yılı finansal verilerini önemli ölçüde revize etti.
- Revizyondan sonra ülkenin bütçe açığı GSYH'nın % 13,6'sına, borç stoku ise GSYH'nın %115,1'ine ulaştı.
- Bütçe açığı ve borç stokundaki artışın sebepleri; vergi toplama, harcamaları kontrol etme ve verileri kaydetme konusundaki yapısal yetersizlikler, gelir toplama mekanizmasındaki gevşeklik ve harcamaların yüksekliği ve elbette ekonomik gerileme.
- Krizin patlak vermesinden sonra Yunanistan enflasyon oranı, EURO Bölgesi enflasyon oranı ortalamasının üstünde çıktı. EURO Bölgesi olaya derhal müdahale etti ve IMF'nin desteği ile 110 milyar € bedelli Yunanistan'ı kurtarma paketini onayladı. Böylece IMF 30 milyar €, EURO Bölgesi ülkeleri 80 milyar € katkıda bulunacaklardı.
- Yunanistan için 2008-2015 yılları arasında temel ekonomik veriler ve beklentiler şu şekildedir.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	GSYH'nın yüzdesi olarak							
Genel bütçe dengesi (Bütçe açığı)	-7,7	-13,6	-8,1	-7,6	-6,5	-4,9	-2,6	-2
Toplam kamu borcu	99	115	133	145	149	149	145	139
Cari işlemler dengesi	-14,7	-11,2	-8,4	-7,1	-5,6	-4,0	-2,8	-1,9

- Krizin en ağır darbesini ülkedeki işletmeler aldı. Bunalım ortamında halk işletmeleri yağmalamaya başladı. Özellikle küçük esnaf kepenk kapatmak zorunda kaldı. Tüm işletmeler için ortam kaosa dönerken, kriz sonrasında uzun bir dönemde toparlanma süreci yaşandı fakat rekabetçi bir ortam uzun süre yakalanamadı.

Türkiye'de Ekonomik Faktörlerin Etkisiyle Ortaya Çıkan Krizler ve Sonuçları

YILLAR	KRİZLERİN NEDENLERİ	KRİZLERİN SONUÇLARI
1929	Milli para buhranı	Dolar 1,97 TL'den 2,12 TL'ye çıktı. Ödemeler dengesi bozuldu. Yabancı sermaye girişi durdu.
1936	Dış ticaret açığını kapatmak, fiyat dengesini oluşturmak için kur ayarlaması yapıldı.	Enflasyon %30'lara çıktı. 1946-1947 yılları arasında ekonomi geriledi.
1958	Döviz bolluğu nedeniyle kur ayarlaması yapıldı.	Ekonomi darboğaza girdi. Piyasayı karaborsa sardı. Bazı bankalar battı.
1970	Dış ödemeler dengesi üzerindeki enflasyonist baskılar hükümeti kur ayarlamasına itti.	Dolar 9 TL'den 15,15 TL'ye çıktı. Enflasyon tırmandı. Büyüme yavaşladı
1980	Hükümet tarafından 24 ocak kararları alındı.	Dolar 35,70 TL'den 70 TL'ye çıktı. Reel faiz dönemi başladı. Üç haneli enflasyon yaşandı.
1994	Kamu açıklarını kapatmak amacıyla, devlet giderlerini azaltıcı ve gelirlerini arttırıcı tedbirler alındı.	Dolar 17.000 TL'den 40.000 TL'ye çıktı. Hükümet istikrar paketini açıklamak zorunda kaldı.
1997	Asya krizi	Ekonomik büyüme oranlarında inildi. Altı hafta içinde 6 milyar $ civarında yabancı yatırım Türkiye'yi terk etti.
2001	Ulusal bankacılık krizi	Gecelik faizler %5.000 'lere çıktı, sabit döviz kurundan dalgalı döviz kuruna geçildi. Türk lirası bir gecede %39 değer kaybetti.
2008	A.B.D.'de ortaya çıkan küresel mali kriz. Mortgage Krizi	Başta KOBİ'ler olmak üzere birçok işletme iflas etti.

POLİTİK VE YASAL FAKTÖRLER: Politik ve hukuki çevre, günümüzde dinamik bir yapıya sahip olmuştur. Hükümetlerin almış olduğu kararlar, uygulamaya koyduğu plan ve

programlar işletmeleri etkilemektedir. Hükümetlerin değişmesi politik ve hukuki çevrede önemli değişikliklere yol açmakta, bu değişikliklerin bazıları işletmelere önemli fırsatlar sunmakta, bazıları ise işletmeleri olumsuz yönde etkileyerek bir krize neden olabilmektedir.

İSTANBUL İL ÖZEL İDARESİ-GÖREVDE YÜKSELME YÖNETMELİĞİNDE DEĞİŞİKLİK

- 2009 yılında Mahalli İdareler Personelinin Görevde Yükselme ve Unvan Değişikliği Esaslarına Dair Yönetmelik değişti.
- Daha önceki yönetmeliğe göre şef ve müdür kadrolarına atanan personel, yönetmelikteki değişikliklere istinaden ve hak ettiği halde geçmişte görevde yükselme alamamış diğer personelin haklarını idare mahkemelerinde aramaya başlamaları nedeniyle tenzil-i rütbeye uğradılar.
- Tenzil-i rütbe kararlarından önce kurumda bir güvensizlik ve dedikodu ortamı varken, geri adım atan yöneticiler muhtemel bir krizin eşiğinden döndü.

TOPLUMSAL YAPIYA İLİŞKİN FAKTÖRLER: Örgütlerin krizle karşılaşmalarında etkili olan faktörlerden biride sosyo-kültürel faktörlerdir. Teknolojik faktörler kadar hızlı olmasa bile, sosyo-kültürel faktörlerde de önemli değişikliklere rastlanmaktadır. Toplumun sahip olduğu tutum ve değerler, örgütlerin amaçlarını etkileyebilmektedir. Değer ve tutumlara bağlı olarak toplumun yaşam tarzında önemli değişiklikler olmakta, bu değişikliklere paralel olarak üretilen mal ve hizmetlere olan talebin miktarı, çeşidi ve niteliğinde değişmeler meydana gelebilmektedir. Diğer yandan örf ve adetler, dini inançlar, ahlaki değerler, toplumun hoş karşılamadığı tutum ve davranışlar örgütleri her an bir kriz durumuyla karşı karşıya getirebilmektedir.

ADAM&EVE OTELİ

- Antalya Belek'te 2006 yılında açıldı. İlk olarak konseptini cinsel tercihlerde farklılaşma üzerine kurdu. Özellikle yerel halkın ve yakın çevredeki otellerin misafirlerinin olumsuz tepkisiyle karşılaştı ve konseptini balayı oteline çevirdi.
- Konsept değiştirmek yeterli olmadı. Çünkü balayı otelinde evlilik cüzdanı sorulmuyordu ve zaten kötü bir ünü vardı.
- Nihayet 2012 Aralık ayında el değiştirdi ve 2013 Kasım itibariyle konseptini bu defa golf oteli olarak değiştirme kararı aldı.
- Otelde halen yenileme çalışmaları devam etmektedir.

Procter&Gamble

- Şirket logosu bir daire içinde sakallı bir sihirbazdı. Ancak bazı ülkeler logoyu irdeleyince şeytanın numarası olarak bilinen 666 rakamına dikkat çekti ve şirketin şeytana-satanizme hizmet ettiğini öne sürdü. Ayrıca logoda yer alan 13 adet yıldız da 13 rakamının uğursuzluğu konusunda eleştiriler aldı.
- Şirket muhtemel bir krizi önlemek için logosunda değişiklik yaptı ve sihirbaz karakterinin sakalında oluşan 666 rakamı siluetini düzeltti. Ancak 13 yıldızı silmedi. Gerekçesi bu 13 yıldızın şirketin faaliyette bulunduğu 13 ABD eyaletini simgelediği yönündeydi.

INTEL P666 İŞLEMCİSİ

- Şirket P666 adıyla yeni bir işlemcisini piyasaya sürme kararı aldı. İşlemcinin piyasaya çıkacağını öğrenen kişiler 666 sayısının satanist görüşü simgelediğini öne sürdü.
- INTEL, yeni işlemcisini piyasaya sürmeden bir önceki gün işlemcinin adını P667 olarak değiştirdi.

TEKNOLOJİK FAKTÖRLER: Teknoloji işletme dış çevresinin en hızlı değişen öğesidir. Teknolojik değişikliklere uyum sağlamak, hayatını devam ettirmek ve gelişmek zorunda olan işletmeler için bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde geliştirilen yeni teknolojiler, müşteri taleplerinde önemli değişikliklere yol açmakta, yeni hammaddelerin kullanımını, yeni üretim süreçlerinin oluşturulmasını, yeni mal ve hizmetlerin üretimini zorunlu hale getirmektedir. Teknolojik değişiklikler işletmeler için büyük fırsatlar sunduğu gibi, belirsizlik ve riski de ortaya çıkarabilmekte, onları bir kriz durumuyla karşı karşıya bırakarak hayatlarını tehlikeye sokabilmektedir.

.COM KİTAPÇILARDA ARTIŞ

- amazon.com, D&R online, idefix.com gibi online kitap satışı yapan şirketlerin artışı, asıl faaliyet konusu kitap basımı ve yayını olan yayıncı şirketler, kendi bastıkları kitapların başkaları tarafından satılmasına karşı kendi online mağazalarını oluşturdular.

Bugün yayında olan bir online kitap mağazası ise durumun vahametini gösterir. bütünyayinevleri.com adlı bir mağaza, Türkiye'deki ve hatta dünyadaki yayınevlerinin bastığı kitapları sanal ortamdan sipariş alarak satmaktadır. Bu durum telif hakkı, basım maliyetleri gibi birçok maliyetle uğraşan yayınevlerini zor duruma düşürmektedir.

TERÖR EYLEMLERİ: Turizm endüstrisinin büyük bir değişim içinde olması ve ülke ekonomilerine önemli kazançlar sağlaması terörizme yönelik faaliyetlerin, turizm sektörünün vazgeçilmez enstrümanı olan turistler üzerinde yoğunlaşmasına sebep olmaktadır. Terör örgütleri turistleri hedef alarak hem iletişim araçlarıyla reklamlarını dünya genelinde yapmakta

hem de turizm açısından zengin kaynaklara sahip ülkelerin ekonomisi açısından zararların oluşmasına sebep olmaktadırlar (Yeşiltaş vd. 2008)

Yakın geçmişte dünya genelinde turistlere yönelik yapılan saldırılar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 7: 2001-2006 tarihleri arasında dünyada yaşanmış ve turizm sektörünü derinden sarsan terörist eylemler (Yeşiltaş vd. 2008)

Terörist saldırılar	**Tarih**	**İnsana zararı**
Amerikan havayollarının bombalanması	22 Aralık 2001	-
Dünya ticaret merkezi saldırıları	11 Eylül 2001	
Karachi'de otobüse bombalı saldırı	8 Mayıs	13 ölü, 40 yaralı
Bali' ye birinci bombalı saldırı	12 Ekim 2002	202 ölü, 209 ağır yaralı
Mombasa'ya intihar ve füze Saldırıları	28 Kasım 2002	13 ölü, 80 yaralı
Davao havaalanının bombalanması	4 Mart 2003	21 ölü, 149 yaralı
Casablanca bombalanması	16 Mayıs 2003	22 ölü
Marriott Otel/ Endonezya bombalanması	5 Ağustos 2003	12 ölü, 150 yaralı
Canal otel bombalanması/Irak	19 Ağustos 2003	22 ölü, 100'ün üstü yaralı
Supperferry 14/ Filipinler	27 Şubat 2004	63 kişi ölü ve 53 kişinin öldüğü sanılıyor
İki havaalanının bombalanması/ Rusya	24 Ağustos 2004	72 yolcu 19 mürettebat öldü
Sinai bombalanması/ İsrail	7 Ekim 2004	34 ölü, 171 yaralı. Sadece Hilton' da 31 ölü 159 yaralı
Sharia al-Moski intihar saldırısı/Kahire	7 Nisan 2005	3'ü turist 14 kişi öldü
Kahire'de köprü ve kale bombalanması	30 Nisan 2005	4'ü turist 6 Mısır'lı yaralı
Sharm el- Sheikh bombalanması/Mısır	23 Temmuz 2005	88 ölü 150'nin üstünde yaralı
Bali'nin ikinci kez bombalanması	1 Ekim 2005	23 ölü 129 yaralı
Amman'ın bombalanması	9 Kasım 2005	60 ölü 115 yaralı
Dahap'ın bombalanması/Mısır	24 Nisan 2006	23 ölü 80 yaralı
Transatlantik hava yollarlına komplo	10 Ağustos 2006	-
Amman'da silahlı saldırı	4 Eylül 2006	1 turist öldü 5 yaralı

DİĞER FAKTÖRLER: İşletme dışından gelebilecek; kötü niyetli iftiralar, ürün taklitçilikleri, büyük çaplı endüstriyel kazalar ve özellikle tüketici boykotları işletmeler üzerinde önemli etkiler yaratabilmektedir.

JOHNSON&JOHNSON – TYLENOL

- J&J, ABD'de ilaç sektöründe %37'lik paya sahip büyük şirkettir.

- 1982 yılında Tylenol isimli ağrı kesici ilaçta bir insanı on bin defa öldürecek düzeyde siyanüre rastlandı. Olayın ortaya çıkma nedeni aynı adlı ilacı kullanan 7 kişinin Chicago'da ölmesiydi.
- Şirket olayın gerçekleştiği günlerde piyasadaki 31 milyon kutu Tylenol kapsülü piyasadan toplattı. Bu işlem yaklaşık 100 milyon $ zarara neden oldu.
- Olayın rakiplerin sabotajından dolayı olmadığı, hükümete karşı olan bir vatandaşın sabotajı olduğu ortaya çıktı. Suçlu, hükümete gönderdiği "vergileri azaltın yoksa eylemlerime devam edeceğim" şeklindeki mektubunda rastlanan parmak izleri sayesinde yakalandı.
- Bu olay ilaç şişelerinin kilitli kapaklar halinde stoklanmasını sağladı ve hükümet bunu yasallaştırdı.
- 1986 yılında aynı krizle karşı karşıya kalındı. Üstelik ilaç şişeleri kilitli kapaklardandı. Bir kişi öldü. Olayın failleri bulunamadı.

EXCEDRİN

- 1986'da 3 gün önce ölen kocasının ölümünden şüphelenen bir kadın FBI'ı aradı ve kocasının Excedrin isimli bir ilaçtan kullandığını ve akabinde öldüğünü, dolayısıyla otopsi yapılmasını istedi. Yapılan incelemede ilaç şirketinin piyasadaki tüm ilaçları incelendi. 5 adet ilaç şişesinde siyanüre rastlandı. Ancak bu 5 şişeden ikisinin malum evde ortaya çıkmasıyla bir cinayetin ört bas edilmeye çalışıldığı anlaşıldı.
- Şirketin katlanmak zorunda kaldığı zarar ise tüm ilaç kutularının piyasadan çekilmesi oldu. Ancak şirketin bu krizi doğru yönetmesi ve FBI'ın hızlı sonuca varması krizin fazla büyümemesini sağladı.

NESTLE

- Dünyanın sayılı gıda üreticilerinden biri sayılan Nestle'nin Üçüncü Dünya Ülkelerine bebek maması pazarlamak için uygulamaya koyduğu yoğun pazarlama stratejisi, işletmeyi bir kriz durumuyla karşı karşıya bırakmıştır.
- Bazı sağlık kuruluşları Nestle'nin bebek maması konusunda başlattığı atak pazarlama stratejisinin az gelişmiş ülkelerde biberonla beslenme alışkanlığını artıracağını, bu alışkanlığın artmasının anne sütüyle beslenme alışkanlığını azaltarak, bebeklerde önemli sağlık problemlerine yol açacağını öne sürmesiyle kriz patlak vermiştir.
- Sağlık kuruluşları bu görüşleri doğrultusunda dünya çapında bütün Nestle ürünlerinin boykot edilmesi yönünde çalışmalar yürütmüşlerdir. Bu çalışmalar sonucunda Nestle'nin ürünleri müşteriler tarafından yedi yıl boyunca organize bir şekilde boykot edilmiştir.

İşletme içi kaynaklar

GEREKSİZ VE BÜYÜK RİSKLERE GİRMEK: İşletmelerin büyük başarılar elde edebilmesi için risklere girmesi gerekmektedir. Büyük başarılar belirli risklere girilmesi sonucu elde edilmesine rağmen, riske girmek her zaman başarı getirmemekte, önemli finansal kayıpları ve başarısızlıkları da ortaya çıkarabilmektedir.

BANK OF AMERİCA

- Bankanın üst düzey yönetimi kaliteli ve sağlam yatırımlara yönelmek yerine büyüklük ve büyümeye öncelik vermişlerdir.
- Bank of America 1970'li yıllarda, ulaştığı yerleri küreselleştirmek, dev işletmelere ve üçüncü dünya ülkelerine krediler vermek suretiyle, rekor karlar elde etmeyi amaçlamıştır. Ancak işletmenin bu amacı hiçbir zaman gerçekleşmemiş, banka yönetilemeyecek kadar büyümüş, önemli kredi kayıpları, büyük bilgisayar arızaları, faiz oranlarındaki artışlar işletmeyi zararlarla yüz yüze getirmiştir.
- İşletme 955 milyon $ 1987 yılında olmak üzer toplam 3-5 milyar $ zarar etmiştir.

RAKİPLERİN REKABET GÜCÜNÜ KÜÇÜMSEMEK: İşletme üst yönetiminin aşırı iyimser bir tutum izleyerek rakiplerinin rekabet gücünü önemsememesi ya da gereğinden daha az değerlendirmesi işletmeyi bir kriz ortamına sürükleyebilmektedir. Piyasadaki büyük ve güçlü rakiplerin eylemleri işletmeleri krizle karşı karşıya bırakabilir.

YAMAHA- HONDA

- Yamaha, Honda'nın pazardaki liderliğine son vermek, dünyanın bir numaralı motosiklet üreticisi durumuna gelmek için mücadele etmeye karar verdiğinde Honda'nın bu mücadeleye karşı nasıl bir tutum izleyebileceğini yeterince dikkate almamıştır. Honda birçok yeni modeli düşük fiyatlarla piyasaya sürerek karşı atağa geçmiş, Yamaha bu kadar düşük fiyatlara karşılık verememiştir. Savaş bittiğinde, Yamaha pazarda bir ilerleme kaydedememenin yanında, pazardaki konumunu da Suziki'ye kaptırarak ağır bir darbe daha almıştır.

ÜRETİM HATALARI: Üretimle ilgili krizlerin ortaya çıkmasında beşeri, örgütsel ve teknolojik faktörlerin çevreyle etkileşimi etkili olmaktadır. Beşeri faktörler; operatör ve yöneticilik hataları, sabotaj ve terörist baskınları veya savaş olayları gibi maksatlı davranışları kapsamaktadır. Örgütsel faktörler; güvenlik için yetersiz kaynak ayrılması, stratejik baskılar, iletişim başarısızlıkları, tehlikelerin doğasının ve boyutlarının yanlış algılanması, acil durumlarda kullanılacak planların yetersizliği ve güvenliği azaltan maliyet baskılarını içermektedir. Teknolojik sistemle ilgili faktörler; yanlış tasarım, yetersiz ve uygun olmayan donanım, kirlenmiş, bozuk malzeme ve maddelerle hatalı teknik işlemleri içermektedir.

FORD PİNTO

- 1960'lı yıllarda üretilen Pinto model otomobil, VW ile rakip olan Ford'un en büyük hatalı üretimi olarak tarihe geçti.
- Yoğun rekabet ortamında Ford, o dönemde bir otomobilin geliştirme dönemi 4 yıl civarındayken 2 yıllık bir çalışmanın ardından Pinto'yu piyasaya sürdü.
- Bu acele arasında ölümcül bir hata yapan Ford mühendisleri, aracın benzin deposunu bagajın hemen altına egzozun yanına konumlandırmışlardı.
- Şirket, bu arıza nedeniyle oluşabilecek kazalar sonucunca ödenecek tazminat ile otomobillerin yeniden tasarımının maliyeti arasında bir karşılaştırma yapmış, sonuçta tazminat ödemenin daha az külfetli olduğuna karar verilmişti. Ürün geliştirmede güvenlik ve güvenirlik ilk sırada yer almadığı için araç piyasaya sürüldü. Bir taraftan da tank konstrüksiyonu için fayda-maliyet çalışması sürüyordu. Bu sırada 180 ölü,180 yaralı ve 2100 yanmış araba ile toplam 49.5 milyon$'lık bir maliyetin altına girilmişti. Bu tip bir hatanın ortadan kaldırılması için 11$'lık maliyet hesaplanmıştı. Bu tüm arabalara yansıtıldığında 137 milyon$'lık bir meblağa ulaşıyordu.
- 1978 yılında bu hatadan kaynaklanan bir kaza için açılan bir davada Ford firması 128 milyon$'lık bir tazminat ödemeye mahkûm edildi. Aynı yıl verilen bir diğer kararla 1.5 milyon Ford Pinto firma tarafından piyasadan toplandı. Bu miktar yıllık maliyetin 3 katı civarındaydı.
- Sonuçta 500 kişi üretim hatası ve şirketin yanlış kriz yönetimi nedeniyle yanarak öldü.

ÖRGÜTSEL DAMAR SERTLİĞİ: Örgütsel yapı, örgüt kültürünün ve örgüt ikliminin somutlaşmış şeklidir. Yeniliğe kapalı, geleneksel değerleri her şeye rağmen korumaya çalışan, eğitim seviyesi düşük, bilgi birikimi yetersiz, değişim için gerekli esneklik ve organik yapıya sahip olmayan katı ve mekanik bir örgüt yapısı krizin örgütsel kaynaklardır (Akıncı, 2010). Örgütler belirli bir büyüklüğe erişip, başarılı oldukça daha bürokratik ve tutucu bir yapıya bürünmekte, anlamaları gereken çevresel olaylara daha az tepki gösterir bir duruma gelmektedirler. Artan büyüklük, kişisel inisiyatifi azaltan, kontrolü ve etkinliği sağlamak için biçimsel yöntemlere önem veren bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Örgütlerin kontrolü sağlamak için biçimsel politikalar ve yazılı yöntemler oluşturması gereklidir. Fakat bunların aşırı derecede önemsenmesi, örgütte dinamizmi ortadan kaldırmakta, örgütsel damar sertliğinin oluşmasına neden olmaktadır. Örgütsel damar sertliğine yakalanan örgütler, hareket etmeden önce nadiren düşünmekte, mevcut amaç, program ve iş görme yöntemlerinin doğru olduğuna güçlü bir şekilde inanmakta, çevresel ve teknolojik değişiklikleri görmezlikten gelmektedir.

IBM VE DİĞERLERİ

- Yeteri kadar büyüklüğe ulaştığını düşünmek, rakiplerinin IBM seviyesine ulaşamayacağını varsaymak ve onların yeni teknolojik ürünler yaratmasını sadece izlemek IBM'i bir bunalıma sürüklemiştir. Sonuçta ise Apple, Digital, Cray, Compaq gibi işletmeler yeni teknolojik ürünleriyle piyasaya girmişler ve IBM'i zorlamayı başarmışlardır.

YETKİ ALANI BELİRSİZLİĞİ: Bir krizi yönetmenin en iyi yolu onu önleyebilmektir. Olası bir krizi önlemenin en iyi yolu ise ona hazırlıklı olmaktır. İşletmeler, kriz yönetiminde bir plan dâhilinde hareket etmedikçe, olası krizlerde yönetim ekibini belirlemedikçe ve ilgili kişilerin yetki ve sorumlulukları taraflarına bildirilip konu ile ilgili acil eylem planları kendilerine öğretilmedikçe bir kriz anında ne yapılacağını teoride bilemezler. Özellikle yetki ve sorumluluklarının sınırları belirlenmemiş bir ekiple kriz yönetimi söz konusu olamaz. Bu nedenle gerek kriz öncesinde ve anında ve gerekse kriz sonrasında, yetki ve sorumlulukların belirlenmediği, "benim işim değil" mantığıyla hareket eden çalışanların olduğu ve konu ile ilgili kişilerin eğitilmediği işletmelerde kriz kaçınılmaz olacaktır. Ayrıca yöneticinin tahmin etme ve sezi gücünün zayıf olması, yeni problemin farkını anlayamama ve yeni probleme eski çözümü uygulaması, çevrenin aktif ve dinamik yapısına karşı pasif ve yavaş kalması, krizi algılayamaması, asıl görevi olan vizyon belirleme ve benzeri görevlerini ihmal edip stratejist olduğunu düşünmesi de işletmeyi krize sürükleyebilmektedir (Akıncı, 2010).

AMERİKAN HAVAYOLLARI

- A.B.D. içinde seyahat eden müzisyen Dave Carroll uçak camından gitarının fırlatıldığını ve düşürüldüğünü gördü. Gitarı kırılan Carroll tazminat için United Airlines`a başvurdu fakat havayolu şirketinin nezaketsiz ve ilgisiz tavrıyla karşılaştı. Bunun üzerine United Breakes Guitars isimli şarkıyı besteledi, amatör bir klip çevirdi ve bu klibi Youtube'a yükledi.
- Dave Carroll'un sadece Youtube üzerinden United Airlines`a açtığı savaşın sonuçları sadece United Airlines`in değil A.B.D içinde uçuşları olan bütün havayolu şirketlerini etkiledi. Kargo uçuşları 13%, yolcu trafiği 7% azaldı ve havayolları şirketlerinin kapasitelerini 6% düşürmek zorunda kaldılar. Bunların sonucunda da 6,4 milyar $ kayıp yaşandı.

İç ve Dış Çevre Faktörlerinin Etkileşimi

Hem krizin ortaya çıkmasında hem de krizin şiddetinde işletmenin iç ve dış çevre faktörlerinin etkileşimi önemli rol oynar. Bu etkileşimin üç önemli boyutu bulunmaktadır (Milburn, 1983):

1. İşletme ile çevre arasındaki bağımlılığın derecesi: Denetim, İşletmenin çevre üzerindeki denetim (kontrol) derecesini ifade etmektedir. Yüksek veya düşük olabilir.

2. Kriz durumunun olumlu ya da olumsuz algılanması: Algılama, kriz durumunun pozitif veya negatif olarak algılanma durumunu ifade etmektedir. Kriz, amaçlara ulaşmada veya daha gelişmiş amaçlar belirlemede bir fırsat veya işletmenin amaçlarını gerçekleştirmede bir engel ve örgüt kabiliyetlerini zayıflatan bir tehdit olarak görülebilir.

3. İşletmenin değişikliklere karşı hassasiyeti: Hassasiyet, örgütün krizden etkilenme düzeyinin az ya da çok olduğunu göstermektedir. Eğer örgüt yapısının krize hassasiyeti yüksek ise, krize cevap verme derecesi düşük olmaktadır. Düşük veya yüksek olabilir.

Bu boyutlara göre en şiddetli krizler; işletmenin dış çevre kontrolünün düşük, hassasiyetin yüksek ve değişen durumun fırsat olarak değil, tehdit olarak algılandığı durumlarda meydana gelecektir. Tersi durumlarda ise, kriz hafif olacak ve işletmenin cevap verme imkânı artacaktır (Dinçer, 1998).

Kaynakça

Dinçer Ö. (2000). Stratejik Yönetim ve işletme Politikası. 5. Baskı, İstanbul, Beta Basım Yayın Dağıtım

Milburn, T. W., Schuler, R. S., & Watman, K. H. (1983). Organizational Crisis. Part II: Strategies and Responses. *Human Relations*, *36*(12), 1161–1179.

Tüz, M. Haşit, G. İpçioğlu, İ. Ve Suher, İ. K. (2013). Kriz İletişimi ve Yönetimi, (Editör: Gürkan Haşit), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi

Yeşiltaş, M., Öztürk, İ., & Türkmen, F. (2008). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(1), 180.

LİMANLARA KONTEYNER TEDARİĞİNDE KARAYOLU TAŞIMACILIĞINA ALTERNATİF OLARAK DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞININ ÖNEMİ VE TÜRKİYE ANALİZİ

Dr. Ali Umut ÜNAL

Kocaeli Üniversitesi, - 0000-0002-2575-6379

Dr. Ozan Hikmet ARICAN

Kocaeli Üniversitesi, - 0000-0003-2061-6112

ÖZET

Dünya çapında teknolojik ve ticari gelişmeler ile dünya ticaret hacminin her geçen gün artması ve tedarik zincirinde meydana gelen gelişmeler deniz taşımacılığına talebi artırmaktadır. Denizyolu taşımacılığının ise son dönemlerde en çok talep gören türü Konteyner taşımacılığıdır. Konteyner taşımacılığı aynı zamanda karayolu, demiryolu ve havayolu taşımacılığı ile bütünleşmiş bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu bütünleşmeler ile de konteyner taşımacılığına olan talep artmakta ve konteyner limanlarının konteyner trafikleri her geçen gün gerek deniz tarafında gerekse kara tarafında artmaktadır. Konteyner taşımacılığına olan talebin artması, konteyner limanlarının büyümesine ve gelişmesine neden olmaktadır. Bu büyüme ve gelişme yanında konteynerlerin hızlı ve uygun maliyetler ile limanlara ulaştırılması ve limanlardan dağıtılması ihtiyacını doğurmaktadır. Konteynerlerin limanlara ulaştırılması ve dağıtılmasında en çok kullanılan taşıma modeli ise karayolu taşımacılığıdır. Fakat son dönemlerde artan enerji maliyetlerinden dolayı demiryolu taşımacılığına doğru çok güçlü bir yönelim bulunmaktadır. Demiryolu taşımacılığı ile konteyner sevkiyatı, limanların tedarik zinciri yönetiminde daha uygun maliyetler ile çok müşteriye ulaşma imkânı sağlamaktadır. Demiryolu taşımacılığı ile konteynerler hızlı ve güvenli bir şekilde taşınarak taşıma maliyetleri azaltılmakta ve son dönemlerde kamuoyu için oldukça önemli olan çevre dostu bir taşımacılık türü olarak tercih edilmektedir. Bu nedenler ile limanlar demiryolu taşımaları için altyapı yatırımlarına yönelmektedirler. Dünya çapında demiryolu ile konteyner sevkiyatı yapmakta olan gelişmiş ülkeler ile mevcut durumları çalışmada gösterilmeye çalışılmıştır. Türkiye, Asya ile Avrupa arasındaki stratejik konumu ile konteyner taşımacılığında önemli bir aktör konumundadır. Türkiye'nin konteyner limanlarının demiryolu taşımacılığı ile entegre olma çalışmaları devam etmektedir.

Bu çalışmada konteyner limanlarının demiryolu taşımacılığı ile konteyner sevkiyatı açısından atılan adımlar incelenmiş olup SWOT analizi yöntemi ile mevcut durum analiz edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerde demiryolu altyapısı yüksek maliyetler içermesi büyük bir mali yük olarak görülmektedir. Önemli limanlara demiryolu bağlantıları ile karayollarındaki harcanan zaman ve insan gücünce çok ciddi azalmalar olduğu bununda taşıma maliyetlerine önemli etkileri olacağı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Deniz İşletmeciliği, Denizyolu Taşımacılığı, Demiryolu Taşımacılığı, Konteyner Taşımacılığı.

1. GİRİŞ

Denizyolunda konteyner taşımacılığının kullanılmaya başlanmasıyla birlikte mevcut taşıma maliyetlerinin azalması ve taşıma veriminin yükselmesiyle ile dünya ticaretin denizyolu taşımacılığının yeri artmış ve ticaretin Yaklaşık %90'ı denizyolu taşımacılığı ile gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Denizyolu taşımacılığının da önemli bir kısmı konteyner gemileri ile gerçekleştirilmektedir (Trapp ve diğerleri, 2020). Denizyolu taşımacılığının temel altyapısını oluşturan limanlar, deniz ve kara arasındaki bağlantıyı sağlayan önemli noktalardır (Carbone ve Martino, 2003). Denizyolu taşımacılığı büyüdükçe ve geliştikçe limanlarda büyümüşlerdir. Geçmişte limanların bünyesinde bulunan konteyner terminalleri son dönemlerde ciddi anlamda genişlemektedirler. Bununsa sebebi artan konteyner miktarı ve büyüyen gemi boyutlarıdır. Limanların büyümesinde önemli bir etken ise hinterlantlardır. Hinterlant, limanlara yüklerinin geldiği ve limana gelen yüklerin dağıtımlarının yapıldığı ticari işletmelerdir. Genel anlamda bakıldığında limanların genişlemesinde, liman yönetimleri limanın kapasitesinin arttırılmasına ve altyapısının güçlendirilip iyileştirilmesine odaklanmışlardır. Fakat son dönemlerde bazı liman yönetimleri, tedarik zinciri bakış açısı ile liman sınırlarının dışına çıkarak liman alanı dışında da önemli olan liman-hinterlant ilişkisine yoğunlaşmaya başlamışlardır (Berg ve Langen, 2011). Özellikle hinterlantlar ile limanlar arasındaki bağlantının maliyetleri tedarik zinciri yönetiminde yük taşıma maliyetleri arasında en yüksek kalemi oluşturmaktadır. Bu sebepten hinterlant ile liman arasındaki taşımaların iyileştirilmeleri önemlidir (Halim, Kwakkel ve Tavasszy, 2016). Demiryolu taşımacılığı, karayolu taşımacılığına göre daha uygun maliyetli ve güvenlik açısından denizyolundan sonra en güvenli ulaşım türü olmasından son dönemlerde limanlar içinde tercihe dilen bir taşıma türü olmaktadır.

2. DENEYSEL ÇALIŞMALAR

2.1. Konteyner Limanları ve Demiryolu Taşımacılığı

Gelişen teknoloji ve artan nüfus ile tedarik zincirinin gerekliliği ve gelişimi hızlanmıştır. Bu hızlanma ile denizyolu taşımacılığına ve limanlarda gerçekleştirilen operasyonlara yönelik talepler artmıştır. Bu artan taleplere yönelik limanlarında kendilerini geliştirmeleri ve tedarik zinciri yönetiminde daha çok yer bulmalarına sebep olmuştur. Limanlar artık yüklerin dağıtımı ve lojistik merkezlerine doğru evrimleşme başlamışladır (Muller-Jentsch, 2002). Yüklerin limanlarda en az sürede kalarak mevcut liman alanlarının en verimli şekilde kullanılması fikri benimsenmiştir. Bu kapsamda konteyner taşımacılığı bu fikre en uygun taşıma türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üretim anlamında merkezi olmayan lojistikte en etkin kullanılmakta olan taşımacılık intermodal taşımacılıktır. İntermodal taşımacılığında ise konteyner taşımacılığı bulunmaktadır. Konteyner taşımacılığı diğer taşıma türlerine göre en hızlı büyüme gerçekleştiren taşımacılıktır (Unctad, 2021). Konteyner, yapısı gereği sürekli olarak kullanılabilen bir ambalajdır. Ayrıca konteyner birbirilerinin üzerlerine istiflenmeleri ile de limanlarda ciddi anlamda yer tasarrufu sağlamaktadırlar. Konteyner yapıları gereği tüm taşıma türlerinde sorunsuz bir şekilde taşınmaktadırlar. Ayrıca taşıma türleri arasında sorunsuz ve hızlı bir şekilde geçiş yapabilme

özellikleri vardır. Bu durumda konteyner taşımacılığının gelişmesinde temeli oluşturmaktadır. Konteynerlere olan yönelimden dolayı limanlar içerisindeki konteyner terminalleri hızlıca büyüme göstermişlerdir. Günümüzde konteyner terminalleri çok ciddi lojistik merkezler haline gelmiştir. Artan konteyner trafiği ile limanlara gelen gemilerin kapasiteleri büyümeye başlamıştır. Artan gemi boyutlarına paralel olarak limanlarında büyüme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Konteyner terminalleri son dönemlerde konteyner limanlarına doğru evrimleşme trendi içine girmişlerdir. Konteyner trafiğinin artması ile limanlar için önemli olan hinterlant kavramı da ön plana çıkmaya başlamıştır. Konteyner taşımacılığının temelinde olan hızlı ve güvenli taşımacılığının gereği olarak konteynerlerin hızlı bir şekilde limana ulaştırılması ve limandan ayrılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Liman hinterlantı, liman faaliyetleri için yüklerin üretildiği geri sahadır (Ferrari ve diğerleri, 2011). Limanların hinterlantları ile bağlantılarının durumu, limanların genişlemesi ve rakipleri ile rekabetlerinde önemli bir etkendir. Uluslararası ticarette liman-hinterlant arasındaki bağlantının türü ve gelişmişliğinin önem kazanmasının temel sebebi, yükün limana ulaşım maliyetinin toplam maliyetler içindeki payı olmasıdır. Hinterlant ile liman arasındaki taşıma mesafesi tedarik zincirinin sadece %10'unu oluştururken, hinterlant ile liman arasındaki taşıma maliyeti ise toplam taşımacılık maliyetinin yaklaşık %80'nidir (Rodrigue ve Notteboom, 2012). Anlaşıldığı üzere liman ile hinterlant ulaşım maliyetleri uluslararası tedarik zincirinin en yüksek maliyetini oluşturmaktadır (Zeybek, 2007). Ayrıca, liman-hinterlant yük taşıma sistemlerinin türü müşterilerin liman seçiminde tercih sebebi olmaktadır (Halim ve diğerleri, 2016).

Limanlar ile hinterlantlar arasındaki taşımalarda demiryolu taşımasının önemi büyüktür (Monios ve Lambert, 2013). Geleneksel hinterland taşımacılığı karayolu ile çok sayıda bağlantı noktasına ve yalnızca birkaç demiryolu bağlantısına dayanmaktadır. Demiryolu bağlantısı genellikle limandan nispeten daha uzak büyükşehirlere hizmet vermekle sınırlıdır (Roso, 2007). Demiryolu taşımacılığı, yüksek kapasite yük taşıması ve sürdürülebilir yapısıyla son dönemlerde ön plana çıkmaya başlamıştır. Karayolu taşımacılığı ile kıyaslandığı zaman yük taşıma kapasitesi ve günümüzdeki yeşil enerji kavramı kapsamında karbon salımını açısından üstün gelmektedir. Demiryolu taşımalarının kendileri ait özel ulaşım yolları bulunduğundan mücbir sebepler aksamalar meydana gelmemektedir. Karayolu taşımacılığına göre trafik, araç arızası veya karayolunda meydana gelen hasarlar gibi önemli etkenler demiryolunda görülmemektedir. Demiryolu bağlantıları doğal afetlerde dışında dış etkenlerden kolay kolay etkilenmemektedir. Karayolunda kullanılan asfalt malzemesine göre demiryolu bağlantıları daha uzun süre dayanmakta ve bakım tutum masrafları daha azdır. Yeterli sinyalizasyon ve gerekli iletişim ve takip sistemi sayesinde tren kazaları da oldukça az meydana gelmektedir. Demiryolunda hem yolcu taşıması hem de yük taşıması aynı anda yapılabilmektedir fakat konteyner taşımalarında bu durum tercih edilmemektedir.

Demiryolu taşımacılığının da negatif yönleri elbette bulunmaktadır. Demiryolu bağlantısı için ciddi anlamda altyapı yatırımları gerekmektedir. Ayrıca kullanılmakta olan lokomotifler ve yük vagonları da özel üretilmektedir. Maliyet anlamında yüksek olan bu araçların düzenli bakım tutumlarının da yapılması gerekmektedir. Demiryolu bağlantısında meydana gelen herhangi bir hasar durumunda alternatif bir yol ise demiryolu taşıması yapılmamaktadır. Alternatif bir güzergâh planlaması için bağlantı yok ise taşıma durmak zorunda kalmaktadır. Demiryolu

bağlantılarının tamiri içinde özel ekipmanlar gerekmektedir. Demiryolu taşımacılığı için özel terminallere ihtiyaç duyulmakta olup bu terminallerde konteyner taşımalarında geçici depolama alanları bulunmalıdır.

2.2. Dünyada Çapında Konteyner Limanları ile Demiryolu Taşımacılığının Gelişimi ve Güncel Durumu

Konteyner limanları ile demiryolu taşımacılığının ilişkisine bakıldığı zaman ilk kez 1960'larda Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) birlikte kullanıldığı görülmektedir. 1960'larda ABD limanlarında konteynerlerinde aşınabilmesi için demiryolu bağlantılarına bağlanabilen özel istasyonlar inşa edilmiştir. Bu özel istasyonlarda gemilerden indirilen konteynerler vagonlarla demiryolu hatta boyunca taşınmışlardır.

Konteyner limanlarının gelişimi, özellikle son yüzyıl içerisinde gerçekleşen bir dizi yenilik sayesinde önemli bir gelişim göstermiştir. Demiryolu ile konteyner taşımacılığı da bu gelişimin önemli bir parçasıdır. İşte konteyner limanlarında demiryolu ile konteyner taşımacılığının gelişim süreci:

1950'ler: Konteynerlerin ticari kullanımı başladı. Bu dönemde konteynerler genellikle gemilerle taşınırken, demiryolu henüz önemli bir seçenek olarak değerlendirilmiyordu.

1960'lar: Demiryolu şirketleri, konteyner taşımacılığındaki potansiyeli fark etmeye başladılar ve bu alanda yatırım yapmaya başladılar. Bu yıllarda, ABD'nin batı kıyısındaki limanlar, konteynerlerin demiryolu ile taşınabilmesi için özel tesisler inşa etmeye başladılar.

1970'ler: Bu dönemde konteyner taşımacılığı hızla büyüdü ve demiryolu şirketleri bu alanda daha da güçlendi. Avrupa'daki limanlar da demiryolu ile konteyner taşımacılığına odaklanmaya başladı.

1980'ler: Konteyner taşımacılığı, dünya çapında hızla yayılmaya başladı. Bu dönemde, konteyner taşımacılığına özellikle Asya'da yatırım yapılmasıyla, bu kıta dünya çapında önde gelen limanlar arasına girdi.

Liman yönetimleri, son dönemlerde ağırlıklı ekonomik olmak üzere çevresel sebeplerden dolayı da demiryolu bağlantılarına önemli yatırımlar yapmaya başlamışlardır. Bu sayede mevcut maliyetlerini azaltarak pazardaki paylarını arttırmayı hedeflemektedirler. Özellikle Asya ülkeleri ciddi anlamda yük taşımaları için önemli bir pazar olmaktadır. Almanya'nın Hamburg ve Bremerhaven limanları demiryoluyla konteyner taşımaların ciddi yatırımlar yapmış olup Avrupa limanları arasında demiryolu taşıma payları oldukça yüksektir (Acciaro ve McKinnon, 2015). Konteyner limanları ile hinterlantlar arasında demiryolu taşımacılığının kullanılmasıyla sürekli aynı hatta giden gelen trenler kullanılmaya başlanmıştır. Demiryolu bağlantısının kullanılmasında bu önemli bir gelişme olmuştur. Aynı trenlerin sürekli aynı hatta sürekli sefer yapmaları ile limanların taşıma ücretleri veya lokal masraf olarak adlandırılan ücretleri de karayolu taşımacılığına göre daha düşük hale gelerek müşterilerine daha uygun fiyatlar verme şansları olmaktadır. Yine Avrupa'nın önemli konteyner limanlarından olan İsveç'in Göteberg limanı demiryolu taşımacılığı ciddi anlamda konteyner taşıması yapmaktadır. Bu başarılı taşımalarda iyi bir işbirlikçi yönetim sistemi, mevcut kamu yatırımları

ve müşterilerin talepleri ve bunlara eğilimle karşılanması önemli rol oynamıştır (Monios ve Lambert, 2013).

Dünya çapında konteyner limanlarına demiryolu taşımacılığı ile konteyner sevkiyatı her geçen gün artmaktadır. Özellikle, Avrupa ve Asya'daki konteyner limanları demiryolu taşımacılığından yaygın bir şekilde yararlanmaktadırlar. Asya'da özellikle Çin, Japonya ve Güney Kore gibi ülkeler, demiryolu ile konteyner taşımacılığına büyük önem vermektedirler. Avrupa'da ise, özellikle Rotterdam ve Hamburg gibi büyük konteyner limanları, demiryolu ile konteyner taşımacılığını yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar. Kuzey Amerika'da, demiryolu ile konteyner taşımacılığı, özellikle ABD'nin batı kıyısındaki limanlarda önemli bir seçenek olmaktadır.

Hollanda'nın Rotterdam limanı ise son dönemlerde hinterlanda konteyner taşımalarının yaklaşık %10'nu demiryolu taşımalarıyla gerçekleştirmiştir. İspanya'nın Barcelona konteyner limanı da son yıllarda hinterlanda olan konteyner taşımalarının yaklaşık %12,5'ini demiryoluyla gerçekleştirmiştir.

Çin'in ekonomik büyümesiyle, Asya-Pasifik bölgesindeki konteyner limanlarının konteyner taşımacılığına daha fazla yatırım yapmasına neden oldu. Özellikle Asya-Pasifik bölgesindeki limanlar da bu alanda daha fazla gelişme kaydetti. Bugün, konteyner taşımacılığı ve demiryolu ile taşımacılık dünya genelinde hala büyümeye devam etmektedir. Çin'in demiryolu ile konteyner taşımacılığına olan talebi, ihracatçıların Batı'ya olan konteyner taşımacılığı maliyetlerini azaltmak için demiryolu ile taşımacılığı tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır.

Çin'in konteyner limanlarında ise demiryolu bağlantısıyla konteyner taşıma oranlarının %10 'un altında olduğu görülmesine rağmen, demiryolu işletmecilerinin konteyner limanları ile konteyner taşımaları konusunda pazar payının arttırılması isin ciddi anlamda iş birliğine için yatırımlar yaptıkları belirtilmiştir (Zhang ve diğerleri, 2017).

Türkiye, Asya ve Avrupa kıtaları arasında önemli bir köprü konumunda olmakta ve konteyner taşımacılığında denizyolu açısından oldukça stratejik bir öneme sahip olmaktadır. Türkiye hem Asya hem de Avrupa pazarlarına yakın olması nedeniyle konteyner taşımacılığı için ideal bir geçiş noktasıdır. Türkiye'de birçok konteyner limanı bulunmaktadır ve bu limanların demiryolu bağlantıları bulunmaktadır. İstanbul, Gemlik, Kocaeli, İzmir, Mersin, Samsun ve İskenderun'da bazı limanlarda demiryolu hatları bulunmaktadır. Türkiye'de demiryolu ile konteyner taşımacılığı için birkaç firma faaliyet göstermektedir. Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) bunların en başında olmakta olup demiryolu taşımacılığı altyapısını yönetmektedir. Ayrıca, özel lojistik firmaları da demiryolu ile konteyner taşımacılığı hizmetleri sunmaktadır.

Türkiye'de 1980'lerin özelleştirilme döneminde bu konuda yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Bu dönemde, İstanbul'da Halkalı Limanı'nda konteyner taşımacılığına yönelik bazı altyapı yatırımları yapılmış ve konteyner taşımacılığına uygun bazı vagonlar temin edilmiştir fakat gelişim olarak karayolunun gerisinde kalmıştır. 2000'li yılların başında Özel sektörün yatırımlarıyla konteyner taşımacılığındaki demiryolu lojistiği hızla gelişmeye başladı. İstanbul, Mersin, İzmir, Bursa, Kocaeli gibi liman kentlerinde konteyner terminalleri inşa edilerek,

demiryolu taşımacılığına ağırlık verilmeye başlandı. Ayrıca, 2005 yılında hayata geçirilen Demiryolu Taşımacılığı Anlaşması ile birlikte, Türkiye'deki demiryolu taşımacılığı sektörüne yeni bir ivme kazandırılmıştır. Bu anlaşmayla, demiryolu taşımacılığındaki altyapı ve hizmet kalitesinin artırılması için yatırım yapılmasında teşvik sağlanmıştır. Türkiye'de demiryolu taşımacılığı sektöründe özelleştirme süreci hızlandırılmış ve özel sektör yatırımları teşvik edilmiştir.

1998 yılında kardeş ülke Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de adlı uluslararası konferans düzenlenmiştir. Bu konferansa Azerbaycan, Bulgaristan, Gürcistan, Kırgızistan, Moldova, Romanya, Türkiye, Ukrayna, Özbekistan katılımıyla Avrupa-Kafkasya-Asya koridorunun gelişimi ve bu koridor kapsamında geliştirilecek uluslararası karayolu ve demiryolu taşımacılığı teknik ekleri, uluslararası denizcilik, gümrük ve dokümantasyon işlemleri ile ilgili Uluslararası Taşımacılığa İlişkin Çok Taraflı Temel Anlaşma (MLA- Basic Multilateral Agreement on International Transport) imzalanmıştır Üzümcü ve Akdeniz,2014). Avrupa ile Kafkasya'yı birleştiren kara bağlantısı Türkiye üzerinden İstanbul-Samsun Hopa karayolu ve yine İstanbul-Ankara-Kars-Tiflis-Bakü demiryolu aracılığı ile gerçekleştirilmesi planlanmıştır (Ovalı ve Çelik, 2007).

Türkiye ve Çin, Tek Kuşak Tek Yol projesinde 2015 yılında anlaşmaya varmışlardır. 5 Nisan 2016"da ''Türkiye-Çin Demiryolu Alanındaki İşbirliği Anlaşma Tasarısı'' ve 13 Mayıs 2016"da "İpek Yolu Ekonomi Kuşağının 21. Yüzyıl Denizdeki İpek Yolunun ve Orta Koridor Girişiminin Uyumlaştırılmasına İlişkin Mutabakat Zaptı Tasarısı'' TBMM onayından geçmiştir. Tek Kuşak Tek Yol projesine katılım 15-17 Mayıs 2017 tarihinde Pekin'de gerçekleşmiş olup Türkiye'nin aralarında bulunduğu 29 ülke Kuşak ve Yol Zirvesi'nde bir araya gelmişlerdir. Türkiye bu güzergâhın ''Çin - Orta Asya - Batı Asya'' güzergahının orta koridor isimli kısmında bulmaktadır.

Halkalı-Kapıkule demiryolu hattı Türkiye'nin demiryolu ağını Bulgaristan üzerinden Trans-Avrupa Taşımacılık Ağına (TEN-T) bağlayacaktır (Şahin, 2022). Halkalı-Kapıkule Demiryolu Projesiyle Türkiye'nin Avrupa'ya açılan kapısı olan Halkalı ve Kapıkule arasında demiryolu bağlantısını yenileme çalışmaları başlatılmıştır. Bu sayede konteyner taşımacılığı daha hızlı ve verimli hale gelecektir.

Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üssü Projesi: İstanbul'da inşa edilen proje, Türkiye'deki konteyner taşımacılığına büyük bir katkı sağlamaktadır. Proje, lojistik merkezleri, depolama alanları, terminal ve iş merkezleri gibi birçok tesisten oluşmaktadır. Lojistik üs ve/veya merkezlerin kurulması gerekliliği ülkemizde ilk kez 2000'li yılların başlarında konuşulmaya başlanmış, 2006 yılında ise TCDD tarafından lojistik köylerin kurulmasına yönelik ilk çalışmalar başlatılmıştır (Kurt, Çelik ve Ercan. 2008).

3. LİTERATÜR

Demirlioğlu (2008) çalışmasında Türkiye'de denizyolu konteyner taşımacılığının geliştirilmesinde nelerin etken olacağını araştırmıştır. En önemli yolun kombine taşımacılık olduğu ve kombine taşımacılığın en verimli şekilde kullanılması için ise demiryolu altyapısının geliştirilmesi gerektiği sonucu elde edilmiştir.

Çakar ve Güler (2011) çalışmalarında Türkiye'de yük merkezleri arasında sadece karayolu taşımacılığı kullanıldığı tespit edilmiştir. Çalışmada İzmir limanı ve 15 adet yük merkezine karayolu dışında karayolu, demiryolu ve denizyolu taşımacılığı ile konteyner taşınmasında türlerarası taşıma sistemlerinin en düşük maliyetli taşıma sistemleri olduğu ortaya çıkmıştır.

Vitoşoğlu ve Evren (2011) çalışmalarında Türkiye'deki demiryolu ağırlıklı kombine yük taşımacılığı olanakları araştırılmıştır. Çalışmada demiryolu bağlantılarında oluşabilecek sıkışıklıklar ve alınması gereken önlemler anlatılmıştır. Ayrıca demiryolu taşımacılığının yaygınlaşması konusunda fikir öneriler sunulmuştur.

Kasapoğlu ve Cerit (2011) çalışmalarında Türkiye'nin sahip olduğu demiryolu sisteminin potansiyelini intermodel taşımacılık çerçevesinde incelemişlerdir. Çalışmada intermodel konteyner taşımacılığında demiryolunun ulaştırma konusunda potansiyeli incelenmiştir.

Saatçioğlu ve Kolbaşı (2012) çalışmalarında demiryolu- denizyolu taşımacılığının dünya çapında yükselişte olmasına rağmen Türkiye'de altyapı yetersizliği ve tekelleşme sorunlarından dolayı yeterince yararlanılmadığından bahsedilmiştir. Çalışmada demiryolu- denizyolu entegrasyonun iyileştirilmesi ve veriminin arttırılması için alınması gereken tedbirler ve sağlayacağı faydalardan bahsedilmiştir.

Deveci ve Çavuşoğlu (2013) çalışmalarında taşımacılık sektöründeki güncel gelişmeleri inceleyerek Türkiye için intermodel demiryolu taşımacılığının sahip olduğu fırsatları ve tehditleri incelemişlerdir. Elde edilen verilerde özelleştirmeler sonrasında demiryolu taşımacılığının fırsatlara sahip olmasıyla birlikte mevcut risklerinde elişime hala engel olduğu tespit edilmiştir.

Zeybek (2019) çalışmasında son dönemlerde hayata geçirilen demiryolu koridorları kapsamında değişen dağıtım sistemlerinin ortaya çıkardığı yeni lojistik anlayışını ve ulaşım yolları arayışını değerlendirmiş. Ayrıca Türkiye'ni bulunduğu coğrafyadaki demiryolu taşımalarına etkisi ve geleceğe yönelik beklentiler incelenmiştir.

Zeybek (2020) çalışmasında Çin'den Avrupa'ya ulaşan ve Türkiye'nin de içinde olduğu Orta Koridor isimli Demiryolu Konteyner Taşımacılığının PESTLE analizi ile incelenmiştir. Elde edilen verilerde demiryoluyla konteyner taşımacılığının gelişmesine yönelik fırsatların tehditlerden aha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Zeybek (2021) çalışmasında demiryolu taşımacılığının hinterlant bağlantılarındaki önemi incelenmiştir. Demiryolunun liman hinterlantın da gelişmesinde Mersin Limanı için swot analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen veriler sonucunda Mersin limanının demiryolu bağlantısının güçlendirilmesi gereği vurgulanmıştır.

Yukarıda çalışmalar incelendiği zaman çalışmaların limanlar üzerinden demiryoluyla konteyner taşınması konusundan daha çok tek liman üzerinde çalışmalar yapıldığı veya demiryolu taşımaları sorunları üzerine değinildiği görülmektedir. Bu çalışmada ise Türkiye'deki konteyner limanlarından demiryoluyla konteyner taşımalarının swot analizi tekniği ile incelemesi yapılmış ve elde edilen sonuçlar paylaşılmıştır.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

4.1. SWOT Analizi

Çalışmada uluslararası ve ulusal kaynaklar taranmış ve SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır. SWOT analizi, stratejik kararları desteklemek için iç ve dış çevrenin analizinde yaygın olarak kullanılan bir tekniktir (Gurl, 2017). Bu metod ile iç ve dış çevre etkenleri güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri olarak dört gruba ayrılmaktadır. SWOT analizi, bir organizasyonun veya bir projenin iç ve dış faktörlerini değerlendirerek stratejik bir perspektif sunmayı amaçlar. SWOT analiziyle Türkiye'nin limanlarda demiryolu ile konteyner taşımacılığına yönelik güçlü yönlerini ve fırsatlarını vurgularken, zayıf yönleri ve tehditleri de dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Ülkemizin de içinde bulunduğu yeni ulaşım yolları ve projelerinin kapsamında genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Jeopolitik açıdan çok önemli bir yerde olan ülkemizin konteyner limanlarının uluslararası piyasalarda daha verimli hizmetler verilmeleri için tavsiyeler sunulmaya çalışılmıştır.

4.2. Güçlü Yönler

Türkiye’de hizmet veren konteyner limanları bulundukları yerler itibariyle oldukça stratejik lojistik merkezleridir. Marmara bölgesi özellikle gerek Türk boğazlarının olan yakınlıkları gerekse geri planda sahip oldukları hinterlantları oldukça güçlü yönlerdir. Konteyner sevkiyatları için ihtiyaç duyulan demiryolu altyapı sistemleri de bu bölgede ihtiyaca cevap verebilecek kapasiteye sahiptir.

Marmara bölgesini takip eden ege bölgesi ve Akdeniz bölgeleri ise transit taşımacılık konusunda ciddi anlamda uluslararası pazarda yer edinmeye başlamışlardır. Özellikle Akdeniz bölgesinde faaliyet gösteren limanların Ortadoğu ülkelerine olan yakınlıkları sayesinde transit taşımalarda oldukça çok tercih edilmektedirler. Bulundukları bu stratejik konum sayesinde çevre ülkelerden konteyner taşımalarının en ekonomik ve güvenli bir şekilde demiryoluyla gerçekleştirilmesi önemli bir güçlü yön olacaktır.

Denize kıyı olmayan komşu ülkelere, limanlara yüklerini ulaştırmada hızlı ve ekonomik çözüm olarak demiryolu taşımacılığı alternatifi gidilmesi karayolu taşımacılığı üzerindeki yükü de ciddi anlamda azaltacaktır.

Türkiye’de hizmet veren konteyner limanları gerek üst yapıları gerekse altyapıları ile ileriye dönük ve gelişime uygun şekilde planlamalar sayesinde gelişime açık ve ihtiyaca cevap veren bir kapasiteye sahiptirler. Kapasitenin artmasıyla meydana gelecek olan depolama sorunları ise kuru liman merkezlerinin arttırılmasıyla çözülebilecektir. Roso ve Leveque (2002) yapmış oldukları kuru liman kavramını müşteriler yüklerini aynı limandaki gibi bırakabilecekleri – alabilecekleri yüksek taşıma kapasiteli taşıma araçlarına sahip limanlara bağlı karasal bir iç intermodal terminal olarak tanımlamıştır. Bu tanımlamada dikkat çeken yüksek taşıma kapasiteli taşıma aracı olarak akla direk tren taşımacılığı gelmektedir. Büyük limanların diğer kuru limanlar ile direk bağlantılarının demiryolu taşımacılığı ile kurmaları sayesinde ciddi anlamda konteyner sevkiyatı da sağlanmış olacaktır.

Lojistik merkez olma potansiyeli açısından limanlarımızın Avrupa ve Asya arasında önemli bir geçiş noktası olmaları sebebiyle ciddi bir konteyner trafiği bulunmaktadır. Transit alanların zamanla artmasıyla limanların bu alanları dışarıya taşıma ihtiyacı artacaktır. Bu zamanda konteyner sevkiyatı konusunda demiryolu taşımacılığı daha çok rağbet görecek ve taşıma miktarları yükselecektir.

4.3. Zayıf Yönler

Demiryolları ulaşım modları arasında altyapıya en çok ihtiyaç duyan taşıma modelidir. Denizyolunda limanlar, karayolunda depolama alanları ve havayolunda havalimanları ile altyapı sorunları çözülürken demiryolu bağlantıları ciddi anlamda özel yollar yapılması gerekmektedir. Diğer taşıma modellerinden ikisi doğal yollarla ulaşımını sağlarken, karayolu taşımacılığı tıpkı demiryolu gibi özel yollara ihtiyaç duymaktadır. Fakat devletler tarafından altyapı yatırımları hem özel hem de ticari amaçla kullanılırken, demiryollarında özel bir kullanım imkânı yoktur.

Altyapı yatırımları ağırlıklı devlet tarafından yapılmaktadır. Ciddi anlamda maliyet gerektirmektedir ve bakım ihtiyacı bulunmaktadır. Limanlar ile depolama alanları arasında kısa mesafe demiryolları hatları için bile ciddi yatırımlar gerekmektedir. Limanların veya depolama firmalarının bu denli büyük yatırımlara ayıracak bütçeleri bulunmamaktadır.

Türkiye'de karayolu taşımacılığı maliyet ve verim anlamında demiryolunun gerisinde kalmasına rağmen daha çok tercih edilen bir taşıma türü olmaya devam etmektedir. Demiryolu bağlantının bulunmadığı yerlerde tekel taşımacılık olarak hâkimiyetini sürdürmektedir. Demiryolunun güvenli ve verimli taşınmasının yanında karayoluna göre tek eksi tarafı hızlı olmaması gösterilebilir. Konteynerlerin yüklenmesi ve tahliyesinin özel istasyonlarda yapılması, seferlerin belirli aralıklarla yapılması durumu müşteriler tarafından süre ve hız açısından istenmeyebilir.

Ülkemizde limanlar denize kıyı olan bölgelere dağılmış olup jeolojik doğal yapılar nedeniyle (dağlar ve vadiler) iç kısımlarda bulunan depolama alanlarına ulaşım konusunda bazı demiryolu bağlantıları yapılması ciddi anlamda yatırım gerektirmekte veya güzergahların uzatılması gerekmektedir. Bu durumda demiryolu bağlantılarının maliyetlerini artırmakta ve karayoluna talebin kaymasına neden olmaktadır. Özellikle köprü, tünel ve viyadük yapılarının ihtiyacı demiryolu yatırımları için ciddi maliyetlerdir.

Mevcut demiryolu hatları dahil yeni yapılacak demiryolu hatlarının yenilenmesi ve inşası, modernizasyonu ve bakımları, yükleme ve tahliye için terminallerin donanım ihtiyaçları da olmak üzere için önemli harcamalar yapılması gerekmektedir. Bu yatırımlar, taşıma maliyetlerini artıracaktır.

Konteyner taşımaları için demiryolu hatlarında vagon kiralama veya satın alınması gerekmektedir. Demiryolu taşımacılığında kullanılan vagonların kiralanması veya satın alınması kararları için taleplerin dalgalanmaları incelenmeleri ve ona göre satın alma veya kiralama modeline gidilmelidir. Yine satın alınan veya kiralanan vagonların bakımı ve onarımı gibi maliyetler de taşıma maliyetlerini artıracaktır.

Konteyner taşımacılığında veri paylaşımı ve entegrasyonu önemli bir faktör olmaktadır. Liman operasyonları, demiryolu taşımacılığı ve gümrük süreçleri arasındaki veri paylaşımı yetersiz veya eksik kalması durumunda, lojistik bütünlük sorunları ortaya çıkacaktır. Veri entegrasyonunu sağlamak ve bilgi akışını iyileştirmek için yeterli ve uyumlu teknoloji ve iletişim sistemlerinin kullanılması gerekmektedir.

Demiryolu taşımacılığında kapasite yetersizliği de lojistik bütünlüğü etkileyecektir. Yetersiz kalan demiryolu hatları, terminal altyapısı ve demiryolu ekipmanları, konteyner taşımacılığının verimli şekilde yürütülmesini zorlaştıracaktır.

4.4. Fırsatlar

Türkiye'nin son dönemlerde dahil olmak üzere katıldığı uluslararası antlaşmalar ile kullanıma açılan uluslararası lojistik koridorlar ciddi fırsatlar sunmaktadır. Limanların önemli lojistik aktarmak merkezleri ile demiryolu bağlantılarını oluşturmalarıyla yük akışları daha artacaktır. Türkiye'ye komşu olup kıyısı olmayan ülkelerin, karayoluyla nakliyata göre intermodal taşımacılığa yönelmelerine ve yüklerini demiryoluyla limanlara ulaştırmaları imkânı doğacaktır.

Türkiye demiryolu altyapısı açısından oldukça eski ve önemli geçmişi olan bir ülkedir. Ciddi anlamda altyapısı bulunan demiryolu ağı sayesinde limanlar ile önemli lojistik merkezler arasında ciddi anlamda yatırımlar yapılabilir ve özel sektör ve devlet ortaklığı ile bu hatlar işletilebilir. Demiryolu hatlarının kiralanmasının yanında yap işlet devret modeli ile de yeni hatların açılışı sağlanabilir. Bunun devamlılığının sağlanmasında devlet teşvikleri ve limanlar ile iş birliği anlaşmaları yapılarak yeni iş alanları açılabilir. Türkiye'nin Asya-Pasifik bölgesi ile Avrupa arasındaki ticareti arasındaki rol oldukça önemlidir. Konteyner taşımacılığı, bu projenin önemli bir bileşenidir ve demiryoluyla taşınan konteynerlerin Türkiye üzerinden geçişinde depolama alanlarında bekletilmeleri ve diğer ek hizmetleri almaları da sağlanabilir. Bu sayede yeni istihdam alanları da oluşturularak işgücü anlamında yeni fırsatlar olacaktır.

Limanların depolama alanlarıyla demiryolu bağlantılarının sağlanmasıyla depolama alanlarında gümrük ve lojistik süreçleri için özel birimler kurularak gerek evrak işlemleri gerekse gümrük işlemlerinin limanlar üzerindeki yükü de azaltılabilir.

Konteyner taşımacılığında standartlara uyum ve uyumlu süreçlerin uygulanması da lojistik bütünlüğü etkileyen bir faktördür. Farklı paydaşlar arasında ortak standartların sağlanmasıyla, karayolu taşımacılığında meydana gelen taşıma süreçlerinde uyumsuzluklar, hatalar ve verimsizlikler ortadan kaldırılabilir. Standartların belirlenmesi ve uyumun sağlanması için sektörün birlikte çalışması ve ortak çözümler üretmesi önemlidir.

4.5. Tehditler

Türkiye sınırları içerisinde hala kara taşımacılığı, demiryolu konteyner taşımacılığına karşı güçlü rekabetçi faktörlerdir. Bu, demiryolu konteyner taşımacılığının payının sınırlı kalmasına ve gelişmesini engelleyebilir.

Mevcut demiryolu bağlantılarının yeni yapılacak olan demiryolu bağlantıları ile birleşme aşamasında eski demiryolu bağlantılarında kullanılan eski teknoloji ile yeni yapılan demiryolu bağlantılarında yeni teknoloji arasında muhtemel bağlantı sorunlarının ortaya çıkması durumu vardır.

Altyapı yatırımların limanlar tarafından yapılması gerekliliği olması durumunda limanların bu yatırımlara pek sıcak bakmayacakları ve mevcut karayolu taşımacılığı ile konteyner taşımacılığına devam edilmesi talebini devam ettirebilir.

Altyapı açısından özellikle dağlık yapıda olan Ege ve Akdeniz bölgelerinde limanlar ile depolama alanları arasında tünel-viyadük ve benzeri özel yapım projelerin gerektireceği ve bunlarında yapım maliyetlerimin yüksek olması durumları bulunmaktadır.

Büyük limanların mevcut konteyner kapasite ve trafiklerin yüksek olmasından dolayı depolama alanları arasında demiryolu taşımacılığına yatırımlar yapmaları beklenecekken daha düşük kapasite ve trafiğe sahip olan küçük limanların yatırımlardan kaçınacakları beklenmektedir.

Demiryolu taşımacılığında toplam süre karayolu taşımacılığına göre daha uzun sürelere sahiptir. Konteynerlerin demiryolu taşıması için beklemeleri, yüklenmeleri ve tahliyeler, için özel istasyonlara ihtiyaç duymaları karayolu taşımacılığına göre daha uzun olabilir. Bu sürelerin uzaması, taşıma maliyetlerini etkileyecektir.

Düşük Taşıma taleplerinin mevcut olduğu limanlarda taşıma maliyetlerini artırabilir çünkü maliyetler taşınacak yük miktarına göre dağıtıldığında karayolu taşımasına göre daha yüksek kalacaktır. Bu durumda müşterilerin karayolu taşımasına kaymalarına neden olacaktır.

Demiryolu ile konteyner taşımacılığında liman ve hizmet veren operatör bulunmaktadır. Liman işletmecileri, demiryolu şirketleri, lojistik firmaları, gümrük otoriteleri ile yeterli koordinasyon sağlanamadığında, lojistik bütünlük ortadan kalkacak ve gecikmeler oluşacaktır. Bu durum, taşıma süreçlerinde aksamalara, gecikmelere ve verimsizliğe yol açacaktır.

5. SONUÇ

Dünya çapında küreselleşmenin etkisiyle serbest piyasa ekonomisinde ülkeler teknolojik gelişmeler, değişen siyasi ekonomik ve kültürel gelişmeler, sürekli değişen ve gelişen arz talep dengesinde, sürdürülebilir ticaretin sağlanması açısından ekonomilerini geliştirmek amacıyla ürettikleri tedarik zinciri politikaları kapsamında projeler ve yatırımlar gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda özellikle ulaştırma ve lojistik sektörüne yapılan yatırımlar öne çıkmaktadır. Avrupa çok modlu ulaşım ağları kurarak, ulaştırma koridoru oluştururken, Türkiye Hazar Geçişli Orta Koridor girişimi üzerine ulaştırma ve lojistikte yatırımlarını hayata geçirirken, Çin Kuşak ve Yol Girişimi üzerinden ulaştırma koridorları üzerine yatırımlarını yapmaktadır (İnegöl, 2023).

Limanların demiryolu ile konteyner taşımacılığına daha çok yönelmeleri Türkiye'nin lojistik sektörü için büyük potansiyel fırsatlar sunmaktadır. Türkiye'nin stratejik konumu, Asya ve Avrupa arasında köprü görevi görmesini bu fırsatların altyapısını oluşturmaktadır. Bu durum, limanların demiryolu taşımacılığı ile konteyner tedarik etmelerinde önemli bir avantajdır.

Türkiye'nin büyük liman altyapısı ve lojistik merkez olarak potansiyeli, demiryolu konteyner taşımacılığın ile gelişmesi için sağlam bir konteyner trafiği elde edilmiş olacaktır. Ancak, hâlâ bazı zorluklarla karşılaşılmaktadır. En önemli zayıf yön ise altyapı eksiklikleri, karayoluyla olan rekabet sorunu ve jeolojik durumlardır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için, Türkiye'nin demiryolu altyapısının iyileştirilmesi ve modernizasyonu için yatırımlar yapılması gerekmektedir. Ayrıca tehditler açısından bakıldığında maliyetlerin düşürülmesi, hızlı ve güvenilir hizmetlerin sunulması ve rekabetçi bir ortamın oluşturulması gerekmektedir. Türkiye'nin stratejik konumu, lojistik koridorların oluşumu ve bölgesel işbirliği fırsatları gibi faktörler, demiryolu konteyner taşımacılığının fırsatları olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, rekabet ve maliyetler gibi tehditler fırsatların önüne geçmektedir. Altyapı iyileştirmeleri, önemli hatların stratejik planlamaları ve limanlar ile hinterlantlar arasında ulaşımın rahatlatılması için özel depolama alanlarının oluşturulması işbirlikleri ile Türkiye, demiryolu konteyner taşımacılığının gelişmesini teşvik edebilir ve lojistik sektöründe rekabetçi bir konum elde edebilir. Demiryolunu bağlantıları için altyapı yatırımlarının hızlıca tamamlanması ve mevcut demiryolu bağlantıları ile entegrasyonun sağlanması en önemli ve gerekli atılım olmalıdır. Bunun içinde Türkiye Cumhuriyeti'nin özellikle Devlet Demir Yolları'ının limanlar ile depolama alanları arasında demiryolu hatlarına önem vermeleri ve özel sektör ile işbirlikleri sağlanarak yeni hatların açılması önemlidir. Demiryolu bağlantılarının hızlıca tamamlanması ve yeni yatırımlar için teşvik paketleri hazırlaması, limanlara ve depolama yapan özel işletmelere yatırımlarına karşılık her türlü desteğin ve teşviğin verilmesi çok önemlidir.

KAYNAKÇA

Acciaro, M., & McKinnon, A. (2015). *Efficient Hinterland Transport İnfrastructure and Services for Large Container Ports.* https://www.oecd-ilibrary.org/transport/port-investment-and-container-shipping-markets/efficient-hinterland-transport-infrastructure-and-services-for-large-container-ports_9789282107850-5-en (Erişim tarihi: 11.9.2023)

Carbone, V., & Martino, M. D. (2003). *The Changing Role Of Ports İn Supply-Chain Management: An Empirical Analysis.* Maritime Policy & Management, 30(4), 305-320. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0308883032000145618?casa_token=p6b59qYnhxMAAAAA%3ASq91IZ53GtKr42kVyd7Mt8YkxO0akd7odB5qzPRTWRf8-Fe7qKYGigUimTbJeAHhyLbWqiWNAtrT (Erişim tarihi: 01.9.2023)

Çakar, İ. A., & Güler, N. (2011). *Türlerarası Konteyner Taşımacılığı Çözümleri: İzmir Limanı Örneği*. İTÜ Dergisi/d, 10(1). http://itudergi.itu.edu.tr/index.php/itudergisi_d/article/view/1224 (Erişim tarihi: 01.9.2023)

Demirlioğlu, H. (2008). *Türkiye Denizyolu Konteyner Taşımacılığının Kombine Taşımacılık ile Geliştirilmesi* (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü). https://polen.itu.edu.tr:8443/server/api/core/bitstreams/82142d27-2091-4ea7-96d2-b6e7ad6c1577/content (Erişim tarihi: 02.9.2023)

Deveci, D. A., & Çavuşoğlu, D. (2013). *İntermodal Demiryolu Taşımacılığı*: *Türkiye İçin Fırsatlar ve Tehditler*. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 5(1), 93-120. Microsoft Word - TEZ (itu.edu.tr) (Erişim tarihi: 02.9.2023)

Ferrari, C., Parola, F., & Gattorna, E. (2011). *Measuring the Quality of Port Hinterland Accessibility: The Ligurian Case.* Transport Policy, 18(2), 382-391. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X10001435?casa_token=VybDPO-EEZYAAAAA:Cp1ZUoG-gXZ6RlUPEJCxyku7QxLJzNZ9EL4RWFdXnqjcYnxwbB4cX6HWj7BgZ-enbXNCF6St7A (Erişim tarihi: 03.9.2023)

Gurl, E. (2017). *SWOT Analysis: a Theoretical Review*. https://demo.dspacedirect.org/items/a94ef210-25e1-4399-b93e-54930f2ba37f (Erişim tarihi: 04.9.2023)

Halim, R. A., Kwakkel, J. H., & Tavasszy, L. A. (2016). A *Strategic Model Of Port-Hinterland Freight Distribution Networks.* Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 95, 368-384. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1366554516303969?casa_token=odxWdcADKl8AAAAA:5AD60OannDXcCPWPmkndVdhZqnIP3QvnpBRsbkvnaI6HOrjEg4WfeVBL_aESXamAtVGv0UQHrw (Erişim tarihi: 04.9.2023).

Halim, R. A., Kwakkel, J. H., & Tavasszy, L. A. (2016). *A Scenario Discovery Study of The Impact of Uncertainties in the Global Container Transport System on European Ports.* Futures, 81, 148-160. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0016328715001342?casa_token=Eq6mtF1lre4AAAAA:x1R0wgt6P9SXhSmAQ5MrOirkYcyMgwktlc3NMoRRVnwrzsdnb7fEx2D9Rtw-dpspVAK8KmlTvA (Erişim tarihi: 05.9.2023).

İnegöl, G. M. (2023). *Kuru Liman Kavramı ve Kuru Liman Lokasyon Seçim Kriterlerinin Karar Destek Modeli ile Analizi.* Deniz İşletmeciliği ve Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar, 31. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=0OS2EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA31&dq=%C4%B0neg%C3%B6l,+G.+M.+(2023).+Kuru+Liman+Kavram%C4%B1+ve+Kuru+Liman+Lokasyon+Se%C3%A7im+Kriterlerinin+Karar+Destek+Modeli+ile+Analizi.+Deniz+%C4%B0%C5%9Fletmecili%C4%9Fi+ve+Y%C3%B6netiminde+G%C3%BCncel+Yakla%C5%9F%C4%B1mlar,+31.&ots=2_d1YXm1_t&sig=4L_7C0_N_qd4QhZbhKSdEuT9M3U&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (Erişim tarihi: 05.9.2023).

Kasapoğlu, L., & Cerit, A. G. (2011). *Türkiye'de İntermodal Konteyner Taşımacılığında Demiryolu Ulaştırma Potansiyelinin Analizi.* Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 3(1), 59-72. https://dergipark.org.tr/en/pub/deudfd/issue/4584/62759 (Erişim tarihi: 05.9.2023).

Kurt, V., Çelik, İ., & Ercan, N. (2008). *TCDD Lojistik Köyü Çalışmaları.* 2. Uluslararası Demiryolu Sempozyumu, Demiryolu Fuarı Bildiri Kitabı, 1483-1493.

Muller-Jentsch, D. (2002). *Transport Policies for the Euro-Mediterranean Free-Trade Area: An Agenda for Multimodal Transport Reform in the Southern Mediterranean*. Washington, DC: World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/15221 (Erişim tarihi: 06.9.2023).

Monios, J., & Lambert, B. (2013). *The Heartland Intermodal Corridor: Public Private Partnerships and They Transformation of Institutional Settings.* Journal of Transport Geography, 27, 36-45. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0966692312000786?casa_token=bI0C1KkXxGgAAAAA:Yb3K9frGjuf6ik1RTrqGEKFz8aZdkkrpMXxHSROcDtKjxkfWuMMIUo8k1Z4IxF61uMuRppnLDQ (Erişim tarihi: 06.9.2023).

Ovalı, S., & Çelik, K. (2007). *Türk Dünyası ve TRACECA Projesi.* Journal of Azerbaijani Studies, 12(1-2), 153-179.

Rodrigue, J. P., & Notteboom, T. (2012). *Dry Ports in European and North American Intermodal Rail Systems: Two of a Kind?.* Research in Transportation Business & Management, 5, 4-15. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210539512000673?casa_token=C7x5EE80oVAAAAAA:u7r4guSZnWmbLtqkhHsm1eYJDvL0qI0l8iiy_GfBr--sCmsBxjXJb4KGyp9N2iWqhQMo9Re6ww (Erişim tarihi: 06.9.2023).

Roso, V. (2007). *Evalutaion of The Dry Port Concept From an Enviromental Perspective:a Note.* Transportation Research Part:D Transport and Environment, 12(7),523-527. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1361920907000727?casa_token=5auhYgtk7O8AAAAA:jQMqNAGqs980XgV-2BH8X7svABGq_27-hwvXUZgEC6tx8go8p-GcMzskSeT4UWDi3zZi9CK1Iw (Erişim tarihi: 08.9.2023).

Roso, V., & Leveque, P. (2002). *Dry Port Concept for Seaport Inland Access with Intermodal Solutions. Chalmers Tekniska Högsk.*

Saatçioğlu, C., & Kolbaşı, N. Ç. (2012). *Türkiye Lojistik Sektöründe Denizyolu-Demiryolu Entegrasyon Sürecinin İncelenmesi.* Sakarya İktisat Dergisi, 1(2), 1-25. https://dergipark.org.tr/en/pub/sid/issue/30088/324689 (Erişim tarihi: 08.9.2023).

Şahin, İ. (2022). *Yüksek Hızlı Demiryolları: Dünya ve Türkiye Perspektifi.* Türkiye İnşaat Mühendisliği 18. Teknik Kongre ve Sergisi, 7-9 Kasım 2022, İstanbul https://tk18.imo.org.tr/wp-content/uploads/2022/11/03-Ulast%C4%B1rma.pdf?_t=1667555396#page=117 (Erişim tarihi: 06.9.2023).

Trapp, A. C., Harris, I., Rodrigues, V. S., & Sarkis, J. (2020). *Maritime Container Shipping: Does Coopetition Improve Cost and Environmental Efficiencies?.* Transportation Research Part D: Transport And Environment, 87, 102507. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1361920920306945?casa_token=vZxv0SX5n9IAAAAA:wsQuAZFXZJgO7K3OZN0ewd_xIvSTjs8uOqjgoQfhIhOVG8_-jz5fKWQ6M6EVR19aZUXg0nuHpA (Erişim tarihi: 06.9.2023).

UNCTAD, (2021). *Review of Maritime Transport.* Geneva: United NationsConference on Trade and Development.

Üzümcü, A., & Akdeniz, S. (2014). *Yeni İpek Yolu: TRACECA ve Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu Projesi.* Avrasya Etüdleri, 45(1), 11-39. https://dergipark.org.tr/en/pub/avrasya/issue/35344/392416 (Erişim tarihi: 06.9.2023).

Vitoşoğlu, Y., & Evren, G. (2011). *Türkiye'de Demiryolu Ağırlıklı Kombine Yük Taşımacılığı Olanaklarının Araştırılması*. İTÜ Dergisi/D, 7(1). http://itudergi.itu.edu.tr/index.php/itudergisi_d/article/view/384 (Erişim tarihi: 06.9.2023).

Zeybek, H. (2007). *Ulaşım Sektöründe İntermodalite ve Lojistik Alanındaki Gelişmeler ve Türkiye'ye Yansımaları.* Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Zeybek, H. (2019). *Uluslararası Ticarette Yeni Avrasya Ulaşım Yolları Arayışı: Demiryolu Yük Taşımacılığına Etkileri.* Avrasya Etüdleri, 56(2), 135-154. https://dergipark.org.tr/en/pub/avrasya/issue/50529/657254 (Erişim tarihi: 02.9.2023).

Zeybek, H. (2020). *Yeni İpek Yolunun Kıtalar Arası Demiryolu Konteyner Taşımacılığına Etkisi: PESTLE Analizi.* Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(4), 724-740. https://dergipark.org.tr/en/pub/ohuiibf/article/709425 (Erişim tarihi: 02.9.2023).

Zeybek, H. (2021). *Demiryollarının Konteyner Limanı-Hinterlant Bağlantılarındaki Önemi: Mersin Limanı Örneği.* Demiryolu Mühendisliği, (14), 49-64. https://dergipark.org.tr/en/pub/demiryolu/issue/60693/840401 (Erişim tarihi: 01.9.2023).

Zhang, Q., Wang, W., Peng, Y., & Guo, Z. (2017). *Impact of Rail Transport Services on Port Competition Based on a Spatial Duopoly Model.* Ocean & Coastal Management, 148, 113-130. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0964569116304148?casa_token=mT8zOtvv7_oAAAAA:HVbkjNfnQh3V7xZ22gnQXgQNtz1UZw4zOA5XhTCUxz2YFLG-WMKVe2HfnJf3lorBV0_38UDQ5g (Erişim tarihi: 02.9.2023).

TANKER GEMİ DENETLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Dr. Ozan Hikmet ARICAN

Kocaeli Üniversitesi, - 0000-0003-2061-6112

Dr. Ali Umut ÜNAL

Kocaeli Üniversitesi, - 0000-0002-2575-6379

ÖZET

Deniz ulaşımını bel kemiği olan deniz taşımacılığı ve bunu sağlayan gemi taşımacılığı her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Deniz taşımacılığını dünya ticaretinin %79'unu oluşturmaktadır. Güvenli ve ucuz ulaşım sağladığı için gün geçtikçe artan bir ivme sağlar. Bu gemiler piyasada birçok türden oluşur. Bu gemilerden en çok navlun olarak para kazandıran gemi türü tankerlerdir. Araştırmalarda tanker gemilerinin yıllık büyüme eğiliminin %3,5 olduğu raporlanmıştır. Bu artış 2050 yılına gelindiğinde devasa bir tanker filosunun denizlerde olacağı anlamına gelir. Bu gemilerin rahatça yük alıp boşaltmasını sağlaması için farklı denetlemelerden geçer. Günümüzde bu denetlemeler çok önemli hale gelmiştir. Bunun en önemli nedeni emniyetli ve güvenilir taşımacılık için yük sahiplerinin en iyi gemileri seçmeleri gerektiğidir. Bu denetlemeler zorunlu ve isteye bağlı olarak yaptırılır. Bu denetlemelerden zorunlu olanlar Port State kontrol (PSC) ve Bayrak devleti (FS) kontrolüdür. Bunlar her limanda olası zorunlu denetlemelerdir. Bu zorunlu denetlemeler gemi isteğine bağlı olmayan ve bayrak devletinin IMO nezdindeki kontrolleri temel alınarak belirli süre zarfında periyodik olarak yapılmaktadır. Öte yandan Tankerler için yük bulma kolaylığı açısından isteğe bağlı ama çoğunlukla mecburen yaptırılan denetlemeler mevcuttur. Bu denetlemeler Gemi Denetim Raporu (SIRE) ve Kimyasal Dağıtım Enstitüsü (CDI) olarak adlandırılır. Bu denetlemeler ise geminin taşıyacağı yük ile ilgili denetlemelerdir. Bu denetlemeleri geçemeyen veya girmeyen gemi yük bulmakta zorlanır. Bu da ticari bir kayba neden olur. Bu çalışmada zorunlu ve isteğe bağlı olan denetlemelerin özelliklerinin karşılaştırmaları yapılmıştır. Yöntem olarak karşılaştırma analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak PSC ve FS denetlerinin daha çok emniyet donanımları, güvenlik, sertifika ve emniyetli yönetim sistemi ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan SIRE ve CDI denetlerinin ağırlıklı olarak yük operasyonu, operasyon güvenliği, gemi kondisyonu ve gemide çalışan personelin petrol/kimyasal yük bilgilerinin değerlendirilmesi üzerinden denetleme yaptıkları görülmüştür. Bu denetlemelerde tanker gemilerinde çalışan kaptan ve baş mühendislerin hangi önemli özelliklerine dikkat etmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu şekilde tanker türündeki gemilerin hazırlık aşamalarında neler yapılacağı konusunda referans sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Denetlemeler, Gemi işletmeciliği, Deniz Ulaşımı, PSC, Tanker

1. GİRİŞ

Denizcilik sektörü, denizlerin, okyanusların ve iç suyollarının kullanımıyla ilgili olan geniş bir endüstridir. Bu sektör, ticaret, ulaşım, enerji üretimi, balıkçılık ve turizm gibi birçok farklı alanı kapsar. Denizcilik sektörü, dünya genelinde malların ve insanların taşınmasında önemli bir rol oynar. Konteyner gemileri, tankerler, kuru yük gemileri ve yolcu gemileri gibi farklı türde gemiler, bu amaçlarla kullanılır. Deniz yoluyla taşımacılık, diğer taşıma yöntemlerine göre genellikle daha ekonomik ve çevre dostu bir seçenektir. Limanlar, gemilerin yük ve yolcu transferi yapabildiği, malzemelerin depolandığı ve gemilerin bakımının yapıldığı tesislerdir. Büyük limanlar, ticaretin merkezlerinden biri olarak hizmet verir ve ekonomik büyümeye katkı sağlar. Denizcilik sektörü, rüzgâr türbinleri ve gelgit enerjisi gibi deniz kaynaklarından enerji üretimini de içerir (Heiji ve ark., 2011). Bu, yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik bir çevresel ve ekonomik çözüm olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Denizler ve okyanuslar, önemli bir gıda kaynağı olan deniz ürünlerinin yakalandığı bir ortamı sağlar. Balıkçılık sektörü, hem ticaret hem de yerel beslenme açısından büyük bir öneme sahiptir. Ancak aşırı avlanma ve çevresel sorunlar, sürdürülebilir balıkçılığın zorlu bir konu olmasına neden olmuştur.

Denizcilik, tatilcilerin gemi turları ve kruvaziyerlerle seyahat etmesine olanak tanır. Turistik gemiler, tatilcileri dünya genelindeki limanlara götürerek hem turizm sektörüne katkı sağlar hem de tatilcilere eşsiz deneyimler sunar (Yan ve ark., 2020). Denizcilik sektörü, deniz güvenliği ve çevresel koruma konularında büyük bir sorumluluğa sahiptir. Deniz kirliliği, gemilerin güvenliği ve denizlerde yaşayan canlıların korunması gibi konularda uluslararası düzenlemeler ve denetimler uygulanır. Denizcilik sektörü, gemilerin yönetimi, bakımı ve işletilmesi için çok çeşitli meslekler sunar. Denizcilik okulları ve eğitim kurumları, denizcilerin ve deniz mühendislerinin yetişmesine katkı sağlar.

Denizcilik sektörü, dünya ekonomisi için kritik bir öneme sahiptir ve birçok farklı sektörle etkileşim içindedir. Ticaretin ve küresel bağlantıların bir parçası olarak, dünya çapında iş fırsatları ve ekonomik büyüme sağlar (Yan ve ark., 2023). Aynı zamanda deniz ve okyanuslarımızın sürdürülebilir şekilde korunması gereken önemli ekosistemleri temsil eder. Denizcilik sektörünün en önemli aşamasını da bahsedilen sektörlerin en önemlisi olarak gemiler yerine getirir. Bu gemilerden de çevresel risk açısından en büyük payı da tanker sınıfı gemiler oluşturur.

Tanker gemi denetlemesi, denizcilik endüstrisinde hayati bir öneme sahip olan bir süreçtir. Tanker gemileri, genellikle sıvı yüklerin taşınmasında kullanılan büyük ve özel amaçlı deniz araçlarıdır. Bu gemiler, petrol, kimyasal maddeler, gazlar ve diğer tehlikeli veya hassas kargoların taşınmasında kullanılır ve bu nedenle güvenlik ve çevresel endişeler büyük bir öncelik taşır. Tanker gemi denetlemesi, bu gemilerin güvenli ve düzenli bir şekilde çalışmasını sağlamak, çevresel etkilerini minimize etmek ve uluslararası denizcilik standartlarına uymalarını sağlamak amacıyla gerçekleştirilir. Bu denetimler, gemi personelinin yetkinliklerini değerlendirmekten, geminin ekipmanlarının ve sistemlerinin düzgün çalışmasını kontrol etmeye kadar bir dizi ayrıntılı incelemeyi içerebilir. Tanker gemi denetlemesi, denizcilik endüstrisinin güvenli ve sürdürülebilir bir şekilde faaliyet göstermesine yardımcı olan kritik bir

süreçtir. Bu çalışmada, tanker gemi denetlemelerinden özel olarak yaptırılan CDI ve SIRE ile mecburi girilen PSC ve FS denetlemelerinin ayrıntılı farklılıkları ele alınacaktır.

2. DENEYSEL ÇALIŞMALAR

Tanker gemileri, sıvı yüklerin, genellikle ham petrol, petrol ürünleri, kimyasal maddeler, gazlar veya diğer benzeri maddelerin deniz yoluyla taşınmasında özel olarak tasarlanmış büyük deniz araçlarıdır. Bu gemiler, yüklerini güvenli bir şekilde taşıyabilmek ve çevresel riskleri minimize etmek için özel ekipmanlar ve sistemlerle donatılmıştır. Petrol tankerleri, ham petrol veya rafine petrol ürünlerinin taşınmasında kullanılır. Bu gemiler, petrol ürünlerini depolamak ve taşımak için büyük tank bölmelerine sahiptir. Petrol tankerleri, genellikle çok büyük boyutlarda olabilirler ve dünya genelinde petrol taşımacılığının ana araçlarından biridir. Kimyasal tankerler, tehlikeli kimyasal maddelerin taşınmasında kullanılır. Bu gemiler, yüklerin özelliklerine göre farklı tank bölmelerine sahip olabilirler ve bu bölmelerin her biri farklı kimyasal maddeler için tasarlanmıştır. LPG ve LNG tankerleri, sıvılaştırılmış gazların (propan, bütan, doğalgaz) taşınmasında kullanılır. Bu tankerler, sıvılaştırılmış gazları yüksek basınç ve düşük sıcaklık altında depolamak ve taşımak için özel olarak tasarlanmıştır. Kimyasal Tankerler: Bu tankerler, çeşitli kimyasal maddelerin taşınmasında kullanılır ve yüklerin özelliklerine göre farklı kapasitelerde ve özelliklerde inşa edilirler.

Tanker gemilerinin tasarımı ve işletilmesi, yüklerin doğası gereği çok dikkatli bir şekilde yapılır. Güvenlik önlemleri, geminin personelinin eğitimi, yüklerin doğru bir şekilde yüklenmesi ve boşaltılması gibi konular, tanker gemilerinin güvenli bir şekilde çalışmasını sağlamak için önemlidir. Ayrıca, uluslararası denizcilik kurallarına ve çevresel standartlara uygunluk da büyük bir öneme sahiptir çünkü sızıntı veya kirlilik olayları ciddi çevresel etkilere yol açabilir (Ludbrook, 1997).

Ticari gemiler, uluslararası düzenlemelere ve standartlara uymak zorundadır ve dünya genelinde denetimlerle denetlenirler. Bu denetimler, gemilerin güvenliği, çevresel koruma ve mürettebatın sağlığı ve güvenliği gibi önemli konuları ele alır. Ticari gemilerin uluslararası temelde girdiği denetimler şunlardır:

- SOLAS (Uluslararası Can Kurtarma ve Güvenlik Denizciliği Konvansiyonu) Denetimleri: SOLAS, denizciliğin can kurtarma ve güvenlik standartlarını düzenleyen uluslararası bir anlaşmadır. SOLAS'a taraf olan ülkeler, gemilerin bu standartlara uygunluğunu denetlemekle yükümlüdürler. SOLAS denetimleri, gemilerin can kurtarma ekipmanları, yangın güvenliği, güvenlik düzenlemeleri ve mürettebatın eğitimi gibi konuları kapsar (Bijwaard ve Knapp 2009).
- MARPOL (Deniz Çevresel Kirliliği Önleme Konvansiyonu) Denetimleri: MARPOL, deniz çevresel kirliliğin önlenmesini hedefleyen bir uluslararası anlaşmadır. Gemilerin atık yönetimi, egzoz emisyonları ve deniz çevresine olan etkileri gibi çevresel faktörleri denetler. Bu denetimler, gemilerin MARPOL gerekliliklerine uyumunu sağlamayı amaçlar.
- Port State Control (Limanda Devlet Denetimi): Birçok ülke, yabancı bayraklı gemileri kendi limanlarında denetler. Bu denetimler, gemilerin uluslararası düzenlemelere uygunluğunu ve güvenliğini kontrol eder. Limanda Devlet Denetimi, gemilere uyarılar,

para cezaları veya geminin geçici olarak bağlanmasına kadar çeşitli yaptırımlar uygulayabilir.

- Classification Society (Sınıflandırma Derneği) Denetimleri: Birçok ticari gemi, bir sınıflandırma derneği tarafından sertifikalandırılır. Bu dernekler, gemilerin tasarımını, inşasını ve bakımını denetlerler. Gemilerin düzenli olarak sınıflandırma dernekleri tarafından denetlenmesi, geminin denizde güvenli ve denizciliğe uygun olduğunu onaylar.
- Flag State (Bayrak Devleti) Denetimleri: Gemi, bir bayrak devleti tarafından kayıtlıdır ve bu devlet geminin uluslararası standartlara uygunluğunu denetler. Bayrak devleti denetimleri, geminin teknik ve güvenlik yönlerini kapsar.

Bu denetimler, denizcilik endüstrisinin güvenliği, çevresel koruma ve kalite kontrolünü sağlamak için önemlidir. Ayrıca, uluslararası düzenlemelere uyan gemiler, denizcilik endüstrisi için daha güvenli ve sürdürülebilir bir geleceği destekler. Yukarıda belirtilen denetlemeler ticari faaliyetlerde bulunan her gemi için standart denetimleri kapsar. Bunun dışında tanker türü gemilerde ise farklı denetimlere tabi olurlar. Bunlar SIRE (Ship Inspection Report Programme) ve CDI (Chemical Distribution Institute) olarak tanımlanır.

SIRE ve CDI denetlemeleri, özellikle tanker sınıfı gemilerin uluslararası ticarette ve kimyasal maddelerin taşınmasında kullanıldığı durumlarda yaygın olarak uygulanan özel denetim programlarıdır (Arıcan, 2019).

SIRE Denetlemeleri (Ship Inspection Report Programme):

- Amaç: SIRE denetlemeleri, özellikle ham petrol ve petrokimya ürünleri taşıyan tanker gemilerinin güvenliği, çevresel uyumluluğu ve operasyonel etkinliği hakkında bağımsız bir değerlendirme sunar. Bu denetlemeler, gemilerin dünya genelinde güvenli bir şekilde iş yapmalarını teşvik etmeyi amaçlar.
- Denetleyici: SIRE denetimleri, genellikle denizcilik endüstrisinde saygın sınıflandırma toplulukları veya sertifikasyon kuruluşları tarafından gerçekleştirilir. Bu kuruluşlar, denetimleri yüksek kalite ve bağımsızlık standartlarına göre yürütürler.
- Kapsam: SIRE denetimleri, geminin teknik durumu, ekipmanları, mürettebatın yetenekleri, güvenlik standartları ve operasyonel süreçleri gibi bir dizi faktörü içerir. Ayrıca, geminin MARPOL (Deniz Çevresel Kirliliği Önleme Konvansiyonu) ve SOLAS (Uluslararası Can Kurtarma ve Güvenlik Denizciliği Konvansiyonu) gibi uluslararası düzenlemelere uyumunu da değerlendirir.

CDI Denetlemeleri (Chemical Distribution Institute):

- Amaç: CDI denetlemeleri, kimyasal tankerlerin taşıdığı tehlikeli kimyasal maddelerin güvenli taşınmasını ve deniz çevresinin korunmasını sağlamayı hedefler. CDI, kimyasal taşımacılık endüstrisindeki güvenlik ve kalite standartlarını yükseltmeye yönelik bir girişimdir.
- Denetleyici: CDI denetimleri, kimyasal taşımacılık endüstrisinin profesyonelleri ve kimyasal taşımacılıkla ilgili paydaşlar tarafından gerçekleştirilir. CDI, kendi denetçilerini yetiştirir ve denetim süreçlerini yönetir.
- Kapsam: CDI denetimleri, geminin teknik durumu, yük taşıma ve transfer işlemleri, yük ve atık yönetimi, güvenlik ekipmanları ve mürettebatın eğitimi gibi bir dizi konuyu ele

alır. Ayrıca, geminin uluslararası düzenlemelere (örneğin, MARPOL Annex II) uygunluğunu ve kimyasal yüklerin güvenli taşınmasını değerlendirir.

SIRE ve CDI denetlemeleri, kimyasal maddelerin taşınması ve tanker sınıfı gemilerin güvenliği için çok önemlidir. Bu denetimler, gemi sahiplerinin ve işletmecilerinin gemilerinin yüksek güvenlik ve çevresel standartlara uygunluğunu sürekli olarak sürdürebilmelerine yardımcı olur. Aynı zamanda, bu denetlemeler gemi taşımacılığı endüstrisinde daha geniş bir güven ve saygı ortamının oluşturulmasına da katkıda bulunur.

3. LİTERATÜR

Akademik çalışmalarda gemi denetimleri konusunda bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda belirtilmiştir.

Yan ve Wang 2019'da çalışmalarında PSC kontrollerindeki risk yaratan kusurların analizlerini yapmışlardır. Zaman olarak kısıtlı vakitte hangi önemli detaylara bakılması gerektiği çalışmalarında irdelenmiştir (Ying ve Wang, 2019). Yang ve ark. 2020'de yaptıkları çalışmada Paris Mou denetlerinin etkisini, gemilerdeki kalite standartlarını arttırıcı düzeyini ve deniz emniyeti konusundaki değerlendirmelerini Bayesian metodu kullanılarak yapılmıştır (Yang ve ark., 2020). Xiao ve ark. 2021'de PSC kontrol denetlerinin etkisi üzerine araştırma yapmışlardır. Bölgesel denetlerin 2009-2019 arasındaki karşılaştırmalarını yapmışlardır. Wang ve ark 2021'de çalışmalarında PSC denetlerini ele almışlardır. Çalışmalarında bulunan eksikliklerin analizini ve risk analizini yapmışlardır. Şanlıer 2020'de yaptığı çalışmada Karadeniz PSC MOU özelinde çalışma yapmıştır. Çalışmasında tutuklanan gemilerin yaşlarından dolayı ana nedenlerini, gemi tipi, bayrak ve denetleyen otoritenin önemini belirtmiştir. Fu ve ark, 2020'de gemi ana eksiklik kategorileri ve alt kategorileri arasındaki korelasyonları analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda dört tipik gemi özelliği göstergesi (gemi tipi, yaş, dedveyt ve brüt tonaj) tartışılmıştır.

Arıcan, 2019'da yüksek lisans tezinde CDI denetinin eksiklikleri üzerine çalışmada bulunmuştur. Çalışmasında eksikliklerin diğer faktörler ile arasındaki ilişkilerine odaklanmıştır (Arıcan, 2019). Lluis, 2021'de CDI denetinin gemi üzerindeki etkisini ele almıştır. Siali, 2023'de yüksek lisans tezinde SIRE programını detaylı bir şekilde ele almıştır. Tanker gemilerindeki işleyişten bahsetmiştir. Fokianos, 2023'te SIRE programının tanker gemilerinde ve yükü taşıtan kiracılardaki rolünden bahsetmiştir (Fokianos, 2023). Yalnız ve Çetin 2023'te çalışmalarında Gemi Denetim Raporu (SIRE) programı Gemi Denetim Anketleri (VIQ) denetimleri, düzenli Bayrak Devleti ve Liman Devleti Denetimlerini tamamlayan ek denetimlerden birini oluşturduğunu ve bu denetimlerin kapsamlı analizini Bulanık DEMATEL ve Bulanık TOPSIS kullanarak yapmışlardır (Yalnız ve Çetin, 2023).

Literatür incelendiğinde tanker türü gemilerin denetlemelerinin ikili karşılaştırılması ve değerlendirilmesi üzerine bir çalışma olmadığı tespit edilmiştir. Bu çalışma denetlemelere girecek gemilere rehber bir yol gösterici olacaktır.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRMELER

Karşılaştırmalı analiz yöntemi, farklı nesneler, olaylar, konular veya veri setleri arasında benzerlikleri ve farkları incelemek için kullanılan bir analiz yaklaşımıdır. Bu yöntem, iki veya daha fazla öğeyi karşılaştırarak, ilişkileri anlama ve sonuçlar çıkarma amacı güder. Karşılaştırmalı analiz yöntemi, genellikle şu adımları içerir (Hull ve ark., 1972):

- Karşılaştırılacak Öğeleri Seçme
- Karşılaştırılacak Kriterleri Belirleme
- Veri Toplama
- Analiz Yöntemini Belirleme
- Sonuçları Çıkarma ve Yorumlama

Karşılaştırmalı analiz yöntemi, karar verme süreçlerini desteklemek, trendleri ve desenleri ortaya çıkarmak, rekabet analizi yapmak, performansı ölçmek ve daha birçok amaçla kullanılır (Ludbrook, 1997). Bu analiz yöntemi, bilimsel araştırmalardan işletme stratejilerine kadar birçok farklı alanda kullanılabilir ve bilgi sağlama ve karar alma süreçlerini destekler (Baser, 2006). Yapılan araştırma, tanker sınıfı gemilerde isteğe bağlı denetlemeler ile mecburi yapılan denetlemeler arasındaki bulguların farklılıklarını belirlemek maksadıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 50 farklı tanker gemisi için toplamda 350 denet raporundan gelen sonuçlarla analizler yapılmıştır. Gerekli veriler 2023 Haziran-Eylül ayları aralığında toplanmaya başlanmıştır. Araştırmada kullanılmak üzere toplanacak bilgiler için karşılaştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın son kısımlarında ise toplanan verilerin tablolar halinde farklılıkları açıklanmıştır.

4.1.CDI ve SIRE denetlerinde ortaya çıkan bulgular

50 farklı tanker gemisinde CDI ve SIRE denetlerinde ortaya çıkan bazı bulgular tablo 1'de belirtilmiştir.

Çizelge 1: CDI ve SIRE denetlerinde yazılmış bazı bulgular

Sıra	Bulgu adı	Gemi tipi[1]	Referans	Sıra	Bulgu adı	Gemi tipi[2]	Referans
1	Sancak Tarafı Makine Dairesindeki Özel Bölmede Bulunan Makine Dairesi Kimyasalları Düzgün Tanımlanmamış ve İşaretlenmemiş. (Alkali/Asit Ayrımı gibi)	KT	CDI 8.1.66	17	Harita Tablosunda ve GMDSS Masasında Birer Aktif Reset Butonu Sağlanmıştır. Her İki Lokasyon da Düzgün Bir Gözleme Uygun Değildi.	CT	SIRE 4.7
2	Makine Dairesi Girişinde Bulunan Yangın Planındaki Sembollerin Çoğu Okunaklı Bulunmamıştır.	KT	CDI 9.1.4	18	Şirket Politikasına Göre Ana Makine, Yardımcı Motor Stern Tüpü ve Acil Durum Jeneratör Yağının Her Üç Ayda Bir Kıyı Tesisine İndirilmesi ve Analiz Edilmesi Gerekiyordu. Son Analiz Raporu 18 Ocak 2023 Tarihli Numuneler İçindi.	PT	SIRE 10.7
3	İşletmeci Temsilcisinin Son İki Ziyareti Arasındaki Fark Altı Aydan Fazla Gözlendi. Son Ziyaret 15 Nisan 2023 Tarihindedir, Önceki Ziyaret 12 Temmuz 2022 Tarihindeydi. Aradaki Boşluk Yaklaşık Dokuz Aydı.	PT	SIRE 2.4	19	Baş Pervane Motorunun 05 Haziran 2023 Tarihindeki Varış Öncesi Testler Sırasında Yandığı Bildirildi. Yeni Motor, 08 Haziran 2023 Tarihinde Ghent'e Bağlandıktan Sonra Gemiye Teslim Alındı. Bilbao Bir Sonraki Tahliye Limanında Beklenen Düzeltme İçin Teknisyen Hazır Bulundu.	PT	SIRE 10.32
4	Kaptan ve Baş Zabitler Aynı Tarihte (5 Nisan 2023) Değiştirildi. Gemideki Baş Mühendis Gürcü Uyrukluydu. Matris Belirtilen Türk Uyruğu. İkinci Mühendis Alımı İçin Bayrak Devleti Onayı Başvurusu Yapıldı. Matrix "Evet" dedi.	PT	SIRE 3.5	20	HVPQ Sürdürülmedi. HVPQ Versiyon 6'nın Farklı Bölümleri, En Güncel PSC Denetimi ve Balast Suyu Yönetimi İçin Yanlış Bilgilerle Gemiyle İlgili Olmayan Bilgileri Yansıtıyordu. HVPQ, BWTS'nin Gemiye Takılı Olduğunu Gösterdi.	LPG	SIRE 1,14
5	İskele Manifolt Tarafındaki 4 Sancak ve Sancak Tarafındaki 7 Sancak manifolt Manometresinin Arızalı Olduğu Gözlemlendi. Gemiden ayrılmadan düzeltidi.	PT	SIRE 8.49	21	13 Haziran 2023 Tarihinde Teslim Alınan Bunkerlere Ait En Son Kayıtlarda, Alınan Akaryakıta İlişkin ISO Standart Numarası İçermiyordu.	LPG	SIRE 2.10
6	Acil Durum Jeneratörü Tatlı Su Soğutma Giriş Hattı Manometresinin Arızalı Olduğu Gözlendi.	LPG	SIRE 10.32	22	Balast Tanklarını Kaplayan Sabit Gaz Algılama Sistemi, Balast Pompa Odasının En Son Bakımı ve Kalibrasyonu 01 Eylül 2021 Tarihinde Sahil Servisi Tarafından Yapılmıştır.	PT	SIRE 5.22
7	Liman Gemi Tarafının Görünür Kısmında Bu Alanın Yaklaşık %20'sinde Pas Görünüyordu	CT	SIRE 11.01	23	Geminin Tüm Boyu Boyunca Hidrolik Hat ve Isıtma Hatlarında Birçok Yerde Aşırı Korozyon Belirtileri Görüldü.	CT	SIRE 11.4
8	Geminin Ticaret Alanına İlişkin Seyir Planlama Tabloları Gemide Bulunmamaktadır. 5500-5506-5507 Sayılı Tablo Gibi	CT	CDI 3.1.15	24	Balast Tankları 2 ve 5 U Şeklindeydi. Bunları Dolu Veya Boş Tutmak İçin Prosedür Yayınlandı	CT	SIRE 08.09
9	Kargo Isıtma Bataryaları / Eşanjör: Kargo Güverte Sahasındaki 2 Nolu ve 3 Nolu Kargo Tankı Sancak Yan Çıkış (Dönüş Hattı) Branşman Boruları Kısmen Paslı Bulundu	CT	CDI 5.4.3	25	Ana Makine (Tüm Seviyeler): Sancak Motoru – Orta Dairede Sesli Alarm (Genel Alarm) Denetim Sırasında Çalışır durumda Değildi. Müfettiş Gitmeden Düzeltildi.	LPG	CDI 6.3.1

[1] Petrol Tankeri: PT, Kimyasal Tanker: KT, LPG Tankeri: LPG, Ürün Tankeri: ÜT
[2] Petrol Tankeri: PT, Kimyasal Tanker: KT, LPG Tankeri: LPG, Ürün Tankeri: ÜT

10	Gemide Spektrofotometre Kullanan Yıkama Suyu Analiz Ekipmanı Yoktu	CT	CDI 5.5.38	26	Sancak Tarafı Makine Dairesindeki Özel Bölmede Bulunan Makine Dairesi Kimyasalları Düzgün Tanımlanmamış ve İşaretlenmemiş. (Alkali/Asit Ayrımı gibi)	PT	CDI 8.1.66
11	Gemi Personeli Denetim Sırasında Doğrulama Amaçlı Elektronik Sertifikalara Çevrimiçi Erişim Gösteremedi. Kaptana Sisteme Giriş İçin Erişim Kodu Verilmedi.	PT	CDI 6.4.1	27	Boru ve Vanalar Dahil Balast Sistemi ve Ekipmanı: Yaklaşık 180 Mm Çaplı Balast Borusu (Sancak Tarafı Balast Pompası Yolundaki İkinci Makara Parçası) Üç Yerinden Kaynak Yapılarak Onarılmıştır. Tamir Edilen Yerlerin Boyutları 60 X 80 Mm, 40 X 40 Mm ve 40 X 30 Mm civarındadır.	CT	CDI 4.3
12	Kargo Numuneleri (Ek-I ve Ek-II) Boya Deposu Odasında Muhafaza Edildi. Boya Deposu Kargo Alanının Dışında Yer Almaktaydı (Ön Kasa Bölmesi, Ana Güverteden Ayrı Giriş).	CT	SIRE 01.314	28	Gemide Bir Tasarım Değerlendirme Belgesi Tutuluyordu [Güverte Tankı Sancak Tarafına Artık Yağ Transferi]; Ancak Geminin IOPP Sertifikası Form B'nin 3.2.3 Paragrafında Aynı Durumdan Bahsedilmemiştir. Makine Dairesi'nden Güverte Tankına Yapılan Transferlerin Her İki ORB'ye de Haftalık Olarak Kaydedildiği Belirlendi.	PT	SIRE 6.13
13	Gemide Son 12 Ay İçerisinde Fiili Basınç/Vakum Uygulamasına Göre Yapılan Basınç ve Vakum Alarm Testlerine İlişkin Kayıtlar Bulunamadı. Sadece Şirketin "CQ-M-06" Formunda Hangi Alarmların Kontrol Edildiğine ve İyi Durumda Bulunduğuna Dair Kayıtlar Vardı.	LPG	SIRE 07.108	29	Kurtarma Botunun Kanopi Işığı Denetim Sırasında Çalışır durumda Değildi; Gemi Personeli Tarafından Değerlendirme Devam Ediyordu.	CT	SIRE 5.30
14	Wildenpump'ın Hortumu Emme Hortumu Olarak Kullanılamaz.	CT	SIRE 07.108	30	Lokal Manometrede 3,5 Barlık Tutarsızlık Bulundu. Gemi Halihazırda Sancak Tarafı Manifoldunda 'A' Ortak Hattına Bağlı ve 3,0 Bar Yerel Basınçla Manşon 6 P&S'den Boşaltma Yapmaktaydı; Ancak CCR'deki Uzaktan Basınç Göstergesinin Terminal Okumasıyla Uyumlu 6,5 Bar Gösterdiği Kaydedildi.	CT	SIRE 8.41
15	Kurtarma Botu; Bataryanın Bitmesi ve Ampulün Kırık Olması Nedeniyle Tekne Işığı Çalışmıyordu.	PT	SIRE 11.105	31	Gemi Ocak 2003'te (Ondokuz Yıl Önce) Teslim Edildi. Gemi, Klas Kuruluşu Durum Değerlendirme Programına (CAP) Kayıtlı Değildi. Bir Sonraki Özel Araştırma İçin Planlanacağı Bildirildi.	LPG	SIRE 2.8
16	Kimyasal deposunda KKD'si; MSDS'nin Zorunlu Olduğu Tam Yüz Filtreli Maskeler Eksik.	CT	SIRE 14.104	32	Cankurtaran Salının Biniş Aydınlatması İçin Wolflite Portatif Lamba eksik.	PT	SIRE 5.27

4.2.PSC ve FS denetlerinde ortaya çıkan bulgular

50 farklı tanker gemisinde PSC ve FS denetlerinde ortaya çıkan bazı bulgular tablo 2'de belirtilmiştir.

Çizelge 2: PSC ve FS bulguları

Sıra	Bulgu adı	Gemi tipi[3]	Referans	Sıra	Bulgu adı	Gemi tipi[4]	Referans
1	Gemi Şablonları Eksiktir.	KT	FS	20	Makine Mahallindeki kendi kendine açılabilen valfler açık pozisyonda tespit edildi.	CT	PSC
2	Gemide Ms Act Ayağı Yok	KT	FS 1.8	21	Makine dairesi seperatör odasındaki CO2 sesli alarmı çalışmıyor.	PT	PSC
3	Gemide Teknik Bildirim Yok	PT	FS 1.7	22	Kurtarma botu limit svici çalışmıyor. Tel yenilendi.	PT	PSC
4	Maksimum 16 Kişi İçin Düzenlenen ve Can Yeleği İçin Gerekli Toplam Sayıyı Gösteren Form E 19.yanlış Gemideki Toplam Gerçek Sayı 36)	PT	FS 2.1	23	SMPEP iletişim listesi güncel değil.	LPG	PSC
5	Son servis tarihi Şişme Can Yeleği için Mart 2014	PT	FS 2.31	24	Yük tankları kapasitesi çizim ile P&A manuel ile uyuşmamaktadır.	LPG	PSC
6	Gıdalaların depolanması Mlc'ye Uygun Değil.	LPG	FS 10.14	25	Yangın Tatbikatı Prosedür ve Senaryolara Aşinalığın Geliştirilmesi.(Yani BA Hava Kapasitesinin Kontrolü; İkincil Toplanma İstasyonu Kullanımının Değerlendirilmesi: Yangın Damperlerinin/Havalandırma Açıklıklarının Kapatılmasından Sorumlu Kişi.)	PT	PSC
7	Gemide Eğitim için Eebd Yok (Denetim Sırasında Düzeltildi)	CT	FS 17.14	26	Safeq. Sertifika Eki Cankurtaran Filikası İçin Gerekli Hava Besleme Sistemi Hakkında Eksik Bilgi	CT	PSC
8	Borda iskelesi Güvenlik Ağı Düzgün Düzenlenmemiş Bulundu. Düzeltildi.	CT	FS	27	Philson markaları sancak taraftan boyanmış gözükmüyor.	CT	PSC
9	SSAS Test Raporu Tüm Yetkili Otoritelere Sunulmamıştır. Düzeltildi.	CT	FS	28	Kurtarma Botu Motoru - Şaft Pervanesinden Yağ Sızıntısı. - Kurtarma Botu Motorunun Son Muayenesi 08.01.2017 Tarihinde Haftalık Testlerde Yapılmış ve Sorunsuz Çalışmaktaydı. Liman Devleti Kontrol Denetimi Sırasında Motor Çalıştırıldı ve Pervane Şaftından Küçük Bir Yağ Sızıntısı Gözlemlendi. Limanda Kalış Sırasında Aşırı Soğuk Hava Durumu Nedeniyle Mekanik Şaftın Hızla Hasar Görerek Yağ Sızıntısına Neden Olduğu Varsayıldı.	LPG	PSC
10	Serbest Düşen Cankurtaran Filikası Boyutları ve Kapasitesi İşaretlenmemiştir. Düzeltildi.	CT	FS	29	MLC sertifikasında bulunan gemi donatını MLC kayıtlarına göre aynı değil.	PT	PSC
11	Seat İn Free Fall Lifeboat Not Properly Fixed. Rectified.	PT	FS	30	Sancak Güverte, Makine Dairesi Önü Baca Korkulukları Paslanmış.	CT	PSC

[3] Petrol Tankeri: PT, Kimyasal Tanker: KT, LPG Tankeri: LPG, Ürün Tankeri: ÜT
[4] Petrol Tankeri: PT, Kimyasal Tanker: KT, LPG Tankeri: LPG, Ürün Tankeri: ÜT

12	Kirli Su Deposu Derinlik ölçüm Kilidi Ağırlığı Kayıp	CT	FS	31	Pompa dairesi hacalandırma aç/kapa valfi yok.	PT	PSC
13	Revir tuvaletinden su gelmiyor	LPG	FS	32	Çoğu personelin kontrat süreleri dolmuş.	CT	PSC
14	Makine dairesi sintinesi yağlı	CT	FS	33	Baş mühendisie ait evraklardan ehliyetin Bayrak devleti endorsmentı bitmiş.	CT	PSC
15	Freefal içerinde bulunan SART çalışmıyor	PT	FS	34	Eca Yakıt Değişimi : Eca'ya Giriş Öncesi Değişim Tamamlandıktan Sonra Araç İçi Ls Yakıt Hacimleri İçin Eksik Girişler görüldü.	LPG	PSC
16	Makine dairesi platformunda bulunan bazı kilitler yerinde yok.	CT	FS	35	İskele Tarafı Gözetleme Işığı (Can Salının Yanında)-Çalışmıyor. - İskele Gözetleme Işığı 08.01.2017 Tarihinde Yapılan Haftalık Testlerde Test Edilmiş ve Işığın Sorunsuz Çalıştığı Doğrulanmıştır. Liman Devleti Denetiminde Işığın Çalışmaz Olduğu Tespit Edildi. Işık İncelendikten Hemen Sonra Elektrik Kaynağı Kablosunun Lamba Soketiyle Bağlantısının Kırık Olduğu Bulundu. Gemi Limana Gelmeden Birkaç Gün Önce Ağır Hava Koşullarındaydı. Eksikliğin Ağır Hava Koşullarından Kaynaklandığı Öngörülüyor.	PT	PSC
17	Freefal içindeki aydınlatma batarya 2 konumunda çalışmıyor.	PT	FS	36	Makine Dairesi Kontrol Paneli Alarmı Göstergesinde: Fo Taşması, Tk Sb Yüksek Offscan. Ums Gemisi. - Rutin Kontrol ve Kontrollerin Yapılması Amacıyla Alarmlar Baş Mühendis Tarafından Devre Dışı Bırakılmıştır. Planlı Bakım Gereği Sancak ve İskele Tarafı Makine Daireleri DPU Giriş Kontrolleri ve Kontrolleri Baş Mühendis Tarafından Yapılmıştır. Geminin Limanda Kalması Sırasında Risk Değerlendirmesi Kaptan Ve Makine Ekibi Tarafından Yapılarak Riskler İncelendi ve Önlemler Alındıktan Sonra Alarmlar Devre Dışı Bırakıldı.	LPG	PSC
18	İskele güvertede bulunan pompa dairesi havalandırma damperi el kumanda valfi kırık.	LPG	FS	37	16.12.2016 Tarihli yakıt İrsaliyesi-Geminin Imo Numarası Yanlış. - BDN Operasyon Öncesi Baş Mühendise Sunuldu ve İçeriği Kontrol Edildi Ancak Bunker Tedarikçisi IMO Numarasını Yanlış Kaydetti ve Anahtar Toplantısında Baş Mühendis Tarafından Gözden Geçirildi.	PT	PSC
19	Acil durum dümen sistemi 25 derecelik basma açısında +- 5 derecehatalı gösteriyor.	PT	FS	38	23.10.2016 Tarihli İkmal İşlemi Yağ Kayıt Defterine Girilmemiştir. Ve Yakıt İkmali Ton Cinsinden Değil m3 cinsinden Kaydedildi. - Baş Mühendis 23.10.2016 Tarihinde Yapılan Operasyonun İkmal Miktarını Gözden Kaçırmış ve Girişler Metrik Ton Yerine Metreküp Olarak Kaydedilmiştir.	CT	PSC

4.3. Denetimlerin Konu Olarak Karşılaştırılması

Tanker sınıfı denetlemeleri iki grupta değerlendirmeye alınmıştır. Bu gruplardan yazılan eksikleri konu bazında ayırarak farklılıkları ve benzer yönleri belirtilmiştir. Tablo 3'te ֍ imgesi sayısına göre ilişki oranı belirtilmiştir. Her ֍ %20 oranında denetlerde yazıldığı görülmüştür.

Çizelge 3: Denetlerde yazılan eksikliklerin konu bazında seçilme oranı

Eksiklik Konusu	Mecburi Olmayan Denetimler		Yapılması Zorunlu Denetimler	
	SIRE	CDI	FSI	PSC
1-Yangın sistemleri	֍	֍	֍֍֍	֍֍֍֍֍֍
2-Can kurtarma ekipmanları	֍֍֍	֍֍	֍֍֍֍	֍֍֍֍
3-Makine ekipman	֍֍֍֍	֍֍֍֍	֍֍	֍֍
4-Güverte ekipman	֍֍֍	֍֍֍֍	֍	֍֍
5-Köprü üstü ekipmanlar	֍֍֍	֍֍֍	֍	֍
6-Yaşam mahali	֍	֍	֍֍	֍֍֍
7-Gemi kondisyonu	֍֍֍֍	֍֍֍֍	֍֍	֍֍
8-Kirlilik	֍	֍	֍֍֍֍	֍֍֍֍
9-Personel bilgi ve tecrübe	֍֍֍֍	֍֍֍֍֍	֍	֍
10-STCW & MLC	֍	֍	֍֍֍֍֍	֍֍֍֍֍
11-Gemi borda markaları	֍	֍	֍֍֍֍	֍֍֍֍
12-Manevra sahaları	֍֍֍	֍֍֍	֍	֍
13-Talimler	֍	֍	֍֍֍	֍֍֍֍
14-Yük sistemleri	֍֍֍֍֍	֍֍֍֍֍	֍	֍

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Tanker türü gemiler yapısal olarak ve taşıdıkları yüklerin tehlikeli olmasından dolayı daha farklı ve riskli gemilerdir. Bu gemileri işletmek ve çalıştırmak hem armatör için hem de gemide çalışan personel için zordur. Yük sahipleri bu gemilerin iyi işletildiğinden emin olmadan yük vermemektedirler. Emin olmalarının verisel olarak ispatını da girdikleri denetlerde çıkan netice ile belirlerler. Çalışmada tanker türü gemilerin denetlerini 2 grupta oluşturulmuştur ve farklılıkları denetlerden çıkan eksikliklere bakılarak belirtilmiştir. Denetlerden çıkan eksiklikler 14 ana konu olarak ayrılmıştır. Bu konulardan 'yangın sistemleri', 'yaşama mahali kondisyonu', 'STCW ve MLC', 'gemi borda markaları' ve 'talimler', SIRE ve CDI denetlerinin odak konuları olmadığı görülmüştür. Bu gruptaki denetlerin en çok önem gösterdiği maddeler 'makine ekipmanları', 'gemi kondisyonu', 'personel bilgi ve tecrübe' ve 'yük sistemleri' olarak belirtilebilir.

Yapılması zorunlu denetimlerden olan FS ve PSC'de ise 'yangın sistemleri', 'kirlilik', 'STCW ve MLC', 'gemi borda markaları' ve 'talimler' en önemli konular olduğu tespit edilmiştir. Bu grubun az önemsediği konular olarak 'makine ekipmanları', 'köprü üstü ekipmanları', 'personel bilgi ve tecrübe', 'manevra sahaları' ve 'yük sistemleri' olarak belirtilir. Çalışma sonucunda tanker türü gemilerde çalışan personele ve işletene referans olabilecek bilgiler değerlendirmeleri için verilmiştir. Denetlere hazırlık aşamalarında her konu önemlidir. Özellikle denetlerdeki farklılıklar ve odaklandıkları konular farklı olduğu zaman gemi personeline de zamansal verimliliği sağlayacak bilgiler verilmiştir.

KAYNAKÇA

Arıcan, O. H., (2019). *Kimyasal Tanker Gemilerinde Kimyasal Dağıtım Enstitüsünün Denetim Sonuçlarının Analizi,* DUIM Tezi, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Lisansüstü Enstitüsü, İstanbul, 2019.

Baser, O. (2006). Too much ado about propensity score models? Comparing methods of propensity score matching. Value in Health, 9(6), 377-385. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1524-4733.2006.00130.x (Erişim tarihi: 11.10.2023)

Bijwaard, G. E., & Knapp, S. (2009). Analysis of ship life cycles—The impact of economic cycles and ship inspections. Marine Policy, 33(2), 350-369. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308597X08001310?casa_token=kv0dK_czG3UAAAAA:mJzymBytUGuwA_8IBTwYSSs36r-Vn7yFTwX1nqVTZ0XdokFe4z0A45MZyoJaRlN8aEHm44HKqg (Erişim tarihi: 10.9.2023)

Fokianos, I. (2023). *SIRE Vetting Inspections-Vessel and Office perspectives*.

Heij, C., Bijwaard, G. E., & Knapp, S. (2011). Ship inspection strategies: Effects on maritime safety and environmental protection. Transportation research part D: transport and environment, 16(1), 42-48. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1361920910001057?casa_token=mNx8w4

Y1VtUAAAAA:8Axh5KKqN5y60O0ltmm515e8myr9g4U0MtOgt9g7cklL2AJn2u6dEhrN3F89bQ7wdVUHonGHHQ (Erişim tarihi: 08.8.2023)

Hull, T. E., Enright, W. H., Fellen, B. M., & Sedgwick, A. E. (1972). Comparing numerical methods for ordinary differential equations. SIAM Journal on Numerical Analysis, 9(4), 603-637. https://epubs.siam.org/doi/abs/10.1137/0709052 (Erişim tarihi: 01.10.2023)

Ludbrook, J. , *Comparing methods of measurement. Clinical and Experimental Pharmacology and Physiology*, 24(2), 198-203. London, 1997.

Pallàs Del Rio, L. (2021). *La inspección vetting del CDI (Chemicad Distribution Institute)* ,Bachelor's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya.

Siali, M., & Bertnsson, I. (2023). *How New Demands Change an Organisation: A Case Study of SIRE 2.0.* https://odr.chalmers.se/items/bb2ffe0c-d680-4139-ac43-a96b1afd48ad (Erişim tarihi: 18.9.2023)

Şanlıer, Ş. (2020). Analysis of port state control inspection data: The Black Sea Region. Marine Policy, 112, 103757. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308597X19305469?casa_token=JVt5_PuxPREAAAAA:PX3hFybyj2V07e5bE0sUBQ-JHsLOyEnxksve0bRKYl_s02CH48lQLhzMfPgMwxnoKHlyOZBKzQ (Erişim tarihi: 11.10.2023)

Wang, Y., Zhang, F., Yang, Z., & Yang, Z. (2021). Incorporation of deficiency data into the analysis of the dependency and interdependency among the risk factors influencing port state control inspection. Reliability Engineering & System Safety, 206, 107277. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0951832020307754?casa_token=TvZUFtq3guAAAAAA:f69RmXe2SjQgMNRucDGoIUqY5zfJqbzWYLPqOq6uspHWBIxZ0Y1XRVOCEUivMpPSQGTTwrmTJA (Erişim tarihi: 3.9.2023)

Xiao, Y., Qi, G., Jin, M., Yuen, K. F., Chen, Z., & Li, K. X. (2021). Efficiency of Port State Control inspection regimes: A comparative study. Transport Policy, 106, 165-172. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X21000901?casa_token=4wDYY20SankAAAAA:YF6zo0Q90WwC2GnENlNSHiUpU_ndDBZzziCYrrWc5MDPmsn_CtYElwq-IlYpJkHAXIg1pt7pEQ (Erişim tarihi: 10.10.2023)

YALNIZ, T., & Çetin, O. Investigation of the Best Solution Proposals for Reducing SIRE VIQ Inspection Observations Utilizing Fuzzy TOPSIS Integrated Fuzzy DEMATEL Approach at OilChemical Tankers. International Journal of Environment and Geoinformatics, 10(3), 24-39. https://dergipark.org.tr/en/pub/ijegeo/issue/79659/1291867 (Erişim tarihi: 11.8.2023)

Yan, R., Wang, S., & Fagerholt, K. (2020). A semi-“smart predict then optimize”(semi-SPO) method for efficient ship inspection. Transportation Research Part B: Methodological, 142, 100-125. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191261520304082?casa_token=iXH8Mi6v-

wMAAAAA:2PjPZrDEdjewBEgU9NjYElVIvMIYMv85vf2kQQuW3WALpxORbI9nlLL9HH2ghJZP-2GZLvemGw (Erişim tarihi: 03.8.2023)

Yan, R., Wang, S., & Zhen, L. (2023). An extended smart "predict, and optimize"(SPO) framework based on similar sets for ship inspection planning. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 173, 103109. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1366554523000972?casa_token=fCMh_3XZnUYAAAAA:xxZmXgAy94EUvr3mVinnk4Lovg2Z_O348N3vh1cXNDj6y7u3v6vo0q1W9WkOZuzbbgLFEpHvUw (Erişim tarihi: 11.9.2023)

Yan, R., & Wang, S. (2019). Ship inspection by port state control—review of current research. Smart Transportation Systems 2019, 233-241. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-8683-1_24 (Erişim tarihi: 11.9.2023)

Yang, Z., Yang, Z., & Teixeira, A. P. (2020). Comparative analysis of the impact of new inspection regime on port state control inspection. Transport Policy, 92, 65-80. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X1930842X?casa_token=wr3MPQq0j2sAAAAA:hIvFBo_QY5k-adLhrNASojLEqX79dx5JnK-cytGJffmKPWkwrdYiT8zRAPIieyGVumX-peW4uQ (Erişim tarihi: 8.9.2023)

Yan, R., Zhuge, D., & Wang, S. (2021). Development of two highly-efficient and innovative inspection schemes for PSC inspection. Asia-Pacific Journal of Operational Research, 38(03), 2040013. https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S0217595920400138 (Erişim tarihi: 10.9.2023)

SAĞLIK HİZMETİ PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Arş. Gör., Gökçen ÖZLER
Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, -0000-0003-3099-5654

Arş. Gör. Dr., Ferda IŞIKÇELİK
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, -0000-0002-7975-4141

ÖZET

Bu araştırmada İBBS-1 (İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması-1) bölgelerinde sağlık hizmeti arzının performansını değerlendirmek amaçlanmıştır. İBBS-1, Akdeniz, Batı Anadolu, Batı Karadeniz, Batı Marmara, Doğu Karadeniz, Doğu Marmara, Ege, Güneydoğu Anadolu, İstanbul, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Orta Anadolu olmak üzere 12 bölgeden oluşmaktadır. Bu bölgelerdeki sağlık hizmeti arzını değerlendirmek için 2021 yılına ait bir milyon kişiye düşen hemodiyaliz cihaz sayısı, bir milyon kişiye düşen MR cihazı sayısı, bir milyon kişiye düşen BT cihazı sayısı, bir milyon kişiye düşen ultrason cihazı sayısı, bir milyon kişiye düşen doppler ultrason cihazı sayısı, bir milyon kişiye düşen EKO cihazı sayısı, bir milyon kişiye düşen mamografi cihazı sayısı, on bin kişiye düşen yatak sayısı, on bin kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı, on bin kişiye düşen hekim sayısı, on bin kişiye düşen diş hekimi sayısı, on bin kişiye düşen eczacı sayısı ve on bin kişiye düşen hemşire ve ebe sayısı değişkenleri kullanılmıştır. Araştırma verileri Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2021'den elde edilmiştir. Araştırmada incelenen bölgelerin performansları çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen bölgelerin performans puanları 0,22-0,78 arasında değişiklik göstermektedir. Performans puanı en yüksek bölge Batı Anadolu'dur. Bunu sırasıyla İstanbul, Ege, Doğu Karadeniz, Akdeniz, Orta Anadolu, Batı Karadeniz, Batı Marmara, Doğu Marmara, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu takip etmektedir. Sağlık hizmet arz performansı düşük bölgelerin bu açılardan güçlendirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık arzı, sağlık hizmeti, TOPSİS

EVALUATION OF HEALTH SERVICE PERFORMANCE

ABSTRACT

In this study, it is aimed to evaluate the performance of health service supply in NUTS-1 (The Nomenclature of Territorial Units for Statistics-1) regions. NUTS-1 consists of the following regions: Mediterranean, Western Anatolia, Western Black Sea, Western Marmara, Eastern Black Sea, Eastern Marmara, Aegean, Southeastern Anatolia, Istanbul, Northeastern Anatolia, Middle Eastern Anatolia and Central Anatolia. In order to evaluate the health service supply in these regions, it was used that the number of haemodialysis devices per million people, the number of MR devices per million people, the number of CT devices per million people, the

number of ultrasound devices per million people, the number of doppler ultrasound devices per million people, the number of ECHO devices per million people, number of mammography devices per million people, number of beds per ten thousand people, number of intensive care beds per ten thousand people, number of physicians per ten thousand people, number of dentists per ten thousand people, number of pharmacists per ten thousand people, and number of nurses and midwives per ten thousand people in 2021. It was obtained that research data from the Health Statistics Yearbook 2021. It was evaluated that the performances of the regions examined in the research by TOPSIS method, which is one of the multi-criteria decision-making methods. The performance scores of the regions examined within the scope of the research vary between 0.22-0.78. The region with the highest performance score is Western Anatolia. This is followed by Istanbul, Aegean, Eastern Black Sea, Eastern Black Sea, Mediterranean, Central Anatolia, Western Black Sea, Western Marmara, Eastern Marmara, Northeastern Anatolia, Central Eastern Anatolia and Southeastern Anatolia respectively. It is recommended that regions with low health service supply performance should be strengthened in this respect.

Keywords: Health supply, health service, TOPSIS

1. GİRİŞ

Her ülkenin sürdürülebilirliği için en önemli sermayesi sağlıklı bir toplumdur. Sağlıklı bir toplum için sağlık hizmeti sunumunun verimli şekilde gerçekleşmesi önemlidir. Bu kapsamda kişilerin ihtiyaç duyduğu sağlık hizmeti ihtiyacının karşılanması gerekmektedir. Diğer bir deyişle sağlık hizmeti talebine karşılık verebilecek sağlık hizmeti arzının mevcudiyeti önemli bir gerekliliktir. Sağlık hizmeti arzının mevcudiyeti yanı sıra kaynakların optimum seviyede kullanılarak kaliteli sağlık hizmetinin üretimi ve bunun topluma ulaştırılması önemlidir. Sağlık hizmeti arzının amacına uygun olarak sağlık hizmeti üretiminin sağlanması için iyi yönetilmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle sağlık hizmet arzının mevcut durumu ölçülmelidir. Arzın performansı ölçülerek ne durumda olduğu belirlenmeli ve gerekli ise daha iyi bir yönetim için önlemler alınmalıdır.

Sağlık hizmetlerinin arzı, sağlık sistemi tarafından sağlanan iyileştirici ve önleyici hizmetleri ve tedavileri içermektedir (Santana, 2023). Sağlık hizmetleri arzı, sağlık hizmeti sunan kurumlar, sağlık personeli, ilaç, tıbbi malzeme, tıbbi cihaz, donanım ürünleri gibi üretim faktörlerinden oluşmaktadır (Çelik, 2016). Sağlık arzını değerlendirmek amacıyla çeşitli analiz tekniklerinden yararlanılmaktadır. Sağlık hizmetlerinde performans değerlendirmelerinde çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu amaçla kullanılan tekniklerden çok kriterli karar verme yöntemleri yaygın kullanım alanına sahiptir. Nitekim TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solutions) sağlık hizmetlerinin farklı açılardan performansının değerlendirilmesinde kullanılmaktadır (Aydın, 2021; Değirmenci ve Yakıcı Ayan, 2020; Demir Uslu, 2021; Keleş, 2023; Şahin ve Cezlan, 2023; Türkoğlu, 2018).

Sağlık arzının başarılı yönetimi için değerlendirilen birimler arası kıyaslamalar yaparak performansı daha iyi birimler belirlenerek diğer birimler açısından örnek olarak sunulabilir. Bu araştırmada da İBBS-1 bölgelerinin sağlık hizmeti arzının performansı analiz edilerek bölgeler performans başarısı açısından sıralanmıştır. Literatür incelendiğinde İBBS-1 bölgelerinde çeşitli sağlık göstergeleri, sağlık hizmeti sunumu, sağlık sonuçları gibi sağlık hizmetlerinin

farklı açılardan karşılaştırıldığı görülmektedir. Bu araştırmalarda analiz yöntemi olarak Veri Zarflama Analizi ve çeşitli çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılmıştır (Aydın, 2021; Can Sağlam, 2023; Çırak vd., 2023; Çilhoroz, 2021; Kar ve Özer, 2020; Öksüzkaya, 2017; Özdemir, 2020; Torun vd., 2020; Üstün ve Gültekin Karataş, 2021; Yüksel, 2022). Bu araştırmada İBBS-1'in sağlık hizmeti arzının performansı TOPSİS ile değerlendirilmiştir. Literatürde bu kapsamda bir araştırmaya rastlanılamamış olması araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

2. YÖNTEM

Bu araştırmada İBBS-1 bölgelerinde sağlık hizmeti arzının performansını değerlendirmek amaçlanmıştır. İBBS-1 bölgeleri olarak Akdeniz, Batı Anadolu, Batı Karadeniz, Batı Marmara, Doğu Karadeniz, Doğu Marmara, Ege, Güneydoğu Anadolu, İstanbul, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Orta Anadolu olmak üzere 12 bölge incelenmiştir. Bu bölgelerdeki sağlık hizmeti arzını değerlendirmek için 2021 yılına ait veriler kullanılmıştır. Araştırmada değerlendirme kriterleri olarak 1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz cihaz sayısı, 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen mamografi cihazı sayısı, 10.000 kişiye düşen yatak sayısı, 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı, 10.000 kişiye düşen hekim sayısı, 10.000 kişiye düşen diş hekimi sayısı, 10.000 kişiye düşen eczacı sayısı ve 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayısı değişkenleri kullanılmıştır. Araştırma verileri Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2021'den elde edilmiştir.

Araştırmada incelenen bölgelerin performansları çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. TOPSIS yöntemi, Yoon (1980) ve Hwang ve Yoon (1981) tarafından geliştirilmiştir. Yöntem kapsamında pozitif ideal çözüme en yakın ve negatif ideal çözümden en uzak alternatifler belirlenmektedir (Chen ve Hwang, 1992). Yöntem karar matrisinin oluşturulması, karar matrisinin normalleştirilmesi, normalleştirilmiş karar matrisinin ağırlıklandırılması, ideal ve negatif ideal çözümleri oluşturma, ideal ve negatif ideal noktalara uzaklık değerini elde etme ve ideal çözüme göre göreli yakınlığı bulma olmak üzere 6 aşamadan oluşmaktadır (García-Cascales ve Lamata, 2018; Papathanasiou ve Ploskas, 2018; Pavic ve Novoselac, 2013; Perçin ve Sönmez, 2018; Ren vd. 2007):

1. Aşama. Karar Matrisi Oluşturulması: Matristeki aij, k karar vericisi (k=1, …,k) tarafından j. kritere göre i. alternatifin aldığı değerdir.

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} a_1(1) & a_1(2) & \dots & a_1(1) \\ a_2(1) & a_2(2) & \dots & a_2(1) \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ a_n(1) & a_n(2) & \dots & a_n(n) \end{bmatrix}$$

2. Aşama. Karar Matrisinin Normalleştirilmesi: Eşitlikler yardımıyla fayda ve maliyet kriterleri için hesaplamalar ile karar matrisi oluşturulmaktadır.

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^{m} a_{kj}^2}}$$

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & \dots & r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ r_{m1} & r_{m2} & \dots & r_{mn} \end{bmatrix}$$

3. Aşama. Normalleştirilmiş Karar Matrislerinin Ağırlıklandırılması: Belirlenen kriterlerle ilgili ağırlık dereceleri olan "Wi" belirlenerek R matrisindeki elemanların değerleri ile önem ağırlıkları (Wj) çarpılmaktadır.

$$\sum_{i=1}^{n} w_i = 1$$

$$v_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \dots & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & \dots & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & \dots & w_n r_{mn} \end{bmatrix}$$

4. Aşama. İdeal ve Negatif İdeal Çözümlerin Oluşturması: Ağırlıklı normal değerler baz alınarak pozitif ideal çözüm "A+" ve negatif ideal çözüm "A-" değerleri edinilmektedir. Pozitif ideal çözüm için değerlendirme kriterlerinin en büyükleri, negatif ideal çözüm için değerlendirme kriterlerinin en küçükleri dikkate alınmaktadır.

$$A^+ = \left\{ (\max_i v_{ij} \mid j \in J), (\min_i v_{ij} \mid j \in J' \right. \longrightarrow A^+ = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_n^+\}$$

$$A^- = \left\{ (\max_i v_{ij} \mid j \in J), (\min_i v_{ij} \mid j \in J' \right. \longrightarrow A^- = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_n^-\}$$

5. Aşama. İdeal ve Negatif İdeal Noktalara Uzaklık Değerinin Elde Edilmesi: Alternatif i'nin pozitif ideal çözüme olan uzaklığını ifade eden Si + ve alternatif i'nin negatif ideal çözüme olan uzaklığını ifade eden Si- skorları şu şekilde hesaplanmaktadır:

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} (v_{ij} - v_j^+)^2}$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

6. Aşama. İdeal Çözüme Göre Göreli Yakınlığın Bulunması: Alternatiflerin her birinin ideal çözüme göreli yakınlığını ifade eden "ci*" değeri aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır.

$$c_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*}$$

3. BULGULAR

Bu araştırmada İBBS-1 bölgeleri olan Akdeniz, Batı Anadolu, Batı Karadeniz, Batı Marmara, Doğu Karadeniz, Doğu Marmara, Ege, Güneydoğu Anadolu, İstanbul, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Orta Anadolu olmak üzere 12 bölgenin sağlık hizmeti arzının performansı TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu bölgelerin 1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz cihaz sayısı, 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen mamografi cihazı sayısı, 10.000 kişiye düşen yatak sayısı, 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı, 10.000 kişiye düşen hekim sayısı, 10.000 kişiye düşen diş hekimi sayısı, 10.000 kişiye düşen eczacı sayısı ve 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayısı değişkenleri çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 1'de verilmiştir. Buna göre İBBS-1 bölgelerinde toplam 1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz cihaz sayısı 2.717,6, 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı 131,5, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı 176,8, 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısı 861,4, 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason cihazı sayısı 907,4, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı 393, 1.000.000 kişiye düşen mamografi cihazı sayısı 128,9, 10.000 kişiye düşen yatak sayısı 371,1, 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı 67,1, 10.000 kişiye düşen hekim sayısı 2.470, 10.000 kişiye düşen diş hekimi sayısı 515, 10.000 kişiye düşen eczacı sayısı 506,4 ve 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayısı 4.281'dir.

1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz sayısın en yüksek olduğu bölge Batı Karadeniz bölgesidir. 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı ve 1.000.000 kişiye düşen Mamografi cihazı sayısının en yüksek olduğu bölge ise İstanbul'dur. 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısı en fazla Güneydoğu Anadolu bölgesindedir. 10.000 kişiye düşen yatak sayısının en yüksek değeri Doğu Karadeniz'dedir. Akdeniz ve Batı Anadolu bölgeleri, 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısının en yüksek olduğu bölgelerdir. 10.000 kişiye düşen hekim, 10.000 kişiye düşen eczacı, 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayıları en fazla Batı Anadolu Bölgesi'ndedir. 10.000 kişiye düşen diş hekiminin en fazla olduğu bölgeler Batı Anadolu ve İstanbul bölgeleridir (Çizelge 1).

1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz sayısı, 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı, 10.000 kişiye düşen yatak sayısı, 10.000 kişiye düşen hekim, 10.000 kişiye düşen diş hekimi, 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayısının en düşük olduğu bölge Güneydoğu Anadolu bölgesidir. 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısının en az olduğu bölge Doğu Marmara'dır. 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason cihazının en düşük olduğu yer Ortadoğu Anadolu bölgesidir. 1.000.000 kişiye düşen Mamografi cihazı sayısı, 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı ve 10.000 kişiye düşen eczacı sayısının en az olduğu yer Kuzeydoğu Anadolu bölgesidir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Tanımlayıcı Bulgular

İBBS-1 Bölgeleri	1.000.000 Kişiye Düşen Hemodiyaliz Cihaz Sayısı	1.000.000 Kişiye Düşen MR Cihazı Sayısı	1.000.000 Kişiye Düşen BT Cihazı Sayısı	1.000.000 Kişiye Düşen Ultrason Cihazı Sayısı	1.000.000 Kişiye Düşen Doppler Ultrason Cihazı Sayısı	1.000.000 Kişiye Düşen EKO Cihazı Sayısı	1.000.000 Kişiye Düşen Mamografi Cihazı Sayısı	10.000 Kişiye Düşen Yatak Sayısı	10.000 Kişiye Düşen Yoğun Bakım Yatak Sayısı	10.000 Kişiye Düşen Hekim Sayısı	10.000 Kişiye Düşen Diş Hekimi Sayısı	10.000 Kişiye Düşen Eczacı Sayısı	10.000 Kişiye Düşen Hemşire ve Ebe Sayısı
Batı Karadeniz	301,9	9,2	15,0	69,6	68,6	33,2	10,7	34,3	5,5	187,0	40,0	42,5	389,0
Orta Anadolu	284,3	9,5	12,9	67,7	88,1	36,3	9,7	33,6	5,6	189,0	39,0	43,9	379,0
Doğu Karadeniz	278,5	11,5	16,0	73,5	66,8	33,0	11,5	34,6	5,4	204,0	39,0	44,2	404,0
Ege	270,4	11,6	14,2	83,9	72,0	33,4	11,8	29,3	5,1	225,0	48,0	48,5	352,0
Batı Marmara	235,7	11,9	16,2	58,4	72,4	29,7	12,4	30,6	5,5	189,0	40,0	43,2	357,0
Akdeniz	230,7	11,8	16,2	71,1	71,2	31,3	12,0	29,5	6,4	195,0	46,0	48,0	328,0
Batı Anadolu	225,4	13,0	16,9	76,8	102,3	33,7	12,4	34,5	6,4	316,0	64,0	50,5	407,0
Doğu Marmara	224,6	9,9	12,9	54,5	77,1	31,5	10,6	27,4	5,3	191,0	46,0	40,0	328,0
Kuzeydoğu Anadolu	188,7	10,5	14,7	73,7	66,9	34,4	6,9	31,6	4,2	182,0	30,0	31,3	376,0
İstanbul	184,0	13,6	17,0	80,0	112,9	43,8	14,0	29,6	6,1	267,0	64,0	47,0	307,0
Ortadoğu Anadolu	162,2	10,4	12,9	65,0	54,1	28,7	8,6	31,9	5,7	177,0	32,0	31,9	370,0
Güneydoğu Anadolu	131,2	8,6	11,9	87,2	55,0	24,0	8,3	24,2	5,9	148,0	27,0	35,4	284,0
Toplam	2.717,6	131,5	176,8	861,4	907,4	393,0	128,9	371,1	67,1	2.470,0	515,0	506,4	4.281,0

Çizelge 2'de İBBS-1 bölgelerinin sağlık hizmeti arzı performansının TOPSIS yöntemiyle analizi sonucunda elde edilen başarı sıralamasına yer verilmiştir. Buna göre sağlık hizmeti arzı açısından en iyi performanslı bölge 0,77604 değeri ile Batı Anadolu Bölgesi'dir. Bunu sırasıyla İstanbul, Ege, Doğu Karadeniz, Akdeniz, Orta Anadolu, Batı Karadeniz, Batı Marmara, Doğu Marmara, Kuzeydoğu Anadolu ve Ortadoğu Anadolu bölgeleri takip etmiştir. Sağlık hizmeti arzı performansı en düşük bölge ise 0,22426 değeriyle Güneydoğu Anadolu bölgesidir.

Çizelge 2. İBBS-1 Bölgelerinin Sağlık Hizmeti Arzı Performansının Başarı Sıralaması

İBBS-1	Değer	Sıra
Batı Anadolu	0,77604	1
İstanbul	0,72928	2
Ege	0,56422	3
Doğu Karadeniz	0,51205	4
Akdeniz	0,50790	5
Orta Anadolu	0,49604	6
Batı Karadeniz	0,48219	7
Batı Marmara	0,45611	8
Doğu Marmara	0,40468	9
Kuzeydoğu Anadolu	0,29788	10
Ortadoğu Anadolu	0,25432	11
Güneydoğu Anadolu	0,22426	12

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada İBBS-1 bölgelerinin sağlık hizmeti arzının performansı TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. Buna göre en yüksek değerler 1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz sayısı için Batı Karadeniz; 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı ve 1.000.000 kişiye düşen Mamografi cihazı sayısı için İstanbul; 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısı için Güneydoğu Anadolu; 10.000 kişiye düşen yatak sayısı için Doğu Karadeniz; 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı için Akdeniz ve Batı Anadolu; 10.000 kişiye düşen hekim, 10.000 kişiye düşen eczacı, 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayıları için Batı Anadolu Bölgesi; 10.000 kişiye düşen diş hekimi sayısı için Batı Anadolu ve İstanbul bölgeleridir. Arz göstergelerinin en düşük değerleri 1.000.000 kişiye düşen hemodiyaliz sayısı, 1.000.000 kişiye düşen MR cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen BT cihazı sayısı, 1.000.000 kişiye düşen EKO cihazı sayısı, 10.000 kişiye düşen yatak sayısı, 10.000 kişiye düşen hekim, 10.000 kişiye düşen diş hekimi, 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayıları için Güneydoğu Anadolu; 1.000.000 kişiye düşen ultrason cihazı sayısı için Doğu Marmara; 1.000.000 kişiye düşen doppler ultrason cihazı sayısı için Ortadoğu Anadolu; 1.000.000 kişiye düşen Mamografi cihazı sayısı, 10.000 kişiye düşen yoğun bakım yatak sayısı ve 10.000 kişiye düşen eczacı sayısı için Kuzeydoğu Anadolu bölgesidir.

İBBS-1 bölgelerinin sağlık hizmeti arzı göstergelerinin TOPSIS yöntemiyle analizi sonucunda performansı en yüksekten en düşüğe doğru Batı Anadolu, sırasıyla İstanbul, Ege, Doğu Karadeniz, Akdeniz, Orta Anadolu, Batı Karadeniz, Batı Marmara, Doğu Marmara, Kuzeydoğu Anadolu ve Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri şeklinde sıralanmaktadır. Aydın (2021) İBBS-1 bölgelerinin 2012-2018 sağlık hizmeti sunumunu değerlendirdiği araştırmasında tüm yıllarda Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin son sırada yer aldığını belirlemiştir. Özdemir (2020) de araştırmasında sağlık hizmeti sunumu açısından Batı Anadolu bölgesinin etkin, Güneydoğu Anadolu'nun etkinsiz olduğunu saptamıştır. Öksüzkaya (2017) 2013 verilerini kapsayan araştırmasında Batı Anadolu'da sağlık göstergelerinin etkin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çilhoroz (2021) 2016-2018 yıllarında Batı Anadolu bölgesinde sağlık hizmetlerinin etkin olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Can Sağlam (2023) araştırmasında da Batı Anadolu'da sağlık sektörünün etkin olduğunu saptamıştır. Kar ve Özer (2020) sağlık kaynakları, hizmet kullanımı ve sağlık sonuçlarını kapsayan araştırmalarında Batı Anadolu'nun iyi performans gösterdiğini ve bu göstergeler açısından Güneydoğu Anadolu'nun son sıralarda yer aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmada İBBS-1 bölgelerinin sağlık hizmeti arzı TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. Sağlık hizmeti arzının başarılı olduğu bölgelerin sağlık hizmetlerine olan talebi ne derecede karşıladığını ve sağlık sonuçları üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

[1] Aydın, G.Z. CRITIC ve TOPSIS yöntemleriyle türkiye'de bölgesel sağlık hizmetlerinin değerlendirilmesi. Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 7(2), 412-433, 2021.

[2] Can Sağlam, Y. Veri zarflama analizi ile Türk sağlık sektörünün bölgesel temelde etkinliğinin ölçümü. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 18(72), 475-494, 2023.

[3] Chen, S.Y., Lu, C.C. Assessing the competitiveness of insurance corporations using fuzzy correlation analysis and improved fuzzy modified TOPSIS. Expert Systems, 32(3), 392-404, 2015.

[4] Çelik Y. Sağlık Ekonomisi. Siyasal Kitabevi, Ankara, 2016.

[5] Çırak, M., Şenel, İ.K., Boz, C. Sağlık bölgelerinin makine öğrenmesi ve pabon lasso modeli ile karşılaştırmalı kapasite kullanım analizi. International Social Sciences Studies Journal, 9(112), 7207-7212, 2023.

[6] Çilhoroz, Y. İstatistiki bölge birimlerinin sağlık hizmetleri etkinliğinin ölçülmesi. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 24(3), 589-602, 2021.Değirmenci, N., Yakıcı Ayan, T. OECD ülkelerinin sağlık göstergeleri açısından bulanık kümeleme analizi ve TOPSIS yöntemine göre değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 38(2), 229-241, 2020.

[7] Demir Uslu, Y. TOPSIS ve VIKOR yöntemleri kullanılarak OECD ülkelerinin sağlık kaynağı göstergeleri açısından karşılaştırılması. OPUS International Journal of Society Researches, 18(44), 7668-7692, 2021.

[8] García-Cascales, M. S., Lamata, M.T. On rank reversal and TOPSIS method. Mathematical and computer modelling, 56(5-6), 123-132, 2012.

[9] Hwang, C.L., Yoon, K. Methods for Multiple Attribute Decision Making. Multiple Attribute Decision Making, Springer, 1981.

[10] Kar, A., Özer, Ö. Türkiye'de sağlık hizmetleri altyapı kaynaklarının, hizmet kullanım düzeylerinin ve sağlık sonuçlarının bölgesel düzeyde karşılaştırılması. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(20), 331-350, 2020.

[11] Keleş, N. Türkiye'nin 81 ilinin sağlık performansının güncel karar verme yöntemleriyle değerlendirilmesi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (75), 120-141, 2023.

[12] Öksüzkaya, M. Sağlık sektöründe bölgeler arası etkinliğin incelenmesi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(10), 280-300, 2017.

[13] Özdemir, A. Türkiye'deki İBBS-1 bölgelerinin sağlık hizmeti sunum etkinliğinin veri zarflama analizi kullanılarak ölçülmesi. Adıyaman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 6(2), 231-242, 2020.

[14] Papathanasiou, J., Ploskas, N. Multiple Criteria Decision Aid: Methods, Examples and Python Implementations, Springer, 2018.

[15] Pavić, Z., Novoselac, V. Notes on TOPSIS method. International Journal of Research in Engineering and Science, 1(2), 5-12, 2013.

[16] Perçin, S., Sönmez, Ö. Bütünleşik entropi ağırlık ve TOPSIS yöntemleri kullanılarak Türk sigorta şirketlerinin performansının ölçülmesi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 18, 565-582, 2018.

[17] Ren, L., Zhang, Y., Wang, Y., Sun, Z. Comparative analysis of a novel M-TOPSIS method and TOPSIS. Applied Mathematics Research Express, 2007.

[18] Santana, I.R., Mason, A., Gutacker, N., Kasteridis, P., Santos, R., Rice, N. Need, demand, supply in health care: working definitions, and their implications for defining access. Health Economics, Policy and Law, 18(1), 1-13, 2023.

[19] Şahin, K., Cezlan, E. Ç. OECD ülkelerinin sağlık göstergeleri ve sağlık finansman modellerinin karşılaştırılması. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 41(1), 2023.

[20] Torun, N., Atan, M., Ayanoğlu, Y. İstatistiki bölge sınıflamasına göre kamu hastanelerinin finansal etkinliklerinin değerlendirilmesi. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 22(3), 476-505, 2020.

[21] Türkoğlu, S.P. Avrupa ülkelerinin sağlık göstergelerinin TOPSIS yöntemi ile değerlendirilmesi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(1), 65-78, 2018.

[22] Üstün, Ç., Gültekin Karakaş, D. Türkiye'nin sağlık göstergelerinin bölgesel ve uluslararası karşılaştırma perspektifinden değerlendirilmesi. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(20. Bölge Bilimi ve Planlama Kongresi Özel Sayısı), 107-132, 2021.

[23] Yoon, K.P. System Selection by Multiple Attribute Decision Making. Ph.D. Dissertation, Kansas State University, Manhattan, KS, 1980.

[24] Yüksel, O. Türkiye'de bebek ölüm hızının bölgelerarası değerlendirilmesi. Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(2), 117-131, 2022.

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN ORGANİZSYON PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Dr. Uğur BERDİBEK

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı,

ugurberdibek@windowslive.com - 0000-0003-3202-8342

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet USLU

Bingöl Üniversitesi, ahmetuslu@bingol.edu.tr - 0000-0003-0273-0069

ÖZET

Bilgi teknolojilerinin kullanımı, dünyadaki ekonomik büyümeye lokomotif görevi üstlenerek, hemen her alandaki gelişmeyi derinden etkilemiştir. Farklı alanlarda kullanılan bilgi teknolojileri, işletmelerin kalbine yerleşmiş ve rekabet için vazgeçilmez olmuştur. Yönetim bilgi sistemleri (YBS) de bilgi teknolojilerinin işletmelerde kullanılmasının ara yüzü halini almıştır. YBS, kuruluşlarda örgütsel performansın artırılmasına yönelik olarak yöneticilere güvenilir, doğru, ilgili ve eksiksiz bilgi sağlamayı amaçlayan idari çalışma alanındaki en önemli başarılardan biridir. Bu çalışmada YBS'nin işletmeler için avantajları ve zorlukları anlatılmış, daha sonra örgütsel performans üzerindeki etkisine değinilmiştir. Yapılan geniş çaplı literatür taramasında görülmektedir ki; YBS, işletmelerdeki rutin görevleri otomatikleştirmekte, zamanında ve doğru bilgi sağlamakta, iletişimi ve işbirliğini teşvik etmekte, proaktif karar vermeyi desteklemekte, süreçleri optimize ederek her düzeyde veriye dayalı karar vermeyi mümkün kılmaktadır. Gelişen teknoloji ve büyüyen organizasyon yapılarını göz önünde bulunduran işletmeler, organizasyon yapısındaki verimliliği arttırmak rekabet avantajı sağlamak için YBS uygulamalarını sistemlerinin her alanına dahil etmek durumundadırlar.

Anahtar Kelimeler : Yönetim bilişim sistemleri, Organizasyon, Performans

ABSTRACT

THE EFFECT OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE

The use of information technologies has deeply affected the development in almost every field by acting as a locomotive for economic growth in the world. Information technologies used in different fields have settled in the heart of businesses and have become indispensable for competition. Management information systems (MIS) have also become the interface of using information technologies in businesses. MIS is one of the most important achievements in the field of administrative work that aims to provide reliable, accurate, relevant and complete information to managers to increase organizational performance in organizations. In this study, the advantages and challenges of MIS for businesses are explained and then its impact on organizational performance is discussed. The extensive literature review shows that MIS automates routine tasks in businesses, provides timely and accurate information, promotes communication and collaboration, supports proactive decision making, optimizes processes and enables data-driven decision making at all levels. Considering the developing technology and growing organizational structures, enterprises have to include MIS applications in all areas of

their systems in order to increase efficiency in the organizational structure and provide competitive advantage.

Key Words : Management information systems, Organization, Performance

1. GİRİŞ

Günümüzün hızlı tempolu ve teknoloji odaklı dünyasında, kuruluşlar sürekli olarak performanslarını artırmanın ve rekabet avantajı elde etmenin yollarını aramaktadır. Organizasyonel performans üzerinde önemli bir etkisi olduğu kanıtlanmış bir alan da yönetim bilgi sistemlerinin (YBS) uygulanmasıdır. Bu sistemler kuruluşların sadece süreçlerini düzene koymalarına ve verimliliği artırmalarına yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda daha iyi sonuçlara yol açabilecek veri odaklı kararlar almalarını sağlar. Yönetim bilgi sistemleri, yönetsel karar alma sürecini desteklemek ve genel kurumsal performansı iyileştirmek için teknoloji ve veri kullanımını ifade eder. Bu sistemler büyük miktarda veriyi toplar, depolar ve analiz ederek yöneticilere değerli öngörüler sağlar ve bilinçli kararlar almalarına olanak tanır. İster satış trendlerini takip etmek, ister envanter seviyelerini izlemek veya müşteri ilişkilerini yönetmek olsun, YBS, kuruluşların günümüzün rekabetçi iş ortamında bir adım önde olmalarına yardımcı olmada kritik bir rol oynamaktadır.

YBS, yönetsel karar alma sürecini desteklemek için bilgi toplayan, işleyen, depolayan ve dağıtan bir sistem olarak tanımlanabilir. Bir kuruluş içinde sorunsuz veri akışını sağlamak için çeşitli teknolojileri, süreçleri ve insanları entegre eder. Kuruluşlar, YBS'nin gücünden yararlanarak, doğru ve güncel bilgilere dayalı bilinçli kararlar alarak rekabet avantajı elde edebilirler(Hasan et al., 2013).

YBS'nin önemli bir yönü, bir kuruluş içinde karar alma sürecini iyileştirme yeteneğidir. Bilgi, karar alma süreci için hayati önem taşır ve YBS, yöneticilere ilgili ve zamanında verilere erişim sağlayarak daha bilinçli kararlar almalarına olanak tanır. Gerçek zamanlı bilgiye erişim, günümüzün dinamik ve hızlı tempolu iş ortamında çok önemli olan hızlı karar almayı kolaylaştırır. YBS sayesinde yöneticiler verileri analiz edebilir, kalıpları ve eğilimleri belirleyebilir ve kuruluşun stratejik hedefleriyle uyumlu bilinçli kararlar alabilir(Al-Mamary, Shamsuddin, & Nor Aziati, 2014).

Dahası, YBS'nin kurumsal performans üzerindeki etkisi, gelişmiş karar alma sürecinin ötesine uzanmaktadır. YBS ayrıca süreçleri otomatikleştirerek ve iş akışlarını düzenleyerek operasyonel verimliliği de artırır. Manuel görevleri ortadan kaldırarak ve evrak işlerini azaltarak YBS, çalışanların daha katma değerli faaliyetlere odaklanmasını sağlar. Bu verimlilik artışı maliyet tasarrufu, hatalarda azalma ve genel üretkenlikte iyileşme sağlar.

YBS'nin bir diğer önemli etkisi de kuruluşlara rekabet avantajı sağlama kabiliyetidir. Günümüzün son derece rekabetçi iş ortamında, kuruluşların rakiplerine karşı avantaj elde etmek için teknolojiden yararlanmaları gerekmektedir. YBS, kuruluşların müşteriler, tedarikçiler ve pazarlar gibi çeşitli kaynaklardan büyük miktarda veri toplamasına, işlemesine ve analiz etmesine olanak tanır. Bu veri odaklı yaklaşım, kuruluşların pazar eğilimlerini, müşteri tercihlerini ve potansiyel büyüme fırsatlarını belirlemelerine olanak tanır. Kuruluşlar bu

öngörülerden yararlanarak rekabet stratejileri geliştirebilir, ürün ve hizmetlerini müşteri taleplerini karşılayacak şekilde uyarlayabilir ve pazarda bir adım önde olabilirler.

Yönetim Bilgi Sistemleri, çeşitli düzeylerde karar alma süreçlerini kolaylaştırmak için doğru ve zamanında bilgi sağlayarak günümüz kuruluşlarında çok önemli bir rol oynamaktadır. YBS'nin etkin kullanımı, bir kuruluşun genel performansını ve başarısını önemli ölçüde etkileyebilir. Bu çalışma, yönetim bilgi sistemlerinin kurumsal performans üzerindeki etkisini keşfetmeyi ve gelişmiş karar alma, gelişmiş verimlilik, artan üretkenlik ve rekabet avantajı gibi temel faktörleri incelemeyi amaçlamaktadır.

2. YÖNETİM BİLGİ SİSTEMLERİNİN İŞLEVSELLİĞİ

Yönetim bilgi sistemleri (YBS), kuruluşların karar verme amacıyla bilgiyi etkin bir şekilde toplaması, işlemesi, depolaması ve yaymasında önemli bir rol oynamaktadır. Teknolojideki ilerlemelerle birlikte YBS, çeşitli kurumsal işlevleri ve süreçleri destekleyen karmaşık sistemler haline gelmiştir. YBS'nin işlevselliği dört temel unsur etrafında dönmektedir: veri toplama, veri işleme, veri depolama ve bilgi yayma.

2.1. Veri Toplama

YBS'nin birincil işlevlerinden biri, çeşitli iç ve dış kaynaklardan ilgili verileri toplamaktır. Bu, ticari işlemlerden, müşteri etkileşimlerinden, pazar eğilimlerinden ve diğer ilgili kaynaklardan veri toplamayı içerir. Veri toplama süreci, satış noktası sistemleri, çevrimiçi anketler, sensörler ve diğer veri yakalama teknolojileri gibi çeşitli mekanizmalar aracılığıyla otomatikleştirilebilir. YBS, doğru ve zamanında veri toplayarak etkili karar alma ve analiz için temel oluşturur(Tekin & Çelik).

2.2. Veri İşleme

Veriler toplandıktan sonra, YBS bu verilerin anlamlı bilgilere dönüştürülmesi için işlenmesini kolaylaştırır. Bu, veri doğrulama, veri temizleme, veri toplama ve veri analizi gibi faaliyetleri içerir. YBS, toplanan verileri analiz etmek ve ilgili öngörüleri çıkarmak için algoritmalar, istatistiksel teknikler ve diğer hesaplama araçlarını kullanır. YBS, verileri verimli bir şekilde işleyerek kuruluşların bilinçli kararlar almasını ve kurumsal performansı önemli ölçüde etkileyebilecek eğilimleri, kalıpları ve aykırı değerleri belirlemesini sağlar(Damar & Coşkun, 2017).

2.3. Veri Depolama

Etkili veri depolama, YBS işlevselliğinin kritik bir yönüdür. YBS, gelecekte kullanılmak üzere büyük hacimli verileri güvenli bir şekilde depolamak için veri tabanlarını, veri ambarlarını ve diğer depolama mekanizmalarını kullanır. YBS, verileri yapılandırılmış ve erişilebilir bir şekilde düzenleyerek bilgilerin kuruluş genelindeki kullanıcılar tarafından kolayca erişilebilir olmasını sağlar. Bu, bilgilerin hızlı bir şekilde alınmasına, analiz edilmesine ve raporlanmasına olanak tanıyarak kuruluşun çeşitli düzeylerinde karar alma süreçlerini geliştirir(Çelik, 2017).

2.4. Bilgi Yayılımı

YBS'nin en önemli faydalarından biri, bilgileri ilgili paydaşlara zamanında ve verimli bir şekilde yayma yeteneğidir. KBS, bilgileri kullanıcı dostu bir formatta sunan raporlar, gösterge panoları ve görselleştirmeler üretir. Bu araçlar, yöneticilerin ve karar alıcıların bilgileri hızlı ve kolay bir şekilde anlamalarını ve uygun eylemleri gerçekleştirmelerini sağlar. Ayrıca, YBS çalışanlar arasında bilgi paylaşımını ve işbirliğini kolaylaştırarak kurum içinde daha iyi koordinasyon ve uyum sağlar.

Özetle, yönetim bilgi sistemlerinin işlevselliği veri toplama, veri işleme, veri depolama ve bilgi dağıtımını kapsar. YBS bu işlevleri etkin bir şekilde yerine getirerek kuruluşların doğru ve ilgili bilgilere erişimini sağlar, bu da etkin karar almayı destekler, kurumsal performansı artırır ve stratejik hedeflere ulaşılmasını kolaylaştırır(Razavi & Iverson, 2006).

3. YÖNETİM BİLGİ SİSTEMLERİNİN UYGULANMASININ FAYDALARI VE ZORLUKLARI

Bir yönetim bilgi sisteminin (YBS) uygulanması bir kuruluşa sayısız fayda sağlayabilir. Ancak, zorlukları da yok değildir. Hem faydaları hem de zorlukları anlamak, bilinçli kararlar almak ve uygulama sürecini etkili bir şekilde yönetmek için önemlidir.

3.1. YBS Uygulamanın Faydaları

Örgütlerde YBS kullanımının sürdürülebilirliğe katkı, rekabet ve gelişim gibi konularda birçok katkısı bulunmaktadır(Nugraha & Wibowo, 2020).

Geliştirilmiş karar verme: Bir YBS'nin uygulanmasının başlıca faydalarından biri, doğru ve gerçek zamanlı bilgilerin kullanılabilirliğinin artmasıdır. Bu, yöneticilerin sezgilerine veya eksik bilgilere güvenmek yerine veri odaklı öngörülere dayalı daha bilinçli kararlar almasına olanak tanır.

Artan verimlilik ve üretkenlik: YBS, süreçlerin düzene sokulmasına ve tekrar eden görevlerin otomatikleştirilmesine yardımcı olur. Manuel işleri azaltarak, çalışanlar daha katma değerli faaliyetlere odaklanabilir ve bu da kuruluş içinde verimliliğin ve üretkenliğin artmasına yol açar.

Gelişmiş iletişim ve işbirliği: İyi uygulanmış bir YBS, farklı departmanlar ve ekipler arasında daha iyi iletişim ve işbirliğini kolaylaştırabilir. Bilgi, kaynak ve bilginin zamanında ve verimli bir şekilde paylaşılmasını sağlayarak genel koordinasyon ve ekip çalışmasını iyileştirir.

Geliştirilmiş veri doğruluğu ve bütünlüğü: Bir MIS ile veriler yapılandırılmış ve organize bir şekilde girilebilir, saklanabilir ve alınabilir. Bu da verilerde hata, mükerrerlik ve tutarsızlık olasılığını azaltır ve sonuç olarak veri doğruluğu ve bütünlüğünde iyileşme sağlar.

Daha iyi müşteri hizmetleri: MIS, kuruluşların tercihleri, satın alma geçmişleri ve geri bildirimleri de dâhil olmak üzere müşterileri hakkında kapsamlı bir görüşe sahip olmalarını sağlar. Bu bilgi, kuruluşların ürünlerini veya hizmetlerini müşteri taleplerini karşılayacak şekilde uyarlamalarına olanak tanıyarak müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırır.

3.2. YBS Uygulamanın Zorlukları

YBS uygulamalarının faydaları olduğu gibi örgütler için sakıncaları, dezavantajları ve zorlukları da bulunmaktadır(Yaser Alraei et al., 2020).

Değişime karşı direnç: YBS'nin uygulanmasındaki en büyük zorluklardan biri çalışanların direncidir. Çalışanlar, işlerini kaybetme korkusu veya artan iş yüküyle ilgili endişeler nedeniyle yeni sistemleri benimsemekte tereddüt edebilirler. Bu direncin üstesinden gelmek için açık iletişim, çalışan eğitimi ve karar alma sürecine katılım gibi etkili değişim yönetimi stratejileri gerekir.

Maliyet ve kaynak etkileri: Bir YBS'nin uygulanması mali kaynaklar, zaman ve uzmanlık açısından önemli bir yatırım olabilir. Kuruluşların bir YBS'nin uygulanmasıyla ilgili maliyetleri ve faydaları dikkatlice değerlendirmeleri ve bunu desteklemek için gerekli kaynaklara ve altyapıya sahip olduklarından emin olmaları gerekir.

Veri güvenliği ve gizlilik endişeleri: Teknoloji ve verilere olan bağımlılığın artmasıyla birlikte, kuruluşlar bilgilerinin güvenliğini ve gizliliğini sağlama zorluğuyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu, siber tehditlere, veri ihlallerine ve yetkisiz erişime karşı korunmayı içerir. Sağlam güvenlik önlemlerinin uygulanması ve ilgili düzenlemelere uyum, bu risklerin azaltılmasında çok önemlidir.

Entegrasyon ve uyumluluk sorunları: Bir YBS'yi mevcut sistemler ve yazılımlarla entegre etmek karmaşık ve zorlu olabilir. Uyumluluk sorunları ortaya çıkabilir, bu da veri kaybına veya verimsizliğe yol açabilir. Kuruluşların sorunsuz bir geçiş sağlamak ve aksaklıkları en aza indirmek için entegrasyon sürecini dikkatlice planlamaları ve test etmeleri gerekir.

Sürekli izleme ve bakım: Bir YBS'nin uygulanması tek seferlik bir iş değildir. Zaman içinde etkinliğini ve uygunluğunu sağlamak için sürekli izleme, bakım ve yükseltmeler gerektirir. Bu da kaynak tahsisi ve yönetim taahhüdü açısından zorluklar yaratabilir.

Sonuç olarak, bir yönetim bilgi sisteminin uygulanması kuruluşlara gelişmiş karar alma, artan verimlilik, gelişmiş iletişim ve daha iyi müşteri hizmetleri dâhil olmak üzere çok sayıda fayda sağlar. Bununla birlikte, değişime direnç, maliyet etkileri, veri güvenliği endişeleri, entegrasyon sorunları ve sürekli izleme ve bakım ihtiyacı gibi bir YBS'nin uygulanmasıyla birlikte gelen zorlukları tanımak ve ele almak önemlidir. Kuruluşlar bu zorlukları etkili bir şekilde ele alarak YBS'nin tüm potansiyelinden faydalanabilir, performanslarını ve rekabet güçlerini artırabilirler.

4. YÖNETİM BİLGİ SİSTEMLERİNİN KARAR VERME SÜRECİNDEKİ ROLÜ

YBS kuruluşlardaki karar alma sürecinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu sistemler, yöneticilere bilinçli kararlar almaları için gerekli olan doğru, ilgili ve zamanında bilgi sağlar. YBS, verileri düzenleyerek ve işleyerek yöneticilerin bilgileri analiz etmesine, eğilimleri belirlemesine ve alternatif eylem planlarını değerlendirmesine yardımcı olur. Bu bölümde YBS'nin karar alma sürecindeki rolü ve kurumsal performansı nasıl etkilediği tartışılacaktır(Polat, 2007).

4.1. Veri toplama ve organizasyon

YBS'nin birincil işlevlerinden biri, kuruluş içindeki çeşitli kaynaklardan veri toplamak ve düzenlemektir. Buna işlemsel sistemlerden, harici kaynaklardan ve hatta sosyal medya platformlarından gelen veriler dâhildir. YBS, verileri toplayıp bir araya getirerek yöneticilerin karar vermek için gereken ilgili bilgilere erişmesini sağlar. Bu veri toplama süreci, karar vericilerin kuruluşun faaliyetlerine ilişkin kapsamlı bir görüşe sahip olmasını sağlar(Nwankwo et al., 2020).

4.2. Veri analizi ve yorumlama

Verilerin toplanması ve düzenlenmesinden sonra, YBS bilgilerin analiz edilmesini ve yorumlanmasını kolaylaştırır. YBS'de bulunan gelişmiş analitik araçlar ve teknikler, yöneticilerin verilerdeki kalıpları, eğilimleri ve korelasyonları belirlemelerine olanak tanır. YBS, istatistiksel modeller ve veri görselleştirme teknikleri uygulayarak yöneticilerin kuruluşun performansı ve potansiyel iyileştirme alanları hakkında öngörü kazanmasını sağlar. Bu analiz, sağlam bir doğru bilgi temeli sağlayarak karar almaya yardımcı olur(Haag et al., 1998).

4.3. Karar destek

YBS, alternatif hareket tarzlarını değerlendirmek için bir platform görevi görerek karar desteği sağlar. YBS, tahmin ve simülasyon araçları sayesinde yöneticilerin farklı kararların potansiyel sonuçlarını değerlendirmelerine olanak tanır. Karar vericiler, farklı senaryoları göz önünde bulundurarak ve bunların potansiyel etkilerini anlayarak daha bilinçli seçimler yapabilirler. Bu da belirsizliğin azaltılmasına ve karar alma süreciyle ilişkili risklerin en aza indirilmesine yardımcı olur(Davis & Olson, 1984).

4.4. Gerçek zamanlı bilgi

Günümüzün hızlı tempolu iş ortamında, etkili karar alma için zamanında bilgi çok önemlidir. YBS, verileri sürekli güncelleyerek ve izleyerek yöneticilerin gerçek zamanlı bilgilere erişmesini sağlar. Bu, yöneticilerin değişen piyasa koşullarına veya şirket içi zorluklara hızlı bir şekilde yanıt vermesini sağlar. Yöneticiler, güncel bilgilere dayalı kararlar alarak rekabette bir adım önde olabilir ve kurumsal performansı optimize edebilirler(Polat, 2007).

4.5. Stratejik karar verme

Stratejik karar alma, kuruluşun genel yönünü ve başarısını etkileyen uzun vadeli kararlar almayı içerir. YBS, yöneticilere endüstri trendleri, rekabet analizi ve performans ölçütleri hakkında öngörü sağlayarak stratejik karar almayı destekler. Yöneticiler, stratejik kararları güvenilir bilgilerle uyumlu hale getirerek kurumsal büyümeyi ve başarıyı artıran etkili stratejiler geliştirebilirler(Karim, 2011).

4.6. İşbirliği ve iletişim

YBS, kurumun farklı departmanları ve seviyeleri arasında işbirliği ve iletişim sağlar. YBS, bilgi paylaşımı için merkezi bir platform sağlayarak koordinasyonu geliştirir ve karar alma süreçlerini iyileştirir. YBS, gösterge tabloları ve raporlama araçları gibi özellikler sayesinde

ilgili bilgilerin tüm paydaşlar tarafından erişilebilir olmasını sağlar. Bu da şeffaflığı teşvik eder ve kurum içinde işbirliğine dayalı bir karar alma kültürünü destekler.

Yönetim bilgi sistemleri kuruluşlarda karar alma sürecinde hayati bir rol oynamaktadır. YBS, verileri toplayarak, analiz ederek ve yorumlayarak yöneticilere bilinçli seçimler yapabilmeleri için gerekli olan doğru ve zamanında bilgiyi sağlar. Karar alma sürecinde YBS'nin kullanılması, etkin stratejik planlamayı mümkün kılarak, belirsizliği azaltarak ve paydaşlar arasında işbirliğini teşvik ederek kurumsal performansı artırır(Anameriç, 2005).

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Yönetim Bilgi Sistemleri (YBS) kurumsal verimliliğin artırılmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu sistemler, yönetsel karar alma sürecini desteklemek ve genel operasyonel performansı iyileştirmek amacıyla bilgi toplamak, işlemek ve analiz etmek için bir çerçeve sağlar. YBS, teknoloji, veri ve süreçleri entegre ederek kuruluşların operasyonlarını kolaylaştırmasını, iletişimi geliştirmesini ve verimliliği artırmasını sağlar.

YBS'nin kurumsal verimliliği artırmasının kilit yollarından biri rutin görevlerin otomasyonudur. Bu sistemler envanter yönetimi, sipariş işleme ve finansal işlemler gibi süreçleri otomatikleştirerek manuel veri girişi ve evrak işlerine olan ihtiyacı azaltır. Sonuç olarak, çalışanlar daha stratejik ve katma değerli faaliyetlere odaklanabilir ve bu da daha yüksek verimlilik seviyelerine yol açar(Al-Mamary, Shamsuddin, & Hamid, 2014).

YBS ayrıca bir kuruluş içindeki bilgilerin güncelliğini ve doğruluğunu da artırır. Gerçek zamanlı veri entegrasyonu ve raporlama, yöneticilerin satış rakamlarından envanter seviyelerine kadar işletmenin herhangi bir yönüyle ilgili güncel bilgilere erişmesine olanak tanır. Bu, daha hızlı ve daha bilinçli karar verme imkânı sağlayarak verilerin manuel olarak toplanması ve analiz edilmesi için harcanan zaman ve çabayı azaltır(Hasan et al., 2013).

Dahası, YBS bir kuruluş içindeki iletişimi ve işbirliğini kolaylaştırır. Entegre sistemler sayesinde çalışanlar kolayca bilgi paylaşabilir, projeler üzerinde işbirliği yapabilir ve çabalarını koordine edebilir. Bu, siloları ortadan kaldırır ve işlevler arası ekip çalışmasını geliştirerek verimliliği ve etkinliği artırır(Hasan et al., 2013).

YBS'nin kurumsal verimlilik üzerindeki bir diğer önemli etkisi de planlama ve tahmin için doğru ve güvenilir bilgi sağlamasıdır. YBS, geçmiş verileri analiz ederek ve tahmine dayalı öngörüler üreterek proaktif karar alma ve uzun vadeli stratejik planlamaya yardımcı olur. Bu, kuruluşların pazar eğilimlerini tahmin etmesine, fırsatları belirlemesine ve kaynakları buna göre hizalamasına olanak tanıyarak kaynak tahsisinde ve hedeflere ulaşmada daha fazla verimlilik sağlar(Al-Mamary, Shamsuddin, & Aziati, 2014).

Ayrıca YBS, süreç optimizasyonu ve otomasyonunu kolaylaştırarak operasyonel verimliliği artırır. Veri analitiği ve iş süreci modelleme tekniklerinin kullanımı sayesinde kuruluşlar darboğazları belirleyebilir, gereksiz faaliyetleri ortadan kaldırabilir ve iş akışlarını düzene sokabilir. Bu da döngü sürelerinin kısalması, kalite kontrolün iyileşmesi ve operasyonel verimliliğin artmasıyla sonuçlanır.

YBS, her düzeydeki yöneticiye kapsamlı ve ilgili bilgiler sağlayarak karar alma sürecini destekler. Bu sistemler, yöneticilerin performans ölçümlerini izlemelerini, eğilimleri

belirlemelerini ve veriye dayalı kararlar almalarını sağlayan raporlar, gösterge panoları ve analizler üretir. Bu da bilinçli karar alma kültürünü teşvik ederek yöneticilerin kurumsal hedeflere ulaşmak için zamanında harekete geçmelerini sağlar.

Sonuç olarak, Yönetim Bilgi Sistemlerinin kurumsal verimlilik üzerindeki etkisi yadsınamaz. Bu sistemler rutin görevleri otomatikleştirir, zamanında ve doğru bilgi sağlar, iletişimi ve işbirliğini teşvik eder, proaktif karar vermeyi destekler, süreçleri optimize eder ve her düzeyde veriye dayalı karar vermeyi mümkün kılar. Kuruluşlar verimliliği artırmak için teknolojiden yararlanmaya devam ettikçe, sürekli operasyonel mükemmellik ve rekabet avantajı sağlamak için YBS'nin rolü daha da önem kazanacaktır.

KAYNAKÇA

Al-Mamary, Y. H., Shamsuddin, A., & Aziati, N. (2014). The meaning of management information systems and its role in telecommunication companies in Yemen. *American Journal of Software Engineering*, *2*(2), 22-25.

Al-Mamary, Y. H., Shamsuddin, A., & Hamid, N. A. A. (2014). Factors Affecting Successful Adoption of MIS in Organizations towards Enhancing Organizational Performance. *International Foundation for Research and Development (IFRD)*, 1.

Al-Mamary, Y. H., Shamsuddin, A., & Nor Aziati, A. (2014). Key factors enhancing acceptance of management information systems in Yemeni companies. *Journal of Business and Management Research*, *5*(1), 108-111.

Anameriç, H. (2005). Yönetim bilgi sistemlerinin yönetim fonksiyonları üzerine etkisi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, *45*(2), 25-43.

Çelik, S. (2017). Büyük Veri Teknolojilerinin İşletmeler İçin Önemi. *Social Sciences Studies Journal*, *3*(6), 873-883.

Damar, M., & Coşkun, E. (2017). Üniversitelerde bilgi işlemden yönetim bilişim sistemlerine geçiş: Mevcut durum ve beklentiler. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, *10*(1), 21.

Davis, G. B., & Olson, M. H. (1984). *Management information systems: Conceptual foundations, structure, and development*. McGraw-Hill, Inc.

Haag, S., Cummings, M., & Dawkins, J. (1998). Management information systems. *Multimedia systems*, *279*, 280-297.

Hasan, Y., Shamsuddin, A., & Aziati, N. (2013). The impact of management information systems adoption in managerial decision making: A review. *The International Scientific Journal of Management Information Systems*, *8*(4), 010-017.

Karim, A. J. (2011). The significance of management information systems for enhancing strategic and tactical planning. *JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management*, *8*, 459-470.

Nugraha, A. Y., & Wibowo, U. B. (2020). Analysis of Benefits and Obstacles from E-Budgeting Implementation in Educational Organizations. International Conference on Educational Research and Innovation (ICERI 2019),

Nwankwo, I. N., Ugwude, A. C., & Ugwude, D. I. (2020). Management information systems (MIS) data collection methods for university administrators' decision-making process in south east Nigeria universities. *African Journal of Educational Management, Teaching and Entrepreneurship Studies*, *1*(1), 14-22.

Polat, N. (2007). Yönetim Bilgi Sistemi ve Sayıştayda Yürütülen Çalışmalar. *Sayıştay Dergisi*(65), 187-198.

Razavi, M. N., & Iverson, L. (2006). A grounded theory of information sharing behavior in a personal learning space. Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work,

Tekin, E., & Çelik, A. Yönetim Bilişim Sistemlerinin Bilgi Paylaşım Davranışına Etkisinde Yüksek Performanslı Çalışma Sistemlerinin Rolü. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *14*(28), 142-167.

Yaser Alraei, A. B. A., Joseph, A., Asif, M. K., & Hock, O. Y. (2020). Application of Strategic Management Information System (SMIS) in the Ministry of Interior, UAE: Issues and Challenges. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science*, *10*(2), 346-361.

TEKNİK BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN İLKYARDIM BİLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Doç. Dr. Nurten TERKEŞ

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, - 0000-0002-1644-8382

Öğr. Gör. Dr. Ayşe YILDIRIM

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi,– 0000-0002-7722-6193

ÖZET

Amaç: Bu çalışma teknik bilimler meslek yüksekokulu öğrencilerinde ilk yardıma ilişkin bilgi düzeylerini saptamak için yapılmıştır.

Yöntem: Araştırma bir üniversitenin teknik bilimler meslek yüksekokulunda öğrenim gören tüm öğrenciler evreni oluşturmaktadır. Araştırma 15 Ekim - 27 Ekim 2023 tarihleri arasında araştırma katılma kriterlerine uyan 77 öğrenci yapılmıştır. Veriler kişisel bilgilerin ve ilk yardım ile ilgili bilgilerin yer aldığı soru formu ile toplanmıştır. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi için SPSS 23.0 programı kullanılmıştır.

Bulgular: Katılan öğrencilerin demografik özellikleri değerlendirildiğinde yaş ortalaması 20.49±1.52, %55.8'i kız, %83.1'i ikinci sınıf, %36.4'ünün daha önce ilk yardım eğitimi almış olduğu görülmektedir. Temel ilk yadım ile ilgili öğrencilerin bilgi düzeyi ortalaması 18.85±2.37'dir. Katılımcıların ilk yardım bilgisinin değerlendirildiği soru formundan alınan puan ortalamasına göre katılımcıların ilk yardım bilgilerinin orta seviyede olduğu bulunmuştur. Ayrıca ilk yardım ile ilgili daha önce eğitim alanların puan ortalamaların eğitim almayanlara kısayla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmektedir ($p<0.05$).

Sonuç ve Tartışma: Teknik bilimler meslek yüksekokulu öğrencilerinin ilk yardım seviyelerinin orta düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. Toplumda yaşanabilecek acil durumlarda her bir bireyin ilk yardım konusunda yeterli bilgi düzeyine sahip olması gerektiği için özellikle üniversite öğrencilerinin bu konuda bilgilendirilmesi önemlidir.

Anahtar Kelimeler: İlk Yardım, Bilgi Düzeyi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu.

1. GİRİŞ

İlk yardım ve genel sağlık eğitimi, toplumun sağlığını destekleyen ve geliştiren önemli bir bileşendir. Bu türlü donanım, bilgi ve becerilere sahip bireyler, acil durumlar ve günlük yaşamda karşılaşılan sağlık sorunlarıyla başa çıkmak için daha hazır ve yetkin olabilirler. Bu

nedenle, sağlık eğitimi programlarının etkin bir şekilde tasarlanması ve uygulanması, gelecekteki ülkemizin sağlık politikaları için büyük önem taşımaktadır.

Ani bir hastalık veya kaza sebebi ile yardıma ihtiyaç duyan birine, profesyonel tıbbi yardım gelene kadar, mevcut imkânlarla yapılan girişimler ilk yardım olarak adlandırılır. İlk yardım, bilinçli ve doğru olarak uygulandığında hayat kurtarıcıdır (1,2).

Nüfus artışı ve gelişen teknoloji kazaların artması ve çeşitlenmesine yol açmıştır. Kazalar, halk sağlığını yakından ilgilendiren ve üzerinde önemle durulması gereken konulardan biridir. Bu yüzden tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de bu konu üzerinde ciddi sayıda araştırma yapılmıştır (1,3-5). Bilinçsizce ya da yanlış yanlış yapılan ilk yardım uygulamaları, maalesef ki kişilerin ölümüne ya da sakat kalmasına neden olabilmektedir. Bu durum, kişinin kendisine, ailesine, topluma, sağlıkla ilgili kurumlara maddi ve manevi yük getirmektedir (6).

Araştırmamızda, teknik bilimler meslek yüksekokul öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiş olup, öğrencilerin ilk yardım bilgisini ve bu bilgiyi etkileyen faktörleri incelemeyi amaçlamaktadır. Veriler, yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi ve ilk yardım eğitimi alma durumu gibi tanıtıcı özelliklere dayalı olarak analiz edilmiştir.

2. MATERYAL ve METHOD

2.1. Araştırmanın Şekli

Bu çalışma Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin ilkyardım bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla tanımlayıcı olarak planlanmıştır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini bir üniversitenin teknik bilimler meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma 15 - 27 Ekim 2023 tarihleri arasında araştırmaya alınma kriterlerine uyan 77 öğrenci ile yapılmıştır.

2.3. Araştırmanın Etiği

Araştırma yürütülmeden önce araştırmanın yapıldığı kurumdan izin alınmış olup, uygulama sırasında katılımcılardan aydınlatılmış onam alınmıştır.

2.4. Veri Toplama Formu

Veri toplama formu örnekleme katılan bireylerin tanıtıcı özelliklerini (5 soru) ve temel ilkyardım bilgilerini (28 soru) belirlemek amacıyla yapılan literatür taraması sonucunda araştırmacılar tarafından oluşturulmuş iki bölümden ve toplam 33 sorudan oluşmaktadır.

2.5. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 23.0 programı kullanıldı. SPSS programına aktarılan veriler normallik analizi yapılarak normal dağılıma uyan veriler için parametrik testler, normal dağılıma uymayan veriler için nonparametrik testler kullanılmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırmaya katılan teknik bilimler meslek yüksekokulu öğrencilerinin kişisel özelliklerine göre dağılımı incelendiğinde yaş ortalaması 20.49±1.52, %44.2'sinin 21 yaşından büyük, %55.8'inin kadın, %83.1'inin ikinci sınıf olduğu, ve katılımcıların %36.4'ünün ilk yardım ile ilgili kurs-eğitim-ders aldığı görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımı (N=77)

	N	%
Yaş ($\bar{X}$±SS)	20.49 ± 1.52	
18-19	206	27.3
20-21	305	28.6
> 21	116	44.2
Cinsiyet		
Kadın	43	55.8
Erkek	34	44.2
Sınıf		
Birinci sınıf	13	16.9
İkinci sınıf	64	83.1
İlk yardım ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumu		
Evet	28	36.4
Hayır	49	63.6

İlk yardıma ilişkin bilgilerin yer aldığı soru formundan alınan puanların ortalamasının 18.85±2.37 (Min:0-Max:28) olduğu bulunmuştur. Katılımcıların anket formundaki 14, 18, 23, 25, 26 ve 28. maddelerden aldıkları puan ortalamasının 0.50 den daha az olduğu görülmektedir. Bu da bu maddelere ilişkin öğrencilerin yetersiz bilgiye sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 2).

Tablo 2. Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin ilkyardım ile ilgili bilgileri (N=77)

Anket Maddeleri	Ortalama	Standart sapma
1. Hayati tehlikeyi ortadan kaldırmak ilkyardımın öncelikli amaçlarındandır	0.96	0.19
2. Kaza sonucu vücuttan dışarı çıkan organlar tekrar içeriye itilmez, üzeri bezle örtülüt.	0.74	0.44
3. Burkulmalarda ilk yardım uygulaması olarak şişliği azaltmak için ekstremite vücut seviyesinden aşağıya indirilir.	0.61	0.49
4. Kazazedeye Heimlich Manevrası kanaması olduğunda yapılır.	0.90	0.28
5. Sıcak çarpmasında bilinç açıksa bol miktarda sıvı verilir.	0.57	0.49
6. Hava yolu ile zehirlenen kişiler hemen o ortamdan uzaklaştırılıp, açık havaya çıkarılır.	0.93	0.24
7. Kaza geçirmiş bir insan için ilkyardımda önemli olan, taşınma şekli değil, bir an önce hastaneye yetiştirilmesidir	0.84	0.36
8. Tüp zehirlenmelerinde tuzlu ayran içirilmesi etkili bir yöntemdir	0.62	0.48
9. Temel yaşam desteği bilinci kayıp tüm hastalara yapılır.	0.55	0.49
10. Burkulma vakalarında soğuk uygulama yapılarak o uzuv dinlendirilir.	0.79	0.40
11. Burnu kanayan vakalarda baş geriye doğru atılarak burun kanatları sıkılır.	0.61	0.49
12. Karın kısmına bir cisim battığında hemen çıkarılarak, kanamayı durdurmak için sarılır.	0.81	0.38
13. Kaza alanında herhangi bir yangın, patlama gibi bir durum yoksa kazazede kımıldatılmamalıdır.	0.84	0.36
14. Sara krizi geçirirken eller kollar sıkıca sabitlenmelidir.	0.45	0.50
15. Solunum durmasında çene geriye doğru kaldırılarak alın bastırılır.	0.64	0.47
16. Çamaşır suyu içmiş kişi kusturulur.	0.53	0.50
17. Yanıkta içi su dolu kabarcıklar oluşmuşsa patlatılır	0.94	0.22
18. Hastaneye ulaşıncaya kadar turnike kesinlikle açılmaz	0.35	0.48
19. Elektrik çarptığında tahta gibi yalıtkan olmayan malzemelerle elektrik teması kesilir	0.77	0.41
20. Bilinci kapalı olan bir kişide olabilecek en büyük tehlike dilin boğazı tıkamasıdır	0.77	0.41
21. Donan kişi sıcak su ile banyo yaptırılır	0.84	0.36
22. Yetişkin bir kazazedenin solunum yapıp yapmadığı bak-dinle-hisset yöntemiyle kontrol edilir.	0.88	0.32
23. Rentek manevrası bilinci kapalı ve dolaşımı olmayan kazazelere omuriliğine zarar vermeden araç içinden çıkartılması için kullanılır.	0.48	0.50
24. Tansiyon yükselmesi şok belirtisidir	0.66	0.47
25. Solunum durmasında periferde siyanoz görülmesinin sebebi oksijensizliktir.	0.27	0.44
26. Yetişkinlerde temel yaşam desteğinde kalp masajı ve suni solunum 30/2 şeklindedir.	0.48	0.50
27. Bilinci yerinde olmayan kişinin kendisine gelmesi için şekerli sunu verilir.	0.89	0.30
28. Kopan organı doğrudan buzun içene koyup taşımalıyız.	0.23	0.42
Toplam	**18.85**	**2.37**

Anket maddelerinden 3,4,7,8,9,11,12,14,16,17,18,21,27 ve 28. maddeler ters puanlandırılmıştır.

Araştırmaya katılan teknik bilimler meslek yüksekokulu öğrencilerinin demografik verileri ile ilk yardım ile ilgili soru formundan aldıkları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sadece ilk

yardım konusunda daha önce eğitim alan kişilerin puan ortalamalarının istatistiksel olarak daha anlamalı olduğu görülmektedir ($p<0.05$) (Tablo 3).

Tablo 3. Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Tanıtıcı Özelliklerine Göre İlk Yardıma İlişkin Bilgi Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (n=77)

Tanıtıcı Özellikler	İlk Yardıma İlişkin Bilgi Anketi	
Yaş		
18-19	19.19±2.69	KW: 1.340 p: 0.512
20-21	18.72±2.67	
> 21	18.73±1.97	
Cinsiyet		
Kadın	19.06±2.30	Z: -0.658 p: 0.511
Erkek	18.58±2.46	
Sınıf		
Birinci sınıf	19.15±2.19	Z: -0.343 p: 0.731
İkinci sınıf	18.79±2.41	
İlk yardım ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumu		
Evet	22.86±3.45	**Z: -16.727** **p: 0.000**
Hayır	16.60±4.88	

Elde edilen sonuçlar, ilginç ve önemli bulguları gün yüzüne çıkarmaktadır. İlk bakışta, yaş, cinsiyet ve sınıf düzeyinin öğrencilerin ilk yardım bilgisi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Ancak, bu faktörlerin öğrenci bilgisini etkilemediği anlamına gelmez; belki de başka etkileşimler veya faktörler bu ilişkiyi daha açık bir şekilde anlatmaktadır.

Öte yandan, ilk yardım eğitimi alma durumu, öğrencilerin ilk yardım bilgisini belirgin bir şekilde etkilediği görülmektedir. İlk yardım eğitimi alan öğrenciler, daha yüksek bir ilk yardım bilgisine sahipken, bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç, sağlık eğitimi programlarının, özellikle ilk yardım konusunda, öğrencilere daha fazla eğitim fırsatı sunmanın önemini vurgulamaktadır.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Bu çalışma, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin ilk yardım bilgisini inceleyen bir araştırma sonucunda önemli bulgulara ulaşmıştır. Demografik faktörlerin (yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi) ilk yardım bilgisi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür. Ancak, ilk yardım eğitimi alma durumu, öğrencilerin ilk yardım bilgisini belirgin bir şekilde artırdığı ve bu artışın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar, sağlık eğitimi programlarının içeriğini ve uygulamasını gözden geçirmenin önemini vurgulamaktadır. Özellikle ilk yardım konusunda, eğitimcilerin ve program geliştiricilerin öğrencilere daha fazla fırsat sunması gerekmektedir. İlk yardım eğitimi, acil durumlarla başa çıkmanın temel bir becerisidir ve toplumun sağlığını güçlendirmenin bir yoludur.

Ayrıca, bu araştırma, demografik faktörlerin yanı sıra başka etkileşimlerin veya faktörlerin ilk yardım bilgisi üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Bu nedenle, gelecekteki araştırmalar, daha kapsamlı analizlerle bu ilişkileri daha ayrıntılı bir şekilde incelemelidir.

Sonuç olarak, sağlık eğitim programlarının etkinliğini artırmak ve öğrencileri daha iyi hazırlamak için daha fazla araştırma ve eğitim çabalarının gerekliliği bu çalışma ile bir kez daha vurgulanmıştır. İlk yardım bilgisi, bireylerin günlük yaşamlarında ve acil durumlarda kendilerine ve başkalarına yardım etmelerine olanak tanır. Bu nedenle, sağlık eğitimi alanında çalışanlar ve karar vericiler, ilk yardım eğitimine daha fazla odaklanmalı ve bu beceriyi toplumun genel sağlığına katkıda bulunmak için daha yaygın bir şekilde teşvik etmelidirler.

KAYNAKLAR

[1] Umur. Y.F., İlk Yardımın Temelleri, Aile Eğitim Programı TC Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. Nakış Ofset II. Baskı, Istanbul, 2012.

[2] Temel, E., Şahin, B., Gezer, N., Çam, R. (2018) Üniversite Öğrencilerinin Temel İlkyardım Uygulamalarına İlişkin Bilgi Düzeyleri. Hemşirelik Bilimi Dergisi, 1(3), 34-38.

[3] Duman, N.B., Sözen, C., Koçak, C. (2013). Üniversite Öğrencilerinin İlk Yardım Bilgi Düzeyleri Ve Bunu Etkileyen Faktörler. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi; 6 (1): 57-70).

[4] Yetiş, G., Gürbüz P. (2018). Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulu öğrencilerinin ilkyardım bilgi düzeylerinin belirlenmesi. İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 6(2), 64-76.

[5] Orhan S. İ., Aydın, A. (2020). Öğretmen Adaylarının İlk Yardım Bilgi Düzeyleri: Kastamonu Üniversitesi Örneği. Kastamonu Eğitim Dergisi, 28(4), 1657-1667.

[6] Kızıl M., Üstünkarlı N., Yıldız Ş., Kurtel K., Şemin İ., Abacıoğlu YH. (2018). İlkyardım Bilgilerinin Doğruluğu ve İlkyardım Uygulamalarına Etkisinin Değerlendirilmesi, Hastane Öncesi Dergisi, 3(1), 15-30.

SAĞLIK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN SANATA İLİŞKİN EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİ

Öğr. Gör. Dr. Ayşe YILDIRIM

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, - 0000-0002-7722-6193

Doç. Dr. Nurten TERKEŞ

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, - 0000-0002-1644-8382

ÖZET

Bu araştırma Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak Sağlık Yüksekokulunda öğrenin gören toplam 61 öğrencinin genel olarak sanata ilişkin eğilimlerinin belirlenmesine yönelik olarak yapılmıştır. Kişisel özelliklerine göre, katılımcılar 18-22 yaşları arasında ve %91.8'inin kadın öğrenciden oluşmaktadır. Katılımcıların %41.0'inin ebelik; %39.3 Çocuk Gelişimi ve %19.7 sinin Hemşirelik bölümlerinde öğrenim görmektedirler. Yine öğrencilerin %60.7'sinin yurtta kaldığı; %52.8'inin sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders aldığı; %80.3'ünün ilgi duyduğu bir sanat alanı olduğu ve %32.6'sının resim ile ilgilendiği belirlenmiştir.

Bu sonuçlar dahilinde, sağlık yüksekokulu öğrencilerinin sanata yönelimlerini etkileyen bazı kişisel özelliklerin olduğunu ve bu özelliklerin sanata ilgi düzeyini etkilediğini göstermektedir. Özellikle cinsiyet ve sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumu, öğrencilerin sanata yönelimlerini belirlemede önemli faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, sanat eğitimi programlarının bu faktörleri göz önünde bulundurarak öğrencilerin sanata olan ilgilerini desteklemeye yönelik tasarlanması gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca, bu sonuçlar sağlık yüksekokulu öğrencilerinin sanata yönelimlerini daha iyi anlamamıza ve bu alandaki eğitim politikalarını geliştirmemize yardımcı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Sanata Eğilim, Öğrenci, Sağlık Yüksekokulu.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the general art-related tendencies of a total of 61 students studying at Mehmet Akif Ersoy University Bucak Health School. According to their personal characteristics, the participants are between the ages of 18-22 and 91.8% are female students. 41.0% of the participants are midwifery; 39.3% are studying in Child Development and 19.7% in Nursing departments. Again, 60.7% of the students stayed in dormitories; 52.8% took art-related courses-training-lessons; It was determined that 80.3% of them were interested in art and 32.6% were interested in painting.

These results show that there are some personal characteristics that affect the art orientation of health school students and that these characteristics affect their level of interest in art. In particular, gender and art-related courses-education-taking courses have emerged as important factors in determining students' orientation towards art. These findings emphasize the need to design art education programs to support students' interest in art by taking these factors into consideration. Additionally, these results may help us better understand the art orientation of health school students and improve educational policies in this field.

Key Words: Tendency towards Art, Student, School of Health.

1. GİRİŞ

Sanat, insanların duygu, düşünce ve izlenimlerini ifade etmenin, yeteneklerini geliştirmenin ve yaratıcılıklarını estetik bir seviyeye ulaştırmanın bir yolu olarak önemli bir rol oynamaktadır. Yine sanat, bireylerin kültürel değerlerini yansıtma, estetik düşünme yeteneklerini geliştirme ve hayatlarını daha keyifli bir şekilde yaşama becerisi kazanmalarına yardımcı olmaktadır ve toplumların gelişmişlik seviyelerini yansıtan önemli bir gösterge olarak yaşamımızda yer almaktadır.

İnsanların sanata yönelimleri oldukça çeşitli ve kişiseldir, bu nedenle herkesin tercihleri farklı olabilir. Genel olarak insanların sanata yönelimleri kültürel ve toplumsal etkiler altında, kişisel ilgi ve deneyimlere bağlı olarak, eğitim ile geliştirilen bir bütünlük gösterir. Öğrenciler açısından değerlendirildiğinde sanat; onların yaratıcılığını geliştirebilir, kendine güven, problem çözme ve kendilerini ifade edebilmelerini etkiler; stres azaltma, iletişim becerilerini artırma, oto disiplin ve hoşgörülü olma becerilerini artırabilmektedir. Bütün bunlarla birlikte sanat tün yaştaki insanlarda olduğundan daha etkili bir şekilde öğrencilerin yaratıcı düşünme, ifade yetenekleri ve yaşam becerilerini geliştirmelerine çok önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Dünyada ve Ülkemizde öğrencilerin sanata yönelimleri konusunda yapılmış çalışmalar söz konusudur. Bunlardan Sandra (2006) okullarda sanatı güçlü tutmanın çok önemli ve gerekli olduğunu, sanat çalışmaların öğrenci başarısı üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedir (1). Gibson (2003) sanat eğitimcisi olmayı öğrenmek: öğretmen adaylarının sanata ve sanat eğitimine yönelik tutumları üzerine yaptığı çalışmada, sanata vurgular yapmaktadır (2). David (2007) öğrencilerin akademik performansında en az zamanda en büyük gelişmeyi sanatın yaptığını ifade etmektedir (3). Rabkin ve Redmond (2010) sanatın farklılık yaratmada önemli olduğuna dair önemli tespitler yapmıştır (4). Ülkemizde bu konu ile ilgili olarak yapılan

çalışmaların kavramsal sanat uygulamalarıyla öğrencilerin sanatsal İfade biçimlerinin geliştirilmesine dair önemli öneriler sunmaktadırlar (5,6).

Cam (2015), ortaöğretim öğrencilerinin sanat eğitimi ve sanatın gerekliliği hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi (Antalya ili örneği) isimli tez çalışmasında; Sanat eğitimi, bireyin duygu, düşünce ve izlenimlerini doğru olarak aktarabilmesi, bağımsız düşünebilmesi, kural ve kalıpların dışına çıkabilmesi, yetenek ve yaratıcılığın estetik bir seviyeye ulaşabilmesi, eğlence ve heyecanın doğru biçimde yönlendirilebilmesi ve eğitim öğretim faaliyetleri açısından öğrencinin sosyalleşebilmesi amacıyla ilkokuldan itibaren bazı sınıf seviyelerinde öğrencilere verilmeye çalışılmakta olduğunu ifade etmektedir (7). Dikici (2006), sanat eğitimi alan öğrencilerin, sanat eğitimi almayan öğrencilere oranla daha fazla yaratıcı olduklarına dair tespitleri vardır. Bu içerikli çalışmaları çoğaltmak mümkündür (8). Bütün bunlarla birlikte eğitimi programlarının kaynaklarda da verildiği gibi öğrencilerin başarı, mutluluk, psikolojiler vb. göz önünde bulundurarak öğrencilerin sanata olan ilgilerini desteklemeye yönelik tasarlanması gerekmektedir.

2. MATERYAL ve METOT

2.1. Araştırmanın Şekli

Bu çalışma Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin sanata yönelik eğilim düzeylerini belirlemek amacıyla tanımlayıcı olarak planlanmıştır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini bir üniversitenin sağlık yüksekokulunda öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma 15 - 27 Ekim 2023 tarihleri arasında araştırmaya alınma kriterlerine uyan 61 öğrenci ile yapılmıştır.

2.3. Araştırmanın Etiği

Araştırma yürütülmeden önce araştırmanın yapıldığı kurumdan izin alınmış olup, uygulama sırasında katılımcılardan aydınlatılmış onam alınmıştır.

2.4. Veri Toplama Formu

Veri toplama formu örnekleme katılan bireylerin tanıtıcı özelliklerini (7 soru) ve temel ilkyardım bilgilerini (23 soru) belirlemek amacıyla yapılan literatür taraması sonucunda araştırmacılar tarafından oluşturulmuş iki bölümden ve toplam 30 sorudan oluşmaktadır.

2.5. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 23.0 programı kullanıldı. SPSS programına aktarılan veriler normallik analizi yapılarak normal dağılıma uyan veriler için parametrik testler, normal dağılıma uymayan veriler için nonparametrik testler kullanılmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırmaya katılan sağlık yüksekokulu öğrencilerinin kişisel özelliklerine göre dağılımı incelendiğinde yaş ortalaması 19.78 ± 1.48, %54.1'inin 18-19 yaşlarında, %91.8'inin kadın, %41.0'ının ebelik bölümü öğrencisi, %42.6'sının birinci sınıf olduğu, %60.7'sinin yurtta kaldığı, katılımcıların %52.8'inin sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders aldığı, %80.3'ünün ilgi duyduğu bir sanat alanı olduğu ve %32.6'sının resim ile ilgilendiği görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1 Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımı (N=61)

	N	%
Yaş ($\bar{X}$±SS)	19.78 ± 1.48	
18-19	33	54.1
20-21	9	14.8
> 22	19	31.1
Cinsiyet		
Kadın	56	91.8
Erkek	5	8.2
Bölüm		
Hemşirelik	12	19.7
Ebelik	25	41.0
Çocuk Gelişimi	24	39.3
Sınıf		
Birinci sınıf	26	42.6
İkinci sınıf	22	36.1
Üçüncü sınıf	7	11.5
Dördüncü sınıf	6	9.8
Kaldığı yer		
Yurt	37	60.7
Öğrenci evi	8	13.1
Apart	16	26.2
Sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumu		
Evet	9	14.8
Hayır	52	85.2
İlgi Duyduğu Sanat Alanı Olma Durumu		
Var	49	80.3
Yok	12	19.7
Hangi Sanat Alanına İlgi Duyduğu		
Resim	16	32.6
Müzik	15	30.8
Edebiyat	6	12.2
Dans	6	12.2
Tiyatro	6	12.2

Araştırmaya katılan sağlık yüksekokulu öğrencilerinin demografik verileri ile sanata eğilim ile ilgili soru formundan aldıkları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, kadınların erkeklere göre, bu konuda eğitim alanların almayanlara göre puan ortalamalarının istatistiksel olarak daha anlamalı olduğu görülmektedir ($p<0.05$) (Tablo 2).

Tablo 2. Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Tanıtıcı Özelliklerine Göre Sanata İlişkin Eğilim Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (n=61)

Tanıtıcı Özellikler	Sanata İlişkin Eğilim Formu	
Yaş		
18-19	31.33±9.05	F: 2.141 p: 0.127
20-21	32.00±10.17	
> 22	36.63±8.49	
Cinsiyet		
Kadın	34.10±8.27	**t: 3.108 p: 0.003**
Erkek	21.60±12.40	
Sınıf		
Birinci sınıf	30.84±8.25	F: 1.589 p: 0.202
İkinci sınıf	33.09±10.61	
Üçüncü sınıf	38.14±6.33	
Dördüncü sınıf	36.83±8.88	
Bölümü		
Ebelik	35.88±7.40	F: 2.052 p: 0.138
Çocuk Gelişimi	31.41±10.97	
Hemşirelik	30.58±7.84	
Kaldığı Yer		
Yurt	32.40±8.22	F: 0.356 p: 0.702
Öğrenci evi	32.87±15.23	
Apart	34.75±8.07	
Sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumu		
Evet	41.11±5.79	**Z: -3.034 p: 0.002**
Hayır	31.62±9.02	

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Araştırmanın sonuçlarına göre, sağlık yüksekokulu öğrencilerinin sanata yönelimleri üzerine bazı önemli bulgular elde edilmiştir. Katılımcıların kişisel özelliklerine göre dağılımı incelendiğinde, yaş ortalamasının 19.78 olduğu, %54.1'inin 18-19 yaşları arasında, %91.8'inin kadın olduğu ve %41.0'ının ebelik bölümü öğrencisi olduğu görülmüştür. Ayrıca, %42.6'sının birinci sınıf, %60.7'sinin yurtta kaldığı, %52.8'inin sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders aldığı, %80.3'ünün ilgi duyduğu bir sanat alanı olduğu ve %32.6'sının resim ile ilgilendiği belirlenmiştir.

Sanata eğilim konusunda ise, katılımcıların tanıtıcı özelliklerine göre puan ortalamaları incelendiğinde, sanata eğilimin cinsiyet ve sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Özellikle kadın öğrencilerin

sanata daha fazla eğilim gösterdikleri ve sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders aldıklarında daha yüksek eğilim puanları elde ettikleri gözlenmiştir.

Bu sonuçlar, sağlık yüksekokulu öğrencilerinin sanata yönelimlerini etkileyen bazı kişisel özelliklerin olduğunu ve bu özelliklerin sanata ilgi düzeyini etkilediğini göstermektedir. Özellikle cinsiyet ve sanat ile ilgili kurs-eğitim-ders alma durumu, öğrencilerin sanata yönelimlerini belirlemede önemli faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, sanat eğitimi programlarının bu faktörleri göz önünde bulundurarak öğrencilerin sanata olan ilgilerini desteklemeye yönelik tasarlanması gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca, bu sonuçlar sağlık yüksekokulu öğrencilerinin sanata yönelimlerini daha iyi anlamamıza ve bu alandaki eğitim politikalarını geliştirmemize yardımcı olabilir.

Sağlık yüksekokulu öğrencilerinin orta düzeyden daha iyi oranda bir sanata eğilime gösterdikleri bulunmuştur. Ayrıca öğrencilerin sanata eğilimlerini cinsiyet ve eğitim alma gibi değişkenlerin etkilediği görülmektedir. Toplumun gelişmişlik düzeyini yansıtan en önemli araç sanat olduğu için sadece sanat alanında okuyan öğrencilerin değil, tüm öğrencilerin bu konuda desteklenmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

[1] Sandra, R.S. (2006) Critical Evidence: How the Arts Benefit Student Achievement. Eric Search snd Education Resources, ISBN-0-9777-0500-5

[2] Gibson, R. (2003) Learning to be an Art Educator: Student Teachers'Attitudes to Art and Art Education. International Journal of Art & Design EducationVolume 22, Issue 1: 2-127

[3] David E. G. (2007) Research Links the Arts with Student Academic Gains. The Educational Forum. Volume 7: Issue 3

[4] Rabkin, N. & Redmond, R. (2010) The Arts Make a Difference. The Journal of Arts Management, Law, and Society, 36:1, 25-32

[5] Aykul, S.Y., Yıldırım, A., Gün, F.T., Hamamcı, A. (2018). Önlisans Öğrencilerinin Sanat Eğilimlerinin İncelenmesi. ELSANDER I. Uluslararası Sanat Ve Tasarım Sempozyumu Bildiriler Kitabı, CiltI: 148-164. ISBN 978-605-80924

[6] Başar, Ç.T. ve İnce, M. (2019). Kavramsal sanat uygulamalarıyla öğrencilerin sanatsal ifade biçimlerinin geliştirilmesine ilişkin eylem araştırması. Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi - Journal of Qualitative Research in Education, 7(1), 438-469.

[7] Cam, F. (2015) Ortaöğretim Öğrencilerinin Sanat Eğitimi ve Sanatın Gerekliliği Hakkındaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi (Antalya ili örneği). Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anasanat Dalı, Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı, Van.

[8] Dikici, A. (2006) Sanat Eğitimi ve Öğrencilerin Yaratıcılık Düzeyleri. Eğitim ve Bilim. 31 (139): 3-9.

ÇOK YÖNLÜ BİR SOSYAL BİLİMCİ: WALTER RUBEN'İN KIRŞEHİR GÖZLEMLERİ*

Doç. Dr. Güneş ŞAHİN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,

Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Tarih Eğitimi Anabilim Dalı.

, ORCID: 0000- 0003-4245-9760.

Özet

Çalışmanın çıkış noktası, Hindolog Walter Ruben'in (1899-1982) sadece Hindoloji alanında değil yerel tarih yazıcılığına olan katkılarının bütünlüklü olarak değerlendirmeye çalışmaktır. Walter Ruben, Hamburg'ta doğdu. Uzun soluklu bir yaşam süren Ruben, Almanya'nın çeşitli kentlerinde Hindoloji öğrenimi gördü. Almanya'nın mevcut siyasi atmosferinden fazlasıyla etkilendi ve faşizmi reddetti. 1935'te Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nde (DTCF) çalışmak üzere çağrıldı ve burada Hindoloji kürsüsünü kurdu. Ruben derslerini Türkçe verdi. 1944'de Türkiye ile Almanya arasında gelişen gerilim ve siyasi ilişkilerin kopması nedeniyle, pek çok Alman gibi, Walter Ruben de ailesi ile birlikte Kırşehir'de zorunlu göçe tabi tutuldu. Zorunlu ikamette bulunanlar bulundukları kentlerde serbestçe dolaşabilmekte ancak çalışmaları, gazete ve posta almaları ya da fotoğraf çekme izinleri olmamasına rağmen, Ruben'in Kırşehir'deki gündelik hayat ve sanat eserleri hakkında kaleme aldığı eserler oldukça dikkat çekicidir. Kırşehir'de bir yıl kalan Ruben, ketin yerel tarihine katkılar sağlayan eserler yayınladı. Zorunlu ikamete tabi tutulanlara 1945 yılının sonunda izin çıkınca, Ruben DTCF'deki işine döndü ve çalışmalarına devam etti. 1948'de Şili üniversitesinden davet alan Walter, karşılaştırmalı etnoloji çalışmalarını sürdürdü. 1950'de Almanya'ya dönebilen Ruben, Berlin Humboldt Üniversitesi'nde 1964 yılına kadar Hindistan Coğrafyası Enstitüsü müdürlüğü görevini yürüttü.

Sosyal bilimlerin tek bir alanında kendini sınırlandırmayan Walter Ruben, Hindoloji çalışmaları ile şehir tarihçiliği, kentlerdeki sosyo-kültürel ve ekonomik yaşam pratikleri üzerine ayrıntılı kitaplar yazdı. Çalışmada ağırlıklı olarak Ruben'in Kırşehir ile ilgili eserleri referans olarak kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Walter Ruben, Hindistan Çalışmaları, Kırşehir, Şehir Tarihi.

* 02.09.2023-05.09.2023 tarihleri arasında düzenlenen Akdeniz 10. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde, aynı başlıkla online sunulan bildirinin tam metnidir.

A VERSATILE SOCIAL SCIENTIST: WALTER RUBEN'S OBSERVATIONS ON KIRŞEHİR

Abstract

The starting point of the study is to comprehensively assess the contributions of the Indologist Walter Ruben (1899-1982) not only in the field of Indology but also in local history writing. Walter Ruben was born in Hamburg. Having lived a long and fruitful life, Ruben pursued his studies in Indology in various cities across Germany. He was greatly influenced by the prevailing political atmosphere in Germany and vehemently rejected fascism. In 1935, he was invited to work at Ankara University's Faculty of Language, History, and Geography (DTCF), where he established the Chair of Indology. Ruben conducted his classes in Turkish. Due to the escalating tension and severed political relations between Turkey and Germany in 1944, like many other Germans, Walter Ruben and his family were subjected to forced migration and relocated to Kırşehir. Those in forced residence were allowed to move freely within the cities where they were located. However, despite the absence of permission for work, receiving newspapers and mail, or taking photographs, Ruben's works about daily life and artworks in Kırşehir are quite remarkable. During his one-year stay in Kırşehir, Ruben published works that contributed to the local history of the region. When the restrictions on those subjected to forced residence were lifted at the end of 1945, Ruben returned to his position at DTCF and continued his work. In 1948, Walter received an invitation from a university in Chile, and he continued his studies in comparative ethnology. In 1950, after being able to return to Germany, Ruben assumed the position of director at the Institute of Indian Geography at Berlin Humboldt University until 1964. Walter Ruben, not limiting himself to a single field within the social sciences, wrote detailed books on urban history and socio-cultural and economic practices in addition to his studies in Indology. The study will primarily utilize Walter Ruben's works related to Kırşehir as its main references.

Key Words: Walter Ruben, Indian Studies, Kırşehir, Urban History.

Giriş

Çalışma II. Dünya Savaşı'nın zor koşulları altında ailesi il birlikte zorunlu göçe tabii tutulan Walter Ruben'in[1] Kırşehir gözlemlerine odaklanmaktadır. Ruben'in çok yönlü bir sosyal bilimci yetkinliğini tüm yönleri ile kullandığı Kırşehir gözlemleri, bizlere 1940'lı yıllarda Orta

[1]Ayrıca bkz. Keskin D. (2021). "Türk Hindolojisi'nin Kurucusu: Walter Ruben", A.Ü. DTCF DTCF Doğu Dilleri Dergisi, C. VI, 78-89.

Anadolu'nun bu bozkır vilayetinde halkın nasıl bir yaşam sürdüğünü anlamamıza yardımcı olmakla birlikte aynı zamanda cumhuriyetin kazanımlarının ne ölçüde pratiğe dökülebildiğini de anlamamızı sağlamaktadır. Kendisinden edindiğimiz bilgiler, kent tarihi açısından sadece belge merkezli bir anlatımın ötesindedir. Ruben Kırşehir'de halkın içinde kalarak ve onlarla yaşayarak halkbilimci yönünü de kullanan bir bilim insanıdır. Dolayısıyla eserleri sadece tarih açısından değil; coğrafya, sosyoloji, sosyal antropoloji ve halkbilimi-folklor çalışmaları içinde disiplinler arası bir kaynak niteliğindedir. Diğer yandan, Ruben'in düşün dünyasında Almanya'nın siyasi ortamının etkilerini görmemiz mümkündür. Eserlerinde somut verilerle birlikte Ruben, Kemalizm ideolojisinin tabana yayılma hamlelerine ve devrim ruhunun halkla olan teması noktasında kimi zaman sorgulayıcı bir tavır takınır. Ruben, tek parti düşünce sistematiğinin özellikle kırsalda halk nezdinde nasıl anlaşıldığı, onların gündelik hayatında nelere karşılık geldiği üzerine tahlillerde bulunur.

Walter Ruben ve Kırşehir

Ruben'in ile ilgili en detaylı bilgilere, oğlu Gerhard Ruben'in Kırşehir Belediyesi tarafından 2014'de basılan *'İç Anadolu'da Küçük Bir Eski Çağ Şehri: Kırşehir'* kitabında babası hakkında yazdıklarından öğreniyoruz. Söz konusu kitap, 2003'de Ergon Verlag tarafından yayınlanan baskı temel alınarak Cemal Sakallı tarafından çevrilmiştir. (Ruben, 2014: 1). 1944-1945 yılları hem Türkiye'nin içinde bulunduğu siyasi ve sosyo-ekonomik durum, hem de Kırşehir gibi ekonomik döngüsü tamamen ziraate dayalı, halkın oldukça zor koşullar içinde yaşam sürdüğü yıllardır. Türkiye II. Dünya Savaşı'na girmemiş olmasına rağmen, savaşın olumsuz havasından her açıdan çok fazla etkilenmiş bir ülkedir. 1940'lı yılların ikinci yarısını, dış ilişkilerde, bağımsız milli dış politika prensibi yerine artık ABD dirsek temasının başladığı ve tek-parti ikitidarının ülke yönetiminde ciddi sınavlardan geçtiği yıllar olarak ifade edebiliriz. Walter Ruben, DTCF'nin de içinde sancılı bir süreçten geçtiği yıllarda, ailesi ile birlikte Kırşehir'de zorunlu ikamete tabii tutulur. Ruben'in gençlik yıllarından itibaren şarkla olan bağı, Kırşehir'i kültürel bir labratuvar gibi görmesine ve orada geçirdiği her günü; şehrin tarihiyle-insanıyla-değerleriyle hem hal olarak geçirmesine olanak sağlar. Batılı bir profesör olarak –beklenilenin aksine- Anadolu kırsalında üsttenci, elitist bir tavır takınmaktan ziyade halkbilimci yönünün en naif hali ile hareket eder. Ruben, 17 ay boyunca kaldığı şehri karış karış dolaşarak farklı statü ve sınıflardan insanlarla konuştu, sohbet etti, kimileri ile arkadaş olur. Walter Ruben'le ilgili yapılan çalışmalara baktığımızda, en dikkati çeken çalışmalardan biri, "Refuge in research: Walter Ruben's exile and internment in Turkey" başlıklı Nazan Maksudyan tarafından 2021'de yazılan metindir.



Kaynak: https://www.idefix.com/yazar/walter-ruben-219258 Erişim Tarihi: 29.10.2023.

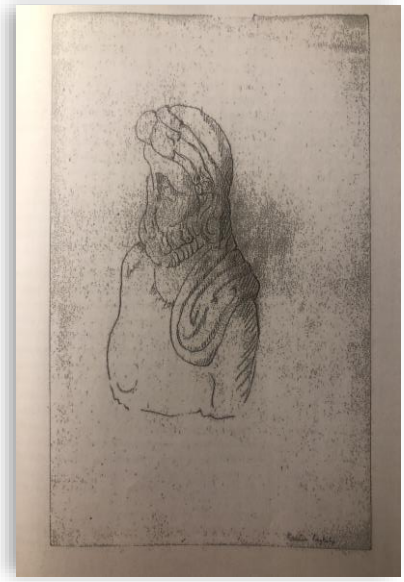
Thema des Buches und Arbeitsweise başlığı altında, Ruben kendi motivasyonunu şu şekilde açıklar:

> *"Sovyet ordusu, Hitler'in Wehrmacht'ını Stalingrad'dan Varşova'ya kadar geri ittiğinde, Türkiye Almanya ile siyasi ilişkilerini kesti ve bazı Almanları Kırşehir'e gönderdi. Bu nedenle, 29 Ağustos 1944'te bu iç Anadolu steplerindeki bu cennet gibi küçük kasabaya geldim ve onu incelemek için zamanım oldu. Ben bir Türkolog veya genel tarihçi değilim, ama işsiz bir Hindolog olarak bu fırsatı kaçıramazdım. Bildiğim kadarıyla, henüz hiçbir Avrupalı tarihçi Anadolu'da böyle küçük bir kasabada birkaç ay geçirme fırsatı sunulmamıştır... ve halkla gerçek temas kurma fırsatı bulmamıştır. Tabii ki, bir Hindolog olarak daha çok bir Hint şehrinde sınırlı olmayı tercih ederdim. Ancak yine de bu eski doğu şehrinde korkunç savaş yıllarını geçirebildim ve şehir yaşamını tanıyabilirim."* (Ruben, 2014:1; Giriş; Maksudyan, 2021: 8).

Ruben'in Hitler zulmünden kaçarak Türkiye'de çalışmaya başlaması ile ilgili olarak oğlu G. Ruben, modern Türkiye'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'le ilgili "*Onun büyük otoritesi Türkiye'nin radikal biçimde sekülerleşmesi ve olanağını vermiştir. Babamın Kırşehir'le ilgili anlattıkları ve bizim Kırşehir'de yaklaşık 20 yıl sonra karşılaştığımız, küçük bir Anadolu şehrinin bu modernleşmeye ayak uydurması ve yeni toplumun yurttaşları ile bunu kabullenişinşn başlangıcıdır; tezatlıklarla ve zorluklarla dolu, belki bugün de tamamlanmamış karmaşık bir süreç…"* ifadelerini kullanır. Walter Ruben, oğlunun 'tamamlanmamış ve

karmaşık bir süreç' olarak tanımladığı ifadelerini, 1940'lı yılların ortasında Anadolu kırsalında bizzat yaşayarak tecrübe eder. (Ruben, 2014: Giriş).

Ruben için, tarihsel olarak Ahiliğin merkezi olan ve toplum ilişkilerinde feodal/ geleneksel yapının hala hüküm sürdüğü Kırşehir gibi küçük bir coğfrayada genç cumhuriyetin idealize ettiği seküler- modern toplum yapısının izlerini sürmek, üzerinde düşünmek, resimler çizmek ve yanında getirebildiği küçük daktilosunda yazılar yazmak elbette o koşullar için oldukça zordur. Kırşehir'i öncelikle coğrafi ve tarihi olarak öğrenmeye, anlamaya çalışan Ruben; şehrin sınırları, komşuları, iklimi, yer yüzü şekilleri, kuruluşu, eski yerleşim yerleri şekinde sınıflanırarak başlar. Sonra şehrin tarihsel arka planını Bizans, Grek, Ermeni varlığını, Selçuklular, Osmanlılar, I. Dünya Savaşı yılları ve devrim yılları şeklinde incelemeye devam eder. Kimi zaman kent tarihindeki bilgilerini Kırşehir Tarihi hakkında eserler kaleme ve Kırşehir Vilayet Gazetesi'nde yazılar yazan Cevat Hakkı Tarım'dan destekler. (Ruben, 2014: 1).



Kaledeki Orta Okul'un cam dolabında uzuvları olmayan yarım boy gövde heykel muhafaza ediliyor: "Ben bunu Zeus heykellerinden biri olarak kabul ediyorum." (Ruben, 2014: 13).

Kırşehir'in mahalleleri, mahalle sakinleri, sokakları, yapıları, çarşıları hakkında detaylar veren Ruben, şehir planlaması ile ilgili de önerilerde bulunmuştur. İhtişamlı konaklardan bahseden Ruben, toprak damlı basık evlerden ayrılan konakların sayısını 30 olarak kaydetmektedir:

> *"Bunlar sadece Kayaşeyhi, Yenice, Medrese, İmaret ve Kuşdili mahallelerindedir. Görünüşte bu lüks yapıların ticari hayatın gelişmesine mi bağlanması gerektiğine yoksa bunların bir moda mı olduğuna karar veremiyorum. Bunların hepsi de altın olarak toprağa gömülen paradır…"* (Ruben, 2014: 63).

Kırşehir Anadolu Türk kültürünün[2] simgesidir. Bu nedenle Ruben için kültürel ilişkileri anlamak aynı zamanda Türk kültür tarihini de anlamak olacaktır. Ruben'in kayda değer önemli çalışmalarından biri 'Kırşehir'de Dikkatimizi Çeken Sanat Abideleri' başlıklı makalesi, 1947 yılında Belleten'de yayınlanır. Ruben'in Kırşehir'de kaldığı sürece, Cevat Hakkı Tarım Bey ile Kırşehir tarihi üzerine sohbetlerinde arkadaşlıkları da olmuştur. Makaleyi kaleme alırken Tarım Bey'den oldukça istifade etmiştir. Söz konusu makalede Ruben, Caca Bey Medresesi'nin tarihçesi ile başlar, medrese hakkında detaylı bilgiler verirken Hindistan mistizminden ve mimarisinden de izler arar. (Ruben, 1947: 608). Bunu yaparken Anadolu efsanelerinden, masallarından yararlanır. Lale Camii, Çarşı Camii, Alâeddin Camii, Ahi Evran Türbesi'nden bahsederken hem vakfiyelerinden hem de tarihçelerinden detaylı biçimde bahseder, fakat ilginç olan *"Ahi Evran halkın ağzında mitolojik bir şahsiyet olarak yaşamaktadır. Biyografisinde kendisinin vaktiyle lonca ve esnaf teşkilatı ile alakalı olup olmadığı hakkında hiçbir işarete rastlamıyoruz. Mevcut mezarı içinde yatmakla beraber hakiki adı ve menşei de meçhulümüzdür…"* şeklinde devam eden ifadeleridir. (Ruben, 1947: 638).

Şehrin ticari yapısı ve mülkiyet ilişkileri hakkında ise Ruben, el zanaatları ve ticaret şehir meslekleri gibi görünsede ekonomik ve toplumsal hayatın temelini tarımın oluşturduğunu belirtir. İlkel yöntemlerle devam eden tarım yöntemlerini tarih öncesindeki dönemlere benzetmektedir. Şehirde, bostancılık önemli bir rol oynamaktadır. 1940'larda Kırşehir çevresinde 700.000 bin kayısı ağacı olduğu tahmin edilmekte, iklim ve su zenginliği yönünden olanaklar çok büyük, modern yöntemlerle kurutulmuş kayısı esasında şehir ekonomisine katkılar sağlayabilir fakat bu şartlar altında Kaliforniya ile rekabet edebilmesi olanaksız görünmektedir (Ruben, 2014: 123-124).

[2] Walter Ruben'in Türk kültürü üzerine yayınlanmış olduğu çalışmaların künyesi için bkz. Selahaddin Bekki, "Walter Ruben (1899-1982) ve Kırşehir/İç Anadolu'da Eski Bir Adlı Eseri", *Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu* (Kırşehir, 15-17 Ekim 2008) Bildiriler,Cilt III, Haz., M. Fatih Köksal vd., 24. Ahilik Haftası Kutlama Komitesi Yayını, , Ankara 2011.s. 1353-1369.

El zanaatları, ahilik kurumundan devralınan bir miras gibi görünse de yani kentin esas işi gibi görünse de, çok az çırak çalıştıran birkaç ustanın atölyesi olduğunu ifade eder ve devam eder:

> *"Eskiden burada 180 değişik el zanaatı olduğu iddia edilmekte. Bu zanaatlarda ustalaşma gerilemiş durumda. Ermeni ve Rum el zanaatçılarının burada faaliyet gösterdiği yıllara ait bilgi yeterli değil. İslam'ın gücünün yok olması ile Ortaçağ lonca düzeni de yok olmuş. Meslek okullarında değişik alanlarda ustalar yetiştirilmesi planlasa da, Cumhuriyet'in 25. yılında şehirde henüz bu okullar açılmış değil…"* (Ruben, 2014: 130).

Ruben, şehirdeki ticari faaliyetleri:

-Değirmenciler,

-Fırıncı, helvacı ve şekerciler,

-Kasaplar, dokumacılar, pamuk Dokumacılığı,

-Terziler, marangozlar, kağnı imatçıları, demirciler,

-Sobacılar, bıçakçılar, nalbantlar, bakırcılar, kalaycılar… şeklinde uzun bir liste halinde anlatarak gözlemlerine devam etmektedir. (Ruben, 2014: 133-143).

Azınlıklar arasında Kürtler, Ermeniler ve Çingeneler yer almaktadır. Ruben sadece bir kürt aile tanışabildiğini ve Kürtlerin, Türklerle kaynaşmış durumda ve çok azı kendi dillerini konuşmakta olduğunu ifade etmektedir. Şehirde sadece bir Ermeni yaşıyor ve kasaplık yapmaktadır:

> *"Burada ne Musevi ne Rum'a rastladım. Fakat çingeneler oldukça fazla… Çingene olduklarını kabul etmiyorlar fakat polis onları şehre yerleştirmek istemiyor. Onların gerçekten de çingene olduğuna dair kanıt şu ayrıntıda gizli: onlar su testilerini omuzlarında, Türk kadınlar ellerinde taşıyorlar. Bu çingene tarzı, Hint asıllıdır. Göçebe çingeneler, tarih öncesi avcı topluluğun arta kalanları ve soyundan gelenlerdir, bunlar bugün Hindistan'da Dom olarak yaşamaya devam etmektedirler."* (Ruben, 2014: 164).

Kadınların en ağır işlerde çalıştığını ve onları için özel bir bölüm açtığını ifade eden Ruben, onların çok farklı bir yaşam tarzı ve aralıksız çalışmakta olduklarını ifade etmektedir: *"Kadınlar süpürmek, pişirmek, çocukları beslemek, erkeğin bakımını ve diğer ev işlerili yapmak zorundadır. Hindistan'da yassı bir taşla yapılan çamaşır yıkama işi, burada tokmakla*

(kalın tahtadan) yapılıyor. Kadınların ayakları çıplak ve tüm gün soğuk suyun içinde bu işi yapmaları oldukça yorucu." (Ruben, 2014: 165).

Ruben'in tek parti iktidarı ile igili düşünceleri, rejimi olumlar nitelikte değildir. Erken Cumhuriyet döneminde taşrada, mülki idarenin parti sarmalından bağımsız bir yönetim sergileyememesini bir problem olarak görmektedir. Aslında Ruben'in problem olarak tanımladığı, dönemin parti-devlet bütünleşmesinden kaynaklanan, 1935'den beri uygulanan, parti devleti sistemidir. Dolayısıyla Kırşehir halkının eğitimsiz, cahil ya da köylü gibi sıfatlarla gündelik hayatında kimi zaman ötelendiklerini, bunun tamamen Cumhuriyet Hükümeti'nin sorumluluğunda olduğunu ifade eder. Kırşehir'in düşünsel canlılığının temsilcisi Kırşehir Vilayet Gazetisi'nin de yazılarının Kemalizm ideolijisinin aracısı olduğunu fakat yazılarının şehrin bir kaç okumuş 'aydın' diyebileceğimiz öğretmen ya da memurlarının zihnine hitap ettğini, halka söz konusu yazıların sirayet etmediğinden yakınır. Fişekçi, Ruben'in bakış açısı için sosyalist tanımlaması yapar. Bu tanımıda *"Prof. Ruben'in konulara sosyalist yaklaşımı bu derin halk bilim çalışmasında da kendisini gösterir. Sözgelimi, eğitim konusunu incelerken, 'yoksulların eğitimi' ve 'orta ve üst sınıfın eğitimi' ayırımını getirir. Çalışanları incelediği bölümde, 'işçiler ve yoksullar' için ayrı bir başlık açmıştır. Ziraat konusunu incelerken 'mülkiyet ilişkileri'ni en başa oturtmuştur."* ifadeleri ile temellendirir. (Fişekçi, 2017: 209).

Halk bilimci yönünü Kırşehir'deki çocuk masalları üzerine de değerlendirmeleri kullanan Ruben, bir gün Kale Ortaokulu Müdürü ve Türkçe öğretmeninin yardımıyla, kendisi için kız ve erkek öğrencilerden kompizyon yazmalarını ister. Okuduğu bir kaç yazı onu gerçekten derinden etkiler: *"Ülkemizin Geri Kalmışlığı'nın Nedenleri"* başlıklı bir yazıda, öğrencilerin eleştirel bakış açılarını takdirle karşılar. Yine öğrencilerden masal yazmalarını ister ve yerel geleneksel, ailelerin dienledikleri masalları yazmaların ister. Hint masalları ile karşılaştırıp Türk- Hint masalları arasındaki benzerlikleri tespit eder. (Ruben, 2014: 209).

Kitabının sonunda, Kırşehir gençleri hakkında bir yargıya varamadığı gibi, çocuklar hakkında da kesin bir yargıya yaramadığını ifade eder. Ruben, Aşağıda listelenen Kırşehir'deki çocuk masallarını detaylı biçimde analiz eder:

-çavuş ali,

-eşkiya ali,

-bir parti hikayesi,

-ayna,

-at hırsızı,

-bir kış hatırası,

-yeşil yelpaze,

-lale camii,

-Ahi Evran

-hacıbektaş,

-ölüm ruhu hikayeleri,

-deli hoca,

-İki tilki,

-üç tatlı su balığı,

-aslan ve fare,

-aslan ve kedi,

-keloğlan

-değirmenci Mehmet ağa masalı,

- büyük deve,

-ihtiyar çiftçi ve karısı,

-küçük açgözlülük büyük zararlar doğurur,

-eyvah çeşmesi,

-büyük devin masalı,

-üç kardeş ve cüce,

-üç kardeş,

-keloğlan ve kara çakmak,

-keloğlanın macerası,

-deli Mehmet,

-afili ile zafili,

-kulak misafiri (kıskanç taklitçi),

-çibir ile Hasan (iki seyyah),

-bir dev masalı,

-beyin oğlu,

-yetimler,

-demiri oyan kurt (ahikar),

-bağ börek masalı,

-şair ile çoban,

-ninemin masalı. (Ruben, 2014: 211-236). Walter Ruben, 36 masalı tek tek anlattığı masalarının sonunda, hikayelerde işlenen ahlaka dair bazı notlar başlıklı bir bölüm açar. Ruben, Savaş sona erdiğinde, Walter Ruben Almanya'ya dönmek ister. Almanya'dan da kendisine ailesi ve arkadaşları tarafından geri dönmesi için baskı görür. Ayrıca Ernst Reuter gibi siyasi olarak aktif sürgün bilim insanları da ülkelerinin yeniden inşasına katılmak için mümkün olan en kısa sürede geri dönmek istemişlerdi. Ruben, yeni Almanya'da şansını denemek için1946'da Türk hükümetinden vatanında birkaç hafta kalmak için izin aldı. Ancak Berlin'deki "Deutsche Zentralverwaltung für Volksbildung" (Alman Halk Eğitimi Merkezi) ile iş fırsatları üzerine yaptığı görüşmeler başarısız oldu. Sonuç olarak, Ankara Üniversitesi'nde iki yıl daha çalışmaya devam etti. Bu süre zarfında aile ülke genelinde birkaç seyahat gerçekleştirdi. 1946'da Ruben, Ankara ile Akşehir arasındaki steplerdeki köyleri ziyaret etti. 1947'de, Caca Bey Camii'ndeki astronomik kuyu sorununu çözmek ve şehrin bazı fotoğraflarını çekmek için tekrar Kırşehir'e gitti. 1947'de aile aynı zamanda Karadeniz bölgesini ziyaret etti. (Maksudyan, 2021: 10). Büyük olasılıkla 1947'deki ikinci Kırşehir gözlemleri, Belleten'deki makalesinin de verilerini oluşturdu.

Ruben, 1948'de Santiago del Estado (Şili) Üniversitesi'nden, 1950'de de Berlin Humboldt Üniversitesi Hindoloji Kürsüsü'nden teklif alır. 1955'de Alman Bilimler Akademisi asli üyesidir. 1962'den itibaren akademinin Şarkiyat Araştırmaları Enstitüsü Müdürlüğü'nü yürütür. Bilimsel araştırmalarının listesi oldukça geniştir. Oğlunun ifadesine göre, kendisi için en önemli eseri 1967-1973 yılları arasında yayınlanan 6 ciltlik 'Eski Hindistan'da Toplumsal Gelişme' ve 1978'de yayınlanan 'Hindistan Kültür Tarihi' kitaplarıdır. (Ruben, 2014: 1).

Sonuç

Hayatının bir bölümünü Kırşehir'de geçirem Walter Ruben'in çok yönlü bir sosyal bilimci olması ve aydın kimliğiyle, küçük bir bozkır coğrafyası ile gözlemleri 1940'ların Türkiye'sini anlamamız açısından bize ayna tutar. Kırşehir'deki günlerinin üsttenci ya da elitist tavırla geçirmeyen Ruben, insanlarla bire bir temas ederek yöre kültürünü ve aynı zamanda da cumhuriyet değerlerini kırsalda tahlil eder. Kent tarihi niteliğindeki çalışması, bir şehri tüm veçheleri ile değerlendirmesi açısından sosyal bilimlerin tüm çalışma sahası için eşi bulunmaz bir kaynak eser niteliğindedir. İçinde bulunduğu tüm zor koşullara rağmen pes etmeyen bir karakteri olduğunu rahatlıkla söyleyebileceğimiz Ruben, aslında sürgündeyken bile aydın olma sorumluluğundan bir gün bile ödün vermedi.

Kaynakça

Bekki S. (2008). "Walter Ruben (1899-1982) ve Kırşehir/İç Anadolu'da Eski Bir Adlı Eseri", *Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu* (Kırşehir, 15-17 Ekim 2008) Bildiriler,Cilt III, Haz., M. Fatih Köksal vd., 24. Ahilik Haf- tası Kutlama Komitesi Yayını, , Ankara 2011.s. 1353-1369.

Fişekçi, G. (2017). "Her Koşulda Çalışkan: Prof. Dr. Walter Ruben", https://calismaortami.fisek.org.tr/icerik/her-kosulda-caliskan-prof-dr-walter-ruben/ Erişim Tarihi: 01.10. 2023).

Keskin D. (2021). "Türk Hindolojisi'nin Kurucusu: Walter Ruben", *A.Ü. DTCF Doğu Dilleri Dergisi,* C. VI, 78-89.

Ruben W. (1947). "Kırşehir'de Dikkatimizi Çeken Sanat Abideleri", *Belleten,* 10 (11), S. 44, 603-640.

Ruben W. (2014). *İç Anadolu'da Küçük Bir Eskiçağ Şehri: Kırşehir,* Kırşehir Belediyesi Kültür-Tarih Yayınları Serisi No.14.

https://www.idefix.com/yazar/walter-ruben-219258 Erişim Tarihi: 29.10.2023.

GENDER DISCRIMINATION: AN EXAMINATION SPECIFIC TO SYRIAN FEMALE MIGRANTS IN TÜRKİYE

Dr. Cahide GÖĞÜSDERE
Hazine ve Maliye akanlığı
https://orcid.org/0000-0002-6088-4595

ABSTRACT

Gender is the social and cultural role expectations of women and men. The concept of gender also determines the position of women and men in a society. The concept of discrimination is used for injustices based on age, class, ethnicity, gender, race or religion. Today, gender discrimination, which is considered within the scope of discrimination against women, includes issues such as inequality, violence, and power imbalance. In recent years, the role of migrant women's labor in the labor market has increased considerably and the feminization process of migration has accelerated. As in the rest of the world, women immigrants have an important place in gender-based migration studies in Turkey. As for the most important reason for this; almost half of the population forced to migrate consists of women and girls. Studies on Syrian women have been started in Turkey since 2011. In particular, feminist theorists have studied the gender-based consequences of migration and the power of women to influence migration. Women migrate for reasons such as improving their economic and social status and ensuring the health and safety of the family members they left behind. One of the important factors affecting Syrian women has been violence. In addition, the subject of gender has been a tool that has not been mentioned much in researches on Syrian migrant labor living in Turkey. In various studies, Syrian female migrant labor has been approached with gender-blind methods and in this sense, women have been treated as individuals who are no different from men. In this study, the labor of Syrian women will be examined within the framework of both patriarchal and capitalist relations, and will be examined in terms of gender-based discrimination. In this context, the contribution of Syrian women to the labor market will be tried to be revealed. Domestic production, their role in the service market and their work on the informal economy will also be discussed. The concept of gender-based discrimination will be examined on the basis of labor, forced migration, violence and racism

Keywords: Gender discrimination, immigrant, women's labor.

1.INTRODUCTION

The concept of migration means that people living in a region experience natural disasters, war, famine, etc. ıt means leaving their place of residence for reasons and settling in another place or being permanently relocated. Civil war started in Syria in March 2011. Syrians have started to migrate to other countries. A significant portion of these immigrants came to Türkiye and more than half of them are women and children. According to the literature on migration, the proportion of women in the immigrant population is increasing. In other words, it can be said that migration has become feminised. Especially Syrian migrant women are exposed to discrimination based on gender. These women have gender-based problems in subjects such as forced migration, language, housing, health, education and working life. In this context, they face problems such as impoverishment, working in the informal labor market, domestic care obligation due to gender roles, patriarchal family structure and fear of gender-based violence. Syrian women who migrated forcibly had to find a job in order to maintain their lives and make a living. State and civil society support given to individuals who migrate is limited in Türkiye as in many other countries. In addition, Syrian women in Türkiye have difficulties in accessing regular and secure jobs. The reason for this is the gender norms and relations and the sexist structure of the labor market. The status of women who start to earn income both within and outside the family improves. On the other hand, women may be exposed to violence during the employment process. In the study, gender discrimination will be discussed on the basis of migration, employment and violence.

2. MIGRATION of SYRIAN WOMEN

Migration, in addition to being physical and spatial, social, psychological, political and cultural etc. with the people in the migrated place. includes interactions. The concept of migration is undergoing changes due to globalization. According to Castles and Miller, the concept of migration has been analyzed by dividing into five main elements (Castles and Miller, 2008: 12-14).

- “Globalization of migration: Countries are affected by international migration and receiving countries face a different migrant profile.”

- “Acceleration of migration: Migration movements are growing in volume around the world.”

- “Diversification of migration: Migration can be regular, compulsory, temporary, permanent, etc. it is diverse.”

- "Feminization of migration: Due to globalization, the demand for cheap labor has increased and therefore migration has become feminised."

- "Politicization of immigration: Government policies, international treaties, etc. affected by immigration."

"The existence of women who migrated was not mentioned until the mid-1970s. Between the 1970s and the 1990s, feminist researchers began to work on women's migration in the literature. In the following periods, the effects of globalization on women's migration began to be discussed" (Kofman, 1999, Harding, 1995).

"According to world migration statistics, male migrant workers are 28 million more than female migrant workers in 2017. While the number of male migrant workers is 96 million (58%), the number of female migrant workers is 68 million (42%)" (Undesa, 2020; 51). The number of Syrians in Türkiye in 2023 is shown in Table 1.

Table 1. Number of Syrians in Türkiye (July, 2023)

AGE RANGE	MALE	FEMALE	TOTAL
0-14	704.088	662.983	1.367.071
15-24	339.525	291.686	631.211
25-29	187.328	149.918	337.246
30-45	331.931	276.508	608.439
45-65	155.134	158.434	313.568
65-90+	33.545	38.436	71.981
TOTAL	**1.751.551**	**1.577.965**	**3.329.516**

Source: Refugees Association, Number of Syrians in Türkiye July 2023, multeciler.org.tr

According to Table 1, the ratio of Syrian men in Türkiye to the total number of Syrians is 52.61%, while the rate of Syrian women is 47.39%. The biggest difference between the two sexes is in the 25-29 age range. In the age range of 45 and above, the number of women is generally more than men.

"The problems that Syrian women face in Türkiye are adaptation, language, economic deficiencies, employment, accommodation, nutrition, education, access to health services, violence, early marriage, social exclusion, etc." (Association for Human Rights and Solidarity for Asylum Seekers, 2014; 5). Most of these women migrate to get better living and employment opportunities, especially for economic reasons.

In Türkiye, the Directorate of Migration Management, which is affiliated to the Ministry of Interior, is responsible for all kinds of legal regulations and practices for asylum seekers. "The GÖÇ-NET database, which aims to ensure the registration of asylum seekers, was put into practice in 2015. In addition, "Foreigners and International Protection Law" and "Temporary Protection Regulation" are also legal regulations for asylum seekers" (Official Gazette, 2013 and 2014). "Türkiye Regional Refugee and Resilience Plan" was created by the UN High Commissioner for Refugees in the 2016-2017 period (UNHCR, 2015).

"In the process of settling in the country of immigration, legal etc. brought. overcoming various restrictions" (Jacobsen, 2006) xenophobia, racism, etc. in order to prevent this, it is necessary to ensure the participation of Syrian women in working life.

3. EMPLOYMENT OF SYRIAN WOMEN

Syrian women are employed in seasonal agricultural work and clothing, manufacturing, education and services sectors. "However, women are generally employed in these sectors for low wages. Looking at the world migration statistics, while the number of male migrant workers was 96 million (58%) in 2017, the number of female migrant workers was 68 million (42%)" (Undesa, 2020; 51). "In the pre-war period, female employment in Syria was very low; According to the UNDP report, before 2011, 80% of employment in Syria consisted of men" (Cited by Charles and Denman, 2012; 205).

Most of the Syrian women living in Türkiye have a low level of education. Women struggle with poverty and rarely go out of the home (UN Women, 2018). It is seen that the labor force participation of Syrian women living in Türkiye is very low. Patriarchy in the private and public spheres are intertwined mechanisms in Türkiye and Syria. (Walby 1990; Das 2017) Syrian refugee women started to work outside the home when their husbands' income was low and they had to. (Culcasi, 2019) Syrian women have joined the labor market due to the decline in household income and loss of property (Calder et al. 2011).

"Working in precarious, low-paid, long-time jobs, sexual harassment and mobbing at work, not getting paid, begging are the problems that Syrian refugee women experience in the field of employment." (AFAD, 2014). Insured employment is at very low levels and there is often informal employment. Registered women work on a contractual basis as teachers, health personnel or translators.

84% of Syrians working in sectors with high informality are in Istanbul, Adana, Bursa, Gaziantep, Hatay, Konya and Izmir. Syrians are more likely to work in companies with 10 or more employees than informally employed Türks (ILO, 2017).

In addition to the difficulties experienced in entering the working life, it is seen that Syrian women are exposed to violence in various forms in this process. The paid working life of Syrian women is shaped by forced migration and impoverishment, the prevalence of informality and discrimination.

Added to this is the responsibility of domestic care brought by gender roles, patriarchal bargaining and the fear of gender-based violence.

4. VIOLENCE AGAINST SYRIAN WOMEN

Syrian women face hate speech in the countries they migrate to. The belief that Syrians are a burden to society has made the relevant discourses more dominant. Social media tools and messages also cause these discourses to increase.

Syrian women face gender discrimination for the first time by the smugglers or traders they meet to come to Türkiye. They are forced to have sex by smugglers in return for their Syrian journey. "Another dimension of violence against Syrians is related to accommodation opportunities. In general, they had to live in places where there were no humanitarian accommodation conditions due to the high rent demand or the unwillingness to give the houses to Syrians. In addition, Syrian women were offered by their landlords that if they agreed to be second spouses, it would be easier to pay rent"(Mazlumder, 2014: 17). It is known that Syrian women who do not have a spouse or who are alone, make their second marriages to Turkish men, although it is not legal (Gönül, 2020: 86). For these reasons, especially lonely Syrian women are perceived as a danger by the public. On the other hand, women who have to work when their husbands cannot provide for the family are exposed to domestic control, pressure and violence.

“In order to fight against such violence, there are Women's Counseling Centers and shelters in Türkiye. However, they cannot easily access the shelters of the Ministry of Family and Social Policies. Many NGOs such as AFAD continue to work to solve problems such as ensuring the safety of life and property and meeting their basic needs. On the other hand, in line with CEDAW's General Recommendation No. 26 on Female Migrant Workers, protection should be provided to women who have been subjected to male violence on the basis of their gender ”(United Nations, 2016).

5. ANALYSIS of SYRIAN WOMEN in TERMS OF GENDER DISCRIMINATION

The fact that Syrian women go out of their traditional roles such as domestic care and production and enter the working life to earn a living at home causes them to be exposed to discrimination based on gender. Social pressure and the fear that social values will be shaken bring additional burdens to Syrian women. All these problems lead to the emergence of gender-based violence. In this part of the study, Syrian women will be analyzed in terms of gender discrimination. In this context;

Data from the relevant literature on Syrian women

- Gender sensitive criterion,

- gender neutral criterion,

- will be examined under three headings as criterion against gender and;

Relevant criteria;

- Migration

- Employment

- It will be discussed on the basis of violence. In addition, answers will be sought to the questions of whether sensitivity to gender has increased, decreased or remained neutral.

When Syrian women immigrants are examined on the basis of migration, employment and violence, the following are the findings:

5.1. Migration

- Feminization of migration,

- the transformative and transformative impact of migration on traditional gender norms and life,

- the role played by non-governmental organizations (NGOs),

will be considered as a gender sensitive criterion.

- globalization of migration

- acceleration of international migration movements

- diversity in migrations such as labor migration, regular, compulsory, temporary, permanent,

will be considered as gender neutral criterion.

- Differences between the lifestyles of Syrian women in Syria and their lifestyles in Türkiye,

- problems they may encounter in the process of social cohesion,

- difficulties in accessing health services,

- problems such as language, accommodation, health, education, marriage, social cohesion and exclusion, working life, violence, abuse,

- human trafficking crime (sexual exploitation, labor exploitation, forced marriage, sale of children, forced begging and organ-tissue trade),

- hostile and racist rhetoric,

- norms such as discrimination, hostility, racism and gender,

- the height of social segregation and polarization,

- social media tools and messages,

will be considered as a criterion against gender.

5.2. Employment

- Increasing the formal employment of women,

- facilitating obtaining work permits for women refugees,

- creation of job opportunities in areas where women live,

- the contribution of the limited power obtained by earning money to women's bargaining power with the patriarchal system,

- provision of childcare services to women,

- Increasing the social cohesion of Syrian refugee women, encouraging their participation in the workforce and raising awareness of gender equality (such as prohibiting early marriage or legal abortion).

- the role played by NGOs that organize language learning and vocational courses for Syrian women in eliminating gender inequalities

will be considered as a gender sensitive criterion.

- household subsistence covered by all family members,

- Participating in the labor market in order to meet the basic needs of Syrian refugees and to maintain their daily lives,

- Being highly educated does not offer more and easier employment opportunities to Syrian immigrants in Türkiye,

will be considered as gender neutral criterion.

- fear of deportation due to the prevalence of working without a work permit

- the labor force participation rate of women in the patriarchal system where the man is the head of the family,

- Concern about losing the gains gained through immigration in the possibility of returning to Syria,

- seasonal or short-term work in informal jobs, for low wages,

- the perception of women's income as a secondary income,

- culturally women have to undertake the domestic workload and child-elder care,

- the preference of undocumented migrant female workers by employers as they constitute a low-paid workforce in poor working conditions in gender-based jobs,

- women who earn an income by doing piecework at home, as well as informal work with low wages

- childcare duty due to patriarchal gender roles,

- the existence of organizations such as sewing and embroidery, hairdressing, which view equality through the lens of traditional gender roles,

- Syrian women's preference to stay out of the labor market due to the inequality and discrimination that women are exposed to in the labor market due to the patriarchal norms of informal employment conditions.

will be considered as a criterion against gender.

5.3. Violence

- Granting independent residency status to migrant women who have been subjected to acts of gender-based violence

- Women's Counseling Centers and shelters are one of the most important tools in combating violence against women.

will be considered as a gender sensitive criterion.

- the use of violence through practices such as forced labor,

- the existence of all kinds of abuse, attack and coercion by persons authorized in the country of asylum,

will be considered as gender neutral criterion.

- women can be sexually abused

- forced marriage or polygamy at an early age,

- exposure to emotional, physical and similar violence,

- exposure to violence and discrimination, also due to gender inequality.

- gender-based violence, violence that is perpetrated because they are women or that affects women disproportionately,

- women who have to work when their husbands cannot provide for the family are exposed to domestic control, oppression and violence.

- ınability to access the shelters of the Ministry of Family and Social Policies

will be considered as a criterion against gender.

6. EVALUATION of MIGRATION in TERMS of GENDER SENSİTİVİTY and GENDER DISCRIMINATION

When the issue of migration is examined in terms of sensitivity to gender; Due to the feminization of migration, the transformative and transformative effect of migration on traditional gender norms and life, and the roles played by NGOs, etc. it can be said that gender sensitivity has increased on the basis of migration, even if it is not intended.

Globalization of migration, acceleration of international migration movements, diversity in migrations such as labor migration, regular, compulsory, temporary, permanent, etc. it can be said that gender sensitivity is neutral.

Differences between the way of life of Syrian women in Syria and their way of life in Türkiye, the problems they may encounter in the process of social cohesion, difficulties in accessing health services, issues such as language, shelter, health, education, marriage, social cohesion and exclusion, working life, violence, abuse problems, human trafficking crime (sexual exploitation, labor exploitation, forced marriage, sale of children, forced begging and organ-tissue trade), hostile and racist discourses, discrimination, hostility, racism and gender norms, high social segregation and polarization, social media tools and messages, etc. it can be said that gender sensitivity has decreased. For these reasons, there are gender against criteria and there is a negative effect on the basis of sensitivity to gender.

When the issue of migration is examined in terms of gender discrimination; in general, it can be said that there is gender discrimination.

7. EVALUATION of EMPLOYMENT in TERMS OF GENDER SENSITIVITY AND GENDER DISCRIMINATION

When the issue of employment is examined in terms of gender sensitivity; ıncreasing the registered employment of women, facilitating the obtaining of work permits for women refugees, creating job opportunities in the regions where women live, the contribution of this limited power obtained through earning to women's subjectivity, autonomy and bargaining power with the patriarchal system, providing childcare services for women, Increasing the social cohesion of Syrian refugee women, encouraging their participation in the workforce and raising awareness of gender equality (such as prohibiting early marriage or legal abortion), the role played by NGOs that organize language learning and vocational courses for Syrian women in eliminating gender inequalities etc. ıt can be said that gender sensitivity has increased.

Since all family members make a living, Syrian refugees participate in the job market to meet their basic needs and maintain their daily lives, and being highly educated does not offer more and easier employment opportunities to Syrian immigrants in Türkiye, etc. gender sensitivity is neutral

Fear of being deported due to the prevalence of working without a work permit, the rate of women's participation in the workforce in the patriarchal system where the man is the head of the family, the fear of losing the gains gained through migration in the possibility of returning to Syria, unregistered jobs, low wages, seasonal or short-term employment. working, the perception of women's income as a secondary income, the preference of undocumented migrant female workers by employers because they constitute a low-paid workforce in gender-based jobs, women who earn income by doing piecework at home, and informal work with low wages. the duty of childcare due to patriarchal gender roles, the existence of organizations such as sewing embroidery and hairdressing that look at equality through the lens of traditional gender roles, Syrian women's preference to stay out of the labor market due to the inequality and discrimination that women are exposed to in the labor market due to the patriarchal norms of informal employment conditions.etc. for these reasons, there are criteria against gender, and there is a negative effect on the basis of sensitivity to gender. Therefore, it can be said that gender sensitivity has decreased.

When the issue of employment is examined in terms of gender discrimination; in general, it can be said that there is gender discrimination.

8. EVALUATION of VIOLENCE in TERMS OF GENDER SENSITIVITY AND GENDER DISCRIMINATION

When the subject of violence is examined in terms of sensitivity to gender; although it is not intended, it can be said that gender sensitivity has increased on the basis of migration, due to the granting of independent residence status to immigrant women who have been subjected to acts of gender-based violence, the Women's Counseling Centers (KDM) and shelters, which are one of the most important tools in combating violence against women etc.

Gender sensitivity is neutral due to the use of violence through practices such as forced labor, forced marriage, the existence of all kinds of abuse, attacks and coercion by persons authorized in the country of asylum.

Women can be sexually abused, orced marriage or polygamy at an early age, exposure to emotional, physical and similar violence, exposure to violence and discrimination, also due to

gender inequality, gender-based violence, violence that is perpetrated because they are women or that affects women disproportionately, women who have to work when their husbands cannot provide for the family are exposed to domestic control, oppression and violence. ınability to access the shelters of the Ministry of Family and Social Policies etc. there are criteria against gender. There is a negative effect on the basis of sensitivity to gender.

When the subject of violence is examined in terms of gender discrimination; in general, it can be said that there is gender discrimination.

The results obtained when gender discrimination was analyzed on the basis of migration, employment and violence in the study are shown in Table 2.

Table 2. Evaluation of Syrian Women in Terms of Gender Sensitivity and Gender Discrimination

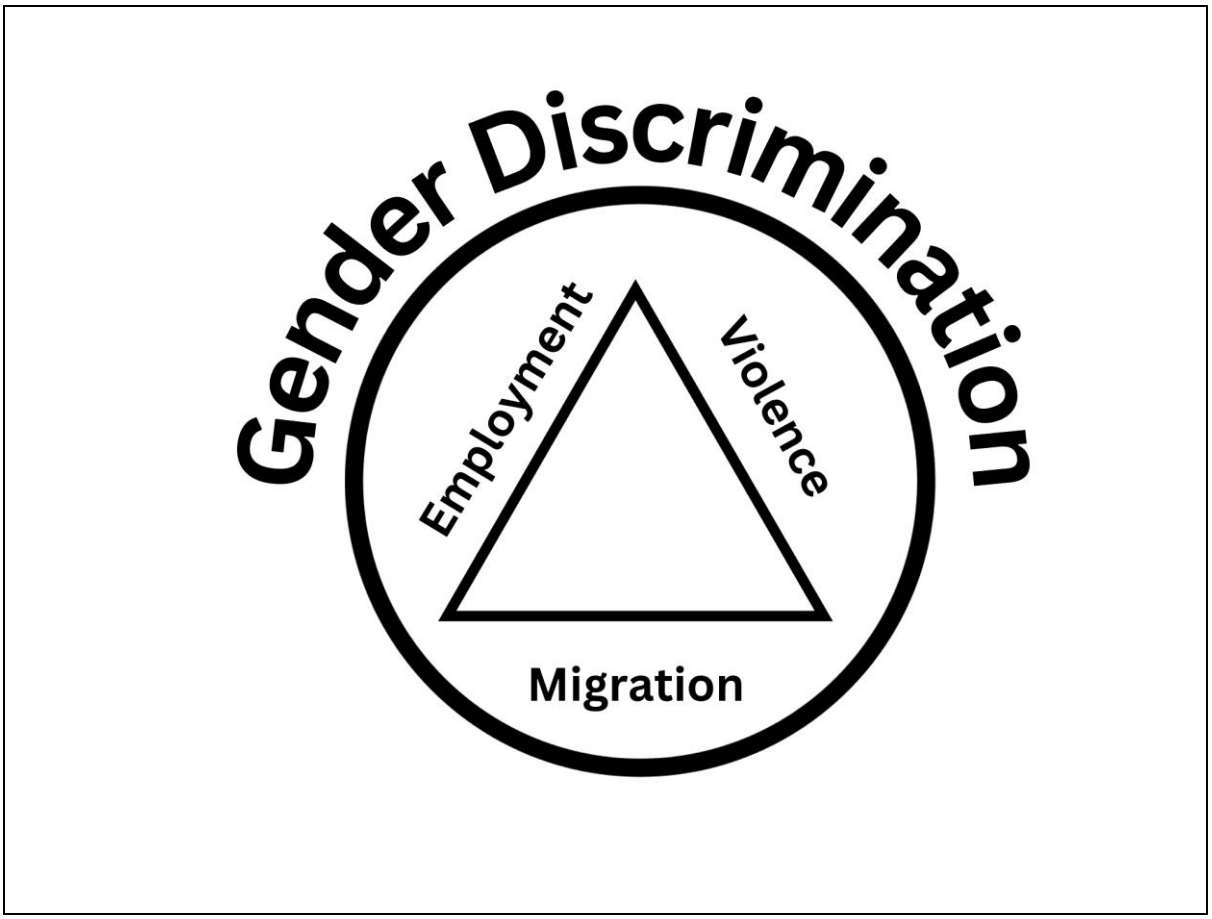
Syrian Women	Gender Sensitivity	Gender Discrimination
Migration	Negative (-)	There is gender discrimination
Employment	Negative (-)	There is gender discrimination
Violence	Negative (-)	There is gender discrimination

Source: Göğüsdere, C. "Gender Discrimination: An Examination Specific to Syrian Female Migrants in Türkiye"

According to Table 2, when analyzed on the basis of migration, employment and violence, gender sensitivity is negative and there is gender discrimination.

Table 3 was obtained from the data obtained above.

Table 3. The Migration-Employment-Violence Triangle and Gender Discrimination



Source: Göğüsdere, C. "Gender Discrimination: An Examination Specific to Syrian Female Migrants in Türkiye"

According to Figure 1, gender discrimination emerges in the triangle of migration, employment and violence. Migrant women face violence while seeking employment opportunities. Employment emerges as a result of migration and women are exposed to violence in this process. Violence emerges in the migration and employment process. Migration-employment-violence triangle ultimately causes gender discrimination.

CONCLUSION

Along with migration, social order and relations also change. The conditions of the country of immigration, protection tools and support units are also being reshaped. When the problems experienced by Syrian women during and after their migration to Türkiye are considered on the basis of gender, it is obvious that there is discrimination. On this basis, the source of hostile and racist discourses can be politicians and content circulating on social media. Syrian women want to work in paid jobs in order to earn their living after migration. Due to the differences in the labor market in Türkiye and Syria, the roles of men and women in the household are also changing. Syrian men have difficulty in finding a job and therefore women are trying to provide

for the family. Some Syrian women who have to work complain about the difficulties of working outside as they are responsible for both housework and childcare. Syrian women are exposed to abuse through early marriage, polygamy and informal marriages. They experience violence in the workplace and in the household. It is necessary to create solutions and policy proposals for these women's problems based on gender inequalities. For example; Policies such as employment, education, and occupation specific to women should be developed by NGOs. Informing women about their legal rights, increasing the opportunities for vocational training and language courses, providing free care services (creche etc.) for their children, etc. important in terms of ensuring gender equality. Otherwise, discrimination based on gender will continue to increase. In the study, gender discrimination was analyzed on the basis of migration, employment and violence. In general, it can be said that there is a negative effect on the basis of sensitivity to gender and there is gender discrimination.

REFERENCES

[1] AFAD (2014). "Syrian Women in Türkiye" https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/17934/xfiles/turkiye_deki-suriyeli-kadinlar_-2014_2_.pdf

[2] Castles, S. ve Miller, M.J. (2008). "Age of Migrations: International Migration Movements in The Modern World", Istanbul: Istanbul Bilgi University.

[3] Calder, V., Margarita, M.G. and Ibáñez, A.M. (2011). "Forced Migration, Female Labor Force Participation, and Intra-Household Bargaining: Does Conflict Empower Women?" Documentos CEDE ISSN 1657-7191.

[4] Culcasi, K. (2019). "We Are Women and Men Now": "Intimate Spaces and Coping Labour For Syrian Women Refugees in Jordan. Transactions of the Institute of British Geographers", 44(3), 463-478

[5] Charles, L. and Kate D. (2012). " Every Knot has Someone to Undo it" Using the Capabilities Approach as a Lens to View the Status of Women Leading up to the Arab Spring in Syria", Journal of International Women's Studies, 13 (5): 195-210.

[6] Das, L. (2017). "Are there Women in the Labor Market: the Role of State and Patriarchy in Neoliberal Türkiye." Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies, 11(2), 107-120.

[7] Göğüsdere, C. "Gender Discrimination: An Examination Specific to Syrian Female Migrants in Türkiye"

[8] Gönül, S. (2020). "Forced Migration and Gender: Marriage Experiences of Syrian Women. In K. Biehl, & D. Danış (Dü), Migration Studies in Türkiye from a Gender Perspective"(p. 80-101). Istanbul.

[9] Harding, S. (1995). "Can Feminist Thought Make Economics More Objective?" Feminist Economics, 1(1), 7-32,

[10] ILO (2017). https://www.ilo.org/ankara/publications/WCMS_738684/lang--tr/index.htm

[11] Human Rights and Solidarity Association for Asylum Seekers. (Mazlumder) (2014). " Report of Syrian women refugees living outside the camps."

[12] Jacobsen, K. (2006). "Refugees and Asylum Seekers in Urban Areas: A Livelihoods Perspective", Journal of Refugee Studies, 19 (3): 273-286.

[13] Kofman, E. (1999). " Female 'birds of passage' a decade later: Gender and immigration in the European Union. International Migration Review", 33(3): 269-299.

[14] Refugees Association, "Number of Syrians in Türkiye" July 2023, multeciler.org.tr

[15] Official Gazette (2013). "Foreigners and International Protection Law." June 15, 2016,

[16] Official Gazette (2014). "Temporary Protection Regulation." June 15, 2016,

[17] United Nations (2016). "The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women (CEDAW)."

[18] UNDESA (2020). "United Nations Department of Economic and Social Affairs. International Migration 2019 Report."

[19] UNHCR (2015). "Türkiye Regional Refugee and Resilience Plan 2016-2017"

[20] UN Women (2018). "Needs Assessment of Syrian Women and Girls Under Temporary Protection Status in Türkiye", UN Women Türkiye

[21] Walby, S. (1990). "From Private To Public Patriarchy: The Periodisation of British History." Women's Studies International Forum (Vol. 13, No. 1-2, pp. 91-104). Pergamon.

SOSYAL HİZMET PERSPEKTİFİNDEN DAYANIKLI KENTLER

RESILIENT CITIES FROM SOCIAL WORK PERSPECTIVE

Doç. Dr. Melahat DEMİRBİLEK

Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü

ORCID ID:0000-0003-1281-2367

ÖZET

Sosyal hizmet, sosyal değişimi ve gelişimi, sosyal uyumu ve insanların güçlendirilmesini ve özgürleşmesini temel alan uygulamaya dayalı bir meslek ve akademik bir disiplindir. Sosyal adalet, insan hakları, kolektif sorumluluk ve farklılıklara saygı sosyal hizmetin merkezinde yer almaktadır. Temel amacı birey, grup, topluluk ve toplumların iyilik hallerini ve refah düzeylerini yükseltmektir.

Türkiye'de ve dünya genelinde nüfusun yarıdan fazlası kentsel alanlarda yaşamaktadır ve bu oranın gelecek yıllarda artarak devam edeceği öngörülmektedir. Dayanıklılık kavramı çevresel tehditlere karşı cevap olarak çıkmış olup, daha çok kentsel alanlarda deprem gibi doğal ve iklim değişikliği, pandemi gibi insan kaynaklı risklere maruz kalınması sonrasında etkili bir şekilde dayanıklılık gösterilmesi; ekosistem, birey ve toplum üzerindeki etkilerinin en kısa sürede azaltılması, uyum sağlanması ve gelecekteki tehlikelerden korunması anlamına gelmektedir. Afetler yaşandıktan sonra kentin eski haline hızlıca dönebilmesi ve iyileşmesi bireylerin ve toplumun yaşam kalitesini ve refahını etkilemektedir.

Kentler yalnızca ekolojik ve fiziksel (mekânsal) yapılardan ibaret olmayıp aynı zamanda toplumsal, ekonomik, kültürel bir sistem olduğundan çok yönlü bakış açısını beraberinde getirmektedir. Bundan dolayı günümüzde dayanıklılık kavramı kent ile ilgili olarak yoksulluk, suç, kadın, gençlik, göç gibi sosyal hizmetin de öncelikli çalıştığı konuları ve grupları da içine alarak genişlemeye başlamıştır. Bu perspektiften bakıldığında temel amacı insanların iyilik ve refahını yükseltmek olan sosyal hizmetin kentlerde yaşayan birey, grup ve topluluklarının iyi olma durumlarını ve refah düzeylerinin artırılması için mikro, mezzo ve makro boyutta dayanıklı kent planlamalarında etkin bir mesleki rol oynaması önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dayanıklı (dirençli) kentler, sosyal hizmet, sosyal hizmet perspektifi.

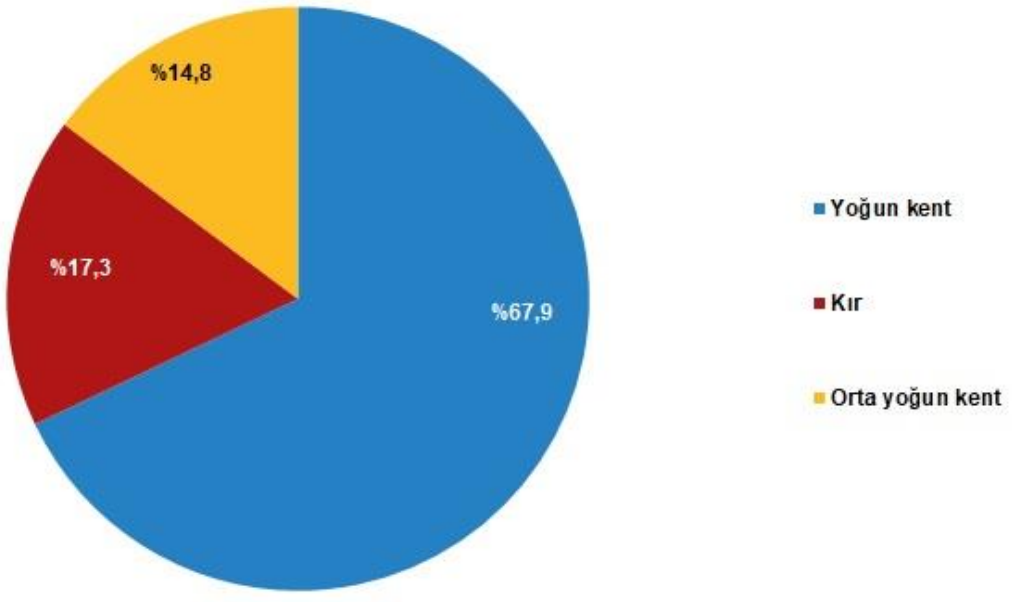
1. GİRİŞ

Dünya genelinde sanayi devrimi sonrası kırdan kente göçle birlikte başlayan, 1950'lerden sonra ivme kazanan kentleşme günümüzde giderek artan hızda devam etmektedir. Kentsel ortamlar altyapı zenginliği, eğitim, istihdam, kültürel hizmetlere erişim gibi birçok kolaylığı sağlamakla birlikte, insanlar için kimi riskve tehditleri de beraberinde getirmektedir. Kentsel alanlarda kısal alanlara göre çok daha daha fazla insan yaşamkatadır. Dünya Bankası/The Worl Bank (03 Nisan 2023) verilerine göre günümüzde Dünya nüfusunun %56'sı kentlerde yaşamakta olup, 2050

yılında her 10 kişiden 7'sinin (%70) kentlerde yaşayacağı öngörülmektedir. Ülkemizde de kentleşme oranı dünyadakine benzer olarak giderek artan bir seyir göstermektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu/TÜİK (11 Mayıs 2023) yerleşim alanlarında uluslararası standartlara uygun, sürdürülebilir bir yapının geliştirilmesi ve bu düzeyde istatistikler geliştitilmesi amacıyla "yoğun kent", "orta yoğun kent" ve "kır"dan oluşan yeni bir sınıflamaya gitmiştir. Buna göre 31 Aralık 2022 tarihi itibarıyla Ülkemiz toplam yüzölçümünün yalnızca %1,6'sını oluşturan ve ve yoğun kent olarak sınıflandırılan yerleşim alanlarında nüfusun %67,9'u ikamet etmektedir. Ülke yüzölçümünün %4,9'unu oluşturan yerleşim yerlerinde nüfusun 14,8'i ikamet ederken, yüzölçümünün %93,5'ini oluşturan yerleşim yerlerinde ise toplam nüfusun %17,3'ü ikamet etmektedir (Bkz. Şekil 1). Ülkemizde yoğun ve orta yoğun kentlerde yaşayanların oranı toplam nüfusun %82,7'sini oluşturmaktadır. Bu oran mekânsal olarak metrekareye düşen kişi sayısının ne denli yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Başka bir ifade ile kır-kent dengesinin bozulması ve aşırı kentleşme yeni sorunları ve ihtiyaçları da gündeme taşımaktadır.

Nüfusun kentsel alanlarda yoğunlaşması herhangi bir afet, salgın vb. tehlike durumunda, bundan etkilenecek kişi sayısının da yüksek olacağı anlmanına gelmektedir. Afetin büyüklüğüne etki eden faktörler arasında afetrin büyüklüğü, yerleşim alanına uzaklığı gibi faktörlerin yanı sıra nüfus yoğunluğu da yer almaktadır (Kahramanmaraş Afet Veri Tabanı Bilgi Sistemi, 2012, s.11). Ek olarak özellikle nüfusun aşırı yoğunlaştığı mega kentler (yoğun kentler) başta olmak üzere, kentsel ortamlarda (afet, salgın vb. risk faktörleri olmasa bile) günlük yaşam içinde insanların psikososyal ve fiziksel sağlığını doğrudan etkileyecek (hava kirliliği, aşırı trafik ve gürültü, betonlaşma, yeşil alan azlığı, ulaşım için uzun süre harcanması vb.) risklerin yanı sıra ekonomik zorluklar da (ev ve kira fiatlarının yüksek olması, ulaşım maliyetleri, girdi maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle alım gücünün düşmesi, kent yoksulluğu vb.) insanları doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir.



Şekil 1 Kır-Kent Sınıflamasına Göre Nüfusun Dağılımı

Kaynak: TÜİK, 11 Mayıs 2023, https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kent-Kir-Nufus-Istatistikleri-2022-49755

Bir diğer ifade ile nüfusun kentsel alanlara yığılması belli riskleri ve tehditleri beraberinde getirmektedir. Bu nedenle kentlerin bu risk ve tehditlere karşı dayanıklılığının (direncinin) artırılması sosyal hizmet mesleği için de ayrı bir öneme sahiptir. Çünkü sosyal hizmetin nihai amacı insanların iyilik ve refahının yükseltilmedir. Buradan hareketle çalışmada öncelikle dayanıklı (dirençli) kent kavramı ile ilgili bilgiler verildikten sonra konunun sosyal hizmetle ilgili bağlantısı ve önemi zerinde durulacaktır.

2. DAYANIKLI KENTLER

Kent tarihinde Sanayi Devrimi'ni önemli bir dönüm noktası olarak kabul etmek mümkündür. Çünkü Sanayi Devrimi ile birlikte gelişen ve değişen üretim sürecine bağlı olarak kent ve kır dengesinde dönüşüm süreçleri başlamıştır. Aynı zamanda bu dönemden itibaren kentleşmenin sanayileşmenin bir artı ürünü olarak görülmesi, kentleşme ve sanayileşmenin ayrılmaz bir bütün olduğunu göstermektedir. Bu dönemden itibaren kentlerin sağlamış oldukları olanaklar doğrultusunda çekim kuvvetleri artarak kentlere yapılan göçlerin artması, kentlerde düzensiz ve aşırı bir kentleşmeye neden olmuştur (Konak ve Akbaş, 2022, s.129). Buradan hareketle kentsel dayanıklılık kavramının bu düzensiz ve aşırı kentleşmenin yol açtığı risklere bir cevap olarak ortaya çıktığını ifade etmek mümkün görünmektedir.

Kent planlama literatürnde yeni kullanılmaya başlamış gibi görünse de dayanıklılık (dirençlilik/resilience) kavramının kullanımı daha eskiye dayanmaktadır. "Resi-lire", kökünden gelen ve kelime anlamı eski haline sıçramak olan Latince terim aslında fizik alanından gelmektedir. Direnç kavramı geleneksel olarak fizik ve psikolojide kullanılmıştır. Fizikte bir objenin bir çarpma aldıktan sonra orijinal pozisyonuna dönme kabiliyetini, psikoloji ve alanında bireylerin yaşamlarındaki geçiş dönemlerindeki olaylar, şok ve travmayı başarılı bir şekilde atlatma kabiliyeti, değişikliklerle başa çıkma yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Fizik alanında bir maddenin bir şoka olan direncini tanımlamakta kullanılan dayanıklılık terimi diğer alanlara da benzer anlamlarla geçiş yapmıştır (Alpan, 2014, s.60; Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 7; Gerçek, 2021, s.41). Günümüzde ise mühendislik, fizik, malzeme bilimleri, çevrebilim (ekoloji), psikoloji, kültürel antropoloji, sosyal sürdürülebilirlik, afet yönetimi, işletme, ekonomi, bilgi teknolojileri, ulusal güvenlik gibi pek çok farklı alanda kullanılmaktadır (Alpan, 2014, s. 62). Genel olarak dayanıklılık, sistemin bozulma sonrası stabil denge noktasına dönebilme yeteneği, iç ve dış süreçlerdeki değişime uyum sağlama ve alışma kabiliyeti (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 7) olarak ta tanımlanabilir. Başak bir ifade ile dayanıklılık, tehlikelere maruz kalınmasının ardından, bu duruma etkili bir şekilde dayanılması, durumun ekosistem, toplum ve/veya bireyler üzerinde etkilerinin en kısa sürede azaltılması ya da uyum sağlanması ve gelecekteki tehlikelerden korunması anlamına gelmektedir. (Dayanıklı Kentler Rehberi, 2021, s.3). Dayanıklılık (resilience), tehlikelere maruz kalınmasının ardından, bu duruma etkili bir şekilde dayanılması, durumun ekosistem, toplum ve/veya bireyler üzerinde etkilerinin en kısa sürede azaltılması ya da uyum sağlanması ve gelecekteki tehlikelerden korunması anlamına gelmektedir (Gerçek, 2021, s.41). Ersavaş Kavanoz'a (2020, s.7) göre "Direnç en genel anlamda sistemin uzun dönemli adaptasyon ve kısa dönemli başa çıkma kabiliyeti" olarak tanımlanır.

Dayanıklılık kavramının teknik alandan kent alanına uygulanması ekolojik yaklaşımla birlikte başlamıştır. 'kentlerin dayanıklılığı' ya da 'dayanıklı kentler' terimleri ile yansımıştır. Dolayısıyla *sosyal bilimlerde* ise dayanıklılık terimi ilk olarak kendisi bir ekolog olan Holling

(1973) tarafından çevrebilimde kullanılmış, ve genelde ekosistemin, kalıcı bir bozulma yaşamadan doğal afet, kriz, travma veya tehdit gibi olaylara dayanabilme kabiliyetini tanımlamıştır (Gunderson 2000, akt. Alpan, 2014, s.60; Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 7; Gerçek, 2021, s.41). Kavram Holling tarafından "mühendislik dirençliliği" ve "ekolojik dirençlilik" olmak üzere ikiye ayrılarak yeniden tarif edilmiştir. Buna göre mühendislik dirençliliği, sistemin şok sonrası yeniden dengeye (equilibrium) dönmesi, ekolojik dirençlilik ise sistemin işlerliğine devam ettiği herhangi başka bir denge durumuna gelmesi olarak tanımlanmıştır. Daha sonra kavramın sosyal sistemlere uyarlanması ile sosyo-ekolojik dirençlilik terimi ortaya çıkmıştır. Buna göre; sistemin dengeye dönmesinden ziyade, başka sisteme dönüşecek kadar bozulmadan işlerliğinin devam etmesi üzerinde durulmuş ve sosyo-ekolojik dirençlilik, sistemin etkileri absorbe etme, olası etkilere adapte olma ve onlarla birlikte kendini organize edebilme, öğrenme ve adapte olma becerisi ile tarif edilmiştir. Sözü edilen dirençlilik yaklaşımları denge konsepti üzerinden değerlendirecek olursa; tek denge koşulu (mühendislik dirençliliği), çoklu denge (ekolojik dirençlilik) ve dinamik denge-dışılık (sosyo-ekolojik dirençlilik) olarak üçe ayrılmaktadır. Son yıllarda sistemlerin daimi olarak değişken olduğu ve bir tehdidin olmadığı zamanlarda bile stabil bir denge durumunda olamayacağı tezi öne çıkmaya başlamıştır. Fiziksel ve sosyal ağlardan oluşan karmaşık ve dinamik sistemler olarak tarif edilen kentler de sürekli olarak değişmekte bu nedenle durağan bir denge sağlanamamaktadır. Bu özellikleri ile sosyo ekolojik sistemlere benzetildiklerinden sosyo-ekolojik dirençlilik konusunda yapılan çalışmalar, kentsel dirençlilik alanını da büyük ölçüde etkilemiştir (Gerçek, 2021, s.41).

Denge (görüşü) bakış açısından bakıldığında direnç, bozulma sonrası stabil denge noktasına dönüşteki sistemin kabiliyeti olarak görülebilir. Kavram, stabil denge durumuna odaklanmıştır. Ekolojik sistemdeki alışılmadık durumlar direnç kavramının kent planlanmasında ve tasarımında -söz konusu alanın daha dinamik ve evrimsel olma özelliğinden dolayı- dengesizlik (non-equilibrium) bakış açısından, sistemin iç veya dış süreçlerdeki değişime *uyum ve adapte olma* kabiliyeti olarak tanımlanmasına neden olmaktadır. Dengesizlik bakış açısı, direnç kavramına önemli yönler ekler. Klasik olarak ekolojistler yapı veya basitçe sistemin nasıl oluştuğunu anlatmak ile daha çok ilgilidir. Dengesizlik bakış açısı, öncelikli olarak durum ve yapılardan ziyade fonksiyonlara, süreç ve dinamiklere odaklanır. Kentlerin özellikle kent merkezleri sürekli dengesizlik durumundadır ve çeşitli yönlerden gelen kentsel değişim için iç ve dış baskılar vardır. Ekolojistler direnci, sistemin değişen koşullarla karşılaştığında uyum kabiliyeti olarak tanımlasalar bile bu anlayışın kentlerin tartışmalı arazileri üzerinde işlevsel bir anlayış olarak kullanılabilmesi zordur. Kentsel araziler üzerindeki kararlar politik süreçleri de içermektedir. Sonraki durumun ne olacağı üzerine mücadeleler sosyo-mekansal sistemin önemli bir parçasıdır. Kent direnci üzerine çalışmaların sadece "esneklik ve adaptasyon" kapasitesine sahip olması ile değil aynı zamanda ağırlıklı olarak "sürdürülebilirlik" konusu üzerine odaklandığı görülmektedir. Kent direnci sürdürülebilirlik için sahip olduğu potansiyel bakımından tanımlanmaktadır. Bu yaklaşımda asıl olan, hızlı bir değişim ve kriz ile karşılaşıldığında direnç sisteminin yenilenme ve inovasyon kapasitesini sağlamasıdır (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 10).

Dayanıklılık kentler ve planlama ile ilgili bir kavram olarak çevresel tehditlere karşı cevaben ortaya çıkmıştır. Bu nedenle kavram, kent alanında sıklıkla sürdürülebilirlik ile ilişkili olarak afet risklerine, iklim değişikliği ve bunlara bağlı olarak yaşanan sorunlar bağlamında kullanılmaktadır. Kentlerin çevresel felaketler ile karşılaşmalarının öncesinde ve sonrasındaki planlanması ile kentsel dayanıklılık oluşturulması amaçlanmaktadır (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 6).

Burada dikkat çekilmesi gerekn bir konu, kentlerin sosyo-ekolojik sistemler olduğudur. Dolayısı ile kentlerin dayanıklılığını tanımlarken sosyal sistemler ve çevrebilimsel sistemler için kullanılan dayanıklılık kavramlarının iki önemli vurgusu önem kazanmaktadır. İlki, sosyal sistemlerde sistemi tehdit eden olayların sadece doğal afetler olmaması, finansal veya politik krizlerin de tehdit oluşturabilmesidir. Diğeri ise çevrebilimin çoklu denge varsayımının geçerli olmasıdır. Nitekim kentsel sistemler olay sonrasında bir önceki denge noktasına geri dönmeyip yepyeni bir rotadan yoluna devam edebilir, yeni dengeler kurabilirler. Bu iki önemli vurgu, kentlerin dayanıklılığı kavramını diğer alanlardaki dayanıklılık kavramlarından farklı kılmaktadır. Tüm bu tanımlardan anlaşılacağı üzere dayanıklılık, genelde bir sistemin, bozulma yaratacak bir olay, bir şok karşısındaki direnebilme kabiliyetini, bir yandan değişikliğe uğrarken diğer yandan kendini yeniden organize ederek işlemeye devam edebilme kabiliyetini kavramsallaştırmaktadır. Bir diğer deyişle sistem yeniden denge noktasına dönmektedir (Alpan, 2014, s. 60-62).

Dünyada olduğu gibi Ülkemizde yaşanan aşırı hızlı kentleşme kentsel alandaki sosyal, ekonomik, fiziki, afet, çevre kirliliği vb. sorunların da artmasına yol açmaktadır. Söz konusu sorunlara bağlı olarak kentlerdeki değişim ve dönüşüm çok faktörlü ve çok sayıda aktörü etkileyecek biçimde yaşanmaktadır. Dolayısıyla kentsel dayanıklılık kavramı çevresel felaketlerden daha farklı ve daha fazla kent sorunlar ile baş edebilmek için bir yöntem olarak belirmektedir. Bu açıdan kavram gittikçe genişleyen bir alanda kullanılmaktadır (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 6).

Sosyo ekolojik perspektiften bakıldığında 1980'lerdenitibaren gücü devletten özel sektöre aktaran neoliberal politikalar ve söz konusu politikaların kentsel mekânda ve kent politikalarında yarattığı değişim mekânsal ayrışmayı artırmıştır. Kent yoksulluğu ve mekânsal ayrışma kent planlanması ve kent sosyolojisinin önemli çalışma alanlarından birini oluşturmaktadır. Kentsel dayanıklılık üzerine yapılan çalışmalarda kentsel mekândaki ayrışma sonucunda kent yoksullarının yaşadığı alanların kırılgan alanlar olması ve bu kırılgan alanlara yönelik politikaların geliştirilmesine odaklanması öncelikli hale gelmiştir. Sınıfsal farklılıklar kentsel mekândaki ayrışmayı artırmakta ve dolayısıyla kırılgan alanlara yönelik politikalar geliştirilmesi zorunlu hale gelmektedirGünümüzde kentler salgın hastalıklar, afet riskleri, iklim değişikliği, yoksulluk gibi pek çok karmaşık sorunun etkisi altındadır. Kentlerde yaşayan nüfusun oranı dikkate alındığında kentlerin ve dolayısıyla kentlerde yaşayan insanların, kent yönetimlerinin bu karmaşık sorunlara karşı hazırlıklı olmasının yanı sıra söz konusu sorunlarla karşılaştıktan sonra ortaya çıkan yeni durumlara da uyum sağlayabilecek güçte olması önemlidir. Dolayısıyla kentsel dayanıklılık kavramının "bozulmaya karşı verilen yanıttan daha fazlasını içermesi beklenmektedir. Kent, sadece fiziksel, ekolojik olarak değil, toplumsal, ekonomik, politik anlamda da bozulmalara, karışıklıklara karşı dayanıklılık geliştirilmesi gereken bir özellik taşımaktadır. Kavram bozulma sonrasına uyum, hazırlıklı olma, değişim,

dönüşüm gibi birçok anlamı içermesinin yanı sıra kentlerin karşılaştıkları çevre sorunlarına dair alanlarda kullanılmanın ötesinde sosyal politika alanına dair birçok konu ile de ilişkilendirilmektedir (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 20).

Kentlerin doğal ya da insan kaynaklı riskler karşısında hazırlıklı olması ve bu tehlikeler yaşandıktan sonra kentin eski haline hızlıca dönebilmesi ve iyileşmesi toplumun yaşam kalitesini ve refahını yüksek seviyede etkilemektedir. Bu tehlikeler deprem, sel, toprak kayması gibi doğa olayları olabileceği gibi iklim değişikliğinin yarattığı şiddetli koşullar; nükleer, biyolojik ve kimyasal kazalar ve pandemi gibi insan kaynaklı afetler de olabilir. Risk, savunmasızlık ve sürdürülebilirlik kavramları, dayanıklılık kavramı ile ilişkilidir. Ekoloji, biyoloji ve psikoloji disiplinlerinde kullanılan bu kavram son yıllarda mühendislik, ekonomi ve kent çalışmaları alanlarında da yaygınlaşmıştır. Kent çalışmalarında dayanıklılık kavramının yaygınlaşması son on yılda özellikle iklim değişikliğinin getirdiği koşullar sebebiyle kontrol edilemeyen orman yangınları, yoğun yağışların sebep olduğu sel baskınları ve toprak kaymaları, sıcak hava dalgaları ve kuraklıklar olmuştur. Dayanıklı bir kentsel sistem, kent sakinlerinin yaşamlarını korumak ve iyileştirmek, kentin gelişme ve kalkınma kazanımlarını güvence altına almak ve yatırım yapılabilir bir ortamı teşvik etmek üzere doğal ya da insan kaynaklı, ani veya zamana yayılmış tehlikeleri değerlendirmeli, tehlikelere dair planlama yapmalı ve gerektiğinde bu durumlara müdahale etmelidir (Dayanıklı Kentler Rehberi, 2021, s.3).

Kentsel alanlarda iklim özelliklerinin değişmesine neden olan pek çok faktör söz konusudur. Bunlar; geçirimsiz yüzeylerin kent merkezlerinde fazla olması, açık ve yeşil alanların niteliğinin ve niceliğinin azalması, hava koridorlarının oluşmasını engelleyen uygulamalar yapılması, fosil yakıt kullanımının kentsel faaliyetler (evsel ısınma, endüstriyel üretim, ulaşım, vb.) için yoğun biçimde kullanılması, yapıların kullanılan malzemeye bağlı olarak gündüz aldıkları güneş enerjisini geceleri dışarı vermeleri, ısıtma ve/veya soğutma amacıyla elektrik tüketiminin fazla olması, atmosferdeki konsantrasyon derişimlerinin kentsel faaliyetler sebebiyle zamanla farklılaşması olarak sıralanabilir (Baş ve Partigöç, 2023, s. 184-185). Görüldüğü gibi kentleşme oranı arttıkça küresel ısınma ve buna bağlı iklim değişikliğinden kaynaklı risklerin arttığı veya daha da artacağı ifade edilebilir.

Yukarıda bahsedildiği gibi kentler yalnızca altyapı planlamalarıyla oluşturulmamakta, içinde yaşayan insanlar bağlamında psiko sosyal- kültürel, ekonomik ve daha kapsamlı boyutlarla birlikte ele alınması öne çıkmaktadır. Bu noktada kentsel dayanıklılık, kentsel yönetişimin stratejik düzeyinde bütünleştirici, çözüm odaklı, yönlendirici ve dönüştürücü bir kavram olarak önemini artırmaktadır. Çünkü ortak bir anlayış ve stratejik bir gündem geliştirmek için farklı birimler ve disiplinler arasında hedefler ve eylemler arasında bağlantı kurmayı kolaylaştırmakta, savunmasızlık ve risk faktörleri için sistematik çözümler aramakta, sürdürülebilirlik ve uyum sağlama gibi dayanıklılık niteliklerini içeren yeni planlama yaklaşımları geliştirmeyi gerekli kılmakta, sosyal, ekolojik, ekonomik ve kurumsal sistemlerdeki koşulların güçlü yanları ve kırılganlıkları ile ilgili kentsel politika geliştirmekte, sosyal kırılganlıkların ve sosyal sorunların üstesinden gelmek üzere daha derinlemesine anlaşılması için katılımcılık ve yönetişimi desteklemektedir (Dayanıklı Kentler Rehberi, 2021, s.3).

3. SOSYAL HİZMET PERSPEKTİFİNDEN DAYANIKLI KENTLER

Sosyal hizmet, sosyal değişim ve gelişmeyi, sosyal uyumu, insanların güçlendirilmesini ve özgürleşmesini teşvik eden uygulamaya dayalı bir meslek ve akademik bir disiplindir. Sosyal adalet, insan hakları, kolektif sorumluluk ve farklılıklara saygı ilkeleri sosyal hizmetin merkezinde yer alır (IFSW, 2014). Sosyal hizmetin; insanların sorun çözme, başetme ve gelişimsel kapasitelerini artırmak, insanlara kaynak, hizmet ve olanak sağlayan sistemlerle hizmet sunduğu kesimler arasında bağlantı kurmak, sistemlerin etkili ve insancıl olarak işlev görmesini sağlamak ve sosyal politikaların gelişimi gelişimi için katkıda bulunmak gibi dört temel amacının yanı sıra; risk altındaki grupları güçlendirmek, sosyal ve ekonomik adaleti geliştirmek, profesyonel bilgi ve becerileri geliştirmek amaçları da bulunmaktadır (Duyan, 2012, s.12). Thopmson'nın (2009, s. 37) belirttiği amaçlar arasında ise tanımlanan ihtiyaçlar için gerekli hizmetleri sağlamak, birey, aile, grup ve topluluk düzeyinde sorun çözücü, destekleyici ve kolaylaştırıcı etkinlikler gerçekleştirmek, yardıma ihtiyaç duyan biryelerin maruz kaldıkları risklerin ön değerlendirmesini yapmak, koruyucu ve önleyici planlar yapmak, savunma veya arabuluculuk faaliyetleri düzenlemek, mevcut yasalara uygun görevler üstlenmek yer almaktadır.

Mesleğin tanımı ve maçlarında görüldüğü gibi sosyal hizmet bir insana yardım mesleğidir ve tüm insanlarla çalışmakla birlikte önceliği kırılgan gruplara verir. Kentsel alanlarda yaşayan insanların da bulundukları ortamlardan kaynaklanan bir dizi sorun yaşadıkları ve bunlara yönelik çözüm arayışı kapsamında hizmet sunumuna ihtiyaçları olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Kentsel dayanıklılık kavramı içinde barındırdığı risk, tehdit ve tehlikelerin çeşitliliği açısından günümüzde interdisiplinel olarak çok disiplinin ve mesleğin çalışma alanına girmeye başlamıştır.

Kentsel dayanıklılık kavramı, kentsel yapının sadece fiziksel yapılardan ibaret olmaması aynı zamanda toplumsal, politik, ekonomik, ideolojik, kültürel bir yapı olmasından kaynaklanan birçok farklı bakış açısınını da gerekli kılmaktadır (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 20). Sosyal hizmet te bu alanlardan biridir.

Günümüzde kentleri/bölgeleri lineer dinamiklere sahip, dış etkiler sonrasında yeniden eski dengesine kavuşan yapılar olarak değil lineer olmayan karmaşık dinamiklere sahip, sabit bir dengeye sahip olmayan "kendi kendilerine organize olma" kapasitesine sahip sistemler olarak tanımlayan yaklaşım öne çıkmaya başlamıştır. Kentsel/bölgesel politikalarda ekonomik büyüme odağı yerine daha fazla sosyal faydaya dayalı istihdam olanakları geliştirme ve sosyal adalet, eşitlik ve refah vurgusu artmaya başlamıştır. Bunlara ek olarak küresel krizlerden daha az etkilenmek amacıyla sektörel çeşitliliğe ve yeni sektörlere geçiş kabiliyeti kazanmaya verilen önem artış göstermektedir (Sertesen, 2015, s.3).

Kentsel alanlarda sınırlı yüzölçümü içinde aşırı nüfusun barınması ve aşırı betonlaşma nedeniyle küresel ısınmaya yol açan sera gazı üretimi, aşırı hava kirliliği ve buna bağlı hastalıklar ve ölüm riskleri, susuz kalma riski, kırsal nüfusun hızlı azalışına bağlı olarak tarımın azalması ve gıdaya ulaşamama riski, trafik yoğunluğu nedeniyle ulaşımın hem zaman alması, hem maliyetinin yüksek olması, aşırı gürültüye bağlı stres düzeyini artması, konut kira ve edinme maliyetlerinin yüksek olması, istihdamdaki sınırlılıklar, kent yoksulluğu gibi risk faktörlerinin yanı sıra kentsel alanlarda yaşayan özel gereksinimli gruplara yönelik hizmelerin

yeterince sunulamaması da kentsel dayanıklılık kavramının sosyal hizmet açısından önemini ortaya koymaktadır.

Ülkenmizde cinsiyete göre dağılıma bakıldığında, yoğun kent olarak sınıflandırılan yerlerde ikamet eden nüfusun %49,7'sini erkeklerin, %50,3'ünü ise kadınların, orta yoğun kent olarak sınıflandırılan yerlerde ikamet edenlerin %50,3'ünü erkekler, %49,7'sini kadınlar; kır olarak sınıflandırılan yerlerde ikamet edenlerin ise %51,4'ünü erkekler ve %48,6'sını kadınlar oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca nüfusun %9,9'unu oluşturan 65 yaş ve üzeri nüfusun nüfusun %30,1'i kır, %14,5'sı orta yoğun kentlerde, %55,3'ü ise yoğun kentlerde yaşamaktadır. Türkiye nüfusunun %68,1'ini oluşturan 15-64 yaş grubu çalışma çağındaki nüfus içinde yoğun kent olarak sınıflandırılan yerlerde yaşayanların oranı %69,2'dir. Bu yaş grubundaki toplam nüfus içinde orta yoğun kent olarak sınıflandırılan yerlerde ikamet edenlerin oranı %14,7 iken; kır olarak sınıflandırılan yerlerde ikamet edenlerin oranı %16,1 olarak gerçekleşti. Çocuk nüfus olarak tanımlanan 0-14 yaş grubu nüfusun %69,7'sinin yoğun kent olarak sınıflandırılan yerlerde, %15,3'ünün orta yoğun kent olarak sınıflandırılan yerlerde ve %15'inin kır olarak sınıflandırılan yerlerde ikamet ettiği görülmektedir (TÜİK, 11 Mayıs 2023).

Literatürde kentsel ortamlarda, kentsel adalet konusunda adil mekânların oluşmasında, kent planlarının kırılgan gruplar başta olmak üzere müracaatçı gruplarının ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde tasarlanmasında (Gencer, 2022); kentsel mekanların kültürel kalıplar çerçevesinde oluşturulmasından kaynaklı cinsiyet eşitliğini sağlayıcı planlamalardan uzak olduğu, kasınlara yönelik formel ve enformel sınırlamaların olduğu (Bolgün, 2022); çoğunlukla göçle gelen, güvencesiz, düşük ücretli işler nedeniyle kentin çöküntü alanlarında yaşamak durumunda kalan marjinal ve kentsel alanda dışlanmış gruplar (Erim, 2022); kentsel alanlara göç edenlerin kentle bütünleşmesinde (Aslan ve Çlaış, 2022); kentsel alanda yaşayan yaşlıların (Çağlar, 2022) ve engellilerin (Aykara, 2022) ulaşım, erişim, bakım gibi gereksinimlerini karşılamaya yönelik planlamalarda ve hizmet sunumlarında eksiklikler yaşandığı ortaya konulmaktadır.

Görüldüğü gibi kentsel ortamlarda yaşama dezavantajlı/kırılgan gruplar başta olmak üzere tüm kentsel nüfus için bir dizi ihtiyaç, risk ve tehditleri de barndırmaktadır. Bir akademik disiplin ve bir meslek olarak sosyal hizmet mikro, mezzo, makro düzeyde kentlerde yaşayanların karşılaştıkları sorunlara, risklere, tehditlere karşı onların dayanıklılıklarını artırıcı, güçlendirici ve özgürleştirici uygulamalar için adımlar atabilir. Mikro düzeyde kentsel risklerle karşı karşıya kalan birey ve gruplara psikosoyal destek sağlama, ihtiyaçlarını analiz etme, değerlendirme ve karşılama eylemleri gerçekleştirebileceği gibi, makro düzeyde sosyal adalet ve hak temelli kentsel planlama yapılması çalışmalarına katkıda bulunabilir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

1950'lerde dünya nüfusunun % 30'u kentlerde yaşarken bugün bu oran %56'ya yükselmiştir. 2007 yılında ilk defa kentlerde yaşayanların sayısı kırsalda yaşayanların sayısını aşmış olup, bu eğilim büyük bir ivme göstermektedir. Gelecekte ise bu oranın (2050 yılında %70) daha da artacağı öngörülmektedir.

Bu durum daha önce görülmeyen sıklıkta ve büyüklükte tehditler ile karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir. Afet çatısı altında toplayabileceğimiz, doğal veya insan eliyle ortaya çıkan bu tehditlerin verdiği zararın miktarı ise artış eğilimi göstermektedir. Dünya genelinde meydana gelen afetlerin sayısında sürekli bir artış yaşandığı görülmektedir. Afet türleri içinde

meteorolojik afetler öne çıkmaktadır. İklim değişikliği, fosil yakıt bağımlı yaşam biçiminin neden olduğu küresel ısınmanın sonucunda meydana gelen bir tehdittir. Deniz sularının yükselmesi gibi direkt etkileri ile dünya üzerindeki kıyı yerleşimlerinin büyük bir kısmını tehdit ederken, dolaylı olarak da ani yağışlar, fırtınalar, sel baskınları, sıcaklık dalgaları, kuraklık vb. olayları tetiklemektedir. İklim değişikliği gibi içinde bulunduğumuz yüzyılı karakterize eden bazı demografik değişiklikler de (nüfus artışı, yaşlanan nüfus, göçler, vb.) belirsizlikleri artırarak afet risklerini öngörülemez biçimde değiştiren sistemik tehditler olarak kabul edilmektedir. Bunlara bağlı olarak gelecekte ne tür tehditlerin görüleceği de tam olarak kestirilememektedir. Kentler artan nüfusları ile risklerin de en yüksek olduğu ortamlar olma özelliği taşımaktadırlar. Sürdürülebilir kentler için riskleri en aza indirebilmek önemli bir gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak mevcut yapıları esas alan yaklaşımlar riskleri yönetmek için yetersiz kalmaktadır (Gerçek, 2021, s.39). Kentlerin günümüzde karşılaştıkları çevresel sorunlar gittikçe artmaktadır. Bu nedenle söz konusu felaketlere karşı önlemler alınması ve politikalar geliştirilmesi hem uluslararası kuruluşlar, hem hükümetler hem de kent yönetimleri için öncelikli hale gelmektedir (Ersavaş Kavanoz, 2020, s. 6).

Bu kapsamda kentsel dayanıklılık konusunda atılacak adımlar sosyal hizmet için bir gereklilik haline gelmektedir. Temel amacı sosyal adalet, insan hakları ve kolektif sorumluluk odağında insanların sorunlarını çözmek olan sosyal hizmetin, kentsel alanların yapıları, oluşumu ve planlanmasından kaynaklı risk ve tehditlerin azaltılması, kırılgan gruplar öncelikli olmak üzere kentsel nüfusun risklere karşı dayanıklılığının artırılması için mikro, mezzo ve makro düzeyde uygulamalar yapması bir gereklilik olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

Alpan, A. (2014). Dayanıklı Kentler Terimi Bir Moda Terim Mi, Yoksa Aciliyet mi: İklim Değişikliği Altında Kentlerin Dayanıklılığına Kısa Bir Bakış. *İktisat ve Toplum*. 48: 59-68.

Aslan, H. ; Çalış, N. (2022). Göç ve Kentleşme İlişkisi: Kentsel bütünleşme ve Çok Kültürlü Kentler. (Ed. Sema Buz, Tahir Emre Gencer, Cemre Bolgün) *Kentsel Sosyal Hizmet* içinde (ss.201-239).2. Baskı, Nobel.

Aykara, A. (2022). Kent ve Engellilik Çerçevesinde Ulaşılabilir kent Gereksinimi ve Olanakları. (Ed. Sema Buz, Tahir Emre Gencer, Cemre Bolgün) *Kentsel Sosyal Hizmet* içinde (ss.327-353).2. Baskı, Nobel.

Baş, E.; Partigöç, N.S. (2023). İklim Değişikliğine Karşı Dirençli Kentler: Kentsel Isı Adası Etkisi Bağlamında Bir İnceleme. *Dirençlilik Dergisi*. 7(1):183-198. DOI: 10.32569/resilience.1261075

Bolgün, C. (2022). Kentsel Mekânın Cinsiyeti: Gündelik Yaşamda Sınırlar ve Sınırlılıklar. (Ed. Sema Buz, Tahir Emre Gencer, Cemre Bolgün) *Kentsel Sosyal Hizmet* içinde (ss.55-76).2. Baskı, Nobel.

Çağlar, T. (2022). Kent ve Yaşlılık: Yaşlı Dostu Kentler. (Ed. Sema Buz, Tahir Emre Gencer, Cemre Bolgün) *Kentsel Sosyal Hizmet* içinde (ss.301-326).2. Baskı, Nobel.

Dayanıklı Kentler Rehberi (Ocak 2021). (Yay. Haz. Ayşe Ece Durmaz; Proje Ekibi: Anıl Kocaoğulları Günce Beyazer Simten Birsöz Zelal Yalçın) https://yereliz.org/wp-content/uploads/2021/01/Dayanikli_Kentler_Rehberi_9ocak-dijital.pdf (Erişim: 26.06.2023).

Duyan, V. (2012). *Sosyal Hizmet: Temelleri, Yaklaşımları, Müdahale Yöntemleri*. 2. Baskı. Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği.

Dünya Bankası/The World Bank (3 Nisan 2023). Urban Development. https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview#:~:text=Today%2C%20some%2056%25%20of%20the,people%20will%20live%20in%20cities. (Erişim: 04. 11.2023).

Erim, F. (2022). Kent Marjinalliği ve Kentsel Dışlanma. (Ed. Sema Buz, Tahir Emre Gencer, Cemre Bolgün) *Kentsel Sosyal Hizmet* içinde (ss.145-170).2. Baskı, Nobel.

Ersavaş Kavanoz, S. (2020). Kentsel Direnç kavramı Üzerine. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi.* 2(1):5-24.

Gencer, T. E. (2022). Sosyal Adaletin Mekânsal Boyutu. (Ed. Sema Buz, Tahir Emre Gencer, Cemre Bolgün) *Kentsel Sosyal Hizmet* içinde (ss.35-54).2. Baskı, Nobel.

Gerçek, D. (Ocak-Şubat 2021). 21. Yüzyıl ve Dirençli Kentler. *Mimarlık*. 417: 39-42.

IFSW-International Federtaion of Social Workers (2014). *Global Definition of Social Work.* https://www.ifsw.org/what-is-social-work/global-definition-of-social-work/ (Erişim: 04.11.2023).

Kahramanmaraş Afet Veritabanı Bilgi Sistemi (Aves) (2012). https://www.dogaka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/www.dogaka.org.tr_217_OG2C96LO_Afet_Veritabani_Sistemi.pdf (Erişim: 04.11.2023).

Konak, B.; Akbaş, İ. (2022). Pandemi Döneminde Sürdürülebilir ve Dirençli Kentler: Çankırı Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.* 12 (3): 128-157

Sertesen, S. (2015). Dayanıklı Kentler için "Sürdürülebilirlik Değerlendirmesi"nden Yola Çıkmak. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV).

Thompson, N. (2013). *Kuram ve Uygulamada Sosyal Hizmeti Anlamak.* (Çev. Ed. Özlem Cankurtaran Öntaş, Burcu Hatipoğlu Eren). 2. Baskı. Dipnot.

TÜİK/Türkiye İstatistik Kurumu (11 Mayıs 2023). Kır-Kent Nüfus İstatistikleri. Sürdürülebilir yeni kır-kent tanımı oluşturuldu. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kent-Kir-Nufus-Istatistikleri-2022-49755 (Erişim: 04.11.2023).

BİR SOSYAL KONTROL ARACI OLARAK DEĞERLER AÇISINDAN SOSYAL HİZMETE BAKMAK

LOOKING AT SOCIAL WORK IN TERMS OF VALUES AS A TOOL OF SOCIAL CONTROL

Doç. Dr. Melahat DEMİRBİLEK

Ankara Üniversitesi, sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü
ORCID ID: 0000-0003-1281-2367

ÖZET

Sosyal hizmet, sosyal değişimi ve gelişimi, sosyal uyumu, insanların güçlendirilmesini ve özgürleşmesini temel alan uygulamaya dayalı bir meslek ve akademik bir disiplindir. Toplumun dezavantajlı kesimleri öncelikli olmak üzere farklı nedenlerle zorluk içinde yaşayan birey, grup ve toplumlarla çalışır. Sosyal hizmeti meslek yapan en önemli bileşenlerden biri "değer" temelidir. Değerler, en genelde hangi davranışın toplum tarafından kabul edildiğini ve onayladığını gösteren ölçütlerdir. Değerler genellikle dini, ahlaki, politik, ideolojik ilke ve tutumlara atfen kullanılırken, sosyal hizmet açısından çoğunlukla sosyal hizmet uzmanının yerine getirmekle yükümlü olduğu bir dizi etik ilkeler anlamında kullanılmaktadır.

Sosyal (toplumsal) kontrol genel olarak grupların ve toplumun bireyin davranışını sınırlaması ve bu sınırlama yoluyla bireyin ortak değer ve eylemlere uygun davranışlarda bulunmaya zorlanması olarak tanımlanabilir. Sosyal kontrol çeşitli araçlar kullanılarak sağlanmaktadır. Bu araçlardan biri de "değerler" dir. Bir meslek olarak sosyal hizmetin sahip olduğu değerler, hizmet sunduğu toplumların değerleri ile sınırlanmaktadır. Bu da toplumsal değerlere uyumlaştırmayı sağlayan sosyal hizmet sunum modellerini öne çıkarmaktadır. Buradan hareketle sosyal hizmetin değişime odaklı, özgürleştirici misyonundan çok uyumlaştırıcı misyonunun öne çıktığı ele alınan konular arasındadır. Hizmet sunduğu kesimleri kontrol etmede kullanılan değerler aynı zamanda mesleği kontrol ve disipline etmede kullanılan bir araç olarak düşünülebilir. Bu noktada sosyal hizmet mesleğinin bireylerin davranışlarını kişisel arazalar olarak görüp, toplumun beklediği yönde uyumlaştırıcı uygulamalar aracılığı ile sosyal kontrol mekanizması olarak işlev gördüğü günümüzde tartışılan konular arasında yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Değerler, Sosyal Kontrol, Sosyal Hizmet.

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olarak insan toplumsal yapı içinde, diğer insanlarla, diğer canlılarla ve doğa ile etkileşim içinde varlığını devam ettirmektedir. İnsanın bu sosyal yapısı toplum içinde bir düzenin oluşturulmasını ve sürdürülmesini gerekli kılmaktadır. Sosyal hayatta düzeni oluşturan belli yapılar bulunmaktadır, bunlardan biri de "*değerler*"dir. Değerler en yalın olarak sosyal hayatta (göreli olarak) nelerin yapılıp yapılmamasını, nelerin doğru ya da yanlış olduğunu

belirleyen ve sosyal süzenin oluşumu ve devamlılığında etkili olan soyut yapılardır. Kısaca insanların davranışlarına yön veren etmenler olduğu ifade edilebilir. Bu açıdan değerler sosyalizasyon/toplumsallaşama aracılığı ile kuşaktan kuşağa aktarılarak toplumsal yapı içinde düzen oluşturulmasına ve sosyal kontrol sağlanmasına yönelik işlev gören önemli araçlardan biridir.

Günümüzde toplumsal yapı içinde insanların temel, psikosoyal, ekonomik, güvenlik vb. gereksinimlerini karşılamak ve sorunlara çözüm üretme amacıyla uzmanlaşmış profesyonel hizmet sunan meslekler yer almaktadır. Bir mesleğin uygulayıcılarının belirli standartlara dayalı olarak hizmet verebilmelerini sağlayan faktörlerden biri de o mesleğe özgü değerlerdir. Mesleki değerler, toplumsal değerlerden kopuk/bağımsız olmayıp, sosyal değerlerle güçlü bağlantılar içinde varlığını sürdürmektedirler. Mesleki değerler ve toplumsal değerlerin birlikteliği sosyal hayattaki düzeni sağlamak üzere sosyal kontrol mekanizması olarak işlev görmektedirler. Bu mesleklerden biri olan sosyal hizmet mesleğinin de kendine özgü değerleri çerçevesinde mesleki uygulamalarını gerçekleştirerek sosyal kontrol mekanizması olarak toplumsal düzeni sağlamada rol üstlendiği ifade edilebilir.

Buradan hareketle çalışmada öncelikle sosyal kontrol kavramı ele alınmış olup, daha sonra değerler, sosyal hizmetin mesleki değerleri ve sonuç bölümüne yer verilmiştir.

2. SOSYAL KONTROL

Literatürde sosyal kontrol konusunda ortak bir tanım olduğunu söylemek zordur. Tanımlardan bazıları şu şekilde verilmiştir: Goode (2020, s. 135) sosyal kontrolü, yanlış yaptığı düşünülen toplumsal aktörlerin davranışlarını sınırlama veya kaldırmaya yönelik bir eylem veya koordineli eylemler seti ve kurumsallaştırılmış pratikler olarak tanımlamaktadır. Diğer bir tanıma göre; "Toplumsal düzenin sürdürülebilmesi ve korunması için toplumun bireyler üzerinde oluşturduğu etkiye *toplumsal kontrol* adı verilir. Toplumsal kontrol, bir bireyin veya grubun davranışının düzenlendiği sosyal süreçleri, teknikleri ve stratejileri ifade eder. Ancak kontrol toplumsal bütünleşmeyi bozmadan gerçekleştirilmelidir" (Oktik, 2022, s. 224). **"**Sosyal (toplumsal) kontrol grup ve toplumun bireyin davranışını sınırlaması ve bu sınırlama yoluyla toplumsal *değerleri* benimsemesinin sağlanmasıdır. Başka bir ifade ile bireyin toplumsal kurumlar ve birimler tarafından ortak değer ve eylemlere uygun davranışlarda bulunmaya zorlanmasıdır. Sosyal kontrol bir toplumdaki bireylerin nasıl benzer, sürekli, kalıplaşmış biçimlerde davrandıklarını açıklamak üzere kullanılan bir kavramdır" (İçli,2002, s.102). "Sosyal kontrol, potansiyel tehdit veya problem oluşturanların davranışlarını teşvik etmemek, kısıtlamak ya da değiştirmek için çeşitli mekanizmaların ve tekniklerin kullanılmasını içerir" (Balamir Bektaş ve Gelgeç Bakacak, 2009, s.35). "Sosyal kontrol, bireyin davranışlarını sınırlayıp yönlendirerek, toplumun norm ve *değerlerine* uyumunu sağlayan bir süreçtir" (Yaşar, 2003). "Sosyal kontrol toplum üyelerinin, diğerlerince beklenilen tarz ve şekilde hareket etmelerini sağlayan ve böylece başkalarının ne tarzda hareket edeceklerini tahmin edebilmemizi temin eden mekanizmalardır" (Dönmezer, 1982 akt. Yazıcı, 2014, s.219).

Tanımlarda bakıldığında payda olarak toplumsal norm ve değerlerin olduğu görülmektedir. İnsan davranışına yön veren norm ve değerler aracılığı ile sosyal kontrol sağlanması ve bu şekilde oluşturulan mekanizma ile toplumda düzenin devam ettirilmesinin söz konusu olduğu ortadadır. Güldalı'nın (2014, s.165) ifadesine göre sosyal kontrol uygulamalarının altında yatan

temel amaç yerleşik olarak kabul edilen değer, norm ve yasalarla mevcut toplumsal düzenin devamlılığını sağlamaktır

Sosyal yapı içerisindeki karşılıklı etkileşimlerinden dolayı, kültür, hukuk, bilimsel bilgi ve yaşanan toplumsal değişmelerle, sosyal kontrolün değişen yapısı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bu süreçte, toplumsal yapının devamında hayati bir rol oynayan sosyal kontrol, gelişen yeni teknikleri ile farklı kurumların konusunu oluşturmaktadır. Toplumun norm ve değerleri, bu tür davranışlara yapılan müdahalelerin niteliğini ve etkinliğini belirlediğinden, sosyal kontrol süreci; toplumun, norm ve *değerlerindeki*, kültürel yapısındaki değişmelere paralel olarak değişmektedir (Yaşar, 2003).

2.1. Sosyal Kontrol Türleri

Alanyazında sosyal kontrolün farklı türlerinden (modellerinden) bahsedilmektedir. Aşağıda bu modellerden bazılarına yer verilmiştir. Oktik (2022, s.225) sosyal kontrol "Doğrudan ve dolaylı kontrol", "Güç ve sembol yoluyla sosyal kontrol", "Bilinçli ve bilinçsiz sosyal kontrol", "Yapıcı ve istismarcı araçlarla sosyal kontrol" ve " Gerçek ve yapay kontrol" olmak üzere beş sosyal kontrol modelinden bahsetmektedir. Bunlar:

Doğrudan ve dolaylı kontrol: Doğrudan kontrol, bir bireyin davranışını öven veya kınayan aile, akran grupları gibi birincil gruplar tarafından uygulanan kontroldür. Dolaylı kontrol, gelenekler, görenekler, kurumlar gibi ikincil gruplar tarafından gerçekleştirilir.

Güç ve sembol yoluyla sosyal kontrol: Semboller aracılığıyla bireylere uygulanması ve grupların övgü, ödüller, eleştiri ve propaganda aracılığıyla yapılması da sosyal kontrol türlerindendir.

Bilinçli ve bilinçsiz kontrol: Bilinçli sosyal kontrol, gerçek anlamda hukuk aracılığıyla bilinçsiz kontrol de bireylerin bilinçsiz olarak etkileşim süreçlerinde hukuk kuralları yerine gelenek ve görenekleri benimsemesidir.

Yapıcı ve istismarcı araçlarla kontrol: Bireyleri ya da grupları tehdit, sindirme ve sansür yoluyla kontrol etmek istismarcı kontrole girerken yapıcı kontrol eğitim ve sosyal reformlarla gerçekleşir.

Gerçek ve yapay kontrol: Gerçek kontrol, toplum tarafından bireyler üzerinde uygulanır. Yapay kontrol ceza korkusu nedeniyle bireylerin kurallara uymak zorunda olmasıdır. Yapay sosyal kontrol, birey tarafından kendisine uyguladığı kontroldür. Yapay kontrole otokontrol da denebilir.

Fitcher (2002, s.184) ise "Olumlu-olumsuz", "Resmi (Formal)-Gayriresmi (informal)" kontrol" türleri olduğundan bahsetmektedir. Bunlar:

Olumlu-olumsuz Kontrol

İkna, önerme, eğitime ve ödül gibi belli olumlu mekanizmalar kişileri sosyal olarak onaylanmış tutumlara sahip olma ve onaylanmış davranışları uygulama konusunda etkilemeye yarar. Tehdit, emir, buyruk, zorlama, cezalandırma gibi diğer kontrol formları olumsuz olarak nitelendirilebilir. Bunlar kişileri anti sosyal davranış tutumlarından önlemek için kullanılır (Fitcher, 2002, s.184).

Resmi (Formal) ve Gayri Resmi(İnformal) Kontrol

Her toplum ve grup sosyal uyumluluğu sağlamak için resmi olarak tasarlanmış belirli ölçüler kurumlaştırır. Bunlar siyasal otorite tarafından kurulmuş kamu anlaşmaları, düzenlemeler ve yasalardır. Resmi olarak adlandırılmalarının sebebi dikkatlice planlanmış olmaları, açıkça ve resmen ilan edilmiş olmaları ve yasa koyucuların otoritesini kabul eden herkes için zorunlu olmalarıdır (Fitcher, 2002, s.184).

Her toplum ve grup sosyal düzeni sağlamk için resmi olarak tasarlanmış belirli ölçüleri kurumlaştırır. Bunlar siyasal otorite tarafından kurulmuş kamu anlaşmaları, düzenlemelr ve yasalardır (Azımlı, 2022, s. 16). Resmi ve sistematik sosyal kontrol hukuk kuralları ve devlet tarafından sürdürülür. (Oktik, 2022, s.224).

Gayri resmi kontrol daha ince olup resmi kontrol kadar etkilidir. Bunlar "herkesin bildiği" tür davranışları uygulatmak için kullanılırlar. Açık şekilde sosyal olarak onaylanmayan örüntüleri yasaklarlar. (Fichter, 2002, s.185). İnformal sosyal kontrol, bireyleri yaşadıkları topluluklarda değer, norm, gelenek, görenek duygu ve düşüncesine güvenmeleri temeline dayanmaktadır. Bu güven sarsıldığında, hakim norm ve değerlerin dışına çıkıldığında toplum tarafından alaylı gülüş, küçümseme gibi tepkiler gösterilebilir. İnformal sosal kontrolde en etkili yaptırım diğerlerinin tepkisidir (Azımlı, 2022, s.14).

Fitcher'in (2022) gayri resmi olarak nitelendirdiği sosyal kontrol modelini (Oktik 2022, s.224) "Resmi olmayan, kişisel ve sistematik olarak yapılmayan sosyal kontrol" olarak isimlendirmektedir. Buna göre resmi olmayan sosyal kontrol görevini aile, din ve akrabalık gibi kurumlar, bireyler üzerinde uygulamakta olup, bu sosyal kontrol şekli gündelik yaşamda sık sık karşılaşılan ve insanları etkileyen bir kontrol türüdür. Resmi olmayan kontroller, bireyin toplumun sosyal normlarına uymasına neden olabilecek utanç, alay, alay, eleştiri ve onaylamamayı içerebilir. Aşırı durumlarda, yaptırımlar sosyal ayrımcılık, dışlama ve şiddeti içerebilir.

Değerler ve normlar toplumdan topluma, kültürden kültüre, zamandan zamana değişebilmektedir. Her toplumun geçmişten getirdiği ve sürdürdüğü bir yapısı ve bu yapıya uygun toplumsal kontrol yöntemleri ve uygulama şekilleri vardır. Ailede başlayan ve toplumla ilk bağların oluşturulduğu sosyalleşme sürecinde, bireyler çevresini, yaşadığı grupları ve geniş anlamda dünyayı keşfederek diğerleriyle yaşam örüntüsünü kurmaya başlar. Düzenin sürdürülmesi için toplumsal bütünlüğün sağlanması gerekir. Sosyal kontrol, bireyin sosyalizasyon sürecinde bireye toplumdaki kuralların ve neyin toplumca onaylandığı neyin onaylanmadığının öğretilmesiyle gerçekleşir (Oktik, 2022, s.224; Özmete ve Algan, 2021 s. 361; Azımlı, 2022, s. 12). Sosyal kontrol sosyalizasyon sürecinin bir uzantısıdır. Kendi kendini kontrol etme, sosyalleşmenin öznel boyutudur. *Sosyal kontrol ise sosyalleşmenin nesnel boyutudur*. Sosyalizasyon süreci kişinin davranış kalıplarına uymasını hem sağlayan hem de sürekli kılan bir mekanizmadır (Fichter, 2002, s.183).

Sosyal Kontrol Araçları

Sosyal kontrol süreci belli araçlarla devam etmektedir. Sosyal kontrol bir nevi sosyal normların ve değerlerin korunmasını üstlenen bir mekanizmadır (Azımlı, 2022, s.62). Sosyal kontrol

araçları içerisinde "değerler" ve "normlar" yer almaktadır. Çalışmanın kapsamı gereği değerler üzerinde durularak daha geniş yer verilmiştir.

3. DEĞERLER

Thompson (2013, s.155) değer kavramını en yalın haliyle sıkı sıkıya bağlı olunan, önemli ve korumaya layık bulunan şeyler olarak tanımladıktan sonra insan davranışlarını ve durumlara karşı verdikleri tepkileri şekillendiren güçlü etmenler olduğunu ifade etmektedir. Özcan (2022, s.30) ise toplumsal değeri "belirli bir uygarlık, toplum veya çeşitli sosyal gruplarca üretilen maddi veya manevi bir içeriğe sahip herhangi bir yapıt, nesne, ürün ve anlam olarak tanımlanabilir Toplumsal değer, toplumun dinsel, ahlaki ve estetik beğenilerini temsil eden, yararlı görülen, insanların nasıl yaşayacaklarına ilişkin rehberlik eden idealleştirilmiş ortak inanç, beğeni, beklenti ve hedeflerdir" olarak tanımlamaktadır. Özmete ve Algan'a göre (2021, s.358) "Değer, bireylerin yaşamının yönünü belirleyen subjektif bir kavramdır. Bireyin gündelik yaşamında birden çok alternatif arasından tercih ettiği alanları, aldığı kararları, eylemleri ve davranışları, önem vermiş olduğu değerlere göre belirlenir".

Değerler neyi yapmanın ya da yapmamanın önemli olduğu ile ilgilidir. Değerler daha fazla ya da daha az değerli olduğu anlamına gelen göreli değerler hakkında karar verebilmeyi ve bir yargıya ulaşabilmeyi içerir (Duyan, 2012, 97-98). Değer kavramıyla bağlantılı çoğu zaman birbiri yerine kullanılan başka bir kavram da "etik" tir. Etik, Yunanca'da iyi bir "var oluş tarzı", "bilgece bir eylem yolu" arayışına karşılık gelmektedir. Etik kavramının Türkçe karşılığı "ahlak"tır. Günümüzde ise daha çok *meslek ahlakı* anlamında kullanılmaktadır (Şeker, 2011, s.25).

Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi Bürosuna göre etik, diğer insanlarla çalışırken herkes tarafından kabul edilen bir dizi prensip, uygulama kriteri ve karar verme sürecinde insanlara rehberlik eden düzenlemelerdir (Akt. Duyan, 2013, s. 109-110). Bir mesleğin etik kuralları, toplumun mesleğe olan güveninin sürekliliğini sağlar. Meslek etik kurallar açık, sistematik ve bağlayıcıdır. Bu kurallar müracaatçı, meslek elamanı (sosyal hizmet uzmanı) ve meslektaşlar arasındaki ilişkileri tanımlar. (Duyan, 2013, s.110). Etik kavramı meslek elamanlarının insanlarla ve toplumla olan ilişkilerinde mesleklerinin gerekli kıldığı ahlaksal yaklaşımların neler olduğu ve neler olması gerektiğini anlatır. Sorumluluklar bağlamında sosyal hizmet uzmanının yalnızca kişisel olarak kendisiyle değil, toplumsal ortamda mesleğini uygularken müracaatçıyla kuracağı ilişkide etik olgusunun önemli bir yeri vardır. Mesleki uygulamada etik duyarlılık, mesleki ve insani gelişimin önemli bir koşuludur. Toplumsal gelişme ve değişme açısından sosyal hizmet etiği değişim ve gelişime açıktır. Etik mesleğin, mesleki uygulamaların ve sosyal hizmet uzmanının gelişmesinde yol gösterir. Sosyal hizmet etiği, evrensel çerçevede mesleğin ortak ilke ve standartlarından yararlanmasına, yerel düzeyde özgün yorum ve katkılar yapmaya olanak tanıyan boyutları kapsamaktadır (Şeker, 2011, s.24-26). Değerlerin önemli bir kısmını ebeveynlerin, öğretmenlerin, dini inançların, kültürel yapının, mesleğin sahip olduğu değerler oluşturmaktadır (Özmete ve Algan, 2021, s. 366).

3.1. Değerlerin İşlevleri

Elle tutulup gözle görülemeyen (somut olmayan) değerler sosyal yaşamdaki yazılı olmayan kuralları oluşturmaktadır. Eş, meslek, arkadaş gibi tercihleri belirleyen, yaşamın akışını belirleyen bir sistem olup, birey yaşamını (arkadaş ilişkileri, meslek seçimi vb.) bağlı olduğu değerler silsilesi içinde anlamlandırmaktadır (Özmete ve Algan, 2021, s.359).

Yazıcı'ya (2014, s.213) göre değerler, bütün sosyal olayların gerçekleşmesinde belirleyici olarak işlev görürler. Siyasi, dini, ahlaki, estetik, bilimsel, ekonomik, sosyal, ailevi vb. alanlardaki bütün insani yaşantılar bir değere dayanılarak gerçekleşmektedir. Yazıcı (2014, s.213) tarafından ortaya konulan ve çalışmanın kapsamına uygun olarak daraltılan "*değerlerin işlevleri*" şu şekilde ifade edilmektedir:

- Değerler, yargılamalarda birer sosyal araç görevi görürler.
- Sosyal yapıda ideal düşünme ve bu ideal düşünceye uygun davranışlara rehberlik ederler.
- Sosyal rollerin benimsenmesinde ve gerçekleştirilmesinde belirleyicidirler.
- İnsanları ve eylemlerini seçme ve meşrulaştırma ölçütü olarak işlev görürler.
- Toplumsal düzeni sağlama ve sürdürme açısından bir *sosyal kontrol ve baskı aracı/mekanizması* olarak işlevleri vardır.
- Fonksiyonlarını yerine getirmektedir.

Thompson'a (2013, s.133) değerler aşağıda yer alan konular üzerinde önemli role sahip inanç ve ilkelerdir. Bunlar;

- Eyleme geçmek için bir rehber sunar.
- Uygulamayı anlamlandırmak için bir çerçeve çizer.
- Mesleki eylemlerin uygun olup olmadığı konusunda karar vermeyi sağlayacak referans noktasıdırlar.
- Motivasyon ve mesleki aidiyet duygusunu artırırlar.

3.2. Değerler ve Sosyal Kontrol

Değerler ve normlar her toplumun temel kültürel yapı taşını oluşturmaktadır. Sosyal kontrol bireylerin davranışlarının toplumun değerlerine ve normlarına uygun olmasını sağlama işlevini yerine getirmektedir.

Bu açıdan bakıldığında sosyal değerleri korumak amacıyla, bir grup ya da kurumun üyelerinin toplumun örf, adet, gelenek ve benzeri değerlerine uygun biçimde davranmalarını sağlayan önlemlerin tümüne sosyal kontrol denir. Sosyal kontrolün en açık ve yalın hali, bir grubun veya kurumun üyelerinin sosyal değerlere uygun olmayan davranışlarına gösterilen tepkidir. Gösterilen tepki, toplumun tepkiye neden olan sosyal değere verdiği önem derecesine ve diğer şartlara göre değişir (Erdoğmuş, 1989 akt. Yazıcı, 2014, s.219).

Sosyal kontrolün sürekliliğinin sağlanmasında, bireyin toplumla bütünleştirilmesinde kimi denetim mekanizmaları etkili olmakta ve bunlar aracılığı ile bireyin davranışları sınırlandırılmakta, ortak değerler standartlarıyla uyumlu davranışlarda bulunmaya

zorlanmaktadır. Toplumsal değerlerden ve normlardan sapma davranışlar ceza ile kontrol edilirken, toplumun uygun bulduğu davranışlar da onaylanmaktadır (Yazıcı, 2014).

4. SOSYAL HİZMET ve DEĞERLER

Sosyal hizmet hem bir disiplin, hem de bu disipline dayalı bir meslektir. Disiplin olarak insan ve toplumun yapısı ve bu yapıların sorunları hakkında bilgilerden oluşur. Meslek olarak bu sorunların çözümüne yönelik etkinlikleri kapsar (Kongar, 1978, s.1).

Sosyal hizmet, sosyal değişim ve gelişmeyi, sosyal uyumu, insanların güçlendirilmesini ve özgürleşmesini teşvik eden uygulamaya dayalı bir meslek ve akademik bir disiplindir. Sosyal adalet, insan hakları, kolektif sorumluluk ve farklılıklara saygı ilkeleri sosyal hizmetin merkezinde yer alır (IFSW, 2014). Güldalı'na göre (2014) sosyal hizmet, insanı özgürleştirme çabasından çok uyumlaştırma eylemlerini öne çıkarmaktadır. Ayrıca sosyal hizmetin tanımında yer alan "sosyal uyum"un, toplumun bireylerden beklediği sosyal normlara ve değerlere uygun eylemlerde bulunmasına atıfta bulunduğu değerlendirilebilir. Bu ise sosyal kontrol ile bağlantılı düşünülebilir.

İnsani değerler ile ilgili varsayımlar ile sosyal hizmetin tanımı ve amaçları arasında örtüşen konular olduğu görülmektedir. Sosyal hizmet; bireylerin ve grupların kapasitelerini geliştirebilmeleri, sorunlarını çözebilmeleri için başa çıkma ve problem çözme kapasitelerini artırmaları, birey ve çevresi arasındaki olumlu etkileşimi geliştirmeleri için sosyal kurumların organize edilmiş şeklidir. Sosyal hizmet bilim ve uygulama alanında, insani değerlere ilişkin varsayımlarda yer alan sosyal sorunların çözümüne odaklanmaktadır (Özmete ve Algan, 2021, s. 368).

Sosyal hizmet mesleğinin uygulayıcısı olan sosyal hizmet uzmanları uygulamalarında mesleki değerlere dayanan belirli etik kurallara sahiptir. Mesleki etik kodlar konusunda önemli olan etik kodların kendisi değil ardında yatan ahlaktır. Dolayısıyla sosyal hizmet uzmanlarının mesleki eylemlerinin ahlak anlayışı önemlidir. Esasen mesleki etik kodlar sadece ahlakın ölçülüp değerlendirilebildiği ölçüm araçlarıdır. Ahlak ve etiğin ayrılması gerekir. Etik ahlakın bir ifadesidir ancak tek başına olmaması, postmodern dönemde insan hakları gibi başka ahlaki söylemlerin eşlik etmesi gerekir (Ife, 2017, s.155).

Değerler sosyal hizmet mesleğinin uygulama biçimlerine yön vermektedir. Bir mesleğin değerleri insanın gerçekliğine eğilir (Şeker, 2011, s.39-40), dolayısıyla insanın karşılaştığı sorunların çözümünde sosyal hizmet uzmanının mesleki uygulamalarının belirli standartlar zemininde gerçekleşmesini sağlar. Değerler, aynı zamanda meslek elemanlarının rol ve işlevlerinin felsefi temelini de oluşturmaktadır. Bir başka ifadeyle değerler; "özgürlük", "eşitlik", "ayrımcılık ve baskı karşıtı", "sosyal adaleti tesis etme", "dayanışma", "yardımlaşma", "sosyal sorumluluk", "şiddete karşı olma" ve "barış içinde yaşama" gibi birçok insani ve toplumsal ilişki ağını güçlendirecek öğeleri felsefi zeminde bir araya getirmektedir (Özmete ve Algan, 2021, s. 373). Kimi felsefi kabuller sosyal hizmet uygulamasının dayandığı temelleri oluşturur. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kongar, 1978, s.227).

- Birey, yaşadığı toplumun ana sorunudur.
- Bir toplum içindeki bireyler arasında karşılıklı bağımlılık vardır.

- Bireyler birbirlerine karşı toplumsal sorumluluk taşırlar.
- İnsanların ihtiyaçlarında ortak yönler olduğu kadar, her insan diğerinden farklıdır.
- Demokratik bir toplumun temel özelliği her bireyin gelişmesi, sosyal sorumluluğunun toplumsal etkinliklere katılması yoluyla gerçekleşir.
- Toplum, insandaki gelişmeyi önleyecek engellerin ortadan kaldırılması/önlenebilmesi için imkân sağlamakla sorumludur.

Sosyal hizmet insancıl temellere dayanan bir yardım mesleğidir. İnsanın değer ve onuru temel değerlerdir (Şeker, 2011, s.41). Sosyal hizmet uygulamasının amaçları arasında bireyler ve gruplara, kendileri ve çevreleri arasındaki dengesizlikten kaynaklanan sorunların belirlenmesi ve çözümlenmesi için yardım etmek, birey ve grupların potansiyel güçlerini ortaya çıkarmak ve güçlendirmek yer almaktadır (Kongar, 1978, s. 228).

Diğer insanlara yardım eden bir meslek olarak sosyal hizmetin varlığı için toplum ve toplumun onayı gereklidir. Buradan hareketle sosyal hizmet varlık nedeni olan insana ve insanın değerini önceleyen bir meslektir. Sosyal hizmette değer, hizmet sunduğu kesimlerin refahını sağlamakla eşit olarak düşünülmektedir (Şeker, 2011, s.42).

Sosyal hizmet mesleğinin değerlerinde büyük ölçüde değişmezlik olmakla birlikte, sosyal hizmet uzmanlarının karşılaştıkları etik sorunların değişmez olduğunu ifade etmek kolay değildir. Çünkü toplumsal, ekonomik, teknolojik vb. değişimlere bağlı olarak etik sorunlarda da değişimler görülmektedir. Sosyal hizmet mesleği bu toplumsal, ekonomik, teknolojik vb. alandaki değişimlerden sürekli etkilenen bir meslektir. Ancak tüm bu değişimlere karşın mesleki uygulamalar sürekli olarak bir değerler çerçevesinde yürütülmektedir. Mesleğin başlangıcından beri insanın refahı, sosyal adalet, bireyin onuru önemli özellikler olarak süregelmiştir (Duyan, 2013, s.110). Bu bilgiler çerçevesinde sosyal hizmetin değerleri ile buna karşılık gelen etik ilkeleri aşağıda belirtilmiştir (Duyan, 2012, s.99-110; Duyan, 2013, s.110-112):

Değer: Hizmet

Etik İlke: Sosyal hizmet uzmanlarının öncelikli amacı ihtiyaç sahibi insanlara yardım etmek ve sosyal sorunlarla mücadele etmektir.

Sosyal hizmet uzmanlarının başkalarına hizmet etmesi, mesleğin çalışmalarını karakterize eden bir değerdir. Başkalarına hizmet sunmak mesleğin uygulayıcıları olan sosyal hizmet uzmanlarının kişisel çıkarları ve beklentilerinden önce gelir, bu mesleki bir zorunluluktur.

Değer: Sosyal Adalet

Etik İlke: Sosyal hizmet uzmanları sosyal adaletsizlikle mücadele eder.

Başta yapı içinde yer alan örselenebilir, öncelikli gruplar olmak üzere tüm insanlar için sosyal adaletin sağlanması ve sosyal adaletsizlikle mücadele edilmesi gerekliliği, sosyal hizmet mesleğinin sosyal adaleti sağlama çalışmaları içinde yer almasını ortaya çıkarmaktadır.

Değer: Bireyin Onuru ve Değeri

Etik İlke: Sosyal hizmet uzmanları bireyin onuru ve değerine saygı gösterir.

Sosyal hizmet uzmanları her bireyin doğuştan onurlu ve değerli olduğuna inanır ve bunu mesleki uygulamalarında pratiğe geçirir.

Değer: İnsan İlişkilerinin Önemi

Etik İlke: Sosyal hizmet uzmanları insan ilişkilerinin öneminin farkındadır.

Sosyal hizmet uzmanları insan ilişkilerini desteklemek ve güçlendirmek suretiyle , insanların iyilik ve refahını geliştirmek için çalışırlar.

Değer: Dürüstlük ve Güvenilirlik

Etik İlke: Sosyal hizmet uzmanları güvenilir davranmalıdır.

Sosyal hizmet uzmanları müracaatçıların ve hizmet sundukları kuruluşun onurunu koruyacak şekilde mesleki etiğe dayalı uygulama yapmalıdır. Bunun için güvenilir davranış sergilemelidirler.

Değer: Yetkinlik

Etik İlke: Sosyal hizmet uzmanları yetkin olduğu alanlarda uygulama yapmalı ve mesleki uzmanlığını geliştirmek için çalışmalıdır.

Sosyal hizmet uzmanlarının en üst düzeyde bilgi, beceri ve değere sahip olması beklenir ve bilgi, beceri ve değerlerini koruma ve geliştirme sorumluluğu bulunmaktadır. Toplumsal hayatta, kabul edilen davranış ve düşünme tipleri bireyin dışındadır. Bu da, toplumsal bilincin bireysel bilince baskı yaptığını, onu şekillendirdiğini gösterir.

5. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Her türlü etik araçları mümkün olduğunca kullanmak suretiyle, gereksinim içindeki insanlara yardım etmek (Duyan, 2012, s.12) amacında olan sosyal hizmet, bir dizi değerler ve etik ilkeler çerçevesinde uygulamalarını gerçekleştirmektedir. Başka bir ifade ile mesleki uygulamaya mesleki ilkeler rehberlik etmektedir. Mesleki ilkeler yaygın kabul görmüş değerlerin temelini oluşturduğu etik kurallardır (Shardlow, 2015, s.72). Dolayısıyla değerler meslek elemanı olarak sosyal hizmet uzmanlarının eylemleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu için yalnızca soyut kavramlar olmayıp, mesleki eylemler üzerinde güçlü bir etkiye sahip olmaları açısından somut oldukları ifade edilebilir. Sosyal hizmet uzmanı değerlerinin ne olduğunun tam olarak farkında olmasa bile aldığı kararlar ve mesleki adımlar üzerinde etkili olabilecektir. Örneğin bir sosyal hizmet uzmanı örneğin insan onurunun önemi gibi belirli bir değere ilişkin açık bir farkındalığı olmasa bile bu değerle uyumlu eylemlerde bulunabilir. Ancak sosyal hizmet uzmanı değerlerinin ne kadar farkında olursa mesleki eylemleri de değerlerle o derece uyumlu olması beklenir. Değerlerin sosyal hizmet politika ve uygulamalarının biçimlenmesinde önemli rol oynadığı ifade edilebilir (Thompson, 2013, s.155-156). Etik standartlar sosyal hizmet uzmanına hizmet sunduğu kesimlere nasıl davranacağı konusunda standartlar sağlar ve sosyal hizmet uzmanlarının bu mesleki etik standartlara uyumlu biçimde mesleki eylemlerde bulunması beklenir (Shardlow, 2015, s.78).

Meslek elemanı olarak sosyal hizmet uzmanlarının sahip olduğu mesleki değerler, toplumun değerlerinden bağımsız değildir. Sosyal hizmetle ilgili mesleki değerler sosyal hizmet uzmanının sosyal hizmet ile ilgili mevzuatı yorumlama şeklini etkiler (Banks, 1995, s. 11-12

akt. Özmete ve Algan, 2021, s.370). Bu anlamada sosyal hizmet mesleki uygulamalarda yazılı düzenlemeler olan mevzuat aracılığı ile formal (resmi), mevzuata getirdiği sosyal değerlere dayalı yorumla informal (gayrı resmi) bir sosyal kontrol mekanizması olarak değerlendirilebilir.

Güldalı'nın (2014, s.167) ifadesi ile "uyumlaştırıcı bir pratiğe hizmet eden sosyal hizmetin varoluş amacının sosyal düzenin kendine meşruiyet kazandırmasında ve kendini yeniden üretmesinde işlevsel olan sosyal kontrolü sağlamak… olduğu görülecektir". Başka bir ifade ile hizmet sunduğu kesimlere yönelik uygulamalarda, toplumsal değerlere dayalı mesleki değerler aracılığı ile (toplumsal değerlerin yansımaları olan yazılı düzenlemeler ve yazılı olmayan sosyal normlar) sosyal değerlere uyumlu çözüm arama pratikleri mesleğin bir sosyal kontrol aracı olduğunu düşündürmektedir.

KAYNAKÇA

Azımlı, E. (2022). *Sosyal Kontrol ve Din.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Din Sosyolojisi Bilim Dalı.

Balamir Bektaş, Rahşan; Gelgeç Bakacak, Ayça (2009). *Modernitenin Sosyal Kontrol Söyleminin Değişen Görünümleri*. Edebiyat Fakültesi Dergisi. 26(1): 33-48.

Duyan, V. (2012). *Sosyal Hizmet: Temelleri, Yaklaşımları, Müdahale Yöntemleri*. 2. Baskı. Sosyal Hizmet Uzmanları Dermeği.

Duyan, V. (2013). Sosyal Hizmet Etiği. (Ed. Hakan Acar, Nilüfer Negiz, Elvettin Akman) *Sosyal Politika ve Kamu Yönetimi Bileşenleriyle Sosyal Hizmet: Temelleri ve Uygulama Alanları* içinde (ss.109-118).Maya Akademi.

Fichter, Joseph (2002). *Sosyoloji Nedir*. (Çev. Nilgün Çelebi). Yenilenmiş ve Değiştirilmiş Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık.

Goode, E. (2020). *Social Control.* NYU Press.

Güldalı, O. (2014). Sosyal Hizmetin Diyalektiği: Sosyal Hizmete Dair Eleştirel Çıkarımlar. *Toplum ve Sosyal Hizmet*. 25(2):163-175.

Ife, J. (2017). *İnsan Hakları ve Sosyal Hizmet.* 1. Baskı, Nika.

IFSW-International Federtaion of Social Workers (2014). *Global Definition of Social Work.* https://www.ifsw.org/what-is-social-work/global-definition-of-social-work/ (Erişim: 04.11.2023).

İçli, G.(2002). *Sosyolojiye Giriş.* Anı Yayıncılık.

Kongar, E. (1978). *Sosyal Çalışmaya Giriş.* 2. Baskı. Şafak Mat.

Oktik, N. (2022). Toplumsal Değer, Norm, Kontrol, Sapma ve Güç. (Ed. Mehmet Ufuk Özcan). *Sosyolojiye Giriş* içinde (217-240). Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi.

Özcan, U. (2022). Sosyolojide Toplumsal Değer ve Norm Kavramlarına Yeniden Bir Bakış. *Sosyologca,* 23, 19-31.

Özmete, E. ; Algan, T. (2021) . Sosyal Hizmet Uygulamalarında Bireysel ve Toplumsal Değerlerin İşlevselliğine Kavramsal Bir Bakış. *Toplum ve Sosyal Hizmet.* 32(1): 357-382.

Shardlow, S.M. (2015). Değerler, Etik ve Sosyal Hizmet. 1. Baskı. (Yay. Yönt. Bülent Özçelik). *Sosyal hizmet. Temel Alanlar ve Eleştirel Tartışmalar* içinde (ss.71-82). Nika.

Şeker, A. (2011). *Sosyal Hizmetlerde Etik*. SABEV.

Thompson, N. (2013). *Kuram ve Uygulamada Sosyal Hizmeti Anlamak.* (Çev. Ed. Özlem Cankurtaran Öntaş, Burcu Hatipoğlu Eren). 2. Baskı. Dipnot.

Yaşar, M. Ruhat (2003). Dinden Psikiyatriye: Değişen Sosyal Kontrol Sürecinin Doğası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 2(3).

Yazıcı, M. (2014). Değerler ve Toplumsal Yapıda Değerlerin Yeri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.* 24(1): 209-223.

ZAMAN YÖNETİMİNİN VERİMLİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Gökhan BİLİCİ
Selçuk Üniversitesi, 0000-0001-8446-1928
Doç. Dr. Sefa USTA
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, - 0000-0003-3846-7987

ÖZET

Bu çalışma çağrı merkezinde çalışan müşteri temsilcilerinin ve takım liderlerinin zaman yönetimi algılarının verimlilik üzerinde etkisinin olup olmadığını ölçmek üzere amacıyla yapılmıştır. Konya ilindeki özel bir bankanın çağrı merkezinin çalışanları arasından araştırmaya katılan 105 kişiye anket yapılarak veriler elde edilmiştir. Çalışmada çağrı merkezi, zaman yönetimi ve verimliliğe ilişkin literatür araştırması yapılmıştır. SPSS 22 programı kullanılarak güvenirlik, faktör analizi, regresyon analizi ve T-Testi yapılmıştır. Basit regresyon modeline göre verimlilik ve zaman yönetimi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve çalışanların zaman yönetimi algılarının verimlilik üzerindeki etkisindeki değişkenler arası anlamlı bir ilişkinin olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Çağrı merkezlerinin temel çalışma prensiplerinden en önemlisi en kısa sürede, hızlı cevap ve çözüm üretmektedir. Araştırmadaki veriler değerlendirildiğinde çalışanların zaman yönetimi algılarının verimliliğe doğrudan katkı yaptığı görülmektedir. Çağrı merkezinde zaman yönetimini verimli ve etkin kullanmanın verimliliği artırdığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Zaman Yönetimi, Verimlilik, Çağrı Merkezi

THE EFFECT OF TIME MANAGEMENT ON PRODUCTIVITY: A QUALITATIVE STUDY

ABSTRACT

This study was conducted to measure whether the time management perceptions of customer representatives and team leaders working in call centers have an impact on productivity. Data were obtained by conducting a questionnaire survey among 105 employees of the call center of a private bank in Konya province. In the study, literature research on call center, time management and productivity was conducted. Reliability, factor analysis, regression analysis and T-Test were conducted using SPSS 22 program. According to the simple regression model, it was concluded that there is a positive relationship between productivity and time management and that there is a significant relationship between the variables in the effect of employees' time management perceptions on productivity. The most important of the basic working principles of call centers is to produce fast answers and solutions as soon as possible. When the data in the study are evaluated, it is seen that the time management perceptions of the employees directly contribute to productivity. It is seen that using time management efficiently and effectively in the call center increases productivity.

Keywords: Time Management, Productivity, Call Center

1. GİRİŞ

Akademik ilgi, çağrı merkezlerinin hizmet dağıtım kanalları olarak kullanılmasıyla ilgili olarak bir takım noktalara çevrilmiştir. Çağrı merkezi bağlamında bu ilginin ne olduğunu belirlemek için zaman yönetimi ve verimlik üzerine nicel bir çalışma yapılmıştır. Çağrı merkezlerine yönelik çalışmalar esas olarak motivasyon ve müşteri memnuniyeti noktasında yoğunlaşırken bu çalışmanın esas ilgilendiği nokta çağrı merkezi yetkililerinin zaman yönetimi algısı ve verimlilik ilişkisi olmaktadır. Günümüzde zaman yönetimini göz ardı ettiğimiz zaman gerek bireysel gerek örgütsel anlamda güç durumlarla karşılaşmaktayız. İşin neredeyse tamamı süreler üzerine kurulu olan çağrı merkezlerinde planlı çalışmak ve çalışan personelin işte verimli olabilmesi zaman yönetiminin ilgi alanına girmektedir. Çağrı merkezinde aksayan her iş, ilave ek maliyet olarak geri dönmekte verimliliği azaltmaktadır. Hiç şüphesiz çağrı merkezlerinin verimlilik alanlarından birisi müşteri memnuniyetidir. Müşterilerin talepleri en kısa sürede alınmalı ve çözüme kavuşturulmalıdır. Müşteri taleplerinin kısa sürede çözülmemesi kuyrukta (hatta) bekleyen müşteri sayısını artırmakla beraber, müşteri memnuniyetsizliğini de beraberinde getirmektedir. Zaman içinde kendimizi, işimizi, materyalleri müşterileri optimal düzeyde kullanmalıyız. Zamanı iyi yönetmek yapılan işten en yüksek faydaya ulaşmayı arzulatır. Kullanılan her dakika örgütün amaç ve hedefleri doğrultusunda planlama dâhilinde olmalıdır. Bu çalışmanın kavramsal çerçevesinde çağrı merkezi, zaman yönetimi ve verimlilik konularına açıklık getirilmiştir. Yöntem (metodoloji) başlığında ise araştırma modeli, evren/örneklem, ve araştırmanın sınırlılıkları alt başlıkları yer almıştır. Çalışma sonuç ve öneriler ile bitirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde çağrı merkezi ile araştırmanın değişkenlerini oluşturan verimlilik ve zaman yönetimi kavramlarına değinilmiştir.

2.1. Çağrı Merkezi

Firmaların ürün özelliklerini tanıtımının yapılması amacıyla Amerika Birleşik Devletleri'nde 1920 yılında telefonda hizmet anlayışı başlamıştır. 1967 yılında çok uluslu telekomünikasyon şirketi AT&T tarafından 800'lü hatların işleyişle birlikte günümüz konseptinde çağrı merkezi başlamıştır. Yapılan bu yenilik firma tarafından insanlara "Telefon Gücü" sloganıyla bildirilmiştir. İlk çağrı merkezi Ford arabası firması tarafından müşterilerin talep, istek ve şikâyetlerinin firmaya iletilebilmesi amacıyla AT&T ortak iş birliği ile 1960'ların sonlarında kurulmuştur (Bagnara ve Marti, 2001: 223-237). Çağrı merkezlerinin ortaya çıkış amacı müşteri talep, istek ve şikâyetleri olmasına rağmen geçen zamanla birlikte büyüyen ve gelişen bir sektör olmakla birlikte günümüzde uluslararası bir boyut kazanmıştır. Hemen hemen birçok sektörde kendisine yer bulan çağrı merkezlerinin en çok kullanıldığı sektörler hiç şüphesiz bankacılık, sigortacılık vb. finans kuruşları, telekomünikasyon şirketleri ve nakliyat firmalarıdır (Benner, 2006: 1025-1040). Çağrı merkezinde iletişim şirket tarafından ve müşteri tarafından başlatılmasına göre esasen iki grupta toplanır. Müşteri tarafından gerçekleştirilen çağrılar gelen çağrı olarak adlandırılırken, şirket tarafından yapılan aramalar giden çağrılar olarak adlandırılmaktadır. Gelen çağrılar çağrı merkezi işleyişinde "Inbound" giden çağrılar ise "Outbound" olarak kullanılır (Arslan, 2006: 244).

Çağrı merkezi çalışanlarının yaptığı görüşmeler bilgisayarlara işlenerek, izlemeye alınmakta, çalışanların günde kaç kişiyle görüşeceği, ortalama görüşme süresi, ortalama müşteri bekletme süresi gibi detaylar çalışana iş yeri tarafından bildirilmekte ve çalışanın bu hususlara dikkat etmesi istenmektedir. Çağrı merkezi çalışanlarının yaptığı görüşmeler gerek takım liderleri tarafından gerekse şirket kalite birimi tarafından görüşme esnasında ve sonrasında dinlenebilmektedir. Çağrı merkezi çalışanları çalıştıkları süre zarfında gözetim altında bulunmaktadırlar. Çağrı merkezlerinde ortalama 15-20 arasında çağrı merkezi yetkilisi bir takım oluşturmakta ve ilk kademe yöneticileri takım lideri olmaktadır. Çağrı merkezi çalışanları yöneticilerin inisiyatifinde işin yoğunluğuna göre mola kullanmaları onları zor durumda bırakmaktadır. İhtiyaç ve dinlenme molalarını yönetici inisiyatfinde kullanmak çalışanlar üzerinde stres oluşturabilmektedir (Yücel, 2015: 32). Müşteri memnuniyetini sağlamak, müşteriye en kısa sürede verimli ve sonuç odaklı hizmet vermek için çağrı merkezleri işletmeler için giderek önem arz etmektedir. Çağrı merkezi çalışanlarının performansları konuşma süresine, müşteri ihtiyacına cevap verebilme hususuna, kullanılan jargonlara, gerekli karşılama ve uğurlamaların yapılmasına, ortalama konuşma süresine göre değişmektedir. Bu kapsamda işlerin görülmesi belli kalite kriterlerini ve müşteri memnuniyetini sağlamalıdır (Gümüş, 2002:135). Çağrı merkezi yetkililerinin performans ölçüm kriterleri hem sayısal verilerle ölçülürken hem de nitel olarak ölçüm yapılmaktadır (Holman vd., 2002: 59). Sayısal verilerle yapılan ölçüm (nicel), çağrı merkezi yetkilisinin kaç adet görüşme yaptığı ve görüşmelerin süresi değerlendirilirken, niteliksel ölçüm kriterinde ise görüşmenin kalitesi, müşteri probleminin çözülüp çözülmediği, müşteriye kapsamlı bilgilendirme sunulması veya pazarlama söz konusu ise satış işlenin olup olmadığı değerlemeye alınır. Çağrı merkezinde çalışanların belli hedefleri vardır ve bu hedefler doğrultusunda performans ölçümleri gerçekleştirilir (Bain vd., 2002: 173).

2.2. Zaman Yönetimi Kavramı

Zaman telafisi çoğu zaman mümkün olmayan, yöneticiler için paradan dahi değerli olan, geri gelmeyen bir kaynaktır. Gerek kişisel hayatta gerekse organizasyonlarda başarıya erişmenin yolu zamanı etkin ve verimli kullanmaktan geçmektedir. Yöneticilerin başarısının belirlenmesinde zaman yönetimi önemli bir ölçüttür (Aytürk, 2007: 191). Zaman yönetimi, belli bir zaman dilimi içerisinde başlangıcı ve bitişi önceden belli olan dönem içerisinde yapılması gereken iş ve etkinliklerin hedeflere uygun şekilde kaynakların etkin ve verimli kullanılmasıdır. Zaman yönetiminde yapılacak işler önem sırasına göre belirlenmeli ve bu hususta planlama ve programlaması yapılmalıdır (Akatay, 2003: 2). Profesyonel iş hayatının göz ardı edemeyeceği zaman yönetimi çalışma hayatında başarının en önemli şartıdır (Koch, 1998: 147).

Levinson'a göre (1990: 9) zaman, ciddi ve bilinçli bir şekilde kontrol edilebilen, uzatılabilen ve bizim için çalışabilen değerli bir varlıktır. Allen (1987: 1) zaman yönetiminin öncelikleri belirleme, kesintileri işleme ve erteleme ile başa çıkma konusunda sadece teknikler ve ipuçları olmadığını iddia eder. Zaman yönetimi, hayatınızın kontrolünü size uygun bir şekilde ele almanızla ilgilenir ve maksimum sonuçlara ulaşırken en az strese neden olur (Mancini, 1994: 6). Mackenzie (1990: 10) yetkin bir zaman yöneticisinin zaman başına endişe duymaması gerektiğini, ancak artan verimlilik, dengeli bir yaşam ve hedeflere doğru ilerleme gibi faydalar üretmesi gerektiğini belirtmektedir. Bununla birlikte, Atkinson (1988: 3), daha fazla zaman harcamanın mutlaka yukarıda belirtilen başarılara yol açmayacağını; bir yapının mevcut

zamanının başarı oranınızı nasıl belirlediğini noktasına dikkat çekmektedir. Smith (1995: 20) bu kavram analizini, kişinin hayatını kontrol etmenin, zamanınızı kontrol etmekten geçtiğini belirterek özetler. Açıklamalar, zaman yönetiminin, mutluluk ve yaşam kalitesi biçiminde geri dönüşünü elde etmek için etkili bir şekilde uygulandığı süreç olduğunu göstermektedir.

Mackenzie (1975: 4) zamanın yönetilmesi zor olduğunu akılda tutmamızı hatırlatmaktadır. Miktar olarak tahmin edilebilir olsa da kontrolü zordur. Zaman geri alınamaz olsa da bunu telafi edebileceğimizi düşünürüz. Bazı zamanlar uçar gibi görünür, çok hızlı ilerler ancak bazı zamanlarda yavaşça ilerler, elimizden kayıp gider. Aslında kimse yeterince zamana sahip olmuyormuş gibi görünse de herkesin yeterince zamanı vardır.

İnsanoğlu zamanı yönetme arayışında birçok teknik ve yöntem ileri sürmüştür. Covey ve ark. (1995: 22-23) tüm bu yöntemlerin zaman yönetiminin üç aşamada sınıflandırılabileceğini öne sürmektedirler.

İlk Aşama

Zaman yönetiminin bu aşaması hatırlatmalara dayanmaktadır. Gerçekleştirilmesi gereken tüm görevler "post-its" veya kontrol listelerinde belirtilmiştir. Görevler tamamlandığında listeden kaldırılır ve günün sonunda kalan tüm öğeler ertesi günün listesine konur.

İkinci Aşama

Bu aşamadaki yöntemler planlama ve hazırlık ile karakterize edilir. Kullanılan materyaller genellikle takvimler ve randevu kitaplarıdır. Bu aşama, öncesinde planlama olayları ve faaliyetleri zamanlama ve sorumluluk içerir. Tipik olarak, bu aşamadaki biri randevu alır, taahhütleri not alır ve bitiş sürelerini belirler.

Üçüncü Aşama

Bu aşamanın temel nitelikleri ise planlama, önem sırası/önceliklendirmek ve kontroldür. Değerler ve önceliklere uzun, orta ve kısa vadeli hedefler olarak açıklık kazandırılır. Faaliyetler, bilgisayar veya kağıt tabanlı olabilen bir planlama veya düzenleme aracı şeklinde günlük olarak planlanmaktadır.

2.3. Verimlilik Kavramı

Verimlilik kelimesinin İngilizcedeki karşılığı “productivity” etimolojik çerçeveden incelendiğinde Latince kelime olan “producere” kökünden çıkagelen Fransızca “produire” ve İngilizce “toproduce” fiillerinden türetilmiştir. Verimlilik çeşitli bilim dallarında başka betimlemeleri olan bir terimdir. Verimlilik ile işgücü arasında anlamlı bir ilişki vardır. İşgücü unsurunun etkin kullanımı verimliliği arttıran bir faktördür (Ulubeyli, 2004: 2-5). Verimlilik organizasyonel veya sosyal bir mefkûre olabilmektedir. Bu açıdan verimlilik mefkûresini üstlenmek kişilere ve örgütlere göre verimlilik kavramı başka manalara gelmektedir. Öte yandan verimlilik kavramı endüstriyel alanda veya kültürel olarak başka niteliklere haiz bölgelerde farklı manalarda kullanılmaktadır (Yapar, 2005: 74). İş hayatı yönünden bakıldığında, iş görenlerin hem başarımlarını hem de iş görme koşullarını geliştiren yöntemlere verimlilik adı verilmektedir. Verimlilik iş görenleri daha fazla ve daha iyi iş görmeye teşvik etmektedir (İştar, 2012: 9).

Bu gerekçeyle iş gücü verimliliği örgütlerin büyümeleri ve rakiplerine karşı üstünlük kurmaları, rekabet gücü oluşturmaları ve pazarda var olabilmeleri için oldukça önemlidir (Kurt, 2012: 1). "Bunun yanında örgütlerin başarısı ve devamlılığı insan faktörüne bağlıdır. Çünkü örgütlerde insanlar bilgi ve yetenekleri ile örgütü ayakta tutan öğelerdir. Bu bağlamda örgütlerin çalışanlarını her konuda korumaları örgüt verimliliği açısından oldukça önemlidir" (Özen, 2013: 75). Verimlilik kavramının son yüzyıl içerisindeki anlam ve işlevsel yönden gelişimi aşağıdaki gibi sıralanabilir (Suiçmez, 2002: 176):

- "Yirminci yüzyılın başlarında verimlilik mevcut kaynaklar ile daha çok üretim yapabilmek olarak tanımlanmıştır. Burada vurgu üretim üzerine kurulmuştur.
- İkinci dünya savaşının ardından verimlilikte temel amaç üretmek değil, kaliteli üretim yapmak haline gelmiştir. Bu nedenle temel amaç aynı kaynaklar ile hem daha fazla hem de daha kaliteli üretim yapmak olmuştur.
- 1970'li yıllara gelindiği zaman verimlilik hem iyi üretim yapmak hem de çalışanların daha iyi şartlarda çalışmasını sağlamak haline gelmiştir. Böylece verimliliğin boyutu genişlemiş, aynı girdiler ile daha insancıl bir çalışma ortamında daha iyi üretim yapabilmek ön plana çıkmıştır.
- Yakın geçmişte ise tüm dünyada çevreye karşı duyarlılık artmıştır. Çevresel olarak birçok risk ve tehdit insanların üretime bakış açılarını etkilemiştir. Bu nedenle günümüzde verimlilik, çevreyi ve doğal dengeyi bozmadan daha kaliteli mal ve hizmet üretmek haline gelmiştir."

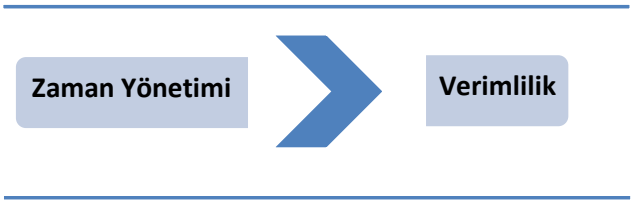
Örgütle uyum içerisine giren çalışanlar örgütsel verimliliğe artı değer ve olumlu performans sağlamaktadırlar. Örgüt içinde çalışan birey zaman içerisinde örgütün kültürüne ve iklimine uyum sağlar. Örgülerin hedeflerinin çalışanlar tarafından benimsenmesi örgütü hedeflerine yaklaştırır. Çalışan mesai arkadaşlarını, işin doğal yapısına ve sosyal çevresine olan uyumu örgütsel verimliliğe olumlu şekilde yansıyacaktır (Dinçer ve Fidan, 2003: 53).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklemi, araştırmanın sınırlılıkları, veri toplama araçları ifade edilmektedir.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma genel tarama modeli kapsamında yürütülmüştür. Araştırmanın değişkenlerini zaman yönetimi ve verimlik kavramları oluşturmaktadır. Bu araştırmada, çağrı merkezi çalışanlarının zaman yönetimi algıları ile verimlilik arasındaki ilişkinin incelenmesi nedeniyle araştırmada tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada zaman yönetimi ve verimliliğe ait ölçekleri kullanılarak çalışanların algıladıkları zaman yönetim algılarının verimlilik üzerindeki etkisi ölçülmek istenmiştir.



3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma için toplamda 150 anket dağıtılmış ankete 105 çalışan katılmış, bunlardan 1 yönetici, 5 tane takım lideri ve 99 çağrı merkezi müşteri temsilcisi katılmıştır. Ankete katılım oranı %70'tir. Çalışanların % 60'ını bay, % 40'nı bayan çalışanlardan oluşmaktadır. Çalışmanın örneklemi çalışmanın evreninden oluşmaktadır.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma mekânsal olarak Konya iliyle, sektör açısından özel sektör bankacılık çağrı merkezi çalışanları ile sınırlandırılmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan ölçeklerle ve 55 soru ile sınırlandırılmıştır. Çalışmaya ait elde edilen sonuçlar süre ve maliyet noktasında elde edilen veriler ve çalışma evreni (araştırma grubu) açısından geneli ifade ve temsil edemeyeceği için bu sınırlılıkta dikkate alınmalıdır. Araştırmaya katılanların eğitim ve kültürel algı düzeyleri arasındaki çeşitlilik sorulara farklı anlam yüklemelerini sebep olabilir. Bu yüzden ankete katılanların verdiği yanıtlar katılımcılardan kaynaklanan sebeplerden dolayı doğru olmayan cevaplar içerebilir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Ankette demografik bilgiler ile aşağıda açıklanan zaman yönetimi ve verimlilik ölçekleri kullanılmıştır.

- **Verimlilik Ölçeği:** Verimlilik ölçeği, "verimliliğe yönelik tutum ve performans algısına yönelik geçerlilik ve güvenilirliği önceden kanıtlanmış iki ayrı ölçekten oluşmaktadır. Verimliliğe ilişkin tutum ölçeği 16 sorudan oluşmaktadır." "Kocaçal'ın (2016) işletme çalışanlarında olumlu ve olumsuz düşüncenin İstanbul ilinde, iş gücü verimliliğine nasıl bir etki yaptığını araştırdığı çalışmasından örnek alınmıştır. Ölçek, 5'li Likert tarzında; "1" kesinlikle katılmıyorum, "2" katılmıyorum, "3" kısmen katılıyorum, "4"katılıyorum ve "5" kesinlikle katılıyorum şeklinde puanlanmaktadır. Ölçek puanlarının düşük olması, kişinin verimliliğe ilişkin tutumunun negatif olduğunu ifade etmiş olmaktadır, yüksek olması kişinin verimliliğe ilişkin tutumunun pozitif olduğunu ifade etmektedir. Verimlilik ölçeğini oluşturan performans algılama ölçeği, görevin performans değişkeninin ölçümü için Goodman ve Svyantek (1999) tarafından kurulan tek boyutlu görev performans ölçeği kullanılarak istifade edilmiştir."

- **Zaman Yönetimi Ölçeği:** Zaman Yönetimi ölçeği; Örücü vd. (2007) tarafından geliştirilen anket formudur. Katılımcıların araştırma ölçeğindeki zaman yönetimi sorularını beşli Likert ölçeğinde değerlendirmeleri istenmiştir. Zaman yönetimi ölçeğindeki sorular genelde negatif anlam taşıdığından, yüksek puanın olumlu cevabı temsil etmesi sağlanmıştır.

4. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünü ise elde edilen verilerin istatistiki açıdan analizleri ve açıklamaları oluşturmaktadır.

4.1.Demografik Bulgular

Araştırmaya konu olan çalışanların demografik bilgileri; cinsiyetleri, yaşları, çalışma saatleri ve iş tecrübeleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Demografik Özellikler	Kategori	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	63	60
	Kadın	42	40
Yaş	18-24	57	54
	25-34	47	44
	35-49	1	1
Çalışma Saati (Günlük)	1-5 saat	14	13
	5-8 saat	43	41
	8-10 saat	48	45,7
İş Tecrübesi	1 yıldan az	42	40
	1-3 yıl	55	52,4
	4-9 yıl	8	7,6

Demografik bilgilere ilişkin elde edilen analiz sonuçlarını göre katılımcıların;

- %60'ı erkek, %40'ı kadınlardan,
- %54'ü 18-24, %44'ü 25-34, %1'i 35-49 yaş aralığındaki çalışanlardan oluşmaktadır.
- Araştırmaya katılan kişilerin günlük çalışma saatlerine bakıldığında %13'ü 1-5 saat, %41'i 5-8 saat, %45,7'si 8-10 saat aralığında çalışmaktadırlar.
- Araştırmaya katılan kişilerin iş tecrübelerine bakıldığında, %40'ı 1 yıldan az, %52,4'ü 1-3 yıl arası, %7,6'sı 4-9 yıl aralığında tecrübeye sahip oldukları görülmektedir.

4.2.Faktör ve Güvenirlik Analizleri

Çalışmanın bu bölümünde faktör analizi ve ölçeklerin güvenirlik testleri yapılmıştır.

Tablo 2. Verimlilik Ölçeği

Faktör Açıklayıcılığı Toplam	0,62091
Verimlilik Ölçeği Güvenirlik Testi	0,795
KMO Ölçek Geçerliliği	0,767
Bartlett Küresellik Testi Ki Kare	942,119
R^2	0,132
***p* değeri**	0

Faktör analizi yapılmadan önce verilerin faktör analizine uygunluk "KMO ve Bartlett Sphericity" testiyle belirlenmiştir. "Çünkü veriler üzerinde faktör analizinin yapılabilmesi için KMO değerinin en az 0,60 olması ve Bartlett Sphericity testinin anlamlı çıkması önerilmektedir" (Büyüköztürk, 2004: 120). KMO Testi değeri 0,767 Bartlett Test of Sphericity testi değeri 942,119 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi yapabilmek için uygun olduğunu göstermiştir. Tablo 2'ye göre, faktör analizi testi sonucunda modelin toplam varyans açıklayıcılık değeri 62,091 çıkmıştır. Toplam varyans değerinin geçerli olabilmesi için alt sınır 0,60 olarak kabul edilmektedir. Bu değerin 0,60'tan yukarı çıkması beklenmektedir.

Tablo 3. Zaman Yönetimi Ölçeği

Faktör Açıklayıcılığı Toplam	0,63518
Zaman Yönetimi Ölçeği Güvenirlik Testi	0,795
KMO Ölçek Geçerliliği	0,716
Bartlett Küresellik Testi Ki Kare	912,539
R^2	0,132
***p* değeri**	0,00

KMO Testi değeri 0.716 Bartlett Test of Sphericity testi değeri 912,5399 olarak bulunmuştur. Bu da verilerin faktör analizi yapabilmek için uygun olduğunu göstermiştir.

4.3. Regresyon Analizi

Tablo 3 ve 4'te regresyon modelinin anlamlılık sonucunu gösteren Anova testi sonuçlarına ilişkin bağımlı değişkendeki (verimlilik) varyans model tarafından ne kadar iyi açıklandığını gösterir. Tablodaki anlamlılık değeri (*p* değeri) 0.05 değerinden ne kadar küçükse, regresyon modelinin bağımlı değişkendeki varyansı o kadar iyi açıkladığı anlaşılacaktır. Buna göre tablomuzda regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Tablo 4. Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Verimlilik

Bağımsız Değişkenler	**Beta**	**t değeri**	***p* değeri**
Zaman Yönetimi	0,363	3,949	0,000**
R=0,363 **R²**=0,132**F değeri**=15,597 ***p* değeri**=0,000**			

Yapılan basit doğrusal regresyon analiz sonuçlarına göre zaman yönetiminin verimlilik değişkenini pozitif yönde, β=0,363 gücünde ve anlamlı şekilde (p<0,05) etkilemektedir. R^2 değeri ise bağımlı değişken (verimlilik) değişimlerinin ne kadarının bağımsız değişken (zaman yönetimi) tarafından açıklandığını gösterir. Buna göre verimlilikteki %13'lük değişimin zaman yönetimine bağlı olduğu söylenebilir. R^2 bağımlı değişkendeki (verimlilik) varyansın ne kadarının bağımsız değişken (zaman yönetimi) tarafından açıklandığını gösterir. Buna göre verimlilikteki %13,2'lik varyansın zaman yönetimine bağlı olduğu söylenebilir. Bu değere göre verimlilikteki %13,2'lik varyansın zaman yönetimine bağlı olduğu görülmektedir. Zaman yönetimi toplam varyansının %13,20'si verimlilik değişkeni tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 4'te basit regresyon modeli katsayıları yer almaktadır. Tablodaki β=0,363 katsayısı zaman yönetimindeki bir birimlik standart sapma oranında artış olduğunda, verimliliğin standart sapmasında %36,3'lük artış olacağını göstermektedir.

4.4. Bağımsız Örneklem T-Testi

T-testi ile çalışanların verimlilik ve zaman yönetimi değişkenlerine yönelik algılarının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır.

Tablo 5. Bağımsız Örneklem T-Testi

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
V_Toplam	Equal variances assumed	,220	,640	-,254	103	,800	-,02183	,08587	-,19213	,14848
	Equal variances not assumed			-,259	93,774	,796	-,02183	,08417	-,18896	,14531
ZYR_Toplam	Equal variances assumed	,001	,972	-,296	103	,767	-,02205	,07436	-,16952	,12543
	Equal variances not assumed			-,298	89,564	,766	-,02205	,07398	-,16902	,12493

Tablo 5'te bulunan verilerimiz incelendiğinde V_Toplam'a ait sig. değerinin 0,640 çıktığı görülmüştür. Bu değerin 0,05 ten büyük olması durumunda sig. (2-tailed) kısmından ilk satıra bakılarak yeni değerin 0,800 olduğu anlaşılmıştır. Bu değere göre verimliliklerin kadın erkek arasında anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. ZYR_Toplam'a ait sig. değerinin 0,972 çıktığı görülmüştür. Bu değerin 0,05 ten büyük olması durumunda sig. (2-tailed)

kısmından ilk satır değeri olan 0,767 değeri baz alınarak zaman yönetimi algılarının kadın ve erkek arasında anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan regresyon analizi sonucunda değişkenler arası ilişkiyi gösteren değerinin β= 0,363 olduğu görülmektedir. Basit regresyon modeline göre iki değişken "Verimlilik ve Zaman Yönetimi" arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. R^2 değeri ise bağımlı değişken (verimlilik) değişimlerinin ne kadarının bağımsız değişken (zaman yönetimi) tarafından açıklandığını gösterir. Buna göre zaman yönetimi algılarının %13'lük değişimin verimlilik üzerindeki etkisindeki değişkenler arası anlamlı bir ilişkinin olduğunu bize gösterir.

Çağrı merkezleri müşterilere hizmet aktarırken zamanla yarış içerisinde faaliyet gösterirler. Çağrı merkezlerinin temel çalışma prensiplerinden en önemlisi en kısa sürede hızlı cevap ve çözüm üretmektedir. Yaptığımız araştırmadaki veriler çalışanların zaman yönetimi algılarının verimliliğe doğrudan katkı yaptığını gösterir niteliktedir. Zamanı doğru yönetmek yapılan işten alınacak verimliliği yüksek düzeyde kalmasını sağlayacaktır. Etkin bir zaman yönetiminin verimliliğe katkısı hem müşteri memnuniyeti hem de kişisel performans ve tatmin açısından oldukça önemlidir. Çağrı merkezinde zaman yönetimini verimli ve etkin kullanmak verimliliği artırmakta, değişkenler arası doğrusal ve pozitif yönlü ilişkiyi açıklamaktadır. Çalışmanın değişkenlerine (zaman yönetimi, verimlilik) kamu işletmelerinde (örneğin 112 çağrı merkezi) anketlerin veya benzer analizlerin yapılması bundan sonraki çalışmacılara, özel ve kamu sektörü yöneticilerine önerilir. Yapılan çalışmaların birbiriyle benzer ve ortak yönlerin ortaya çıkarılması literatüre yeni bir katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışmanın değişkenlerinin arasındaki ilişkiler farklı ölçekler ile yapılabilir. Örgütler çağrı merkezlerinde çalışanların motivasyonunu artırıcı faaliyetler, eğitimler vb. düzenlemeler yapmaları, çalışanların değerli olduklarını hissettirmeleri örgütün çalışandan alacağı verimi artırabilir. Çağrı merkezi çalışanlarına yönelik zaman yönetimi ve verimlilik boyutunda mutlaka çeşitli çalışmalar mevcuttur. "Çağrı Merkezi Çalışanlarının Zaman Yönetimi Algılarının Verimlilik Üzerine Etkisi" başlıklı bu çalışmanın sonuçları, zaman yönetimi ve verimlilik boyutu özelinde çalışacaklara olumlu katkı sağlayacak niteliktedir. Bunun yanı sıra konunun, değişik kurum veya kuruluşlarda araştırılması ile birtakım kısıtların giderilebileceği ve sonrasında literatüre katkı sağlayabilecek genel sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Allen, J. E. (1987). Beyond time management. Reading: Addison-Wesley Publishing.

Akatay, A. (2003). Örgütlerde zaman yönetimi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (10), 281-300.

Aksoy, B. (2012). Bilgi Teknolojileri ve Yeni Çalışma İlişkileri. Ege Academic Review, 12(3).

Arslan, Z. (2006). A'dan Z'ye çağrı merkezi dünyası: çağrı merkezi terimler sözlüğü. Vodasoft Bilişim Sistemleri Yayınları, İstanbul.

Atkinson, P. E. (1988). Achieving results through time management. (No Title).

Aytürk, N. (2007). Yönetim sanatı: etkili yönetim ve yöneticilik becerileri. Nobel Yayın Dağıtım.

Bagnara, S., & Marti, P. (2001). Human work in call centres: A challenge for cognitive ergonomics. Theoretical Issues in Ergonomics Science, 2(3), 223-237.

Bain, P., Watson, A., Mulvey, G., Taylor, P., & Gall, G. (2002). Taylorism, targets and the pursuit of quantity and quality by call centre management. New Technology, Work and Employment, 17(3), 170-185.

Benner, C. (2006). 'South Africa on-call': Information technology and labour market restructuring in South African call centres. Regional studies, 40(9), 1025-1040.

Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Pegem Atıf İndeksi, 001-214.

Covey, S. R., Merrill, A. R., & Merrill, R. R. (1995). First things first. Simon and Schuster.

Dinçer, Ö., & Fidan, Y. (2003). İşletme Yönetimine Giriş, İstanbul: Beta Yayınları.

Goodman, S. A., & Svyantek, D. J. (1999). Person–organization fit and contextual performance: Do shared values matter. Journal of vocational behavior, 55(2), 254-275.

Gümüş, M. (2002). GÜNÜMÜZÜN GELİŞEN SEKTÖRÜ ÇAĞRI MERKEZLERİ. Sakarya University Journal of Science, 6(2), 134-141.

Holman, D., Chissick, C., & Totterdell, P. (2002). The effects of performance monitoring on emotional labor and well-being in call centers. Motivation and Emotion, 26, 57-81.

İştar, E. (2012). Stres ve verimlilik ilişkisi. Akademik Bakış Dergisi, 33(1), 1-21.

Kocaçal, Ç. (2016). The Effect of Positive and Negative Thinking on Labor Productivity in Business Employees: Istanbul Province Case. Master Thesis, Beykent University, Istanbul.

Koch, R. (2011). The 80/20 Principle: The Secret of Achieving More with Less: Updated 20th anniversary edition of the productivity and business classic. Hachette UK.

İlge, K. (2010). ROL STRES KAYNAKLARI VE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE AMİRİN ALGILANAN SOSYAL DESTEĞİNİN ETKİSİ. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(1), 79-87.

Levinson, J.C. (1990). The ninety-minute hour. New York: Dutton.

Mackenzie, A. (1990). Time trap. New York: AMACOM.

Mackenzie, A. (1975). New time management methods for you and you staff. Chicago: The Dartnell Corporation.

Mancini, M. (1994). Time Management. Burr Ridge: Irwin Mirror Press.

Örücü, E., Tikici, M., & Kanbur, A. (2007). Farkli Sektörlerde Faalİyetlerİnİ Sürdüren İşletmelerde Zaman Yönetİmİ Üzerİne Ampİrİk Bİr Araştirma: Bursa İlİ Örneğİ. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(20), 9-31.

Özen, H. Ö. (2013) Çalışanların Cinsiyetine Göre Örgütsel Stresten Etkilenme Düzeyleri: Zonguldak İlinde Görevli Hemşireler Üzerinde Bir Araştırma, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 2013, S. 8, s. 74-95.

Smith, D.P. J (1995). Research design and the structure of chapter one of a script, dissertation or thesis. A Monograph, Rand Afrikaans University, Johannesburg.

Suiçmez, H. (2002) 'Verimlilik ve Etkinlik Terimleri'', Mülkiye Dergisi, 26(234), 2002, 169-183.

Ulubeyli, S. (2004). İnşaat sektöründeki işgücü verimliliğinin proje süresine etkisi ve maliyet analizi (Master's thesis, Akdeniz Üniversitesi).

Yapar, T. (2005). Motivasyonun iş verimliliği üzerine etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Tüfekçioğlu, E. Y. (2015). 3 Farklı bölgedeki çağrı merkezi çalışanlarında genel sağlık durumu ve tükenmişlik düzeyi. Halk Sağlığı Uzmanlık Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİNDE YEREL YÖNETİMLER: TÜRKİYE İLE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ

Doç. Dr. Sefa USTA

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, 0000-0003-3846-7987

Öğr. Gör. Gökhan BİLİCİ

Selçuk Üniversitesi, 0000-0001-8446-1928

ÖZET

Türkiye'nin de üyesi olduğu, Türk Devletleri Teşkilatına gözlemci statüsünde yer alan ülkelerden birisi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetidir. Türk Devletleri Teşkilatına üye ve gözlemci ülkeler arasında etkileşim önem arz etmektedir. Üye ülkeler ile birlikte gözlemci statüsündeki ülkeler arasında ekonomik, ticari, siyasi yönden gerçekleştirilen işbirliğinin idari yönden de gerçekleştirilmesinin önemi yadsınamaz bir gerçektir. Türk Devletleri Teşkilatına üye ve gözlemci ülkelerin yerel yönetim sistemlerinin irdelenmesi ve ülkeler arasında etkileşimin sonucunda politika transferinin ortaya konulmasının gerekliliği düşüncesinden hareketle hazırlanan çalışmanın temel amacı, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yerel yönetimlerin görev ve faaliyet alanlarının irdelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanacak çalışmada öncelikle, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti hakkında genel bir bilgi verilerek, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin siyasal ve yönetsel yapısı incelenecektir. Bu kapsamda, yasama, yürütme ve yargı erkleri genel hatları ile değerlendirilerek, kamu yönetimi sistemi içerisinde yerel yönetimlerin organları, faaliyet alanları, görev ve yetkileri ele alınacaktır. Çalışma Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin yerel yönetim sistemlerinin genel bir karşılaştırması ile sonuçlandırılacaktır. Çalışmada, karşılaştırmalı analiz yönteminden yararlanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Yönetimi, Yerel Yönetimler, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Türkiye, Türk Devletleri Teşkilatı

LOCAL GOVERNMENTS IN THE TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS: A COMPARATIVE ANALYSIS WITH TÜRKİYE

ABSTRACT

The Turkish Republic of Northern Cyprus is one of the countries that has observer status in the Organization of Turkish States, of which Türkiye is also a member. The interaction between the member and observer countries of the Organization of Turkish States is important. It is an undeniable fact that the economic, commercial and political cooperation between the member states and the observer countries is also important in administrative terms. The main purpose of the study, which was prepared with the idea of examining the local government systems of the member and observer countries of the Organization of Turkish States and the necessity of revealing the policy transfer as a result of the interaction between the countries, is to examine the duties and fields of activity of local governments in the Turkish Republic of Northern Cyprus. In the study to be prepared for this purpose, first of all, a general information about the Turkish Republic of Northern Cyprus will be given and the political and administrative structure of the Turkish Republic of Northern Cyprus will be examined. In this context, the legislative, executive and judicial powers will be evaluated in general terms and the organs, fields of activity, duties and authorities of local governments within the public administration system will be discussed. The study will be concluded with a general comparison of the local government systems of Türkiye and the Turkish Republic of Northern Cyprus. In the study, comparative analysis method will be used.

Keywords: Public Administration, Local Governments, Turkish Republic of Northern Cyprus, Türkiye, Organization of Turkish States

GİRİŞ

Devlet tipolojileri ve siyasal sistemler belirlenirken kuvvetler ayrılığı ve kuvvetler birliği ilkelerine göre bir ayrım yapılmaktadır. Kuvvetler birliği ilkesi kendi içerisinde, yürütme organında birlik ve yasama organında birlik olmak üzere ikili bir ayrıma gitmektedir. Montesquieu Kanunların Ruhu adlı eserde kuvvetler ayrılığı düşüncesini savunmuştur. Kuvvetler ayrılığı ilkesine göre siyasal sistemlerde sert kuvvetler ayrılığı ve yumuşak kuvvetler ayrılığı şeklinde ikili bir ayrıma gidilmekte, sert kuvvetler ayrılığı ilkesinin yansıması olan

hükümet sistemi başkanlık sistemi olarak adlandırılmaktadır. Parlamenter sistem ve yarı başkanlık sistemi ise yumuşak kuvvetler ayrılığına örnek olarak değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan devletler mukayeseli olarak incelendiğinde, üniter devlet ve federal devlet ayrımına yer verildiği de görülmektedir. Bileşik devlet olarak da nitelendirilen federal devletlerde, federal devletin altında yasama, yürütme ve yargı organlarına sahip olan federe devletlerin varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Tekçi devlet olarak ifade edilen üniter devletlerde ise yasama, yürütme ve yargıda birlik ilkesi egemen olmaktadır.

Karşılaştırmalı kamu yönetimi alanında bir diğer genel ayrım, merkeziyetçi ve adem-i merkeziyetçi yönetim anlayışlarının egemen olduğu devlet biçimleridir. Yetkinin merkezde toplandığı, merkezden kararlar alınıp, politikaların belirlendiği devletler merkeziyetçi yönetim anlayışına sahiptirler. Adem-i merkeziyetçi yönetim anlayışına sahip devletlerde, yetki merkezden yerele doğru aktarılmış ve kararların alınması ve politikaların belirlenmesinde yerel yönetimlere önemli yetkiler verilmiştir. Yerel düzeyde demokrasinin temelini oluşturan ve halka en yakın yönetim birimleri olarak değerlendirilen yerel yönetim kuruluşları adem-i merkeziyetçi yönetim anlayışının uygulanmasında en önemli aktörlerdir.

Buradan hareketle hazırlanan çalışmada tarihsel süreçte çok önemli bir konuma ve jeo-stratejik önemi sahip olan ve 15 Kasım 1983 yılında resmi olarak kurulan üniter devlet yapısına sahip olan Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin yönetsel ve siyasal yapısının irdelenerek, KKTC Anayasası başta olmak üzere yasal düzenlemelerde yasama, yürütme ve yargı erklerinin nasıl düzenlendiği incelenecektir. Bu bağlamda, KKTC'nin yönetsel sistemi merkezi ve taşra teşkilatı ekseninde kısaca ele alınarak, yerel yönetim yapısı değerlendirilecektir. Çalışmada son olarak, Türkiye ve KKTC'nin siyasal ve yönetsel yapıları ve yerel yönetim sistemleri karşılaştırmalı olarak tablolar halinde analiz edilmektedir.

1. Sosyo Ekonomik ve Demografik Yapısı

1571 yılında Kıbrıs'ın fethinden sonra 307 yıl boyunca Osmanlı egemenliğinin hüküm sürdüğü Kıbrıs'ın idaresi 1878 yılında Osmanlı Devleti'nde hükümranlık hakkı kalmak koşulu ile İngiltere'ye devredilmiştir. Birinci Dünya Savaşının getirdiği süreçte, İngiltere tek taraflı bir karar alarak Kıbrıs adasını ilhak etmiş ve Türkiye'de 1923 yılında kabul edilen Lozan Anlaşması ile ada üzerindeki İngiliz egemenliği kabul etmiştir. 1931 yılından sonra Kıbrıs ile ilgili ENOSİS söylemleri eyleme dönüştürülerek, İkinci Dünya Savaşı sonrasında hız kazanmıştır. 1954-1958 yılları arasında self determinasyon beklentisi ile Yunanistan Birleşmiş

Milletlere başvurmuş fakat sonuç elde edememiştir. Bu süreçte EOKA terör örgütünün Kıbrıs Adasındaki Türklere yönelik terör saldırıları artmıştır. Türkiye ile Yunanistan 1959 yılında Zürihte anlaşmaya varmış ve İngiltere Londra iki devletin onayını almıştır. Uluslararası anlaşmalar uyarınca, 1960 yılında Kıbrıs Cumhuriyeti kurulmuş ve anayasa kaleme alınarak, Kıbrıslı Türk ve Rum haklarının eşit siyasi hak ve statüsüne kazanması kayıt altına alınmıştır. 1963 yılında Kıbrıslı Rumlar anayasayı tek taraflı güç kullanarak feshetmiş ve Kıbrıs Cumhuriyeti ortadan kaldırılmıştır. Süreç içerisinde, EOKA'nın eylemleri devam etmiş ve 1974 yılının 20 Temmuz'unda Barış Harekâtı, Türkiye tarafından başlatılmıştır (mfa.gov.tr, 2023).

1974 yılındaki Kıbrıs Barış Harekâtından sonra, 1975 yılında bugünkü Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin temellerini oluşturan Kıbrıs Türk Federe Devleti oluşturulmuştur. Süreç içerisinde iki toplum arasında barış görüşmeleri başlaması için Birleşmiş Milletler devreye girmiş ve Viyana Görüşmeleri adı altında toplantılar yapılmıştır. Süreç içerisindeki, Tum tarafı ile Türk tarafı arasında belli aralıklarla müzakereler gerçekleştirilmiştir. 1975-1983 yılları arasında Kıbrıs Türk Federe Devleti adada hüküm sürmüştür. Süreç içerisinde Rum tarafının uzlaşmaz tavrı sebebiyle 15 Kasım 1983 tarihinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin kuruluşu ilan edilmiştir (Coşkun, 2018).

Kıbrıs, Akdeniz'in en büyük adaları arasındadır. Sıralamada Sicilya ve Sardunya'dan sonra üçüncü büyük ada olarak yer almaktadır (https://pio.mfa.gov.ct.tr/, 2023; https://tr.wikipedia.org/, 2023):

> Kuzey Kıbrıs'ın kuzeyinde 70 km mesafe ile Türkiye, doğusunda 102 km mesafe ile Suriye, 165 km ile Lübnan; güney doğusunda 233 km ile İsrail, güneyinde Güney Kıbrıs Rum Yönetimi ve 347 km ile Mısır; kuzey batısında ise 835 km ile Yunanistan yer almaktadır. Toprakları kuzeyde Dipkarpaz, batıda Güzelyurt, güneyde de Akıncılar'a doğru yayılır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ile Kıbrıs Cumhuriyeti toprakları arasında Birleşmiş Milletler'in kontrolünde tampon bölge bulunmaktadır. KKTC'nin toplam yüzölçümü 3242 km²'dir. 20 Başkent Lefkoşa'dır. Diğer ilçeleri Gazimağusa, Girne, Güzelyurt, Yeni İskele ve Lefke'dir. Kuzey Kıbrıs'ın iklimi tipik bir Akdeniz iklimidir.

Nüfusu 2022 yılı verilerine ülkenin nüfusu 382.836'dır (https://tr.wikipedia.org/, 2023). Kıbrıs'ta ayrıca Ermeni, Maruni ve Latin dini grupları bulunmaktadır. Kıbrıs Adası Türkiye'ye 71 km, Yunanistan'a ise 900 km. uzaklıktadır. Adanın yüzölçümü 9251 km2, KKTC yüzölçümü adanın %35,04'üne tekabül eden 3241 km2, GKRY yüzölçümü 5509 km2 (%59,56), İngiliz üslerinin yüzölçümü ise 256,01 km2'dir. Ara bölge ise 244,04 km2'lik bir sahayı kaplamaktadır (mfa.gov.tr, 2023).

Tablo 1: KKTC'nin Sosyo-Demografik Yapısı

Resmi adı	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
Yönetim şekli	Anayasal Cumhuriyet
Başkent	Lefkoşa
İdari yapı	Üniter Devlet- Merkeziyetçi Yönetim
Hükümet Sistemi	Yarı Başkanlık Sistemi
Yüzölçümü	3355 km2
Nüfus	382.836
Resmi Dil	Türkçe
Para Birimi	Türk Lirası

Kaynak: https://tr.wikipedia.org/, 2023; mfa.gov.tr, 2023; https://pio.mfa.gov.ct.tr/, 2023

2022 yılı verilerine göre KKTC'nin nüfusu 382.836'dır. Nüfus yoğunluğu km2 başına 114 kişidir. GSYİH kişi başına nominal olarak 10.055 $'dır. Ülkenin para birimi Türk Lirasıdır. Başkenti Lefkoşa olan ülke üniter devlet sistemi ile yönetilmekte, merkeziyetçi bir yönetim anlayışı hüküm sürmektedir. Anayasal Cumhuriyet olan ülkede hükümet sistemi olarak yarı başkanlık sistemi uygulanmaktadır (https://tr.wikipedia.org/, 2023).

2. Siyasal ve Yönetsel Yapı

Ülkenin siyasal ve yönetsel sistemini belirleyen, yasama, yürütme ve yargı erklerini düzenleyen Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Anayasası 1985 yılında yürürlüğe girmiş ve halen yürürlüktedir. 5 Mayıs 1985 tarihinde halkoylamasına sunulup kabul edilen anayasa, Resmi Gazetede yayımlanmış ve kabul edilmiştir. Anayasanın başlangıcında, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin tarihsel süreç içerisinde geçirdiği evreye yer verilmiştir. Anayasanın dibacesinde, "insan hak ve özgürlüklerine, hukukun üstünlüğüne, çok partili, demokratik, laik ve sosyal hukuk devletine" atıf yapılmıştır.

Devletin şekli ve niteliklerinin düzenlendiği ilk kısımda, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Devleti, demokrasi, sosyal adalet ve hukukun üstünlüğü ilkelerine dayanan laik bir Cumhuriyettir" (md.1) denilmiştir. Madde 2'de devletin bütünlüğü, resmi dili, bayrağı, ulusal marşı ve başkenti madde 3'te ise egemenlik hakkı düzenlenmiştir

- Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Devleti, ülkesi ve halkı ile bölünmez bir bütündür. Resmi dil Türkçedir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Bayrağı ve Ulusal Marşı yasa ile belirlenir. Cumhuriyetin başkenti Lefkoşa'dır (md.2)
- Egemenlik, kayıtsız şartsız Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti yurttaşlarından oluşan halkındır. Halk, egemenliğini, Anayasanın koyduğu ilkeler çerçevesinde, yetkili organları eliyle kullanır. Halkın hiçbir zümresi, kesimi ve kişisi, egemenliği kendine mal edemez. Hiçbir organ, makam veya merci, kaynağını bu Anayasa'dan almayan bir yetki kullanamaz.

1985 yılında kabul edilen anayasanın 4. Maddesinde, "Yasama yetkisi, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti halkı adına Cumhuriyet Meclisinindir". Anayasanın üçüncü kısmı yasama konusunu ve Cumhuriyet Meclisini düzenlemektedir (Md.77—Md. 98).

- Cumhuriyet Meclisi, elli milletvekilinden oluşur (md.77).
- Cumhuriyet Meclisinin görev ve yetkileri, yasa koymak, değiştirmek ve kaldırmak; Bakanlar Kurulunu ve bakanları denetlemek; Bütçe ve kesin hesap yasa tasarılarını görüşmek ve kabul etmek, para basılmasına ve savaş ilanına karar vermek, uluslararası antlaşmaların onaylanmasını uygun bulmak; kalkınma planlarını onaylamak; genel ve özel af ilanına, mahkemelerce verilip kesinleşen ölüm cezalarının yerine getirilmesine karar vermek ve Anayasanın diğer maddelerinde öngörülen yetkileri kullanmak ve görevleri yerine getirmektir (md.78)
- Cumhuriyet Meclisi seçimleri, beş yılda bir yapılır (md.79).
- Cumhuriyet Meclisi dokunulmazdır (md.80). Milletvekilleri, Cumhuriyet Meclisi çalışmalarındaki oy ve sözlerinden, bunları dışarıda tekrarlamaktan veya açığa vurmaktan sorumlu tutulamazlar (yasama dokunulmazlığı (md.84).
- Cumhuriyet meclisinin bilgi edinme ve denetim yetkileri içerisinde; soru, genel görüşme, meclis araştırması, meclis soruşturması ve güven oylaması yer almaktadır (md.96)

Anayasaya göre Yürütme yetkisi ve görevi, Cumhurbaşkanı ve Bakanlar Kurulu tarafından Anayasa ve yasalara uygun olarak kullanılır ve yerine getirilir (md.5). Anayasanın dördüncü kısmı yürütme başlığını taşımaktadır. Cumhurbaşkanının seçimi, görev yetki ve sorumlulukları düzenlenmiştir (md. 99-md.105):

- Cumhurbaşkanı halk tarafından 5 yıllığına seçilmektedir. Cumhurbaşkanın resmi görevleri dışında hiçbir iş yapamayacağı, devlet veya kamu kurumlarının herhangi bir yüklenme işini kabul edemeyeceği hükme bağlanmıştır (md.99). Diğer taraftan, "Cumhurbaşkanı partili ise, partisinin kararları ile bağlı değildir, bağımsız hareket eder. Cumhurbaşkanlığı ile parti başkanlığı aynı kişide birleşemez" (md.101). Cumhurbaşkanın görev ve işlemlerinden dolayı sorumluğu yoktur. Vatana ihanet dışında yargılanamaz (md.103).
- Cumhurbaşkanın görev ve yetkileri 102. Maddede sayılmıştır. (1) Cumhurbaşkanı Devletin başıdır. Bu sıfatla, Devletin ve toplumun birliğini ve bütünlüğünü temsil eder. (2) Cumhurbaşkanı, Cumhuriyet Anayasasına saygıyı, kamu işlerinin kesintisiz ve düzenle yürütülmesini ve Devletin devamlılığını sağlar. (3) Cumhurbaşkanı, Cumhuriyet Meclisi adına Cumhuriyet Silahlı Kuvvetleri Başkomutanlığını temsil eder. (4) Cumhurbaşkanı, bu Anayasa ve yasalarla

kendisine verilen diğer yetkileri kullanır ve görevlerini tarafsız olarak yerine getirir.

- Cumhurbaşkanının hastalık veya yurt dışına çıkma gibi nedenlerle geçici olarak görevinden ayrılması halinde, görevine dönünceye kadar, herhangi bir nedenle Cumhurbaşkanlığının boşalması halinde de yenisi seçilinceye kadar, Cumhuriyet Meclisi Başkanı, Cumhurbaşkanlığına vekillik eder.

1985 Anayasasının yürütmenin ikinci kanadı olan bakanlar kurulunun oluşumundan, görev, yetki ve sorumlulukları ve diğer hususlar düzenlenmiştir (md.106-112)

- Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu, Başbakan ve bakanlardan oluşur. Başbakan, bu madde kuralları çerçevesinde, Cumhurbaşkanınca, milletvekilleri arasından görevlendirilir. Cumhurbaşkanı, Bakanlar Kurulunu kurma görevini, güvenoyu alabilecek bir grup başkanına veya milletvekiline verir. Bakanlar, milletvekili olmayan kişiler arasından da atanabilir. Ancak bu gibi kişilerin milletvekili seçilme niteliklerine sahip olması gerekir. Başbakan ve bakan olan milletvekilleri, Cumhuriyet Meclisi üyeliğini kaybetmezler. Bakanlar Kuruluna Cumhuriyet Meclisi dışından girmiş olan bakanları yasama dokunulmazlığından aynen yararlanırlar. fakat Cumhuriyet Meclisinde oy kullanamazlar (md.106).
- Cumhurbaşkanınca atanan Bakanlar Kurulunun listesi, tam olarak, Cumhuriyet Meclisine sunulur. Programın Cumhuriyet Meclisinde okunmasından sonra güvenoyuna başvurulur. Güvenoyu alan bakanlar kurulu görevine başlar (md.109).
- Ekonomik konularda, ivedilik varsa, Bakanlar Kurulu yasa gücünde kararname çıkarabilir. Yasa gücünde kararname, Resmî Gazete ‘de yayımlanarak yürürlüğe girer ve aynı gün, gerekçesi ile birlikte Cumhuriyet Meclisine sunulur (md.112).
- Başbakanın görev ve sorumlukları md 107’de düzenlenmiştir. (1) Başbakan, bakanlıklar arası iş birliğini, Bakanlar Kurulunun genel siyasetinin yürütülmesini ve yasaların uygulanmasını sağlar. (2) Başbakan, bakanların görevlerinin Anayasa ve yasalara uygun olarak yerine getirilmesini gözetmek, Bakanlar Kurulunun çalışma düzenini ve disiplinini sağlamak ve düzeltici önlemleri almakla yükümlüdür. (3) Başbakan, Bakanlar Kurulunun programından ve uygulanmasından veya önemli bir politika girişiminden, Cumhuriyet Meclisine karşı sorumludur. (4) Bakanlar Kuruluna Başbakan başkanlık eder. Cumhurbaşkanı gerekli gördüğü hallerde veya Başbakanın istemi üzerine Bakanlar Kuruluna başkanlık edebilir. Cumhurbaşkanı oy kullanamaz. (5) Başbakan, resmi görevleri dışında başka bir iş yapamaz; Devletin ve kamu kuruluşlarının herhangi bir yüklenme işini doğrudan doğruya veya dolaylı olarak kabul edemez. Başbakanın maaşı, temsil ve hayat pahalılığı ödeneği ve yollukları yasa ile düzenlenir. (6) Başbakan bu Anayasa ve yasalarla kendisine verilen diğer yetkileri kullanır ve görevleri yerine getirir.
- Bakanlıklar, Anayasanın öngördüğü sayı ve ilkelere uygun olarak Başbakanın önerisi ve Cumhurbaşkanının onayı ile Resmî Gazete ‘de yayımlanacak bir kararname ile kurulur ve kaldırılır. Ancak, böyle bir kararname, ilgili Başbakanın güvenoyu alması halinde yürürlüğe girer. Bakanlık sayısı hiçbir halde onu aşamaz. Bakanlık merkez örgütünün kuruluşu ve hangi dairelerin ve hizmet birimlerinin hangi bakanlığa bağlanacağı, yasanın öngördüğü ilkelere uygun olarak çıkarılacak tüzükle düzenlenir (md.108).
- Her bakan, Başbakana karşı sorumlu olup, ayrıca kendi yetkisi içindeki işlerden ve emri altındakilerin eylem ve işlemlerinden sorumludur. Her bakan, bakanlık

merkez örgütü ile bakanlığına bağlı dairelerin ve hizmet birimlerinin en üst hiyerarşik amiridir (md. 110).

Yargı yetkisi, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti halkı adına bağımsız mahkemelerce kullanılmaktadır (md.6). Anayasanın 5. Kısmı yargı başlığını düzenlemiştir (md. 136- md.158).

- Yargıçlar, görevlerinde bağımsızdırlar, Anayasaya, yasaya ve hukuka uygun olarak vicdani kanaatlarına göre hüküm verirler. Hiçbir organ, makam, merci veya kişi yargı yetkisinin kullanılmasında, mahkemelere ve yargıçlara emir ve talimat veremez; genelge gönderemez, tavsiye ve telkinde bulunamaz (md. 136). Yargıç güvencesi 137. Maddede düzenlenmiştir.
- Anayasanın 143. Maddesine göre yüksek mahkeme; Anayasa Mahkemesi, Yüce Divan, Yargıtay ve Yüksek İdare Mahkemesi görevlerini yapar.
- Yüce Divan görevini taşıyan Anayasa Mahkemesi bu Anayasa, yasa ve Mahkeme Tüzüğü kurallarında gösterilen bütün konularda kesin olarak karar vermek hususunda münhasır yargı yetkisine sahiptir. Anayasa Mahkemesi, yürürlükteki mevzuat çerçevesinde, Cumhurbaşkanını, Başbakanı ve bakanları, ilgili suçlarından dolayı Yüce Divan sıfatıyla yargılar. Yasaların anayasaya uygunluğunu denetler. Anayasa Mahkemesinin vereceği kararlar kesindir. Kararlar, gerekçesi yazılmadan açıklanamaz (md. 144-150)

Başkentteki yardımcı kuruluşlar ise Sayıştay, Cumhuriyet Güvenlik Kurulu, Devlet Planlama Örgütü'dür (Çeliksoy, 2021). Türkiye'deki Milli Güvenlik Kuruluna benzer şekilde, Cumhuriyet Güvenlik Kurulu anayasanın 111. Maddesinde düzenlenmiştir.

- Cumhuriyet Güvenlik Kurulu, Cumhurbaşkanının başkanlığında, Cumhuriyet Meclisi Başkanı, Başbakan, Savunma, İçişleri ve Dışişleri Bakanları ile Silahlı Kuvvetler Komutanı ve Emniyet Genel Müdüründen kurulur.Kurulun, Devletin varlığı ve bağımsızlığı, ülkenin bütünlüğü ve bölünmezliği, toplumun huzur ve güvenliğinin korunması hususunda alınmasını zorunlu gördüğü önlemlere ait kararlar, Bakanlar Kurulunca öncelikle dikkate alınır (md.111).

Türkiye'deki Kamu Denetçiliği Kurumuna benzer şekilde Yüksek Yönetim Denetçisi (Ombudsman) (md. 114).

- Yönetimin herhangi bir hizmet veya eyleminin, yürürlükteki mevzuata ve mahkeme kararlarına uygun olarak yapılıp yapılmadığını veya herhangi bir yürütsel veya yönetsel birim veya görevli tarafından veya onlar adına yapılan herhangi bir hizmet veya eylemi denetlemek, soruşturmadaki yetkililere rapor sunmak veya yasada belirlenecek diğer görevleri yerine getirmek amacı ile, Cumhurbaşkanlığınca, Meclisin onayı ile, bir Yüksek Yönetim Denetçisi atanır. Yargı organları ile dış politikayı ve ülke savunmasını ilgilendiren konular Yüksek Yönetim Denetçisinin yetki alanı dışındadır (md.114).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Ülkesi, merkezi yönetim kuruluşu bakımından, coğrafya durumuna, ekonomik koşullara ve kamu hizmetlerinin gereklerine göre yasa ile belirlenen bölümlere ayrılır (md.116).

Merkezi idarenin taşra teşkilatlanması 2/2017 sayılı Mülki Yönetim ve Bölümleri (Değişiklik) Yasası ile düzenlenmiş ve bu yasa 33/1998 sayılı Mülki Yönetim ve Bölümleri Yasası'nın bazı kısımlarında değişiklikler getirmiş, bu yasayı yürürlükten kaldırmıştır. 2/ 2017 sayılı yasa ile mülki taksimat 6 ilçe ile 12 bucağa ayrılmıştır (Çeliksoy, 2021:586):

- Bu yasa ile Lefkoşa ilçesi içerisinde Lefkoşa Bucağı ve Değirmenlik Bucağı, Gazimağusa ilçesi içerisinde Gazimağusa Bucağı, Geçitkale Bucağı ve Akdoğan Bucağı, Girne ilçesi içerisinde Girne Bucağı ve Çamlıbel Bucağı, Güzelyurt ilçesi içerisinde Güzelyurt Bucağı, İskele ilçesi içerisinde İskele Bucağı, Mehmetcik Bucağı ve Yeni Erenköy Bucağı, Lefke ilçesi içerisinde Lefke Bucağı yer almaktadır. Lefke bu yasa ile ilçe statüsüne alınmıştır

İlçeler ve bucaklar taşra birimleri olup kaymakamlar ile bucak sorumlularının idaresindedirler. Kaymakamlar Devletin ilçe sınırları içerisindeki en yüksek mülki ve idari amiri olarak görev yapmaktadır. İlçe yönetimindeki en üst düzey yönetici kaymakamdır, Kaymakamlar İçişleri Bakanlığına bağlı olarak görev yapar. Bucakların başında bucak sorumlusu görev yapmaktadır. Bucak sorumlusunun hem yerel hizmetlerin etkinliğinin sağlanması hem de bakanlıklar ile bucaklar arasındaki ilişkilerin koordine edilmesi noktasında sorumluluğu bulunmaktadır. (Erengin, 2019; Çeliksoy, 2021:586-587).

3. Yerel Yönetimler

Anayasanın 113. Maddesine göre, devlet yönetimi kuruluş ve görevleriyle bir bütündür ve yasa ile düzenlenir. Devlet yönetiminin kuruluş ve görevleri merkezden yönetim ve yerinden yönetim esaslarına göre yürütülür. Anayasanın 119. Maddesinde yerel yönetimlere yönelik şu hükümlere yer verilmiştir:

- Yerel yönetimler, bölge, belediye veya köy ve mahalle halkının yerel ortak gereksinmelerini karşılamak üzere kuruluş ilkeleri yasa ile belirtilen ve karar organları seçimle oluşturulan kamu tüzel kişileridir.
- Yerel yönetimlerin kuruluş ve görevleri ile yetkileri, yerinden yönetim ilkesine uygun olarak yasa ile düzenlenir.
- Yerel yönetim organlarının seçimleri 68. maddedeki ilkelere uygun olarak dört yılda bir yapılır.
- Seçme yaşı 18, seçilme yaşı 25'tir. Seçilebilmek için en az üç yıldan beri daimî ikametgahı Kuzey Kıbrıs'ta olmak ve yurt ödevini yerine getirmiş bulunmak koşuldur. Seçimler ve halkoylamaları, serbest, eşit, gizli, tek dereceli, genel oy, açık sayım ve döküm ilkelerine uygun olarak yapılır (md. 68)

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde toplam 127 köy bulunmakta iken 2008 yılında köylerin tüzel kişilikleri kaldırılarak belediyelere katılmıştır. Anayasada izin verilmesine rağmen bölge

yönetimi kurulmamıştır ve Kuzey Kıbrıs'ın ölçeği dikkate alındığında böyle ihtiyaç da bulunmadığı değerlendirilmektedir (TEPAV, 2012: 8).

KKTC'de yerel hizmetler, belediyeler, belediye olmayan yerleşim birimlerinde ise muhtarlıklar eliyle yürütülmektedir. Belediyelerin yasal dayanağı, 51/1995 sayılı Belediyeler Yasasıdır. Bu yasa öncesinde, 15/1980 sayılı Belediyeler Yasası yürürlükte idi. 1995 yılında kabul edilen 51/1995 sayılı Belediyeler Yasasına göre "kent" nüfusu 5001 veya daha fazla olan beldeleri anlatır. Ancak ilçe merkezleri, nüfuslarına bakılmaksızın kent sayılırlar (Başbakanlık Devlet Planlama Örgütü, 2022). 51/1995 sayılı Belediye Kanunu, belediyelerin kuruluşu belediyelerin konular itibariyle görev, yetki ve sorumluluklarını, belediye teşkilatını ve belediye gelirlerini detaylı olarak düzenlemiştir Belediyeler Kanununda belediye kurulmasına yönelik düzenlemeler şu şekildedir (Md. 6) (TEPAV, 2012: 5):

- Nüfusu 5.000'i aşan yerleşim birimlerinde belediye kurulması zorunludur. Bir veya birden fazla yerleşim yerinde belediye kurulabilmesi için nüfusun 2000'den fazla olması yeni kurulacak beldenin merkezinin diğer belde merkezine en az 5.000 metre uzaklıkta olması şarttır. Belediye kurulması istenen yerde referandum sonucu olumlu olması halinde Bakanlar Kurulu kararı ile o yerde belediye kurulur

51/1995 sayılı Kanuna göre, Belediye seçimleri 4 yılda bir gerçekleştirilir. Belediyenin organları, belediye başkanı, belediye meclisidir (Başbakanlık Devlet Planlama Örgütü, 2022; Çeliksoy, 2021:588):

- Belediye Meclisi: Belediye Meclisi Belediyenin genel karar organıdır. Belediye Meclisi, değiştirilmiş şekliyle 5/1976 sayılı Seçim ve Halkoylaması Yasası kurallarının öngördüğü esaslara göre halk tarafından dört yılda bir yapılan seçimde seçilen üyelerden oluşur.
- Belediye Başkanı: Belediye Başkanı, Belediyenin yürütme organı ve Belediye tüzel kişiliğinin temsilcisidir. Belediye Başkanı, Belediye Meclisinin Başkanıdır. Oylamada eşitlik halinde ikinci oy hakkı vardır. Belediye Başkanı değiştirilmiş şekliyle 5/1976 sayılı Seçim ve Halkoylaması Yasası kurallarına uygun olarak dört yılda bir yapılan seçimle belirlenir

Belediye meclisi kararları herhangi bir makamın onayına tabi değildir. Ancak belediye bütçeleriyle alt ve üst sınırı Kanunla belirlenmiş olan vergi, resim ve harçların tahsiline ilişkin tüzüklerin Bakanlar Kurulunca onaylanması gerekir. Belediye Kanunun 15 inci maddesinde, beldenin gelişmesi ve belde halkının esenlik, refah ve mutluluğu konusunda ortak yerel gereksinimlerin belediyeler tarafından çağdaş bir anlayış ve demokratik bir tutum ile ele alınıp karşılanması gerektiği belirtilmektedir. Kanunun 16-23'üncü maddelerinde belediyelerin görevleri şu şekilde sıralanmıştır (TEPAV, 2012: 5; Çeliksoy, 2021: 588):

- Belediyelerin sağlık ve sosyal yardımla ilgili görevleri

- Belediyelerin imara ilişkin görevleri
- Belediyelerin ekonomi ve çalışma yaşamına ilişkin görevleri
- Belediyelerin esenlik ve güvenlikle ilgili görevleri
- Belediyelerin eğitim, kültür ve turizme ilişkin görevleri
- Belediyelerin tarıma ilişkin görevleri
- Belediyelerin ulaşıma ilişkin görevleri
- Belediyelerin diğer görevleri

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Belediyeler üç tür mali kaynağa sahiptir (Başbakanlık Devlet Planlama Örgütü, 2022):

- Yerel kaynaklardan elde edilen öz gelirlerdir. Bunlar belediye yönetimlerine tahsil etme yetkisi tanınmış vergiler, harçlar, katılım payları, ücretler ve belediyelere ait taşınmazların satılması ve kiralanması yoluyla elde ettiği gelirler ile işletme karlarıdır.
- İkincisi transfer niteliği taşıyan gelirlerdir. Bu kaynak, merkezi yönetim gelirlerinden aldığı katkı payı, yardım, bağış ve borçlanmalardan oluşmaktadır.
- Üçüncü gelir kaynağı ise belediyelerin bankacılık sektörü ile mali piyasadan sağladığı kredilerdir.
- Bunun dışında uluslararası kuruluşlardan alınan fonlar ve yardımlar da belediyelerin gelir kaynakları arasında sayılmıştır

Belediye Kanunu, belediyelere devlet bütçesinden verilecek yardımı ve belediyelerin öz gelirlerini oluşturan belediye vergilerini ve diğer gelirlerini düzenlemiştir. Ayrıca bir belediye gelirleri kanunu bulunmamaktadır (TEPAV, 2012: 6).

Tablo 2: KKTC Belediyeler ve Belediye Başkanları

Belediye	Başkan
Lefkoşa Belediyesi	Mehmet Harmancı
Mağusa Belediyesi	Süleyman Uluçay
Girne Belediyesi	Murat Şenkul
Güzelyurt Belediyesi	Mahmut Özçınar
Gönyeli- Alayköy Belediyesi	Hüseyin Amcaoğlu
Lefke Belediyesi	Aziz Kaya
İskele Belediyesi	Hasan Sadıkoğlu
Tatlısu Belediyesi	Hayri Orçan
Yeniboğaziçi Belediyesi	Katip Demir
Beyarmudu Belediyesi	Bülent Bebek
Dikmen Belediyesi	Yüksel Çelebi
Lapta -Alsancak- Çamlıbel Belediyesi	Fırat Ataser

Mehmetçik- Büyükkonuk Belediyesi	Fatma C. Tuğlu
Değirmenlik-Akıncılar Belediyesi	Ali Karavezirler
Erenköy - Karpaz Belediyesi	Hamit Bakırcı
Geçitkale- Serdarlı Belediyesi	Halil Kasım
Mesarya Belediyesi	Ahmet Latif

Kaynak: https://icisleri.gov.ct.tr, 2023

Yukarıdaki tabloda görüleceği Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin Lefkoşa, Gazimağusa, Girne, Güzelyurt, İskele ve Lefke olmak üzere 6 ilçesinde belediye teşkilatı bulunmaktadır. Şu an Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde altı tanesi ilçe merkezi olmak üzere, yirmi sekiz tane belediye bulunmaktadır (Çeliksoy, 2021:588).

> 14 belediyenin nüfusu 2011 yılında yapılan nüfus sayımına göre 5.000'in altındadır. Bu sebeple hukuki düzenlemelerde kent belediyesi ve kent belediyesi olmayan belediye olmak üzere ikili bir sınıflandırma bulunmaktadır. 2008 yılında yapılan hukuki düzenleme ile köyler kaldırıldı ve mahalle olarak belediyelerin içerisinde yer almaktadır. Şu an Lefkoşa, Gazimağusa, Girne, Güzelyurt, Gönyeli, Lefke, Lapta, Beyarmudu, Değirmenlik, Alsancak, İskele, Yeniboğaziçi, Akdoğan, Vadili, Alayköy, Dikmen, Çatalköy, İnönü, Dipkarpaz, Paşaköy, Yenierenköy, Geçitkale, Esentepe, Mehmetçik, Tatlısu, Serdarlı, Büyükkonuk, Akıncılar belediyeleri bulunmaktadır

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmanın bu kısmında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti'nin siyasal ve yönetsel yapıları karşılaştırmalı olarak irdelenmektedir. Bununla birlikte iki ülkenin yerel yönetim sistemleri mukayeseli olarak ele alınmaktadır.

Tablo 3: Türkiye ve KKTC'nin Siyasal ve Yönetsel Yapılarının Karşılaştırılması

	Türkiye Cumhuriyeti	**KKTC**
Devlet Yapıları	Üniter	Üniter
Siyasal Yapıları	Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi	Yarı Başkanlık
İdari Yapıları	Merkeziyetçi	Merkeziyetçi
Yasama Düzeni	Tek Kanatlı Türkiye Büyük Millet Meclisi	Tek Kanatlı KKTC Cumhuriyet Meclisi
Yürütme Düzeni	Tek Başlı- Cumhurbaşkanı	İki Başlı- Cumhurbaşkanı-Bakanlar Kurulu/Başbakan
Yargı Düzeni	Bağımsız ve Tarafsız Mahkemeler Düalist Yargı Düzeni Adli Yargı/idari Yargı	Bağımsız Mahkemeler Düalist Yargı Düzeni Adli Yargı/İdari Yargı/ Askeri Yargı
Merkezi Yönetim ve Taşra Teşkilatı	İl-İlçe	İlçe-Bucak

Kaynak: 1985 Anayasası, https://www.mahkemeler.net, 2023; https://tr.wikipedia.org/, 2023; mfa.gov.tr, 2023; https://pio.mfa.gov.ct.tr/, 2023; TEPAV, 2012; Usta ve Bilgiç, 2017; Çeliksoy, 2021.

Tabloda görüleceği üzere hem Türkiye hem de KKTC üniter devlet sistemine sahiptir. Türkiye 2017 yılına kadar Parlamenter sistemle yönetilirken anayasa değişikliği ile birlikte 2018 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ile Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçmiştir. KKTC ise yarı başkanlık sistemi ile yönetilmekte ve her iki ülkenin Cumhurbaşkanı halk tarafından seçilmektedir. Türkiye'de 5 yılda bir yapılan seçimlerle hem meclis hem de Cumhurbaşkanı seçilirken, KKTC'de bu süre 4 yıl ile sınırlandırılmıştır. Türkiye'de ve KKTC'de Millet Meclisi olmak üzere yasama düzeni tek kanatlı yürütülmektedir. Türkiye'nin yürütme sistemi tek kanatlı (Cumhurbaşkanı) iken KKTC'de çift kanatlı yürütme (Cumhurbaşkanı ve Bakanlar Kurulu) faaliyet göstermektedir. Her iki ülkede de adli-idari yargı ayrımı olan düalist yargı düzeni yürürlüktedir. Türkiye'de bağımsız yargı ifadesine tarafsızlık ilkesi eklenmiştir. Türkiye'de yeni sistemde askeri yargı hüküm sürmezken, KKTC'de ise askeri yargı sistemi devam etmektedir. Her iki ülkede de merkeziyetçi bir yönetim anlayışı hakimdir. Türkiye'nin idari taksimatı il ve ilçe şeklinde oluşmakta ve merkezi yönetimin taşra kuruluşları olarak faaliyet göstermektedir. KKTC'de ise ilçe-bucak şeklinde idari taksimat gerçekleşmiş ve faaliyetlerini yürütmektedir.

Tablo 4: Türkiye ve KKTC'nin Yerel Yönetim Yapılarının Karşılaştırılması

	Türkiye Cumhuriyeti	**KKTC**
Anayasal Dayanak	1982 Anayasası-123.madde ve 127. Madde	1985 Anayasası-113. Madde ve 119. Madde
Yasal Dayanak	5393 sayılı Belediye Kanunu, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu 442 sayılı Köy Kanunu	51/1995 Belediyeler Kanunu (1995)
Yerel Yönetim Türleri	İl Özel idaresi, Belediye, Köy	Belediye ve Köy (Anayasada bölge, belediye, köy ve mahalle düzenlenmiştir
Seçim Süreleri	5 yılda bir	4 yılda bir
Organları	Büyükşehir Belediyesi (BŞB Başkanı, BŞB Meclisi, BŞB Encümeni) Belediye (Başkan, Belediye Meclisi, Belediye Encümeni) İl Özel İdaresi (Vali, İl Genel Meclisi, İl Encümeni) Köy (Muhtar, İhtiyar Heyeti, Köy Derneği)	Belediye (Başkan, Belediye Meclisi) Köy (Muhtar)
Karar Organları Seçimle İşbaşına Gelmesi	Karar organları seçimle işbaşına gelir	Karar organları seçimle iş başına gelir
Kamu Tüzel Kişilikleri	Kamu tüzel kişilikleri vardır	Belediyelerin kamu tüzel kişilikleri var ama köylerin yoktur.

Gelirleri	Vergiler, Harçlar, Harcamalara Katılma Payları, Genel Bütçe Gelirlerinden Ayrılan Paylar, Bağışlar, Borçlanmalar	Özgelirler (vergiler, harçlar, katılım payları) Transfer Gelirleri (Merkezi yönetim gelirlerinden aldığı katkı payı, yardım, bağış ve borçlanmalar), Krediler, Uluslararası Yardım ve Fonlar

Kaynak: TEPAV, 2012; Usta ve Bilgiç, 2017; Çeliksoy, 2021; Devlet Planlama Örgütü, 2022; 1985 Anayasası, https://www.mahkemeler.net, 2023)

Her iki ülkenin yerel yönetim sisteminin anayasal dayanağı vardır. Türkiye'de yerel yönetim kuruluşları olan belediye, büyükşehir belediyesi, il özel idaresi ve köylerin görev ve yetkileri kanunla düzenlenmiştir. KKTC'de belediyeler ve köyler yerel yönetim kuruluşlarıdır. Belediyelerin görev ve yetkileri kanunla düzenlenmiştir. Türkiye'de yerel yönetim kuruluşlarının kamu tüzel kişilikleri var iken KKTC'de belediyelerin tüzel kişilikleri bulunmakta ve köylerin ise bulunmamaktadır. Her iki ülkede de yerel yönetimlerin karar organlarının seçimle işbaşına gelmekte, Türkiye'de seçimler 5 yıl arayla yapılırken, KKTC'de bu süre 4 yıldır. Her iki ülkede de vergiler, borçlanmalar, krediler, bağışlar, harçlar, genel bütçeden ayrılan paylar yerel yönetim kuruluşlarının gelirleri içinde önemli bir yer tutmaktadır.

KAYNAKÇA

Başbakanlık Devlet Planlama Örgütü (2022). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Yerel Yönetimler Raporu-2020. KKTC Devlet Basımevi – Lefkoşa.

Coşkun, Y. (2018). Kıbrıs Türk Federe Devleti'nin (Ktfd) İlanından Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin (Kktc) Kuruluşuna Kadar Olan Süreçte Kıbrıs Sorunu (1975-1983). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 6 (64). 119-143

Çeliksoy, E. (2021). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Merkezi İdare ve Yerel Yönetim Teşkilatı . 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum , 10 (30) , 579-592

Erengin P. (2019). "Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Yönetsel Coğrafyası". Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

İçişleri Bakanlığı (2023). Belediyeler. https://icisleri.gov.ct.tr/BAKANLIK/Belediyeler (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

KKTC Enformasyon Dairesi (2023). Coğrafi Bilgiler. https://pio.mfa.gov.ct.tr/cografi-bilgiler/ (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı (2023). Cumhurbaşkanının Anayasal Görev, Yetki ve Sorumlulukları. https://www.kktcb.org/tr/cumhurbaskani/gorev-ve-yetkileri (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Mahkemeler (2023). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Anayasası. https://www.mahkemeler.net/cgi-bin/anayasa.aspx (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

TEPAV (2012). KKTC Yönetimler Arası Yetki Paylaşımı ve Yerel Yönetim Sistemi Kurumsal ve Fonksiyonel Analizi. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) Nisan 2011-Haziran 2012 Proje Araştırması. https://www.tepav.org.tr/upload/files/1455008738-6.KKTC_Yonetimler_Arasi_Yetki_Paylasimi_ve_Yerel_Yonetim_Sistemi_Kurumsal_ve_Fonksiyonel_Analizi.pdf (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı (2023). "Kıbrıs Meselesinin Tarihçesi, Bm Müzakerelerinin Başlangıcı". https://www.mfa.gov.tr/kibris-meselesinin-tarihcesi_-bm-uzakerelerininbaslangici.tr.mfa#:~:text=1974%20Eyl%C3%BCl%20ay%C4%B1ndan%20itibaren%20K%C4%B1br%C4%B1s,Federe%20Devletini%20(KTFD)%20kurmu%C5%9Ftur. (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Usta S. ve Bilgiç, E. (2017). Merkezi Yönetim-Yerinden Yönetim İlişkileri: İspanya ve Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz". Strategic Public Management Journal. 3. 121-137.

Vikipedi (2023). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti. https://tr.wikipedia.org/wiki/Kuzey_K%C4%B1br%C4%B1s_T%C3%BCrk_Cumhuriyeti#Kaynak%C3%A7a (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Yükseköğretim, Planlama, Denetleme, Akreditasyon ve Koordinasyon Kurulu (YÖDAK) (2023). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Anayasası. https://yodak.gov.ct.tr/Portals/38/anayasa.pdf (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

BİR MİMAR YAPIYLA NASIL İLETİŞİM KURAR: SVETI STEFAN KİLİSESİ ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN YORUMLANMASI

Araştırma Görevlisi, Elif ATICI
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Mimarlık Bölümü,
- ORCID ID: 0000-0001-7163-2660

ÖZET

Topluluk halinde yaşamını sürdüren canlılar, varlığını sürdürmek için iletişim kurmak zorundadır. Toplum içerisinde yaşayan insanlar da varlığını iletişim kurarak gerçekleştirmektedir. İnsanlar hem kendisiyle hem de çevresinde var olan her şeyle ister istemez temas kurmaktadır. Bu temasın en kolay biçimi konuşmadır. Konuşmanın kendi içerisinde kodları vardır ve bu kodların bilinir olması konuşmanın içerdiği mesajların anlaşılmasını sağlayacaktır. Dolayısıyla bir konuşmayı anlamak için, konuşmaya ait dili bilmek gerekecektir. Mimarlığın da kendine ait bir dili vardır. Mimari tasarım kurgusu ve yapının kendine ait mimari üslubu, yapının mimari dilini oluşturmaktadır. Bu sebeple bu dili bilen kişi, bir yapıyla temasa geçtiğinde o yapının mimari dilini anlayacağı için yapının vermek istediği mesajı da anlayacaktır. Yapılan bu çalışma Sveti Stefan Kilisesi'nin bir mimar tarafından nasıl anlaşıldığının, mimarın yapıyla nasıl iletişim kurduğunun göstergebilimsel okuma yöntemi ile yorumlanması ele almaktadır. Ayrıca mimarlığın bir dil olduğu ve bu dilin öğrenildikçe yapının vermek istediği mesajın daha net bir hale geleceği hipoteziyle yola çıkılan bir çalışmadır. Bu çalışmada, mimarlık öğrencileri ve mimarlarla bir anket çalışması yapılmıştır. Anket verileri SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) analizi ile değerlendirilerek bir sonuca varılmıştır. (Yapılan bu çalışma yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.)

Anahtar Kelimeler: Mimari iletişim, okunabilirlik, din, göstergebilim, Sveti Stefan Kilisesi

HOW DOES AN ARCHITECT COMMUNICATE WITH THE BUILDING: INTERPRETATION ON THE EXAMPLE OF SVETI STEFAN CHURCH

ABSTRACT

Living things that live in communities must communicate to maintain their existence. People living in society also realize their existence by communicating. People inevitably come into contact with both themselves and everything around them. The easiest form of this contact is conversation. Speech has its own codes, and knowing these codes will enable the messages contained in the speech to be understood. Therefore, in order to understand a speech, it is necessary to know the language of the speech. Architecture also has its own language. The architectural design fiction and the building's own architectural style constitute the architectural language of the building. For this reason, when a person who knows this language comes into contact with a building, human will understand the architectural language of that building and

will also understand the message that the building wants to give. This study deals with the interpretation of how the Sveti Stefan Church is understood by an architect and how the architect communicates with the building using the semiotic reading method. In addition, it is a study based on the hypothesis that architecture is a language and as this language is learned, the message that the building wants to give will become clearer. In this study, a survey was conducted with architecture students and architects. The survey data was evaluated with SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) analysis and a conclusion was reached. (This study was produced from my master's thesis.)

Key words : Architectural communication, legibility, religion, semiotics, Sveti Stefan Church

1. GİRİŞ

Teknolojinin günden güne ve hızla gelişmesiyle birlikte iletişim biçimleri de hızlı bir şekilde gelişme göstermektedir. Etrafımızı saran ögeler ise iletişim bağını oluşturmaktadır. Mimari de insan çevresini saran ve onunla temasa geçen bir bağ evrenini oluşturur. Bu bağın anlaşılması kişinin algısal deneyimlerine göre değişkenlik göstermektedir. Algısal deneyimler kişinin bulunduğu çevreye, topluma, ait olduğu topluma ve kültüre göre de şekillenmektedir. Günümüzde toplum içerisinde yaşamını sürdüren insan, kendisini ve çevresini anlamdırararak ve anlamaya çalışarak hayatını sürdürür. Anlamlandırma sürecinde iletişim faktörü oldukça önemlidir. Çünkü iletişim anlamlandırmayı etkiler. Anlamlandırılan çevre ise mimarlık ile kendisini göstermektedir. Dolayısıyla insan çevresini saran mimari yapılanmanın kullanıcısına ve etrafındaki insanlara gönderdiği mesajlarla iletişim meydana gelecektir. Ancak bu iletişim mesajlarındaki kodların bilinmesi ve bilinmemesini bu mesajların doğru bir şekilde iletilmesine veya iletilememesine sebep olacaktır. İletişimin basit bir yöntemi konuşmadır ve konuşma dil bilme ile gerçekleşir. Mimarlığında kendine ait bir dili vardır ve bu dilin bilinmesi mimari dili olan yapının anlaşılmasını sağlayacaktır hipotezini ortaya koymaktadır (Atıcı, 2018, s.2). Bu dil ne kadar iyi bilinirse iletişim ortak bir yöne gidecektir. Dolayısıyla mimarlık eğitiminin başındaki bir öğrenciyle mimarlık eğitimini tamamlayan öğrencilerin ve artık mimarların yapıyla iletişimi farklı olacaktır. Çünkü bir dil ne kadar iyi bilinirse o kadar iyi bir iletişim ortaya çıkacaktır. Yapılan bu çalışma mimarlık alanında olan öğrencilerin ve mimarların; mimari yapılarla nasıl iletişim kurduğunu ortaya koymaktadır. Mimari yapının dili sahip olduğu mimari üslubuyla kendisini göstermektedir. Neo-Gotik, Neo-Barok mimari üslubuyla ele alınan Sveti Stefan Kilisesi bu bağlamda önemli bir örnektir. Dini mekanlar toplumun ortak paylaşımda bulunduğu kutsal mekanlardır. Hem işlevsel değerleriyle hem de tasarımlarıyla kullanıcısına birçok mesaj veren dini yapılardan bir örnek seçilmesi bu çalışmasının anlaşılması için etkili bir seçimdir.

İncelenen yapının kullanıcılarda hangi kavramları çağrıştırdığını belirlemek amacıyla mimarlık öğrencileri ve mimarlarla bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket çalışmasında, fotoğrafları gösterilen yapının altında seçmeleri gereken kavramlar yerleştirilmiştir. Bu kavramlar tez çalışması kapsamında yapılan çalışmalar sonucunda, göstergebilimsel okuma yöntemine yönelik oluşturulmuş kavramlardır. Elde edilen veriler; Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. İletişim kurulan yapı için elde edilen cevaplar; katılımcı gruplara göre değişimi ki-kare (Chi-Square Tests) analizi ile katılımcı grupların hangi

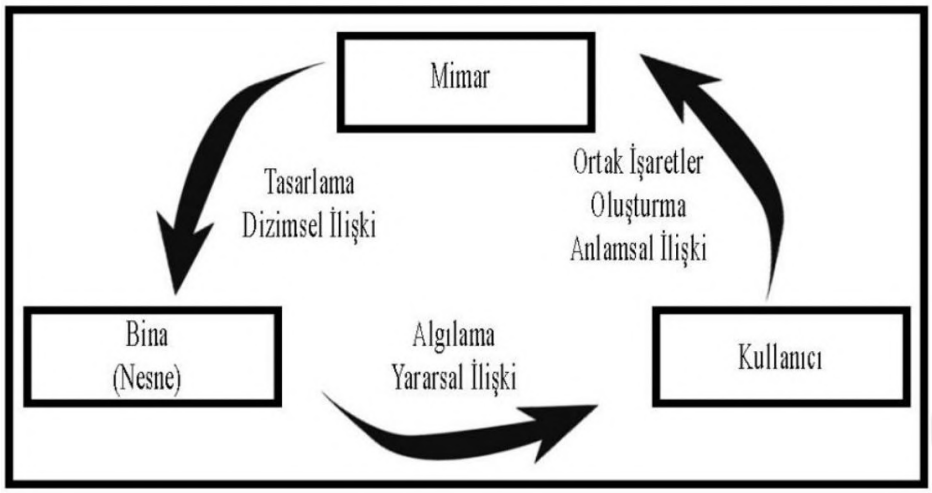
kavramlara daha çok yaklaştığını belirlemek amacıyla da uygunluk (Correspondence) analizi yapılmıştır. Çalışma iki aşamalı olarak yapılmıştır. İlk aşamada; her grubun eğitim seviyesine göre cevapları ayrı değerlendirilmiştir. Böylece her grubun cevapları arasındaki değişkenlik incelenmiştir İkinci aşamada ise; mimarlık eğitiminin temel seviyesi olarak birinci ve ikinci sınıflar bir grup olarak kabul edilmiştir. Üçüncü sınıf ve dördüncü sınıflar artık mimarlık alanında daha donanımlı bir hale geldikleri için ikinci grup olarak kabul edilmiştir. Böylece eğitim sürecinin algılamayı nasıl etkilediği ortaya konulmuştur.

2. MİMARLIK VE İLETİŞİM

İletişim insan yaşamının her boyutuyla ilişkili bir olgu olarak tariflenmektedir (Güngör, 2011, s.291). İnsan iletişimi, anlamdırılmış duyguların belirli bir zaman ve mekan bağlamında gerçekleşmesiyle oluşmaktadır (Zıllıoğlu, 1993, s.7). Mimari iletişim ise; insanların olduğu bağlama mimarinin ve elemanlarının girmesidir. Seamon, mimari nesneyi mekan olarak değerlendirir ve insan duygularının ve ieltişminin bir mekan içerisndde gerçekleştiğini savunur (Seamon, 2003, s.39). Dolayısıyla mekanlar iletişim aracı halindedir. Sahip oldukları görsel unsurlarla birlikte kullanıcıyla temasa geçerler.

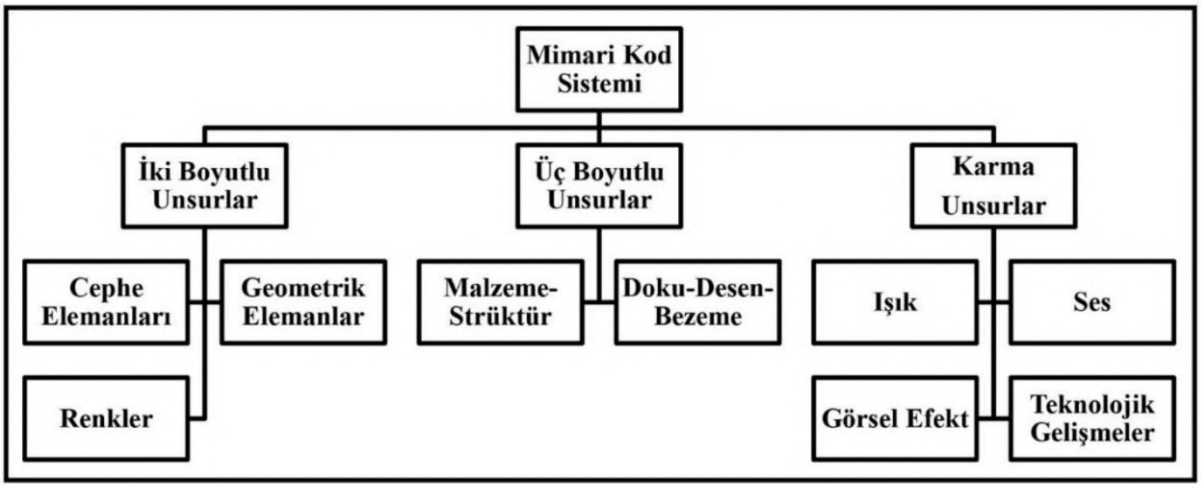
Mimari yapının temelde bir işlevi ve sahip olduğu mimari üslupla birlikte iletmek istediği mesajlar vardır. Mimarlık bir haber aracı olarak düşünülürse; kullanılan mimari ögeler, mimar, kullanıcı ya da izleyici arasındaki işaretleri oluşturmaktadır (Kalpaklı, 1998, s.21). Diğer taraftan bir nesne tanımlanırken, onun hangi amaçla kullanıldığının yani işlevinin ne olduğu ve malzemelerinin nelerden oluştuğunu belirtmek önemlidir (Kuban, 2010, s.10). Mimarlıkta da işlevi aynı olan ancak malzemesi farklı olan yapılar bulunmaktadır. Bu farklılık yapının kullacısıyla olan iletişmini etkilemektedir.

Mimar ve kullanıcılar arasındaki ortak kabullerin olduğu sistem mimari haberleşme olarak tanımlanmaktadır. Mimar biçimlendirme yaparken kullandığı renk, doku gibi özelliklerle bazı işaretler göndermektedir. Bu işaretlerin tanınabilmesi için mimarın ve kullacının işaret birikiminin ortak nitelikte olması gerekmektedir (Aksoy, 1975, s.93). Bu durum Görsel 11'de ifade edilmiştir.



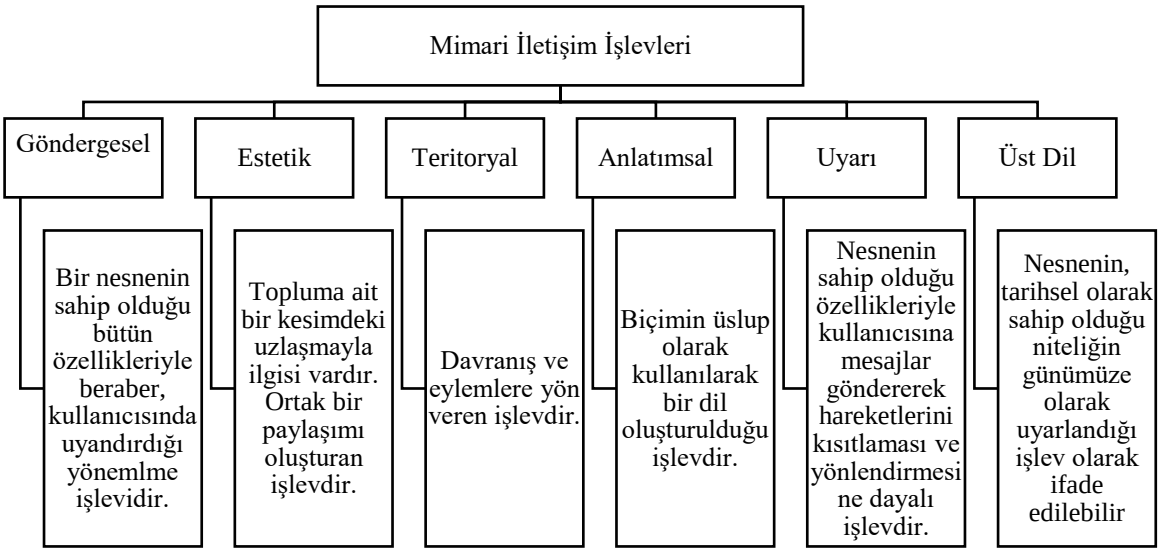
Görsel 11. İletişimde mimar kullanıcı ilişkisi (Aksoy, 1975, s. 93'ten yararlanılarak oluşturulmuştur. (Atıcı, 2018, s. 15)'ten alınmıştır.

Her mimari mekân, sahip olduğu rengi, dokusu, büyüklüğü ve yapım tekniğiyle bir düzene sahiptir. Bu haliyle yapılar kullanıcısı etkiler (İmamoğlu, 2003, s. 77). Dolayısıyla yapılar bir iletidir ve ileti oluşturacak şekilde tasarlanmaktadır. Bu iletileri kodlar oluşturur. Mimari sisteminde sahip olduğu mimari kodlar vardır. Mimari kod sistemi Görsel 12'de ifade edilmiştir.



Görsel 12. Mimari kod sistemini oluşturan unsurlar *(Atıcı, 2018, s. 16)***'dan alınmıştır.**[1]

Kalpaklı mimari mekanın iletişimini altı kategoride toplamıştır (Görsel 13):

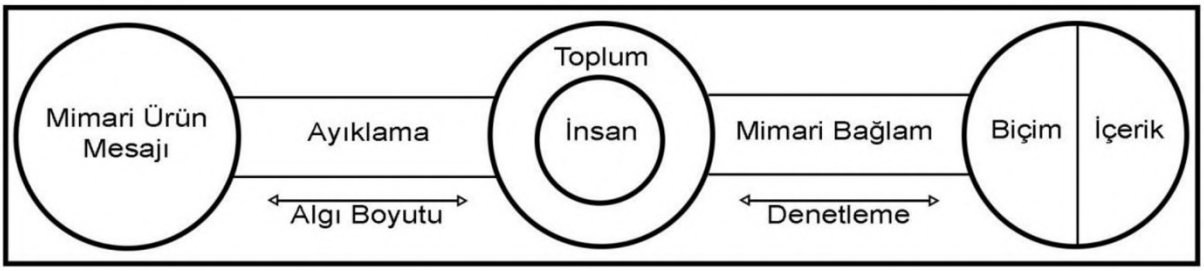


Görsel 13. Mimari iletişimin işlevleri (Kalpaklı, 1988, s. 59-61)

Mekân toplum tarafından oluşturulur. Çünkü insanın olmadığı bir yerde mekânın varlığından söz etmek olası değildir (Alves, 2009, s. 38). Mekân insan sayesinde anlam kazanır ve onunla birlikte yaşar. Dolasıyla insanın ait olduğu toplum yapısına ve kültürel özelliklerine göre mekân

[1] Detalı bilgiler için bakınız: (Atıcı, 2018)

şekillenmekte ve kullanıcı tarafından tanınmaktadır. Böylece kişi mekâna girdiğinle onunla temas kurarak mekân içerisinde davranışlarına yön vermektedir. Bu sebeple kişinin mekanla iletişim kurması onunla temasa geçmesi ve yorumlaması sonucu oluştuğu söylenebilir. Bu yorumlama kişinin mekândan aldığı mesajları kendisine ve kültürüne göre yorumlaması sonucu oluşacaktır. Bu süreç Görsel 14'te ifade edilmiştir.



Görsel 14. Gerbner iletişim modelinin mimarlığa uyarlanması (Bu görsel Atıcı, 2018, s. 26'dan alınmıştır. Görsel Atıcı, 2018'in Lazar, 2001, s. 97'den elde ettiği bilgiler doğrultusunda, Gerbner İletişim Modelinin mimarlığa uyarlaması oluşturulmuştur.)

Günlük yaşamda da insanın çevresi fiziki yapılarla çevrelenmiştir. İnsan bu yapılarla her zaman temas halindedir. Mimarlık da bu teması anlamdırır. Bu anlamlandırma süreci sadece dışarıdan bakıldığında kapı, pencere ve duvar olarak değerlendirilmez. Çünkü mekan insanla birlikte yaşamakta ve anlam kazanmaktadır (Sözer, 2014, s. 88). Anlamsal olan ise ifade edilmek istenendir (Deleuze, 2005, s. 38).

Mimarlık kullnıcısına bilgiler vermektedir. İlk temastaki anlam ilk anlamıdır ve işleviyle ilişkilidir. Edinilen doğrultusunda ortaya çıkan yan anlamı da bulunmaktadır; yapının sahip olduğu görsel nitelikleri ve toplumsal tanınmasına bağlıdır. Birincil anlamı birinci işlevini oluştururken ikinci anlamı da ikincil işlevi olarak değerlendirilebilir (Vučković, 2013, s. 69)

3. MİMARİ İLETİŞİMDE GÖSTERGEBİLİMSEL OKUMA

İnsanlar var olduğundan beri yaşadıkları çevreyi şekillendirmeye başlamıştır. Şekillendirmeler sonucu mekanlar ortaya çıkmaktadır. Her mekânın kendine ait bir sözü vardır. Sahip olduğu üslubu ve kurgulanma tarzıyla bu ifade şekli değişmektedir. Yapının mimari üslubu o yapıya ait sözü, mesajı oluşturmaktadır (Cansever, 2006, s. 22). Dolayısıyla yapının vermek istediğini ortaya koyan mimarlığın dilidir. Venturi bu konuda, mimarlığın sahip olduğu dilin de mimarlıkta bir işlev olarak kullanılacağını ifade etmiştir (Venturi, 2007, s. 164). Bu ifade bir cümle kurmayla ilişkilendirilebilir. Tek tek sözcüklerle bir cümle ortaya koymak, o cümlenin ifade şeklini, vurgu şeklini ayarlamak, kullanılan sözcüklere ve sözcüklerin cümle içerisindeki yerine bağlıdır. Mimarlıkta da tek tek ögeleri bir araya getirmek ve kurgusunu sağlamak oluşturulmak istenen anlamla ilişkilidir. Bu anlamı oluşturan sentakstır (Fischer, 2015, s. 58).

Göstergebilimciler ise iletişimi, iletilerle oluşturulan anlam üretimi olarak tanımlamaktadır. Anlam aktif bir süreç olup özne ve nesne arasında gerçekleşmektedir (Lazar, 2001, s. 46). Göstergebilimde kelimeler veya anlamın sunduğu her şey işaret olabilir. İşaret ise; işaret eden(gösteren) ve işaret edilenden (gösterilen) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İşaretler ve işaretin içerdikleri değer yargıları içermektedir. Kullanılan işaret sistemleri de kültürle iç içe

olup, kültürün gelişmesi sonucu ortaya çıkaktadır (Erdoğan, 2005, s. 122). Göstergenin oluşumu ve anlamlandırılma süreci Görsel 15'te ifade edilmiştir.



Görsel 15. Göstergenin anlamlandırılması (Atıcı, 2018, s. 47)

Göstergebilimde farklı anlamlandırma seviyeleri mevcuttur. Anlamlandırmada işaretin ne için kullanıldığı önemlidir. Yapıya atanan işlevi birinci anlamını, yapının oluşturduğu ima ise ikinci anlamını oluşturmaktadır (Erdoğan, 2005, s. 127). Buradan çıkarımla ikinci anlamın kişiler arasında farklılıklara sebep olacağı söylenebilir. Çünkü her insanın sahip olduğu nitelik ve nicelikleri doğrultusunda anlamlandırma süreci değişecektir. Sahip olunan kültür biçimi, kişinin eğitim yönünden ve diğer çeşitli yönlerden kendisini donatması bu anlamlandırma sürecini etkileyecektir. Örnek olarak basit bir sandalye ve belirli bir orta çağ dönemine ait taht düşünülebilir. İkisinin de işlevi oturmaktır. Ancak basit bir sandalyede oturmakla tahtta oturmak daha farklı olacaktır. Ayrıca orta çağ sandalyesine ait tasarımı ve o sandalyedeki bezemeleri o dili bilen kişiler daha iyi anlayacaktır. Böylece sandalyenin vermek istediği mesaj anlaşılmış olacaktır.

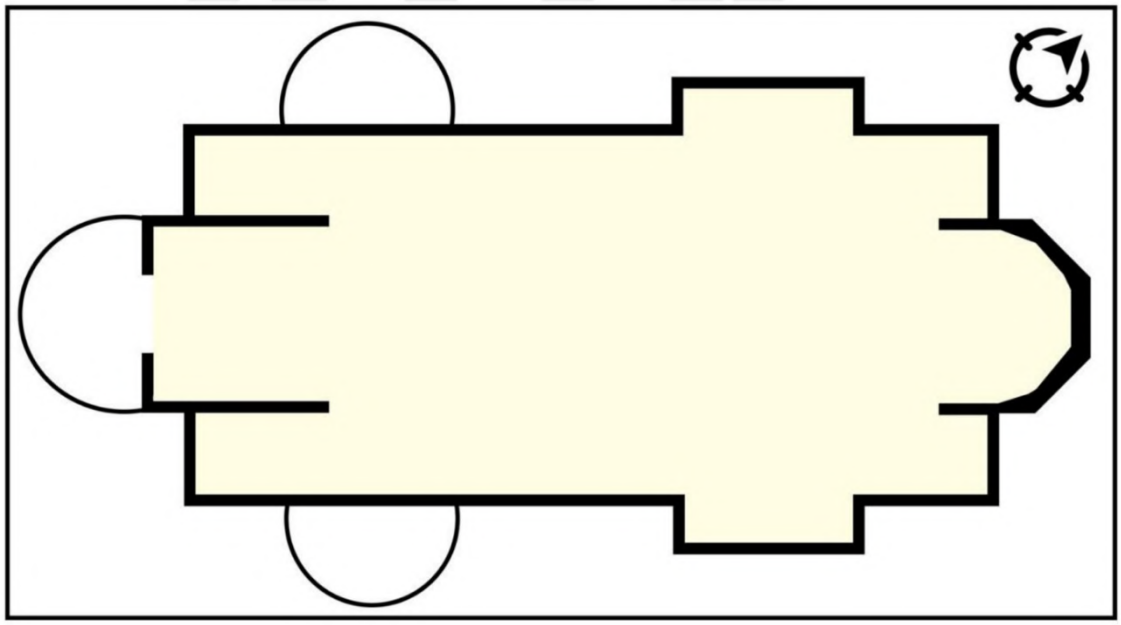
Yapılan bu çalışmada da Sveti Stefan kilisenin belli bir donanıma sahip özellik kriteri kapsamında mimarlık eğitimi alınan kişiler tarafından nasıl algılandığı ve nasıl temasa geçildiği ele alınmıştır.

3.1. SVETİ STEFAN KİLİSESİ'NİN GÖSTERGEBİLİMLSEL YÖNTEMLE OKUNMASI

Sveti Stefan Kilisenin ortaya çıkış sebeplerinden birisi**,** Rum Ortodoks Patrikhanesi'ne bağlı Bulgarların ayrılmaları gösterilmektedir. Başlangıçta kilisenin yapılmasına Osmanlı döneminde karşı çıkılmıştır ancak daha sonra bir ayda yapılması koşuluyla izin verilmiştir. Böylece Viyana'dan getirilen dökme demirlerle kilisenin inşası 1892 yılında tamamlanmıştır. Üç nefli plana sahip olan kilisenin neflerini birbirinden ayıran sütunlar demir konstrüksiyondur. Bu sütunların başlıkları Barok tarzına sahiptir. Kilisenin kulesi Neo-Gotik üslubunda olup iç mekânda sahip olduğu barok detaylarla eklektik bir üsluba sahiptir (Şarlak, 2010, s. 31). Kilisenin görselleri ve planı Görsel 16 ve Görsel 17'de gösterilmiştir.



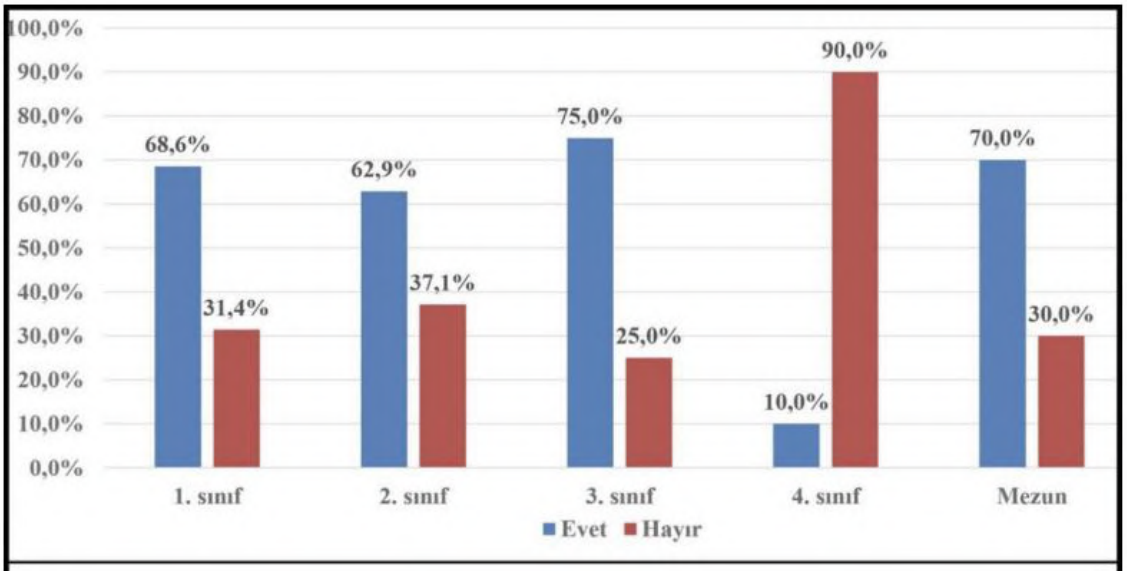
Görsel 16. Sveti Stefan Kilisesi'nin iç ve dış mekanına ait fotoğraflar (Atıcı, 2018, s. 112)

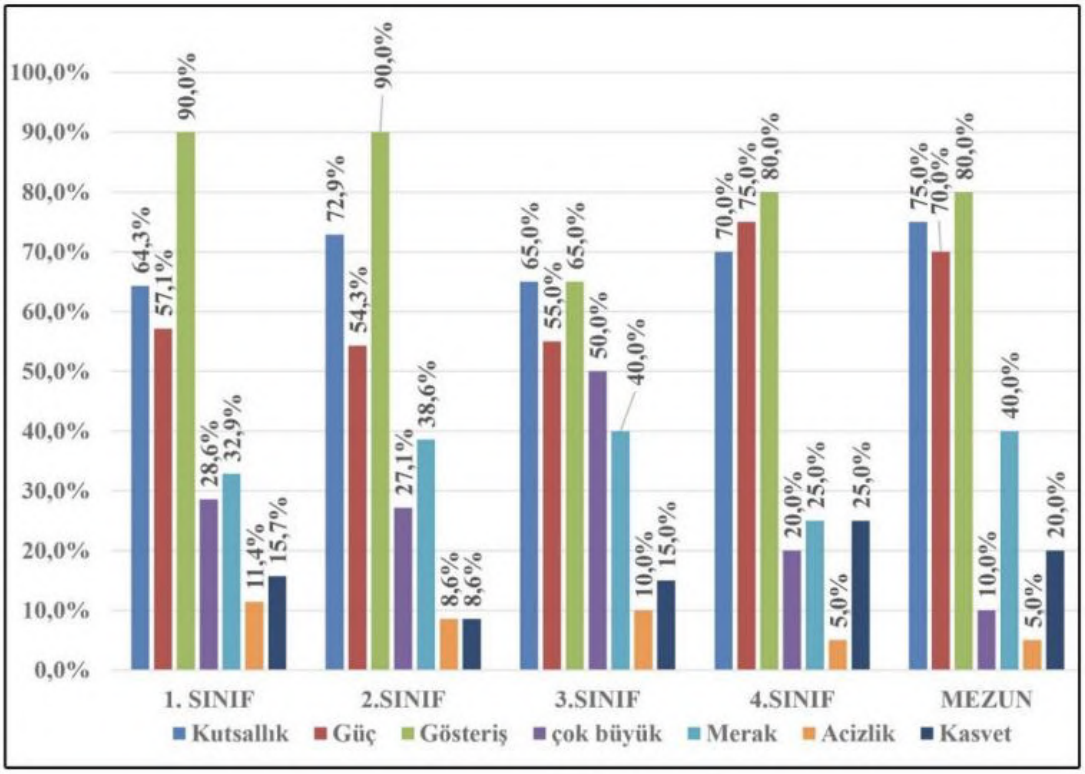


Görsel 17. Sveti Stefan Kilisesi'nin Planı (http-1[2]'den yararlanılarak Atıcı tarafından 2018'de çizilmiştir.)

Görsel 16'da yapının iç ve dış mekânında beyaz renkli bir insan bulunmaktadır. Bu insan, yapının ölçeğinin anlaşılması için konulmuş olup 170 cm boyundadır. Belirli bir kullanıcı tipi olarak seçilen mimarlık öğrencilerine bu yapı ile ilgili sorular sorulmuştur. İlk olarak yapının tek renk olarak algılanıp algılanmamasını saptamak amacıyla soru yöneltilmiştir; ikinci soru olarak yapı karşısında hissedilen kavramların seçilmesi istenmiştir. (Bu kavramlar tez çalışması sürecinde yapılan çalışmalar ve anketler sonucunda ortaya konulmuştur.) Bu soruların cevabı mimarlık eğitim seviyesinin derecesine göre ayrılarak SPSS bağlamında analiz edilmiştir (Görsel 18).

[2] http-1: https://liternet.bg/publish22/b_ivanova/sv-stefan_en.htm (Erişim tarihi: 03.04.2018)





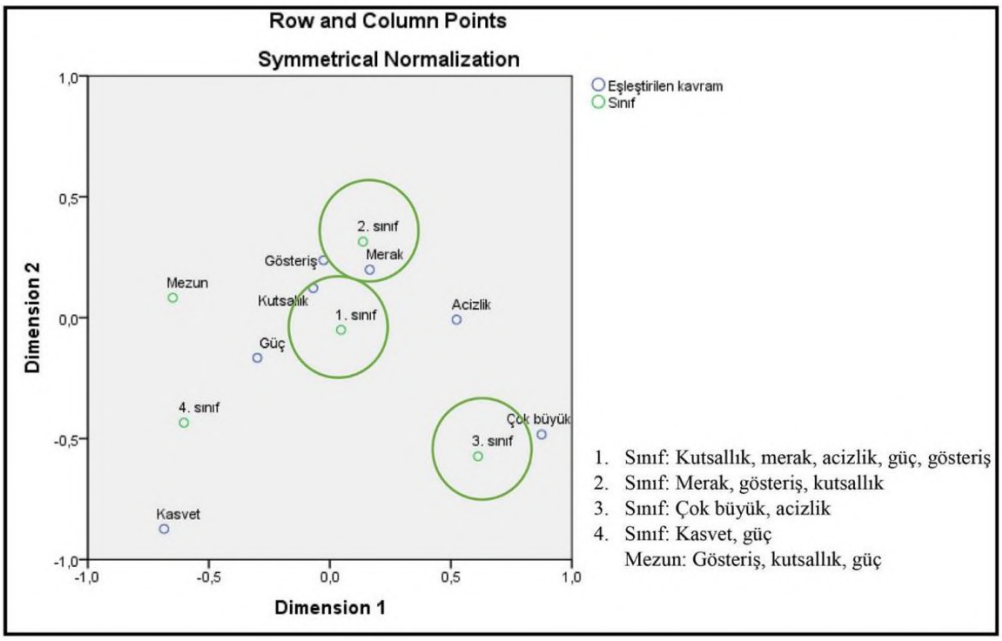
Chi-Square Tests

	Value	df
Pearson Chi-Square	26,086[a]	4
Likelihood Ratio	27,144	4
Linear-by-Linear Association	3,923	1
N of Valid Cases	200	

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,70.

Görsel 18. Sveti Stefan Analizi birinci aşama (Atıcı, 2018, s. 113)

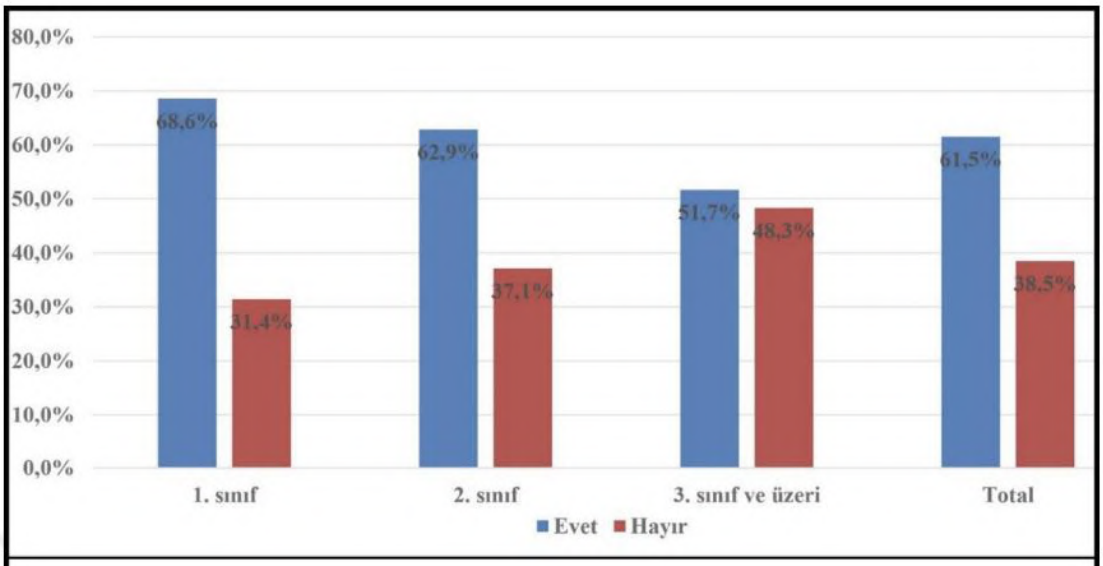
Görsel 18'e göre, e göre; yapı dördüncü sınıflar öğrencileri dışında genel itibariyle tek renk olarak algılanmıştır. Tek renk algısı %99 güven düzeyinde sınıfa bağımlıdır (kikare=26,086, df=4, p=0,000). Tek renk algısı olmayan bireylerin oranı 4. sınıf öğrencilerinde %90.0 ile diğer sınıflardan farklılaşmaktadır. Yapı için verilen cevaplar incelendiğinde genel kavram sıralaması; gösteriş, kutsallık, güç, merak, çok büyük, kasvet, acizlik şeklinde olmuştur. Eğitim seviyesinin cevapları nasıl etkilediğini görmek için ikinci analiz yapılmıştır (Görsel 19). Yapının büyüklüğü, kullanılan renk ve bezemelerin yapıyı kutsal ve gösterişli kıldığı söylenebilir. Kutsallık ve gösterişin devamında güç olgusu kaçınılmaz bir şekilde gelmiştir. Sahip olduğu üsluptan dolayı yapının karanlık olması kasvet duygunu ve insanın ölçek olarak yapı da küçük kalması da acizlik kavramını öne çıkarmaktadır.

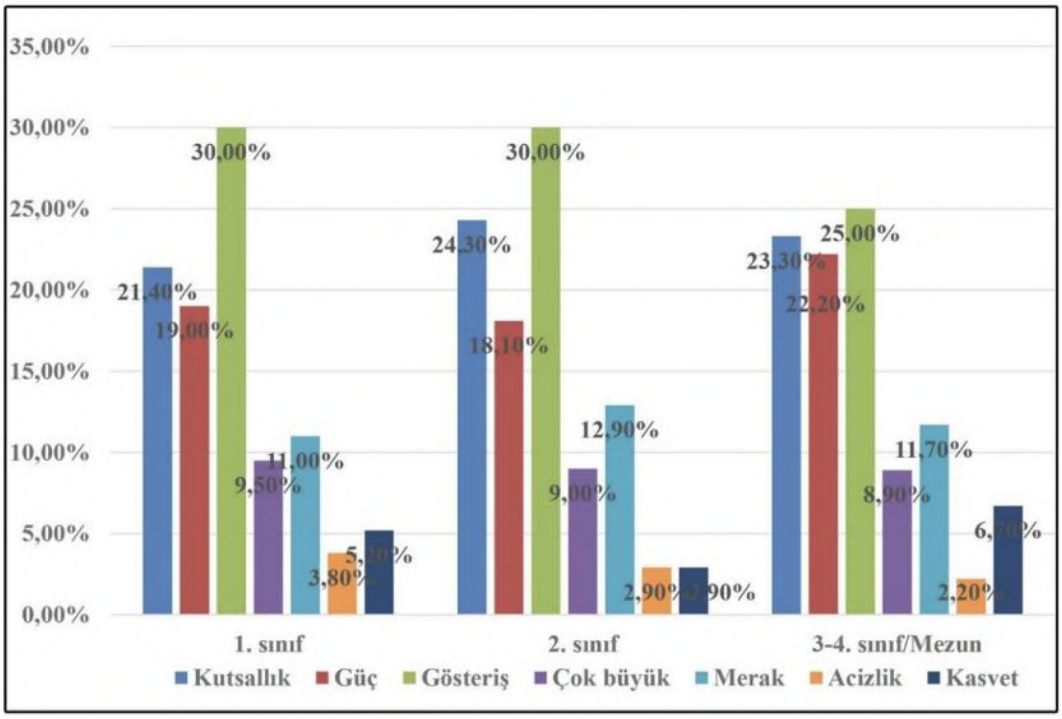


Görsel 19. Sveti Stefan Analizi ikinci aşama (Atıcı, 2018, s. 115)

Görsel 19'a göre; birinci sınıf ve ikinci sınıfların birbirlerine yakın cevaplar verdiği ortaya çıkmıştır. Dördüncü sınıf ve mezunlar hariç diğer grupların da bazı kavramlara daha çok yaklaştığı görülmüştür.

Cevapların bu şekilde sınıflar arası ilişkili olması sonucunda, mimarlık eğitiminin cevapları nasıl şekillendirdiğini görmek için analiz aşamasında üçüncü aşamaya geçilmiştir. Bu aşamada birinci ve ikinci sınıf eğitimin başlangıcı olarak ayrı değerlendirilmiştir. Üçüncü sınıftan sonra mimarlık disiplininde donanma yönünden gelişim gösterildiği için üçüncü sınıf, dördüncü sınıf ve mezun kişiler beraber değerlendirilmiştir (Üç grup oluşmuştur). Birinci ve ikinci aşama aynı sorular kapsamında üç grup için yeniden incelenmiştir. Birinci aşamanın eğitim seviyesi kapsamında üç grup üzerinden yeniden analizi Görsel 20'de ifade edilmiştir. Görsel 20'e göre; tek renk algısı sınıftan bağımsızdır (kikare=3,983, df=2, p=0,136). Tek renk algısı olmayan bireylerin oranı sınıflar içinde farklılaşmamaktadır. Birinci sınıf, ikinci sınıf ve diğerleri şeklinde gruplandırıldığında, Sveti Stefan Kilisesi için ortaya çıkan kavramların sıralamasının gruplar arasında benzerlik gösterdiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu benzerlikten dolayı ikinci aşama bu üçlü grup için tekrarlanmıştır (Görsel 21).



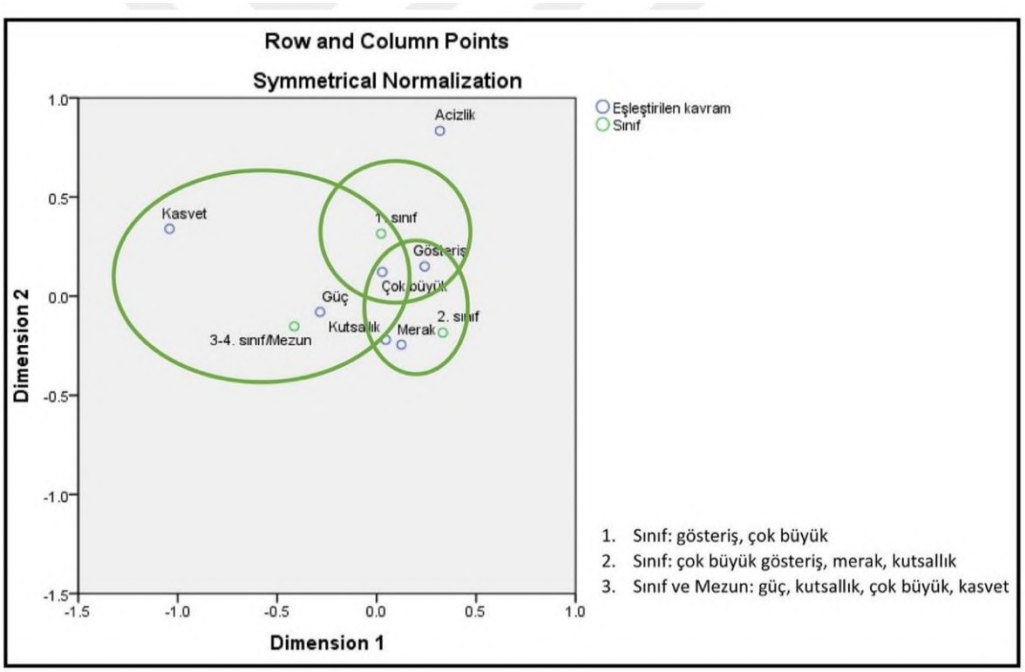


Chi-Square Tests

	Value	df
Pearson Chi-Square	3,983[a]	2
Likelihood Ratio	3,965	2
Linear-by-Linear Association	3,820	1
N of Valid Cases	200	

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,10.

Görsel 20. Eğitim seviyesi kapsamında oluşan üç grubun cevapları için birinci aşamada yapılan analizin tekrarlanması



Görsel 21. Eğitim seviyesi kapsamında oluşan üç grubun cevapları için ikinci aşamada yapılan analizin tekrarlanması

Görsel 21'e göre; bu üç grubun bazı kavramlara daha çok yaklaştığı görülmüştür.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Yapıları değerlendirdiğimizde toplum için sadece işlevi yoktur. O mekânı toplum için ve o toplumda yaşayan insanlar için anlamlı kılan değerler vardır. Din olgusu da toplum için önemli bir değerdir. Kutsal bir yapı olan kilise, sadece ibadet edilen bir yer olarak görülmemektedir. Kilisenin üslubuna göre kişinin tavırları da değişecektir. Çünkü kutsal kabul edilen mekânın, sahip olduğu üslubu doğrultusunda kullanıcısının da davranışı değişecektir. Küçük bir odanın ibadet mekânı olmasıyla belirli bir üslubu olan, insan ölçeğinden büyük, dini motiflerin işlendiği duvarlarla kaplı bir mekânın içinde olması arasında oldukça fark vardır. Çünkü yapı insanı yönlendirir. Yapı insanla bu şekilde konuşur. Yapının mimari üslubu onun dilidir. Mimar olmayan kişiler de yapının üslubundan dolayı çalışma kapsamında ortaya çıkan kavramlar gibi hissetmektedir. Yapının kullanıcına vermek istediği mesaj aynıdır. Ama dili bilen kişiler yapının vermek istediği mesajı daha rahat anlamaktadır. Yapılan bu çalışma mimarlık eğitiminin yapıyı algılamayı nasıl etkilediğini ortaya koyan bir örnektir. Göstergebilimsel okuma kapsamında da yapının işlevi düz anlam ve kullanıcılarında çağrıştırdığı anlamlar da yan anlam olmak üzere ele alınmıştır. Yapının ibadet işlevine sahip olması onun düz anlamını yani birinci anlamını oluştururken; ortaya çıkan kavramlar onun yan anlamını yani ikinci anlamını oluşturmaktadır.

Yapılan çalışma sonucunda; Sveti Stefan için analiz edilen kavramlarda eğitim seviyesi arttıkça ortak bir karara doğru gidildiği görülmüştür. Bu sonuç, mimarlık eğitimi almanın, mimari kod

sistemini anlaşılır kıldığını ve kod sisteminin okunmasında da kolaylık oluşturduğunu ortaya koymuştur.

Yapının sahip olduğu mimari üslup, mimarlık öğrencileri tarafından tanınmıştır. Ortaya çıkan kavramla ise yapının üslubuyla ilişkilendirilmiştir. Yapının, dolayısıyla genel olarak mekânın sahip olduğu mimari tasarımdaki kurgulanış fikri önemlidir. Çünkü mekânın büyüklüğü, mekânı oluşturan ögelerin sıklığı, kullanılan renkler, mekânın aydınlık ya da karanlık olmasını sağlayan tasarım kurguları yapının karşı tarafa vermek istediği mesajı etkilemektedir.

Yapılan bu çalışma, mimarlığın bir dilinin olduğunu ve bu dilin de eğitim sonucunda öğrenildiği görülmüştür. Bu dil ne kadar iyi bilinirse, verilmek istenen mesaj da temasa geçtiği kişi tarafından daha rahat anlaşılacaktır.

Kaynakça

Aksoy, E. (1975). *Mimarlıkta Tasarım İletim Ve Denetim.* İstanbul: Gün Matbaası.

Alves, M. R. (2009). Mimarlıkların Pazaryeri . *Çağdaş Kentlerin Dünyasında Kültürel ve Sosyal Alanlar (s.35-42).* içinde Ankara: Yalçın Matbaacılık.

Atıcı, E. (2018). *Türkiye'deki Kilise ve Külliye Yapılarının Okunması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Cansever, T. (2006). *İslam'da Şehir Ve Mimari (1. baskı).* İstanbul:: Timaş Yayınları.

Deleuze, G. (2005). *Anlamın Mantığı (Çev: H. Yücefer.* İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

Erdoğan, İ. (2005). *İletişimi Anlamak.* Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Fischer, G. (2015). *Mimarlık ve Dil (1. baskı) (Çev: F. E. Akerson).* İstanbul: Daimon Yayınları.

Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş.* Ankara: Siyasal Kitabevi.

İmamoğlu, V. (2003). Mekân ve İnsan Psikolojisi. *TOL Mimarlık Kültürü Dergisi*(1), 77-82.

Kalpaklı, Ü. (1988). *Mimarlık Göstergesi-Nesne İlişkileri (İşaret-Belirti-Simge) Üzerine Bir İnceleme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Kuban, D. (2010). *Mimarlık Kavramları.* İstanbul: Yem Yayınları.

Lazar, J. (2001). *İletişim Bilimi.(Çev: C. Anık).* Vadi Yayınları.

Sözer, Ö. (2014). *Felsefe'nin ABC'si* . İstanbul: Say Yayınları.

Seamon, D. (2003). Duyguları Açmak: Fenemenoloji, Çevresel Deneyim ve Yer Yapmak, Çev. Sema Serim. *TOL Mimarlık Kültürü Dergisi*(3), 36-53.

Şarlak, E. (2010). *İstanbul'un 100 Kilisesi.* İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.

Venturi, R. (2007). *Architecture As Signs And Systems.* Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.

Vučković, S. S. (2013). Architectural communication: Intra and extra activity of architecture. *Spatium (Scientific Analysis or Debate - Second Part)*(29), 68-74, DOI: 10.2298/SPAT1329068S.

Zıllıoğlu, M. (1993). *İletişim Nedir* (Cilt 1. Baskı). İstanbul: Cem Yayınevi.

2050 YILI HEDEFLERİNDE KENT İÇİ ULAŞIMIN ROLÜ VE ÖNEMİ

Doç. Dr. Abdullah KARATAŞ

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, akaratas@ohu.edu.tr - 0000-0002-5120-1203

ÖZET

Çevre sorunları günümüzde çok önemli boyutlara ulaşmıştır. Tüm coğrafyaları kapsayan özelliği ile küresel ısınma, yeryüzünün geleceğini etkileyen bu sorunların en başında yer almaktadır. Küresel ısınma ile birlikte ortaya çıkan aşırı hava olayları, artan sıcaklık ve kuraklıklar tüm dünyada etkisini gösterirken, bu olumsuz tablo sadece insanları değil, diğer tüm canlıları da tehdit etmektedir. Bu sorunların yaşanmasında, insan faaliyetlerine bağlı olarak artan sera gazlarının büyük bir payı bulunmaktadır. 2015 yılında imzalanan ve daha sonra Türkiye'nin de onaylamış olduğu Paris İklim Anlaşması gereğince, karbon salınımının 2050 yılına kadar sıfıra indirilmesi hedeflenmiş olsa da bu hedefin özellikle kent içi ulaşımın etkisiyle gerçekleştirilmesinin zor olduğu görülmektedir. Kent merkezlerini yaşanmaz duruma getiren trafik sorunun ana kaynağı ulaşım araçları, artan karbon emisyonlarının katkısıyla başta küresel ısınma, hava kirliliği ve buna bağlı olarak oluşan sağlık sorunlarının ana kaynaklarından biridir. Literatür taramasına dayalı olarak yürütülen bu araştırmanın amacı, 2050 yılı hedeflerine ulaşılmasında kent içi ulaşımının etkilerini çeşitli örnekler çerçevesinde ortaya koyarak, çözüm önerileri sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Çevre sorunları, küresel ısınma, kent içi ulaşım, trafik sorunu.

1. GİRİŞ

Çevre sorunlarının olumsuz etkileri her geçen gün katlanarak artmaktadır. Sanayi Devrimi ile başlayan üretim ve tüketim süreçlerindeki gelişmeler günümüzde baş döndüren seviyelere ulaşmış, tüketimle birlikte artan kirlilik tüm yaşam formlarının geleceğini ciddi anlamda tehdit etmeye başlamıştır. Sadece insan değil, diğer tüm canlılar da çevresel bozulmadan etkilenmektedir. Kentleşme uğruna yaşam alanları yok edilen canlılar, göç etmek zorunda kalmakta ya da yok olmaya mahkum edilmektedir. Hava, su ve toprak kirliliğinin artması toplumda ciddi sağlık sorunlarına neden olmakta ve bu durumu önleyici çabalar ne yazık ki gereğince alınmamaktadır. Tüm bu insan kaynaklı çevresel bozulmaların altında yatan asıl nedenin, insanların daha fazla tüketmesi sonucu doğanın taşıma kapasitesinin tükenmesi olduğu

söylenebilir. Bugün kentler kalabalık nüfusları ile insan yoğunluğunun en fazla yaşandığı yerler olarak sanayi, ısınma ve ulaşım faktörleriyle hava kirliliğini artırmaktadır. Trafik kaynaklı hava kirliliği sorununun, özellikle Türkiye'nin en kalabalık şehri olan İstanbul'da görülmesi bu durumu açık bir şekilde ortaya koymaktadır (Cengiz vd., 2013: 28). Özellikle yoğun nüfusa sahip daha kalabalık olan yerlerde, kentsel karayolu taşımacılığı yerel kirliliğin ve karbon emisyonlarının önemli bir kaynağını oluşturmaktadır (Leroutier & Quirion, 2022: 1). Motorlu taşıtların yoğun kullanımı sonucu egzoz gazlarından çevreye yayılan partiküller ile kirlenen hava pek çok sağlık sorununa yol açmaktadır. "*Partikül maddelerin insan sağlığı üzerindeki etkileri, maruz kalınan süreye ve partikül maddenin fiziksel ve kimyasal özelliklerine bağlıdır. Şehirlerde trafiğin yoğun olduğu mikro çevrelerde solunabilir ince partiküllere yoğun bir maruziyet söz konusudur"* (Onat & Şahin, 2012: 77). Partikül ve gaz emisyonlarıyla dolu olan karayolu trafiğinin, hava kirliliğini en çok artıran faktör olduğu söylenebilir. Yoğun trafik akımının olduğu yolların yakınında yaşayanların, solunum sağlığının bozulmasıyla ilişkili kanıtlar bulunmaktadır. Taşıt emisyonlarının kent merkezlerinde yaşayan çocukların sağlığıyla ilişkisini inceleyen bir araştırma kapsamında, hava kirliliğinin kaynağı olarak yoğun kamyon ve otomobil trafiğinin olduğu karayollarına odaklanılmış; çocukların solunum yollarında olan hırıltı için trafik yoğunluğundan ziyade trafiğe olan mesafe ve trafik türünün daha önemli risk faktörleri olduğu, dur-kalk otobüs ve kamyon trafiğinin yakınında yaşayan çocukların, buna maruz kalmayan çocuklara göre, solunum yollarında önemli ölçüde daha yüksek hırıltıya sahip oldukları tespit edilmiştir. Sanayileşmiş ülkelerin kentsel bölgelerinde yaşayan insanların, kırsal bölgelerde yaşayanlara göre alerjik solunum yolu hastalıklarından daha fazla etkilenme eğiliminde olması ve akciğer fonksiyonlarının daha fazla bozuk olması da trafik kaynaklı hava kirliliğinin insan sağlığını olumsuz yönde etkilemesinin en önemli göstergelerinden biri olarak belirtilebilir (D'Amato, Cecchi & Liccardi, 2010: 95-96). Bu durumun şehirlerdeki nüfus yoğunluğu ile fazlalaştığı söylenebilir. Ancak trafikte kullanılan motorlu taşıtların yoğunluğunun ülkelerin ekonomik durumlarıyla da ilişkili olduğu unutulmamalıdır. Avrupa ve Asya kentleri ile karşılaştırıldığında Amerika, Kanada ve Avustralya gibi ülke kentlerinde kişi başına düşen özel araç sahipliği ve kullanımı ile özel ulaşımı destekleyecek altyapının varlığı (otoyol uzunluğu, park alanları vb.) dünya ortalamasının çok üzerinde olup, kent sakinlerinin günlük özel araçla seyahat oranı %70-80'e kadar çıkabilmektedir. Bu durum, bu kentleri tipik bir otomobil kenti haline getirmektedir. Sadece gelişmiş ülkeler için değil, dünyanın en büyük gelişmekte olan ekonomisi olan Çin için de aynı durumun söz konusu olduğu söylenebilir. 1949'da kurulduğunda toplam ekonomik üretiminin dünya toplamının %5'inden az olduğu Çin Halk Cumhuriyeti, 2010'dan bu yana Japonya'yı geçerek Amerika Birleşik Devletleri'nden

sonra ikinci büyük ekonomi haline gelmiştir. 1949'da kentleşme oranı yalnızca %10,6 olan Çin'de o dönem 132 şehir bulunmaktaydı. Ancak 2020'de 663 şehirle bu oran %60,6'ya ulaşmıştır. 1956'da Çin otomotiv endüstrisinin kurulmasından sadece 53 yıl sonra, 2009'da Çin ABD'yi geçerek dünyanın en büyük otomobil üreticisi ve tüketicisi haline gelmiştir. Sonuç olarak ekonomik büyüme, kentsel gelişim ve otomobil endüstrisindeki patlama Çin'de büyük değişimlere yol açmıştır. Çin'in özel otomobil sahipliği 2002'de bin kişi başına 4 araçtan 2020'de 158 araca yükselmiştir. 2019 yılı itibariyle, 5 milyonun üzerinde arabanın olduğu 2 şehir, 4 milyonun üzerinde arabanın olduğu 5 şehir, 3 milyondan fazla arabanın olduğu 11 şehir ve 2 milyondan fazla arabanın olduğu 30 şehir bulunmaktadır (Gao & Zhu, 2022: 1169-1170). Çin'den ABD'ye, tüm bu motorlu taşıtlardan çevreye yayılan emisyonlar, hava kirliliğini artırarak dünyanın 2050 yılına kadar karbon salınımını sıfıra indirme hedeflerini yok etmektedir. Dünya genelinde özellikle kent merkezlerinde artan motorlu taşıt miktarının çevreye verdiği zararlar ve küresel ısınma gibi ciddi bir sorun göz önüne alındığında, hava kirliliğinin sağlık üzerindeki etkilerini azaltmak için ulaşıma yönelik değişimin her yerde teşvik edilmesi, gelecekte daha yaşanabilir kentler için en umut verici yol olarak görülmektedir. (Hoffman, 2019: 425). Yurt dışı ve Türkiye'den çeşitli örnekler çerçevesinde literatür taramasına dayalı olarak yürütülen bu çalışmanın amacı, 2050 yılı hedeflerine ulaşılmasında kent içi ulaşımın hangi yönde etkilerinin olduğunu ortaya koyarak, bu soruna çözüm önerileri sunmaktır.

2. 2050 YILI HEDEFLERİ

AB, iklim değişikliğine karşı stratejik bir önlem olarak, net sıfır sera gazı emisyonuna sahip bir ekonomi perspektifiyle 2050 yılına kadar karbon nötr olmayı hedeflemektedir. Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi AB'nin bu hedefini onaylamıştır. Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın temelinde yer alan bu hedefin, AB'nin 2015 yılında imzalanan Paris İklim Anlaşması ile de uyumlu olduğu söylenebilir (Avrupa Komisyonu Resmi Websitesi). *"Paris İklim Anlaşması'nın 2015 yılında kabulüyle birlikte AB iki hedef belirlemiştir: Küresel sıcaklık artışını 1,5° C'nin altında tutma ve iklim değişikliğinin yarattığı etkilere uyum sağlama"* (Küçük & Dural, 2022: 139). Böyle bir hedefin gerçekleştirilmesinin, artık bir gereklilikten çok zorunlu bir duruma gelmesinde insan kaynaklı faktörlerin büyük etkisi bulunmaktadır. Giderek artan dünya nüfusunun ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan endüstriyel faaliyetler, üretim-tüketim süreçleri ve buna bağlı olarak ortaya çıkan kirlilik, ısınma ve ulaşımdan kaynaklanan emisyonlar insan kaynaklı etkenlerin belli başlılarını oluşturmaktadır. İnsanların neden olduğu bu sorunlara çözüm sunulması etkili çevre politikaları ile mümkün olabilmektedir. 2050 yılına

kadar net sıfır sera gazı emisyonu hedefi olan AB'nin bu çevre politikası, kendisiyle ekonomik yönden ilişkileri olan ülkeleri de ilgilendirmektedir. Bu nedenle başta Türkiye olmak üzere, diğer ülkelerin de AB ile ekonomik ilişkilerini AB'nin uyguladığı çevre politikaları çerçevesinde yürütmesi büyük önem taşımaktadır (Ecer, Güner & Çetin, 2021:125).

3. KENT İÇİ ULAŞIM VE HAVA KİRLİLİĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Kentler, insanların yoğun olarak yaşadıkları ortamlardır. Bu yoğunlukla birlikte kentlerde hava kirliliği, gürültü ve yeşil alan eksikliği gibi sağlıkla ilişkili çevresel sorunlar da ortaya çıkmaktadır (Hoffman, 2019: 425). *"Hava kirliliği, doğal veya beşeri faaliyetler sonucunda atmosferin doğal bileşimini değiştiren, yoğunluğu ve havada kalma süresine bağlı olarak canlı ve cansız çevreye zarar veren gaz ve tanecikler olarak tanımlanmaktadır"* (Akan ve Morcalı, 2017: 105'den aktaran; Eroğlu, 2023: 257). Aslında hava kirliliğinin ana nedenleri fosil yakıtların (kömür, petrol ve doğal gaz) tutuşmasıyla ilgili olup, bu hammaddelerin yakılması esas olarak sanayi sektörü ve karasal taşıma yoluyla üretilmektedir (TEQOYA Company, 2020). Antropojenik hava kirliliği kaynakları arasında enerji üretimi için kullanılan kömür, petrol, doğal gaz gibi fosil yakıtlar, motorlu ulaşım araçları, yakılan atıklar, lastik ve fren aşınmaları, endüstri ve tarım alanlarından kaynaklanan emisyonlar yer almaktadır. Çevresel risk faktörleri arasında hava kirliliği sağlık açısından en tehlikelisi olup, dünya genelinde her yıl dört milyondan fazla kişinin erken ölümüne yol açmaktadır. Kava kirliğine neden olan unsurlar arasında ulaşım ise kent içi hava kirliliğine maruz kalmanın en önemli belirleyicilerinden biridir. Çünkü kent sakinleri genellikle trafiğe yakın yerlerde yaşamakta, çalışmakta ve işe gidip gelmektedir (Hoffman, 2019: 425). Bu nedenle özellikle kentsel alanlardan kaynaklanan hava kirliliği, ciddi sorunlara neden olmaktadır.

Kent merkezlerindeki kalabalık ve yoğun trafiğe bağlı olarak artan hava kirliliği ciddi sağlık sorunlarını beraberinde getirmektedir. Son araştırmalar, hava kirliliğinin önümüzdeki birkaç on yılda kentlerde erken ölümlerin ana çevresel nedeni haline geleceğini bildirmektedir (Cariolet vd., 588: 2018). Amerika Birleşik Devletleri'nin kilometrekareye düşen 27.346 kişi ile nüfus yoğunluğu en fazla şehri olan New York'da yapılan bir araştırma, her yıl yüzlerce erken ölümün hava kirliliği ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Sadece 783 km^2 büyüklüğünde ama 8,41 milyondan fazla kişiyi barındıran New York için bu üzücü tablo başka yerleşim yerleri için de benzer sonuçlar sunmaktadır (Shukla vd., 2022: 7119). Avrupa'nın en yoğun kentsel alanlarından biri olan Paris de yüksek düzeyde ulaşım kaynaklı hava kirliliğine maruz kalmaktadır (Cariolet vd., 588: 2018). 2016 yılında Paris Belediyesi, günde yaklaşık 40.000

aracın kullandığı Paris'in 3,3 kilometrelik nehir boyunca uzanan en işlek caddelerinden birini trafiğe kapatmış ve bu politikanın bir sonucu olarak, hava kirliliğinin konumu değişmiştir. Bu durum şehrin bir başka noktasındaki hava kalitesini olumsuz yönde etkileyerek, hava kirliliğinin trafiğe kapatılan bölgesinde düşmesine neden olurken, bir başka yerinde çok daha fazla yükselmesine neden olmuştur. Bu kirliliği ve sorunları azaltmak için yolun özellikle trafiğin yoğun olduğu saatlerde belirli aralıklarla yeniden açılması veya şehir içi geçiş ücretinin getirilmesi çözüm önerileri olarak ele alınmaktadır (Sleiman, 2022).

Kent içi ulaşımda sadece karayolu değil, denizyolu taşımacılığının da çevreye verdiği zararlar göz ardı edilmemelidir. *"Denizyolu taşımacılığı denizleri ve havayı kirletirken bunlarla beraber çevreyi ve doğal yaşamı da çeşitli yönlerden olumsuz etkilemiştir."* (Kutluk, 2018: 305). Gemi emisyonları önemli bir hava kirliliği kaynağını oluşturmaktadır. Emisyonlar çoğunlukla hem açık denizlerdeki hem de yoğun nüfuslu kıyı şeritlerine yakın ana gemi rotaları boyunca toplanmaktadır. Gemilerden yayılan başlıca hava kirleticileri arasında kükürt dioksit, ve azot oksit bulunmaktadır (Jonson vd., 2020: 11399). Türkiye'nin en kalabalık kenti İstanbul'da nüfusun bir kısmı (4/5 milyon) İstanbul Boğazı'nın kıyı şeridinde ya da kıyı şeridine yakın mesafede ikamet etmektedir. Bu kesimde yaşayan kent nüfusu, serin ve temiz havasıyla bilinen Boğaz'ın, aslında gemi trafiğinden kaynaklı sülfür oksit, azot oksit ve partiküler madde dolu kirli havasını sürekli solumak durumunda kalmaktadır (Tokuşlu & Burak, 2021: 59). Gemi bacalarından çıkan zararlı maddelere ek olarak diğer motorlu taşıtlar, ısınma ve endüstri kaynaklı emisyonlar İstanbul'da hava kirliliğini tehlikeli boyutlara taşımaktadır. İstanbul'da öncelikle yaşlılar, kronik bir hastalığa sahip olanlar ve çocuklar gibi hassas gruplar başta olmak üzere, herkesi etkileyen hava kirliliği sorunu giderek artmaktadır (Demirkır, 2023).

İnsan faaliyetlerinden kaynaklanan hava kirliliğinin küresel ısınmaya neden olması gibi önemli sorun karşısında, tüm dünya devletlerinin ortak hedefler belirleyerek ortak politikalar geliştirmeleri gerekmektedir. Bilindiği üzere *"küresel ısınma, insan aktivitesi sonucu sera etkisi yapan gazların atmosferdeki oranlarının hızla artmasıdır"* (Akın, 2006: 32). Hava kirleticilerin emisyonlarındaki büyük artış, hava kalitesini dünya çapında önemli bir çevre sorunu haline getirmiştir. ABD Çevre Koruma Ajansı tarafından izlendiği üzere, ABD nüfusunun %50'sinden fazlasının; ozon, nitrojen dioksit, kükürt dioksit ve partikül seviyelerinin mevcut ulusal standartları aşan bölgelerde yaşadığı tahmin edilmektedir (D'Amato, Cecchi & Liccardi, 2010: 96-97). *"Ulaşım araçlarından kaynaklanan nitrojen oksit, ulaşım araçlarının yol açtığı karbon monoksit*" (Baykal, 2010) hava kirliliğinin temel nedenleri arasında yer almaktadır. Bu sorun küresel ısınma ile de ilişkilidir. Çünkü *"sera gazı üretiminde önemli bir pay ulaştırma*

sektörüne aittir. Hava kirliliğine ve iklim değişikliğine neden olan fosil yakıt emisyonlarının en önemli kaynaklarından biri motorlu taşıtlardır" (Bıyık & Civelekoğlu, 2018: 157). 2050 yılı hedeflerine yani net sıfır sera gazı emisyonu hedefine ulaşılabilmesinde öncelikle kent içi ulaşımdan kaynaklanan sorunların çözüme kavuşturulması gerekmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kent içi ulaşıma dayalı hava kirliliği, hem şimdiki hem de gelecek nesillerin daha sağlıklı ve temiz bir çevrede yaşama hakkına karşı önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Ulaşımdan kaynaklanan küresel ısınmanın etkilerini azaltılmak için öncelikle gelişmiş ve sanayileşmiş ülkelerden başlayarak tüm insanlar ortak bir çaba göstermelidir. Küresel ısınma gibi çok önemli sorun karşısında sadece insanlar değil, diğer tüm canlılar da bu tehdit altında bulunmaktadır. Kent içi ulaşım sorununa karşı yapılabilecekler şöyle sıralanabilir:

- Toplu taşıma araçları, ekonomik ve konfor yönünden daha özendirici hale getirilebilir.
- 2050 yılına kadar toplu taşıma araçları da dahil olmak üzere tüm bireysel motorlu araçlar elektrikli hale getirilebilir.
- Bisiklet ya da yürüyüşün hem sağlık hem de çevre açısından yararları seminer ve eğitim programları yoluyla halka anlatılarak, bu faaliyetler yaygınlaştırılıp teşvik edilebilir.
- Bisiklet yolları araç trafiğinden ayrı ve daha güvenli bir duruma getirilerek, kent içi ulaşımdaki yeri geliştirilip artırılabilir.
- *"Araç seyrinde 50-60 km/saat değerindeki sabit hızlar, yakıt tüketiminin en düşük olduğu koşulları sağlamaktadır."* (Soruşbay, 2007: 26). Bu bağlamda, araç hız kontrollerinin daha sıkı bir şekilde yapılması ve cezaların daha caydırıcı boyutta olması hava kirliliğinin önlenmesine katkı sağlayabilir.
- Kent içi ağaçlandırma artırılarak, yeşil alanlar geliştirilebilir.
- Egzoz muayeneleri daha ciddi bir şekilde yapılarak, bu konuda kurallara uymayan sürücülere ağır ceza ve yaptırımlar getirilebilir.
- Sürücülere yönelik eğitim programları düzenlenerek, kaliteli yakıt kullanımı desteklenebilir ve kent içi ulaşımda dikkat edilmesi gereken kurallar hatırlatılabilir.
- Yoğun ve sıkışık trafik koşulları, araçların daha uzun süre emisyonuna neden olduğu için ulaşım sorununa alternatif yollar, alt-üst geçit, köprü gibi kalıcı ve güçlü çözüm önerileri üretilebilir.
- Elektrikli scooter uygulaması yaygınlaştırılarak, ücreti daha cazip hale getirilebilir.

- Ülkeler, otomobil üretiminde, çevreci yeni teknolojilerin kullanıldığı, yakıt tüketimi daha az, hibrit modeller tercih edebilirler.

Kent içi ulaşımda 2050 hedeflerine, yukarıda sıralanan önlemler doğrultusunda katkı sağlanabilir. Bu konuda alınacak önlemlerin uygulanmasına, öncelikle motorlu taşıt sayısı daha yüksek olan ülkelerden başlanması daha uygun olacaktır. Ayrıca hibrit ve elektrikli araçların üretiminde, ekonomik yönden güçlü ülkelerin diğer ülkelere teknoloji transferi sağlamasının ve bu araçların üretiminde ekonomik yardımda bulunmalarının da etkili çözüm önerileri arasında olduğu göz ardı edilmemelidir.

KAYNAKÇA

Akın, G. (2006). Küresel ısınma, nedenleri ve sonuçları. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 46 (2): 29-43.

Avrupa Komisyonu Resmi Websitesi. 2050 long-term strategy. https://climate.ec.europa.eu/eu-action/climate-strategies-targets/2050-long-term-strategy_en (Erişim Tarihi: 30. 10. 2023).

Baykal, T. (2010). Küreselleşme ve başlıca küresel çevre kirlilikleri. Mevzuat Dergisi, Yıl: 13, Sayı: 148.

Bıyık, Y. & Civelekoğlu, G. (2018). Ulaşım sektöründen kaynaklı karbon ayak izi değişiminin incelenmesi. Bilge International Journal of Science and Technology Research, 2 (2): 157-166.

Cariolet, J. M., Colombert, M., Vuilett, M. & Diab, Y. (2018). Assessing the resilience of urban areas to traffic-related air pollution: Application in greater Paris. Science of The Total Environment, Volume 615, pp.588-596.

Cengiz, M. A., Şenel, T., Terzi, E., Savaş, N.& Terzi, Y. (2013). Samsun bölgesindeki hava kirliliğinin neden olduğu hastalıkların istatistiksel modellenmesi. Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi, 3(8): 27-36.

D'Amato, G., Cecchi, L. & Liccardi, G. (2010). Urban air pollution and climate change as environmental risk factors of respiratory allergy: An update. J Investig Allergol Clin Immunol, 20 (2): 95-102.

Demirkır, D. (2023). Hava kirliliğinde endişe yaratan artış! İstanbul'da bu ilçelere dikkat! https://www.haberturk.com/hava-kirliliginde-dikkat-ceken-artis-istanbul-da-bu-ilcelere-dikkat-3552623 (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Ecer, K., Güner, O & Çetin, M. (2021). Avrupa yeşil mutabakatı ve Türkiye ekonomisinin uyum politikaları. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 9(2), 125-144.

Eroğlu, İ. (2023). Çerkezköy ve Kapaklı ilçelerinde (Tekirdağ) hava kirliliğinin nedenleri ve kirlilik parametreleri üzerine bir değerlendirme. Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (66): 256-283.

Gao, Y. & Zhu, J. (2022). Characteristics, impacts and trends of urban transportation. Encyclopedia, 2, pp. 1168-1182.

Hoffman, B. (2019). Air pollution in cities: Urban and transport planning determinants and health in cities. M. Nieuwenhuijsen & H. Khreis (Ed.). In "Integrating Human Health into Urban and Transport Planning A Framework" (pp. 425-441), Springer.

Jonson, J. E., Gauss, M., Schulz, M., Jalkanen, J.P. & Fagerli, H. (2020). Effects of global ship emissions on European air pollution levels. Atmospheric Chemistry and Physics, 20 (19): 11399–11422.

Kutluk, E. (2018). İstanbul Boğazı'ndan geçen gemilerin oluşturduğu trafik yükünün çevresel etkileri: Ro-ro gemileri özelinde bir inceleme. Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, 6 (1): 285-310.

Küçük, G. & Dural, B. Y. (2022). Avrupa yeşil mutabakatı ve yeşil ekonomiye geçiş: Enerji senaryoları üzerinden bir değerlendirme. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22 (1): 137-156.

Leroutier, M. & Quirion, P. (2022). Air pollution and CO_2 from daily mobility: Who emits and Why? Evidence from Paris. Energy Economics, Volume: 109, pp.1-14.

Onat, B. & Şahin, Ü. A. (2012). Trafik kaynaklı partikül madde boyutlarının ve siyah duman ile ilişkisinin araştırılması. Ekoloji 21, No: 83, ss. 77-83.

Shukla, K., Seppanen, C., Naess, B., Chang, C., Cooley, D., Maier, A., Divita, F., Pitiranggon, M., Johnson, S., Ito, K. & Arunachalam, S. (2022). ZIPcode-level estimation of air quality and health risk due to particulate matter pollution in New York city. Environmental Science & Technology, 56 (11), 7119-7130.

Sleiman, L. B. (2022). Less cars in central Paris, more pollution on the outskirts. https://www.polytechnique-insights.com/en/columns/planet/less-cars-in-central-paris-more-pollution-on-the-outskirts/ (Erişim Tarihi: 31.10.2023).

Soruşbay, C. (2007). Karayolu ulaşımından kaynaklanan karbondioksit emisyonlarının çevreye etkisi ve kontrolü. Mühendis ve Makine, 48(564): 22-26.

TEQOYA Company. (2020). Car-free day : The weight of cars in air quality. https://www.teqoya.com/days-without-cars-paris/ (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Tokuşlu, A. & Burak, S. (2021). İstanbul Boğazı'nda transit geçiş yapan gemilerin egzoz gazı emisyonlarının incelenmesi. 9 (1): 59-66.

DEPREMLER KONUSUNDA TOPLUMSAL BİLİNÇLENME SAĞLANMASINDA EĞİTİM FAALİYETLERİNİN ÖNEMİ

Doç. Dr. Abdullah KARATAŞ
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, - 0000-0002-5120-1203

ÖZET

Depremler can ve mal kaybına neden olan, ülkelerin toplumsal yaşamını kesintiye uğratan ve ciddi çevresel sorunlara yol açan doğal afetlerdir. İnsanlar bu çok önemli ve yıkıcı doğa olayı karşısında bilgi eksikliği olduğu için ne yazık ki alınacak tedbirler konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle toplumun depremler konusunda her şeyden çok bilinçlenmeye ihtiyacının olduğu söylenebilir. Bu bilinçlenmenin her seviyede eğitim kurumlarında ve toplumun farklı kesimlerinde örgün ve yaygın eğitim kapsamında sürdürülmesi, Türkiye gibi deprem kuşağı içinde yer alan bir ülke için büyük önem taşımaktadır. Çünkü depremlerin ne zaman ve hangi şiddette ortaya çıkacağı kesin olarak bilinemese de yapacakları etkinin korkunç olduğunu yaşanmış acı deneyimler göstermektedir. Özellikle 6 Şubat 2023 tarihinde 11 ili kapsayan büyük bir yıkıma neden olan deprem felaketi bu durumu net bir şekilde gözler önüne sermektedir. Deprem konusunda, başta yerel yönetimler olmak üzere diğer kamu kurumlarının üzerine düşen görev ve sorumlulukları layıkıyla yerine getirebilmelerinde bilgi anahtar bir kavramdır. Deprem anında yapılması gerekenler, depreme karşı alınacak tedbirler, deprem merkezlerine sağlanacak yardım ve koordinasyonun planlanması, depremzedelerin hakları konusunda önceden bilgiyle donanmak, yaraların sarılması ve iyileştirilmesi döneminde hayati derecede önemlidir. Ülkemizin geleceğini ciddi anlamda tehdit eden deprem sorununa karşı, eğitim çerçevesinde alınabilecek tedbirlerin farklı ülkelerden örnekler çerçevesinde tartışıldığı bu araştırma, literatüre dayalı olarak yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Deprem, tedbir, eğitim, bilinç.

1. GİRİŞ

Depremler can ve mal kaybına neden olan, ülkelerin toplumsal yaşamını kesintiye uğratan ve ciddi çevresel sorunlara yol açan doğal afetlerdir. İnsanlar bu çok önemli ve yıkıcı doğa olayı karşısında bilgi eksikliği olduğu için ne yazık ki alınacak tedbirler konusunda da yetersiz

kalmaktadır. Bu nedenle toplumun depremler konusunda her şeyden çok bilinçlenmeye ihtiyacının olduğu söylenebilir. Bu bilinçlenmenin her seviyede eğitim kurumlarında ve toplumun farklı kesimlerinde örgün ve yaygın eğitim kapsamında sürdürülmesi, Türkiye gibi deprem kuşağı içinde yer alan bir ülke için büyük önem taşımaktadır. Çünkü depremlerin ne zaman ve hangi şiddette ortaya çıkacağı kesin olarak bilinemese de yapacakları etkinin korkunç olduğunu yaşanmış acı deneyimler göstermektedir. Özellikle 6 Şubat 2023 tarihinde 11 ili kapsayan büyük bir yıkımla meydana gelen deprem felaketi bu durumu net bir şekilde gözler önüne sermektedir. Türkiye'yi manevi olduğu kadar ekonomik yönden de derinden etkileyen böyle bir afetin, gelecek kuşaklara yansımalarının pek de olumlu yönde olacağı söylenemez. Geride kalan insanların morallerinin düzelmesi de dahil olmak üzere, depremin izlerinin tamamen silinmesinin uzun yıllar alacağı kaçınılmazdır. Elbette depremleri önlemek bugünkü teknoloji ile imkansız olsa da depremlere karşı tedbir almak mümkün olmaktadır. Deprem konusunda, başta yerel yönetimler olmak üzere diğer kamu kurumlarının üzerine düşen görev ve sorumlulukları layıkıyla yerine getirebilmelerinde bilgi anahtar bir kavramdır. Deprem anında yapılması gerekenler, depreme karşı alınacak tedbirler, deprem merkezlerine sağlanacak yardım ve koordinasyonun planlanması, depremzedelerin hakları konusunda önceden bilgiyle donanmak, yaraların sarılması ve iyileştirilmesi döneminde hayati derecede önemlidir. Literatür taramasına dayalı olarak yürütülecek olan bu çalışmanın amacı ülkemizin geleceğini ciddi anlamda tehdit eden deprem sorununa eğitim çerçevesinde alınabilecek tedbirleri ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2. DOĞAL AFETLER ve TOPLUMSAL ETKİLERİ

Doğal afet tanımından önce, afetin bir olayın kendisi olmadığı ama o olayın öngörülen ya da beklenmeyen ani bir sonucu olduğunun bilinmesi, tanımın daha iyi anlaşılması adına önem taşımaktadır (Kadıoğlu, 2008: 2). Doğal afet insanların kendi güç ve çabaları ile baş edemeyecekleri, toplumsal hayatta aksamalara neden olan insan, eşya, ekonomik yapı ve çevreye ciddi zararlar veren tehlikeli doğa olaylarıdır (Gissing, Timms, Browning, Crompton & McAneney, 2022: 159). Doğal afetler, "*insan etkisi olmadan, tamamen doğal oluşumlarla meydana gelen, çoğunlukla ani veya önlemi alınmayacak kadar kısa bir sürede gelişen, ciddi ekonomik ve soysal zararların yanı sıra, sıklıkla can kayıpları ile sonuçlanan doğa olayları*" olarak da tanımlanabilir (Özgen vd., 2011'den aktaran; Bozyiğit & Kaya, 2017: 56).

"*Doğal afetler doğa olaylarına göre jeofiziksel (deprem, volkanik patlama, küresel hareketler), meteorolojik (fırtına, kasırga), hidrolojik (sel, ani su baskını) ve iklimsel olaylar (aşırı uç*

değerlerdeki hava koşulları, kuraklık, yangın) olarak dört grupta incelenmektedir" (Akar, 2013: 187). ABD'de 2017 yılında dört hafta içinde gerçekleşen üç büyük kasırga meteorolojik afetlere örnek olarak gösterilebilir. 25 Ağustos 2017'de Harvey Kasırgası ile Teksas'da günlük yaşam adeta durmuş ve 200.000 evi su basmıştır. 6 Eylül 2017 tarihinde Atlantik havzası o zamana kadar kaydedilmiş en güçlü kasırgalardan birinin etkisi altına girmiş ve Irma Kasırgası olarak isimlendirilen bu kasırga ABD'nin Florida adalarını, Virjin Adaları, Porto Riko'yu vurmuştur. Son olarak 19 Eylül'de Maria Kasırgası Virjin Adaları'nın güneydoğusundan geçerek Porto Riko'nun altyapısında büyük hasarlara neden olmuştur. 47 milyondan fazla insanı etkileyen bu üç kasırganın birleşik etkisi 4844 insanın hayatını kaybetmesine ve 265 milyar dolarlık bir ekonomik kayba neden olmuştur (Gissing, Timms, Browning, Crompton & McAneney, 2022: 159-160). Yine bir başka büyük sel felaketi 15-17 Aralık 1999'da Güney Amerika'yı vurmuş ve Venezüalle'da Karayip Denizi kıyılarında yaşayan 50.000'den fazla kişi selin etkisiyle yaşamını yitirmiş, yerleşim yerlerinin çoğu sel suları altında kalarak ülke büyük kayıplar vermiştir (Biricik, 2001: 21).

Jeofiziksel afetler içinde en çok can ve mal kaybına neden olan afet türü depremler olarak bilinmektedir. *"Yerkabuğu'nun âni olarak az veya çok şiddetle sarsılması olayına Deprem (Seizm) denir. Bu, doğal bir olaydır"* (Biricik, 2001: 9). "*Yer kabuğu içindeki kırılmalar nedeniyle ani olarak ortaya çıkan titreşimlerin dalgalar halinde yayılarak geçtikleri ortamları ve yer yüzeyini sarsma olayı"* deprem olarak tanımlanabilir (Babüroğlu, 1998: 18'den aktaran; Altun, 2018: 4). Dünyanın farklı yerlerinde farklı şiddetlerde ortaya çıkabilen depremler, ülkeler için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. 12 Mayıs 2008 tarihinde, Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wenchuan eyaletinde büyük bir deprem meydana gelmiş, bu yıkıcı depremin etkisiyle 69226 insan hayatını kaybederken, 17923 kişi kaybolmuş, 4.8 milyon kişi ise evsiz kalmıştır. Çin'in yarısından fazlasını etkileyen bu depreme ilişkin ekonomik zarar 124 milyar doları aşmıştır (Şahin & Kılınç, 2016: 38). 11 Mart 2011'de öğleden sonra, Japonya'nın Pasifik Kıyısının yaklaşık 70 km açığında meydana gelen şiddetli bir deprem, Japonya'nın kuzeyindeki kıyı bölgelerinde geniş çapta yıkıma neden olan büyük bir Tsunamiyi tetiklemiş, bu Tsunami'nin dalga boyu 40 metreyi aşarak pek çok insanın hayatını kaybetmesine yol açmıştır. 11 Mart 2013 itibarıyla 15.882 kişinin öldüğü ve 2.668 kişinin ise kayıp olduğu resmi olarak duyurulmuştur (Matsubara, Murakami, Imai, Mizoue, Akashi, Miyoshi & Nakasa, 2016: 746). Türkiye'nin Güneydoğu'su ise 6 Şubat 2023 tarihinde iki büyük deprem ile sarsılmıştır. Depremlerden sonra meydana gelen artçı depremler, bölgede hala etkisini sürdürmektedir (Utkucu, Durmuş, Uzunca & Nalbant, 2023: 2). "Kahramanmaraş'ın Pazarcık ilçesinde art arda

yaşanan ve 11 ili (Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Osmaniye ve Şanlıurfa) doğrudan etkileyen depremlerde" ağır can ve mal kayıpları yaşanmıştır (Çığ & Toprak, 2023: 100). Görüldüğü üzere depremler pek çok yerleşim yerini aynı anda yıkabilen, diğer doğal afetler içinde etkisi en büyük olabilen korkutucu bir doğal afet türüdür (Altun, 2018: 4). Büyük hasara neden olan 6 Şubat felaketinde, resmi rakamlar en az 50.500 vatandaşımızın hayatını kaybettiğini, 122.000 kişiden fazla kişinin ise yaralandığını göstermektedir (Ata, Çelik & Saka, 2023: 60). Tüm bölgeye büyük yıkım getiren bu şiddetli depremler komşu illeri de etkilemiş, Bingöl, Kayseri, Mardin, Tunceli, Niğde ve Batman'da depremden ciddi boyutta zarar gören binalar tespit edilmiş ve bu iller de diğer 11 ilden sonra "Genel Hayata Etkili Afet Bölgesi" ilan edilmiştir (AFAD Resmi Websitesi, 2023).

"Ülkemizde meydana gelen doğal afetler incelendiğinde, afetten etkilenen insan sayısı bakımından birinci sırada depremler gelmektedir. Afetzedelerin %58'ini depremlerden etkilenenler oluşturmakta, depremleri sırasıyla heyelanlar, su baskınları, kaya düşmesi ve çığ olayları takip etmektedir." (Altun, 2018: 4).

Şekil 1. Türkiye'nin Fay Hatları



Kaynak: Akbulut, 2023: 571.

Şekil 1'den de görüldüğü üzere Türkiye Kuzey Anadolu Fayı, Batı Anadolu Fayı ve Doğu Anadolu Fayı ile boydan boya bölünmektedir. Depremler en yıkıcı doğal afetlerden biri olarak herkesin bu konuda tedbirli olmasını gerektirmektedir. Daha önce yaşanan deprem felaketleri ile toplumun her an yeniden karşılaşma olasılığının olduğu düşünülürse, ne zaman, nerede ve hangi şiddette olacağı tam olarak bilinemese de bazı tedbirlerin alınmasının mümkün olduğu

söylenebilir. Bu tedbirlerin en önemlilerinden biri de toplumsal bilinç olarak ifade edilebilir. Bir deprem bölgesi olan Türkiye'de ilköğretimden başlayarak eğitimin her kademisinde deprem eğitimlerinin verilmesi, ayrıca yaygın eğitim kapsamında halkın da bu konuda eğitilmesi depremi önleyemese de deprem konusunda bilinç kazanmasına katkı sağlayabilecektir.

3. DEPREM BİLİNCİ KAZANILMASINDA EĞİTİM FAALİYETLERİNİN ROLÜ

Depremler can ve mal kaybına neden olan, ülke ekonomilerini etkileyen doğa olayları olarak, Alp-Himalaya deprem kuşağında bulunan Türkiye için ciddi bir tehdit unsurudur (Akbulut, 2023: 570). Depremleri durdurmak ya da olmasını engellemek imkanı olmasa da depremlere karşı tedbir almak mümkündür. Yapıların depreme dayanıklı olarak inşa edilmesi elbette yapılacakların başında gelse de, eğitimin de bu konuda önemli bir araç olarak kullanılabileceği göz ardı edilmemelidir. Depremin her sürecinde nasıl davranılması gerektiği konusunda, yaygın ve örgün eğitim kapsamında çocukların, gençlerin, yetişkinlerin bilinçlendirilmesi, afetlere hazırlıklı olmak adına yararlı olacaktır.

Çocukların deprem felaketini yaşamaları, hayatlarının daha sonraki dönemlerinde olumsuz bir etkiye ve psikolojik yönden stres yaşamalarına neden olabilmektedir. Deprem felaketinin üzerinden uzun bir süre geçmiş olsa da maalesef çocuklar bu tür olayları hala canlı bir şekilde hatırlayabilmektedir (Yeon, Chung & Im, 2020: 3). Buna göre *"deprem gibi afetlerden sonra uygulanacak psikolojik destek hizmetlerinin daha önceden ve uzun vadeli planlanmasının, afetler sonrası ortaya çıkabilecek sorunları önlemede etkili olabileceği"* söylenebilir (Kurt ve Gülbahçe, 968). Eğitim de bu konuda yararlı sonuçlar alınmasını destekleyebilecektir. Buna göre çocukların deprem anında, öncesi ve sonrasında nasıl davranması gerektiğine ilişkin afet eğitimi almaları bu sürecin daha kolay atlatılmasına yardımcı olabilecektir. Teorik ve uygulamalı dersler, tatbikatlar, tartışmalar, okuma ve dinleme çalışmaları, oyunlar, okul sonrası etkinlikler ve çevrimiçi kültürlerarası projeler ile uygulanabilecek afet eğitimi programı, çocuklar ve gençlerin afetlere karşı direnç geliştirmelerine ve bilgiyle donanarak hazırlıklı olmalarına katkı sağlayacaktır (Yeon, Chung & Im, 2020: 3). Sadece çocuklar ve gençler değil yetişkinlere de eğitim yoluyla kazandırılacak bilgiler onların depreme karşı farkındalığını artıracak, deprem riskini daha iyi görebilmelerine yardımcı olacaktır. Deprem anında olduğu kadar öncesinde ve sonrasında da ne yapması gerektiğini bilen bireyler, hem kendilerini hem de ailelerini deprem tehlikesine karşı koruyabilecektir (Özkorkmaz vd., 2023: 1346). Depreme karşı güvenlik önlemlerini öğretmenin, hem deprem öncesi ve sonrası kaygıyı kontrol etmede hem de olayın gerçekleşmesi durumunda doğru kararları vermede etkili bir faktör olduğu

unutulmamalıdır (Rajabi, Taghaddos & Zahrai, 2022: 17). Böyle bir eğitim programının yararları yadsınamaz. Özellikle çağımızın gelişen teknolojilerini kullanarak yapılan deprem eğitimi, böyle tehlikeli bir doğa olayına karşı alınabilecek tedbirler arasında büyük önem taşımaktadır. Bu konuda yapılan bir araştırma buna örnek olarak gösterilebilir.

Sanal Gerçeklik (VR) teknolojisi, insanları güvenlik konularında eğitmek için kullanılabilmektedir. Tahran kentindeki bir okulda, 20-25 yaş aralığındaki toplam 20 öğrenciden oluşan 10 kişilik iki grup için deprem anında temel güvenlik önlemlerinin ve depremin stresli koşullarında doğru karar verebilmenin öneminin öğretildiği deprem eğitimi verilmiş ve bu eğitimin öğrencilere katkısı ölçülmüştür. Bunun için bir grup öğrenci için sanal bir öğrenme ortamında sanal bir eğitim modeli tasarlanmış, diğer grup için ise fiziki ortamda yüz yüze eğitim yapılmıştır. İki hafta sonra eğitim gören öğrencilere, depreme karşı güvenlik önlemlerine ilişkin değerlendirme testleri dağıtılmış ve VR teknolojisi aracılığıyla yapılan eğitimin, yüz yüze eğitim yaklaşımına göre öğrencilerde daha yüksek performans düzeyi sağladığı tespit edilmiştir (Rajabi, Taghaddos & Zahrai, 2022: 1). Ortaokul öğrencilerine yönelik olarak Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Sismolojik İzleme ve Deprem Eğitim Merkezi'ne düzenlenen bir gezi sonrasında da öğrencilerin depreme yönelik tutumlarının olumlu yönde geliştiği, deprem öncesinde, sırasında ve sonrasında yapılması gerekenlerle ilgili olarak bilgi seviyelerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Öğrenciler için yapılan interaktif sunumlar ve deprem simülasyonu bu konuda yararlı sonuçlar alınmasına katkı sağlamıştır (Çavuş & Balçın, 2020: 65-66).

Deprem eğitimi, deprem tehlikesinin olduğu her ülke için ciddi bir şekilde ele alınması gereken bir konudur. Çünkü depreme maruz kalan ülkeler büyük maddi zararlara ve can kayıplarına maruz kalmaktadır. Toplumun her kesimine ve özellikle çocukluk çağından başlayarak uygulanacak deprem eğitimiyle temel güvenlik önlemleri öğretilebilir. Böyle bir eğitim, deprem anında paniklemek ya da yanlış kararlar vermek yerine, daha akılcı davranabilen bir neslin yetişmesine olanak tanıyacak ve böylesine tehlikeli bir doğal afette can kayıplarının yaşanmasına karşı etkili bir çözüm olabilecektir. Sadece deprem anında değil deprem öncesi ve sonrası ile ilgili bilgilerin de eğitimle verilmesi mümkündür. Ancak Türkiye için deprem eğitiminin pek iyi durumda olduğu söylenemez. Bu konuda yapılan bir araştırmaya göre *"Öğrencilerin bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu, depreme olan bakışlarının da olumsuz olduğu görülmüştür. Buna karşılık, öğrencilerin bilgi düzeylerini artırmaya yönelik çalışmaların yeterli düzeyde yapılmadığı belirlenmiştir."* (Değirmençay & Cin, 2016: 311). Sadece ezbere

yönelik teorik bilgilerle sınırlı kalan deprem eğitimi ile istenilen sonuçlara ulaşılmasının mümkün olduğu söylenemez. *"Ders kitaplarının temel eğitsel yapılarını bilgi içeriklerinden çok etkinlikler, deneyler ve projeler oluşturmaktadır. Mevcut konuya ilişkin yapılabilecek en önemli etkinlik şüphesiz ki deprem tatbikatı olacaktır."* (İçme & Büyük, 2023: 951).

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Normal yaşamın gidişatını etkileyen ve toplumda başta can ve mal kaybı olmak üzere ciddi anlamda zararlara neden olan tüm tehlikeli doğa olayları karşısında tedbirli olunması büyük önem taşımaktadır. Ancak bu doğa olayları içinde, geniş çaplı afetlere neden olabilen ve çok büyük boyutlarda yerleşim yerlerini etkileyebilen depremler, bu özellikleriyle en çok zarara neden olan doğal afetler arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Depremlere karşı alınabilecek önlemler arasında eğitim, depremlerin neden olacağı zararların hafifletilmesine katkı sağlayabilecektir. Özellikle Türkiye gibi deprem riski yüksek olan ülkeler için eğitimin bireylerin bilinçlendirilmesinde bir araç olarak kullanılmasının kaçınılmaz olması gerekmektedir.

> *"Ülkemizin fay kuşağında bulunması ve depremlerin vazgeçilmez bir gerçek olması sebebiyle deprem başta olmak üzere afet eğitiminin okul öncesinden itibaren ders olarak eklenmesi veya öğretim programlarına entegre edilmesi önerilmektedir. Ayrıca Millî Eğitim Bakanlığının depremle ilgili kurumlar ile protokol imzalayıp öğrencilerin deneyim ve farkındalık kazanabilecekleri ve olumlu tutum geliştirebilecekleri okul dışı öğrenme ortamlarından yararlanmaları sağlanabilir"* (Çavuş & Balçın, 2020: 67-68).

Eğitim çabalarının çocukluk döneminden itibaren başlaması, gelecekte toplumsal bilinçlenme adına önem taşımaktadır. Bu konuda ilköğretim kurumlarında çalışan öğretmenlere büyük görev ve sorumluluklar düşmektedir. Çünkü deprem bilinci yüksek bireylerden oluşan bir toplum yapısının oluşturulması, yarınların teminatı olan çocukları yetiştiren öğretmenlere çeşitli ödevler yüklemektedir. Tabi bu konuda öğretmenlerin de donanımlı olmaları gerektiği unutulmamalıdır. Bunun için *"İlköğretim öğretmenlerinin yetiştirildiği fakültelerde, lisans döneminde, doğal afetler ve korunma yolları ile ilgili dersler okutulmalıdır."* (Öcal, 2005: 182).

Deprem bilinci ile mezun olan öğretmen adayları, gelecekte mesleklerine atandıklarında bu bilinci kendi öğrencilerine aktaracaklardır. Deprem eğitiminin sadece ilköğretim seviyesinde değil, üniversiteler de dahil olmak üzere eğitimin her aşamasında verilmesi deprem bilincinin daha da yaygınlaştırılmasına katkı sağlayacaktır. Öğrencilerin edindiği bilgilerini

pekiştirmesini sağlayabilecek deprem simülasyonu, uygulamalı eğitimler, sanal öğrenme ortamları, deprem tatbikatları gibi teknoloji destekli eğitim faaliyetlerinin deprem eğitiminde kullanılmasının depreme karşı hazırlıklı olma adına daha yararlı olacağı söylenebilir. Ayrıca üniversitelerin de desteğini alarak, yerel yöneticiler ve halkın yaygın eğitim kapsamında alanında uzman eğitimciler tarafından bilinçlendirilmesinin de depreme hazırlık ve depremin etkilerinin azaltılması hususunda, üzerinde durulması gereken bir konu olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

AFAD Resmi Websitesi. (2023). Genel Hayata Etkili Afet Bölgesi hakkında basın duyurusu. https://www.afad.gov.tr/genel-hayata-etkili-afet-bolgesi-hk (Erişim Tarihi: 25.10.2023).

Akar, S. (2013). Doğal afetlerin kamu maliyesine ve makro ekonomiye etkileri: Türkiye değerlendirmesi. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Sayı:21, ss. 185-206.

Akbulut, B. (2023). Deprem nedeniyle meydana gelen ölüm ve yaralanmalara ait ceza hukuku sorunlarına ilişkin bazı tespitler. Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 31 (2): 569-628.

Altun, F. (2018). Afetlerin ekonomik ve sosyal etkileri: Türkiye örneği üzerinden bir değerlendirme. Sosyal Çalışma Dergisi, 2 (1): 1-15.

Ata, U., Çelik, C. & Saka, N. E. (2023). Kahramanmaraş deprem felaketi kurbanlarında kimliklendirmenin gözlemsel incelenmesi. Ases Uluslararası Afet Kongresi, 14-16 Nisan, Kayseri, ss.58-62.

Biricik, A. S. (2001). Yeryuvarı'nda doğal olaylar ve âfetler. Marmara Coğrafya Dergisi, 3 (1): 7-26.

Bozyiğit, R. & Kaya, B. (2017). Coğrafya öğretmen adaylarının doğal afetlerle ilgili bazı kavramlar hakkındaki bilişsel yapılarının belirlenmesi. Marmara Coğrafya Dergisi, Sayı: 35, ss. 55-67.

Çavuş, R. & Balçın, M.D. (2020). Deprem eğitim merkezi gezisinin ortaokul öğrencilerinin depreme yönelik tutumlarına etkisinin incelenmesi. Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 4 (2): 55-72.

Çığ, F. & Toprak, Ç. C. (2023). Buğday Üretimi Üzerinde Depremlerin Etkileri. 4rd International Cukurova Agriculture and Veterinary Congress. 27-28 Şubat 2023, Adana, ss. 97-110.

Değirmençay, Ş.A. & Cin, M. (2016). Türkiye'deki deprem eğitimi araştırmaları: Betimsel içerik analizi. YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi, 13 (1): 301-301.

Gissing, A., Timms, M., Browning, S., Crompton, R. & McAneney, J. (2022) Compound natural disasters in Australia: A historical analysis. Environmental Hazards, 21 (2): 159-173.

İçme, T. & Büyük, U. (2023). Türkiye'de deprem eğitimi: Fen bilimleri ders kitaplarının deprem eğitimine yönelik analizi. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12 (3): 944-958.

Kadıoğlu M., (2008). Afet Zararlarını azaltmanın temel ilkeleri. İçinde M. Kadıoğlu & E. Özdamar (Ed.). Modern, bütünleşik afet yönetimi temel ilkeleri (s.1-34). T.C. İçişleri Bakanlığı Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı Türkiye Ofisi Yayınları, Ankara.

Kurt, E & Gülbahçe, A. (2019). Van depremini yaşayan öğrencilerin travma sonrası stres bozukluğu düzeylerinin incelenmesi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23 (3): 957-972.

Matsubara, C., Murakami, H., Imai, K., Mizoue, T., Akashi, H., Miyoshi, C., & Nakasa, T. (2016). Prevalence and risk factors for post-traumatic stress reaction among resident survivors of the tsunami that followed the Great East Japan Earthquake, March 11, 2011. Disaster Medicine and Public Health Preparedness, 10(5), 746-753.

Öcal, A. (2005). İlköğretim sosyal bilgiler dersinde deprem eğitiminin değerlendirilmesi. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25 (1): 169-184.

Özkorkmaz, H., Türk, M.M., Taşyürek, K., Taşyürek, M., Baran, S. & Güler, T. (2023). 7. Sınıf öğrencilerinin deprem hakkındaki farkındalıklarının incelenmesi. Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, 10 (96): 1346-1362.

Rajabi, M. S., Taghaddos, H. & Zahrai, S. M. (2022). Improving emergency training for earthquakes through ımmersive virtual environments and anxiety tests: A case study. Buildings, 12, 1-22.

Şahin, İ. & Kılınç, T. (2008). Türkiye'de 1980-2014 yılları arasında görülen depremlerin ekonomik etkileri. Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi, 4 (1): 33-42.

Utkucu, M., Durmuş, H., Uzunca, F. & Nalbant, S. (2023). 6 şubat 2023 Gaziantep (mW=7.7) ve Elbistan (mW=7.5) depremleri üzerine bir değerlendirme. Sakarya Üniversitesi Afet Yönetim Uygulama ve Araştırma Merkezi ve Jeofizik Mühendisliği Bölümü. https://www.igdir.edu.tr/Addons/Resmi/announc/14683/rapor-son.pdf (Erişim tarihi: 12.10.2023).

Yeon, D., Chung, J. & Im, D. (2020). The effects of earthquake experience on disaster education for children and teens. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17 (15): 1-14.

MEHMET EMİN RESULZADE VE MÜSAVAT PARTİSİNDE AÇIK SÖZ GAZETESİNİN YERİ

Durmaz Yaren Büşra

Nevşehir Hacı Bektaşi Veli Üniversitesi, yaren_01eren@hotmail.com-

Öğretim Üyesi Doçent Dr. Telli Korkmaz

Nevşehir Hacı Bektaşi Veli

Özet

Rus Çar rejimine karşı bağımsızlık mücadelesinde ilk devleti olan Azerbaycan Cumhuriyeti'nin kuruluşuna giden yolda Mehmet Emin Resulzade'nin yaptığı çalışmalar ve Azerbaycan Türklerinin Müsavat partisi önemli rol oynamıştır. Bu çalışmada bağımsızlığa giden yolda Mehmet Emin Resulzade ve Müsavat partisinin çalışmaları verilerek açık söz gazetesinin bu çalışmalara yaptığı katkılar faaliyetleri ele alınmıştır. Çalışma sonucunda Açık Söz Azerbaycan Türklerinin gazetesi ümmetçilikten milliyetçiliğe geçiş döneminde önemli rol oynamıştır. Ayrıca günlük çıkarılan gazetelerle Azerbaycan'ın bilinçlenmesine ve Mehmet Emin Resulzade'nin bağımsızlık çalışmalarının halk tarafından benimsenmesini ve onların ihtiyaçlarının giderilmesini sağlamıştır. Mehmet Emin Resulzade açık söz gazetesi ile birlikte Rusya'nın uyguladığı insanlık dışı uygulamaları da halka iletebilmiştir. Açık Söz gazetesi editörü olan Mehmet Emin Resulzade ilkesel olarak Türkleşmek, İslamlaşmak ve Çağdaşlaşmak düşüncesini savunmuştur.1911 yılında Bakü'de kurulan bu partinin yayın organı 1915 yılından itibaren Açık Söz Gazetesi olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Açık Söz, Musavvat, Azerbaycan Cumhuriyeti, Mehmet Emin Resulzade.

Abstract

The work of Mehmet Emin Resulzade and the Musavat party of the Azerbaijani Turks played an important role in the struggle for independence against the Russian Tsarist regime, leading to the establishment of the Republic of Azerbaijan, the first state. In this study, the works of Mehmet Emin Resulzade and the Musavat party on the road to independence are given and the contributions and activities of Açık Söz newspaper to these works are discussed. As a result of the study, Açık Söz newspaper of Azerbaijani Turks played an important role in the transition period from ummahism to nationalism. In addition, through daily newspapers, he raised awareness in Azerbaijan and ensured that Mehmet Emin Resulzade's independence efforts were adopted by the public and their needs were met. Mehmet Emin Resulzade was able to convey to the public the inhumane practices implemented by Russia with the Açık Söz newspaper. Mehmet Emin Resulzade, editor of Açık Söz newspaper, defended the idea of Turkification,

Islamization and Modernization in principle. The media organ of this party, which was founded in Baku in 1911, has been Açık Söz Newspaper since 1915.

Keywords: Açık Söz, Musavvat, Republic of Azerbaijan, Mehmet Emin Resulzade.

Giriş

Azerbaycan toprakları tarih boyunca Kafkasya'nın ve Asya'nın en önemli coğrafi yerleşim yerlerinden biri olmuştur. Türklerin Batı'ya doğru göç yolu üzerinde bulunan Kafkasya ilk çağlardan itibaren Türklere yurt olmuştur. Bu nedenle Türklerde burayı yurt edinerek kabul etmişlerdir. Bu topraklar Türkler Osmanlı ve Selçuklu hâkimiyetinden sonra Moğol ve İran hâkimiyetine girmiştir. Osmanlının duraklama devresine girmesi ile birlikte 18.yy da burada kurulan hanlıklar Rusya baskısı ile Rus hâkimiyeti altına girdiler. Tarihi süreç içerisinde Rusya gerek birinci dünya savaşı gerekse Bolşevik isyanı ile birlikte zayıflaması ile birlikte Azerbaycan'da milli şuur ve bağımsızlık düşüncesi oluşmaya başlamıştır.

Rusya'da Çar rejiminin yıkılması ve Bolşeviklerin iktidara gelmesi ile Azerbaycan'da Mehmet Emin Resulzade liderliğinde devam eden bağımsızlık mücadelesi alevlenmiştir. 1918 yılında kurulan Azerbaycan Cumhuriyeti'ne giden yolda kurtuluş fikrinin savunucularının başına Mehmet Emin Resulzade gelmiştir. 1884'de Bakü'de doğan Mehmet Emin Resulzade Azerbaycan devletinin kurulması için mücadele vermiş bir düşünür, siyaset adamı ve yazardır. Mehmet Emin Resulzade 1913 yılında Çarlık Rusya'sının 300. Kuruluş yıldönümü nedeniyle af ilan edilmesinin ardından Bakü'ye gelerek Milli Müsavat partisine üye olmuştur. Daha önceleri Himmet partisine üye olmasına rağmen Moskova'ya Sürgün edilmesinin ardında tekrar Bakü'ye dönmesi onun Azerbaycan bağımsızlığı yolunda yaptığı çalışmaları hızlandırmasına neden olmuştur.

Birinci dünya savaşı ile birlikte Müsavat partisi yayın organı olarak ümmetçilik fikrinin yerini milliyetçilik şuurunun oluşturmak amacıyla Açık Söz gazetesi 1915-1918 yılları arasında günlük yayımlanmak üzere toplam 704 sayı yayımlanmıştır. İlk başlarda ilk 533 sayının müdürlüğünün Mehmet Abdülazizoğlu yaparken 534 ile 704 sayıları arasında gazete editörlüğünü Mehmet Emin Resulzade yapmıştır.

Azerbaycan Türkçesi ile yayın yapan Açık Söz gazetesi bölge halkında milli şuurun oluşmasında ve ümmetçiliğin yerini milliyetçilik düşüncesinin yer almasında önemli rol oynamıştır. Ayrıca Rusların Tatar olarak asimile etmek istedikleri Azerbaycan Türklerinin milli benliklerinin korunmasına sözcülük etmiştir. Ayrıca Mehmet Emin Resulzade'nin Bakü'de milli konsey başkanlığına ve Azerbaycan Cumhuriyeti'nin kurulmasına giden yolda fikirlerini halka ulaştırmasında aracı olmuştur.

Bu çalışmada ilk başta Azerbaycan Cumhuriyetine giden yolda Azerbaycan'ın kısa tarihi verilerek, Sovyet Rusya'nın Azerbaycan Cumhuriyetine etkileri incelenmiştir. Daha sonra ise Mehmet Emin Resulzade ve Müsavat Partisi üzerinde durularak o dönem yapılan çalışmalar

açıklanmıştır. Son olarak ise bu çalışmalara sözcülük yaparak halka benimsetmede rol oynayan Açık Söz gazetesi üzerinde durulmuştur.

1.AZERBAYCAN TARİHİ

Azerbaycan güney Avrasya bölgesinde yer alan bir Kafkasya coğrafyası olarak tarih boyunca Selçuklular, Karakoyunlular, Akkoyunlular ve Safevilerden Osmanlıya kadar birçok devlete ev sahipliği yapmıştır. Tarih öncesinde Taş devri, Tunç devri ve Demir çağına kadar uzanan Azerbaycan tarihi, antik çağda Seleukos ve Ahemeniş devletleri tarafından kontrol edilmiştir. Bölge tarihi İslam öncesi ve sonrası olarak ele alınırsa, İslam öncesinde Azerbaycan 250 yıldan fazla Pers imparatorluğuna ev sahipliği yapan Azerbaycan topraklarında Helenistik kültürün etkisi gözlemlenmiştir. Pers devletinin yıkılmasından sonra Bizans, Sasani ve Hazar devletlerinin toprak mücadeleleri yaşanmıştır. Orta çağda ise İslamiyet'in fetihlerle yayılması ile birlikte Arap orduları Azerbaycan topraklarına kadar gelmiştir. Araplardan sonra ise, Azerbaycan toprakları Oğuzların soyundan gelen önce Selçuklu Devletine ev sahipliği yapmıştır. Selçuklulardan sonra Moğol hakimiyetine giren Azerbaycan topraklarında Karakoyunlu ve Akkoyunlu devletleri kurulmuştur. Sonrasında sırası ile Azerbaycan toprakları Sirvaşahlar ve Safeviler devletinin hakimiyetine girmiştir. Safevilerden sonra Kaçar hanedanlığı döneminde Azerbaycan topraklarında hanlıklar kurulmuştur. Bu Hanlıklar, Çarlık Rusya tehlikesiyle baş başa kaldıkları için birlik olamamışlar ve böylece Azerbaycan toplumun devletleşme süreci gecikmiştir

Çarlık Rusya 20.yy başlarında, Porth Arthur'un fetih hareketleri ve Çarlık Rusya'ya karşı yaptığı hareketlerle Rus devletinin otoritesini sarsmıştır. Yönetim de bozulmalar meydana gelmiştir. Bu olaydan sonra monarşi rejiminden bıkan ve bağımsızlık isteyen bu topraklarda yaşayan milletler için bir bağımsızlık umudu olmuştur. Özgürlük ve demokrasi bilinci ortaya çıkmış hızla yayılmaya başlamıştır. Çar 2. Nikola döneminde; 1905 yılında çıkan ayaklanma bastırılmış olsa dahi tavizleri de beraberinde getirmiştir. Rus Meclisi Duma'yı açarak fikir düşüncesine istemese de olanak sağlamıştır.[2]Böylelikle Azerbaycan coğrafyasında bağımsızlığa giden sürecinde başlangıç noktası da belli olmuştur. Fikir hürriyeti gelişmiş, hızla yayılmaya başlamış milli birlik ve beraberliği ardında getirmiştir. Azerbaycan'ın başkenti Bakü bu fikir hareketlerine öncülük etmiştir. Azerbaycan Türklerinin ve Kafkasya'da yaşayan Müslümanların merkezi konumundadır. Bağımsızlık uğruna ve hürriyet gayesiyle basın yoluyla çalışmalar yapan *Mehmet Emin Resulzade; 'Hayat', 'Füyuzat', 'İrşad', 'Terakki', 'Tekamül' ve 'Himmet' gibi basım yayınları çıkartmış ve mücadelenin temelini atmıştır. Bunun yanı sıra 'Himmet' ve 'Müsavat'* partilerini de kurarak demokrasi temellerini de sağlamıştır.[2]

Balkan Savaşları (1912) ve Birinci Dünya Savaşı (1914-1918) Azerbaycan Türkleri için bir dönüm noktası olmuştur. Milliyetçilik fikrinin alevlenmesi Çarlık

Rusya baskısının Azerbaycan Türkleri üzerinde artmasına sebep olmuştur. Bu durum Azerbaycan Türklerinin bağımsızlığını olumsuz yönde etkilemiştir.

Sovyet düzenin yapılanması aşaması; iktidara gelmeden önceki söylemi her ulus kendi düzenini kurabilecek deyimi açık bir şekilde beyan edilmiştir. Bu Sosyalizmin inşası için gerekli bir gerekçedir. Altında yatan sebep ise, Rusya hakimiyetinde yaşayan tüm ulusların tek bir çatı altında sosyalizme hizmet etmesi gerekiyor idi. Tüm milliyetçileri çok yönlü hareket etmesine yol açtı ve Lenin ve Stalin önerisi ile gönüllü bir devlet birliği SSCB kuruldu.[3]

Şubat 1917 Bolşevik ihtilal ile Çar 2. Nikola devrilmiş, çarlık dönemi son bulmuştur. Bolşevik ve Menşevik arasındaki mücadele, Azerbaycan Türklerinin bağımsızlığa doğru bir adımı olmuştur.

Mehmet Emin Resulzade 1918 tarihinde Azerbaycan Cumhuriyetini ilan etmiştir. Resulzade yayınladığı bir makalede *'Bugün biz demokrasinin ilk zaferini kutluyor ve İslam dünyasında teşekkül eden ilk Türk Cumhuriyeti'nin de ilan edildiği gün olarak, tarih sayfalarına geçmenin gururunu yaşıyoruz'* demiştir [4].

Bolşevik ve Ermeni çeteleri cereyanı baş göstermiş Nuri Paşa önderliğinde, Kafkas İslam Ordusu ağır kayıplar vererek, üstün başarı göstererek bu cereyanı ortadan kaldırmış Bakü şehrini Ermenilerin elinden kurtarmıştır.

2. Bolşevik Lenin'in Sovyet Rusya'da Azerbaycan Üzerindeki Politikaları

1917'de Çarlık Rus İmparatorluğu ve Romanov hanedanlığının sona ermesiyle geçici Kerenski Hükümeti kurulmuştur.

1917 Şubat devrimi bağımsızlık düşüncesi hareketleri ile 28 Mayıs 1918'de Azerbaycan Cumhuriyetinin doğmasına sebep olmuştur. Azerbaycan Cumhuriyetinin kurulması için birçok Azerbaycanlı aydın ve düşünür Komünist olmadıkları halde bu süreçte Komünist Partiler kurmuştur [3]. Bu partilerden ilk başta Komünist Himmet partisi sonra Azerbaycan Cumhuriyetinin ilanıyla Milli bir parti olan, Müsavat Partisi Çarlık Rusya Devletinde Bağımsızlık hareketinin oluşmasında ve Azerbaycan halkının da bu partilerin içinde yer almasına olanak sağlamıştır. Bu partilerden Müsavat partisini kuran Mehmet Emin Resulzade ve arkadaşları tam bir bağımsız Azerbaycan düşüncesi içinde diğer Ruslarla birlikte hareket

eden Azeri Komünistlerden farklı olarak bağımsız Azerbaycan'ı sonuna kadar savunmuşlardır. Kurulan bu devlet ne yazık ki Sovyet Rusya'da Lenin'in iktidara gelmesi ve Stalin'le birlikte oluşturdukları Rus Azınlıkları Birleştirme projesi sebebiyle 27 Mayıs 1920'de bağımsızlığına son bulmuştur. Sovyet Rusya'nın bu amacı ise ihtilal sonrası gerçekleşen otorite boşluğu ve ekonomik çıkarlardır.

Azerbaycan Cumhuriyetinin sona ermesinden sonra M.E. Resulzade, Ruslarla birlikte hareket etmeye devam eden Azeri komünistlerine "komünistte olsa bağımsız bir Azerbaycan kalsaydı" diye sitem etmiştir.[3].

Bakü'nün zengin petrol coğrafyası ve üzerinde ekonomik çıkarları olan Sovyet Rusya ilhak sonrası Sovyetleştirme politikası Azerbaycan'ın iktisadi ve kültürel ortamında kargaşa ortaya çıkarmıştır. Bolşevik Rusya ekonomisini toplamak amacıyla ekonomi çıkarları doğrultusunda sömürge ile sanayisi için ham madde arayışı sonucunda Yeni Ekonomi Politikası (NEP) projesini ortaya atmıştır. *Resulzade'ye göre "bu yeni politika ile başlayan ricat Rus ihtilalinin başarısızlığa uğramış hayalden, imkân dâhilinde bulunan hakikate karşı yapılan bir ricatidi.* " Durum bir takım hoşnutsuzluklara sebebiyet vermiştir. Fakat bu ricatın başlaması ve onun başarılı bir şekilde uygulanması Lenin'in parti üzerindeki hâkimiyeti sayesinde olmuştur***"(Mehmet Emin Resulzade," Lenin Öldükten Sonra", Yeni Kafkasya Dergisi, Yıl 1, Sayı 9, 1 Şubat 1924, s. 3).***

Sovyetleştirme politikası ve NEP'in Rusya yanlısı Komunist Partiler aracılığı ile başarılı bir şekilde uygulanması Lenin'in hakimiyetini güçlendirmiştir. Sanayileştirmenin getirdiği açık zengin enerji kaynakları ve ham madde ihtiyacını ortaya çıkartmıştır. Ham madde açığı ise Sovyet Rusya'nın gözlerini Bakü şehrine dikmesine yol açacaktır. Bakü'nün petrol deyince akla gelen ilk yer olması ise şaşırtıcı bir durum değildir. Lenin yerli halkın topraklarına yabancılaşması ve kontrolün kendinde olması için Rus İşçileri Azerbaycan topraklarını işlemesi için kullanmıştır. Lenin, İnsanları sınıf bakımından tekil bir yapı olarak kabul ederek yönetimin tıpkı çarlık Rusya'da olduğu gibi tek elden yönetmeyi amaçlamıştır. Lenin bu nedenle insanı "*hiçbir etnik köken veya milli bağlılığı kriter olarak kabul etmeyerek, üretim sistemi içinde yer alan ve bu faktörün belirlendiği kriterlere göre konumları tayin olunan topluluk yapısı" olarak nitelendirmiştir*" [5].

Sovyet Rusya'nın vermiş olduğu bağımsızlık vaatleri önce Lenin'in proletaryasına ardından asimile hareketlerine ve baskıya dönüşmüştür. 28 Mayıs 1920 de Azerbaycan Cumhuriyetinin sona ermesinden sonra Sovyetleştirme çalışması hız kazanmış ve başarılı bir şekilde uygulamaya konulmuştur. Bu politikalar sonucu Azerbaycan halkının kültürel ve siyasi yapısı ağır bir tahribata uğramıştır. Bu siyasi yapının bozulması ve farklılaşması sonucu

Marksist yapı Azerbaycan içinde yaygınlaşma göstermiştir.Marksist yapılanma ve halkın milli şuurdan uzaklaştırmak amacıyla aydın ve önde gelen fikir adamları sistematik bir şekilde yok edilmiştir. Ayrıca Sovyetleştirme çabaları sonucu birçok Azerbaycanlı Türk topraklarından sürgüne tabi tutularak onların yerine Ermeniler yerleştirilmiştir. Sovyetleştirme çalışmalarıyla dil ve inanç yapısı bozularak kimliksizleştirme amaçlanmıştır. Bununla birlikte bu olanlar toplu katliamlara ve halkın zorla göç etmesine sebep olmuştur.

3. MEHMET EMİN RESULZADE VE MÜSAVAT PARTİ ÇALIŞMALARI

Azerbaycan Cumhuriyetinin 1918'de kurulmasında saygın olan en önemli kişi belki de Mehmet Emin Resulzade'dir. Mehmet Emin Resulzade 1884 yılında Novxanide dünyaya gelmiştir. Gazetecilik hayatında Mehmet Emin Resulzade 1903'te ilk makalesi "Şark-i Rus'u kaleme aldıktan sonra Hayat, İrşad ve Terakki gibi birçok gazetede makaleler yazmıştır. Ayrıca 1905'lerde Tekâmül gazetesi ve artan Rus baskıları sonucu 1908-1911 yılları arasında İran'da çalışırken ise Tahran'da İran-i Nov gazetesinin kuruculuğunu yapmıştır. Tahran'da çalışırken Settar harekâtı ile ilgilenmiştir. Daha sonra baskılar sonucu İstanbul'a geçmiş ve 1911-1913 yılları arasında Türk Ocağında görev yapmıştır.1913 yılında çarlık Rusya'nın 300.yılında çıkan af nedeniyle Bakü'ye dönmüştür. Burada daha önce arkadaşlarının 1911 de kurduğu Müsavat partisine üye olmuştur. Müsavat partisi ile birlikte ikinci meşrutiyetin getirmiş olduğu milliyetçilik düşüncesinin hızla Azerbaycan topraklarında yayılmasını sağlamıştır.

Müsavat partisi 28 Mayıs 1918'de Mehmet Emin Resulzade önderliğinde, Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti, devletin bağımsızlığı ile birlikte resmen siyasi faaliyetlere başlamıştır. Bağımsız Azerbaycan, Rusya'nın Sovyetleştirme çerçevesinde güttüğü Bakü komünizmi için sıkıntı teşkil etmekteydi. Bolşevik hükümeti bunun için siyasi politikalar gütmüş, Ermeni ırkını bu toprakların içine sokarak Azerbaycan Türklerinin bağımsızlığını engellemek istiyordu. Bakü şehrinde Ermeni baskılarının artması sonucu Resulzade'nin çözüm arayışına girmesine sebep olacaktır. İstanbul yolunu tutan Resulzade, Haziran ayında İstanbul' da Enver Paşa ile görüşerek Bakü sıkıntısı üzerine bir hareket planlamışlar, dönemin Osmanlı padişahı olan Mehmet Reşat'ın da onayını almışlardır. Nuri Paşa komutasında girişilen bu harekat başarılı bir şekilde gerçekleşmiş, Bolşeviklerle olan mücadele sonucu Kafkas İslam Ordusu Bakü şehrini, Ermeni ve Bolşeviklerin elinden kurtarmışlardır.

Eylül 1918' de İstanbul'a Azerbaycan temsilcisi olarak atanan Ali Merdan Topçubaşı olmuştur. Bunun amacı ise, Azerbaycan Devletinin bağımsız bir devlet olmasını bu gayede demokrasinin ilk temsili olarak İstanbul'a sunmak istemesidir. İstanbul sonrası Versay yolunu tutmuştur. Üstün çaba ve uğraşımlar sonucu Ocak 1920 yılında Versay Yüksek Şurası

tarafından, Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti bağımsızlığı kabul görmüş, tüm dünya kamuoyu etrafında tanınmıştır[3]

Azerbaycan Cumhuriyet'in başkanı, Mehmet Emin Resulzade, bölgesel olarak sağladığı başarı ve deneyimi Osmanlı Devleti ile iyi ilişkiler kurarak, hazırladığı yoğun programlarla dünya çapında tanınmıştır. *Azerbaycan Parlamentosunda yaptığı konuşmada "bir kere yükselen bayrak bir daha inmez" diyerek Azerbaycan Cumhuriyetinin kalıcılığına inandığını ortaya koymuştur*. [3]

Kasım ayı 1919 tarihinde Cumhuriyet devletin ilk kurultayı, Müsavat partisinin ise 2. Kurultayı toplanmıştır. Kurultayda 67 madde kabul edilmiştir. Bu İki program şeklinde oluşmuştur. Birinci program, amaç ve teori üzerinde durmuş, ikinci program ise teoriler faaliyete dönüşmüş yakın zamanda gerçekleştirmek hedeflenmiştir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin ilk aşaması toplum asayişi ve toplum içindeki ikilikleri kaldırıp, milli bir düzene geçmek olmuştur. Toplum düzenini milliyetçilik yapısıyla şekillendirmek için büyük gayret gösterilmiştir. Millileştirme politikasının temeli ise milli eğitim olmuştur. Her devlette olduğu gibi Azerbaycan Cumhuriyeti'nin de temeli eğitim olarak atılmıştır. Nitekim devletin istikbali buna bağlı idi.

Azerbaycan Cumhuriyetine baktığımızda iki temel yapı üzerinde durulmuştur.

1. Ümmetçilik ile mücadele; çünkü milli yapının düzenini tetikleme durumu söz konusudur. Dilde ve Fikirde birlik sağlanması için bu şarttır.

2. Milli kültürü yaymak ve sağlamlaştırmaktır. Kültür bir devletin sembolüdür. Temsilinin sağlanması için o milletin tarihini iyi bilmesi gerekir. Dil ve tarih alanında gelişmeler yaşanmıştır. Bakanlar kurulu resmi dili Türkçe olmuştur. Türk Tarihi, Türk Dünyası ve coğrafya dersleri zorunlu olarak okutulmaya eğitmenler tarafından okutulmaya başlanmıştır.

1919 yılına gelindiğinde Müsavat Partisi'nin sunmuş olduğu bir öneri Bakü'de "Türk Ocakları" kurulması olmuştur. Oy birliği ile kabul olan bu karar ile faaliyete geçilmiştir. Türklük bilinci ile siyasi alanda yürütülen bu faaliyet sosyal düzeni de büyük bir etki altına almış, caddeler, sokaklar, şehirler ve kasabalar Çarlık Rusya'nın izini silinmesine olanak sağlamıştır. Türkçe isminin yazılmasıyla temeli atılmıştır. Bu faaliyette Türk milleti tarafından

benimsenmiş olup hızlıca halk arasında yayılmıştır. Çarlık Rusya'nın etkisi gün geçtikçe azalmaya başlamıştır. Önemli olan siyasi alan gösterilen bu başarı Cumhuriyetin temeli için dinamik bir yapıyı sağlaması olmuştur.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin siyasetinde iki görüşün ortaya çıktığını görmekteyiz:

1. Radikal kararlar alıp uygulanmasını isteyen Liberal görüş.
2. Köklü değişim isteyen Çarlık Rusya etkisinden kurtulmayı hedefleyen inkılapçı görüş.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin inkılâp görüşünü savunan grubun ilk oluşumu "Himmet Partisi" ile olmuştur. İleri süreçte parti üyeleri "Müsavat Partisi" içinde yeniden şekillenecektir.[3]

Resulzade, her milletin kendi kaderini tayini ve geleceği görüşünü savunurken federatif bir yapıyı örnek almıştır. Coğrafyası geniş yer tutan Azerbaycan halkı bu durumun gerekli olduğu kanaatindedir. Her milletin hakkı ve özgürlüğü vardır. Bu düşüncesini de Müsavat partisinde çıkarttığı Açık Söz gazetesinde beyan etmiştir. Açık Söz gazetesinde, başlık haberlerinde yer alan; hürriyet, demokrasi, eşitlik gibi kavramları oldukça yer edindiği görülmektedir. Açık Söz gazetesinin yayımlanma amacı ise bütün milleti aydınlatmak Türklük şuurunu uyandırmak ve özüne döndürmek olmuştur. Kafkas topraklarında yayılan bağımsızlık düşüncesi büyük bir yankı oluşturmuş ve benimsenmiştir. Milli Müsavat ideolojisinin, kısa zamanda gösterdiği başarı, basının da etkisiyle bu coğrafya da geniş alana yayılması durumu, millet arasında kısa sürede yaygınlaşması ve aydınlanmasının da yaşandığı görülmektedir.

Mehmet Emin Resulzade'ye göre; hedef edinen gaye Türk milletinin kendi özüne dönmesi ancak milli birlik ve beraberlik inancını güç kaynağı olarak görüp buna dayanıp öz kimliğine dönmek ile mümkün olduğunu düşünür. İdeoloji hedefinden hiç vazgeçmeyen Mehmet Emin Resulzade, bu yolda ümitsizliğe hiç bir zaman yer vermemiş, siyasi hedeflerinde hep Türkçülük ve İslamcılığa göre şekillendirmiştir. Bu çatı altında Türkçülük ve İslamcılık ideolojisini savunan, halka sesinin duyurmak isteyen, Rusların faaliyetlerine karşı koymak amacıyla Resulzade Müsavat partisini kurmuştur. Müsavat partisinin amaç ve gerekçeleri vardır.

Partinin programı ilk kurultayında şöyledir:

1. Irk ve mezhep farkı yoktur. Tüm Müslümanlar tek çatı altında birleşecektir
2. Rusların altında kalan milletlerin, bağımsızlık gayesine yardım edilecektir.
3. Bağımsızlık mücadelesi veren Müslümanlara her alanda yardım sağlanacaktır.
4. Milletlerin savunma sanatında sağlam bir hedef için yardım edilecektir.
5. Görüşe karşıt olan tüm engeller ortadan kaldırılacaktır.
6. Müslüman birliği için diğer partiler ile iş birliği yapılacaktır.
7. Bağımsızlık yolunda gidilen bu süreçte yabancı partilerden fikir alışverişi yapılmak karşılığında iş birliği yapılabilir.
8. Sosyal düzen sağlanması için her türlü mücadele verilecektir.

İslami görüş olarak tasarlanan bu program tüm Müslümanlığın birleşmesi amacıyla gayret göstermiş bağımsız bir cumhuriyet için ümmetçi bir anlayış benimsenmiştir.

Milli mücadeleyi başarılı bir şekilde tamamlayan Azerbaycan 1918 yılında bağımsız ve müstakil bir devlet olduğunu dünya kamuoyuna duyurulmuştur[6]. Rus krizi altında kalan tüm milletin ışık kaynağı olmuştur. Türk İslam devletlerinin ilk cumhuriyet devlet olma özelliğini de kendinde barındırmıştır. Mehmet Emin Resulzade devlet başkanlığı statüsünü almış, Müsavat partisi ise devletin siyasi alanda şekillenmesinde üstün rolünün temsili olmuştur. İçerde ve dışarıda tüm politikalarını demokrasi üzerine kurmuştur. Milli şuurun canlanmasına ön ayak olmuş diğer milletlerin örnek rolü haline gelmiştir. Hem Türk İslam ordusunun şekillenmesi hem de sosyal düzende müstakil bir devlet kurulabileceğini tüm dünyaya göstermiştir. Sosyal düzende kalıcılığı sağlamak amacıyla resmi dili Türkçe yapmıştır. Okullarda, sokaklarda, caddelerde ve şehirlerde Türkçe konuşulması ve Türk tarihi eğitimin zorunlu olması gibi politikalar da uygulamıştır.

''Müsavat" ile başlayan son 20 yıllık yeni Azerbaycan tarihi, bu fırkanın tarihi ile ayırt edilmesi imkansız olan bir şekilde karışmıştır. "Müsavat" fırkasının sağdan ve soldan gelen muhalifleri, içeri ve dışarı düşmanları ne derlerse desinler, tarih çelik üzerinde tereddütsüz olarak şu hakikatleri hak edecektir:" Aziz ve mukaddes yurdumuz Azerbaycan'ın ilk defa milli istiklal ve milli hakimiyet bayrağını yükselten, ona müstakil milli devlet hayatı yaşatan, onu milli ve medeni bir varlık olarak cihan milletlerine tanıtanve Azerbaycan meselesini milletlerarası meseleleri sırasına sokan,Müsavat" fırkası olmuştur[7]."

İlk Azerbaycan Cumhuriyeti'nin bağımsızlığı kısa bir süre sonra 1920 yılında XI. Kızıl Ordunun Bakü'ye girmesiyle tüm siyasi faaliyetler yerini gerilla savaşlarına bırakmış, devletin işgali gerçekleşmiştir. Müsavat Partisinin üyeleri ise çoğunlukla tutuklanmış içlerinde bir kaçı ise ülke dışına gitmek zorunda kalmışlardır. Bağımsız Azerbaycan Cumhuriyetinin yerini Sovyet Rusya'nın asimile politikaları almıştır.

4. Açık Söz Gazetesinin Milli Mücadele üzerindeki Rolü (1915-1918)

Azerbaycan'ın Bakü şehrinde yayınlanan Açık Söz gazetesi toplam 704 sayı yayınlanabilmiştir. Türk milletinin şekillenmesi ve gelişmesinde rol oynamıştır. Sayısı oynayan bu gazetenin, 1 ile 533 arasında gazetenin müdürlüğünü Mehmed Abdülazizoğlu yapmıştır. Sayı, 534 ile 704 sayıları arasında ise gazetenin başkanı Mehmed Emin Resulzade olmuştur. Gazetenin resmi dili ise Azerbaycan Türkçesi idi.[8]

Açık Söz gazetesinin yazarları;

Ömer Faik Numanzade, Neriman Nerimanov, Ebdürrehim Bey Hakverdiyev, Hüseyn Cavid, Abdulla Şaik, Mahmut Nedim Qaragözov, Hüseyin Sadiq, Mehdi Bey Hacinski, Şefiqe Hanım Efendizade, Yusuf Vezir Çemenzeminli, Xelil İbrahimov, Hüseyn Mirzecamalov, Ehmet Cövdet, Tağı Şahbazi'yi gösterebiliriz.[8]

Azerbaycan Bağımsız Türk-İslam Cumhuriyeti'nin temellerinin atılmasında tüm dünya kamuoyunun bu noktada şekillenmesinde üstün rol oynayan Açık Söz gazetesi 2 Ekim 1915 tarihinde yayımlanmaya başlamıştır. Türk kelimesinin kullanmasında çok hassas olan bu gazete milli mücadele de Türk milletine çok büyük oranda katkı sağlayacaktır. Azerbaycan halkına "Türk" kelimesini kullanıyor, Rus gazetelerinde Azerbaycanlılara "Tatar" olarak seslenmesine kesinlikle kabul etmiyor, karşı çıkıyordu. Gazetenin ilk sayımı ve basılması, Mehmet Emin Resulzade'nin önderliği ile yayınlanmıştır. Azerbaycan halkının haklarını ise İşte, fikirde, dilde birlik şeklinde savunmuştur [9].

Azerbaycan milli hareketi uzun zamandan beri başlamış olsa da halk "Müslüman" ya da " Tatar" şeklinde ifade ediliyordu.[10]

Bu sebepten dolayı ilk olarak Ümmetçilik programlarıyla uğraşan Mehmet Emin Resulzade ilerleyen süreçte millileştirme doğrultusunda hareket edecek ve "Ümmetçiliğin" kalkması için elinden geleni yapacak Açık Söz gazetesiyle Türklük bilincinin oluşmasına katkı sağlayacaktır. Nitekim Açık Söz gazetesinde halka " Biz Türküz!" diye hitap ediyordu.[11]

Açık Söz gazetesinin içerdiği konulardan bazıları Rusya'da siyasi vaziyet, Rusya'nın yaptığı savaşta milletlerin başına getirdiği sorunlardır. Bunun yanı sıra gazetede edebiyat alanına yer verilmekteydi. Mehmet Emin Resulzade başkanlığında önemli gazeteciler ve

edebiyatçılar aynı mecliste toplanmaktaydı. Ö.F. Nemanzade, A. Şaik, H.Cavid, H. Ağayev, T. Şahbazi gibi isimler sıklıkla gazetenin köşelerinde yer almaktadır

Açık Söz gazetesinde sosyal hayata da yer verilmiştir. Rusya'nın yakınında yer alan Açık söz gazetesi, Rusya'nın yaptığı savaşların insanlara verdiği zararları kaleme alarak, savaş sebebiyle aç kalan yoksul ailelerden, ekonomik sıkıntılardan ve yapılması gerekenlerden bahsetmektedir. Bu nokta da kendi halkının bu zulmünü görmezden gelmeyerek gazete de zor durumda olan insanlar için de bağış toplamaktadır. 18 Ocak 1918 yılında basılan gazete de başlık olarak " esirler günü" olarak anmaktadır. İhtiyaç olan esir düşen ailelere, kılık kıyafet yardımı gibi birçok nokta da destek çıkmak için bağış toplanacağı yazılmıştır [12].

Açık Söz gazetenin ne zaman ve nerede basılması ile ilgili kesin bir bilgi yoktur. Bazı kaynaklar gazetenin son hali 718'ci sayının 1918'in martında çıktığı düşünülmektedir. Açık söz gazetesi Mehmet Emin Resulzade'nin redaktörlüğü ile başlamış, Üzeyir Hacıbeyli ve Oruç Gamber'den sonra Araz Orucov'un dönemi ile son bulmuştur.

5.Sonuç

Fransız ihtilalinden sonra ulus bilincinin oluşması 19.yy ortalarında Azerbaycan ve Kafkasya toprakları üzerinde yaşayan insanlarda da etkili olmuştur. Bağımsızlık düşüncesinin oluşmasını sağlamıştır. Bağımsızlık düşüncesi, oldukça sıkıntılı ve zor bir süreç olan bu toplumlarda etkisini korumuştur. Azerbaycan halkının bağımsızlık fikrinin oluşmasında ve ilk Azerbaycan Cumhuriyeti'nin kurulmasında, Mehmet Emin Resulzade 19. yy başları itibarı ile yerini almıştır. Mehmet Emin Resulzade gazeteci kimliği ve önderliği ile birçok gazetede editörlük, makale yazarlığı yapmıştır. Yazdığı Azerbaycan halkının milli şuur ve milli bağımsızlık fikrinin yer bulmasında önemli rol oynamıştır. Müsavat partisini kurması ile halkın teşkilatlanmasında faaliyet göstermiştir.

Azerbaycan'da yaşayan halkın bir süre Çarlık Rus hakimiyetinde kalması, bu Türklerin milli şuur ve birlik yapısını oluşturmada geciktirmiştir. Çarlık Rusya'nın devrilmesiyle hedefi bağımsız Azerbaycan Cumhuriyeti olan Mehmet Emin Resulzade, milli benlik yapısını Azerbaycan Türklerine aşılamıştır. Sovyet Rusya'nın gelişi, Resulzade'nin kısa zamanda birçok iş yapmasına katkı sağlamıştır. Azerbaycan Türklerini tek çatı altında toplamıştır. Müsavat partisiyle adeta bu topraklarda yaşayan halka milli birlik fikrini aşılamış topyekun bağımsız bir Azerbaycan Devleti adına adım atmıştır. Mehmet Emin Resulzade'nin halkın bilinçlenmesinde ve bağımsızlık yolunda en çok yararlandığı gazete Açık Söz Gazetesi olmuştur. Açık söz gazetesinin asıl yöntemi Türk bilinci oluşturmaktır. Yaptığı çalışmalar ise Türk kavramının, Türk bilincinin oluşmasında ne kadar önemli olduğunu göstermektir. Bu yolda gaye de başta Türkçülük ve ümmetçilik bir arada giderken sonrasında Türklüğün özünü kaybetmemesi için Türk kavramını baskın bir şekilde kullanmasıdır. Eğer Türk bilinci ile hareket edilirse Azerbaycan halkı hiçbir asimilasyona uğramadan, kendi kültür ve varlığını

ilelebet sürdürecektir. Açık Söz gazetesiyle kamuoyunun da desteğini alıp kısa süre devletin ilk bağımsızlığını 1918 yılında ilan etmiştir. Böylelikle Mehmet Emin Resulzade önderliğinde ilk Azerbaycan Cumhuriyeti kurulmuştur. Fakat Sovyet Rusya'nın bir süre olan yönetim boşluğun yerini ilerleyen zamanda Sovyetleştirme ve asimilasyon alacaktır. Bu durum ise Mehmet Emin Resulzade'nin kurmuş olduğu düzeni ortadan kaldırmıştır.

Soyvet Rusya, Azerbaycan Cumhuriyeti için tekrardan bağımsız bir Cumhuriyet dirilmesin diye Sovyetleştirme politikası uygulamıştır. Mehmet Emin Resulzade'nin de içinde bulunduğu önderleri bastırmış ve sürgün etmiştir. Fakat bu Sovyetleştirme politikası bir defa bağımsızlık tadını almış, Azerbaycan Türkleri için geçici bir asimilasyon faaliyeti dışına çıkamamıştır. Bu topraklarda yaşayan Azerbaycan Türkleri tekrar bağımsızlığına kavuşacaktır

Kaynaklar

1. MUTLU, N., *Bağımsızlığa giden yolda; Ebulfeyz Elçibey.* Haziran 2018: p. 38 39 40.
2. Resulzade, M.E., *Rusya'da Siyasi Vaziyet*. 2005, İstanbul: Yom yayınları.
3. Nuray, P., *AZERBAYCAN'DA UYGULANAN SOVYET POLİTİKALARINA KARŞI MEHMET EMİN RESULZADE'NİN FİKİR VE FAALİYETLERİ (1920 - 1955)*. 2019, EDİRNE: TRAKYA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
4. AGAYEV, R., *M. EMİN RESULZADE VE Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti.* Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, 2020. **361**.
5. Şimşir, S., *Hayatı ve Şahsiyeti, Mehmet Emin Resulzade.* İstanbul: Doğu Kütüphanesi, 2012.
6. Porsuk, N., *Azerbaycanda uygulanan Sovyet politikalarına karşı Mehmet Emin Resulzadenin fikirleri ve faaliyetleri (1920-1955)*. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. YILDIRIM, İ.M., *Azerbaycan'da Matbuat Hareketlerinin Başlangıcı.* Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi, 2013. **2**(2): p. 147-160.
8. Yıldırım, İ.M., *Azerbaycan'da Matbuat Hareketlerinin Başlangıcı.* Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Dergisi, 2013: p. 146-150.
9. Pirizade, N., *On dokuzuncu yüzyıldan günümüze Azerbaycan basını: Öncüller, ardıllar ve önemli dönüm noktaları*. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
10. Bala, M.Z.M., *Azerbaycan Türk Matbuatı*. 2004, Bakü.
11. Korkmaz, T., *Azerbaycan'nın Bağımsızlığa Giden Yolda "Açık Söz" Gazetesi(1915-1918).* Türk Yurdu, 2018: p. 78-79.
12. Akarslan, Z., *AZERBAYCAN'DA KÜLTÜREL UYANIŞ VE BASIN.* Avrasya İncelemeleri Dergisi, 2019. **8**(1): p. 1-22.

DİJİTAL PLATFORM ÇALIŞANLARININ ÇALIŞMA HAYATI SORUNLARI

Doç. Dr. Banu ÖZBUCAK ALBAR
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İ.İ.B.F.
ORCID ID: 0000-0003-1790-0761

ÖZET

Son yıllarda özellikle pandemi dönemi ile birlikte, dijital teknolojilerin aktif olarak kullanımıyla yeni bir çalışma şekli olan platform çalışma yaygınlaşmıştır. Geleneksel çalışma sisteminden birçok yönüyle farklı olan bu çalışma şekli, üçlü hukuki ilişkiye dayanır. Dijital platform çalışması; müşteri, platform sağlayıcı ve platform çalışanı arasında gerçekleşmektedir. Günümüzde oldukça yaygın kullanım alanına sahip dijital platform çalışması hem hizmet sunan (Uber, Airbnb, Lyft, Armut.com, BlaBlaCar vb.), hem de ürün satışı imkânı sunan (Amazon, Trendyol, Hepsiburada vb.) yapıya sahiptir. Bu çalışmada, günümüzde popülerliği olan dijital platform piyasasının çalışanlarının sorunlarına değinilecektir. Çalışma hayatı içerisinde platform çalışanlarının hukuki açıdan istihdam statüsüne yönelik belirsizlik, iş güvencesi yoksunluğu, iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin sorunlar ve sendikal anlamda örgütlenme sorunlarına değinilecek olup, bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinde bulunulacaktır. Bu çerçevede dijital platform çalışanlarının bu yeni esnek istihdam şeklinden kaynaklı sorunlarının analiz edilmesi amaçlanmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Platform Çalışma, Dijital Platform Çalışanları, Bağımsız Çalışanlar.

WORKING LIFE PROBLEMS OF DIGITAL PLATFORM EMPLOYEES

ABSTRACT

In recent years, especially with the pandemic period, platform working, a new way of working, has become widespread with the active use of digital technologies. This way of working, which is different from the traditional working system in many aspects, is based on a tripartite legal relationship. Digital platform work; It takes place between the customer, platform provider and platform employee. Digital platform work, which is widely used today, has a structure that offers both services (Uber, Airbnb, Lyft, Armut.com, BlaBlaCar, etc.) and product sales opportunities (Amazon, Trendyol, Hepsiburada, etc.). In this study, the problems of employees of the digital platform market, which is popular today, will be addressed. Uncertainty regarding the legal employment status of platform workers in working life, lack of job security, problems related to occupational health and safety, and union organization problems will be addressed, and solutions to these problems will be suggested. In this context, it is aimed to analyze the problems of digital platform employees arising from this new flexible employment form.
Keywords: Platform Work, Digital Platform Workers, Independent Workers.

Giriş

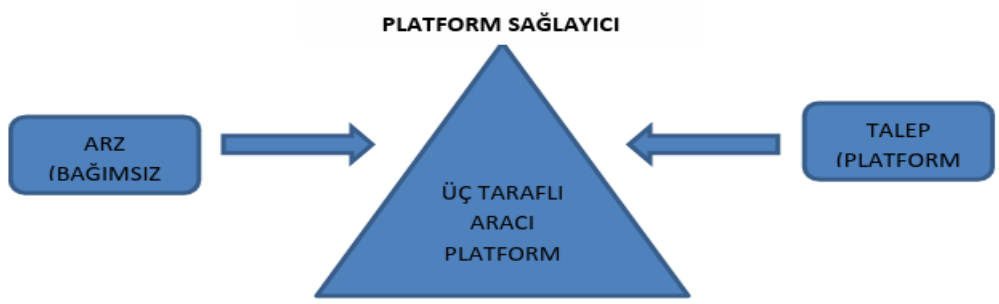
Teknolojik gelişmeler ışığında, çalışma hayatında son yıllarda yaşanan en ciddi gelişmelerden biri, dijital çalışma platformlarıdır. Literatürde bu kavramın kullanımı, terminolojik açıdan çeşitliliğe yol açmıştır. Yapılan çalışmalarda, çalışma ve emek odağında konuyu ele alan yazarlar genellikle “dijital çalışma”, “dijital işçi” ya da “kalabalık çalışma” terimlerini

kullanırken (Graham ve Hjorth, 2017;Fuchs, 2018;Kittur ve ark., 2013;Gandini, 2016), müşteri ya da işveren açısından değerlendirmede bulunan yazarların ise "online dış kaynak kullanımı (online outsourcing) ve kitle kaynak kullanımı (crowdsourcing) tercihinde bulundukları görülmektedir (World Bank, 2015; Taeihagh, 2017). Literatürde yer alan "platform ekonomisi" veya "gig ekonomisi" terimleri ise daha çok konuyu genel olarak değerlendiren yazarların tercihini yansıtmaktadır (Çiğdem ve Koç, 2019; Eurofound, 2018; Muntaner, 2018; Schmidt, 2017;Todolı´-Signes, 2017;Wood, Graham, Lehdonvirta ve Hjorth, 2018;Wright, Wailes, Bamber ve Lansbury, 2017;Garben, 2017). Bu çalışmada, bir işin yapılabilmesi ya da hizmetin sunulabilmesi için çalışanların dijital tabanlı uygulamalar aracılığıyla sundukları emeği ifade etmek için "dijital platform çalışanı" terimi kullanılacaktır.

Dijital çalışma platformları, belirli işlerin yapılması amacıyla işlemleri algoritmik bir şekilde düzenleyen dijital ağlar olarak ifade edilmektedir (Pesole vd., 2018). Diğer bir ifadeyle, dijital çalışma platformları online teknolojiler aracılığıyla, işgücü arz ve talebini eşleştirici algoritmik yönetim sayesinde işlem maliyetlerini en aza indiren ekonomik aracılardır (Arı Kovancı, 2020: 330).

Dijital Çalışma Platformlarının İşleyişi

Dijital platform uygulaması, bir aracılık hizmeti olup servis sağlayıcılar ve müşteriler arasında yer almaktadır. Bu sebeple, dijital platform yapısında üç taraf bulunmakta olup, bu taraflar müşteriler, aracı kurum (platform) ve çalışanlardan oluşmaktadır.



Şekil 1. Üç Taraflı Platform Yapısı (Schmidt, 2017: 10)

Dijital çalışma platformunun, geleneksel çalışma şekillerinden ayırt edici temel özelliklerini şu şekilde ele almak mümkündür (Eurofound, 2018: 9; Arı Kovancı, 2020: 328-329);

- Dijital çalışma platformu; dijital platform, çalışan ve müşteri arasında olmak üzere üçlü bir ilişkiye dayanmaktadır.
- Platform çalışanları ve müşteriler arasındaki ilişkiler, dijital bir platform aracılığıyla gerçekleşmektedir.
- Dijital çalışma platformları üzerinden belirli işlerin yerine getirilmesi veya çeşitli sorunların çözülmesi temel amaçtır.
- Platformlarda yer alan işler görevlere ayrılmakta ve küresel ölçekte pek çok kişi arasında paylaşılmaktadır.
- Dijital platformlarda yer alan işler, istemde bulunulduğunda yerine getirilmektedir.

Dijital Emek Platformları	
Çevrimiçi Web Tabanlı Platformlar (Online Web-Based Platforms)	**Konum Tabanlı Platformlar (Location-Based Platforms)**
Serbest ve Yarışma Tabanlı (Freelance and contest-based)	Taksi (Taxi)
Mikro görev (Microtask)	Teslimat (Delivery)
Rekabetçi Programlama (Competitive programming)	Ev Hizmetleri (Home services)
Tıbbi Danışma (Medical consultation)	Bakım Hizmetleri (Care services)

Tablo 1. Dijital Emek Platformlarının Sınıflandırılması (ILO,2021:40)

Dijital çalışma platformları sınıflandırılmasında (Tablo1), web tabanlı sanal platformlar ve konum tabanlı yerel platformlar olmak üzere iki temel grupta ele alınmıştır. Web tabanlı sanal platformlar, coğrafi açıdan dağınık, çevrimiçi, tanımsız bir gruba ya da belirli bir kişiye hizmet verilen işleri kapsamaktadır. Bu platform çalışanları, herhangi bir mekâna bağlı olmadan kendisine verilen web tabanlı görevleri yerine getirmektedir (Belgin Boyacı, 2020:23-24). Web tabanlı platformlarda yaygın olarak görülen meslekler ve bu mesleklerin içerdiği görevler aşağıda belirtilmiştir (Belgin Boyacı, 2020:25);

- *Profesyonel hizmetler*; muhasebe, danışmanlık, finansal planlama, proje yönetimi, insan kaynakları, yasal hizmetler.
- *Büro işleri ve veri girişi*; müşteri hizmetleri, veri girişi, teknik destek, internet araştırması, transkripsiyon, sanal asistan.
- *Yaratıcı işler ve multimedya işleri*; animasyon, mimari, ses, logo tasarımı, fotoğrafçılık, seslendirme, video içerik üretimi.
- *Satış ve pazarlama desteği;* reklam ilanı, arama motoru optimizasyonu, tele pazarlama, talep yaratma.
- *Yazılım geliştirme ve teknoloji;* oyun geliştirme, sanal gerçeklik, web tarama, veri bilimi, yazılım kalite güvencesi testi, mobil uygulama geliştirme.
- *Yazma ve çeviri;* akademik yazı, reklam yazarlığı, makale ve blog yazısı, teknik yazı, çeviri, metin yazarlığı ve düzenleme.

Dijital çalışma platformları sınıflandırılmasında konum tabanlı yerel platformlar, belirli bir coğrafi alanda, bireysel olarak, çevrimdışı yürütülmektedir. Örneğin; ulaşım platformu için Uber ve Lyft, dağıtım platformu için Deliveroo ve Foodora, Ev hizmetleri platformu için Task Rabbit, konaklama platformu için ise Airbnb örnek verilebilir (Belgin Boyacı, 2020:23). Konum tabanlı platformlarda yaygın olarak görülen meslekler ve bu mesleklerin içerdiği görevler aşağıda belirtilmiştir (Belgin Boyacı, 2020:36);

- *Ev işleri;* su tesisatı, temizlik, mobilya montajı, diğer ev işleri
- *Bakıcılık hizmeti:* çocuk bakıcılığı hizmeti, yaşlı bakıcılığı hizmeti

- *Hayvanlar;* köpek gezdirme, evcil hayvan bakıcılığı
- *Özel eğitim;* sınava hazırlama, yabancı dil eğitimi
- *Bahçe işleri;* çim biçme, çapalama vb.
- *Taşıma hizmetleri;* taksi, taşınma hizmetleri, yemek teslimatı, bisikletli kurye hizmeti
- *Bilgisayar işleri;* yazılım kuruluşu, yazıcı ve internet kurulum hizmeti

Dijital çalışma platformlarının ve bu ortamlarda istihdam edilenlerin temelinde teknolojik ilerleme ve toplumun dijitalleşmesi yer almaktadır. Geleneksel istihdam şekillerine alternatif bir çalışma şekli olan platform çalışma, bazı çalışma hayatı sorunlarını da beraberinde getirmektedir.

Dijital Platform Çalışanlarının Sorunları

Dijital platform çalışanlarının çalışma hayatında karşılaştıkları temel sorunlar arasında; hukuki açıdan statü belirsizliği, iş ve gelir güvencesi yoksunluğu, iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin sorunlar, örgütlenme ve temsil eksikliği yer almaktadır.

✓ **Platform Çalışanların İstihdam Statüsü**

Dijital platform çalışanlarının en önemli tartışma konularından bir tanesi, çalışanların hukuki statüsünün belirsizliğidir. Platform çalışma şekli, alışagelmiş geleneksel çalışma statüsünde çalışanlar ile kendi hesabına çalışanlar arasında kalan bir niteliğe sahip olması sebebiyle çalışanların statüsünün belirlenmesi zordur (Eurofound, 2018:43). Platform çalışanların hukuki statüsüne ilişkin temel sıkıntı, dijital platform çalışanlarının "serbest çalışan" veya "bağımsız yükleniciler", diğer bir ifade ile mal veya hizmet üretimi sağlayan kendi adına çalışanlar olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır (Aleksynska vd., 2019:10; Arı Kovancı, 2020: 335). Platform çalışma şeklinde; platform sağlayıcılar, platform müşterisi ile platform çalışanları arasında kendilerini sadece iş aracısı olarak değerlendirmektedir. Bu sebeple platform çalışanlarının bağımsız çalıştığı ve buna bağlı olarak sosyal güvence, iş sağlığı ve güvenliği, ekonomik güvence ve vergilendirme açısından aracı platformun değil, çalışanın bizzat kendisinin sorumlu olduğunu ifade etmektedir (Belgin Boyacı, 2020: 41-42).

✓ **İş ve Gelir Güvencesi Yoksunluğu Sorunu**

Dijital platform çalışanlarının karşılaştığı diğer bir önemli sorun ise, platform çalışanlarının platform sağlayıcı ile kurulan iş ilişkilerinin sonlandırılmasına yönelik hiçbir korumalarının olmamasından kaynaklı iş güvencesi sorunudur. Platform sağlayıcılar tarafından platform çalışanlarının aktif hesapları devre dışı bırakılarak iş ilişkileri kolayca sonlandırılabilmekte ve böylelikle çalışan işten çıkarılmış olmaktadır. Genellikle platform çalışanına ne gerekçe ile işine son verildiği yani aktif hesabının etkisizleştirildiği bilgisi verilmemektedir. Bazı platformlarda (örneğin Uber) işten çıkarma durumu, çalışanın performansı ile ilişkilendirilerek gerçekleştirilmektedir. Bazı platformlarda ise, müşteriler tarafından yapılan çalışan değerlendirmeleri sonucu, çok düşük puan platform çalışanlarının platformla olan ilişkisi kesilmektedir (Belgin Boyacı, 2020:39). Çevrimiçi web tabanlı sanal platform çalışanlarının kazançları, ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre farklılık göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde platform çalışanlarının ortalama saatlik kazançları gelişmiş ülkelerde çalışanların kazançlarına nazaran daha düşüktür. Ayrıca dijital platform çalışanlarının kazançları, platform sağlayıcılar tarafından komisyon bedeli, hizmet ücreti, abonelik ücreti gibi çeşitli gider göstergeleriyle etkilenmektedir. Konum tabanlı yerel platform çalışanlarında ise çalışanların kazançlarını etkileyen farklı göstergeler

bulunmaktadır. Örneğin taksi sektöründe, platform çalışanının kazancını kaza yapması, araca hasar gelmesi veya uygulamanın yapıldığı ekipmandaki hata oluşması vb. durumlar etkilemektedir (Metin, 2022:927).

✓ **İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin Sorunlar**

Dijital platform çeşitleri arasından özellikle konum tabanlı yerel platformlarda çalışanlar iş sağlığı ve güvenliği açısından önemli riskler taşımaktadır. Bu platformlardan örneğin dağıtım ve ulaşım platformları, yapılan işin niteliği itibariyle yaralanma ve kaza olasılığının yüksek olduğu mesleklerin riskini taşımaktadır. Ayrıca bu platformda çalışanların genellikle genç, tecrübesiz, mesleki risklerden bihaber olması iş sağlığı ve güvenliği açısından yüksek riski ifade etmektedir (Belgin Boyacı, 2020:40-41).

✓ **Platform Çalışanlarının Örgütlenme ve Temsil Sorunu**

Dijital platform çalışanları, yapı itibariyle oldukça heterojen bir niteliğe sahiptir. Bu sebeple bireysel pazarlık güçleri, genel olarak sendikalardan beklentileri ve sorunları farklılık içermektedir. Bu durum dijital platform çalışanlarının ortak menfaatler etrafında birleşmelerini ve temsilini karmaşık bir hale getirmektedir (Eurofound, 2018: 53). Ayrıca dijital platform çalışanlarının fiziksel olarak tek bir firmaya bağlı olmaması ve platform çalışanının aynı anda birden fazla platform üyeliğinin olması, örgütlenmeyi zorlaştırıcı bir unsurdur (Eurofound, 2018:62). Özellikle çevrimiçi web tabanlı sanal platform çalışanlarının sınır ötesi çalışma şekli, internetin olduğu her yerde çalışabilme gücüne sahip küresel bir işgücü piyasasını ön plana çıkartmaktadır. Bu durum bir taraftan ücretlerde küresel olarak dibe doğru yarışa sebep olurken, diğer taraftan örgütlenme sorununa yol açmaktadır (Belgin Boyacı, 2020:80). Bu bağlamda, dijital çalışma platformlarının dağınık ve küresel yapısı, platform çalışanlarının etkin bir şekilde örgütlenmesinin önünde önemli bir engel oluşturmaktadır (Graham vd., 2017:156).

Sonuç ve Değerlendirme

Dijital platform çalışması; platform sağlayıcı, müşteri ve platform çalışanı olmak üzere üçlü bir iş ilişkisini ortaya çıkarmaktadır. Bu üçlü ilişkinin kurulması, bir yandan işgücü piyasasına girişi kolaylaştırması, esnek çalışma şartlarına yönelik alternatif fırsatlar ortaya koyması açısından olumlu düşünülse de, kendine özgü yapısı sebebiyle platform çalışanları açısından çalışma hayatına ilişkin bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Öncelikle uygulamada platform sağlayıcıların, platform üzerindeki üst düzey kontrol seviyesi ile platform çalışanları platform tarafından tek taraflı hazırlanan üyelik şartlarını onaylamak durumunda bırakılmaktadır. Hukuki olarak dijital çalışma platformlarında çalışanlar, "bağımsız çalışan" olarak belirsizlik içeren bir statü ile iş ilişkisi kurmaktadır. Bu sebeple birçok hak ve menfaatten uzak kalmakta, sendikal açıdan örgütlenme sorunu yaşamaktadırlar.

Günümüz ekonomik ve teknolojik gelişmeler ışığında, dijital çalışma platformlarının gelecekte daha da fazla yükseleceği aynı zamanda geleneksel ve dijital çalışma hayatının birbirinden ayrı düşünülemeyeceği göz önüne alınarak, çalışan haklarının güvence altına alınmasına yönelik koruyucu ve bütüncül yasal bir düzenlemeye ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

Aleksynska, M., Bastrakova, A. ve Kharchenko, N.(2019). *Working Conditions on Digital Labour Platforms: Evidence from a Leading Labour Supply Economy*, (IZA DP No. 12245), Germany, Institute of Labor Economics.

Arı Kovancı, Y. (2020). Platform Çalışma Bağlamında Ortaya Çıkan Sorunlara Yönelik Sendikalar ve Platform Çalışanlarının Girişimleri, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (20), ss.325-352.

Çiğdem, S. ve Koç, İ. (2019). Dijital Platform Çalışanları ve Örgütlenme Modelleri, 10. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, 1-3 Kasım, Bandırma, ss.767-782.

Eurofound, (2018). ‘‘Employment and Working Conditions of Selected Types of Platform Work’’, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Fuchs, C. (2018). Digital Labour And Karl Marx. Krisis (3rd ed.). New York: Routledge.

Gandini, A. (2016). Digital Work: Self-branding and Social Capital in the Freelance Knowledge Economy. *Marketing Theory*, 16(1), 123–141. http://doi.org/10.1177/1470593115607942

Garben, S. (2017). Protecting Workers in the Online Platform Economy : An Overview of Regulatory And Policy Developments in the EU. Luxembourg.

Graham, M., Hjorth, I. ve Lehdonvirta, V. (2017). Digital Labour and Development : İmpacts of Global Digital Labour Platforms and the Gig Economy on Worker Livelihoods. *Sage Publications*, 23(2), 135–162. http://doi.org/10.1177/1024258916687250

ILO (2021). World Employment and Social Outlook 2021: The Role of Digital Labour Platforms in Transforming the World of Work, Geneva.

Kittur, A., Nickerson, J. V, Bernstein, M. S., Gerber, E. M., Shaw, A., Zimmerman, J. ve Horton, J. J. (2013). The Future of Crowd Work. Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work. ACM, 130–1318.

Metin, B. (2022). Dijitalleşen Dünyada Değişen İstihdam Modelleri: Dijital Emek Platformlarında Çalışanlar Açısından Tehditler ve Fırsatlar, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24/3, 917-950.

Muntaner, C. (2018). Digital Platforms, Gig Economy, Precarious Employment, and the Invisible Hand of Social Class, *International Journal of Health Services*, 48(4), 597–600. http://doi.org/10.1177/0020731418801413

Pesole, Annarosa, Urzi Brancati, Maria Cesira, Fernandez Marcias, Enrique, Biagi, Federico ve Gonzalez Vazquez, Ignacio (2018), Platform Workers in Europe: Evidence from the COLLEEM Survey, Luxembourg, Publications Office of the European Union.

Schmidt, Florian A. (2017). Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work, Bonn, Friedrich-Ebert-Stiftung.

Taeihagh, A. (2017). Crowdsourcing, Sharing Economies and Development. *Journal of Developing Societies*, 33(2), 191–222. http://doi.org/10.1177/0169796X17710072

Todolı ´-Signes, A. (2017). The “ Gig Economy ”: Employee , Self-employed or the Need for a Special Employment Regulation ? *Sage Publications*, 23(2), 193–205. http://doi.org/10.1177/1024258917701381

Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V. ve Hjorth, I. (2018). Good Gig, Bad Big: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy. *Work, Employment and Society*. http://doi.org/10.1177/0950017018785616

World Bank. (2015). Global Opportunity in Online Outsourcing. http://documents.worldbank.org/curated/en/2015/06/24702763/global-opportunity-online outsourcing.

Wright, C. F., Wailes, N., Bamber, G. J. ve Lansbury, R. D. (2017). Beyond National Systems, Towards a "Gig Economy"? A Research Agenda for International and Comparative Employment Relations. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 29(4). http://doi.org/10.1007/s10672-017-9308-2.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMLER

Doç. Dr. Banu ÖZBUCAK ALBAR
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi,
ORCID ID: orcid.org/0000-0003-1790-0761

ÖZET

Son yıllarda teknolojik gelişmelerin sürekliliği sebebi ile önemli hale gelen dijital dönüşüm, işletmelerin müşterileri ile olan ilişkilerini etkilemekte ve değişikliğe uğratmaktadır. Özellikle pandemi dönemi ve sonrası, işletmelerin dijitalleşme süreçleri ciddi değişime uğrayarak halkla ilişkiler ve müşteri ilişkileri yönetimi alanında dijital dönüşüm gerçekleşmiştir. Bu dönüşümle birlikte sosyal medya, yapay zekâ, büyük veri, bulut bilişim, sensörler gibi kavramlar işletmelerin yönetim süreçlerinde yer almaya başlamıştır. Özellikle müşteri ilişkilerinin sadece fiziksel işletmelerde değil, aynı zamanda dijital ortamlarda da yönetilmek zorunda olması, günümüzde dijital platformları etkin kullanmayı gerekli hale getirmiştir. Bu dijital platformlardan WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn gibi insanlar tarafından sıklıkla kullanılanları, işletmelerin müşterilerle iletişim kurmada öncelikli yolu olmuştur. Günümüzde dijital e-alışveriş olanağı sunan Hepsiburada, Trendyol, Yemeksepeti, Sahibinden, Getir gibi web sitesi tabanlı hizmet veren işletmeler ise, müşteri memnuniyeti ve pozitif müşteri sadakati sağlayabilmek için müşteri ilişkilerini dijital mecralarda yönetmektedir. Bu çalışmada, dijitalleşme sürecinde meydana gelen dönüşümlerin, işletmelerin müşteri ilişkileri yönetiminde yarattığı değişimler ve bu değişimler ile müşteri memnuniyeti ilişkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri İlişkileri Yönetimi, Dijital Dönüşüm, Dijitalleşme, Müşteri Memnuniyeti

DIGITAL TRANSFORMATIONS IN CUSTOMER RELATIONS MANAGEMENT

ABSTRACT

Digital transformation, which has become important in recent years due to the continuity of technological developments, affects and changes the relationships of businesses with their customers. Especially during and after the pandemic period, the digitalization processes of businesses have undergone serious changes and digital transformation has occurred in the field of public relations and customer relationship management. With this transformation, concepts such as social media, artificial intelligence, big data, cloud computing and sensors have begun to take part in the management processes of businesses. Especially the fact that customer relations have to be managed not only in physical businesses but also in digital environments has made it necessary to use digital platforms effectively today. Among these digital platforms, such as WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter and LinkedIn, which are frequently used by people, have become the primary way for businesses to communicate with customers. Today, businesses that provide website-based services such as Hepsiburada, Trendyol, Yemeksepeti,

sahibinden, Getir, which offer digital e-shopping opportunities, manage their customer relations through digital channels in order to ensure customer satisfaction and positive customer loyalty. This study aims to examine the changes that the transformations that occur in the digitalization process create in the customer relationship management of businesses and the relationship between these changes and customer satisfaction.

Keywords: Customer Relationship Management, Digital Transformation, Digitalization, Customer Satisfaction.

Giriş

İşletmeler, günümüz koşullarında rakip işletmelere karşı rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için müşteri beklentilerini algılayıp, müşteri memnuniyeti sağlayarak "müşteri ilişkileri yönetimi (MİY)" kavramına özen göstermek zorundadır (Ersöz vd., 2008: 759). Kotler'e göre, müşteri ilişkileri bir süreç olup, detaylı bilgilerin dikkatli olarak yönetilmesi olarak ifade edilmektedir. 1950'li yıllardan itibaren kullanılmaya başlayan müşteri ilişkileri yönetimi ise, müşterilerle kalıcı ilişkiler oluşturabilmek için işletmelerde kişiselleştirilmiş müşteriye dikkat çekmektedir (Ponduri ve Bala, 2014:50-51). Günümüzde özellikle koronavirüs salgınıyla beraber, teknolojinin her alanda etkin hale gelmesiyle işletmelerde dijitalleşme her alanda yaşanmaya başlanmıştır. Sürekli yeniliğe uyum sağlamayı zorunlu hale getiren teknolojik gelişmeler doğrultusunda yaşanan dijital dönüşümle beraber büyük veri, sosyal medya, yapay zekâ gibi kavramlar işletmelerin müşteri ilişkileri yönetimi uygulamaları arasında popüler hale gelmiştir. Dijital müşteri ilişkileri yönetimi, dijital pazarlamanın bir getirisi olarak işletmelerde verimliliği arttırmak, müşteri taleplerine kısa süre içerisinde cevap verebilmek ve müşteri memnuniyeti yaratabilme amaçlarını taşımaktadır.

İşletmelerde Dijital Dönüşümler

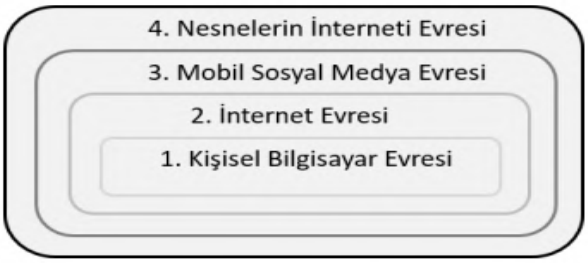
Dijital teknoloji; bilgiyi alıp, en küçük bileşenlerine ayrıştırarak, analog sinyali aracılığıyla ayrık parçalara dönüştürerek bilgi, grafik, metin, yazılım kodu, ses ve videoyu farklı şekillerde değiştirmeyi ve dönüştürmeyi mümkün kılmaktadır (Maxwell ve McCain, 2014:147). Dijitalleşme müşteri etkileşimi, veri kullanımı ve iş süreçlerini gelişmiş teknolojilerle geliştiren analog ve dijital entegrasyon şeklinde tanımlanmaktadır (Eling ve Lehmann, 2018:363; Koçyiğit vd.,2023:688).

Dijitalleşme olgusuyla gelen dönüşüm kavramı; dijital teknolojilerin yönlendirmesiyle yaşamın her alanını etkilemiştir (Osmundsen vd.,2018:1). Dijitalleşme kavramının örgütsel, ekonomik ve toplumsal faaliyet alanlarında kullanılması, J.Watt'ın buhar makinesi icadı ile başlamıştır. Daha sonra elektrik teknolojisinin üretim alanına entegrasyonu ile ikinci sanayi devrimi yaşanmıştır. Ardından bilgisayar teknolojilerinin ve otomasyon sisteminin gelişmeye başlaması ve internetin hızla gelişmesi ile üçüncü sanayi dönemine geçilmiştir. Dördüncü sanayi devrimi olarak dijital çağın, her alana getirdiği yenilikler sayesinde modern anlamda bilişim ortaya çıkmıştır (Tarı Kasnakoğlu ve Kalender, 2020:1-2).



Şekil 1. Sanayi Devrimleri (Klein, 2019)

İşletmelerde gelişen teknolojinin bir getirisi olarak dijitalleşmenin ise, dört evreden oluştuğu görülmektedir (Şekil 2). Bu evreler; kişisel bilgisayar, internet, sosyal medya ve nesnelerin interneti evreleridir. Her bir evre kendisinden önceki evrenin teknolojisi üzerine şekillendirilmiştir.



Şekil 2. İşletmelerde Dijitalleşme Evreleri (Klein, 2020:1000)

Bu çerçevede dijital dönüşüm; sürekli gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklar kapsamında toplumun ihtiyaçlarına göre işletmelerin daha etkili ve verimli hizmetler sunabilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Bohnsack vd., 2018:197).

Müşteri ilişkileri Yönetiminde Dijitalleşme

Günümüzde müşteri ilişkileri sadece fiziki olarak işletmelerde değil aynı zamanda dijital olarak da yönetilmesi ve dikkat edilmesi gereken bir süreç içermektedir. Dijital dönüşüm ile birlikte, müşteriler sanal işletmeleri ziyaret etmekte, buradaki ürünleri incelemekte, kıyaslamakta, ürün yorum ve değerlendirmeleri hakkında fikir sahibi olmakta, ürün satın almakta ve satış sonrası ürün ve hizmet değerlendirmesi yapabilmektedir.

Müşteri ilişkileri yönetiminin dijitalleştirilmesi, işletmelerin farklı müşteri profillerinin gereksinimlerine göre satış portföyünün hazırlanmasına yönelik bilgileri kullanarak, hem müşterileri elde tutmayı hem de yeni müşteriler edinmeyi amaçlayan eylemleri içermektedir (Zengin, 2022:135). Bu kapsamda dijital dönüşümler sonucu günümüz müşteri ilişkileri yönetiminde yaşanan değişimlerle ilgili güncel konular; sosyal medya, yapay zekâ, büyük veri ve elektronik müşteri ilişkileri yönetimi başlıkları içerisinde incelenecektir.

- **Sosyal Medya ve Müşteri ilişkileri Yönetimi**

Geleneksel anlamda müşteri ilişkileri yönetiminin temel felsefesi müşteriyi elde tutma ile birebir ilgili iken, günümüz sosyal müşteri ilişkileri yönetimi, Web 2.0'ın ideolojik ve

teknolojik aracılığıyla müşterilerin marka ya da işletme etkileşimini sağlama ile ilişkilidir (Faase, Helms&Spruit, 2011:234). Sosyal medya, müşteri kararlarında, davranışlarında, marka ile ilgili deneyim süreçlerinde ciddi öneme sahiptir. Sosyal medya platformları, işletme ve marka hakkında etkili iletişimin kurulmasına ve müşteri görüşlerinin paylaşılmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca işletmeler, sosyal medya aracılığıyla çok daha geniş kitlelere düşük maliyetlerle ulaşabilmekte, müşterilerin anlık isteklerine yanıt verebilmekte, ürün detayları, indirimler hakkında bilgilendirmede bulunabilmekte ve müşterileriyle sürdürülebilir ilişkiler kurabilmektedirler.

- **Yapay Zekâ (Artificial Intelligence-AI) ve Müşteri ilişkileri Yönetimi**

Yapay zekâ, insanlar gibi akıl yürütme, insan davranışlarını taklit etme amacıyla programlanmış makinelerde, insan zekâsı simülasyonunu ifade etmektedir. Yapay zekânın günümüzde uygulama alanları arasında ticaret, bankacılık ve finans, sağlık, otomotiv gibi birçok sektör bulunmaktadır (Frankenfield ve Scott, 2021:1; Esmer ve Şaylan, 2021:72). Yapay zekâ (Al) ile entegrasyonu sağlanmış bir müşteri ilişkileri yönetimi sistemi, işletmelerin insan müdahalesi olmaksızın büyük miktarda müşteri verisi analiz edebilmesi ve karar vermelerini otomatikleştirebilmesi açısından fayda yaratmaktadır. Ayrıca araştırma sonuçları işletmelerin Yapay zeka ile entegre MİY sayesinde, müşterilerine ait verilerini önceliklendirebilme, kişiye özel hale getirebilme, kategorilere ayrıştırma ve böylelikle işletme performanslarını iyileştirebileceğini göstermiştir (Zengin, 2022:141-142).

- **Büyük Veri (Big Data) ve Müşteri ilişkileri Yönetimi**

Büyük veri, "Geleneksel veri işleme araçları ile analizi yapılamayan ve yönetilemeyecek kadar büyük miktardaki veri setleri" olarak tarif edilmektedir (Ohlhorst, 2013: 1). Büyük veri kavramı ile ifade edilmek istenen sadece hacim anlamında büyüklük olmayıp; sosyal medya paylaşımları, log dosyaları, fotoğraflar, video, ağ günlükleri vb. farklı şekillerde kaynaklardan elde edilen verilerin anlamlı bir şekilde işlenebilir hale getirilmesidir (Atalay ve Çelik, 2017:158). İşletmelerde büyük veri ile müşteri portföyünün tanımlanması ve pazar ilişkilendirilmesi yapılabilmektedir. Bu sayede, müşteri sadakatinin ve memnuniyetinin sağlanması, işletme karlılığının arttırılması ve işletmenin kurumsal anlamda değer yaratması mümkün olabilmektedir.

- **Elektronik Müşteri İlişkileri Yönetimi (E-MİY)**

E-MİY sistemi, işletme ya da işletmenin e-ticaret sitesi ile müşteri arasında iletişim kurulmasını sağlayan ve bu süreci yöneten sistemdir. İnternet bu sürecin yönetilmesinde güçlü bir araç olup, müşterilerin işletmeleriyle 24*7 çevrim içi iletişim sağlanmasında etkilidir. E-MİY'in temel amaçları arasında; işletmenin müşteri yönetimi verimliliğini arttırmak, müşteri hizmetlerini iyileştirmek, değerli müşteri korumaya almak, organizasyon açısından analitik yetenekler sağlamaya yardımcı olmak, masrafları azaltmak ve pazarlama açısından değişiklik yaratarak rekabetçi kar sağlama yer almaktadır (Zengin, 2022:136-138). E-MİY, elektronik yollar aracılığıyla veri ambarları adı verilen müşteri bilgilerinin toplandığı müşteri profilleri oluşturularak, güvenli müşteri ilişkisi kurmayı hedeflemektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Dijital dünyanın etkisi altında olduğumuz günümüz koşullarında, işletmeler tüm faaliyetlerinde dijital teknolojinin etkisi altında kalmaktadır. Müşteri süreçleri gitgide dijitalleştikçe,

işletmelerin müşteri ilişkileri yönetimi de dijital dönüşümün etkisinde şekillenmektedir. Geleneksel müşteri ilişkileri yönetimi yerini sosyal medya, yapay zekâ, büyük veri aracılığıyla müşteri ilişkileri yönetimi ve elektronik müşteri ilişkileri yönetimi şeklinde dijital müşteri ilişkileri yönetimine bırakmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde elde edilen verilerden değer elde edilmesi, müşteri ilişkileri yönetiminin başarı sağlaması ve müşteri memnuniyetinin sağlanması mümkün olmakla birlikte işletmelerin tüm fonksiyonları arasında teknolojik bir işbirliği sağlanmış olmaktadır. Bu işbirliği içerinde işletmelerin temel hedef, müşteri odaklı olarak dijital dönüşümden maksimum fayda sağlamak ve kurumsal itibar sağlamaktır.

Kuşkusuz günümüzdeki tüm bu teknolojik gelişmeler, gelecekte özellikle yapay zekânın ve robot teknolojisinin her alana etki edecek düzeyde çok daha önemli hale gelecektir. Bu sebeple modern işletmelerin müşteri ilişkileri yönetimine değer katabilmek amacıyla, dijital teknolojileri yakından takip etmesi ve bu konudaki araştırmalara önem vermesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Atalay, M. Ve Çelik E. (2017). "Büyük Veri Analizinde Yapay Zekâ Ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (22), ss.155-172.

Bohnsack, R., Hanelt, A., Marz, D., & Antunes, C. (2018). Old Wine in New Bottles? A Systematic Review of the Literature on Digital Transformation. Academy of Management Global Proceedings.

Eling, M. ve Lehmann, M. (2017). "The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks", The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice, S.43(3), ss.359-396.

Ersöz, S., Yaman, N., ve Birgören, B. (2008). Müşteri İlişkileri Yönetiminde Verilerin Yapay Sinir Ağları İle Modellenmesi ve Analizi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi,* 23(4), 759-767.

Esmer, Y. ve Şaylan, O. (2021). "Müşteri İlişkileri Yönetiminde Yeni Dijital Teknolojilerin Kullanımına Yönelik Nitel Bir Araştırma", Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 7(4), ss.71-78.

Faase, R., Helms, R. Ve Spruit, M. (2011). Web 2.0 in the CRM Domain: Defining Social CRM. International Journal of Electronic Customer Relationship Management, 5(1), 1-22.

Klein, M. (2019). *İşletme 4.0 Kapsamında Şirket 2.0* – İşletme Süreçlerinde Sosyal Yazılım Kullanımı. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Klein, M.(2020). İşletmelerin Dijital Dönüşüm Senaryoları - Kavramsal Bir Model Önerisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Nisan, 19(74), ss.997-1019.

Koçyiğit, N., Kocaoğlu, M. Ve Güdek, B. (2023), "Dijitalleşen Dünyada İnsan Kaynakları Yönetiminin Değişen Fonksiyonu", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, S.6(3), ss.686-697, Doi: https://doi.org/10.33712/mana.1267303

Ohlhorst, F. (2013). Big Data Analytics : Turning Big Data into Big Money. New Jersey: Wiley Publicity.

Osmundsen, K., Iden, J. Ve Bygstad, B. (2018), *"Hva Er Digitalisering, Digital Innovasjon Ogdigital Transformasjon?*", Paper Presented at Nokobit 2018, Svalbard, 18-20 September, Nokobit, S.26(1), Bibsys Open Journal Systems.

Ponduri, S.B. ve Bala, E.S. (2014). Role of Information Technology in Effective Implementation of Customer Relationship Management. Journal of Marketing & Communication, 9 (3), ss.50-55.

Tarı Kasnakoğlu, B. Ve Kalender, Y. (2020) *"Formal and Informal Components of the Service Relationship in Health Care*", Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, S.13(1), ss.101- 118.

Zengin, A.Y.(2022). "Dijitalleşme ve Müşteri İlişkileri Yönetiminde Dönüşümler", Editörler: Işık, V. Ve Erikli Selek, S., *Gelecekte Çalışma Hayatı ve Yönetimi* içinde, Nobel yayınevi, Ankara, ss.129-151.

ETİK İKLİMİN CAM TAVAN SENDROMU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Prof.Dr. İsmail BAKAN
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, - 0000-0001-8644-8778
Prof.Dr. Burcu ERŞAHAN
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, - 0000-0003-2546-0567
Doç.Dr. Arif Selim EREN
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, 0000-0001-7274-1113
Elife Nesibe KEKEÇ
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, - 0000-0002-9097-8445

ÖZET

Çalışma hayatında mevcut bulunan yazılı kurallar ve prosedürler gibi aynı zamanda yazılı olmayan kurallara olan uyumu gösteren etik iklim, kurum için önemli bir değerdir. Etik ilkeler ve davranışlar, çalışma iklimini olumlu yönde etkilemektedir. Etik çalışma iklimi, kadınların iş dünyasında karşılaşacağı çeşitli engellerin önüne geçmektedir. Bu çalışmada etik iklimin, kadınların kariyer basamaklarında karşılaştığı görünmez engellerini temsil eden cam tavan kavramı üzerine etkisinin bulunup bulunmadığı araştırılmaktadır. Araştırma Kahramanmaraş ilinin merkez ilçelerinde faaliyette bulunan bankalarda çalışan kadınlar üzerinde anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. 120 kadın çalışandan elde edilen anket verileri SPSS programı ile değerlendirilmiş, frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, etik iklim algıları ile cam tavan sendromu arasında anlamlı, pozitif ve negatif ilişkilerin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak anlamlı ilişkilerin yanı sıra etik iklimin önemseme ile kurallar alt boyutlarının cam tavan sendromunun vazgeçme ve kabullenme alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bununla birlikte etik iklimin yasa ve kod alt boyutunun cam tavan sendromunun inkâr ve kabullenme alt boyutlarıyla herhangi bir ilişkiye rastlanılmamış, dayanıklılık alt boyutu ile anlamlı; vazgeçme alt boyutu ile negatif bir ilişki vardır. Etik iklimin araçsallık alt boyutunun cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutuyla bir ilişki bulunmamaktadır.

Anahtar Kelimeler : Cam Tavan Sendromu, Etik iklim, Kahramanmaraş, Bankacılık

1.Giriş

Değişen ve gelişen dünyada işletmeler faaliyetlerinin devamlılığını sağlayabilmek ve rekabet avantajı oluşturmak için yenilikler yaparak gelişim gösterir böylece mevcut düzene uyum sağlamaktadır (Deshpande,1996). İşletmeler faaliyetlerini yürütürken kurallar ve politikalar kadar ahlaki kurallara da uygun davranmak zorundadır. Bu durumda işletmelerin ahlaki açıdan beklenilen düzeye gelebilmesi için etik kavramına olan ihtiyaç ortaya çıkmaktadır (Mumcu & Döven, 2016). Etik anlayış, karşılaşılan sorunların nasıl çözüleceği ve ele alınacağı konusunda işletmedeki çalışanların karar verme sürecine rehberlik etmektedir (Wang & Hsieh, 2013). Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyet farklılıklarıyla ortaya çıkan tutum ve önyargıların desteklediği özellikle kadınların işe kabulü, ücretlendirme politikaları, eğitim ve gelişme programlarına katılım, mevcut pozisyonların korunması ve terfi gibi konularda ilerlemelerinde karşılaştığı birtakım görünmez engeller bulunmaktadır (Van Der Boon, 2003). Kadın çalışanların cam tavan engelini aşmak için çeşitli çözüm yöntemleri bulunmaktadır. Aynı zamanda işletmeler de kadınların ilerlemesinin önündeki engelleri yok edebilmek için kurumsal stratejiler kullanabilmektedir (Akdöl, 2009).

Bu doğrultuda kurumlarda kadınların karşılaştığı cam tavan olarak nitelendirilen görünmez engellerin varlığı aynı zamanda yaşanan etik problemler nedeniyle bankada çalışan kadınların karşılaştığı sorunların tespit edilmesi ve bankalarda etik iklimin hâkim olması, etik iklimin cam tavan sendromuna etkisinin olup olmadığı araştırmaya değer görülmüştür. Çalışmada öncelikle cam tavan sendromu ve etik iklim kavramları ele alınmış, metodoloji bölümünde ise Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren mevduat, kalkınma ve yatırım bankalarında bir cam tavan algısının olup olmadığı anket yoluyla tespit edilerek etik iklim teorisinin cam tavan sendromu üzerine etkileri irdelenmektedir.

2. Kavramsal çerçeve

Bu bölümde literatürdeki kaynaklardan yararlanılarak kadınların iş yaşamında yer etmelerinde cinsiyetleri nedeniyle karşılaştığı engeller olarak cam tavan kavramı ile işletmelerde ve bankalarda yer alan kurallar ve politikaları kapsayan etik iklim kavramı ele alınmıştır.

2.1. Cam Tavan Sendromu İle İlgili Kavramsal Çerçeve

Günümüzde çalışma hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelen kadınlar, zamanla dünya çapında çeşitli kariyerlere yönelmektedir. Bu durum beraberinde birtakım sorunları getirmiştir. Pek çok kadın, erkek meslektaşlarıyla nitelikleri ve deneyimleri aynı olmasına rağmen birçok engelle karşı karşıya kalmaktadır (Sharif, 2015). Ekonomik, siyasi ve kamusal alanda karar alma sürecine etkin katılımı onlara diğer meslektaşlarıyla ne yazık ki eşit fırsatlar sunmamaktadır. İş hayatında yer edinmelerini zorlaştıran temel etkenlerden biri cinsiyetleri nedeniyle karşılaştıkları engellerdir (Lathabhavan & Balasubramanian, 2017). Bu örgütsel ve algısal görünmez engeller cam tavan olarak nitelendirilmektedir. Cam tavan gözle görülemeyecek kadar şeffaf fakat kadınların yönetim hiyerarşisinde üst kademeye çıkması engelleyecek olan ve onların işi idare edemeyeceği düşüncesi kadar sert bir bariyerdir (Linehan & Scullion, 2001).

Cam tavan kavramı ilk kez Carol Hymowitz ve Timothy Schechellhardt tarafından 1986 yılında Wall Street Journal'da "İş Yaşamında Kadın" adlı makalede kullanılmıştır. Bu iki bilim insanının tanımladığı şekliyle cam tavan, kadınların, işyerlerinde ve genel olarak kariyerlerindeki terfilerinde cinsiyet, ırk, din gibi kavramlara dayalı olarak görünmez ve aşılmaz engeller şeklinde ifade edilir (Lockwood, 2004). Diğer bir tanıma göre ise cam tavan, kadınların kamu ve özel kurumlarda cinsiyet veya ırk farklılıklarından dolayı karşılaştığı kişisel ve kurumsal engellerdir (Kırpık, 2019). Kadınlara yönelik ayrımcılığın, görülmeyen ve ulaşılamayan engellerin, sembolik boyutlarını yakalayıp açıklamaya yarayan bir araçtır (Lathabhavan & Balasubramanian, 2017). Cam tavan kavramı temelinde ön yargı, tutumlar ve

cinsiyetçi yaklaşım barındırır ve kadın çalışanların kurum içinde kariyerlerini sınırlandırıcı bir etki gösterir (İpçioğlu vd., 2018).

Cam tavan sendromu inkâr etme, vazgeçme, dayanıklılık ve kabullenme olmak üzere 4 faktörü içermektedir. Vazgeçme, kadınların toplumda ve çalıştığı kurumdaki engeller nedeniyle neden başarısız olduğunu ve üst kademeye geçmekten feragat ettiğini gösterir. Kabullenme faktörü kadınların üst düzey kademelerde erkek yöneticilerin olmasını kabul ederek, bu pozisyonlarda iş imkânı aramadığını dolayısıyla kariyer gelişimlerinde daha az bağlılık gösterdiğini ifade etmektedir. Dayanıklılık faktörü kadınların nasıl ilerleyebileceklerini örneğin destekleyici bir eşin kadının kariyerinde başarıya ulaşmasını sağladığını göstermektedir. İnkar etme faktörü ise cam tavan inancının olmayışı ve kadınlar ve erkeklerin aynı sorunların üstesinden gelmek durumunda olduğunu ifade etmektedir (Smith vd., 2012).

Şeffaf ve aşılmaz gibi görünen cam tavan engelleri, kadınların kariyer gelişimini doğrudan etkilidir (Mooney & Ryan, 2009). Yönetim hiyerarşisinde üst kademeye geçtikçe karşılaşılmaya devam eden engeller, kadınların verimliliğini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Linehan, & Scullion, 2001). Toplumda yer alan tutumlar, bireysel ve grupların önyargıları, mevcut çalışma uygulamalarındaki kısıtlayıcı erkek baskısı gibi faktörler kadınların etrafındaki bu sert yapıyı güçlendirmektedir (Van Der Boon, 2003). Birçok kadın yönetici cam tavan faktörü nedeniyle kurumsal dünyayı terk etmek durumunda kaldığı gibi aynı zamanda daha fazla kadının kurumsal yönetim içinde üst kademelere ulaşamamasının cam tavan olgusundan dolayı engellendiği iddia edilmektedir (Sharif, 2015).

Cam tavanın engellenmesi için işletmenin değerlerini ve politikalarını anlamak öncelikli adımdır. Yapılan çalışmalara göre, cam tavan üç farklı şekillerde engeller ortaya sunmaktadır. Bu üç farklı grup;

Kişinin kendisinin koyduğu engeller

Erkek yöneticiler tarafından konulan engeller ve

Kadın yöneticiler tarafından konulan engellerdir.

Kadınların, önündeki kariyer engelleri yalnızca dış çevreden kaynaklanmayıp bizzat kendileri de oluşturabilmektedir. Kariyer basamaklarında yükselmek için yetersizlik duygusu hissetmeleri, ailede üstlendikleri rollerden dolayı ağır iş yükü, sorunların karşısında duygularıyla hareket etmeleri gibi özellikleri kendi kendilerine koydukları kariyer engelleridir (Rutherford, 2001). Bunlarla birlikte üst kademeye çıkabilmek için engel çıkacağı düşüncesiyle ilerlemekten kaçınmak ve bu sebeple oluşan özgüven eksikliği, iş yaşamında meslektaşlarından öncelikle kadınları rakip olarak görme düşüncesi de kişinin kendi kendine koyduğu görünmez engellerdendir (Şiyve, 2004). Kadın yöneticilerin iş hayatında zamanla davranışlarının değişerek erkek yönetici davranışlarına benzemesi ve böylece diğer kadın çalışanlar üzerinde erkek yönetici davranış kalıplarıyla baskı oluşturması "kraliçe arı sendromu" kadınların kendileri tarafından oluşturduğu engellerdendir (Öğüt, 2006).

Erkek yöneticiler tarafından konulan engeller arasında kadınlara yönelik belirlenen tutum ve önyargılar bu engellerden en önemlisidir. Üst düzey işleri yapamayacağı konusunda kadınları yetersiz olarak nitelendirerek, işi yapmakta daha az güvendikleri ve çekindikleri yönünde düşünce hakimdir. Bu durum erkek yöneticilerin gücü elde tutma isteğini de barındırır (Örücü vd., 2007).

Erkek yöneticilerin koyduğu engeller kadar kadın yöneticilerin koyduğu engeller bulunmaktadır. Kadın yöneticiler tarafından koyulan engeller ise şu şekildedir. Kadın yöneticiler geldiği noktaya ulaşırken sarf ettiği emeğe karşılık diğer çalışanların da bu doğrultuda hareket etmesini istemekte, aynı emek ve gücü sarf etmesini beklemektedir. Kadınların birbirini çekememesi ve tepe yönetimde tek kadın olarak kalmak istemesi de bu engeller arasında ifade edilebilmektedir (Örücü vd., 2007).

Cam tavanın bir diğer göstergesi kadınların ilerlemesinin yıllardır süregelen kurumsal kültürler tarafından engellenmesidir. Kadınlar daha sıkı çalışma sonucunda üst düzey pozisyonlara kendi

çabaları sonucunda ulaşabilir. Fakat kadınların iş ve yaşam dengesini oluşturamaması kadınlar için bir dezavantaj oluşturur. Kadınlar daha fazla fedakarlıklarda bulunmak durumunda kalmaktadır. İşletmenin değişim anahtarı yönetimin genel işgücünün ve kadınların başarılı bir şekilde eğitimiyle mümkündür. Bu doğrultuda işletmedeki kültürü adil ve kapsayıcı olup olmadığı incelenmeli bu doğrultuda işletmenin örneğin işe alım uygulamaları üst düzey yönetimdeki çalışanların terfi geçmişi, ücret farklılıkları gibi politikaları ve uygulamaları gözden geçirilmelidir. İşletme kadınların yeteneklerine göre ilerlemesini sağlamak için programları ve uygulamaları geliştirerek desteklemelidir (Lockwood, 2004).

2.2.Etik İklim İle İlgili Kavramsal Çerçeve

Günümüzde işletmelerin her geçen gün gelişen rekabet ortamında başarılı bir şekilde faaliyetlerini sürdürebilmesi, vizyoner ve kaliteli işgücünü hedefleyen, onları rakiplerinden farklılaştıran değerlerinin farkında olmalarıyla gerçekleşebilir. Bu durum etik davranışların şekillendirdiği etik iklim sayesinde oluşabilmektedir (Tekin, 2018). Etik iklim çalışanların tutum ve eylemlerini yönlendiren bu doğrultuda onların desteklendiği ve ödüllendirildiği fikirlere dayanmaktadır (Schminke vd.,2007). Victor ve Cullen için etik iklim, işletme içindeki etik içeriğe sahip olan uygulamalara, politikalara ve prosedürlere yönelik algıları temsil etmektedir. Bunun yanı sıra etik iklim doğru davranışın tanımının ne olduğu ve nasıl ele alınması gerektiği konusunda ortak anlayışları içerir (Sims, 1992). Böylece ahlak bilincinin oluşmasını sağlarken örgütsel sorunlara da yol gösterici nitelik taşır (Wang & Hsieh, 2013).
Etik iklimler işletme içinde birçok işleve hizmet eder (Cullen vd., 2003). İşletmeler çalışma hayatında yüksek kalite sağlayabilmek için sosyal, yasal ve etik kabul edilen ilkeler ışığında faaliyetlerini yürütmektedir (Luthar vd., 1997). İşletmelerin karşılaştığı sorunları belirlerken nasıl bir yol izleneceği ve bunların nasıl etkili bir şekilde ele alınacağını belirlemede etik iklim rehberlik eden bileşeni oluşturur (Weber & Seger, 2002). Etik değer ve davranışların teşvik edildiği ve desteklendiği bir ortam oluşturulduğunda daha fazla etik davranışın ortaya çıkması beklenir (Schwepker vd., 1997). Böylece etik değerlerin teşvik edilmesi için çeşitli stratejiler öne sürülmektedir. Etik bilinci geliştirmek, resmi kurallar ve prosedürler ile iç düzenlemeler yapmak, yukarıdan aşağıya doğru teşvik etmek ve destek göstermek üst düzey yöneticiler tarafından büyük önem taşımaktadır. Bu kuralların ve prosedürlerin ise kurumsallaştırılması gerekmektedir. Dolayısıyla üst düzey yöneticiler tarafından dikkate alınan ve güçlendirilen etik iklim, alt düzey çalışanların davranışlarında büyük etki bırakmaktadır (Sims, 1992).
Çalışanları etik davranışlara yönlendiren, etik ortamın oluşturulmasıyla mümkündür (Deshpande, 1996). Farklı etik iklimlerinde farklı faktörler vurgulanabilir. Örneğin kişisel çıkar, firmanın verimliliği, firmanın kar elde edebilmesi, bireysel arkadaşlıklar, sosyal sorumluluklar, mesleki kurallar, prosedürler ve kanunlar bu faktörler arasındadır. Farklı işletmelerin etik iklimi, özellikleri itibariyle birbirinden ayrılabilir ve farklı konuları vurgulayabilir (Sims, 1992). Ayrıca etik iklim kuralları ve prosedürleri olumlu ve net olmadığında etik olmayan davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Örneğin baskı kurmak da etik dışı faaliyetlere yol açmaktadır (Sims,1992). İşletmeler için çalışma ortamını stratejilerine uygun halde belirlemek rekabet edebilirliği için de güçlü bir araç oluşturmaktadır (Schminke vd., 2007).

2.2.1.Etik İklim Türleri

Her işletmenin ve örgütün kendi içinde uyum gösterdiği etik iklimi bulunmaktadır. İklim türleri gözlemlendiğinde, bazı iklimlerin birlikte ele alınması araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Örneğin egoistliğin bireysel ve yerel alanlarla bir araya gelmesi ile araçsallık iklimi oluşmakta; yardımseverlik ikliminin bireysel ve yerel alanlarla birleşmesiyle önemseme iklimi meydana gelmektedir (Martin & Cullen, 2006). Bu doğrultuda incelendiğinde etik iklimin beş boyutu, araçsallık, önemseme, bağımsızlık yasa ve kodlar, kurallar olarak sıralanabilir. Tablo (1.1).

Hiçbir işletmeden aynı anda iklim türlerinin tamamına sahip olması beklenmemektedir (Cullen, 2003).
Araçsal etik iklim tipi, yerel ve bireysel egoistlik ölçütlerini içermektedir (Victor & Cullen, 1988). İşletmeyi egoist bakış açısıyla değerlendirirken etik karar vermeyi teşvik edici kurallara ve beklentilere sahip olarak ele almaktadır. Kararların işletmenin çıkarlarına hizmet edici olduğunu veya kişisel çıkarları destekleyici olduğu inancındadır (Martin, & Cullen, 2006). Önemseme iklim tipi, iyilikseverlik teorisi veya ahlaki felsefe açısından faydacılıkla ilişkilidir. Bireyler, kararların başkalarının iyiliğine dayanması gerektiğini, onları önemsemeyi ve onları dikkate almayı ifade eder. Bu durum işletmenin politikaları, stratejileri ve uygulamalarıyla destekleniyor olarak algılanır (Martin, & Cullen, 2006). İşletmedeki çalışanlar karar alma sürecinde birbirlerinden etkilenebilecek, işletme içinde ve dışında diğer kişilere fayda sağlama konusunda ilgi gösterecektir (Wimbush & Shepard, 1994).
Bağımsızlık iklimi, bireylerin etik kararlar alırken güçlü bağlarla bağlı, kişisel ahlaki inançlar doğrultusunda hareket etmeleri gerektiğini ifade eder (Martin & Cullen, 2006). Bu iklim tipine göre çalışanlar, temelde belirlenen ilkeler ve kurallar çerçevesinde kendi kişisel ahlaki inançlarına göre hareket edeceklerdir (Wimbush & Shepard, 1994). Yasa ve kodlar iklimi, işletmenin yasa veya mesleki açıdan belirlenen davranış kuralları gibi kurallara dayalı olduğu etkilerine odaklanır. Bu iklime göre karar verici yasayı çiğnemekten kaçınır. Kurallar ikliminde spesifik yapı olarak tanımlanan işletmenin kuralları ve prosedürlerinin birleştiği ifade edilmektedir (Martin & Cullen, 2006).

3. Materyal Metot

Çalışmanın bu bölümünde Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren bankalardaki çalışan kadınlara yönelik gerçekleştirilen saha çalışmasının bulguları ve yöntemi sunulacaktır. Araştırma kapsamında 120 kişiden veri toplanması sağlanmıştır.

3.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırma Kahramanmaraş'ta bankacılık sektöründe çalışan kadınların etik iklim algılarının cam tavan sendromu üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu temel amacın yanında medeni hal, yaş, gelir ve kıdem gibi demografik özelliklerinin algılarında bir fark ortaya koyup koymadığının belirlenmesi de amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırma modeli

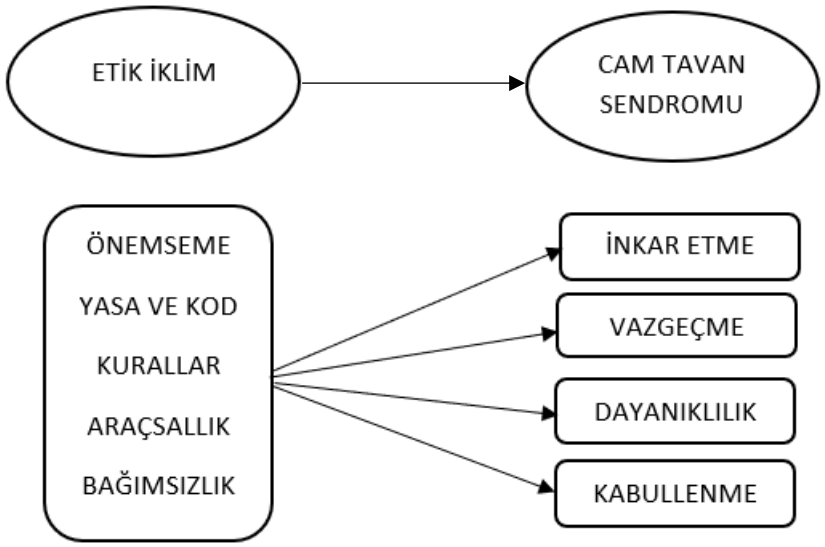
Çalışma betimsel tarama modeline göre Kahramanmaraş'ta bankacılık sektöründe çalışan kadınlara uygulanmıştır. Rastsal örnekleme metodunun kullanıldığı çalışmada, bankacılık sektöründe çalışan kadınlardan kolayda örnekleme ile 120 kişiye ulaşılabilmiştir. Türkiye Bankalar Birliği resmi sitesinden alınan 2022 verilerine göre Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren mevduat, kalkınma ve yatırım bankaları kapsamında 14 banka ve 74 şube bulunmaktadır. Şube ve mobil araç şube personellerinden 120 kadına ulaşılmıştır. Yaşanılan 6 Şubat 2023 depremi sonrasında bu kadar veriye ulaşmak için çok büyük güçlükler yaşanmıştır. Araştırmadan elde edilen bu bulgular incelendiğinde çalışmada etik iklimin alt boyutları ile cam tavan sendromu arasında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Etik iklimin a) önemseme b) yasa ve kod c) kurallar d) araçsallık e) bağımsızlık alt boyutlarının cam tavan sendromunun inkâr etme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.
H2: Etik iklimin a) önemseme b) yasa ve kod c) kurallar d) araçsallık e) bağımsızlık alt boyutlarının cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.
H3: Etik iklimin a) önemseme b) yasa ve kod c) kurallar d) araçsallık e) bağımsızlık alt boyutlarının cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

H4: Etik iklimin a) önemseme b) yasa ve kod c) kurallar d) araçsallık e) bağımsızlık alt boyutlarının cam tavan sendromunun kabullenme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Belirlenen hipotezler doğrultusunda çalışmanın modeli görsel.1'de yer almaktadır. Araştırmada, modelin bağımsız değişken etik iklimin bağımlı değişken olan cam tavan sendromu üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Görsel 1. Araştırmanın Modeli



3.3. Kullanılan ölçekler

Araştırma kapsamında cam tavan sendromunun ölçümü için Smith vd. (2012) geliştirmiş olduğu 4 boyuttan oluşan çalışmadan faydalanılmıştır. Etik iklim ölçeği ise Victor ve Cullen (1988) tarafından geliştirilen 5 boyuttan oluşan çalışmadan yararlanılmıştır. Ölçekler belirlendikten sonra etik kurul izni için başvuru gerçekleştirilmiş ve 25.08.2023 tarihli Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu kararıyla izin alınmıştır.

4. Araştırma Bulguları

Çalışmada 120 kadın bankacıdan verilerin toplanması sağlanmıştır. Tümü kadınlardan oluşan örneklemin yaşları 20 ila 49 arasında değişiklik göstermektedir. Medeni halleri incelendiğinde bekar olanların evli olanlara göre yoğunlukta olduğu gözlenmektedir. Kıdemleri bakımından incelendiğinde 1 ila 25 yıl arasında değişiklik gösterdiği anlaşılmaktadır. Gelirleri bakımından incelendiğinde ise 11.400 ila 70.000 TL arasında değişen bir gelir elde edebildikleri görülmüştür. Yaş, kıdem ve gelirle ilgili çok fazla değer olduğu için analiz yapılırken eşite yakın varyanslar kullanılarak gruplandırılması sağlanmıştır (Çizelge1.1).

Çizelge 1.1.Demografik Özelliklerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

	Aralıklar	**Frekans**	**Yüzde %**
Yaş	20-27	32	26,7
	28-31	30	25
	32-38	31	25,8
	39 ve üzeri	27	22,5
	Toplam	120	100
Kıdem	1-2 yıl	29	26,4
	3-5 yıl	28	25,5
	6-10 yıl	28	25,5
	11 ve üzeri	25	22,7
	Toplam	110	100
Gelir	11.400-15.000	31	28,2
	15.001-20.000	32	29,1
	20.001-27.000	21	19,1
	27.001 ve üzeri	26	23,6
	Toplam	110	100
Medeni Durum	Bekar	89	74,2
	Evli	31	25,8
	Toplam	120	100

Araştırmada yararlanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı kullanılarak değerlendirilmiştir. Ankete verilen cevaplar ölçülürken sistematik ve tesadüfi hatalar olduğu ortaya çıkabilmektedir. Böylelikle güvenilirlik analizi, anket sonuçlarının ölçümünün tutarlılığını tespit etmektedir(Şencan, 2005). Elde edilen veriler doğrultusunda ankette etik iklim ve cam tavan sendromu ölçeklerinin güvenilirlik analizi sonuçları aşağıdaki çizelgede gösterilmektedir(Çizelge1.2).

Çizelge 1.2. Araştırma Anketinde Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kullanılan Ölçekler	**Boyutlar**	**İfade Sayısı**	**Cronbach's Alpha Katsayıları (α)**
Etik İklim	Önemseme	7	,858
	Yasa ve Kod	4	,911
	Kurallar	4	,908
	Araçsallık	7	,907
	Bağımsızlık	4	,894
Cam Tavan Sendromu	İnkar Etme	10	,576
	Vazgeçme	10	,713
	Dayanıklılık	11	,891
	Kabullenme	7	,654

Sonuçlar incelendiğinde etik iklim ölçeğinin önemseme alt boyutunun alfa (α) değeri 0,858; yasa ve kod alt boyutunun alfa (α) değeri 0,911; kurallar alt boyutunun alfa (α) değeri 0,908; araçsallık alt boyutunun alfa (α) değeri 0,907 ve bağımsızlık alt boyutunun alfa (α) değeri 0,894' tür. Bu oranlar Cronbach Alfa değer aralıklarına göre incelendiğinde yüksek derecede güvenilir aralıkta yer aldığı görülmektedir. Cam tavan sendromu ölçeği incelendiğinde ise inkar etme alt boyutunun alfa (α) değeri 0,576; vazgeçme alt boyutunun alfa (α) değeri 0,713; dayanıklılık alt boyutunun alfa (α) değeri 0,891 ve kabullenme alt boyutunun alfa (α) değeri 0,654'tür. Bu oranlar sosyal bilimler için kabul edilebilir eşiğin üzerindedir ve güvenilir aralıkta yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte inkâr etme ile ilgili önermelerin güvenirliğinin nispeten düşük olduğu tespit edilmiştir(Çizelge1.2).

Etik iklimin alt boyutları ve cam tavan sendromu arasındaki ilişkiyi incelemek amacı ile yapılan korelasyon analizi bulguları Çizelge(1.3) verilmiştir. Korelasyon analizi bulgularına göre etik iklimin önemseme alt boyutuyla cam tavan sendromunun inkâr etme ve dayanıklılık alt boyutlarıyla pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmekte; vazgeçme ve kabullenme alt boyutlarıyla ilişki görülmemektedir. Etik iklimin yasa ve kod alt boyutunun cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutuyla anlamlı bir ilişki varken kabullenme ve inkâr etme boyutlarıyla bir ilişki bulunmamaktadır. Vazgeçme alt boyutuyla negatif bir ilişki bulunmaktadır. Etik iklimin kurallar alt boyutunun cam tavan sendromunun inkâr etme ve dayanıklılık alt boyutlarıyla anlamlı bir ilişki bulunurken; vazgeçme ve kabullenme alt boyutlarıyla bir ilişki bulunmamaktadır. Etik iklimin araçsallık alt boyutunun cam tavan sendromunun inkâr etme, vazgeçme ve kabullenme alt boyutlarıyla pozitif bir ilişki bulunurken; dayanıklılık alt boyutu ile bir ilişki bulunmamaktadır. Etik iklimin bağımsızlık alt boyutunun cam tavan sendromunun inkâr etme, vazgeçme ve kabullenme ve dayanıklılık alt boyutlarıyla pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Çizelge 1.3. Araştırma Değişkenlerinin Korelasyon Analizi

	Önemseme	Yasa ve Kod	Kurallar	Araçsallık	Bağımsızlık	İnkâr Etme	Vazgeçme	Dayanıklılık	Kabullenme
Önemseme	1								
Yasa ve Kod	,553**	1							
Kurallar	,657**	,544**	1						
Araçsallık	-,145	-,157	-,214*	1					
Bağımsızlık	,119	-,053	-,036	,466**	1				
İnkar Etme	,317**	,150	,251**	,200*	,650**	1			
Vazgeçme	-,013	-,180*	,011	,413**	,666**	,363**	1		
Dayanıklılık	,543**	,546**	,570**	-,127	,634**	,176	,051	1	
Kabullenme	,137	-,079	,095	,268**	,552**	,212*	,308**	,095	1

Regresyon analizi bulgularına göre; bağımsız değişken olan etik iklim, bağımlı değişken olan cam tavan sendromunun inkar etme alt boyutunu %13,7 oranında etkilemektedir. Bu bulgulara

göre bağımsız değişken olan etik iklimin önemseme ve araçsallık alt boyutları cam tavan sendromunun inkar etme alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde etkilediği bulunmuştur (Çizelge1.4). Bu bulgular doğrultusunda H1a ve H1d hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge1.4 Etik İklimin alt boyutlarının cam tavan sendromunun alt boyutu inkâr etme üzerindeki etkisini gösteren regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Standart Hata	Beta	T değeri	Sig.
Sabit sayı	,317		6,377	,000
Önemseme	,081	,282	2,309	,023
Yasa ve kod	,073	-,044	-,407	,685
Kurallar	,066	,146	1,222	,224
Araçsallık	,053	,262	2,634	,010
Bağımsızlık	,049	,008	,079	,937
R^2 = ,173	DüzeltilmişR^2=,137	F= 4,770	Sig=0,001	

Regresyon analizi bulgularına göre; bağımsız değişken olan etik iklim, bağımlı değişken olan cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutunu %23 oranında etkilemektedir. Bu bulgulara göre bağımsız değişken olan etik iklimin kurallar, araçsallık ve bağımsızlık alt boyutlarının cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde etkilediği; yasa ve kod alt boyutu ise anlamlı ve negatif yönde etkilediği bulunmuştur (Çizelge1.5). Bu bulgular doğrultusunda H2c, H2d ve H2e hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge1.5 Etik İklimin alt boyutlarının cam tavan sendromunun alt boyutu vazgeçme üzerindeki etkisini gösteren regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Standart Hata	Beta	T değeri	Sig.
Sabit sayı	,372		5,748	,000
Önemseme	,095	-,010	-,090	,928
Yasa ve kod	,086	-,233	-2,293	,024
Kurallar	,078	,220	1,949	,054
Araçsallık	,062	,314	3,351	,001
Bağımsızlık	,057	,231	2,458	,015
R^2 =,262	Düzeltilmiş R^2 = ,230	F=8,089	Sig=,000	

Regresyon analizi bulgularına göre; bağımsız değişken olan etik iklim, bağımlı değişken olan cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutunu %42,8 oranında etkilemektedir. Bu bulgulara göre bağımsız değişken olan etik iklimin önemseme, yasa ve kod, kurallar alt boyutları cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde etkilediği; bağımsızlık alt boyutu ise anlamlı ve negatif yönde etkilediği bulunmuştur(Çizelge1.6). Bu bulgular doğrultusunda H3a, H3b ve H3c hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge1.6 Etik İklimin alt boyutlarının cam tavan sendromunun alt boyutu dayanıklılık üzerindeki etkisini gösteren regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Standart Hata	Beta	T değeri	Sig.
Sabit Sayı	,360		3,536	,001
Önemseme	,092	,255	2,564	,012
Yasa ve kod	,083	,260	2,980	,004
Kurallar	,075	,276	2,840	,005
Araçsallık	,060	,100	1,240	,217
Bağımsızlık	,055	-,193	-2,391	,018
R^2 = ,452	Düzeltilmiş R^2= ,428	F= 18,817	Sig=,000	

Regresyon analizi bulgularına göre; bağımsız değişken olan etik iklim, bağımlı değişken olan cam tavan sendromunun kabullenme alt boyutunu %12 oranında etkilemektedir. Bu bulgulara göre bağımsız değişken olan etik iklimin yasa ve kod alt boyutu cam tavan sendromunun kabullenme alt boyutunu anlamlı ve negatif yönde etkilediği; araçsallık alt boyutu ise anlamlı ve pozitif yönde etkilediği bulunmuştur (Çizelge1.7). Bu bulgular doğrultusunda H4d hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge1.7 Etik İklimin alt boyutlarının cam tavan sendromunun alt boyutu kabullenme üzerindeki etkisini gösteren regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Standart Hata	Beta	T değeri	Sig.
Sabit sayı	,402		6,287	,000
Önemseme	,102	,167	1,351	,179
Yasa ve kod	,093	-,212	-1,955	,053
Kurallar	,084	,153	1,273	,205
Araçsallık	,067	,218	2,179	,031
Bağımsızlık	,062	,157	1,568	,120
R^2 = ,157	Düzeltilmiş R^2 =,120	F=4,258	Sig=,001	

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Cam tavan kadınların ilerlemelerini ve hedefledikleri potansiyellerine ulaşmalarını engelleyen bireysel ve kurumsal önyargıların oluşturduğu görünmez engelleri ifade eder. (Sharif, 2015). Kadınların kendileri, erkek yöneticileri ve kadın yöneticileri tarafından konulan engelleri aşmak ve hedeflenen pozisyona ulaşmak için uygulanan stratejiler ve politikaların sayısında artış olduğu gibi bu alanda yapılan çalışmalar da artmıştır. Bu araştırmada ise Kahramanmaraş il ve ilçelerinde faaliyet gösteren mevduat, kalkınma ve yatırım bankalarında çalışan kadın

çalışanların, üst kademede görev almalarına ilişkin karşılaştığı engellerde etik iklimin etkisinin olup olmadığını incelenmiştir. Çalışmanın analiz kısmında yaş, kıdem, gelir ve medeni durum ile ilgili veriler toplanarak güvenilirlik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizlerine yer verilmiştir. 26 değişkenden oluşan etik iklim ölçeğinin önemseme, yasa ve kod, kurallar, araçsallık ve bağımsızlık alt boyutları Cronbach Alfa değer aralıklarına göre incelendiğinde yüksek derecede güvenilir aralıkta yer almaktadır. 38 değişkenden oluşan cam tavan ölçeğinin vazgeçme, dayanıklılık ve kabullenme alt boyutlarının alfa (α) değerleri de yüksek derecede güvenilir aralıkta yer almakta fakat yalnızca inkar etme alt boyutunun güvenirliğinin 0,576 olarak diğer alt boyutlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Etik iklimin önemseme, yasa ve kod, kurallar, araçsallık alt boyutları ile cam tavan sendromu arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde; etik iklimin önemseme ve kurallar alt boyutuyla cam tavan sendromunun inkâr etme ve dayanıklılık alt boyutlarıyla pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmekte; vazgeçme ve kabullenme alt boyutlarıyla ilişki görülmemektedir. Etik iklimin yasa ve kod alt boyutunun cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutuyla anlamlı bir ilişki varken kabullenme ve inkâr etme boyutlarıyla bir ilişki bulunmamaktadır. Vazgeçme alt boyutuyla negatif bir ilişki bulunmaktadır. Etik iklimin araçsallık alt boyutunun cam tavan sendromunun inkâr etme, vazgeçme ve kabullenme alt boyutlarıyla pozitif bir ilişki bulunurken; dayanıklılık alt boyutu ile bir ilişki bulunmamaktadır. Etik iklimin bağımsızlık alt boyutunun cam tavan sendromunun tüm alt boyutlarıyla anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Regresyon analizi bulguları incelendiğinde ise etik iklim, cam tavan sendromunun inkar etme alt boyutunu %13,7 oranında etkilemektedir. Bu bulgulara göre etik iklimin önemseme ve araçsallık alt boyutları cam tavan sendromunun inkar etme alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Hipotezlerden H1a "Etik iklimin önemseme alt boyutunun cam tavan sendromunun inkâr etme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." Ve H1d "Etik iklimin araçsallık alt boyutlarının cam tavan sendromunun inkâr etme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." kabul edilmiştir. Etik iklim, cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutunu %23 oranında etkilemektedir. Bu bilgiler doğrultusunda etik iklimin kurallar, araçsallık ve bağımsızlık alt boyutlarının cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde etkilediği; yasa ve kod alt boyutu ise anlamlı ve negatif yönde etkilediği bulunmuştur. Bu bulgular doğrultusunda H2c "Etik iklimin kurallar alt boyutunun cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.", H2d **"**Etik iklimin araçsallık alt boyutunun cam tavan sendromunun

vazgeçme alt boyutu üzerin de pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." ve H2e **"**Etik iklimin bağımsızlık alt boyutunun cam tavan sendromunun vazgeçme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." hipotezleri kabul edilmiştir. Etik iklim, cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutunu %42,8 oranında etkilemektedir. Elde edilen verilere göre etik iklimin önemseme, yasa ve kod, kurallar alt boyutlarının cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutunu anlamlı ve pozitif yönde etkilediği; bağımsızlık alt boyutunu ise anlamlı ve negatif yönde etkilediği görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda H3a "Etik iklimin önemseme alt boyutunun cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.", H3b**"**Etik iklimin yasa ve kod alt boyutunun cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." ve H3c **"**Etik iklimin kurallar alt boyutunun cam tavan sendromunun dayanıklılık alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." hipotezleri kabul edilmiştir. Etik iklim, cam tavan sendromunun kabullenme alt boyutunu %12 oranında etkilemektedir. Bu sonuçlara göre etik iklimin yasa ve kod alt boyutu cam tavan sendromunun kabullenme alt boyutunu anlamlı ve negatif yönde etkilediği; araçsallık alt boyutu ise anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda H4d **"**Etik iklimin araçsallık alt boyutu cam tavan sendromunun kabullenme alt boyutu üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir." hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotezler incelendiğinde etik iklimin cam tavan sendromunun üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu görülmektedir. Önceki çalışmalar incelendiğinde de Etik iklimin cam tavan algısı üzerine etkisinin istatistiksel olarak anlamlı kabul edildiği görülmektedir (Abacı, 2019). Etik iklimin alt boyutları, karar alma sürecini etkilediği gibi kurumun uygulamaları, etik kodları ve politikalarında da etik olması beklenmektedir. Davranışlar, etik iklim boyutları ile desteklenmelidir (Yurdakul, 2013). Bankalar etik ihlaller ile karşılaşmaya açık kurumlardır. Bu sebeple mesleki etik ilkelere ve kurallara dayalı faaliyetlerde bulunmalıdır. Araştırmada yasa ve kodların daha ön planda olmasının nedeni etik ilkelere uygun hareket edilmesiyle ilgilidir. Kurumsal boyutlarda belirlenen etik kodlar ve resmi kurullar ile etik iklim sağlanır.

Bu araştırmanın yalnızca Kahramanmaraş il ve ilçelerindeki Türkiye Bankalar Birliği resmi sitesinde yer alan kalkınma, yatırım ve mevduat bankalarındaki kadın çalışanlarla kısıtlanmış olması ise daha sonraki çalışmalarda farklı illerde bankacılık veya farklı meslek grupları ele alınması için yol gösterici nitelik taşımaktadır. Kadın çalışanlar için araştırma yapılarak karşılaştırma yapılabilecek bir alan oluşturacaktır. Ayrıca bankacılık sektöründe yapılan birçok araştırmadan farklı olarak etik iklimin kadınlara yönelik olarak cam tavan algısını ne ölçüde

etkilediği ve hangi yönlerde eksikliğin olduğunun tespiti açısından önem taşımaktadır. Bununla birlikte bu araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler aracılığıyla yazına katkıda bulunması hedeflenmiştir.

KAYNAKÇA

Abacı, C., *Etik İklimin İşten Ayrılma Niyeti ve İş Tatminine Etkisinde Cam Tavanın Aracılık Rolü: Beyaz Yakalı Kadınlar Üzerine Bir Çalışma,* Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2019.

Barnett, T., & Vaicys, C. (2000). The moderating effect of individuals' perceptions of ethical work climate on ethical judgments and behavioral intentions. *Journal of Business Ethics, 27*. https://www.jstor.org/stable/25074388?seq=1 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Cullen, J. B., Parboteeah, K. P., & Victor, B. (2003). The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. *Journal of Business Ethics, 46*. https://link.springer.com/article/10.1023/A:1025089819456 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Cullen, J. B., Victor B., & Stephens, C. (1989). An ethical weather report: assessing the organization's ethical climate. *Organizational Dynamics*, *18*(2). https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0090261689900429 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Ira, N. G., John, L.L., Myeong, S.Y. (2003). Does the glass ceiling exist? A cross- national perspective on gender ıncome mobility., *IZA Discussion Paper*, 713. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=385161 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

İpçioğlu, İ., Eğilmez, Ö., & Hilal, Ş. E. N. (2018). Cam tavan sendromu: insan kaynakları yöneticileri bağlamında bir araştırma - Glass ceılıng syndrome: A research ın the context of human resources managers. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *10*(25). https://dergipark.org.tr/en/pub/makusobed/article/460894 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Kırpık, G. (2019). Kadın çalışanlarda cam tavan algısı kırıldı mı? Erkek çalışanlar halen cinsiyet ayrımcılığı yapıyorlar mı?: Adıyaman bankacılık sektörü örneği. *OPUS International Journal of Society Researches, 12*. https://dergipark.org.tr/tr/pub/opus/issue/47152/583816 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Lathabhavan, R., & Balasubramanian, S. A. (2017). Glass ceiling and women employees in asian organizations: A tri-decadal review. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, *9*(3). https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/APJBA-03-2017-0023/full/html (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Linehan, M., & Scullion, H. (2001). European female expatriate careers: critical success factors, *Journal of European Industrial Training*, *25*(8). https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03090590110407191/full/html (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Luthar, H. K., DiBattista, R. A., & Gautschi, T. (1997). Perception of what the ethical climate is and what it should be: The role of gender, academic status, and ethical education. *Journal of Business Ethics, 16.* https://www.jstor.org/stable/25072884 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Martin, K. D., & Cullen, J. B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review. *Journal of business ethics, 69.* https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-9084-7 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Mooney, S., & Ryan, I. (2009). A woman's place in hotel management: upstairs or downstairs?. *Gender in Management: An International Journal*, *24*(3). https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17542410910950877/full/html (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Mumcu, A., & Döven, M. S. (2016). Etik iklim ve algılanan örgütsel adalet ilişkisi: Tokat ili bankacılık sektöründe bir araştırma. *İş Ahlakı Dergisi*, *9*(1). https://www.isahlakidergisi.com/sayilar/9-cilt-1-sayi/m0087 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Öğüt, A. (2006). Türkiye'de kadın girişimciliğin ve yöneticiliğin önündeki güçlükler: Cam tavan sendromu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *1*(1). http://acikerisim.comu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12428/973 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Örücü, E., Kılıç, R., & Kılıç, T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller: Balıkesir ili örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14*(2).
Schminke, M., Arnaud, A., & Kuenzi, M. (2007). The power of ethical work climates. *Organizational Dynamics*, *36*(2), 171-186.
Schwepker, C. H., Ferrell, O. C., & Ingram, T. N. (1997). The influence of ethical climate and ethical conflict on role stress in the sales force. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *25*, https://link.springer.com/article/10.1007/BF02894345 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Sharif, M. Y. (2015). Glass ceiling, the prime driver of women entrepreneurship in Malaysia: A phenomenological study of women lawyers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *169*, 329-336. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815003547 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Sims, R. R. (1992). The challenge of ethical behavior in organizations. *Journal of Business Ethics*, *11*, 505-513. https://link.springer.com/article/10.1007/BF00881442 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Smith, P., Crittenden, N., & Caputi, P. (2012). Measuring women's beliefs about glass ceilings: development of the Career Pathways Survey. *Gender in Management: An International Journal*, *27*(2). https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17542411211214130/full/html (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Şencan, H., *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*, Seçkin Yayıncılık, 2005.
Şiyve, O. Ç. (2004). Kadın-erkek liderlik tarzları ve cam tavan. *Tügiad Elegans Magazin, 66.*
Tekin, Z. (2018). Bankacılık sektöründeki sosyal pazarlama uygulamalarının etik iklim ve örgütsel bağlılığa etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *14*(3). https://dergipark.org.tr/en/pub/ijmeb/article/744368 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Van Der Boon, M. (2003). Women in ınternational management: An ınternational perspective on women's ways of leadership. *Women in Management Review*, *18*(3). https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09649420310471091/full/html (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, *33*(1). https://www.jstor.org/stable/2392857 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, *33*(1). https://www.jstor.org/stable/2392857. (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Wang, Y. D., & Hsieh, H. H. (2013). Organizational ethical climate, perceived organizational support, and employee silence: A cross-level investigation. *Human relations*, *66*(6), 783-802. https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0018726712460706 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Weber, J., & Seger, J. E. (2002). Influences upon organizational ethical subclimates: A replication study of a single firm at two points in time. *Journal of Business Ethics*, *41*(1-2). https://link.springer.com/article/10.1023/A:1021350122677 (Erişim tarihi: 4.11.2023)

Wimbush, J. C., & Shepard, J. M. (1994). Toward an understanding of ethical climate: Its relationship to ethical behavior and supervisory influence. *Journal of Business ethics*, *13*. https://link.springer.com/article/10.1007/BF00871811 (Erişim tarihi: 4.11.2023)
Yurdakul, M., *İş Ahlakında Etik İklim: Bireysel ve Kurumsal Özellikler Açısından Etik İklimin Bankacılık Sektöründe Araştırılması,* Unpublished Master's Thesis, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 2013.

SOSYAL AĞ SİTELERİ ÜZERİNDEN KURULAN YÖNETİCİ VE YÖNETİLEN BAĞLANTILARININ YÖNETİLENİN KİMLİK YÖNETİMİNE OLASI ETKİLERİ

Birsel TEPEBAŞI
Kocaeli Üniversitesi, -0000-0003-1941-4564
Feyza ALTUN
Kocaeli Üniversitesi, -0000-0002-0532-0033
Dr. Öğr. Üyesi Adem YAVAŞ
Kocaeli Üniversitesi, -0000-0003-0300-2135

ÖZET

İzleyicilerimizin olduğu her platformda, bizler birer tiyatro performansı sergilemekteyiz. Goffman'ın dramaturjisinde insanlar, izleyicilerinin izlenimlerini yönetmek için sergiledikleri performanslarla benliklerini sunmaktadırlar. Kişinin izleyicisiyle karşılaştığı ve günlük performansını sergilediği her platform o kişinin ön sahnesidir. Kişi, kendi kendine kaldığı sahne arkasında ise benlik sunumuna ihtiyaç duymamaktadır. Ancak günümüzde sosyal ağ sitelerinin kullanımı arttıkça ön sahne ve arka sahne arasındaki çizgi bulanıklaşmıştır. Sosyal ağ sitelerinin hayatımızın büyük bir parçası hâline gelmesiyle birlikte ise sahne arkamıza geçiş zorlaşırken benliğimizi nasıl sunduğumuza ve izleyicimizin bunu nasıl algıladığına dair harcadığımız zaman artmaktadır. Sosyal ağ sitelerini kullanımdaki popülerlik arttıkça, bu sitelerde kurulan arkadaşlıklar da oldukça çeşitlenmiştir. Sosyal ağ siteleri, birçok çalışanı iş yerindeki bağlantılarıyla bir araya getirmektedir. Bu da bireylerin profesyonel kimlikleriyle sosyal kimliklerinin çatışmasına neden olmaktadır.

Bu araştırma, dramaturji literatüründen faydalanarak iş arkadaşlarıyla sosyal ağ sitelerinde bağlantı kurmanın olası neden ve sonuçlarını içeren derinlemesine bir literatür taramasına dayanmaktadır. Literatüre bakıldığında ilgili araştırmalarda sosyal ağ sitelerindeki yönetici-çalışan bağlantıları göz ardı edilmiştir. Bu araştırmada ise çalışanların yöneticileri ile kurduğu sosyal ağ sitesi bağlantıları ve bu tür bağlantıların önemli örgütsel faktörleri nasıl etkilediğine odaklanılmıştır. Emek yoğun özellik gösteren otel işletmelerinde, çalışanın maruz kaldığı olumlu ve olumsuz durumların hizmet alıcıyı da doğrudan etkilemesi dolayısıyla, otel işletmesi çalışanlarının sosyal ağ sitelerinde yöneticileriyle arkadaşlık kurmalarının olası neden ve sonuçlarının incelenmesi önemlidir. Ön çalışma niteliğinde olan bu araştırmanın sonucunda konuya ilişkin araştırma problemleri geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağ Siteleri, Otel İşletmeleri, Yönetici-Çalışan, Benlik Sunumu.

1.GİRİŞ

2023 yılında dünya nüfusuna göre internet kullanım oranı yaklaşık %65 iken Türkiye'de internet kullanıcılarının nüfusa göre oranı %83,4 olarak açıklanmıştır. Ayrıca Türkiye'de aktif sosyal ağ sitesi kullanıcıları yaklaşık 63 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu da bize Türkiye nüfusunun %73'ünün aktif olarak sosyal ağ sitesi kullanıcısı olduğunu göstermektedir. Türkiye'deki

internet kullanıcıları günlük ortalama 7 saat 24 dakika internette zaman geçirmekte olup bu sürenin yaklaşık 3 saatini sosyal ağ sitelerinde geçirmektedir. En çok tercih edilen sosyal ağ sitesi ise Instagram olurken bunu sırasıyla Whatsapp ve Facebook takip etmektedir. Aynı zamanda sosyal ağ sitesi kullanıcılarının en favori bulduğu platform yine Instagram olarak açıklanmıştır. Türkiye'de kişiler aylık 21 saat ortalama süre ile Instagram'da vakit geçirmektedirler. Sosyal ağ sitelerinde vakit geçirmelerinin nedenlerini ise sırasıyla haber okuma, aile ve arkadaşlarla iletişimde kalma ve boş zaman doldurma olarak belirtmişlerdir (https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/HQTLP.pdf).

Aile ve arkadaşlarla iletişimde kalmak için önemli bir araç olan sosyal ağ siteleri, iş arkadaşları arasında bağlantı kurmak için de kullanılmaktadır. İş yerinde bir zamanlar tabu haline gelmiş olan profesyonel kişilerle fazla yakınlaşmama kuralı artık geçmişte kalmış gibi görünmektedir. İş arkadaşlıklarını sosyal ağ sitelerindeki yansımasını ve bunlardan doğan olumlu, olumsuz sonuçları inceleyen araştırmalar aşağıdaki başlıklarda sunulmaktadır. Dolayısıyla görülmüştür ki alan yazındaki mevcut araştırmalar çoğunlukla ve bilindiği kadarıyla iş arkadaşı ilişkilerine odaklanmış olup sosyal ağ sitelerindeki yönetici çalışan ilişkileri çok fazla göz önünde bulundurulmamıştır. Sosyal ağ sitelerinde yönetici ve çalışan ilişkilerine çalışan gözünden bakmak ve bu ilişkilerin doğuracağı bireysel ve örgütsel sonuçları incelemek önemlidir. Özellikle emek yoğun özellik gösteren otel işletmelerinde bu ilişkilerden doğacak sonuçların ne olacağı incelemek değerli bir araştırma konusudur. Bunun nedeni otel işletmelerinin hizmet üreten ve sunan temel unsurun insan olmasıdır (Kozak ve ark., 2017 s.69).

Bu araştırma, dramaturji literatüründen faydalanarak iş arkadaşlarıyla sosyal ağ sitelerinde bağlantı kurmanın olası neden ve sonuçlarını içeren derinlemesine bir literatür taramasına dayanmaktadır. Araştırma, literatür taraması sonucunda sosyal ağ sitelerindeki bu tür bağlantıların nedenleri ve sonuçlarını ampirik olarak inceleyecek gelecekteki araştırma için ön çalışma niteliği taşımaktadır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARKA PLAN

2.1.Sosyal Ağ Sitelerinde Goffman Dramaturjisi

Tüm dünyanın bir sahne, bütün insanların da bu sahnedeki oyuncular olduğu görüşü Yunan tiyatrosuna, Shakespeare'e ve Machiavelli'ye kadar dayanan bir görüştür. Ancak modern sosyolojide etkileşim üzerine yaptığı araştırmalarla Erving Goffman, insanların "izlenim yaratma ve izlenimi yönetme" yollarına ışık tutan kişi olmuştur (Marshall, 1999:163). Goffman *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) kitabında, toplumsal yaşamı tiyatro metaforuyla sunarak, insanların rollerini nasıl oynadıklarını ve farklı ortamlarda birbirlerinde hangi izlenimleri bıraktıklarını incelemiştir (Marshall, 1999:273).

Goffman'ın dramaturjisinde (1959) benlik sunumu teorisine göre bizler, izleyicilerimizin izlenimlerini yönetmek için günlük performanslar sahneleyen aktörleriz. Aktörler olarak bizler duruma uygun sahne, dekor ve kostüm seçme yeteneğine sahibiz. Aynı zamanda çoğu insan için sahnede olmak, sahne arkasında olmaktan çok daha farklıdır. Birçok insan kamusal alanda ya da profesyonel ortamlarda başkalarıyla etkileşime girdiğinde sahnede olmaktadır. Goffman,

sahnedeyken sanatçıların tipik olarak belirli davranışları, tutumları ve duyguları gizlediklerini belirtmiştir. Bunun aksine, sahne arkasındayken oyuncular kendilerine koydukları kısıtlamaların bazılarını gevşetebilir, rahatlayabilir ve kendileri olabilirler. Sahne önünü ve sahne arkasını birbirinden ayıran kritik bir çizgi bulunmaktadır. Bu çizgi aşıldığı takdirde, başka bir deyişle sahne arkasına bir izleyicinin girmesiyle birlikte sergilenen performans bozulmaktadır. Dolayısıyla, sahne arkasına erişim genellikle çok seçkin ve küçük bir grupla sınırlıdır.

"Fiziksel dünyada" insanlar yaşamlarının uyumsuz bağlamlarını birbirinden ayrı tutmak için zaman ve mekânı kullanmaktadır. Günlük yaşamımızda bazı tanıdıklarımızı aynı ortamda bulundurmamayı, tanıştırmamayı seçebilir ve çakışmayı önlemek için faaliyetlerimizi dikkatlice düzenleyebiliriz. Bunun yanında aslında kaçınmanın tercih edildiği bazı durumlarla da karşılaşılabilir. Örneğin, çocuklarıyla aptalca oyunlar oynayarak bir parkta koşturan birinin, çelik gibi soğukkanlılıkla etkilemeye çalıştığı bir iş arkadaşına rastlaması gibi (Donath ve Boyd, 2004). Ancak "sanal dünyada" kişinin sosyal ağ arkadaşları tek bir sanal alandadır. Sosyal ağ sitelerinin sağladığı, insanları "yakın arkadaşlar" gibi belirli gruplar halinde sınıflandırma veya mahremiyet yönetimi gibi bazı ayarlar bulunmaktadır. Fakat sundukları benlik alanları, sağladıkları benlik sunum şekilleri ve uygulamaları açısından birbirlerinden farklılıklar gösterse de (Kaçar, 2020), Facebook, Instagram gibi sosyal ağ sitelerinin temel motivasyonu paylaşmaktır. Dolayısıyla, Goffman'ın teorisindeki performans sergilenen sahneler artık bu sosyal ağ siteleridir. Sonuç olarak, sosyal ağ sitelerindeki "arkadaşlar" artık gerçek arkadaşlar, eski arkadaşlar, arkadaşların arkadaşları, iş arkadaşları ya da meslektaşlar, her yaştan akrabalar ve hatta belki de bir üst ya da öğretmenlerden oluşan bir yığın anlamına gelmektedir (Karl ve Peluchette, 2011). Bu nedenle sosyal ağ sitelerinde, sahne önü ve arkası arasındaki çizgi git gide bulanıklaşan bir hâl almıştır. Sahne arkasında olduğunu düşünen ve bunun rahatlığını hisseden bir sosyal ağ sitesi kullanıcısı aslında izleyicilerin bakışları altında olabilmektedir. Buna karşın kullanıcı sahne önünde performansını sergilediği bir anda kimse tarafından izlenmiyor da olabilir. Sahne, fiziksel dünyadakinin tersine aktörün özel alanını da izleyiciye yansıtmaktadır. Dolayısıyla tek bir sahne kişisel ve mahrem bilgileri de barındırabilir. Aynı zamanda, izleyicideki izlenimi yönetmek için sahnede sergilenen performans fiziksel dünyadaki gibi beceriler de gerektirmektedir (Pearson, 2009).

Fotoğraf, metin, video ve canlı yayın gibi içerik paylaşım merkezli bu sosyal ağ sitelerinde, insanlar benliklerini üretmek ile birlikte aynı zamanda da sunmaktadırlar. Dolayısıyla nesneleşen benliklerin sunumuyla ortaya çıkan performanslarda, Goffman teorisinden yola çıkarak ifade etmek gerekirse, sahte sunum ve izlenim yönetimi stratejileri gibi soyut üretimlerden söz etmek mümkündür (Karataş-Çelik, 2020). Kullanıcılar, iş arkadaşlarıyla kurdukları sosyal ağ sitelerindeki bağlantıları sebebiyle kişisel sosyal hayatları ve özel ve profesyonel hayatlarını bir araya getirmektedirler. Bu durumda, çalışanlar sahne arkalarını iş yerindeki yöneticisiyle de paylaşmak istemekte midir? Sosyal ağ sitesi kullanıcısı çalışanlar iş yerindeki otoriteden bir arkadaşlık isteği aldığında nasıl tepki vereceği yönünde ikilemde kalmakta mıdır? Yöneticisiyle sosyal ağ sitelerinde bağlantı kuran bir çalışan sahte benlik performansları mı sergilemektedir? Başka bir soru ise çalışan bu noktada, kendi benliğini sunma konusunda kısıt hissetmekte midir? Goffman'ın benlik sunumu teorisinin sosyal ağ

sitelerindeki yansımasıyla birlikte bu mecralarda kurulan profesyonel bağlantılar bizlere bu soruların yanıtlarını aramak için bu araştırmayı yapmakta itici güç olmuştur.

2.2.Problem Durumu

Literatür incelendiğinde iş arkadaşlıklarının sosyal ağ sitelerindeki yansımasını inceleyen araştırmaların giderek arttığı görülmüştür. Frampton ve Child (2013) tarafından Facebook kullanıcısı olan ve tam zamanlı bir işte çalışanlar üzerinde yapılan araştırmada, katılımcıların, iş arkadaşlarının Facebook arkadaşlık isteklerinin yüzde doksan oranında kabul ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda araştırmaya göre, iş arkadaşlarının Facebook arkadaşlık isteklerini kabul eden katılımcıların yüzde yirmi beşi daha sonra gizlilik ayarlarını değiştirmektedirler. Gizlilik ayarlarını değiştiren çalışanların sayısının sınırlı oranda olmasının da gösterdiği üzere, etkileşim için sosyal ağ sitelerini kullanan bireyler, dolaylı olarak ilişkileri kolaylaştırmak için sosyal ağlara daha fazla güvenmektedirler. Katılımcıların iş arkadaşlarıyla Facebook aracılığıyla etkileşime girdiklerinde daha yakınlaştıkları ortaya çıkmıştır.

Diğer bir araştırmada katılımcıların iş arkadaşlarıyla sosyal ağ sitelerinde bağlantı kurmasının gizlilik açısından endişelere yol açtığı görülmüştür. Katılımcıların kendilerine ait ve iş arkadaşlarıyla paylaşmak istemedikleri kişisel bilgilerini barındıran sosyal ağ sitelerinde, iş arkadaşlarıyla ilk bağlantının beklenti ihlali teşkil etme olasılığının çok yüksek olduğu görülmüştür (Huang ve Wang, 2016). Schmidt vd. (2016) tarafından yapılan araştırmada ilgili konunun olumlu sonuçlar verdiği görülmüştür. Araştırmada sosyal ağ sitelerindeki iş arkadaşı bağlantıları fazla olduğunda iş yerine bağlılık derecesinde farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Sonuç olarak, sosyal ağ sitesindeki toplam arkadaş sayısı içinde iş arkadaşı bağlantılarının yüzdesinin örgütsel destek ve kendiliğindenlik algılarıyla pozitif ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu noktada araştırmacılar, iş arkadaşlığının sosyal ağ sitelerindeki etkileşimlerinin önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Huang ve Liu (2017) tarafından yapılan diğer bir araştırmada Facebook'un işle ilgili amaçlarla kullanımı araştırılmıştır. İş arkadaşlarıyla Facebook üzerinden kurulan bağlantıların yoğunluğu, Facebook'tan alınan faydanın ve çevrimiçi sosyal sermaye algısının önemli bir belirleyicisi olduğu sonucunu vermiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre çalışanlar, iş arkadaşlarından ve kuruluşlarından bilgi edinmek ve etkinlikler düzenlemek için Facebook'un olanaklarından yararlanarak, iş performansını ve iş memnuniyetini artırmak için maddi ve duygusal desteğe dönüştürülebilecek çevrimiçi sosyal sermaye biriktirebilmektedirler.

Peluchette vd. (2013) tarafından yapılan araştırmada çalışanların üstlerinden gelen arkadaşlık isteklerine nasıl tepki verdikleri araştırılmıştır. Araştırmada blog sitelerindeki konuya ilişkin görüşler yorumlanmıştır. Araştırmanın sonucunda ise, organizasyonlara, yöneticilere ve çalışanlara yönelik öneriler sıralanmıştır. Genel kanı olarak yöneticilerin ve çalışanların birbirleriyle sosyal ağ sitelerinde bağlantı kurmamaları gerektiği, çalışanlara üstlerinden gelen arkadaşlık isteklerini kabul etmemeleri ve kabul ediyorlarsa sosyal ağ sitesinin izin verdiği kadarıyla kişisel bilgilerini üstlerinden gizlemeleri gerektiği önerilmiştir. Buna karşın diğer bir araştırmada Facebook kullanıcısı olan üniversite öğrencilerinin bir otorite figüründen gelen arkadaşlık isteği karşısında verdikleri tepki incelenmiştir. Araştırma sonuçları, çalışan

öğrencilerin üstlerinden veya annelerinden gelen arkadaşlık isteklerine en olumlu tepkileri verdiklerini ve büyük çoğunluğun bu kaynaklardan gelen böyle bir isteği kabul edeceklerini belirttiklerini göstermektedir. Her ne kadar tam aksi beklense de öğrenciler üstlerinden gelen arkadaşlık taleplerini olumlu olarak değerlendirmiştir. Dolayısıyla, bu araştırmadaki öğrencileri, üstlerinden gelen arkadaşlık isteklerini mahremiyetlerine bir müdahale olarak görmemeleri ortaya çıkmıştır. Çalışmayan öğrenciler içinse, gelecekteki üstleriyle bu tür bir eylemin müdahaleci olarak görülmeyeceğini ve ilişkilerini olumlu olarak etkileyeceğini varsaydıkları sonuçlanmıştır. Araştırmanın diğer bir sonucu ise öğrencilerin en çok öğretmenlerinden gelen arkadaşlık isteklerine şüpheyle yaklaşıyor olmasıdır (Karl ve Peluchette, 2011). Aynı şekilde benzer bir araştırmada sertifikalı hemşire ve aynı zamanda öğrenci olan katılımcıların, beklentilerin aksine, çoğunun fakülte, doktorlar ve süpervizörlerin Facebook profillerini görmesi konusunda tarafsız olduğunu, ancak hastaların bu tür bilgileri görmesi konusunda endişelerini dile getirdiğini göstermiştir. Büyük bir çoğunluk, amirlerinden ve bir doktordan gelen arkadaşlık isteğini kabul edeceklerini ancak bir hastadan gelen isteği kabul etmeyeceklerini belirtmiştir (Peluchette vd., 2011). Dimicco ve Millen (2007) tarafından yapılan diğer bir araştırmada da benzer sonuçlara rastlanılmıştır. Araştırmada IBM 48 çalışanın Facebook profili incelenmiş ve ardından sekiz çalışanla görüşme yapılmıştır. Çalışanların, iş arkadaşları veya yöneticileri tarafından profillerinin görüntülenmesi konusunda endişeli olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Görüşmeler sırasında bir katılımcı ifadesinde Facebook'un eğlence amaçlı olduğunu ve yöneticisinin profilini görmesi halinde bunun iş hayatıyla karıştırmaması gerektiğini umduğunu belirten ifadelere rastlanılmıştır. Diğer katılımcılar ise işe başlamadan önce profillerini kasıtlı olarak temizledikleri için bu duruma aldırış etmemişlerdir. Buna paralel olarak nispeten daha yakın zamanda gerçekleştirilen başka bir araştırmada, çeşitli işlerde çalışan 202 katılımcının, Facebook'ta iş arkadaşlarıyla kurulan bağlantıları, iş arkadaşlarına yakınlık ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkisi araştırılmıştır. Araştırmada Facebook'ta kurulan iş arkadaş bağlantılarının, kişinin iş arkadaşlarına yakın hissetmesi ve örgütsel vatandaşlık davranışları ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda katılımcıların yaş benzerlikleri ve farlılıkları ile iş arkadaşlığı yakınlığı ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Ollier-Malaterre ve Foucreault, 2021).

Skeels ve Grudin (2009)' in Microsoft çalışanları üzerinde yaptıkları araştırmada, katılımcıların çoğunluğunun, sosyal ağ sitelerinde üst düzey bir yönetici ile arkadaşlık bağlantısı kurduklarında tedirgin oldukları ortaya çıkmıştır. Katılımcılar üstlerinden arkadaşlık istekleri aldıklarında ne yapacakları konusunda ikilem yaşadıkları ve bağlantı kurdukları takdirde çoğunun statü ya da güç sınırlarını aşma gerilimiyle paylaşımlarını kısıtlayarak başa çıktıklarını ifade etmişlerdir. Bu tür önlemlere rağmen bile katılımcılar üstleriyle sosyal ağ sitesinde kurdukları arkadaşlıktan dolayı gerilim yaşamaya devam etmişlerdir. Vitak vd. (2012) tarafından yapılan araştırmada üniversite çalışanları, Facebook'un bilgi paylaşımı, etkileşim ve farklı gruplara ulaşma konusundaki faydalarını kabul etmesinin yanında, katılımcıların birçoğunun bağlamın çökmesinden, başka bir deyişle, kullanıcıların kişisel ve profesyonel yaşamları arasındaki sınırların bulanıklaşmasından endişe duymaktadır. Diğer bir araştırmada farklı iş kollarında çalışan katılımcıların üstlerinden gelen Facebook arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığının kuşaklara göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Araştırmanın

genel sonuçlarına bakıldığında yöneticilerin çalışanlara arkadaşlık isteği gönderirken dikkatli olmaları gerektiğine işaret etmektedir. Kuşaklardan bağımsız olarak tüm çalışanların, karşılıklı saygı ve güven duyguları olduğunda üstlerinden gelen bir arkadaşlık isteğini kabul etme olasılıklarının daha yüksek olduğu araştırmanın sonuçlarındandır. Tam aksi durumda olduğunda ise çalışanların yöneticiden gelen arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığı daha düşüktür. Lider üye ilişkisi zayıf olan çalışanların gelen arkadaşlık isteğine olumsuz bakması ve bunu kendilerini gözetleme girişimi olarak görmesinin muhtemel olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durumda yöneticiden gelen arkadaşlık isteği aslında lider üye ilişkisini daha da kötüleştirebileceği söylenmektedir (Karl vd., 2017).

Otel işletmeleri çalışanları üzerinde yapılan bir araştırmada ise sosyal ağ sitelerindeki ast-üst etkileşimlerinin iş yerine taşıp taşmayacağını araştırılmaktadır. Araştırma sonuçları, sosyal ağ sitelerinde ast-üst etkileşimlerinin iş yerinde olumlu lider-üye alışverişlerine dönüşebileceğini ve bunun da çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarını teşvik edebileceğini göstermiştir. Aynı zamanda araştırma sonuçlarında otel çalışanlarının sosyal ağ sitelerinde, bilgi ifşa etme eğiliminde olan, proaktif kişilikli, sosyalleştirici ve kaçınan çalışan olmak üzere dört farklı tipolojisi tanımlanmıştır (Yang, 2020). Yang vd. (2021) tarafından yapılan diğer bir araştırmada ise otel işletmesi çalışanlarının sosyal ağ sitelerindeki iş arkadaşlığı bağlantılarından doğan kimlik çatışmalarını ve bu çatışmaların olumsuz sonuçlarını incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarında sosyal ağ sitelerinde iş arkadaşlarıyla arkadaşlık etmenin, kimlik çatışması sorunlarını tetiklediği ve sonuç olarak iş performansını ve memnuniyetini zayıflattığı ortaya çıkmıştır. Ek olarak bu kimlik çatışmalarının yalnızca karşılıklı bağımlılığın yüksek olduğu bir görev ortamındaki bireyler için geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye'deki araştırmalara bakıldığında ise sosyal ağ siteleri ile ilgili yapılan araştırmaların üretim, pazarlama, satış ve insan kaynakları alanları içerisinde yaygınlaştığı görülmektedir. Araştırmalarda sosyal ağ siteleri araştırmalarının, insan kaynakları tarafından işveren markası oluşturma, personel seçiminde, işe alımlarda kullanımı (Erhan, 2017; Nizamoğlu, 2018; Baykar ve Bayarçelik, 2020), kurumsal sosyal medya profilleri (Tani ve Yıldız, 2018), iş sözleşmesinin fesihleri, işten çıkarımlar (Yıldız ve Gül-Öztürk, 2020; Elmalı, 2023) konularında yoğunlaştığı görülmektedir. Aynı zamanda araştırmalar kurumsal perspektiften sosyal ağ sitelerinin kullanımına odaklanmaktadır. İşle ilgili sosyal ağ siteleri kullanımına bireysel açıdan bakan araştırma sayısı daha azdır. Bunun yanında yönetici ve çalışanlar arasındaki informal etkileşimi inceleyen bir araştırmada, alt boyutlarda sosyal ağ sitelerindeki etkileşimlerin de incelenmiş olması dikkat çekmektedir (Cerit ve Erdem, 2022).

Literatür incelendiğinde araştırmaların çoğunlukla sosyal ağ sitelerindeki iş arkadaşları bağlantıları üzerinde yaygınlaştığı görülmektedir. İncelenen araştırmalarda, sosyal ağ sitelerindeki yönetici-çalışan ilişkisine odaklanan araştırmaların yeterli olmadığı ortadadır. Aynı zamanda literatürde konuyu turizm alanında inceleyen araştırmaların da yeterli olmadığı görülmektedir. İş yerlerinde yönetici-çalışan ilişkilerinin örgütsel sonuçları olduğu da bilindiğine göre otel işletmelerinde çalışanların, sosyal ağ sitelerinde yönetici ile bağlantılarının

varlığı ile kişisel ve örgütsel sonuçlarını incelemek, keşfedilmesi gereken değerli bir araştırma konusudur.

3.GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Araştırmalar yöneticilerin, çalışanına sosyal ağ siteleri üzerinden arkadaşlık isteği göndermesinin dostane görünmesine rağmen istenmeyen sonuçlara da yol açabileceğinin farkında olması gerektiğini göstermektedir. Örneğin bir yönetici çalışanlara arkadaşlık isteği göndermek veya onların isteklerini kabul etmek konusunda seçici davranırsa, yöneticinin bu tutumu diğer çalışanlar tarafından ayrımcılık davranışı olarak algılanabilir (Peluchette vd., 2013). Yöneticinin ayrımcılık davranışları çalışanların motivasyonlarını düşürmekte ve bunun sonucunda da yöneticinin toksik olarak algılanmasına neden olabilmektedir (Tepebaşı, 2021). Buna paralel olarak diğer bir araştırmada otel işletmesi çalışanlarının örgütsel adalet algısı olumsuz olduğunda motivasyon düzeylerinin düştüğü tespit edilmiştir (Uysal ve Tayfun, 2019). Ayrıca araştırmalarda yöneticiliğin doğasında olan güç kavramı da göz önünde bulundurulması gerektiği vurgulanmıştır. Yönetici ve çalışan arasındaki doğal güç ilişkisi sebebiyle çalışanlar yöneticilerinden gelen istekleri başka seçenekleri olmadığını düşündükleri kabul edebilir ve böylece çalışma ilişkilerinde potansiyel olarak olumsuz bir hava yaratabilirler. Yöneticinin astına ısrarlı ve tekrarlanan bir biçimde göndereceği arkadaşlık istekleri cinsel taciz olarak algılanabilir (Peluchette vd., 2013). Benzer bir araştırmada katılımcı ifadeleri arasında bir katılımcının, Facebook'ta arkadaşları mizah amacıyla bir üstünü dürttüğünde ciddi şekilde utandığını ve üstüyle bu konuyu hiç konuşamadığını ifade etmiştir. Başka bir katılımcının görüşlerinde, Facebook paylaşımlarının yıllık performans değerlendirmesine yansıtılmadığı sürece üstünden gelen arkadaşlık isteğini kabul edebileceği ifadesine rastlanılmıştır. Çalışanların iş ortamında kötü bir gün geçirseler bile bunu sosyal ağ sitelerinde ifade etmeleri konusunda tereddüt yaşadıklarını söylemeleri, araştırmanın değerli bulgularında bir diğeridir (Skeels ve Grudin, 2009). Nihayetinde yöneticilerin ayrımcılık, ısrarcılık gibi çalışanlara kendilerini kötü hissettirerek motivasyon kaybına neden olan davranışları liderliğin karanlık yüzünü de ortaya çıkarmaktadır.

Sosyal ağ siteleri, arkadaş grubu sınıflandırmaları, kısıtlamalar, paylaşımları gizleyebilme veya yalnızca yakın arkadaşlarla paylaş seçenekleri gibi bazı gizlilik ayarları sunmaktadır. Böylelikle katılımcılar sosyal ağ sitelerindeki ağlarını ayrı ayrı yönetmeyi tercih edebilirler. Ancak bunlar için çaba ve zaman harcamak isterler mi? Ayrıca sosyal ağ sitelerinin sunduğu gizlilik özelliklerini gerçekten sitelerin hedeflediği amaçla mı kullanmaktadırlar? Bir araştırmada genç bir kullanıcı 460 Facebook arkadaşını 8 grup halinde düzenlemek için 3,5 saat harcadığını ifade etmiştir (Skeels ve Grudin, 2009). Bunun yanında Instagram'ın nispeten yakın zamanda uygulamaya koyduğu "yakın arkadaş" özelliğini inceleyen bir araştırmada, katılımcıların yakın arkadaş listesinin, bu gruba dâhil ettiği kişilere karşı gerçek bir duygusal yakınlık hissetmelerinden ziyade ideolojik duruş ya da ortak hayat tarzı üzerinden şekillendiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların ifadelerinde kişileri yakın arkadaş listesine eklemelerinin nedeni, onlar tarafından yargılanmayacaklarını düşünmeleridir. Araştırmada aynı zamanda "alkollü içecek paylaşımlarının, politik paylaşımların, kadın kullanıcıların dekolteli paylaşımlarının ve cinsel kimlik veya cinsel yönelimlere yönelik paylaşımların yakın arkadaş

listelerinde paylaşılabildiği sonuçlanmış ve bu durumun kutuplaşmanın göstergelerinden biri olduğu ifade edilmiştir. Ek olarak diğer önemli bir sonuç yakın arkadaş listesi dışında bırakılanların aile ve iş arkadaşları çevresinden oluştuğudur. Bunun sebebi de özel ve profesyonel yaşam arasındaki sınırın korunmak istenmesi olarak ifade edilmiştir (Aşçı ve Kocabay-Şener, 2023). Araştırma sonuçları kişilerin benliklerini sunduğu sosyal ağ sitelerinde sosyal hayattaki arkadaşlarının, aile bireylerinin, iş arkadaşlarının kendileri hakkındaki izlenimlerini yönetmeye çalışırken kimlik çatışmaları yaşayacaklarını düşündürmektedir. Bu düşünceyle paralel olarak, Yang vd., (2021) tarafından yapılan araştırmada otel çalışanlarının sosyal ağ sitesindeki iş arkadaşlığı bağlantılarının kimlik çatışmalarına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye'de sosyal medya kullanımına ayrılan süre göz önünde bulundurulduğunda, sosyal ağ sitelerinin günlük hayatlarımızın önemli bir parçası olduğu gerçeği inkâr edilemez. Goffman'ın "Tüm dünya bir sahne, bizlerse o sahnede performans sergileyen aktörleriz." görüşü temelli benlik sunumu teorisi günümüzde fiziksel dünyada olduğu kadar sanal dünyada da kendini göstermektedir. Dolayısıyla benliklerimizi sunarak izleyicilerimizin, izlenimlerini yönettiğimiz sosyal ağ sitelerinde hem özel hem profesyonel bağlantılarımızın bir arada olduğu ve bize özel olan sahne arkamızın kalmadığı gerekçesiyle, sunduğumuz benlikler ve asıl benliğimiz arasındaki mesafe büyüyebilir ve kendimizi kimlik çatışmaları içerisinde bulabiliriz. Bu da hem günlük yaşantımızda hem de profesyonel iş hayatımızda kendimizi sorgulamamıza yol açabilir ve başa çıkılması gereken bir durum haline gelebilir. Bu noktada çalışan kişilerin sosyal ağ sitelerinde yöneticileriyle kurduğu bağlantılarda çalışanın kimliğini kim yönetmektedir? İş yerlerinde yönetici çalışan ilişkileri bireysel ve örgütsel sonuçlar açısından önemlidir. Nihayetinde otel işletmesi çalışanlarının sosyal ağ sitelerindeki yönetici çalışan bağlantılarının araştırılması, çıkarımlar ve öneriler bağlamında hem alan yazına katkı hem de yönetsel uygulamalar açısından yol gösterici olacaktır. Tüm bu gerekçelere ve literatür taramasına dayanarak konunun ampirik olarak araştırılmasına temel olacak şekilde geliştirilen araştırma ana problemleri aşağıdaki gibidir:

- Yönetici ve çalışan arasında kurulan sosyal ağ sitesi bağlantıları kimlik çatışmasına neden olur mu?
- Sosyal ağ sitelerindeki yönetici çalışan bağlantılarında çalışanın benliğini kim yönetmektedir?
- Turizm gibi emek yoğun sektörler ve emek yoğun olamayan sektörlerde üstlerle kurulan sosyal ağ bağlantıları, kimlik çatışmasında farklılık göstermekte midir?

Bu ana problemler çerçevesinde araştırmacılar alt problemler geliştirebilir.

KAYNAKÇA

Aşçı, S., & Kocabay-Şener, N. (2022), 'Instagram' Kullanıcılarının 'Yakın Arkadaş' Özelliğini Kullanım Pratikleri Üzerine Bir Araştırma, Etkileşim, 11, 118-143.

Baykal, E. İ. ve Bayarçelik, E.B., (2020), Sosyal Medya Kullanımının İnsan Kaynakları Fonksiyonları Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma, BMIJ, 8(3): 3359-3392.

Cerit, K. ve Erdem, R. (2022), Örgüt dışı yönetici-çalışan informal etkileşimler modeli: Nitel bir araştırma, Turkish Studies - Economy, 17(4), 923-944.

DiMicco, J.M., ve Millen, D.R., *Identity management: multiple presentations of self in facebook,* Proceedings of the 2007 ACM International Conference on Supporting Group Work, 2007.

Donath, J. ve Boyd, D. (2004). Public displays of connection. BT Technology Journal, 22(4), 71- 82.

Elmalı, G., *İşçinin Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesinin Feshine Etkisi,* Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya, 2023.

Erhan, E. (2017), İnsan Kaynakları Tedarikinde Sosyal Medyanın Rolü, Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi, 1 (1), 53-63.

Frampton, B. D., ve Child, J. T. (2013). Friend or not to friend: Coworker Facebook friend requests as an application of communication privacy management theory, Computers in Human Behavior, 29(6), 2257–2264.

Genç, S., *Kristal Sırların Araştırılması ve Sır İçinde Kristal Nüvelerin Geliştirilmesi,* Sanatta Yeterlik Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 1993

Goffman, E., *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, (B. Cezar, Çev.), Metis Yayınları/İstanbul, Türkiye, 2014.

Huang L. V., ve Liu, P. L. (2017), Ties that work: Investigating the relationships among coworker connections, work-related Facebook utility, online social capital, and employee outcomes, Computers in Human Behavior 72:512–524.

Huang, L. V., & Wang, D., *What a surprise: Initial connection with coworkers on Facebook and expectancy violations.* In Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, (pp. 293–296), New York, NY: ACM, 2016.

Karataş-Çelik, A., *Benlik Sunumu Bağlamında Sosyal Ağ Platformları: Instagram Örneği,* Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2020.

Karl, K. A. ve Peluchette J. V., (2011), Friending Professors, Parents and Bosses: A Facebook Connection Conundrum, Journal of Education for Business, 86(4), 214-222.

Karl, K.A., Allen, R.S., White, C.S., Peluchette, J., ve Allen, D.E. (2017), Would You Accept a Facebook Friend Request from Your Boss?: Examining Generational Differences, Int. J. Virtual Communities Soc. Netw., 9, 17-33.

Kozak, N., Kozak, M., ve Kozak, M., *Genel Turizm*, Detay Yayıncılık/Ankara, 2017.

Marshall, G., *Sosyoloji Sözlüğü,* (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.) Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1999.

Nizamoğlu, N.Ö., *Personel Seçimi Ve İş Bulma Sürecinde Sosyal Medya Kullanımının Rolü,* Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, 2018.

Ollier-Malaterre, A. ve Foucreault, A., (2021), "When are Social Network Sites Connections with Coworkers Beneficial? The Roles of Age Difference and Preferences for Segmentation between Work and Life," Journal of the Association for Information Systems, 22(5), 1454-1471.

Pearson, E. (2009). All the World Wide Web's a stage: The performance of identity in online social networks, First Monday, 14(3).

Peluchette, J.V.E., Karl, K., Coustasse, A., Emmett, D., (2011), Professionalism and social networking: can patients, physicians, nurses, and supervisors all be "friends?", Health Care Manag, 31 (4), 285–294.

Peluchette, J.V.E., Karl, K., Fertig, J., (2013), A Facebook 'friend'request from the boss: too close for comfort? Bus. Horiz, 56 (3), 291–300.

Schmidt. G. B., Lelchook, A. M., & Martin, J. E. (2016). The relationship between social mediaco-worker connections and work-related attitudes. Computers in Human Behavior, 55 (Part A),439-445.

Skeels, M., ve Grudin, J., *When social networks cross boundaries: A case study of workplace use of Facebook and LinkedIn*, Proceedings of Group '09 Conference. 2009).

Tani, E. ve Yıldız, H. (2019), Sosyal Medyada Farklılıkların Yönetimi: Bir Vaka İncelemesi, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 (Ek Sayı 1): 1098-1113.

Tepebaşı, B., *Turizm Öğrencilerinin Toksik Liderlik Algıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Bilişsel Haritalama Araştırması,* Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2021.

Uysal, G., ve Tayfun, A., (2019), Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Örgütsel Adalet Algılarının Motivasyon ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi, İşletme Araştırmaları Dergisi, 11(1): 597-611.

Vitak, J., Lampe, C., Gray, R.M., ve Ellison, N.B, "*Why won't you be my Facebook friend?": strategies for managing context collapse in the workplace*, iConference. 2012.

Yang, F. X., Xu, Y. H., ve Wong, I. A. (2021). Too close to work together? Identity conflicts induced by coworker friendships in cyberspace. International Journal of Hospitality Management, 99, 103060.

Yang, F.X., Wong, A.I., (2020). How do cyberspace friendships transition to positive workplace outcomes? The self-team joint influence. Int. J. Hosp. Manag. 85, 102363.

Yıldız, F. Z. ve Gül-Öztürk, D. (2020), Bir İşten Çıkarma Sebebi Olarak Sosyal Medya: Örnek Olay Çalışması, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11 (27) , 555-572.

https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/HQTLP.pdf (Erişim tarihi: 30.10.2023).

ETNOSENTERİZMİN TÜKETİCİ BOYKUTU ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE TÜKETİCİ DÜŞMANLIĞININ ARACI ROLÜ: İSRAİL MENŞEİ ÜRÜNLERE YÖNELİK KUŞAKLAR ARASI KARŞILAŞTIRMA

Doç. Dr. Emel YILDIZ

Gümüşhane Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0001-7190-593X

Doktora Öğrencisi Halil Hakdan ÖZ

Gümüşhane Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-1970-6105

ÖZET

Günümüzde ürün çeşitliliğinin artması tüketici tercihlerinde markaları ön plana çıkarmaktadır. Markalar fonksiyonel kullanım ve duygusal yararlılık olmak üzere tüketiciler nezdinde önem arz etmektedir. Özellikle markaların duygusal yararlılığı olarak ifade edilen markanın sembolik kullanımı son zamanlarda önem kazanmıştır. Bu bakımdan ülke menşei tüketicilerin markalara yönelik tutumları üzerinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle modern pazarlamada tüketicilerin bilinçlenmesiyle yerli ürünlere olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Ayrıca yabancı menşei ülkelerin özellikle dış politikaları o ülke ürünlerine yönelik algılamaları ve tutumları önemli düzeyde etkileyebilmektedir. Yapılan açıklamalardan hareketle bu araştırma tüketicilerin yerli ürünleri tercih etme eğilimi olarak ifade edilen tüketici etnosentrizminin yabancı menşei ürünlere yönelik tüketici boykotuna olan etkisini ve bu etkide tüketici düşmanlığının aracılık rolünü incelemek amacıyla gerçekleştirilecektir. Araştırma İsrail'in uygulamış olduğu dış politikaların Türkiye'deki tüketicilerin İsrail menşei ürünlerine yönelik algılamalarını ortaya koymayı amaçlamasından dolayı İsrail menşei ürünlere yönelik gerçekleştirilecektir. CETSCALE ölçeklerinden faydalanılarak verilerin toplanması planlanmıştır. Elde edilen verilerin yapısal eşitlik modelinde analiz edilerek değişkenlerin birbirleriyle olan etkileşimlerinin ortaya konması ve bu etkide İsrail menşei ürünlerine yönelik tüketici tutumları kuşaklar arası karşılaştırılması yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Etnosenterizm, tüketici boykotu, tüketici düşmanlığı

ABSTRACT

Today, the increase in product diversity brings brands to the forefront in consumer preferences. Brands are important for consumers in terms of functional use and emotional usefulness. Especially the symbolic use of the brand, which is expressed as the emotional usefulness of brands, has gained importance recently. In this respect, country of origin plays an important role in consumers' attitudes towards brands. Especially with the awareness of consumers in modern marketing, interest in domestic products is increasing day by day. In addition, especially foreign policies of foreign origin countries can significantly affect perceptions and attitudes towards the products of that country. Based on the explanations made, this research will be conducted to examine the effect of consumer ethnocentrism, which is expressed as the tendency of consumers to prefer domestic products, on consumer boycott towards foreign

products and the mediating role of consumer hostility in this effect. Since the research aims to reveal the perceptions of consumers in Turkey towards Israeli origin products due to the foreign policies implemented by Israel, it will be carried out for Israeli origin products. It is planned to collect data by using CETSCALE scales. The obtained data will be analysed in the structural equation model to reveal the interactions of variables with each other and to compare consumer attitudes towards Israeli origin products between generations in this effect.

Keywords: Ethnocentrism, consumer boycott, consumer animosity

1. GİRİŞ

Tüketici pazarlarında küreselleşmeyle beraber etnosenterik eğilimler yerel pazarların dışında faaliyet gösteren çok uluslu firmalar açısından oldukça kritik ve önemli bir durum haline gelmiştir (Cheah ve Shimul, 2018; Tong ve Li, 2013). Çünkü küreselleşmenin artması milliyetçiliği ve bölgesel rekabeti artırmaktadır. Bu durum ise firmaların karşısına çeşitli engeller çıkartabilmektedir (Rašković, vd., 2020). Küreselleşme firmalara her ne kadar çeşitli fırsatlar sunsa da (Yang & Gabrielsson, 2018) uluslar arası ticarette yüksek bir rekabet ortamının oluşmasına neden olmaktadır. Alışverişlerde seçeneklerini artırması, birçok değerli ve kaliteli ürünlere ulaşma imkanı yaratması küreselleşmenin tüketicilere sunduğu fırsatlar olarak değerlendirilmektedir (Tseng, Balabanis ve Liu, 2018). Ancak Wang'a (2020) göre tüketiciler çeşitli yerel ve ithal ürünler arasından seçim yaparken bir takım seçeneklere sahiptir. Buna göre tüketicilerin satın alma davranışlarında ya da tercihlerinin altında yer alan davranışlarda, tutumlarda, motivasyonlarda ve algılamalarda çeşitli kültürlerin, milletlerin, dinlerin ve etnik gurupların karşılaştırması yer almaktadır (Hashim, Yahya ve Asrul, 2018). Tüketicilerin ürünlere yönelik seçeneklerinin artması firmaların tüketici davranışlarının tahmin edilmesini zorlaştırmaktadır. Günümüzde tüketici davranışlarının tahmin edilmesinde politik faktörler, üretilen ürünün menşei, siyasi faktörler, milletler arası ilişkiler ve yerli ürünlere yönelik ilginin artması gibi birçok faktör etkili olabilmektedir (Danilwan ve Pratama, 2020).

Yabancı ürünlerin tüketicilerin seçimlerini etkilediğini ifade eden tüketici etnosentrizmi kavramı (Klein, Ettenson ve Morris, 1998) ilk olarak 1906 yılında Sumner tarafından ortaya konulmuştur (Balabanis ve Diamantopoulos, 2004). Spillan ve arakadaşları (2007: 40) etnosentrizmi farklılaştırılmış müşteri gruplarının ithal ürünler arasından yerli ürünleri tercih etme eğilimi olarak tanımlamaktadır. Küreselleşme ve uluslararası ticaretin önündeki engellerin kalkması yeni pazarlara erişimin kolaylaşmasını sağlayan en önemli fakörlerdir (Cai, Fang, Yang ve Song, 2012). Ancak küreselleşme tüketicilerin diğer kültürler hakkındaki bilgi düzeylerinin artmasını sağlayarak etnosentrik eğilimleri artırabilmektedir (Suh ve Kwon, 2002). Böylelikle milliyetçi ya da başka bir ifadeyle vatansever tüketicilerin ithal ürünleri satın alma niyetleri azalarak etnosentrizm eğilimleri artabilmektedir (Thompson ve Arsel, 2004). Ayrıca bu durum ithal ürün tüketiminin azalmasına ve hatta ithal ürünleri tercih etmeye kaşı tüketicilerin direnç göstermine yol açabilir (Zavestoski, 2002). Tüketici etnosentrizmi ve tüketici düşmanlığı gibi iki anti tüketim manifestosuyla hareket eden tüketiciler uluslararası markaların tüketimine ve kabul edilişine kaşı bir direnç göstermektedir (Lee, Ortega Egea ve García de Frutos, 2020; Kaynak ve Eksi, 2011).

Tüketici etnosentrizmine yönelik çalışmalar 1990'lı yıllarda tüketici düşmanlığı kavramının geliştirilmesine zemin hazırlamıştır. Klein ve Ettenson (1999) düşmanlık algılamalarını

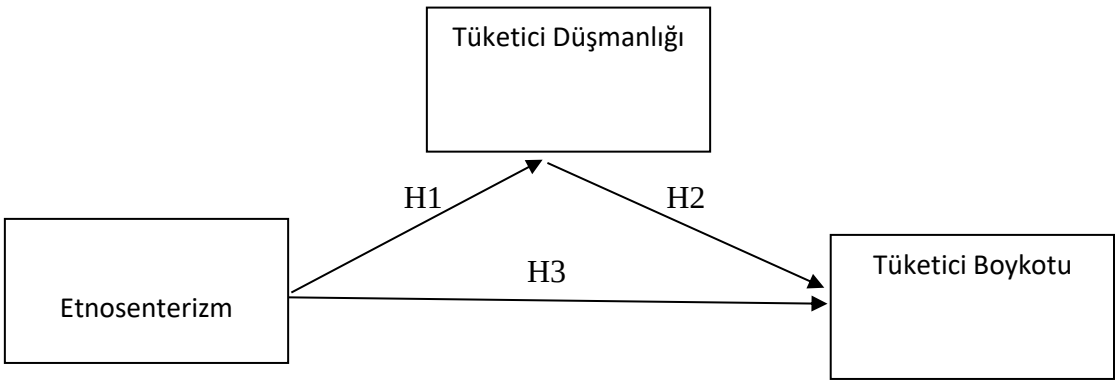
tüketicilerin ürünün kalitesine bakmaksızın yabancı ürünlere karşı kin beslenmesi ve bu ürünlerin gönüllü bir şekilde satın alınmaması olarak ifade etmektedir. Düşmanlığın ise belirli bir grup ile diğer gruplar arasında tarihsel, ekonomik, politik, dini ve kültürel faktörler sonucunda oluşabileceği ifade edilmektedir (Zhang, 2005). Tüketici düşmanlığının kökenini bir grubun diğer bir grubu tehtid olarak görmesi oluşturmaktadır. Ülkeler arası çatışmalar milliyetçi ve dini duyguların ön plana çıkmasını sağlayabilmektedir. Bu durum ise tüketicilerin duygularına göre hareket etmesini sağlayarak üyesi olmadığı bir etnik kimliğe, ırka ya da dine mensup ülkelerin ürünlerine karşı düşmanlık hissi beslemesine neden olabilmektedir (Khan, Ashraf ve Malik, 2019). Aynı zamanda tüketici düşmanlığı kitlesel olarak ürünlerin boykot edilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Bireysel ya da örgütsel olarak tarafların tüketicilerin belirli ürünleri satın almasını engellemeye yönelik teşvikleri tüketici boykotu olarak ifade edilmektedir. Tüketici boykotları ürünlerin satın alınmamasını teşvik ederek belirli hedeflere ulaşmayı amaçlamaktadır (Friedman, 1985). Tüketici boykotları sergilenen eylemlerin veya takip edilen politikaların tüketicilerin inanç ve değelerince yanlış olarak algılanması sonucu ortaya çıkan tepkilerdir. Planlı ve örgütlü bir çaba olarak tasarlanan boykot eylemlerini tüketiciler hedef firmaların veya ülkelerin politikalarına, eylemlerine veya tutumlarına karşı olan hoşnutsuzluklarını bildirmek ve hedefte olumlu değişiklikler yaratmak için gerçekleştirmektedir (Garrett, 1987). Tüketici boykotları genel olarak iki amaç için gerçekleştirilmektedir. Bu amaçlardan ilkini hedefin pazarlamaya dönük uygulamalarını değiştirmeyi arzu eden pazarlama boykotu oluşturmaktadır. İkincisini ise hedef firma ya da ülkenin uluslararası hukuka, etik standartlara ve sosyal sorumluluklara göre hareket etmesini zorlayan politik boykotlar oluşturmaktadır (Sen, Gürhan-Canlı ve Morwitz, 2001). Tüketicilerin boykota katılma nedenlerini etkileyen faktörler farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca bir ürünün alternatifinin olması boykota katılma isteğini artırmaktadır. Ancak tüketicilerin boykotlara katılması onlar için bir takım maliyetler oluşturmaktadır. Tüketiciler açısından maliyetlerin artması boykota katılma isteklerini azaltabilir (Braunsberger ve Buckler, 2011). Tüketicilerin boykota katılma nedenlerinin tümü tam olarak belirlenememekle beraber öfke boykota katılmaya sevk eden önemli bir faktördür. (Cai, Fang, Yang ve Song, 2012). Ettenson ve Klein (2005) öfkenin, boykot hedefinin uygulamış olduğu politika ve hedefleri değiştirmede oldukça marjinal bir güce sahip olabileceğinden, öfkenin boykot motivasyonuna olan etkisinin güçlü olabileceğini ifade etmektedir.

Tüketicilerin etnosenterizm, tüketici düşmanlığı ve tüketici boykotuna katılma eğilimlerinde açıklanan faktörler dışında farklı yaş gruplarınında etkisinin olabileceği düşünülmektedir. kuşaklar arasıdaki eğiitim seviyesinin farklı olması, ülkeler arası seyahetlardaki çeşitli engellerin veya kolaylıkların farklı dönemlerde farklı olması diğer kültürlerle olan etkileşimi artırması, milli, manavi ve dini değerlere yönelik hissiyatların kuşaklar arasında farklılaşması da söz edilen bu kavramlara yönelik algılamaları farklı seviyede etkileyebilmektedir. Yapılan açıklamalardan hareketle bu araştırma farklı kuşakların ve dolayısı ile farklı özelliklere sahip olan X, Y ve Z kuşağının etnosentrizm, tüketici düşmanlığı ve tüketici boykotuna katılma isteklerinin farklı olabileceği düşüncesinden hareketle gerçekleştirilecektir. Araştırma İsrail menşei ürünlere yönelik olarak etnosentrizmin tüketici boykotuna olan etkisini ve bu etkide tüketici düşmanlığının aracı rolünü belirlemek ve kuşaklar arası bir karşılaştırma yapmak amacıyla tasarlanmıştır.

2. YÖNTEM

Bu araştırma etnosentrizmin tüketici boyutuna etkisini ve bu etkide tüketici düşmanlığının aracılık etkisini belirlemek ve kuşaklar arası bir karşılaştırma yapmak amacıyla gerçekleştirilecektir. Araştırmanın amacı ve güncel literatür doğrultusunda araştırmanın modeli ve hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur.



Görsel 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H1: Etnosentrizm tüketici boykotunu anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H2: Etnosenterizm tüketici düşmanlığını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

H3: Tüketici düşmanlığı tüketici boykotunu anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir.

2.1 Araştırma Amacı. Evren ve Örneklemi

Bu araştırma etnosentrizmin tüketici boykotu üzerindeki etkisini, bu etkide tüketici düşmanlığının aracılık rolününün ve söz konusu bu etkilerde kuşaklar arası farklılıkların belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmektedir. Araştırma Türkiye'deki tüketicilere yönelik ankete dayalı bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Buna göre %95 güvenilirlik aralığında ve yüzde %5 önem seviyesinde en az 384 kişiye araştırma anketinin doldurtulması planlanmaktadır.

2.2. Araştırmada Kullanılacak Ölçekler

Araştırmada katılımcıların etnosentrizm eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla Laque-Martinez ve arkadaşlarının (2000) çalışmasında kullandığı CETSCALE ölçeği kullanılmıştır. Tüketici boykotuna katılma isteği düzeylerini bellirlenmesi amacıyla Sen, Gürhan-Canlı ve Morwitz (2001)'e ait ölçekten yararlanılmıştır. Tüketici düşmanlık algılamalarını belirlemek için ise Rose, Rose ve Shoham, (2009) tarafından yapılan çalışmalarda yer alan tüketici düşmanlığı ölçeği kullanılmıştır.

2.3. Araştırmada Yapılacak Analizler

Araştırmanın uygulama bölümünde ilk olarak katılımcıları demografik özelliklerinin belirlenmesi için frekans analizi yapılacaktır. Ardından araştırmada ölçeklerin güvenilirliklerinin ve geçerliliklerinin test edilmesi için sırasıyla güvenlilirlik analizi ve

doğrulayıcı faktör analizi yapılacaktır. Kullanılan ölçkelerin Cronbach Alpha değerinin 0,80'in üzerinde olması beklenmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda da her bir ölçeğin ifadelerine yönelik olarak faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olması ve uyum iyiliği değerlerinin referans değer aralıklarında olması beklenmektedir. Araştırmada yer alan değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerinin gücünün ve yönünün test edilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılacaktır. Korelasyon analizi sonucunda araştırma değişkenlerinin birbirleriyle pozitif bir ilişkisinin olması beklenmekedir. Hipotezlerin test edilmesi amacıyla araştırma modeli yapısal eşitlik analizine tabi tutulacaktır. Son olarak kuşaklar arası farklılıkların test edilmesi için ANOVA analizi yapılacaktır.

3. TARTIŞMA

Yerli ve yabacı literatür incelendiğinde etnosentrizmin tüketici boykotu üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir (Yener, 2022; Friedman, 1985; Cheah ve Shimul, 2018; Cai, Fang, Yang ve Song, 2012). Ülkelerin tarihsel süreç içerindeki deneyimleri, kültürel farklılıkları, politik tutumları, dini ve milli duyguları tüketicilerin markalara olan düşmanlıklarını ve boykota katılma isteklerini etkileyebilmektedir. Yerli ürünleri kullanma eğilimi yüksek olan tükecilerin ise tüketici düşmanlığı düzeyleri ve tüketici boykotuna katılma istekleri düşük olanlara göre daha fazladır.

Bu araştırmanın İsrail menşei ürünlere yönelik yapılmasının nedeni İsrail'in Filistin'e uygulamış olduğu politikalardır. Özellikle 7 Ekim 2023 tarihinde itibaren uluslararası hukuka ve insanlık haklarına aykırı bir şekilde İsrail'in Filistin halkına karşı güttüğü politika ulusal ve uluslar arası mecralarda tepki çekmektedir. İsrailin uyguladığı politikaların Türkiye'deki tüketicilerin İsrail menşei ürünlere yönelik tutumlarının belirlenmesinde tüketici etnosentrizmin etkisini ve kuşaklar arası farklılıkların belirlenmesi amacıyla bu araştırmanın gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

Balabanis, G., & Diamantopoulos, A. (2004). Domestic country bias,country-of-origin effects, and consumer ethnocentrism: A multidimensional unfolding approach. *Academy of Marketing Science Journal*, 80-95.

Braunsberger, K., & Buckler, B. (2011). What motivates consumers to participate in boycotts: Lessons from the ongoing Canadian seafood boycott. *Journal of Business Research*, 96-102.

Cai, H., Fang, X., Yang, Z., & Song, H. (2012). Implicit consumer animosity: A primary validation. *1. Journal of Applied Social Psychology, 42*(7), 1651-1674.

Cheah, I., & Shimul, A. (2018). "Consumer ethnocentrism, market mavenism and social network analysis. *Australasian Marketing Journal, 26*(3), 281-288.

Danilwan, Y., & Pratama, I. (2020). The impact of consumer ethnocentrism, animosity and product judgment on the willingness to buy. *Polish Journal of Management Studies, 22*(2), 65-81.

Ettenson, R., & Klein, J. (2005). The fallout from French nuclear testing in the South Pacific: A longitudinal study of consumer boycotts. *International Marketing Review, 22*(2), 199-204.

Friedman, M. (1985). Consumer Boycotts in the United States, 1970-1980: Contemporary Events in Historical Perspective. *The Journal of Consumer Affairs, Summer*, 96-117.

Garrett, D. (1987). The Effectiveness of Marketing Policy Boycotts: Environmental Opposition to Marketing. *Journal of Marketing*, 46-57.

Hashim, N., Yahya, W., & Asrul, S. (2018). Ethnicity, social influence, eco-label and purchase intention of consumers of green home electronic products. *Social and Management Research Journal, 15*(2), 47-63.

Kaynak, R., & Eksi, S. (2011). Ethnocentrism, religiosity, environmental and health consciousness: Motivators for anti-consumers. *Eurasian Journa of Business and Economics, 48*(8), 31-50.

Khan, M., Ashraf, R., & Malik, A. (2019). Do identity-based perceptions lead to brand avoidance? A cross-national investigation. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 31*(4), 1095-1117.

Klein, J., & Ettenson, R. (1999). Consumer animosity and consumer ethnocentrism: An analysis of unique antecedents. *Journal of Internationa Consumer Marketing, 11*(4), 5-24.

Klein, J., Ettenson, G., & Morris, M. (1998).) The animosity model of foreign product purchase: An empirical test in the People's Republic of China. *Journal of Marketing*, 89-100.

Lee, M., Ortega Egea, J., & García de Frutos, N. (2020). Anticonsumption beyond boundaries: From niche topic to global phenomena. *Psychology and Marketing, 37*(2), 171-176.

Luque-Martínez, T., Ibáñez-Zapata, J., & del Barrio-García, S. (2000). Consumer ethnocentrism measurement An assessment of the reliability and validity of the CETSCALE in Spain. *European Journal of Marketing*, 1353-1374.

Rašković, M., Ding, Z., Hirose, M., Žabkar, V., & Fam, K. (2020). Segmenting young-adult consumers in East Asia and Central and Eastern Europe–The role of consumer ethnocentrism and decision-making styles. *Journal of Business Research*, 496-507.

Rose, M., Rose, G., & Shoham, A. (2009). The impact of consumer animosity on attitudes towards foreign goods: a study of Jewish and Arab Israelis. *Journal of Consumer Marketing*, 330-339.

Sen, S., Gürhan-Canl, Z., & Morwitz, V. (2001). Withholding Consumption: A Social Dilemma Perspective on Consumer Boycotts. *The Journal of Consumer Research, 28*(3), 399-417.

Spillan, J., Kucukemiroglu, O., & De Mayolo, C. (2007). Profiling Peruvian consumers' lifestyles, market segmentation, and ethnocentrism. *Latin American Business Review, 8*(4), 38-59.

Suh, T., & Kwon, I. (2002). Globalization and reluctant buyers. *International Marketing Review, 19*(6), 663-680.

Thompson, C., & Arsel, Z. (2004). The Starbucks brandscape and consumers' (anti-corporate) experiences of glocalization. *Journal of Cosumer Research, 31*(3), 631-642.

Tong, X., & Li, C. (2013). Impact of brand personality and consumer ethnocentrism in China's sportswear market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 25*, 491-509.

Tseng, T., Balabanis, G., & Liu, M. (2018). Explaining inconsistencies in implicit and explicit attitudes towards domestic and foreign products. *International Marketing Review, 35*(1), 72-89.

Wang, F. (2020). Digital marketing capabilities in international firms: a relational perspective. *International Marketing Review, 37*(3), 559-577.

Yang, M., & Gabrielsson, P. (2018). The interface of international marketing and entrepreneurship research: Review, synthesis, and future directions. *Journal of International Marketing, 26*(4), 18-37.

Yener, D. (2022). Tüketici düşmanlığı ve tüketici boykotlarına katılma niyeti ilişkisi: Tüketici etnosentrizminin aracı etkisi . *Business & Management Studies: An International Journal*, 310-324.

Zavestoski, S. (2002). Guest editorial: Anti-consumption attitudes. *Psychology and Marketing, 19*(2), 121-126.

Zhang, X. (2005). China's 1979 war with Vietnam: A reassessment. *The China Quarterly, 184*, 851-874.

TÜRKİYE GENELİNDEKİ EN BÜYÜK BEŞ MARKET ZİNCİRİNDE İLİŞKİSEL PAZARLAMA VE KURUMSAL İMAJIN POZİTİF AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA VE SADAKAT ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE İLİŞKİ KALİTESİNİN ARACI ETKİSİ: BAYBURT İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Emel YILDIZ

Gümüşhane Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0001-7190-593X

Doktora Öğrencisi, Halil Hakdan ÖZ

Gümüşhane Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-1970-6105

ÖZET

Üretim kapasitelerinde meydana gelen artış firmaların küresel anlamda rekabet etmelerine olanak sağlayarak, geleneksel pazarlama anlayışından modern pazarlama anlayışına geçişin yaşanmasına neden olmuştur. Üretimin tekelci yapıdan arındırılarak tam rekabetçi piyasaların oluşması tüketici odaklı modern pazarlama stratejilerinin geliştirilmesini sağlamıştır. Modern pazarlama anlayışında firmalar rekabetçi ortamda karlılıklarını artırmak için tek defaya mahsus satış yapmaktan ziyade, müşterilerle iyi ilişkiler geliştirerek ve müşteriler nezdine olumlu bir imaj yaratarak sadık bir müşteri kitlesi oluşturmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda bu araştırma ilişkisel pazarlama ve kurumsal imajın sadakat ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisini ve bu etkide ilişki kalitesinin aracılık rolünün belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda Türkiye'de kurumsal olarak faaliyet gösteren beş market zincirinin Bayburt şubelerindeki 444 müşterisine anket yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve AMOS istatistik paket programları ile analiz edilerek ilişkisel pazarlama ve kurumsal imajın olumlu ağızdan ağıza pazarlama ve sadakat üzerindeki etkisinin ve bu etkide ilişki kalitesinin aracılık rolünün olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucuna göre ilişkisel pazarlama ve kurumsal imaj sadakat ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca bu etkide ilişki kalitesi kısmi aracı değişken olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İlişkisel pazarlama, kurumsal imaj, ilişki kalitesi; sadakat, ağızdan ağıza pazarlama

ABSTRACT

The increase in production capacities has enabled firms to compete globally, leading to a transition from traditional marketing approach to modern marketing approach. The formation of fully competitive markets by eliminating the monopolistic structure of production has led to the development of consumer-oriented modern marketing strategies. In the modern marketing approach, companies aim to create a loyal customer base by developing good relationships with customers and creating a positive image for customers, rather than making one-off sales to increase their profitability in a competitive environment. In this context, this research was

conducted to determine the effect of relationship marketing and corporate image on loyalty and positive word-of-mouth marketing and the mediating role of relationship quality in this effect. In line with the purpose of the research, 444 customers of Bayburt branches of five grocery store chains operating in Turkey as corporate were surveyed. The data obtained were analysed with SPSS and AMOS statistical package programs to determine the effect of relationship marketing and corporate image on positive word-of-mouth marketing and loyalty and the mediating role of relationship quality in this effect. According to the results of the study, relationship marketing and corporate image have a statistically significant and positive effect on loyalty and positive word-of-mouth marketing. In addition, relationship quality is a partial mediating variable in this effect.

Keyword: Relationship marketing, corporate ımage, relationship quality; loyalty, word of mouth marketing

1. GİRİŞ

Rekabetin hayli yüksek olduğu günümüz pazarlarında firmaların sürdürebilirlikleri için ürün ve hizmetlerini satın alan müşterilere tekrar ve tekrar satış yapması gerekmektedir. Ancak ürün ve hizmet alternatiflerinin fazla olması firmaların sadık müşteri grupları oluşturmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle firmalar son yirmi yıldır müşteri odaklı pazarlama faaliyetlerine önem vermeye başlamıştır (Ruswanti ve Lestari, 2016). Ayrıca Müşterilerin alışveriş sıklığını artıran ve rekabetçi bir çevrede firma karlılığını ve sürdürülebilirliğini artıran bir diğer etkeni ise ağızdan ağıza pazarlama (WOM) oluşturmaktadır. Bu bağlamda Aldred (2005) ilişkisel pazarlama odaklı satış promosyonlarının sadakatin ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamanın önemli bir yordayıcısı olabileceğini ifade etmektedir. Berry ise sadık müşteri grubu oluşturmak ve aynı zamanda müşterilerin çevresine karşı firmanın ürünleri ve hizmetleri hakkında olumlu tavsiyeler vermesini sağlamak için müşterilerle yakın ilişkiler geliştirme fikrini ilk defa ortaya koyan araştırmacıdır (Berry ve Parasuraman, 1991). Özellikle son yirmi yıldan beri pazarlama araştırmacıları tarafından önemi vurgulanan ilişkisel pazarlama stratejilerinin çıkış noktasını yeni müşteriler edinmenin zorlukları oluşturmaktadır (Pi ve Huang, 2011). Yapılan araştırmalar yeni müşteriler elde etmenin zaman ve parasal maliyetinin var olan müşterileri elde tutmaktan çok daha fazla olduğunu ortaya koyarak ilişkisel pazarlama stratejilerinin anafikrini desteklemektedir (Kotler, 1991).

İlişkisel pazarlama stratejileri temelde üç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamayı firmaların yeni müşteriler elde etme çabaları oluşturmaktadır. İkinci aşama elde edilen yeni müşterilerle ilişkileri sürdükmek ve son olarak üçüncü aşama ise müşteri ilişkilerini geliştirmektir (Leverin ve Veronica, 2006). Ancak ilişkisel pazarlama stratejilerinde ifade edilen üç aşamanın başarılı olabilmesi için müşteriler tarafından ilişki kalitesi algılamalarının yüksek şekilde hissedilmesi gerekmektedir (Gaur ve Xu, 2009). Satıcı ve alıcılar arasındaki ilişkilerin yardımlaşma niyetini, karşılıklı iletişimi ve müşteri takibindeki başarıyı ifade eden ilişki kalitesi algılamaları ilişkisel pazarlama stratejilerinin ulaşmak istediği hedefi ifade etmektedir (Bergeron, Roy ve Fallu, 2008). Başka bir ifadeyle ilişki kalitesi hizmetin müşterilere sunulması sırasındaki ilişkilerde müşterilerin algılamış oldukları kalite düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Roberts, Varki ve Brodie, 2003).

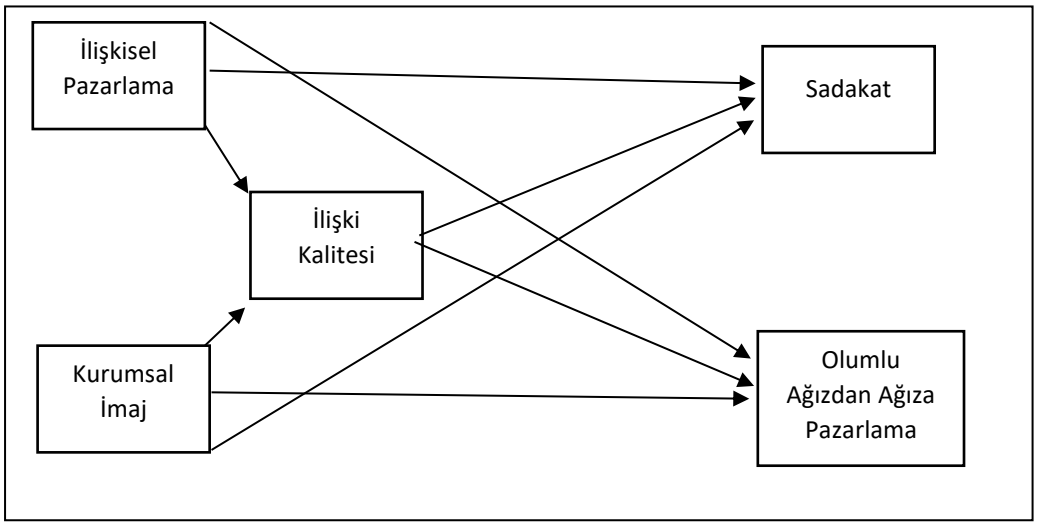
Müşterileri elde etme ve müşterileri tutma ve ilişkileri geliştirmek için yararlanılan ilişkisel pazarlama stratejilerinin müşteri sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisi doğrudan olabileceği gibi bu etkiyi ilişki kalitesi algılamaları da önemli düzeyde etkileyebilmektedir (Goodman ve Dion, 2001). Ayrıca ilişki kalitesinin algılamalarının yüksek şekilde hissedilmesi müşterilerin daha fazla ödeme yapmasını sağlayabilmektedir. Bir başka ifadeyle ilişkisel pazarlama stratejilerinin başarılı bir şekilde uygulanması ve ilişki kalitesi algılamalarının yüksek olması müşterilerin fiyat değişimlerine karşı duyarlılıklarını azaltabilmektedir. Aynı zamanda diğer firmaların uygulamış olduğu indirim, kampanya ve promosyonlarla müşterilerin ilgilenmemesi başarılı ilişkisel pazarlama stratejilerinin uygulanmasıyla mümkün olabilmektedir (Reichheld ve Sasser, 1990). Crosby ve arkadaşlarının yaptığı bir araştırmanın sonucuna göre ilişkisel pazarlama stratejileri satış uzmanlarıyla müşteriler arasındaki çatışmaları engelleyerek ilişki kalitesi algılamalarının artmasını sağlamaktadır. Bu durum ise sadık bir müşteri kitlesi oluşmasını sağlayarak firmaların ürün ve hizmetlerinin müşterilerin çevresine tavsiye etmesini sağlamaktadır (Crosby, Evans ve Cowles, 1990).

Müşteri sadakatini ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamanın önemli bir başka yordayıcısını ise kurumsal imaj oluşturmaktadır. Ürün ve hizmetlerin fonksiyonel veya hazcı değerlerinin müşteri zihnindeki yasımalarını oluşturan subjektif algılamalar imaj olarak tanımlanmaktadır (Zaltman, 2003). Fonksiyonel kullanım markalara ait ürün ve hizmetlerin kullanım biçimlerinin gerçekci ve objektif bir yasımasıdır (Broyles, Schumann ve Leingpibul, 2009). Fonksiyonel kullanımda müşterilerin servis kalitesi veya ilişkisel pazarlama adımları hakkında objektif fikir edinmeleri gerekmemektedir (Lee ve Ganesh, 1999). Çünkü fonksiyonel değerde önemli olan ürün veya hizmetten beklenilen performası göstermesidir. Ancak hazcı fayda da ilişkisel pazarlama uygulamaları ve ilişki kalitesi algılamaları sadakati ve ağızdan ağızda pazarlamayı (WOM) önemli düzeyde etkileyebilmektedir (Peter ve Olson, 2002). İmaj firmalara ait olan algılamalardır. Pozitif kurumsal imaj sadık müşteri oluşturmada ve firmaların müşterileri aracılığı ile maliyetsiz reklamlarını (ağızdan ağıza pazarlama yoluyla) sağlamaktadır. Yapılan araştırmalar pozitif kurumsal imajın sadakat üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır (Lu ve Liping, 2009).

Yerli ve yabancı literatürde ilişkisel pazarlamanın ve kurumsal imajın sadakat ve ağızdan ağıza pazarlama (WOM) üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar yer almaktadır. Ancak hem ilişkisel pazarlamanın sadakat ve ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki hem de kurumsal imajın sadakat ve ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkilerinde ilişki kalitesinin aracılık rolünün araştırıldığı bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu araştırma ile literatürdeki bu boşluğun doldurulması amaçlanmaktadır.

2. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı ilişkisel pazarlama stratejilerinin ve kurumsal imajın sadakat ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkilerini ve bu etkilerde ilişki kalitesinin aracılık rolünün olup olmadığını belirlemektir. Araştırmanın amacı ve alan incelemesi sonucunda araştırma modeli şekil 1'de yer almaktadır.



Görsel 1. Araştırma modeli

Araştırmanın modeli ve amacı doğrultusunda araştırma hipotezleri şu şekildedir.

H1: İlişkisel pazarlama sadakat üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

H2. İlişkisel pazarlama olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

H3: İlişkisel pazarlama ve sadakat arasındaki ilişkide ilişki kalitesinin aracılık rolü vardır.

H4: İlişkisel pazarlamanın olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisinde ilişki kalitesinin aracılık rolü vardır.

H5: Kurumsal imaj sadakat üzerinde üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

H6: Kurumsal imaj olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı üzerinde üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

H7: Kurumsal imaj ve sadakat arasındaki ilişkide ilişki kalitesinin aracılık rolü vardır.

H8: Kurumsal imajın olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisinde ilişki kalitesinin aracılık rolü vardır.

2.1 Araştırma Amacı. Evren ve Örneklemi

Araştırmanın amacını ilişkisel pazarlama ve kurumsal imajın sadakat ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkilerini ve bu etkilerde ilişki kalitesinin aracılık rolünün belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu amaçla Türkiye'de en büyük beş market zincirinin Bayburt'taki 444 müşterisine anket çalışması uygulanmıştır.

2.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

İlişkisel pazarlama faaliyetlerinin belirlenmesine yönelik olarak Berry (1991) tarafından geliştirilen 13 maddelik ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ifade eden Cronbach Alpha değeri 0,93 olarak belirlenmiştir. Kurumsal imaj algılamalarını ölçmek için Cretu ve Brodie (2007) tarafından geliştirilen ve 6 ifadeden oluşan kurumsal imaj ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha düzeyinin 0,91 olduğu belirlenmiştir. Müşterilerin illişki kalitesi algılamalarını

ölçemek için Mosavi, ve Ghaedi (2012) 'tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek 4 ifadeden oluşmakla birlikte Cronbach Alpha düzeyi 0,92'dir. Müşteri sadakatini ölçmek için Chen ve Mau (2009) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,94 olmakla birlikte ölçek 6 ifadeden oluşmaktadır. Son olarak olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı ölçmek için Maru File, Judd ve Prince (1992) tarafından geliştilen ve 3 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,90 olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan tüm değişkenler beşli likert tipi ölçeklerdir. Değişkenlere ait güvenilirlik değerlerinin 0,80'in üzerinde olması ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca ölçeklerin geçerliliklerinin belirlenmesi amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizinde ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olduğu görülmüştür. Yine tüm uyum indeksi değerlerinin de referans değer aralıklarında olduğu belirlenmiştir.

3. BULGULAR

Araştırma modeli doğrultusunda oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için öncelikle değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkileri test edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan Pearson korelasyon analizine ait sonuçlar tablo 1'de yer almaktadır.

Çizelge 1. Değişkenler Arasındaki Korelasyon analizi

Ölçekler	X	SS	1	2	3	4	5
İlişkisel Pazarlama	3,969	0,99	1				
Kurumsal İmaj	3,973	0,97	,674*	1			
İlişki Kalitesi	3,983	1,01	,569*	,640*	1		
Sadakat	4,086	0,89	,694*	,714*	,692*	1	
Olumlu Ağızdan Ağıza Pazarlama	3,963	1,04	,566*	,585*	,542*	,616*	1
P<0,5							

Değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünün ve kuvvetinin belirlenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucuna göre ilişkisel pazarlama ve ilişki kalitesi arasında pozitif ve orta dereceli bir ilişki bulunmaktadır. İlişkisel pazarlama sadakat ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama arasında da pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kurumsal imaj ile ilişki kalitesi, sadakat ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

Araştırma modelinin yapısal eşitlik analizine tabi tutulmuştur. Buna göreilişkisel pazarlama marka sadakatini ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı pozitif bir şekilde etkilemektedir. Yine ilişkisel pazarlama ilişki kalitesini anlamlı ve pozitif olarak etkilemektedir. İlişkisel pazarlama algılamalarıda marka sadakatini ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilemektedir. Buna göre H1 ve H2 kabul edilmiştir. İlişkisel pazarlamanın marka sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisinde ilişki kalitesinin aracılık rolünün belirlenmesi için Baron ve Kenny (1986) aracılık etkisi modeli uygulanmıştır. Buna göre bağımsız değişken olan ilişkisel pazarlamanın bağımlı değişkenler olan marka sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamaya olan etkisinde modele aracı değişken olan ilişki kalitesi dahil edildiğinde bağımsız değişkenin bağımlı değişlenlere olan etkilerinde azalma meydana gelmiştir. Buna göre ilişkisel pazarlamanın marka sadakatine ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamaya etkisinde ilişki kalitesinin kısmı aracılık rolünün olduğu belirlenmiştir. Buna göre

H3 ve H4 kabul edilmiştir. Modele ilişkin uyum iyiliği değerlerinin (AGFİ, CFI, GFI, IFI, TLI, RMSA) tümünde referanas değerler aralıklarında olduğu belirlenmiştir. Araştırma modelinin ikinci bölümünde kurumsal imajın marka sadakatine ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamaya olan etkileri ve bu etkilerde ilişki kalitesinin aracılık rolü belirlenmektedir.Yapısal eşitlik analizi sonucuna göre kurumsal imaj marka sadakatini ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı pozitif bir şekilde etkilemektedir. Buna göre H5 ve H6 kabul edilmiştir. Ayrıca kurumsal imajın marka sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkisinde ilişki kalitesinin kısmi aracılık rolünün olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre H7 ve H8 de kabul edilmiştir. Modele ilişkin uyum iyiliği değerleri çizelge 4'de yer almaktadır.

Çizelge 2: Modele İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

İndeksler	**Referans Değeri**	**Modifikasyon Öncesi Değerler**	**Modifikasyon Sonrası Değerler**
CMIN/DF	$0< \chi 2/sd \leq 5$	3,541	3,047
AGFI	≥,90	,886	,912
CFI	≥,90	,965	,985
GFI	≥,90	,943	,962
IFI	≥,90	,978	,985
TLI	≥,90	,968	,974
RMSEA	<,05-≤,08	,083	,079

Çizelge 2'de görüldüğü üzere modele ilişkin uyum iyiliği değerlerinin tümü referans değer aralıklarında yer almaktadır.

4. SONUÇ

Bu araştırma müşterilerle iyi ilişkiler geliştirerek karlılığı artırmayı amaçlayan ilişkisel pazarlama stratejilerinin ve firmaların müşterilerin zihnindeki çağrışımları olarak ifade edilen marka imajının marka sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkilerini ve bu etkilerde ilişkisel kalitenin aracılık rolünü belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için hipotez testleri uygulanmıştır. İlk olarak araştırma değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkilerinin yönünün ve gücünün test edilmesi amacıyla Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre ilişkisel pazarlama ile marka sadakati, olumlu ağızdan ağıza pazarlama ve ilişki kalitesi arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kurumsal imaj ile marka sadakati, olumlu ağızdan ağıza pazarlama ve ilişki kalitesi arasında da pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür.

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesinden sonra hipotezleri test etmek amacıyla AMOS programı aracılığıyla yapısal eşitlik analizi yapılmıştır. Analizde ilk olarak ilişkisel pazarlamanın marka sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlama üzerindeki etkileri incelenmiştir. Buna göre ilişkisel pazarlama marka sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı pozitif şekilde etkilemektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H1 ve H2 kabul edilmiştir. Analize ilişki kalitesi dahil edildiğinde ise bu etkinin azaldığı görülmüştür. Buna göre H3 ve H4 kabul edilmiştir.

Kurumsal imajın marka sadakatine ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamaya olan etkisinin ve bu etkide ilişki kalitesinin aracı rolünün test edildiği analiz sonucunda ise kurumsal imajın marka

sadakati ve olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı pozitif olarak etkilediği görülmüştür. Bu sonuçlara göre H5 ve H6 kabul edilmiştir. Analize ilişki kalitesi dahil edildiğinde söz konusu etkinin azaldığı belirlenmiştir. Buna göre ilişki kalitesinin kısmı aracı rolünün olduğu görülmüştür. Böylelikle H7 ve H8 kabul edilmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar literatürle benzerlik göstermektedir. (Bergeron, Roy ve Fallu, 2008; Cretu ve Brodie, 2007; Crosby, Evans ve Cowles, 1990; Ruswanti ve Lestari, 2016)

KAYNAKÇA

Aldred, T. (2005). *Handout for module of Relationship and Direct.* LUBS: WLT. Leeds.

Baron, R., & Kenny, D. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1173-1182.

Bergeron, J., Roy, J., & Fallu, J. (2008). Pleasantly Surprising Clients: A Tactic in Relationship Marketing for Building Competitive Advantage in the Financial Services Sector. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 25-184.

Berry, L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Services.* New York: The Free Press.

Broyles, S., Schumann, D., & Leingpibul, T. (2009). Examining brand equity antecedent/consequence relationships. *Journal of Marketing Theory and Practice, 17*(2), 145-161.

Chen, M., & Mau, L. (2009). The impacts of ethical sales behaviour on customer loyalty in the life insurance industry. *The Service Industries Journal*, 59-74.

Cretu, A., & Brodie, R. (2007). he influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective. *Industrial marketing management*, 230-240.

Crosby, L., Evans, K., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: an Interpersonal Influence perspective. *The Journal of Marketing, 54*(3), 68-81.

Gaur, S., & Xu, Y. (2009). Consumer Comfort and Its Role in Relationship Marketing Outcomes: An Empirical Investigation. *8*, 269-298.

Goodman, L., & Dion, P. (2001). The determinants of commitment in the distributor-manufacturer relationship. *Industrial Marketing Management, 30*(3), 287-300.

Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.* New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Lee, D., & Ganesh, G. (1999). Effects of partitioned country image in the context of brand image and familiarity: A categorization theory perspective. *İnternational Marketing Review*, 955-964.

Leverin, A., & Veronica, L. (2006). Does Relationship Marketing Improve Customer Relationship Satisfaction and Loyalty? *International Journal of Bank Marketing.*

Lu, Y., & Liping, A. (2009). Analysis of image and loyalty forexhibitions and host destinations. *Hospitality and Tourism Management, International CHRIE Conference-Refereed Track.* .

Maru File, K., Judd, B., & Prince, R. (1992). teractive Marketing: The Influence of Participation onPositive Word-of-Mouth and Referrals. *Journal of services marketing*, 5-14.

Mosavi, S., & Ghaedi, M. (2012). he effects of relationship marketing on relationship quality in luxury restaurants. *Journal of Business Management*, 6090.

Peter, J., & Olson, J. (2002). *Consumer behavior and marketing strategy.* Boston, MA: Mc GrawHill.

Pi, W., & Huang, H. (2011). Effects of promotion on relationship quality and customer loyalty in the airline industry: The relationship marketing approach. *African Journal of Business Management, 5*(11), 4403.

Reichheld, F., & Sasser, W. (1990). Zero defections: quality comes to services. *Harvard Business Review, 68*(5), 105-11.

Roberts, K., Varki, S., & Brodie, R. (2003). Measuring the quality of relationships in consumer services: an empirical study. *European Journal of Marketing, 37*(1/2), 169-196.

Ruswanti, E., & Lestari, W. (2016). he Effect of Relationship Marketing towards Customers' Loyalty Mediated by Relationship Quality (Case Study in Priority Bank in Niaga). *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen, 11*(2), 191-211.

Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market.* Boston, MA: Harvard Business School Press.

TÜRKİYE'DE YAZILMIŞ OLAN UMUT VE İYİMSERLİK KONULU LİSANSÜSTÜ TEZLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Gazanfer ANLI
Bursa Teknik Üniversitesi Psikoloji Bölümü, gazanfer.anli@btu.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0002-6141-7964

ÖZET

Umut ve iyimserlik insanların, zorlu yaşam koşullarında başa çıkabilme noktasında yardımcı olan, pozitif psikoloji alan yazınında yer alan önemli kavramlardır. İyimserlik, hayatta yaşanılan zorluklara rağmen olayların gelecekte iyi olacağına dair beklentilerimiz iken umut, hayattaki amaçlarımıza ulaşmak için gereken irade ve stratejilere sahip olduğumuz inancıdır. Bu çalışmanın amacı pozitif psikolojide yer alan kavramlardan umut ve iyimserlik kavramlarını bir arada inceleyen ve Türkiye'de gerçekleştirilen lisansüstü tezlerin incelenmesidir. Doküman analizi metodunun kullanıldığı bu çalışmada Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nde arşivlenmiş olan ve "umut" ile "iyimserlik" kavramlarını bir arada inceleyen lisansüstü tezler ele alınmıştır. Yapılan tarama sonucunda dokuz adet lisansüstü tez kapsama dâhil edilmiştir. Bu dokuz tezin altısı yüksek lisans, üçü doktora düzeyinde yapılmış olup, tezler 2012-2022 yılları arasında veri tabanında yayımlanmıştır. Tezlerden birinde karma yöntemden yakınsayan paralel desen, diğerlerinde ise nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bölüm ya da anabilim dalı bazlı inceleme yapıldığında ise üçü rehberlik ve psikolojik danışmanlık, ikisi eğitim bilimleri, biri eğitim yönetimi ve denetimi, biri felsefe ve din bilimleri, biri de iş sağlığı ve güvenliği alanında yapılmıştır. Son olarak tezlerin 6'sı yetişkin, 3'ü ise ergen grubu ile gerçekleştirilmiştir. İnceleme sonucunda elde edilen bulgular pozitif psikoloji alan yazını perspektifinde tartışılarak çeşitli önerilerde bulunmuştur.
Anahtar Kelimeler: Umut, iyimserlik, pozitif psikoloji, doküman analizi

SUMMARY

Hope and optimism are important concepts in the positive psychology literature that help people cope with challenging life circumstances. While optimism is our expectations that things will be better in the future despite the difficulties experienced in life; hope is the belief that we have the will and strategies to achieve our goals in life. The aim of this study is to examine the postgraduate theses conducted in Turkey that examine the concepts of "hope and optimism" together, which are concepts in positive psychology. In this study, in which document analysis method was used, the postgraduate theses archived in the Thesis Center of the Council of Higher Education and which examine the concepts of "hope" and "optimism" together were examined. As a result of the search, nine graduate theses were included in the scope. Six of them were made at master's and three at doctoral level, and the theses were published in the database between 2012 and 2022. One of the theses used a convergent parallel design from mixed method and the others used relational survey model from quantitative research methods. When analyzed on the basis of departments or divisions, three of the theses were conducted in psychological

counseling and guidance, two in educational sciences, one in educational administration and supervision, one in philosophy and religious sciences, and one in occupational health and safety. Last, 6 of the theses were conducted with adult and 3 with adolescent samples. The findings obtained as a result of the review were discussed in the perspective of positive psychology literature and then various suggestions were made.
Keywords: Hope, optimism, positive psychology, document analysis

1. GİRİŞ

Umut ve iyimserlik, pozitif psikolojinin son yıllarda bilinir hale gelmesi ile birlikte alan yazında incelenen kavramlar haline gelmiştir. 2. Dünya Savaşı'ndan önce psikoloji bilimi zihinsel sorunları çözmek, normal düzeydeki insanların hayatlarını daha iyi hale getirmek ve üstün yeteneklerle alakalı araştırmalar yapmak gibi hedefleri varken, her anlamda yıkımları üst düzeyde olan bu savaştan sonra psikoloji yalnızca zihinsel sorunları çözmeye odaklandı. Zira savaşların ardından asker, sivil birçok kimsenin ruh sağlığı anlamında ciddi biçimde desteğe ihtiyacı olduğu bilinen bir gerçekliktir. Bu sebeple de psikoloji adeta bir kurban bilimi haline gelmiştir. Pozitif psikoloji de bu noktada devreye girerek insanların edilgen olan varlıklar değil, tam aksine yaratıcı, kendi kararlarını verip sorumluluk alabilen, kendini gerçekleştirme yolunda adımlar atabilen varlıklar olduğunu açığa vurmuştur. Bu minvalde pozitif psikoloji insanın olumlu ve güçlü yanlarına odaklanırken, umut, iyimserlik, mutluluk, zindelik, akış, metanet, psikolojik sağlamlık, duygusal zekâ, olumlu sosyal davranışlar, minnettarlık gibi birçok kavramla alakalı olarak çalışmalar yapmaktadır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000). Bu çalışma kapsamında da pozitif psikolojinin önemli kavramlarından umut ve iyimserlik kavramları söz konusu edilmiştir.

Umut kavramı; amaç, bu amaca götürecek bir yol ve bu yolu devam ettirip hedefe ulaştıracak motivasyonun birleşiminden oluşan olumlu duygusal bir durum olarak tanımlanmıştır (Snyder ve Lopez, 2001). Umut düzeyi yüksek olan insanlar hedefleri için yollar ve seçenekler arar, yaşadıkları zorlu durumlara karşı hazırlıklı olup esnek düşünme ve pes etmeme gibi özelliklere sahip olduğu için çözümler üretebilmektedir (Snyder, 2002). Bu nedenle, umudu elinde tutan insanlar genellikle başarılarının kilidini özenle açmak için büyük bir arzuya sahip olan adaylardır. Umutlu insanların hedeflerinin peşinden gitme konusunda muazzam bir motivasyona sahip olmalarının nedenlerinden biri de, özellikle stres yönetimi söz konusu olduğunda, umudu kendilerine güç sağlayacak bir yakıt olarak kullanmalarıdır (Kardas, Zekeriya, Eskisu ve Gelibolu, 2019).

İyimserlik, geleceğe yönelik olumsuz sonuçlardan ziyade olumlu sonuçlara dair genelleştirilmiş bir beklenti ve inanç olarak tanımlanmaktadır (Ho, Cheung ve Cheung, 2010). İyimser insanlar hayatta bir şeyler ters gittiğinde veya zorlayıcı olaylar yaşadıklarında, tüm bunların sonucunun iyi olacağını düşünmekte ve bu düşünce yapısı da onları olumlu duygulara götürmektedir (Carver ve Scheier, 2017). İyimser insanlar, hayattaki belirli başa çıkma stratejilerinin de yardımıyla, işbirliği yapmadıkları veya hevesli olmadıkları düşünülen bir ortama uyum sağlayabilirler (Fischer, Cripe ve Rand, 2018).

Umut ve iyimserlik kavramları karşılaştırıldığında umut amaca yönelik kararlı olma ve bu kararlı olma düşüncesi üzerine temellenen bilişsel bir set olarak aktarılırken (Snyder, 1994) iyimserlik ise daha çok sonuca yönelik beklentileri ifade etmektedir (Scheier ve Carver, 1985). Buradan yola çıkarak iyimser kimselerin talih, kişinin bireysel davranışları veya başkalarının

davranışları vasıtası ile geleceklerinin tatmin edici ve başarılı olacağına inanmaları söz konusudur. Öte yandan umutlu kimseler ise geleceklerinin tatmin edici ve başarılı olması ihtimalini teminat altına almak için kendi kapasitelerine inanıp güvenmektedir. Bu sebeple iyimserlik daha çok ilerisi ile alakalı olarak pozitif neticeler bekleyip negatif neticeleri dışlar. Umut ise kişinin kendi kapasite ve yeteneğine ilişkin bir güveni ve bunları kullanmak için gerekli güdülenme duygusunu ihtiva etmektedir. Son zamanlarda literatürde bu iki yapının birbirinden ayrı tutulması için bir çaba olmasına rağmen, bazı çalışmalar umut ve iyimserliğin birlikte uygulandığında çok daha etkili olduğunu savunmaktadır. Buna örnek olarak müdahale çalışmalarında umut ve iyimserlik birlikte kullanıldığında pozitif iyi oluş ile güçlü bir korelasyon gösterdiği tespit edilmiştir (Lucas, Chang, Lee ve Hirsch, 2020). Bunlara ek olarak umut ve iyimserlik; düşük düzeyde depresyon, negatif duygulanım ve intihar riski ile ilişkili bulunmuş (Ho ve diğerleri, 2010), ayrıca iyi oluş, benlik saygısı, yaşam doyumu ve adaptif başa çıkma ile de pozitif korelasyonlar gösterdiği tespit edilmiştir (Grote, Bledsoe, Larkin, Lemay Jr ve Brown, 2007; Ho ve diğerleri, 2010; Lucas ve diğerleri, 2020)

Bu çalışmanın amacı da umut ve iyimserlik kavramlarının bir arada bulunduğu tezlerin incelenmesidir. Bu tezlerin incelenmesi ile hem bu kavramlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar hususunda bir farkındalık oluşturmak hem de ileriye yönelik daha fazla çalışma yapılmasını teşvik etmek hedeflenmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup veriler doküman analizi vasıtası ile elde edilmiştir. Doküman inceleme yöntemi, araştırmanın veri setini oluşturan birincil veya ikincil kaynak olarak nitelendirilen çeşitli dokümanların elde edilmesi, gözden geçirilmesi, sorgulanması ve analizi olarak tanımlanabilir (Özkan, 2019).

2.2. Verilerin Toplanması

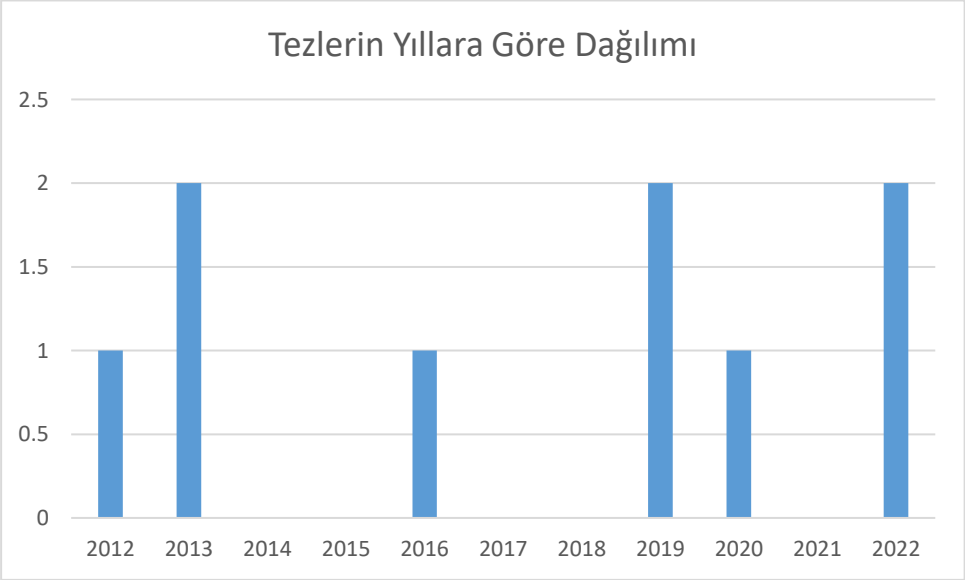
Çalışmamızın amacı kapsamında veriler, Yüksek Öğretim Kurumu'na (YÖK) ait olan ve ülkemizdeki tezlerin bir araya getirildiği Ulusal Tez Merkezi baz alınarak incelenmiştir. Bu incelemede "umut" ve "iyimserlik" kavramları taratılmış, başlığında yalnızca umut kavramı yer alan 592, başlığında yalnızca iyimserlik kavramı bulunan 96 tez bulunmuş olup; bu iki kavramın bir arada tez başlığında bulunduğu tezler filtreleme yapılarak aratılma yapıldığında sonuç olarak 2002-2022 yılları arasında, 3 doktora, 6 yüksek lisans olmak üzere toplam 9 adet tez elde edilmiştir.

2.3. Veri Analizi

Çalışmamızda verileri analiz etmek için nitel analiz tekniklerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında yer alan lisansüstü tezlerin gerçekleştirildiği yıl, yapıldığı anabilim dalı, çalışma grubu, konu alanları gibi kategorilere ayrılarak çözümleme yapılmıştır.

3. BULGULAR

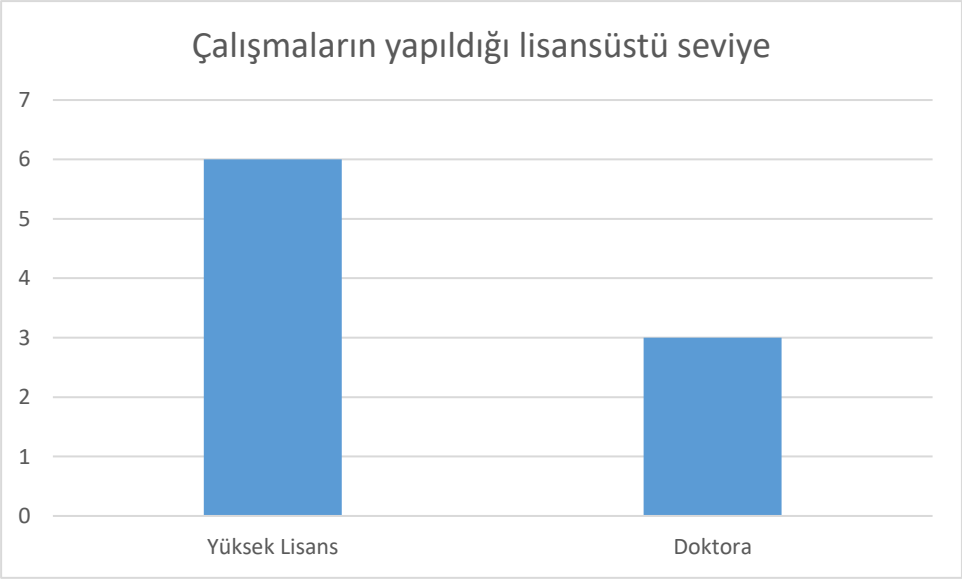
Bu araştırmada umut ve iyimserlik birlikte çalışıldığı toplam 9 lisansüstü tez örnekleme dâhil edilmiş olup bu tezler üzerinden doküman incelemesi gerçekleştirilmiştir. Örnekleme dâhil edilen lisansüstü tezlerin yapıldıkları yıllara göre dağılımı Görsel 1'de gösterilmiştir.



Görsel 1. Çalışmaların yapıldığı yıllar

Son yıllarda pozitif psikolojide önemli bir yer edinen umut ve iyimserlik kavramlarının ülkemizde yazılan tezlerde de çalışıldığı görülmektedir. Buna göre 9 adet tezin 2012-2022 yılları arasında yazıldığı görülmüştür.

Tezlerin yazıldığı lisansüstü seviyesine göre dağılımı ise Görsel 2'de gösterilmiştir.



Görsel 2. Çalışmaların yapıldığı lisansüstü seviye

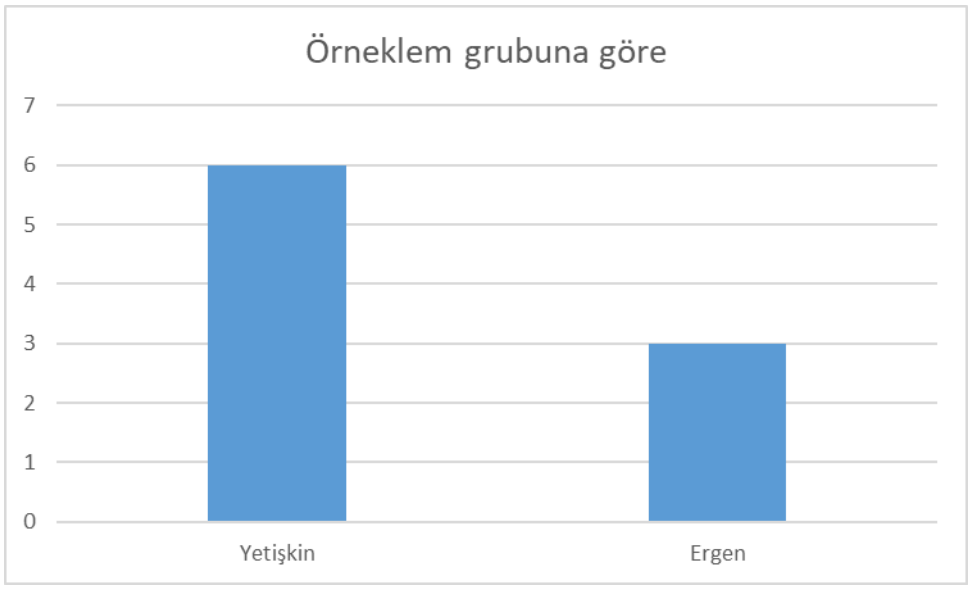
Yapılan çalışmalarda umut ve iyimserlik konusunu ele alan toplam 9 tezin 6 tanesinin yüksek lisans seviyesinde, 3'ünün ise doktora düzeyinde öğrenim gören öğrenciler tarafından yazıldığı görülmektedir.

Konu ile ilgili yazılan lisansüstü tezlerin hangi bölüm/anabilimdalında yazıldığına ilişkin veriler Görsel 3'de gösterilmiştir.



Görsel 3. Çalışmaların yapıldığı bölüm/anabilimdalı

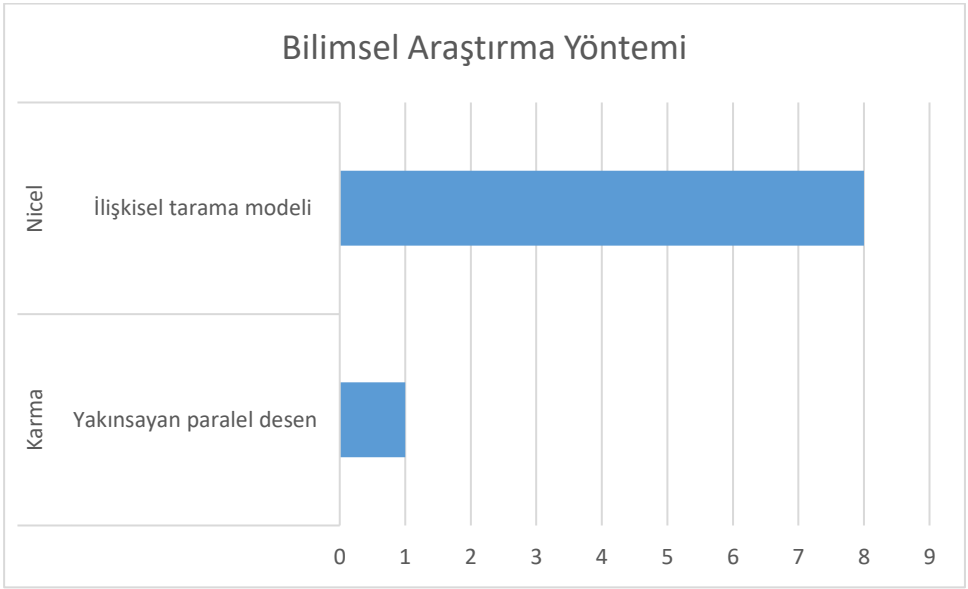
Türkiye'de hazırlanan lisansüstü tezlerde umut ve iyimserliği araştıran çalışmaların yoğunluk olarak pdr ve eğitim bilimleri ile ilgili bölümlerde hazırlandığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların bölüm ya da anabilim dalı bazlı inceleme yapıldığında ise üçü rehberlik ve psikolojik danışmanlık, ikisi eğitim bilimleri, biri eğitim yönetimi ve denetimi, biri felsefe ve din bilimleri, biri de iş sağlığı ve güvenliği alanında yapılmıştır. Yapılan çalışmaların hangi yaşam döneminde yer alan bireylere yönelik olduğunun belirlenmesine yönelik bulgular Görsel 4'de gösterilmiştir.



Görsel 4. Çalışmaların yapıldığı örneklem grubu

Tablo 4 incelendiğinde çalışmaların yetişkinlik döneminde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. 18 yaş üstü dönemi kapsayan yetişkinlik döneminde toplam 6 tez hazırlandığı görülmektedir. Çalışmaların gerçekleştirildiği bir diğer grup ise ergenlik dönemindeki kimselerdir. Bu dönemde yer alan kişilere yönelik 3 çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir.

Son olarak ise tezlerde kullanılan bilimsel araştırma yöntemleri incelenmiştir.



Görsel 5. Tezlerde kullanılan bilimsel araştırma yöntemleri

Tezlerden birinde karma yöntemden yakınsayan paralel desen, geri kalan sekizinde ise nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda insanoğlu çok çeşitli sorunlarla yüz yüze geldiği ve bunlarla başa çıkma konusunda çözüm arayışında olduğu için pozitif psikoloji önem kazanır hale gelmiştir. Zorluklarla başa çıkma ile birlikte mutlu, huzurlu, sebatkâr, motive olabilme, hayattaki hedeflere ulaşmak için sağlam durabilmek için bazı özellikler öne çıkmaya başlamıştır. Pozitif psikolojideki umut ve iyimserlik kavramları bu noktada insanlara yardımcı olmaktadır. Bu sebeple umut ve iyimserlik kavramlarının birlikte ele alındığı tezler incelenmiştir.

Çalışmanın bulguları incelendiğinde YÖK Tez Merkezi Veritabanı'nda iki kavramın bir arada yer aldığı dokuz adet lisansüstü tezin yer aldığı tespit edilmiştir. İlk olarak yıl bazlı inceleme yapıldığında tezler 2013, 2019, 2022 ikişer, 2012, 2016, 2020 yıllarında birer adet tezin yayımlandığı görülmektedir. Bu noktada bu iki kavramın son 10 yıl bandında daha çok ilgi görmesinin pozitif psikolojinin ülkemizde son on yıl zarfında daha çok yaygınlaşmasından kaynaklı olduğu ve bu sebepten dolayı bu iki kavramın çalışıla geldiği söylenebilir.

İkinci olarak tezlerin altısı yüksek lisans, üçü doktora seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu kavramların yüksek lisans düzeyinde daha çok rağbet gördüğü söylenebilir. Üçüncü olarak yapılan tezler üzerinde bölüm ya da anabilim dalı bazlı inceleme yapıldığında ise; üçü rehberlik ve psikolojik danışmanlık, ikisi eğitim bilimleri, biri eğitim yönetimi ve denetimi, biri felsefe ve din bilimleri, biri de iş sağlığı ve güvenliği alanında yapılmıştır. Buradan bakıldığında tezlerin eğitim ağırlıklı bölümlerde daha çok yapıldığı görülmektedir. Alan yazına bakıldığında pozitif psikolojik kavramların ağırlıklı olarak rehberlik ve psikolojik danışmanlık bölümleri akademisyenleri çalışıldığı bilinmektedir.

Dördüncü olarak dönem bazlı bakıldığında 18 yaş üstü dönemi kapsayan yetişkinlik döneminde toplam 6 tez, ergenlik döneminde yer alan kişilere yönelik 3 çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Burada yetişkinlerle çalışma yapma, ölçek uygulama, etik izinleri alma gibi hususlarda 18 yaş altına göre daha kolay bir süreç olması bu durumu etkilemiş olabilir. Son olarak bilimsel araştırma yöntemi bazlı bakıldığında tezlerden birinde karma yöntemden yakınsayan paralel desen, geri kalan sekizinde ise nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli alan yazında çok yaygın kullanılan bir yöntem olduğu için tezlerin tamamına yakınının bu modelle yapılması şaşırtıcı değildir.

Tez konularına bakıldığında umut ve iyimserlikle birlikte yine pozitif psikoloji alanına giren bazı kavramlar yer almıştır. Algılanan ebeveyn affediciliği, ebeveyn tutumları, psikolojik sağlamlık, öz yeterlik, başarı algısı, okul yaşam kalitesi, başa çıkma stilleri, dindarlık, yaşamın anlamı, öznel iyi oluş gibi değişkenler bu tezlerde konu başlığında bulunmaktadır. Bu durum da daha evvel belirttiğimiz üzere pozitif psikolojik kavramların birlikte çalışıldığına bir örnek olabilir.

Bu çalışmanın da diğer bilimsel çalışmalarda olduğu gibi sınırlılıkları mevcut olup bunlardan yola çıkılarak bazı öneriler sunulacaktır. Çalışmada elde edilen bulgular YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında bulunan tezlerden anahtar kelimeler ve açık erişimi bulunan tam metinli tezler ile sınırlıdır. İleride yapılacak çalışmalarda YÖK Tez Merkezi Veri Tabanında bulunmayan tezlere erişilmesi ya da farklı bir formatta bu kavramların yer aldığı makale ve bildirilerin de çalışmaya eklenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. İkinci olarak çalışmaların daha çok yetişkin gruplarında gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu sebeple çocuk ve ergen örnekleminde de bu çalışmaların yapılması önerilebilir. Üçüncü olarak çalışmaların kahir ekseriyeti ilişkisel

tarama modeli ile yapılmıştır. Umut ve iyimserik kavramlarının koruyucu ve başa çıkma noktasında yardımcı etmenler olduğu göz önüne alınarak bu düzeyleri yükseltme amaçlı deneysel tasarımlı çalışmalar yapılabilir, bu çalışmalar farklı kamu-özel kurumlarda kullanılabilir. Bu kavramlarla nispeten daha az yapılan nitel veya karma desenli çalışmaların da gerçekleştirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Carver, C. S. ve Scheier, M. F. (2017). Optimism, coping, and well-being. *The handbook of stress and health: A guide to research and practice*, 400–414.

Fischer, I. C., Cripe, L. D. ve Rand, K. L. (2018). Predicting symptoms of anxiety and depression in patients living with advanced cancer: the differential roles of hope and optimism. *Supportive Care in Cancer*, *26*(10), 3471–3477. doi:10.1007/s00520-018-4215-0

Grote, N. K., Bledsoe, S. E., Larkin, J., Lemay Jr, E. P. ve Brown, C. (2007). Stress exposure and depression in disadvantaged women: The protective effects of optimism and perceived control. *Social Work Research*, *31*(1), 19–33.

Ho, M. Y., Cheung, F. M. ve Cheung, S. F. (2010). The role of meaning in life and optimism in promoting well-being. *Personality and individual differences*, *48*(5), 658–663.

Kardas, F., Zekeriya, C. A. M., Eskisu, M. ve Gelibolu, S. (2019). Gratitude, hope, optimism and life satisfaction as predictors of psychological well-being. *Eurasian Journal of Educational Research*, *19*(82), 81–100.

Lucas, A. G., Chang, E. C., Lee, J. ve Hirsch, J. K. (2020). Positive expectancies for the future as potential protective factors of suicide risk in adults: does optimism and hope predict suicidal behaviors in primary care patients? *International Journal of Mental Health and Addiction*, *18*, 41–53.

Özkan, U. B. (2019). Eğitim bilimleri araştırmaları için doküman inceleme yöntemi. *Ankara: Pegem Akademi*, *4*.

Scheier, M. F. ve Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health psychology*, *4*(3), 219.

Seligman, M. E. P. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). *Positive psychology: An introduction.* (C. 55). American Psychological Association.

Snyder, C. R. (1994). *The psychology of hope: You can get there from here*. Simon and Schuster.

Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological inquiry*, *13*(4), 249–275.

Snyder, C. R. ve Lopez, S. J. (2001). *Handbook of positive psychology*. Oxford university press.

KİMLİK VE MESLEKİ KİMLİĞİN OLUŞUMUNDA GİYİMİN ROLÜ

Öğr. Gör. Melike CİLOŞOĞLU
Amasya Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0003-3932-4160
Prof. Dr. Nurgül KILINÇ
Selçuk Üniversitesi, , - ORCID ID: 0000-0003-0610-6730

ÖZET

Giyim insanın kendini ifade etme biçimlerinden en görünür olanıdır. İletişim yöntemleri içerisinde, izlenim oluşturma açısından etkili bir yoldur. Giyimin, karşı tarafa verilmek istenen mesajı sözcüklere gerek kalmadan iletme işlevi bulunmaktadır. Bu özellikleri sebebiyle giyim, kişilerin hem kimlikleri hem de icra ettikleri mesleklere dair ipuçları taşımaktadır. Giyim ve kimlik arasında güçlü bir etkileşim söz konusudur. Bu çalışmanın amacı, giyim ve mesleki kimlik arasındaki ilişkileri literatüre dayalı olarak ortaya koymaktır. Ayrıca kimliğin ve mesleki kimliğin giyinme üzerine etkileri, giyiminde kimlik ve mesleki kimlik oluşumuna katkısını belirlemek amaçlanmıştır. Bu derleme çalışmasında, ilgili literatür taranmış ve araştırmanın amaçları doğrultusunda ulaşılan kaynaklar karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Kimliğin oluşumu bireysel, sosyal ve mesleki özellikler açısından tartışılarak giyim ile ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak giyimin; içerdiği anlamlar, kodlar ve işaretler yoluyla hem kişisel kimliğin inşasında hem de mesleki kimliğin oluşumunda, kimlik ve mesleki kimliği ifade etme aracı olduğu söylenilebilir.

Anahtar Kelimeler: Giyim, Kimlik, Mesleki Kimlik

1. GİRİŞ

Giysilerin dili, sözsüz bir anlayış ve iletişim biçimidir [1]. Farklı bir ifadeyle giyim, konuşma ya da okuryazarlık gibi toplumsal bir iletişim aracıdır. Ancak, konuşma ve okuryazarlıktan daha sınırlı bir kapsama alanına sahiptir. Bununla birlikte giysi iletişiminde, konuşmalara karşılık gelen anlamların yanında sözlü iletişimde yer almayan birçok anlam da bulunmaktadır. Yani, giysi anlamlarının karşılık geldiği metinlerin alanı oldukça geniştir. Farklı bir ifadeyle, "Tüm metinler giysi değildir ancak tüm giysiler metindir ya da metinsel bileşenleri oluşturmaktadır" [2].

Fiske (1996), giyimin iletişim işlevini; "Giysilerin her çeşidi bir paradigma oluşturmaktadır. (Gömlekler, kravatlar, ceketler, çoraplar, pantolonlar vb.). Sabah evden çıkarken giyilen giysilere bir ileti kodlanmaktadır. Bu, belirtisel ve sunumsal bir koddur ve giyen kişi hakkında toplumsal konum ya da roller hakkında bilgi verir" şeklinde ifade etmektedir [3]. Farklı bir ifadeyle "kod" terimi, bir giysi mesajının göndericisi ve muhatabının, birincisinin (göndericinin) bu mesajı oluşturması ve ikincisinin de (muhatap/karşı taraf) bunu anlaması için paylaşılması gereken bilgi olarak tanımlanmaktadır [4]. Adotey ve arkadaşları

(2016), giysilerin sözsüz iletişim yeteneği sayesinde karşı tarafla tanışmadan ya da hiç konuşmadan önce bir kişi hakkında detaylı, anlamlı ve karmaşık birçok bilgiyi iletebileceğini vurgulamışlardır [5].

Giyimin bir iletişim aracı olarak görev yapabilmesi için bireylerin giysilere anlam yüklemesi gerekmektedir. Giyimlerin, hangi yönlerine hangi anlamların yüklendiği yaşam boyu öğrenilmektedir. Bu durum, yer ve zamana bağlıdır ve sürekli değişime uğramaktadır. Giysiler sayesinde vücut görselinde yapılan değişiklikler ve eklemeler, giyinen kişi hakkında çıkarımlarda bulunmak için önemli bir bilgi kaynağını oluşturmaktadır [6]. Davis (1992), giyimin, görüntüye dayanan bir iletişim aracı olduğunu ifade etmektedir [7]. Örneğin giyim; yaş, cinsiyet, meslek, sosyal sınıf, ekonomik durum, eğitim bilgileri veya inançlar hakkında açıklamalar yapabilir. Nesnel olarak fark edilebilen giysi türlerinin ve özelliklerinin ilettiği anlamlar, her kişinin bunlara ilişkin öznel yorumlarına bağlıdır. Ayrıca, bir kişinin giysinin çeşitli dış özelliklerine atfettiği anlamlar, kişinin belirli bir kültürel bağlam içindeki sosyalleşmesine ve aynı zamanda kişinin belirli sosyal durumlarda giysinin öğrenilen anlamlarını uygularken yaptığı doğaçlamalara dayanmaktadır [8].

Kimlik, yaşadığımız kültürel, ekonomik ve toplumsal ilişkilerle belirlenen, ilişkileri deneyimleme şeklimizi belirleyen ve kim olduğumuzu güvenceye alan bir anlamlandırma haritasıdır [9]. Giyim ve kimlik arasında güçlü bir etkileşim söz konusudur. Bu bağlamdaki çalışmasında, Negrin (1999), benliğin ve kimliğin, kişinin giydiği giysilerden bağımsız olarak var olamayacağını ima etmiştir [10]. Bu çalışmanın amacı, giyim ve mesleki kimlik arasındaki ilişkileri literatüre dayalı olarak ortaya koymaktır. Ayrıca kimliğin ve mesleki kimliğin giyinme üzerine etkileri, giyiminde kimlik ve mesleki kimlik oluşumuna katkısını belirlemek amaçlanmıştır. Bu derleme çalışmasında, ilgili literatür taranmış ve araştırmanın amaçları doğrultusunda ulaşılan kaynaklar karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.

2. GİYİM ve İŞLEVLERİ

Giyim insan vücudunu örten, korunma ve farklı birçok amaçla kullanılan temel insan ihtiyaçlarından biridir [11]. Giyim alanında yapılmış çalışmalar, giyimin 4 (dört) temel işlevine dikkat çekmektedir. Bunlar; koruma, sadelik/tevazu (modesty), gösterişlilik/açıklık (immodesty) ve süsleme işlevleridir [12]. Giyimin en bilinen işlevi insanları çevresel etkenlerden korumaktadır. Sadelik ve gösterişlilik işlevleri birbiriyle bağlantılıdır. Burada kişilerin içinde bulunduğu toplumlardaki farklı değerler ve anlayışlar ile kişisel tercihler söz konusu olmaktadır [13]. Dolayısıyla nasıl bir görünüm oluşturmak isteniyorsa, giyim o doğrultuda kişilere yardımcı olmaktadır. Roach-Higgins ve Eicher (1992), giyim süslemelerin, giyimin çekiciliğinin artmasına, giyimin sınıflandırılmasına, kimlik ve statünün sembolize edilmesine yardımcı olabileceğini belirtmişlerdir [8].

Giyimin temel işlevlerinin yanında sosyal, psikolojik ve kültür işlevleri de bulunmaktadır. Giyim ve giysi modası sayesinde kişiler kendilerini diğerlerinden farklı kılma imkânı bulurlar, benzersiz olma güdülerini tatmin edebilirler, kendi benliklerini ifade edebilirler, kişisel yaratıcılıklarının ve estetik yeteneklerinin açığa çıkmasını sağlayabilirler [12]. Giyim, kişilerin sosyal ilişki ve toplumda bir yer edinme ihtiyaçlarında da yardımcı

olmaktadır. Fussell' e göre (1983), "Giyim, her daim toplumsal bir bağlamın içinde yer alır ve söz konusu grup karşısında bireyin konumunu ortaya koyar". Ayrıca, bir gruba dahil olma, gruba karşı olma, uyum sağlama veya uyumsuzluk, küçük görme veya yüceltme, kabul etme veya reddetme gibi durumlar da giyim aracılığıyla ifade bulabilir [14]. Giyim kültürel değerlerin temsilcisidir [15]. Kültür, insan yaşamı boyunca, bütün maddi ve manevi yaşamsal pratikleri içinde barındıran değerli bir kavramdır [16]. Bununla birlikte örf ve adetler, içinde yaşanılan kültürel koşullar, ekolojik şartlar ve toplumsal değerler giyimin şekillenmesine katkı sağlayan önemli unsurlardır [17].

Giyim ve moda kavramları sıklıkla eşanlamlı kelimeler olarak kullanılır, ancak moda kelimesi içinde farklı farklı sosyal anlamlar barındırır, giyim ise kişinin ne giydiği, giysinin hammaddesi, giyen kişinin bireysel ve sosyal özelliklerine işaret etmektedir [18]. Schultheis'e (1988) göre moda, kişisel beğeni, sosyal kimlik ve kültürel sermaye bakımından farklılaşma isteklerini harekete geçirmektedir [19]. Giyside kullanılan, model, kumaş, renk, tarz ve süslemeler giyen kişi hakkında bilgiler taşımaktadır. Bu bilgiler sayesinde bir kişinin kimliği hakkında anlamlı çıkarımlarda bulunulabilir [16]. Farklı bir ifadeyle, toplumsallaşma süreci içerisinde bir iletişim biçimi olan giyim ve giysi modası, sembolik anlamları sayesinde, kişilerin seçimlerini ortaya koyan ve kimlikleri ifadelendiren kavramlardır [9].

3. KİMLİK OLUŞUMU ve MESLEKİ KİMLİK

Türk Dil Kurumu sözlüğünde kimlik kelimesi; "Toplumsal bir varlık olan insanın, nasıl biri olduğunu gösteren nitelik, belirti ve özelliklerin tümüdür" şeklinde açıklanmıştır [20]. Farklı bir ifadeyle kimlik; "kişinin kendisinin, davranışlarının, ihtiyaçlarının, motivasyonunun ve ilgilerinin belirli bir ölçüde tutarlı olup, kişinin diğer kişilerden farklı biri gibi algılanmasını kapsayan bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik bir zihinsel yapı" olarak ifade edilmektedir [21].

Kimlik oluşumu konusunda çeşitli disipliner yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi Erik Erikson'un yaklaşımıdır. Bu yaklaşımında Erikson, kimlik kavramını psiko ve sosyal bir yapı olarak açıklamaktadır [22]. Erikson kişileri, birbirleriyle sürekli etkileşim halinde olan ve sekiz dönemden oluşan psikososyal gelişim teorisi içerisinde incelemiştir [23]. Her bir gelişim dönemi bir önceki dönemden etkilenir ve bir sonraki dönem içinde bir basamak oluşturmaktadır. Böylelikle kişilerin gelişimi hayata geldiği ilk günlerden itibaren başlar ve birbirini takip eden ve hazırlayan basamaklardan oluşur [24]. Farklı bir ifadeyle, Erikson'a göre kimlik oluşumu, kişinin kendi şartları doğrultusunda, kendi biyolojik verililerine, psikolojik ihtiyaçlarına ve bağlamsal olasılıklarına göre kimliği tanımlayan, psikososyal taahhütleri keşfetme ve yapma kapasitesini içermektedir [25]. Erikson' a göre kimlik, ergenlik döneminde (11- 17 yaş) kazanılması gerekli olan temel bir özelliktir ve ulusal kimlik, grup kimliği, mesleki kimlik, kültürel kimlik ve cinsel kimlik gibi statülerin birleşiminden oluşmaktadır [26].

Mesleki kimlik tanımını ifade etmeden önce meslek kavramını açıklamak gerekmektedir. Meslek kavramı, genellikle uzun süreli ve yüksek dereceli öğrenim gerektiren, kendine has yasal ve ahlaki kuralları bulunan, bununla birlikte kişinin geçimini sağladığı uğraş şeklinde ifade edilmektedir [27]. Sullivan'a (2005) göre, meslek kavramı üç karakteristik özelliğe sahiptir. Bunlardan ilki, genellikle örgün eğitim veya çıraklık yoluyla edinilen

kodlanmış bilgi alanında uzmanlaşmış eğitime sahip olunmasıdır. İkincisi, meslekle uğraşanların, kendi uygulama standartlarını düzenlemek için belirli bir özerkliğinin kamu tarafından tanınmış olmasıdır. Son özellik ise mesleği icra edenlerin, ekonomik refahının ötesine geçen kamuya hizmet sağlama taahhüdü vermiş olmasıdır [28].

Mesleki kimlik icra edilen mesleğin ne olduğunu, yapılan iş doğrultusunda davranmanın ne anlama geldiğini dair anlayışları ifade eder ve yapılan işin felsefesini temsil etmektedir [29]. Cascio ve Gasker (2001), mesleki kimlik terimini; " Bir bilgi birikiminden oluşan bir öz imaj ve mesleğin değerlerinin kabulüyle birleştirilmiş bir beceri repertuarından meydana gelen bir kimlik" şeklinde açıklamıştırlar [30].

4. KİMLİK ve MESLEKİ KİMLİĞİN GİYİM ile İLİŞKİSİ

Belk'e göre (1981), bir kişinin kendi için seçtiği ürünler, o kişinin kişisel kimliğini, toplumdaki konumunu ve statüsünü anlamayı sağlayan tek ipucu ya da işaret değildir. Ancak, bu ürünler kişinin çok az tanıdığı ya da hiç tanımadığı karşı taraf için görünür hale geldiğinde, seçimi yapan kişinin değerlendirilmesi için tek ipucu ya da işaret haline dönüşebilir. Bu ürünler içerisinde önemli olanlardan bir tanesi de giysilerdir [31]. Barnard (1996), bu açıklamayı destekler bir şekilde kişilerin giysilerini; yaşları, cinsiyetleri, ekonomik imkanları, mesleki durumları, statüleri ve sosyal durumları doğrultusunda seçtiklerini ifade etmiştir [32].

İnsanlar, giysiler aracılığıyla kişisel ve sosyal kimliklerini ifade edilebilirler. Çünkü, giysiler, kişilerin kendisine ait birçok bilgiyi (kişisel kimlik) ifade etmesinin yanında sosyal kimliğin temsilinde de kullanılan imgelerdir [33]. Kişinin bireysel ve sosyal kimlik olgusu, giysiler yoluyla vücudunda somutlaşmaktadır. Bu somutlaşma, tarihin çok eski zamanlarından beri devam eden, günümüzde canlılığını koruyan ve gelecekte de devam edecek olan bir durumdur [16]. Gillani ve arkadaşları (2016), giyimin kullanıcı hakkında neredeyse her şeyi söylediğini ve giysilerin kişinin kimliğinin bir resmini yansıttığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte giyimin, kişisel ve sosyal kimliğin inşasına büyük ölçüde katkı sağladığını da ifade etmişlerdir [34].

Bu yaklaşım doğrultusunda, değerlendirilebilecek bir diğer araştırmada Piacentini ve Mailer (2004), gençlerin yaptığı kıyafet seçimlerinin, kendi kişisel kimlikleriyle yakından bağlantılı olduğunu vurgulamışlardır. Gençler kıyafetleri, hem kendilerini bir birey olarak ifade etmede hem de yaşamlarında karşılarına çıkan kişileri ve olayları yorumlamada bir yol olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte, gençler giysileri yaşamlarında önemli bir sosyal araç olarak gördüklerini de ifade etmişlerdir [35]. Marion'a (2003) göre ise, gençlerin giysiler aracılığıyla ifade etmeye çalıştıkları kimlik, kişisel ve sosyal (grup) süreçlere dayalı olarak ele alınmalıdır. Çünkü gençler, kendi akran gruplarına özgü giysi ve giysi aksesuarlarını tercih etmenin yanında kendi bireyselliklerini (kişisel kimliğin önceliği) ortaya koymak için de kendilerini diğerlerinden farklılaştırmaya da çalışmaktadırlar [36].

Giysiler sayesinde, mesleki kimliğin giyinme üzerine etkileri ve giysilerinde mesleki kimlik oluşumuna katkıları ortaya konulabilir. Bu bağlamda, Portekiz'de yönetici pozisyonunda çalışan kadınların giyim tercihlerine yönelik yapılan bir araştırma, kadın yöneticilerin tercih ettiği kıyafetlerin kimliklerini yansıtmanın yanı sıra profesyonel bağlam

içinde belirgin bir şekilde iş konumlarını da yansıttığını belirtmiştir [37]. Yani giyimin, mesleki kimliği oluşturmak ve yansıtmak konusunda olumlu katkıları olduğunu vurgulanmıştır. Cardon ve Okoro (2009), genç profesyonellerin iş yeri kıyafetlerine dair görüşlerini araştırdıkları çalışmalarında; birçok genç profesyonelin iş yerinde şık giyinmek istediğini ve çoğunluğun iş yerinde profesyonel özellikleri iletmesi bakımından kurumsal kıyafet kurallarını desteklediklerini belirtmişlerdir. Bununla birlikte, iş yerinde iyi giyinen çalışanların, meslektaşları, müşterileri ve iş yeri sahipleri üzerinde daha iyi izlenim oluşturduklarını ifade etmişlerdir [38].

Gregory Stone (1962), kimlik, ruh hali, değer ve tutumlar gibi çok çeşitli anlamların giysiler aracılığıyla aynı anda aktarılabileceğini belirtmiştir [39]. Farklı bir ifadeyle, giysilerin taşıdığı anlamlar ve kodlar sayesinde birçok ifadenin diğer kişilere kolayca iletildiği söylenilebilir. Song'un (2015), İşyerinde Kıyafet Kodu ve Kıyafet ile Kimlik Arasındaki İlişkiyi incelediği tez çalışması; Çinli genç profesyonel kadınların iş kıyafetlerini nasıl anladığını ve iş kimliklerini ifade etmek için kıyafetleri nasıl kullandıklarını araştırmıştır. Araştırma sonucunda, iş kimliği belirginliği ile uygun iş kıyafetlerini benimsemeye yönelik çabalar arasında pozitif yönde ilişki saptanmıştır. Bununla birlikte iş yeri giyiminden, kullanıcıların rahat ve güvende oldukları hissini almak; müşteriler, meslektaşlar ve yöneticilerin ise görsel izlenimi olumlu bir şekilde değiştirme beklentisi içinde oldukları sonucuna varılmıştır [40].

Literatürdeki ilgili çalışmaların bir bölümü, kişilerin mesleki kimlikleriyle ilgili algıları ve giysi tercihleri üzerine oluşturulan değerlendirmeler ile alakalıdır. Kang ve arkadaşları (2011), genç profesyonel erkeklerin iş kimlikleriyle ilişkili olarak algılarını ve giysi kullanımlarını araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırmada; kişinin iş kimliğinin kendini tamamlanmış hissetmesiyle bağlantılı olduğu ve katılımcıların iş kimliklerini ifade etmesi için meslekleriyle ilişkili sembolik öğelere sahip giysileri satın aldıkları veya satın almayı düşünüyor oldukları sonucuna varılmıştır [41]. Furnham ve arkadaşları (2014), kadın ve erkek diş hekimleri ile avukatların kendi iş rollerinde algıladıkları profesyonellik üzerinde giyimin etkisini araştırmışlardır. Çalışmada, katılımcılara daha önce hiç tanımadıkları avukat veya diş hekimlerinin iş yerinde çekilmiş fotoğrafları gösterilmiştir. Bunun sonucunda çalışma, daha spor ve resmi olmayan giyim tarzları yerine beyaz önlük veya resmi koyu renk takım elbise giymeyi tercih eden kişilere mesleki açıdan güven duyduklarını belirtmişlerdir [42].

Benzer şekilde Peluchette ve arkadaşlarının (2006), giyime verilen değer, giyimin iş yeri üzerindeki etkisi ve iş yerinde tercih edilen giysilere ilişkin inanç ve algıların, bireysel farklılıklarının incelendiği çalışmada; görünümüne önem verip kendini izleme düzeyi yüksek olan kişiler ve yönetici pozisyonunda olan kişiler için giyimin önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, kadın çalışanların erkek çalışanlara göre giyime daha fazla ilgi duyduğu ve giysileri için daha fazla zaman ayırdıkları belirlenmiştir [43].

Literatürdeki ilgili araştırmalardan bazıları, giysi seçimlerinin, mesleki kimliğin oluşturulması ve sürdürülmesindeki etkileri ile ilgilidir. İngiltere'de sosyal hizmet alanında çalışan eğitimcilerin, iş yeri için tercih ettikleri giysilerinin önemi araştırılmıştır. Bu araştırmanın örneklemini oluşturan 23 kişiden, yirmi ikisi (22) kadın biri (1) ise erkektir.

Araştırma sonucunda, giyimin bu alanda çalışan kişilerin hem yaptıkları işlere dair hem de kişisel değerlerini eylem halinde göstermelerinin önemli bir yolu olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda giyimin profesyonel kimliğinin geliştirilmesi ve sürdürülmesinde önemli rol oynadığı belirtilmiştir [44]. Tsaousi (2020) çalışmasında, Birleşik Krallık (UK) üniversitelerindeki kadın akademisyenlerin mesleki kimliklerini inşa etmek için giysileri nasıl kullandıklarına odaklanmıştır. Araştırmada; iş yerindeki giyimin, okulların genel entelektüel topluluğu hakkında ne hissettiklerini ve bu topluluğa uyum sağlamaları bakımından önemli gözüktüğüne yer verilmiştir. Bununla birlikte akademisyen kadınlar için giyimin çalıştıkları ortama uygunluğu kadar rahatlığın da ön planda tutulmasının önemli olduğu belirtilmiştir [45].

Bu yaklaşım doğrultusunda değerlendirilebilecek bir başka araştırmada Brown (2023), üniversiteden yeni mezun olup iş hayatına geçiş yapan genç kadınların, giysilerinde neleri tercih ettiklerini ve bu giysi seçiminin kimlik oluşumu üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Araştırmada derinlemesine bilgi elde etmek için katılımcılar ile röportaj yapılmıştır. Çalışma sonucunda, kişilerin sosyal karşılaştırmalar için ve çalışma arkadaşlarına uyum sağlamak amacıyla yüksek statülü giysileri satın almak istedikleri sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte kişiler evden çalışıyor olsalar bile mesleki kimliklerini giyim yoluyla ifade etmek ve bunu sürdürme eğiliminde oldukları belirtilmiştir [46].

5. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Literatür kaynakları incelendiğinde kimlik konusunun daha çok sosyologlar tarafından ele alındığı, giyim ve kimlik ile ilgili çalışmaların ise daha sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Kimlik kavramını, giyim seçimleri ile değerlendirmeye çalışan araştırmacıların çoğunlukla kadınlar üzerinde araştırmalar yaptığı incelenmiştir. Kimliğin giyimle ilişkisinin incelendiği çalışmalarda, bireysel kimlik ve sosyal kimlik ifadelerinin sıklıkla bir arada kullanıldığı görülmüştür. Kişilerin bireysel kimliklerinin oluşumu, kendi yaşam döngüsünde süregelen ve sürekli yenilenen bir kavram olmasının yanında kişilerin yaşamı boyunca içinde bulunduğu birçok ortamın (aile yaşamı, eğitim ortamı, iş ortamı, eğlence yerleri vb.) sosyal bir özellik taşıması sebebiyle bu şekilde ele alındığı düşünülmektedir.

Giyim aracılığıyla mesleki kimliğin ifade edilmesinde kişinin kendi bireysel kimliği, icra ettiği mesleğe dair algısı ve çalıştığı kurumun giyim kurallarının önemli olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, mesleki kimliğin ifadesinde kullanılan giysiler içerisinde, bireysel özelliklerin yanında çalışılan yerlerin sosyal ortamlar olması sebebiyle sosyal grup özelliklerini de barındırdığı düşünülmektedir. Sonuç olarak giyimin; içerdiği anlamlar, kodlar ve işaretler yoluyla hem kişisel kimliğin inşasında hem de mesleki kimliğin oluşumunda, kimlik ve mesleki kimliği ifade etme aracı olduğu söylenilebilir.

KAYNAKÇA

[1] Todorović, T., Čuden, A. P., Košak, K., & Toporišič, T., Language of dressing as a communication system and its functions–Roman Jakobson's linguistic method, Fibres & Textiles in Eastern Europe, 25, 5, 2017.

[2] Bohn, C., Clothing as medium of communication, Alemania. Traducido de la versión alemana, "Kleidung als Kommunikationsmedium, in dies., Inklusion, Exklusion und die Person". Konstanz, 2004.

[3] Türkan, K., Giyim Kuşamla İlgili Tespitler: Atatürk'ün Giysi Tercihleri Üzerine Bir Değerlendirme Denemesi, Folklor/Edebiyat, 17, 65, 2011.

[4] McCracken, G. D., and Roth, V. J., Does clothing have a code? Empirical findings and theoretical implications in the study of clothing as a means of communication, International journal of research in marketing, 6, 1, 1989.

[5] Adotey, J. A., Obinnim, E., and Pongo, N. A., The Relationship Between Clothes And First Impressions: Benefits And Adverse Effects On The Individual, International Journal of Innovative Research and Advanced Studies, 3, 12, 2016.

[6] Johnson, K. K., and Lennon, S. J., *The social psychology of dress*, Fairchild Bloomsbury, 2017.

[7] Davis, F., Moda, Kültür ve Kimlik (Çeviri: Özden Arıkan), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997.

[8] Roach-Higgins, M. E., & Eicher, J. B., Dress and identity, Clothing and textiles research journal, 10, 4, 1992.

[9] Göksel, N., Gençlerde giyim modası ve kimlik ilişkisi, Yedi, 1, 2007.

[10] Negrin, L., The self as image, a critical appraisal of postmodern theories of fashion, Theory, Culture and Society, 16, 3, 1999.

[11] Gillani, B. S., Haider, S. K. F., and Qazi, Z., The Impact of Personal Self on Clothing Choices among Women, J. Appl. Environ. Biol. Sci, 7, 10, 2017.

[12] Inglessis, M. G., *Communicating through clothing: The meaning of clothing among Hispanic women of different levels of acculturation*, Doctoral Dissertation, The Florida State University, USA, 2008.

[13] Flugel, J. C., The Psychology of Clothes. Hogarth Press, Londra, 1930.

[14] Waquet, D. and Laporte, M., *Moda* (Çev: Işık Ergüden), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2011.

[15] Bulut, L., and Börü, P., *The Role of Workplace Clothing in Creating Social Identity: A Case Study with Professional Women in Istanbul and Izmir*, International Conference on Knowledge and Politics in Gender and Women's Studies, 648, 2015.

[16] Akdemir, N., Visible Expression of Social Identity: the Clothing and Fashion, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 17, 4, 2018.

[17] Koca, E., Koç, F., Vural, T., *Kültürlerarası Etkileşimde Giyim Kuşam*, 38. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 793- 808, Ankara, 2007.

[18] Kawamura, Y., *Moda -loji, moda çalışmalarına giriş*. (Ş. Özüdoğru, Çev.). Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016.

[19] Rüling, C. C., Theories of (management?) fashion: The contributions of Veblen, Simmel, Blumer, and Bourdieu, Sociology, 2000.

[20] Dalbay, R. S., "Kimlik" ve "Toplumsal Kimlik" Kavramı, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (31), 2018.

[21] Bilgin, N., *İnsan ilişkileri ve kimlik*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1996.

[22] Erikson, E. H., Autobiographic Notes on the Identity Crisis, The Making of Modern Science: Biographical Studies, 99, 4, 1970.

[23] Bayram, H., Psikososyal Gelişim Kuramının Sosyal Bilgiler Dersi Kapsamında İncelenmesi, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8, 6, 2020.

[24] Süslü, D. P., *Çalışan ve Öğrenci Ergenlerde Kimlik Duygusu Kazanımının Araştırılması,* Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara Üniversitesi, Ankara, 2002.

[25] Kroger, J., Why Is Identity Achievement So Elusive?, Identity: An International Journal of Theory and Research, 7, 4, 2007.

[26] Atak, H., Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi: Kuramsal Bir Değerlendirme, Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 3, 1, 2011.

[27] Erbil, N., ve Bakır, A., Meslekte profesyonel tutum envanterinin geliştirilmesi, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 6, 1, 2009.

[28] Tapper, A., and Millett, S., Revisiting the concept of profession, Ethical Issues in organizations, 13, 2015.

[29] Fagermoen, M. S., Professional identity: values embedded in meaningful nursing practice, Journal of Advanced Nursing, 25, 1997.

[30] Smith, S., *An Exploration of Professional Identityin the Information Technology Sector,* Doctoral Dissertation, Edinburgh Napier University, England, 2016.

[31] Belk, W., R., Determinants of Consumption Cue Utilization in Impression Formation: An Association Derivation and Experimental Verification, Advances in Consumer Research, 8, 1981.

[32] Güngör, M., Giyim Kültürü ve Giysiye Sahip Olma Arzuları: Giyim Mandalası, EKEV Akademi Dergisi, 54, 2013.

[33] Parlak, S. D., Giyim Modasıyla Kimliğin Temsili Üzerine, Turkish Journal of Fashion Design and Management, 4, 2, 2022.

[34] Gillani, B. S., Haider, S. K. F., & Jan, F. A., The relationship of clothing with personal identity of different clothing style personalities among working women, Journal of Management Info, 3, 1, 2016.

[35] Piacentini, M., and Mailer, G., Symbolic consumption in teenagers' clothing choices, Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review, *3*, 3, 2004.

[36] Marion, G., Apparence et identité: une approche sémiotique du discours des adolescentes à propos de leur expérience de la mode, Recherche et Applications en Marketing (French Edition), 18,2, 2003.

[37] Magalhãoes, D. K. D., Saraiva, L. A., Neto, H. L. C. "Eu Sou O Que Visto": Estilo, Identidade E Imagem De Jovens Executivas, Holos, 1, 2021.

[38] Cardon, P. W., and Okoro, E. A., Professional characteristics communicated by formal versus casual workplace attire, Business Communication Quarterly, 72,3, 2009.

[39] Damhorst, M. L., In search of a common thread: Classification of information communicated through dress, Clothing and Textiles Research Journal, 8,2, 1990.

[40] Song, Y. J., and Bai Y. L., *Analysis of Symbolic Meaning and Behavior Characteristics of Fashion Consumption*, International Academic Conference on Frontiers in Social Sciences and Management Innovation, 403, 2019.

[41] Kang, M., Sklar, M., and Johnson, K. K., Men at work: using dress to communicate identities, Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 15, 4, 2011.

[42] Furnham, A., Chan, P. S., & Wilson, E., What to wear? The influence of attire on the perceived professionalism of dentists and lawyers. Journal of Applied Social Psychology, 43, 9, 2013.

[43] Peluchette, J. V., Karl, K., and Rust, K., Dressing to impress: Beliefs and attitudes regarding workplace attire, Journal of business and psychology, 21, 2006.

[44] Scholar, H., Dressing the part? The significance of dress in social work, Social Work Education, 32, 3, 2013.

[45] Tsaousi, C., That's funny… you don't look like a lecturer! Dress and professional identity of female academics, Studies in Higher Education, 45, 9, 2020.

[46] Brown, V., Navigating identity formation via clothing during emerging adulthood, Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 2023.

KARAR VERME SÜRECİNDE SEZGİLERİN ÖNEMİ VE ROLÜ

Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi İslim Deniz KARATEL

KTO Karatay Üniversitesi, islim_deniz_karatel@hotmail.com – 0000-0002-2737-5676

ÖZET

Karar verme olgusu, belirli bir sürecin ürünü olarak meydana gelmektedir. Karar verme sürecinde etkili olan birçok unsur söz konusu olmakta ve her bir olgu/olay, bir sonraki aşamayı etkilemektedir. Araştırmada, sezgilerin karar verme sürecindeki rolü ve önemi üzerinde durulmuştur. Sezgiler, birçok araştırmacı tarafından bilgiye ulaşma amacına/eylemine etki eden önemli bir faktör olarak görülmektedir. Örneğin Kant'a göre sezgi, bilgiye erişmek için ihtiyaç duyulan kaynaklara ulaşımı kolaylaştıran bir unsurdur. Sezgilerin belirli bir süre içerisinde geliştiğini, bir anda ortaya çıkmadığını öne süren araştırmacılar da olmuştur/bir anda ortaya çıkmadığını savunanlar da olmuştur (Öktem, 2000). Araştırma sonuçları göz önüne alındığında sezgilerin sadece duygulara ve güdülere dayalı olarak meydana gelmediği/gelmediğini, geçmişten günümüze edinilmiş deneyim ve tecrübelerin yansıması/eseri olduğu söylenebilir/söylemek mümkündür.

Karar verme sürecine ilişkin bazı amaçlar ortaya çıkmaktadır. Bu amaçlar incelendiğinde;

Karar verme sürecine ilişkin aşamaların belirlenmesi,

Karar verme modellerinin sınıflandırılması,

Karar verme modelleri temelinde sezgisel karar vermeye ilişkin önemli parametrelerin tespit edilmesi,

Karar verme sürecinde sezgilerin rolünün tespit edilmesi,

Karar verme sürecinde sezgilerin öneminin tespit edilmesi, gibi unsurlarla karşılaşılmıştır/gibi faktörler karşımıza çıkmaktadır.

Karar verme sürecine etki eden faktörlerin fazla olmasındaki neden karar verme sürecine pozitif katkı sağlayabilecek kaynak çeşitliliğini artırmaktır/çeşitli kaynak bulmaktadır. Doğru ve sağlıklı kararların alınması adına, karar verme süreci değer teşkil etmektedir. Bu süreçte, rasyonel karar vermenin yanında özellikle sezgisel karar vermeye ağırlık verilmektedir. Bu noktada, sezgilerin ve sezgisel karar vermenin karar verme sürecindeki rolü ve önemi irdelenmiş, geçmişte üzerinde sıklıkla durulmayan sezgilerin rolünün, karar verme sürecindeki etkisi araştırılmış ve analize tabi tutulmuştur. Karar verme sürecinin, geniş kapsamlı bir inceleme konusu olduğu bilindiğinden, araştırmada, karar verme sürecine etki eden karar verme modellerine kısaca değinilmiş, bunula birlikte sezgisel karar verme süreci özellikle mercek altına alınmış, araştırma bu noktada sınırlandırılmıştır/bu aşamada sonlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Karar Verme, Stratejik Karar Verme, Karar Verme Süreci, Sezgi, Önseziler.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Karar Verme Kavramı

Alternatif seçenekler arasında en iyi olanın tercih edilmesi karar verme şeklinde ifade edilmektedir. Yaşantımız içerisinde her daim farklı seçenekleri değerlendirmeye almakta ve bunlar arasında seçim yapmak suretiyle hayatımızı şekillendirmekteyiz (Tekin ve Ehtiyar, 2010: 3394).

Karar verme çalışmaları psikoloji, sosyoloji, ekonomi, antropoloji ve yönetim gibi birçok farklı alanla ilgilenmektedir. Bu da geniş bir skalaya yayılan karar verme sürecini ön plana çıkarmaktadır.

Karar verme kavramı hayatın her aşamasında gündeme gelmekte ve olumlu-olumsuz çeşitli sonuçları beraberinde getirmektedir. Burada karar vermeye ilişkin birçok tanımlamaya yer verilmesiyle birlikte konuya açıklık getirmek planlanmaktadır.

2.1.1. Karar Verme Kavramının Tanımlanması

Karar verme, sorunlar sistemi gündeme geldiğinde uygun karar birimleri vasıtası ile alternatif davranış şekillerinden birinin tercih edilmesi ve uygulamaya alınması olarak tanımlanmaktadır (Kuruüzüm, 2000). Burada birçok unsur ön plana çıkmaktadır. Bunlar:

- Sorunlar silsilesi,
- Karar modelleri,
- Seçeneklerden en uygununun seçilmesi şeklindedir.

Sorunların çözümüne ilişkin olarak, olumlu neticeye erişmek adına değerli bilgilerin toplanması, mantıklı akıl yürütme ve doğru araçlarla seçenekler oluşturulması ve en uygun seçeneğin ise tatbik edilmesi karar verme şeklinde ifade edilmektedir (Koçoğlu, 2010).

Yukarıda da görüldüğü üzere, karar verme birçok işlem, analiz, kontrol ve uygulama aşamalarından meydana gelmektedir. Kararın önem derecesine göre bu aşamalara ayrılan süre ve verilen önem de doğru orantılı olarak artış göstermektedir.

Sorunların çözümünde her basamakta seçimlerin yapılması adına gerekli olan mekanizma karar verme şeklinde tarif edilmektedir (http://www.myenocta.com/cmsportal/Pages/common_file_display.aspx?fileID=caN8WEOSef0%3d, 10.08.2022).

Karar ve karar verme kavramlarına ait bazı tanımlamalara yer verildikten sonra, karar verme faaliyetlerine ilişkin ayırt edici özelliklere yer verilmesinde fayda görülmektedir.

2.1.2. Karar Vermenin Önemi

Karar vermenin önemi, alınacak kararın türüyle de alakalı olabilmektedir. Yaşamın yönünü değiştirecek bir karar alınacağı zaman, verilecek karar da o nebze önem taşımaktadır. Bunun yanında, doğru verilen kararlar hayatı kolaylaştırıp olumlu sonuçlar alınmasına yol açarken; yanlış kararlar ise istenmeyen sonuçların ortaya çıkmasına, kişilerin bunalıma girmesine veya çeşitli çıkmazlara sebep olabilmektedir (Kıral, 2015: 75). Bundan dolayı da, kararların büyük bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Bahsedilenlerin yanında, karar verme davranışı olmadan hiçbir işin icraata dönüşmesi söz konu olamaz. Bu da en önemsizinden en önemlisine kararın ne denli gerekli ve değerli olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmamız temelinde ise ağırlıklı olarak yönetsel karar verme üzerinde durulması planlanmaktadır. Yönetsel karara vermeye olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bu noktada karar vermenin önem arz etmesinde (Onaran, 1971: 38);

- Bilimsel manada yöneticiliğe ilişkin akımların eleştirisine yer verilmesi yani örgütte çalışanların karar verirken psikolojik, sosyolojik ve zihinsel yönlerine dikkat çekilmesi,
- Sanayi ve askerlikle alakalı konuların çözüm beklemesi de karar vermeye dair çalışmaları hızlandırmıştır. Özellikle istatistik karar kuramı, yöneylem araştırması ve oyun kuramı yöneticilerin karar vermelerine yardımcı olamk adına geliştirilmiştir.

Karar vermeye ilişkin önem kısaca ele alındıktan sonra karar verme türleri sürelerine göre değerlendirmeye alınmaktadır.

2.1.3. Karar Verme Türleri

Karar verme türleri incelendiğinde, literatürde birçok farklı şekilde yer edindiği görülmektedir. Bazı uzmanlara göre karara verme: yapılar, yönetim düzeyleri ve yönetsel kararlar şeklinde sınıflandırma söz konusu olmaktadır. Ayrıca her bir grup da kendi içerisinde alt başlıklarla ifade edilmektedir. Örneğin Yönetsel kararlar (Koçoğlu, 2010: 38-39):

- Programlanmış kararlar:
  - ✓ Bu kararlar sürekli olarak yenilenen ve rutinleşmiş kabul edilen kararlardır.
  - ✓ İç çalışma amaçlarına yönelik kararlardır.
  - ✓ Daha önce nasıl uygulama alanı buldu ise sonra da aynı biçimde uygulanmaktadır.
  - ✓ Bazı durumlarda dışa dönük olarak da uygulama alanı bulmaktadırlar.
  - ✓ En iyi örnek gündelik kararlardır.
  - ✓ Orta seviyedeki ve alt birimdeki yönetici kararları ile müşteri siparişleri ve ücret tarifeleri bu kapsamda değerlendirilmektedir.

- Programlanmamış kararlar:
✓ Kurum ve bireylerin olağandışı durumlarda aldıkları kararlardır.
✓ Daha öncesinde çok örneği bulunmayan veya daha önceden kararlaştırılmamış kararlardır.
✓ Söz konusu probleme ait ayrıntılar net ve belirli olduğunda çözümlerin da hızlı olacağı tespit edilmiştir.

Yönetim seviyeleri bazında karar türleri incelendiğinde, kurumsal kararlar, stratejik kararlar ve operasyonel kararlar sıralamasına yer verilmektedir. Buna göre (Koçoğlu, 2010: 40);

- Kurumsal kararlar:
✓ Yeni işletme meydana getirme veya yeni bir iş kolu oluşturmaya ilişkin kararlardır.
✓ İşletmeye ilişkin yerin seçilmesi, yatırım, yönetim ve işletme kurma bu kararlar kapsamındadır.
✓ Belirsizliğe ait düzeyin bu karar grubunda yüksek olduğu görülmektedir.
- Stratejik kararlar:
✓ Bu kararlar kurumsal yapıyla ilişkili müşteri ihtiyaçları, çevreye ilişkin analizler, geliştirme yolları, hizmet sınıflandırma ve değerlendirmesi gibi kararlardır.
✓ Değerleri, faaliyetleri ölçülebilirken, kısa çözümlere ulaştıran kararlardır.
- Operasyonel kararlar:
✓ Kurumların alt birimlerini ilgilendiren kararlardır.
✓ Burada genel plan ve hedefler ön plana çıkmaktadır.
✓ Riskleri düşük kararlardır.
✓ İşletmenin belirli bir birimi adına ayrılan kaynaklara ait kullanımla alakalı verilen kararları içermektedir.

Araştırmamız temelinde karar verme türleri kapsadıkları süre bazında sınıflandırılmak istendiğinde; kısa dönemli, orta dönemli ve uzun dönemli kararlar karşımıza çıkmaktadır.

2.2. Karar Verme Sürecinde Sezgilerin Rolü ve Önemi

Bu kısımda, karar verme sürecinde sezgilerin ne denli rol oynadığı ve bu rollerin ortaya çıkardıklarıyla birlikte arz ettikleri önem üzerinde durulmaktadır. Konuya ışık tutması açısından sezgi kavramının tanımlanmasına, özelliklerine ve karar verme süreci içerisindeki yerine odaklanılmaktadır.

2.2.1. Sezgi Kavramının Anlam Bakımından İncelenmesi

Sezgi kavramı birçok açıdan tanımlanmıştır. Örneğin nörolojik olarak sezgi kavramı ele alınmak istendiğinde, bilinçaltı enformasyona ait işleme mekanizması olarak tarif edildiği görülmektedir (Laughlin, 1977).

Yukarıda belirtildiği üzere, sezgi kavramının birçok farklı alanda kavramsal olarak ele alınabileceği ve farklı tanımlama ve analizlerin söz konusu olduğunu söylemek mümkün görünmektedir.

Sezgi kavramı en genel hali ile doğrudan kavrama şeklinde ifade edilmektedir. Bazı durumlarda duyularla bazı durumlarda da akılla örtüştürülerek sezgisel manada kavrama söz konusu olabilmektedir. Sezgi içerisinde doğrudan doğruya kavramanın olması ise çıkarım, neden, öncül veya tanımlamanın ve düşünme sisteminin yani sürecinin olmaması manasını taşımaktadır. Burada doğrudan kavramadan bahsedilmektedir. Sezgi ile akıl yürütme veya kavramlar arası ilişki kurulmadan araçsız bir zihin sürecinden söz edilmektedir (The Encyclopedio of Philosophy, 1967: 204-211).

‘’Kant’a göre bilgiyi kavrama dönüştüren şey zihindir ve bilginin ana kaynağını ise deneyimler oluşturur. Temelinin hislerden oluştuğunu düşünen Kant, sezgiyi istenilen bilgiye ulaşmayı sağlayan bilişsel bir yetenek olarak tanımlamıştır. Aynı zamanda bilgiye erişmek için gerekli olan kaynak materyale sezgi aracılığıyla ulaşıldığına inanan Kant, sezginin birdenbire değil belirli bir süre zarfında ortaya çıktığını ifade etmiştir’’ (Öktem, 2000).

Burada sezgiler, bilişsel beceriler olarak tarif edilmektedir. Aynı zamanda bilgiye sahip olunması adına da sezgi önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Sezgi, önemli aşamalardan geçen bir sürecin ürünü olmaktadır.

2.2.2. Sezgilere Ait Temel Özellikler

Sezgi bazı uzmanlara göre insanların psikolojik işlevleri arasında sayılmaktadır. Duygu, duyum ve düşünce ise sezgi dışındaki psikolojik işlevlerdir. Sezginin özellikleri içerisinde, bilinçdışı olan esasların algılanması yatmaktadır (Jung, 1943).

Yukarıdaki ifadeden hem sezgi kavramına ilişkin özellik hem de bir tanımlama çıkarmak mümkündür.

Sezgisel kavrayışın insana ait dilsel gelişimden önceki döneme mal eden uzmanlar da söz konusu olmaktadır (Laughlin, 1977). Burada duyusal gelişimin öncüllüğü konu edilmektedir.

Sezginin temel özelliklerini ortaya koyabilmek için sezgi ve rasyonellik arasındaki ilişkiden başlayacak olursak, sezgi konusunda önemli çalışmaları olan Osho'nun da ileri sürdüğü gibi sezgi bilinemeyen olma fikrine dayanan bir çeşit histir. Bilinemeyen şeye ulaşmak mümkündür fakat bilinemeyen şeyi mantık çerçevesinde açıklayabilmek imkânsızdır (Osho, 2001).

2.2.3. Sezgilerin Karar Verme Sürecindeki Rolü ve Önemi

Bazı durumlarda bir karar varmadan önce, bildiğini bilmeden bazı şeylerin önceden bilindiği yani sezgilere göre hareket edilerek karar verildiği görülmektedir. Bu durum bazen yanan bir evden son anda çıkması gerektiğine karar veren bir itfaiyeci bazen de satrançta bir sonraki hamlesini satranç tahtasında örgen bir oyuncuda belirebilmektedir. Bu ve buna benzer birçok örnek verilebilmektedir. Kahneman (2017: 19) buna uzmanlık ya da sezgisel beceri gösterileri şeklinde yaklaşmaktadır. Kişi bu karar verme durumunu sezgileri ile yaptığını düşünmekte ancak bahsedilen sezgilerin altında yıllara dayanan deneyim ve tecrübe yatmaktadır. Örneğin bir satranç ustasının en azından 10 bin saat alıştırma yapması gerekmektedir. Sezgisel uzmanlığın oluşması adına, belirli bir düzen ve sürekliliğin olması gereklidir.

Herbert Simon'a göre sezgisel uzmanlık, yaşanan durumun işaret vermesiyle birlikte hafızadaki bilgiye uzman erişim sağlanmış ve buradaki bilgi ise gerekli cevabı vermektedir. Burada sezgilerin farkındalıkla tanımlandığı ifade edilmektedir. Bazı durumlarda da uzmana ait eksik bilgiler neticesinde yanlış kararlar verilebilmektedir. Yani bazı kararların uzman sezgilere dayandığı bazılarının ise bundan soyutlandığı görülmektedir.

Sezgilerin karar verme sürecindeki rolüne ait bazı parametreler üzerinde durulmak istendiğinde;

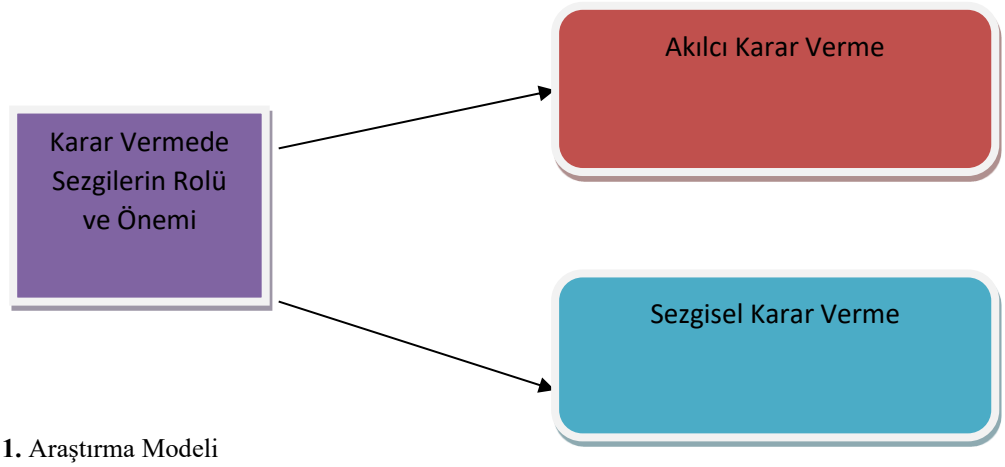
- Yargı, sezgi ve deneyime dayalı karar vermeden söz edilmektedir.
- İnsan faktörünün odak noktasına alınmasıyla birlikte karar verme gerçekleşmektedir.
- Gerek zihinsel ve gerekse psikolojik evrelerin insanlar üzerindeki etki ve yansımaları bazında sezgiler karar verme noktasında belirleyici olmaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmamız karar verme sürecinde sezgilerin rolü ve önemi üzerinde durmakta ve bunu tespit etmek amacı ile yöneticilerle yapılan ''Akılcı ve Sezgisel Karar Verme Ölçeği'' üzerinden analizlere gidilmektedir. Araştırmamıza ilişkin model Şekil 5 aracılığı ile ele alınmaktadır

.



Şekil 11. Araştırma Modeli

Bu çalışma temelinde tarama modeline yer verilmektedir. Nicel bir araştırma yöntemi olan tarama modeli, belirlenen örneklem üzerinden anket uygulaması ile bilgilerin toplanması sonucunda meydana getirilmektedir (Lavrakas, 2008).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmaya 212 kişi katılım sağlamıştır. Ancak bazı anket formlarında çeşitli soruların tam olarak cevaplanmaması nedeni ile araştırmaya katılan deneklerin 197'sine ait veriler başarılı bir biçimde değerlendirmeye alınmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmamız içerisinde ''Akılcı ve Sezgisel Karar Verme Stilleri Ölçeği''ne yer verilmiştir. Hamilton ve diğ. (2018) tarafından geliştirilmiş ölçek ile ilk olarak 24 madde oluşturulmuş bulunmaktadır. Yapılan psikometrik ölçümler neticesinde iki alt boyutlu ve 10 maddelik sorular elde edilmiştir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması ise İme ve diğ. (2020) tarafından gerçekleştirilmiş ve gerekli izinler alınarak uygulamaya konulmuştur.

Araştırmamız içerisinde yer verilen ölçek 5'li likert yapıdan meydana gelmektedir. Örneklem ise orijinal halindeki şekli ile üniversite öğrencilerinden değil, metal sektöründe faaliyet gösteren yöneticilerden oluşturulmuştur. Türkçe'ye uyarlanan çalışmada 740 öğrenciye yer verilirken, araştırmamızda ise 197 yönetici söz konusu olmaktadır. Araştırmaya katılanların 86'sı erkek (43.7) ve 111'i kadın (56.3) olmaktadır. Yani araştırmamızın katılımcı sayısı 197 kişiden meydana gelmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeğe ilişkin Cronbach Alpha katsayıların tümünün ölçek güvenilirliği için makul düzey olarak ifade edilen 0,60'tan yüksek olduğu saptanmıştır. Analiz sonucuna göre güvenilirlik katsayıları incelendiğinde ölçeğin "yüksek derecede güvenilir (%88)" olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmada kullanılan Akılcı ve Sezgisel Karar Verme Stilleri Ölçeği'ne ait olan 2 alt boyut arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetinin araştırılması amacı ile pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucuna göre akılcı karar verme alt boyutu ile sezgisel karar verme alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı orta derecede ve pozitif yönde bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. (r=0,551*)

4. BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların kaygı, depresyon, ruh sağlığı ve ekonomik durumları ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile istatistiksel sonuçlar elde edilecektir.

4.1. Demografik Verilerin İncelenmesi

Bu kısımda araştırmaya konu olan katılımcılara ait çeşitli demografik verilerine ilişkin incelemeler yer almaktadır.

4.2. Veriler Arası Değişkenlerin İncelenmesi

Kişiler, yaşamlarının her aşamasında her biri farklı olmak kaydıyla çeşitli durumlarla, sorunlarla, ikilemlerle karşılaşmaktadırlar. Her bir kişi ilgili durumda nasıl davranacağı, o sorunu nasıl çözeceği veya bir ikilem durumunda hangisini tercih edeceğine yönelik kararlar almaktadır. Bu bölümde bireylerin bu gibi durumlar karşısında akılcı ve sezgisel karar verme tutumlarını yöneltilen her bir sorun durumu karşısında belirlemek amacı ile istatistiksel sonuçlar elde edilecektir.

4.3. Güvenilirlik Çalışması

Araştırmada kullanılan ölçeğin araştırmayı ne derecede iyi temsil ettiğinin ve sonuçların ne derece güvenilir olacağının araştırılması amacı ile güvenilirlik çalışması uygulanacaktır. Bu nedenle yapılan analizler sonucunda ölçeklerin tamamına ilişkin güvenilirlik analizleri sonuçları yapılacaktır.

4.4. Korelasyon Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin veya araştırmayı ortaya koymak amacı ile tasarlanan soruların arasındaki ilişkinin varlığını, yönünü ve şiddetini tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmaktadır.

5. SONUÇ

Çalışmamız içerisinde karar verme sürecinde sezgilerin rolü ve öneminin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmaya katılan genç yetişkinlerin %43,7'sinin (86'sının) erkek ve %56,3'ünün (111'inin) kadın olduğu yani

toplamda 197 katılımcının söz konusu olduğu görülmektedir. Araştırmaya ilişkin diğer veriler analiz edilmek istendiğinde;

- Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %5,6'snın ortaokul mezunu, %8,6'sının lise mezunu, %15,7'sinin ön lisans mezunu, %49,8'inin lisans mezunu, %13,7'sinin yüksek lisans mezunu ve %6,6'sının de doktora mezunu olduğu belirlenmiştir.
- Katılımcıların aylık gelirlerine ilişkin dağılımlar irdelendiğinde; genç yetişkinlerin %27.5'inin aylık gelirinin düşük, %51,2'sinin aylık gelirinin orta ve %21,3'ünün de aylık gelirinin yüksek olduğu katılımcıların çoğunluğunun 1 aylık gelirinin orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmamızda veriler arası değişkenler incelendiğinde; araştırmaya katılan bireylerin "Bir karar almadan önce gerekli bütün bilgileri toplamayı tercih ederim" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bireylerin bir karar almadan önce sıklıkla gerekli bütün bilgileri toplamayı tercih ettikleri yönündedir.

Araştırmaya katılan bireylerin "Nihai kararımı vermeden önce farklı karar seçeneklerini detaylıca incelerim" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bireylerin çoğunluğu nihai kararını vermeden önce her zaman farklı karar seçeneklerini detaylı inceleyeceklerini ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verirken, o durumun artı/eksilerini, ya da risklerini/yararlarını düşünüp taşınmaya zaman ayırırım" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bireylerin çoğunluğun karar verirken sıklıkla o durumun artı/eksilerini ya da risklerini düşünüp taşınmaya zaman ayırdıklarını gündeme getirmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verme sürecimin önemli bir bölümü gerçekleri araştırmaktır" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bireylerin çoğunluğun sıklıkla karar verme süreçlerinin önemli bir bölümü gerçekleri araştırmak olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verirken birçok farklı durumu ölçüp tartarım" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bireylerin çoğunluğun her zaman karar verirken birçok farklı durumu ölçüp tarttıklarını ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verirken esas itibarıyla sezgilerime güvenirim" sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, bireylerin çoğunluğun sıklıkla karar verirken esas itibarıyla sezgilerine güvendiklerini gündeme getirmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verirken genellikle önsezime göre hareket ederim" sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, bireylerin çoğunluğun sıklıkla karar verirken genellikle önsezilerine göre hareket ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin "Kararlarımı sezgilerime dayanarak alırım" sorusuna verdikleri yanıtlar temelinde, bireylerin çoğunluğunun kararlarını her zaman sezgilerine dayanarak aldıklarını ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verirken ilk izlenimlerime güvenirim" sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, bireylerin çoğunluğunun karar verirken sıklıkla ilk izlenimlerine güvendiklerini kanıtlamaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin "Karar verirken analizden çok hislerime ağırlık veririm" sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, bireylerin çoğunluğunun karar verirken her zaman analizden çok hislerine ağırlık verdiklerini gündeme gelmektedir.

Sonuç olarak, araştırmamızla birlikte sezgilerin karar vermede büyük bir öneme sahip olduğu ortaya konmaktadır. Bu görüşü destekleyen birçok araştırmaya da rastlanmaktadır. Örneğin kişinin farkında olmadan edindiği ve netice elde etme noktasında yardımcı olan anlaşılması güç his olarak tabir edildiği görülmektedir (Barnard, 1976).

Yönetimsel sezgi isimli çalışma incelendiğinde ise karar verme sürecinde rasyonelliğin mi yoksa sezgilerin mi daha fazla kullanıldığı araştırılmaktadır. Burada sonucun duruma göre değişebileceği ortaya konmaktadır. Ayrıca karar verme sürecine etki eden ortam durağan ve stabil ise rasyonelliğin etkili olduğu sonucuna varılmaktadır. Karar verme nokrasında süreç belirsiz ve karmaşık olduğundaysa karar vermeye sezgilerin daha fazla etki gösterdiği görülmektedir (Denhardt ve Dugan, 1978).Araştırmamızda sezgilere göre karar vermeye başvuranların çoğunlukta olduğu ve genel olarak sezgilerini takip ettikleri neticesine varılırken, Agor (1986) sezgiyi içgüdüsel ve gerçekçi izleri barındıran çeşitli girdi kaynaklarının son hali olarak ifade etmektedir. Özellikle üst düzey yöneticilerin stratejik kararlar alma noktasında sezgisel karar vermeyi etkin biçimde kullandıkları bilinmektedir. Ayrıca bu konuda sezgilerin takip edilmesini zorunlu hale sokan bazı unsurlar olduğu öne sürülmektedir. Söz konusu koşullar;

- Belirsizlik düzeyinin yüksek olması,
- Elde edilen verilerin bilimsel verilerle tahmin edilmesine ilişkin düzeyin düşük olması,
- Gerçek odaklı veri miktarının düşük olması,
- Karar verilecek konuyla alakalı yeterli kaynağın mevcut olmaması,

- Sınırlı zaman,
- Karar verici üzerinde doğru karar verilmesi noktasında uygulanan baskı,
- Birden fazla alternatifin söz konusu olması,
- Analitik manada verilerin işlerlik kazanmadığı durumların söz konusu olması sayılabilmektedir.

Simon (1976)'un yaptığı araştırmaya göre, sezgilerin karar vermedeki gücü oldukça büyüktür. Sezgisel süreçlerin nasıl işlerlik kazandığı, bu sürecin nasıl gerçekleştirildiğinin araştırıldığı noktada, sezgiler yoluyla karar sürecinin hızlı karar vermeye etkisi olduğu ortaya konmaktadır. Ayrıca sezgilerin kaynağının uzun süre hafızada depolanan bilgilere dayalı olarak ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Bunun yanında, bireyin dikkatini çeken ipuçlarının birleşimi niteliğini taşıdığı da öne sürülmektedir.

Araştırmamız neticesinde elde edilen veriler ışığında bazı öneriler ön plana çıkmaktadır. Bu önerilerden bazıları;

- Rasyonel karar verme ile sezgisel karar verme süreçlerinin sağlıklı biçimde tahlil edilmesi,
- Sezgisel karar vermeye etki eden ve sezgisel karar vermeyi meydana getiren unsur ve yapıtaşlarının iyi anlaşılması gerektiği,
- Sezgilerin karar verme sürecindeki etkisinin çeşitli deneyimlere dayandığı gerçeği düşünülerek karar vermeye olan katkılarının göz önünde bulundurulması,
- Sezgisel karar vermenin karar sürecindeki rolü ve önemine ilişkin daha fazla farkındalık oluşturulması ve konuyla alakalı daha fazla eserin üretilmesinin gerekliliği ortaya konmaktadır.

- **KAYNAKÇA**

- Adair, J., (2003). *Etkili Karar Vermek*, Babıali Kültür Yayıncılık, İstanbul, p. 117.
- Agor, W. H., (1986). Introduction, in W. H. Agor, ed., Intuition in Organizations: Leading and Managing Productively. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Ak, T., (2009). *Marka Yönetimi ve Tüketici Karar Sürecine Etkileri*, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman, s. 53.
- Bakiev, E., (2015). Organizational Behaviour, https://slideplayer.biz.tr/slide/3133808/,
- Bakka, J. F. ve Fivestal, E., (1986). *Organisationsteori, Struktur, Kultur, Processer*, [Organizational Theory, Structure, Culture, Processes], Nyt Nordisk Forlag, Arnold Busck, Denmark, p. 171-178.
- Banhard, C. I., (1976). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Berridge, K. C., (2002*). Irrationalpursuit: Hyper-incentivesfrom a visceralbrain* içinde I. Brocas ve Carrillo J. D. (eds.), Thepsychology of economicdecisions (17–40). Oxford, Oxford University Press.
- Burke, L. A. ve Miller, M. K., (1999). Taking the Mystery Out of Intuivite Decision Making, *Academy of Management Executive*, 13(4), p. 92.
- Certo, S. C., (2003). *Modern Management*, Prentice Hall, New Jersey, p. 157.
- Chen, C. ve Chien, C., (2009). What Constitutes a Quality Desicion?, *Journal of Quality*, 16(2), p. 89-90.
- Conner, P. E. ve Becker, B. W., (2003). Desicion Making Styles of Young South Indian Consumers: An Exploratory Study, *Collage Stundent Journal*, Vol 32, No: 1, pp. 155-180.
- Çil, İ., (2018). Karar Verme Modelleri, Karar Teorisi ve Analizi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Daft, R., (2003). *Management,* 6th Edition, Thomson South Western, p. 273.
- Daft, R. L., (2010). *Understanding the Theory and Design and Organizations*, 10th Edition, USA: South Western, Cengage Learning.
- Demirtaş, K., (2018). Örgütsel Karar Verme Süreci, Kariyerim Dergisi, https://www.kariyerimdergisi.com/orgutsel-karar-verme-sureci/, Erişim Tarihi: 19.01.2023.
- Denhardt, R. B. ve Dugan, H. S., (1978). Managerial Intuition. Lessons from Jung and Barnard. *Business and Society*, 19 (1), 26–30.
- Dessler, G., (2004). *Management*, Pearson Education Ltd., New Jersey.
- Ersöz, F. ve Kabak, M., (2010). Savunma Sanayi Uygulamalarında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Literatür Araştırması, https://www.researchgate.net/publication/315831572_Savunma_Sanayi_Uygulamalarinda_Cok_Kriterli_Karar_Verme_Yontemlerinin_Literatur_Arastirmasi, Erişim: 11.09.2022.
- Eugene, S. S. ve Shefy, E., (2004). *Developing Intuiton: Becoming Smater by Thinking Less*, Academy of Management Best Conference Paper, MED: C6.
- Foka-Kavalieraki, Y. ve Hatzis, A. N., (2011). Rational After All: Tower and Improved Model of Rationality in Economics, *Revue de Philosophie Economique*, 12(1), p. 6.
- Güngör, S. ve Özcan, U., (2022). Karar Kuramı ve Karar Verme, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, S. 33, s. 120.

- Hamilton, K., Shih, S.I., Mohammed, S., (2018). The Development and Validation of the Rational and Intuivite Desicion Styles Scale, *Journal of Personalty Assesment*, 98(5).
- Harrison, E. F., (1993). Inter-Disciplinary Models of Mythor Reality, *Management Desicion,* 31(8), p. 28.
- Harrison, E. F., Pelletier, A. M., (2000). The Essence of Management Decision, *Management Decision*, Vol: 38, No: 7, p. 463.
- Heracleous, L. Th., (1994). Rational Decision Making: Mythor Realtiy?, *Management Development Review*, 7(4), p. 17.
- Hogg, A. ve Vaughan, G. M., (2007). *Sosyal Psikoloji*, (Çev: İ. Yıldız ve A. Gelmez), Ütopya Yayınevi, Ankara.
- İme, Y., Kalı Soyer, M. ve Keskinoğlu, M.Ş., (2020). Akılcı ve Sezgisel Karar Verme Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, Yıl 10, Cilt 16.
- Jung, C. G., (1943). *Bilinç ve Bilinçaltının İşlevi*, İnsan Ruhuna Yöneliş.
- Kabakçı, Ş., (2001). *Tüketici Davranışlarını Etkileyen Bir Faktör Olarak Yaşam Tarzı: Çukurova Üniversitesi'nde Okuyan Kız Öğrencilerin Yaşam Tarzı Tiplerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma,* Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Kahneman, D., (2017). *Hızlı ve Yavaş Düşünme*, (Çev: Filiz Deniztekin ve Osman Ç., Deniztekin), Varlık Yayınları, p. 19.
- Karabacak, E., (1993). *Medyanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Pazarlama Yönetimi Açısından Önemi,* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Karacadağ Kalkınma Ajansı, (2010). https://www.karacadag.gov.tr, s. 3.
- Kavas, A. C., Katrinli, A., Özmen, Ö. T., (1995). *Tüketici Davranışları,* Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Yayınları, Eskişehir.
- Kıral, E., (2015). Yönetimde Karar ve Etik Karar Verme Sorunsalı, *Journal of Educational Sciences, 6*(2), s. 73, 75.
- Krajewski, Lee, J., Ritzman, Larry, P., (1999). *Operations Management Strategy and Analysis*, Addison-Wesley Longman Inc., p. 3.
- Koçel, T., (2003). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınları, s. 104.
- Koçoğlu, E., (2010). *İşletmelerde Yöneticilerin Karar Verme Süreci ve Bu Süreçte Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı*, Yüksek Lisans Tez, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s. 45.
- Koçyiğit, S., ve Ayan, M., (2014). *Karar Verme Türleri*, Lisans Tezi, Türkiye Temsilciliği İşletme Bölümü, York University, İstanbul, s. 6.
- Kurt, Ü., (2003). *Karar Verme Sürecinde Yöneticilerin Kişilik Yapılarının Etkileri*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s. 25.
- Kuruüzüm, A., (2000). *Karar Destek Sistemlerinde Çok Amaçlı Yöntemler*, Akdeniz Üniversitesi Basım Evi, Antalya.
- Laughlin, C., (1977). *The Nature of Intuition: A Neuropsychological Approach*, in Intuition: The Inside Story: Interdisciplinary Perspectives, Edt:Davis- Floyd, R. & Arvinson, Princeton University, New York.
- Lavrakas, P. J., (2008). *Introduction,* P.J., Lavrakas, (Ed.), Encyclopedia of Survey Research Methods içinde (s.35-41). California: Sage.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), (2014). *Aile ve Tüketici Hizmetleri*, Tüketici Karar Süreci, Ankara, s. 4.
- Mossberger, K., ve Wolman, H., (2003). Public Policy as a Form of Prospective Policy Evaluation: Challenges and Recommendations, *Public Administration Review,* 63(4), p. 431-435.
- Mucuk, İ., (1999). *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitabevi, 11. Basım, İstanbul, s. 89.
- Nilsson, M., ve Dalkmann, H., (2001).Decision Making and Strategic Environmental Assessment, *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, 3(3).
- Nugent, P. S., (1981). *Management and Modes of Thought*, Organizational Dynamics, p. 49.
- Odabaşı, Y. ve Barış, B., (2003). *Tüketici Davranışı*, Medacat Akademi, İstanbul, s. 224.
- Onaran, O., (1971). *Örgütlerde Karar Verme,* Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları No: 121, Sevinç Matbaası, Ankara, s. 38, 100.
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi, (2020). *Karar Vermek*, İşletme Yönetim, Samsun, s. 36.
- Osho (2001). *Intuition, Knowing Beyond Logic*, St.Martin's Griffin.

- Öktem, U., (2000). Descartes, Kant, Bergson ve Husserl'de Sezgi, Ankara Üniversitesi, *Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi,* 40 (1), 159–188.
- Papatya, D., (2014). *Tüketici Davranışlarını Etkileyen Sosyal ve Kültürel Faktörler*, http://www.slideshare.net/didosssss/tketici-davranlarn-etkileyen-sosyal-ve-kltrel-faktrler, Erişim Tarihi: 10.11.2022.
- Robenson, J. F., and Copacino, W. C., (1994). *The Logistic Handbook*, New York: The Free Press.
- Robbins, S. P., ve Coulter, M., (2005). *Management*, International, 8th Edition, Prentice Hall, p. 135.
- Roedder, J. G., Sujan, M., (1990). Children's Use of Perceptual Cues in Product Categorization, Psychology and Marketing, *Special Issue on Psychology and Marketing to Children*, Winter, 7, p. 277-294.
- Schramm-Nielsen, J., (2001). Cultural dimensions of decision making: Denmark and France compared. *Journal of Managerial Psychology, 16*(6), p. 405.
- Simon, H. A., (1947). *Administirative Behaviour*, New York, McMillian.
- Simon, H. A., (1976). *Administrative Behaviour A Study of Desicion Making Processes in Administrative Organization* (Third Edition), The Free Press: New York, p. 1.
- Sürücü, A., (1998), *Yaşam Biçimi ve Pazarlamada Kullanımı-Otomobil Sektöründe Bir Uygulama,* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Şahin, A. Ş., (2003). *Satın alma ve Risk Yönetiminin Tedarik Zinciri Yönetimindeki Yeri*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Taggart, W. ve Valenzi, E., (1990). Assesing Rational and Intuivite Styles: A Human Information Processing Metaphor, *Journal of Management Studies*, 27(2), s. 149-154.
- Tekin, Ö. A., (2009). *Yönetimde Karar Verme: Batı Antalya Bölgesinde Bulunan Beş Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Çeşitli Departman Yöneticilerinin Karar Verme Stillerini Tespit Etmeye Yönelik Uygulamalı Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, s. 48.
- Tekin, A. ve Ehtiyar, V. R., (2010). Yönetimde Karar Verme: Batı Antalya Bölgesindeki 5 Yıldızlı Otellerde Çalışan Farklı Departman Yöneticilerinin Karar Verme Stilleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Yasar University, 20*(5), s. 3394.
- The Encyclopedio of Philosophy, (1967). C. IV,"Intuilion" md, New York, sS. 204-211.
- Tural, N., (1988). ''Rasyonel Karar Kumarı ve Eğitim Yönetiminde Karar Kuramı'', *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, C. XXI, S. 1, ss. 498-499.
- Türk Dil Kurumu (TDK), (2010). Genel Türkçe Sözlük, http://tdk.org.tr, Erişim Tarihi: 22.08.2022.
- http://www.myenocta.com/cmsportal/Pages/common_file_display.aspx?fileID=caN8WEOSef0%3d, Erişim: 10.08.2022.
- Wescott, M. R. ve Ranzoni, J. H., (1963). *Correlates Intuivite Thinking*, Psychological Reports, 12, p. 595.
- Yaralıoğlu, K., (2010). *Karar Verme Yöntemleri*, Detay Yayınları, Ankara.
- Yaşar, O., (2016). *Davranışsal Karar Verme, Düşünme, Problem Çözme*, Detay Yayıncılık, Ankara, s. 8.
- Yaşlıoğlu, M. M., (2007). *Karar Verme Sürecinde Eğilimler ve Bir Araştırma*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s. 17.

TENEKE ADLI ROMANDA / OYUNDA YER ALAN AĞIZ UNSURLARI

Doç. Dr. Serdal KARA

Mardin Artuklu Üniversitesi,

ORCID ID: 0000-0003-0133-7767

ÖZET

Bireyler içinde doğup büyüdükleri toplumun kültürel yapısına bağlı olarak sosyalleşmekte, insan ve doğa ile iletişim kurmaktadır. Yaşadığı toplumun bulunduğu coğrafi konumu da insan ve doğa ile iletişiminde etkilidir. Bu iletişimde toplum ya da toplum içindeki bireylerin zihin dünyalarını, hislerini, doğa ve insana bakışını, olaylar karşısındaki tepkisini somut olarak kültür taşıyıcısı dilde görebilmekteyiz.

Her toplum kendine ait ortak bir yazı dili geliştirebilmektedir. Ancak tarihi, coğrafi ve kültürel gelişmelere, ilişkilere bağlı olarak bölgeler arasında yazı dilinden farklı konuşma dilleri de oluşmaktadır. Konuşma dili tarihi süreçte birbirinden farklı ses ve şekil özellikleri gösterebileceği gibi ana dilin arkaik özelliklerini de taşıyabilmektedir. Toplumların bireyleri arasındaki konuşma dilinin zaman zaman edebi metinlere de yansıtıldığını görebilmekteyiz. Bunlardan biri de incelemeye esas aldığımız Yaşar Kemal'in "Teneke" adlı eseridir. İçinde yaşayıp büyüdüğü Çukurova'yı çok iyi bilen ve bölge halkını tanıyan Yaşar Kemal bölge halkına ait kültür ögelerini eserine yansıtmıştır. Bu kültür ögelerinden biri de bölgeye ait konuşma dilidir.

Yaşar Kemal'in "Teneke" adlı eserinde yer alan ağız unsurlarını tespit etmeyi amaçladığımız çalışmamızda ilk olarak Yaşar Kemal ve eseri hakkında kısaca bilginin verildiği "Giriş" bölümü yer almakta; daha sonra bölgeye ait ağız özelliklerinin ortaya konulmaya çalışıldığı "Dil özellikleri" bölümü gelmektedir. Son olarak çalışmamızda elde edilen bulguların yer aldığı "Sonuç" bölümüne yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaşar Kemal, Teneke, ağız,

DİALECT ELEMENTS İN THE NOVEL / DRAMA TENEKE

ABSTRACT

Depending on the cultural structure of the society in which they were born and raised, individuals socialize and communicate with humans and nature. The geographical location of the society in which he lives is also effective in his communication with people and nature. In this communication, we can see the mental worlds, feelings, views of nature and human beings, and their reactions to events in the language that carries culture.

Every society can develop its own common written language. However, depending on the historical, geographical and cultural developments and relations, different spoken languages are formed between the regions. Spoken language can show different sound and morphological features in the historical process, as well as carry the archaic features of the mother tongue. We can see that the spoken language between the individuals of the societies is sometimes reflected in the literary texts. One of them is Yaşar Kemal's work called Teneke, which we took as the

basis of our study. Yaşar Kemal, who knows very well Çukurova, where he lived and grew up, and knows the people of the region, reflected the cultural elements of the people of the region into his work. One of these cultural elements is the spoken language of the region.

In our study, in which we aim to determine the dialect elements in Yaşar Kemal's work called Teneke, firstly, there is the "Introduction" section where brief information about Yaşar Kemal and his work is given; Then comes the "Language features" section in which the dialect features of the region are tried to be revealed. Finally, the “Conclusion” section, which includes the findings of our study, is given.

Key Words: Yaşar Kemal, Teneke, dialect

Giriş

Yaşar Kemal, 1915 Rus işgali nedeniyle Van’ın Muradiye ilçesine bağlı Günseli kasabasından Çukurova’nın bir Türkmen köyü olan Hemite köyüne (o zamanlar Kadirli’ye bağlı bir köy) göç eden bir ailenin çocuğudur (Kemal, 2003: 15-31). 1923’te bu köyde dünyaya gelen Yaşar Kemal (Kemal, 2003: 32), biri öz ikisi üvey olmak üzere üç kardeşini de sıtmadan kaybedince evin tek çocuğu olarak kalır (Kemal, 2003: 77-78).

Rus işgali nedeniyle Çukurova’ya doğru bir buçuk yıl sürecek göç yolunda ailesinin yaralı halde bulduğu Yusuf adlı bir çocuk tarafından babası bir cami avlusunda öldürülür (Kemal, 2003: 28-34). Dört buçuk yaşında olan Yaşar Kemal’in gözü önünde olan bu hadise sonrası Yaşar Kemal on iki yaşına kadar kekeme kalır (Kemal, 2003: 34). Aynı yıllarda her yıl babasının Yaşar Kemal adına kestirdiği kurbanlığın kesimi sırasında halasının kocasının elinde olan bıçak kayarak Yaşar Kemal’in sağ gözünün üstüne saplanır ve bu gözünü kaybeder (Kemal, 2003: 34).

Asıl adı Kemal Sadık Gökçeli olan Yaşar Kemal 1951 yılının ilk çeyreğine kadar gerçek adını kullanmaya devam eder. Ancak gerek hapishaneden yeni çıkmış olması gerekse de kendisi için medyada oluşturulan olumsuz hava nedeniyle Abidin Dino’nun önerisi ile 1951’de Cumhuriyet gazetesinde işe girdikten sonra Yaşar Kemal adını kullanmaya başlar (Kemal, 2003: 102, 124). Cumhuriyet gazetesinde birlikte çalıştığı Ömer Sami Coşar aracılığıyla bir yabancı kuruluşta çalışan eşi Thilda’yla 1952 yılında tanışıp evlenir (Kemal, 2003: 66, 104)

Yaşamını devam ettirebilmek için daha çok arzuhalcilik ve gazetecilik yapan Yaşar Kemal, pirinç tarlalarında su bekçiliğinden pamuk toplayıcılığına, traktör şoförlüğünden öğretmen vekilliğine, oltayla balık tutup satmaktan tabelacılığa, batöz ırgatlığından biçerdöver sürücülüğüne kadar birçok işte çalışmıştır (Kemal, 2003: 102)

Halk şairlerinin, büyük destan anlatıcılarının gelip atıştığı ve her kadının ağıt yakmasını bildiği bir Türkmen köyü olan Hemite köyü dahil Çukurova’da Karacaoğlan’ın bir şiirini bilmeyen herhangi bir erkek ya da kadın yoktur (Kemal, 2003: 44). Böyle zengin bir kültür çevresinde yetişen Yaşar Kemal sekiz yaşında halk şairleri gibi şiir söylemeye başlamış ve dokuz yaşında ünü çevre köylere yayılmıştır (Kemal, 2003: 35-36). Dokuz yaşına kadar okuma yazma bilmeyen Yaşar Kemal, üç ay içinde de okuma yazma öğrenir (Kemal, 2003: 36-37).

On yedi yaşına kadar halk ozanları ve eserleri ile yetişen Yaşar Kemal on altı on yedi yaşlarında folklor derlemeleri yapmaya başlar ve ilk folklor derlemesi olan “Ağıtlar” 1943’te yayımlanır (Kemal, 2003: 119). Cumhuriyet gazetesindeki röportajları “Anadolu Notları” başlığı altında yayımlanır (Kemal, 2003: 64) On yedi yaşından sonra Batı edebiyatı ile ilişki kuran Yaşar Kemal’in (Kemal, 2003: 95) “Bebek” hikayesi 1951’de Cumhuriyet gazetesinde bir dizi olarak yayımlanır. Bu hikayeleri içeren “Sarı Sıcak” kitabı 1952’te çıkar (Kemal, 2003: 119). 1953-1954’te Cumhuriyet gazetesinde dizi halinde yayımlanan “İnce Memed” (Kemal, 2003: 71) 1955’te kitap olarak yayımlanır (Kemal, 2003: 119). Otuz dokuz yıl süren dört ciltlik “İnce Memed”in birinci cildi ile ikinci cildi arası on beş yıl sürerken üçüncü ile dördüncü cildi arası bir iki yıl sürer (Kemal, 2003: 120). “Teneke” adlı romanı ise “İnce Memed”in ardından 1954’te yayımlanır (Kemal, 2003: 72)

Gezgin ozanların çok etkilediği yazarın eserleri insanın gizemine ulaşmaya çalışan, düş ile gerçekliğin içi içe olduğu ve bunların yeniden yaratıldığı metinler olarak karşımıza çıkmaktadır

Erdemleri ve rezillikleri çarpıştıran Yaşar Kemal, tam anlamıyla gerçekçi bir trajedi yazarıdır (İnce, 2020: 19). Yaşar Kemal güncel olanı değil, her zaman sürekli olanı, tekrarlananı, güncel olanda ebedi olanı "gündelik olanı" yazar (İnce, 2020: 21). Yaşar Kemal, "Ben köy edebiyatı tanımına çok kızarım. Edebiyat edebiyattır." der (İnce, 2020: 23). Ayrıca kendisini "Ben bir geleneksel öykü anlatıcısıyım." şeklinde tanımlar (İnce, 2020: 53).

Çalışmamıza konu olan Yaşar Kemal'in "Teneke" adlı eseri, zulüm ve yozlaşmışlığa karşı verilen mücadele sonucunda ötekileşmiş ve yalnızlaşmış kaymakamın; baskı ve zulüm altındaki toplumun ötekileştirme ve yalnızlaştırma karşısındaki tutumunun ve yozlaşmış düzenin devamının işlendiği iki bölümden oluşan bir eserdir. Eserinin ikinci bölümü birinci bölümün oyunlaştırılmış halidir. Eserde işlenen konu iki farklı türde metin halinde sunulmaktadır. Birinci bölüm roman türünde kaleme alınırken ikinci bölüm iki perde halinde kişilerin diyalogları ile oyun türünde verilmektedir.

Dil Özellikleri

Yazı dilinde olmayan Anadolu'da kullanılan birçok sözcük ve deyimi eserlerinde kullanarak yazın dünyasına kazandıran Yaşar Kemal'in önemli eserleri arasında yer alan ve bizim de çalışmamıza konu olan Türkiye Türkçesi yazı dilinde yer almayan ya da sessel veya anlamsal açıdan farklı yer alan "Teneke" adlı eserinde tespit edebildiğimiz başlıca söz varlıkları şu şekildedir:

Allasen: Allahını seversen "Resul Efendi, şu Kaymakam çocuğun aklı da akıl mı Allasen!" (Kemal, 2018: 59)

Apak: Güzel, iyi "Hemi de apak petek balı düşünürüm." (Kemal, 2018: 127)

Barmak: Parmak "Biz zulüm altında, barmak gadar bir çocuğun zulmü altında, inim inim inliyoruk." (Kemal, 2018: 74)

Başkaca: Ayrıca "Başkaca biz ne yapalım?" (Kemal, 2018: 63)

Belenmek: Bulanmak "At da, kendisi de çamura belenmişti bu yüzden..." (Kemal, 2018: 66)

Beyle: Böyle "Seni heç beyle bellemiyordum." (Kemal, 2018: 21)

Billah: Allah için "Billah su." (Kemal, 2018:47)

Böylecene: Böylece "Köyün hepsi, kadın erkek, çoluk çocuk, genç ihtiyar, hepsi yola düşüp böylecene kasabaya Kaymakama gideceklerdi." (Kemal, 2018: 45); Bakmazsan halimize, binip trene, Ankaraya böylecene Başkumandana gideceğiz." (Kemal, 2018:47)

Candarma: Jandarma " Sen candarma mısın?" (Kemal, 2018: 57)

Cavalacoz: Boş konuşan, gereksiz konuşan "De get, ulan! Cavalacoz!" (Kemal, 2018: 96)

Cilpirti: Çit örmede kullanılan çalı "Başka köylerde huğun çıtı cilpirti çalılarıyla örülür." (Kemal, 2018: 61)

Cubhalı: Suçlu "Sonracığıma cunhalı düşersin." (Kemal, 2018: 132)

Çemrek: Kolları ve bacakları sıvanmış (kimse) "Tepeden tırnağa çamura, toza batmış, dize kadar çemrek kalabalığı görenler bunda bir iş, mühim bir iş olduğunu anlamakta gecikmediler." (Kemal, 2018: 46)

Çemremek: Paçayı, eteği kıvırıp sıvama "Komisyon azaları bacaklarını çemreyerek köye yürüdüler." (Kemal, 2018: 48)

Çemrenmek: Kendi paça ve eteğini kıvırıp sıvamak "Dize kadar çemrenmişlerdi." (Kemal, 2018: 44)

Çokuşmak: Üşüşmek "Arabaların içine uzatılmış sıtmadan tir tir titreyen yüzüne gözüne karasinek çokuşmuş, boyunları sivrisinek yeniği içinde, kıpkızıl yaraya kesmiş çocukları,... görüyor." (Kemal, 2018: 73)

Dakka: Dakika "Bir dakika daha durma." (Kemal, 2018: 133)

Doğrucana: Doğruca, hiçbir yöne sapmadan "Doğrucana Başkumandana..." (Kemal, 2018: 47)

Dünek: Kümes "Karadağlının ördekleri, su altında kalmış dünekleri diye..." (Kemal, 2018: 116)

Emecik: Emek, çaba "Çok korkarım ki emeciklerin tümden boşa gide. Allah Allah, inşallah, emeciklerin boşa gide..." (Kemal, 2018: 103)

Esrikleşmek: Kendinden geçmek, ilham almak "Şu resmi de büyük Paşamızın resmini de tam karşısına as da Kaymakam oğlumun, o resme baksın baksın da biz bu vatanı nasıl kurtardık, ondan esrikleşsin..." (Kemal, 2018: 101)

Evermek: Evlendirmek "Bugüne kadar üç tane öksüz büyütüp evermişti." (Kemal, 2018: 61)

Evrapa: Avrupa "Biz memleketimizi Evrepanın yanına, hizasına çıkarmıştık." (Kemal, 2018: 74)

Eyi: İyi "Çok eyi bir adam Gaymakam." (Kemal, 2018: 21), "Çok eyi bir adam." (Kemal, 2018: 21), "Eyi düşün" (Kemal, 2018: 59)

Fıkara: Yoksul "Ne desin? Fıkara..." (Kemal, 2018: 151), "Fakir fıkranın ahını almadın, kardaş!" (Kemal, 2018: 158)

Firez: Ekin "Öteki köyde firezler ipileşiyordu." (Kemal, 2018: 62)

Getmek: Gitmek "Bütün servetimi buraya yatırdım, kurudu getdi." (Kemal, 2018: 58), "Geet, get ulan." (Kemal, 2018: 97)

Göçmek: Yok olmak "Halbusaykim, dedim, büyüklerimizin, Cumhuriyet Hökümetinin sayasında derebeylik çoktan göçtü." (Kemal, 2018: 74)

Gözel: Güzel "Gözel efendim." (Kemal, 2018: 19)

Güldürlü: Kültürlü "Öyle güldürlü bir babayiğit ki..." (Kemal, 2018: 104), "Güldürlü adamlar çok güldürlü olurlar." (Kemal, 2018: 104)

Halbusaykim: Halbuki "Halbusaykim, dedim, büyüklerimizin, Cumhuriyet Hökümetinin sayasında derebeylik çoktan göçtü." (Kemal, 2018: 74)

Halbuysam ki: Halbuki "Halbuysam ki Türklüğün kurtarıcısı ulu Bozkurtun peşine düşüp de Türk milletinin kurtaran benim gibi bir ağaydı!" (Kemal, 2018: 140)

Hayıt: Çalı görünümünde mavi, pembe çiçekli bitki türü, ayıt (Vitex Agnus-castus) "Çalılıklara düştü. Hayıt acı kokar..." (Kemal, 2018: 58), "Çakıltaşı eğer koksaydı, Hayıt çalısı gibi kokardı." (Kemal, 2018: 58)

Hemi de: (I) Hem de "Hemi de çoluğu çocuğumlan bile öldürüyorsun." (Kemal, 2018: 59), "Hemi de İstanbulu öz bir göbeğinde." (Kemal, 2018: 94)

(II) Hepsi de "Hemi de doğru!" (Kemal, 2018: 102)

Huğ: Toprak sıvalı kamıştan yapılan bir çeşit köy evi "Başka köylerde huğun çıtı cilpirti çalılarıyla örülür." (Kemal, 2018: 61)

İpileşmek: Işıldamak, parlamak "Öteki köyde firezler ipileşiyordu." (Kemal, 2018: 62)

İyicene: Tam olarak, adam akıllı "Çocukları iyicene çamura sokup kucağınıza alın." (Kemal, 2018: 46)

Kantarma: Gem "Atın kantarması köpük içinde kalmıştı." (Kemal, 2018: 66)

Kardaş: Kardeş "Amanı bilin mi, kardaş!" (Kemal, 2018: 27)

Kıymetlik: Kıymet, değer "Bizim için hiçbir kıymetliği yokdur." (Kemal, 2018: 127)

Mevzulu bahis: Mevzubahis, söz konusu olan "Burada insanın hayatı mevzulu bahistir." (Kemal, 2018: 139)

Neme: Neyime "Neme gerek,..." (Kemal, 2018: 113)

Oldu bitti: Eskiden beri, önceden beri "Ben seninle oldu bitti kardaş gibiyim." (Kemal, 2018: 65)

Öbürsü: Bir sonraki "Çeltik Komisyonu, öbürsü gün öğleden sonra, Sazlıdere köyüne gitti." (Kemal, 2018: 68)

Ölgün: Bitkin, güçsüz "Kolları ölgün ölgün iki yanında sallanıyordu." (Kemal, 2018: 68)

Öylecene: Öylece, o şekilde "Öylecene, orada kalakaldı." (Kemal, 2018: 47)

Pambuk: Pamuk "Pambuklarımız, ekinlerimiz su altında galdı." (Kemal, 2018: 47)

Sağman: Mülk, zenginlik? "Hepsi servete sağmana boğuldu." (Kemal, 2018: 94)

Sakamatlık: Aksaklık, terslik "Bir sakamatlık var!" (Kemal, 2018: 151)

Sakametlik: Aksaklık, terslik "Yarına kalırsa belki bir sakametlik çıkar." (Kemal, 2018: 105), "Herhangi bir sakametlik çıkarsa Resul, şu parmağımı sokar da gözlerini çıkarırım." (Kemal, 2018: 106)

Sankileyim: Sanki "Sankileyim in cin yok evde." (Kemal, 2018: 146)

Sonracığıma: Sonra "Sonracığıma cunhalı düşersin." (Kemal, 2018: 132)

Şimdicik: Hemen şimdi, şu anda "Şimdicik, şimdicik." (Kemal, 2018: 97)

Tazminatlık: Tazminat "İki milyon, beş milyon da tazminatlık verecek." (Kemal, 2018:139)

Teke: Mert "Sen adamın tekesiymişsin," dedi...(Kemal, 2018: 21)

Tene: Tane "Senin okuduğun yüksek mekteplerde iki tene okuduyorum." (Kemal, 2018: 58)

Vallaha: Vallahi "Vallaha göbeğe kadar su." (Kemal, 2018: 47)

Zıbara: Orta, dip "Geet, cehennemin zıbarasına get!" (Kemal, 2018: 97)

Ses Bilgisi

Ünlü Uyumu

Yazı dilinde uyum dışında kullanılan bazı yabancı kökenli sözcükler metinde uyuma uygun olarak yer almaktadır.

"Halbusaykim, dedim, büyüklerimizin, Cumhuriyet Hökümetinin **sayasında** derebeylik çoktan göçtü." (Kemal, 2018: 74)

"Çoluğumu, çocuğumu, ordumuzun gıdasını gurtardın **zulumdan**, dedim." (Kemal, 2018: 75)

"Yedi **duval** onun üstünden geçmiştir." (Kemal, 2018: 129)

"**Afsunlu**" (Kemal, 2018: 150)

Ünsüz Uyumu

İncelediğimiz metinde bazı eklerin uyum dışı kullanılması nedeniyle ünsüz uyumunun bozulduğu sözcükler tespit edilebilmektedir.

"Bu milletin derebeyliğe tahammülü **galmamışdır**." (Kemal, 2018: 74)

"**Sokakda**, çarşıda gamçıyla adam döver." (Kemal, 2018: 74)

"Bir eyice **berkitdiler** benim dediklerimi..." (Kemal, 2018: 75)

"Sonra da arkadaşlar **çıkdılar**,..." (Kemal, 2018: 75)

"İflahımı **kesdi**." (Kemal, 2018: 75)

Ön Seste "b" Sesinin Korunması

"Biz zulüm altında, **barmak** gadar bir çocuğun zulmü altında, inim inim inliyoruk." (Kemal, 2018: 74)

Ön Seste "e" Sesinin Koruması

"Çok **eyi** bir adam Gaymakam." (Kemal, 2018: 21), "Çok **eyi** bir adam." (Kemal, 2018: 21), "**Eyi** düşün" (Kemal, 2018: 59)

"Bir **eyice** berkitdiler benim dediklerimi..." (Kemal, 2018: 75)

"e" sesinin birleşik sözcükte de korunduğu görülmektedir.

" '**Pekeyi** Murtaza Beyefendi,' dedi, 'anladım işi.' " (Kemal, 2018: 75)

Ünlü Türemesi

Ön Seste Dar Ünlü Türemesi

Türkçede sözcük başında "r" sesi bulunmaz. Bu nedenle halk söyleyişlerinde "r" ile başlayan sözcüklerin başına ünlü getirilir (Ergin, 2012: 61).

Rasul > İrasul "Eee İrasul Efendi, İrasul Efendi, duyduk ki, gumisyona irest çekmişsin." (Kemal, 2018: 8)

Rest > irest "Eee İrasul Efendi, İrasul Efendi, duyduk ki, gumisyona irest çekmişsin." (Kemal, 2018: 8)

Rezil > irezil "O namussuz Kör Cemal, o Danacı Halilin eli galem tutan irezili Pehlivan Usda." (Kemal, 2018: 20)

Rıza > Iraza "Göster gendini Irazam" (Kemal, 2018: 51)

Romatizma > uratizma "Uratizma olacak..." (Kemal, 2018: 131)

Ruhsatiye > uruskatiye " 'Yarın gel uruskatiyeni al!' dedi" (Kemal, 2018: 21)

Rüşvet > ürüşvet "Ürüşvet alır, köylüleri soyup soğana çevirir." (Kemal, 2018: 75)

İç Seste Geniş Ünlü Türemesi

Türkçe olmayan sözcüklerde iç seste görülmektedir.

Şehr > şeher "Gadıköyünde dünyaya gelmiş. Padişahlar şeherinde." (Kemal, 2018: 21)

İcra > icara "Sen tam otuz yıldır bu kasabada icara sanat eylersin." (Kemal, 2018: 147)

Ünlü Genişlemesi

İncelediğimiz metinde Arapça bir sözcüğün ilk hecesinde yer alan dar yuvarlak ünlünün yuvarlak geniş ünlü olarak kullanıldığı görülmektedir.

ü > ö

Hükumet > hökümat "Hökümata gidak" (Kemal, 2018: 45), "Halbusaykim, dedim, büyüklerimizin, Cumhuriyet Hökümetinin sayasında derebeylik çoktan göçtü." (Kemal, 2018: 74)

i > e

Bir sözcükte 1. şahıs iyelik eki yardımcı ünlüsünde görülmektedir.

"Buyurun Beğem, efendim. Gaymakam Beğemiz bizim." (Kemal, 2018: 18)

Ünlü Daralması

e > i

Mektep > mektip "Onun mektibi" (Kemal, 2018: 20)

Metinde istek ekinin dar ünlü olarak kullanıldığı görülmektedir.

"Elini ayağını öpüyüm Gaymakamım." (Kemal, 2018: 58)

o > u

Komisyon > gumisyon "Eee İrasul Efendi, İrasul Efendi, duyduk ki, gumisyona irest çekmişsin." (Kemal, 2018: 8)

Ünsüz Türemesi

İncelediğimiz metinde yabancı kökenli bir sözcükte iki ünlü arasında "y" ses türemesi tespit edilebilmektedir.

Daire > dayire "Dayiresi, görsen efendim paşam, dedim, ayağı çarıklı köylüylen dolar..." (Kemal, 2018: 75)

Sözcük grubunda vurguya bağlı olarak "ş" türemesi görülmektedir.

Ha şöyle > Haşşöyle " 'Haşşöyle Ağam,' diye sevindi." (Kemal, 2018: 66)

Ünsüz Düşmesi

"ğ" Düşmesi

Bir sözcükte tespit ettiğimiz "ğ" düşmesi ikiz ünlü oluşumuna neden olmaktadır.

Değil > deel “Sonradan görmüş deel, o İrasul tersi gibi...” (Kemal, 2018: 21), “ ‘Ben kul olana kötülük edecek adam deelim,’ dedi.” (Kemal, 2018: 21)

Ötümlüleşme

k > g

Ön seste

Kaç- > gaç- “Gasabanın da huzuru sahiden gaçtıydı.” (Kemal, 2018: 75)

Kaç > gaç “Gaç para eder.” (Kemal, 2018: 75)

kadar > gadar “Sırtını Murtaza Ağasına dayayan zarar görmüş müdür şimdiye gadar?” (Kemal, 2018: 21)

Kafa > gafa “Dazlak gafasını, gaşıdı düşündü.” (Kemal, 2018: 75)

Kal- > gal- “Pambuklarımız, ekinlerimiz su altında galdı” (Kemal, 2018: 47)

Kalem > galem “Galemin ucunu ağzına sokdu.” (Kemal, 2018: 75); “O namussuz Kör Cemal, o Danacı Halilin eli galem tutan irezili Pehlivan Usda.” (Kemal, 2018: 20)

Kalıntı > galıntı “Geldi derebeyi galıntısı zart zort etti.” (Kemal, 2018: 74)

Kamçı > gamçı “Sokakda, çarşıda gamçıyla adam döver.” (Kemal, 2018: 74)

Kan > gan “Biz ganı emiyoruk.” (Kemal, 2018: 58)

Kasaba > gasaba “Biz gasabamıza onları sokup da, gasabamızın gül adını lekeleyemek, dedim.” (Kemal, 2018: 74)

Kaşı- > gaşı- “Dazlak gafasını, gaşıdı düşündü.” (Kemal, 2018: 75)

Kaymakam > Gaymakam “Sevgili Gaymakamımız” (Kemal, 2018: 18)

Kazanç > gazanç “Bizim gazancımız insan ganı” (Kemal, 2018: 58)

Kendi > gendi “Göster gendini” (Kemal, 2018: 51)

Komisyon > gumisyon “Eee İrasul Efendi, İrasul Efendi, duyduk ki, gumisyona irest çekmişsin.” (Kemal, 2018: 8)

Komutan > gumutan “Tanırım gumutanım” (Kemal, 2018: 40)

Komünist > guminist “Kim yetiştirir mekdibi, o guminist Kör Cemallen, Danacının oğlu Pehlivan Usda...” (Kemal, 2018: 21)

Kurtar- > gurtar- “Çoluğumu, çocuğumu, ordumuzun gıdasını gurtardın zulumdan, dedim.” (Kemal, 2018: 75)

İç seste

hakikat > hakigat “Sana hakigatını söyleyeyim mi?” (Kemal, 2018: 58)

t > d

Ön seste

Tatlı > datlı “Bir datlı adam ki...” (Kemal, 2018: 21)

İç Seste

İncelediğimiz metinde yabancı kökenli sözcüklerde görülmektedir.

Usta > usda "...Pehlivan Usda." (Kemal, 2018: 20)

Mektup > mekdip "Senin hakkında kötü mekdip ulaşdırdılar bana. Kim yetiştirir mekdibi, ..." (Kemal, 2018: 21)

Sürekli Ünsüzler Arasındaki Ses Değişmesi

n > y

Ünlü ile biten bir sözcük sonrası ilgi hal ekinin baştaki ünsüzünde n > y ses değişimi görülmektedir:

"Bir çobana, **kapıyın** itine bile." (Kemal, 2018: 74)

İkinci tekil şahıs iyelik eki almış bir sözcüğe ilgi hal eki eklendiğinde ikinci tekil şahıs iyelik ekinde n > y ses değişimi tespit edilebilmektedir:

"**Tabanlarıyın** altını..." (Kemal, 2018: 95)

"Murtaza senin **gözüyün** çiçeğini yesin." (Kemal, 2018: 141)

"Şimdi senin **gözüyün** çiçeğini koparmalıydı vaveylayı." (Kemal, 2018: 145)

Süreksizleşme

h > k Değişimi

Ruhsatiye > Ruskatiye "Ruskatiyelere, imzanı basmıyormuşsun." (Kemal, 2018: 8)

Ruhsatiye > uruskatiye " 'Yarın gel uruskatiyeni al!' dedi" (Kemal, 2018: 21)

Yer Değiştirme

Bir sözcükte tespit ettiğimiz yer değiştirme ses olayında yer değiştirmenin yanı sıra h > k ses değişmesi de görülmektedir.

Ruhsatiye > Ruskatiye **"**Ruskatiyelere, imzanı basmıyormuşsun." (Kemal, 2018: 8)

Şekil Bilgisi

Türkiye Türkçesi yazı dilinden farklı kullanılan şekil bilgisi özellikleri şu şekildedir.

İlgi Durum Eki +yın

"Bir çobana, **kapıyın** itine bile." (Kemal, 2018: 74)

Vasıta Durum Eki

(i)(y)lAn

Metnimizde vasıta anlamında kullanılan (i)len edatının adlara eklenerek durum eki olarak kullanıldığı görülmektedir.

"Biz **seninlen** baba dostuyduk." (Kemal, 2018: 8)

“O namussuz Kör Cemallen Pehlivan Usta yazmıştır.” (Kemal, 2018: 20)

Hemi de çoluğu **çocuğumlan** bile öldürüyorsun.” (Kemal, 2018: 59)

“Dayiresi, görsen efendim paşam, dedim, ayağı çarıklı **köylüylen** dolar...” (Kemal, 2018: 75)

“Sen bu **kafanlan** anlamazsın onların fendlerini.” (Kemal, 2018: 104)

“Ve koskocaman, dünya cihangiri, gökte atomu, yeraltında denizleraltısı yüzen Amerikan milleti, yüce vatanı biz **ilen** değil mi?” (Kemal, 2018: 128)

“Siz oynamayın **hükümetlen**. Hemi de **milletlen**...” (Kemal, 2018: 132)

“On sekiz **milletvekiliylen**...” (Kemal, 2018: 151)

İyelik Eki Yığılması

Metinde bir sözcükte iyelik eki yığılması görülmektedir.

“Ve de bu genç adamın **istikbalisi** sönecek,...” (Kemal, 2018: 139)

1. Çoğul Şahıs Eki +(u)k

İstek kipi ve şimdiki zaman çekiminde görülen şahıs ekidir.

“Hökümata **gidak**.” (Kemal, 2018: 45)

“Biz gasabamıza onları sokup da, gasabamızın gül adını **lekeleyemek**, dedim.” (Kemal, 2018: 74)

“Biz ganı **emiyoruk**. Sinek gan emmiyor, biz **emiyoruk.**” (Kemal, 2018: 58)

“Biz zulüm altında, barmak gadar bir çocuğun zulmü altında, inim inim **inliyoruk**.” (Kemal, 2018: 74)

2. Tekil Şahıs Eki +n

Geniş zamanın olumsuz çekiminde 2. tekil şahıs ekinin olumsuzluk eki üzerine geldiği görülmektedir.

“Sen bunu **bilmen** mi?” (Kemal, 2018: 94)

2. Çoğul Şahıs Emir Eki +n

“Hıı **söylen**, görmüş müdür?” (Kemal, 2018: 21)

Ek Fiil

i- fiilinin geniş zaman kipi ekleşirken fiil kökü, şekil ve zaman ekleri düşmekte geriye şahıs ekleri kalmaktadır. Ancak bu şahıs ekleri düşen fiil kök, şekil ve zaman eklerinin fonksiyon ve anlamalarını da üzerlerinde taşımaktadır (Ergin, 2012:315)

1. Çoğul Şahıs Eki +Ik, +ük

“Ne **haldeyik** görün bizi.” (Kemal, 2018: 46)

“Getdim Dahiliye Vekilime efendim dedim, biz, dedim, bu vatanın **evladıyık**, dedim.” (Kemal, 2018: 74)

"Resul biz **ölüyük**." (Kemal, 2018: 95)

-ArAktAn Zarf-fiil Eki

"Elini vicdanına koy da öyle bir fikir **eyleyerekten** söyle." (Kemal, 2018: 94)

"Her birimizi fakir fıkranın bir celladı **olaraktan** tanıtanlar onlar." (Kemal, 2018: 101)

"Hükümetlen bir **olaraktan** neler getirdiler başımıza." (Kemal, 2018: 122)

"Ev başına köyden çıkma parası **olaraktan** sana üç yüz lira veriyorum." (Kemal, 2018: 133)

"İşte bunun şerefine üç yüz çocuğun eline üç yüz teneke **verilerekten** Kaymakamımız uğurlanacaktır." (Kemal, 2018: 152)

-(y)i Zarf-fiil Eki

"**Gözleyi gözleyi** gözüm dört oldu." (Kemal, 2018: 144)

-msı Eki

Addan ad yapan ekin metnimizde fiilden ad yapma eki olarak kullanıldığı görülmektedir.

"**Ağlamsı ağlamsı** bir hal aldı..." (Kemal, 2018: 75)

Cümle Bilgisi

İncelediğimiz metinde halk söyleyişlerine ait farklı ifadeler tespit edilebilmektedir:

"**Efendime söyleyimkine**" (Kemal, 2018: 140)

"Ben de hayatta kendi işimi kendim görmesini **çok bir severim** ki, **canımdan ileri**." (Kemal, 2018: 144)

"**İşte Allahı, işte kendi...**" (Kemal, 2018: 147)

"Demek **dayıyı aliniz** var Vekalette!" (Kemal, 2018: 155)

Bunların dışında çeşitli atasözü, deyim, ikileme, ünlem ve argo sözler de metinde yer almaktadır.

Atasözü

"Gün ola, uğur ola." (Kemal, 2018: 90)

Deyimler

"**Amanı bilin mi,** huylanmasa şu kaymakam, aksilik etmese..." (Kemal, 2018: 21), "**Amanı bilin mi** memur bey, **amanı bilin mi** kardaş, bu Kaymakamı gözüm tuttu." (Kemal, 2018: 27), "Bunlardan korkulur. **Amanı bilin mi,** sağlam dur. Gözünü seveyim sağlam dur. "**Amanı bilin mi** oğlum, zayıf olup da suları bırakma!" (Kemal, 2018: 73)

"Gözümün bebeğini yesin, Murtaza Ağası onu zengin, lord edecek..." (Kemal, 2018: 21), "**Gözümün bebeğini yesin**." (Kemal, 2018: 104)

"**Gözümün çiçeğini yesin** Gaymakam." (Kemal, 2018: 21, Kemal, 2018: 80), " '**Gözümün çiçeğini ye**, Gaymakamım,' diyordu." (Kemal, 2018: 22), **Gözümün çiçeğini ye** Iraza (Kemal, 2018: 51)

"**Gözümün yağını ye** oğul..." (Kemal, 2018: 22)

"Yoksa ne mümkün, değil mi, **iki gözümün kaymağı** Tevfik Beyfendi?" (Kemal, 2018: 102)

"Etme eyleme. **Oğlunu öldürdüm, ocağına düştüm.**" (Kemal, 2018: 58) (Kişinin çaresizliğini anlatan kalıp söz)

"**Ölüm var, dönüm yok.**"(Kemal, 2018: 37)

"Sonra bunlar beni havada yerler... **Havada kebap ederler**." (Kemal, 2018: 38)

"Çok zaman, **yalınayak, başıkabak, imanına tak demiş** bir köylü, çarşının orta yerinde bir çeltikçi ağasının suratına bütün kinini kusuveriyor." (Kemal, 2018: 70)

"Geldi derebeyi galıntısı **zart zort etti**." (Kemal, 2018: 74)

"Köyde **siniler sinek bile yoktu.**" (Kemal, 2018: 68)

Hemi de İstanbulu **öz bir** göbeğinde." (Kemal, 2018: 94), "Git var söyle altın yürekli resula, o senin **öz bir** kardaşındır Murtaza." (Kemal, 2018: 95)

"İyi duy beni, ben **zort atmam**, Resul." (Kemal, 2018: 96)

"**Gözleyi gözleyi gözüm dört oldu**." (Kemal, 2018: 144)

"Ben bu işleri, bilirsin kardaşım, **babama bile, gözüme bile güvenmem**." (Kemal, 2018: 144)

İkileme

"Dedim, dedim, dedim oğlu dedim." (Kemal, 2018: 75)

"Yazdı babam yazdı" (Kemal, 2018: 75)

"Yazdı da yazdı" (Kemal, 2018: 75)

Argo Sözler

"O Okçuoğlu deyyusuna, **orospu avratlıya, parlak çizmeliye, ağzı sakızlıya** yapacağımı bilirim." (Kemal, 2018: 43)

"Ben de... Onu, bir **götünün üstüne oturtacağım**." (Kemal, 2018: 65)

Ünlem Edatı

"**Aboov**! Ne adammış be!" (Kemal, 2018: 36) (Şaşma bildiren söz)

"Bu da senin icadın yavrum. **Ha** ekilir mi?" (Kemal, 2018: 47) (Soru bildiren söz)

"**Tuu** size, utanmazlar, utanmazlar." (Kemal, 2018: 63)

" '**Uuy**,' diye inledi. '**Uuuy**! Ocağımıza incir diktiler, ocakları sönsiceler, **uuy**!' " (Kemal, 2018: 11) (Yakınma bildiren söz)

"**De** imza etme ruhsatiyeleri bakalım!" (Kemal, 2018: 90), "**De** yazma!" (Kemal, 2018: 92)

"**Haydiyin**, çekilelim." (Kemal, 2018: 106), "**Haydiyin**, **haydiyin**, ne duruyorsunuz?" (Kemal, 2018: 119)

Sonuç

Bir yazarın birikimlerinin kaynağının geldiği kültür ve ülkesi olduğu ve bu nedenle de yazarın kendi ülkesini temsil ettiğini, etmiyorsa o zaman neyi temsil ettiği temel düşüncesinden hareketle eserlerinde Çukurova'yı ve dilini yeniden oluşturmakta, dilin büyüsü içinde kültürel zenginlikleri eserlerine yansıtmaktadır. Her eserinde kendini tekrarlamayıp yeni söylemler geliştiren Yaşar Kemal romanlarının dilini metnin kendisi oluşturmakta ve kendine özgü anlatımı içinde eserleri kendi dilini bulmaktadır. Bu bakımdan incelemeye esas aldığımız "Teneke" adlı eseri de kendi dilini oluşturmakta ve Çukurova'nın dili roman dili olarak yazı dili içinde kaynaşarak yerini almaktadır.

Yazar yazı dilinde yer almayan birçok sözcük, sözcük grubu ve halk söyleyişlerine romanında yer vererek Türk dilinin zenginliğine katkı sağlamakta; roman dili olarak dilin gücünü ortaya koymaktadır. Bu özelliklerinin yanı sıra çalışmamıza konu olan "Teneke" adlı eserde dikkat çeken özelliklerden biri de Türkiye Türkçesi yazı dili, Derleme ve Tarama Sözlüklerinde yer almayan sözcüklerin metinde tespit edilebilmesidir: "esrikleşmek, ipileşmek, sağman, zıbara" gibi.

Ayrıca yabancı yer adlarının bölgenin söylenişine göre metinde yer aldığı da görülebilmektedir:

"Ağalarımızın eli kolu uzun ki **Vaşintona** kadar, **Consona** kadar..." (Kemal, 2018: 152); "Biz memleketimizi **Evrepanın** yanına, hizasına çıkarmıştık." (Kemal, 2018: 74)

KAYNAKLAR

ERGİN, M., *Türk Dil Bilgisi*, Bayrak Basım/Yayım/Tanıtım, İstanbul, 2012

İNCE, Ö., *Yaşar Kemal Türkiye'dir*, Eksik Parça Yayınları, İstanbul 2020

KEMAL, Y., *Yaşar Kemal Kendini Anlatıyor-Alain Bosquet ile Görüşmeler*, Adam Yayınları, İstanbul, 2003

KEMAL, Y., *Teneke*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2018

TRAKHİSLİ KADINLAR 1021-1022: HERAKLES'İ KURTARMAK

Doç. Dr. Esengül AKINCI ÖZTÜRK

Pamukkale Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0001-6608-3927

ÖZET

Sophokles'in *Trakhiniai* (*Trakhisli Kadınlar*) tragedyasının 1021 ve 1022. dizelerinde Hyllos, babası Herakles'in dayanılamayacak şiddetteki ağrısını hiçbir şekilde dindiremeyeceğini söylemektedir. Fakat bu dizelerin nasıl yorumlanması gerektiği, Hyllos'un burada aslında ne demek istediği tartışmalıdır. 1021 ile 1022. satırlar hakkında yapılmış bütün önemli yorumlama girişimleri ya 1021. dizenin başındaki λαθίπονον ὀδύναν ifadesini hiçbir değişiklik yapmadan olduğu gibi kabul etmiş ya da -i halindeki tekil ὀδύναν kelimesini çoğul ve -in halinde (ὀδυνᾶν) kullanarak dizedeki ilk iki kelimeyi birbirinden koparmayı denemiştir. Ancak L. Medaglia ve G. W. Most'a göre, şayet λαθίπονον kelimesinin hali değiştirilip bu iki kelime birbirinden ayırt edilirse, 1021 ve 1022 çok daha anlaşılır kılınabilir. Bu, Medaglia ve Most'a göre, iki farklı şekilde yapılabilir. İlk öneri, λαθίπονον sıfatını -e halinde, yani λαθιπόνῳ biçiminde cümlenin başına koyup μοι zamiriyle ilişkilendirerek cümleyi yeniden inşa etmeyi hedeflemektedir. Medaglia ve Most'un ikinci önerisi ise, λαθίπονον kelimesini -in halinde, yani λαθιπόνου şeklinde kullanmak ve böylelikle βιότου terimini nitelemesini sağlamaktan ibarettir. Bu çalışmada, Medaglia ve Most'un önerilerinin problemli olduğu gösterilmeye ve mevcut yaklaşımlardan özellikle T. C. W. Stinton'un okumasının daha makul olduğu savunulmaya çalışılacaktır. Stinton, λαθίπονον ὀδύναν ifadesine dokunmaz ve βιότου sözcüğünü λαθίπονον sıfatı ile ilişkilendirerek, Hyllos'un bu satırlarda, babasının yardım çığlığına karşılık vermeye çalıştığını ileri sürer. İddiamız odur ki, ilgili metin gerek dramatik gerekse semantik açıdan, Medaglia ve Most'un düşündüğünün aksine, Stinton'un yorumunu destekler niteliktedir. Hyllos, sancılı da olsa ölümün bir tedavi formu olduğunu ve yaşanan acıyı tamamen ortadan kaldıracağını açıkça öngörebilmekte ama hiçbir şekilde babasını öldürmek gibi bir eylemi gerçekleştiremeyeceğini bu dizeler aracılığıyla ifade etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sophokles, *Trakhisli Kadınlar*, Herakles, Hyllos.

TRAKHİSLİ KADINLAR 1021-1022: HERAKLES'İ KURTARMAK

Sophokles'in *Trakhiniai* (*Trakhisli Kadınlar*) tragedyasında Deianeira, kocası Herakles'in gönlünü tekrar kazanmak amacıyla ona zehirli olduğunu bilmediği bir giysi (*khiton*) hediye eder. Fakat bu kıyafet adeta kızgın bir demir parçası gibi Herakles'in bedenine yapışarak feci bir şekilde kemiklerini sızlatır, etlerini parçalar ve ona dayanılması güç acılar yaşatır. Şiddetli ağrılar içinde kıvranan Herakles, çektiği bu korkunç işkenceden kurtulmanın tek yolunun ölüm olduğu anlar ve artık birisinin gelip kafasını kesmesi için yalvarır. Orada bulunan bir yaşlı, Herakles'i acılarından kurtarması için Hyllos'un yardımını ister; ama Hyllos, tragedyanın 1021

ile 1022. dizelerinde, babasının şiddetli ağrısını hiçbir şekilde dindirecek kudrette olmadığını, bunu ancak ve sadece Zeus'un başarabileceğini vurgular:

λαθίπονον δ᾽ ὀδυνᾶν οὔτ᾽ ἔνδοθεν οὔτε θύραθεν

ἔστι μοι ἐξανύσαι βίοτον: τοιαῦτα νέμει Ζεύς.[1]

λαθίπονον δ᾽ ὀδύναν οὔτ᾽ ἔνδοθεν οὔτε θύραθεν

ἔστι μοι ἐξανύσαι βιότου· τοιαῦτα νέμει Ζεύς.[2]

Ancak bu dizelerin nasıl yorumlanması gerektiği, Hyllos'un burada aslında ne demek istediği tartışmalıdır. Ludovica Medaglia ve Glenn W. Most'un da haklı olarak belirtikleri gibi, bu dizeler önceki iki satıra nazaran özellikle de gramer yapısı bakımından daha az sorunlu olmasına rağmen, yine de söz konusu dizelerin ne yeterli bir edisyonu ne de makul bir yorumu yapılabilmiştir.[3] Lloyd-Jones ve Wilson'un yapmış oldukları edisyondaki 1021 ve 1022. dize Türkçe şu şekilde ifade edilebilir: "Ama acının unutulmasına neden olan hayatındaki ağrısını ne içeriden ne de dışarıdan kesmek benim için mümkün değil."[4] Şimdi, aktarılagelen bu metinde, Herakles'in ağrısının onun mevcut acısını unutturacağı ima ediliyor, ama Herakles'in şiddetli ağrısının onun tüm acılarını aslında canlı tutması gerekmez mi? Dolayısıyla, Hyllos'un burada tam olarak ne kastettiği açık değildir. Tartışmalı 1021 ve 1022. dizelerin açıkça anlaşılıp yorumlanmasının önünde duran zorluklar şu sorular etrafında şekillenmektedir: λαθίπονον ve ὀδύναν kelimelerine bu halleriyle mi birlikte yer verilmeli? Yoksa -i halinde ve tekil olarak kullanılan ὀδύναν kelimesine çoğul ve -in halinde yani ὀδυνᾶν şeklinde mi yer verilmeli? Ayrıca, βιότου teriminin buradaki anlamı ve işlevi tam olarak nedir? Bu kelime neden ὀδύναν kelimesinden çok uzak bir yerde, cümlenin sonunda yer almıştır?[5] Böylece, bu dizelerle ilgili olarak literatürde genellikle ya "ὀδύναν" kelimesi ya da "ὀδύναν … βιότου" ifadesi sorunlu bulunmuş ve dolayısıyla bunların yeniden yorumlanıp düzeltilmesi suretiyle 1021 ve 1022. dizeler anlamlandırılmaya çalışılmıştır.[6] Dikkat edilecek olursa, buradaki ὀδύναν kelimesi, λαθίπονον teriminin anlamına hiçbir şey katmadan onu sırf tekrar etmektedir. Fakat T. C. W. Stinton, bu iki kelimeyi değiştirmeden olduğu gibi ele alır ve βιότου terimini bir şekilde λαθίπονον ile ilişkilendirir. Stinton'a göre Hyllos, burada, ölümün hayattaki tüm ağrıları dindirecek bir derman olacağı fikrine katıldığını ama kendisinin babasını öldürmeyeceğini ifade etmektedir.[7] Fakat Medaglia ve Most, λαθίπονον ve ὀδύναν terimlerinin birlikte bir ifade

[1] Bkz. Jebb, 1892: "but no resource in myself or from another can help me make his life forget its agonies."

[2] Lloyd-Jones ve Wilson, 1992, 282: "It is not possible for me either from within or from without to bring to an end his life's pain that causes forgetfulness of suffering."

[3] Medaglia ve Most, 2022, 389-399.

[4] Sophokles'in *Trakhisli Kadınlar* tragedyasını Türkçe'ye kazandıran Ari Çokona, söz konusu dizeleri şöyle çevirmiştir: "Ama ne ben, ne de başkaları acısını dindirebilir." (Sophok. *Trakhis*. 1021-1022). Bu çeviri, ilgili dizelerin en genel anlamını kabaca barındırmasına karşın, dizelerde yer alan tartışmalı kelime ya da ifadeleri bir şekilde yeterince hesaba katmadığı için, eldeki cümlelerin taşıdığı anlamı ve dolayısıyla Hyllos'un ne demek istediğini tam olarak yansıtmamaktadır.

[5] Bkz. Medaglia ve Most, 2022, 390, 394, 396.

[6] Detaylı bir sunum için bkz. Medaglia ve Most, 2022, 394.

[7] Stinton, 1976, 121-145.

oluşturacak şekilde yan yana bulunmamaları gerektiğini ve yaygın yaklaşımın aksine ὀδύναν kelimesinin değil, -i halindeki λαθίπονον teriminin ya -e halindeki λαθιπόνῳ ile ya da -in halindeki λαθιπόνου ile değiştirilmesini önerirler.[8] Bu çalışmada, Medaglia ve Most'un önerilerinin problemli olduğu ve yukarıda kabaca ifade edilen yaklaşımlardan özellikle Stinton'un okumasının daha makul olduğu savunulmaya çalışılacaktır.

Medaglia ve Most, 1021 ve 1022. dizelerin Antik Dönem'de yapılmış iki farklı yorumunun (*skholion*) sorunlu olduğunu ortaya koyarak, modern çağda yapılan yorum ve edisyonların da bir şekilde önceki yorumlardan etkilenmiş olduğunu belirtirler.[9] Fakat *skholiast*ların söz konusu yorumları burada ele alınmayacağı gibi, modern çalışmaların ise yalnızca etkili olanlarına kabaca değinilecektir. Medaglia ve Most'a göre hem Brunck hem de Lloyd-Jones, λαθίπονον sıfatını adlaştırarak bir tür "tedavi" olarak yorumlamış, ὀδυνᾶν kelimesini ise çevirilerinden çıkartmışlardır. Ayrıca, Lloyd-Jones cümlenin sonundaki βιότου terimini de adeta yok saymıştır: "but neither from inside nor from outside can I manage to achieve a surgery that would cause him to forget his trouble!"[10] (Ama sıkıntısını unutmasına neden olacak bir operasyonu ne içeriden ne dışarıdan gerçekleştirebilirim.) Diğer taraftan, Grene ve Lattimore gibi bazı klasikçiler ise λαθίπονον teriminin pasif haline yer vererek, bu kelimenin aslında burada Herakles'e göndermede bulunduğunu öne sürerler: "but to make him unconscious of pain, that is beyond my power or any man's."[11] (Ağrının farkında olmamasını sağlamak benim veya herhangi birisinin gücünü aşar.)

Medaglia ve Most'un da dile getirdikleri üzere, 1021 ve 1022 hakkında yapılmış önemli bütün yorumlama girişimleri ya λαθίπονον ὀδύναν ifadesini hiçbir değişiklik yapmadan olduğu gibi kabul etmiş ya da -i halindeki tekil ὀδύναν kelimesini çoğul ve -in halinde (ὀδυνᾶν) kullanarak dizedeki ilk iki kelimeyi birbirinden koparmayı denemiştir. Fakat bunlardan ilk seçenek, yani "acıyı unutturan ağrı" ifadesi "ağrı, acının unutulmasına neden olur" gibi tuhaf ve dolayısıyla anlaşılması güç bir anlam barındırmakta[12] ve ayrıca βιότου kelimesini ilişkili olduğu λαθίπονον kelimesinden çok uzağa, cümlenin sonuna yerleştirmektedir.[13] İkinci seçenek yani "ağrıların acısının unutulması" şeklindeki deyim ise hem ağrı hem de acı kelimesine yine birlikte yer vermek suretiyle gereksiz kelime tekrarına düşmektedir. Dahası, her iki strateji de βιότου kelimesinin anlamını ve sözdizimsel işlevini muğlaklaştırmaktadır.[14]

Medaglia ve Most'a göre, şayet ikinci seçenekten farklı olarak ὀδύναν kelimesinin halinde değişiklik yapmak yerine λαθίπονον kelimesinin hali değiştirilip bu iki kelime birbirinden ayırt edilirse, 1021 ve 1022. dizeler çok daha anlaşılır kılınabilir. Bu, Medaglia ve Most'a göre, iki farklı şekilde yapılabilir. İlk öneri, λαθίπονον sıfatını -e halinde, yani λαθιπόνῳ biçiminde cümlenin başına koyup μοι zamiriyle ilişkilendirerek cümleyi yeniden inşa etmeyi hedeflemektedir: λαθιπόνῳ δ' ὀδύναν οὔτ' ἔνδοθεν οὔτε θύραθεν / ἔστι μοι ἐξανύσαι βιότου. ("It is not possible for me, causing him forgetfulness of suffering, either from within or from

[8] Medaglia ve Most, 2022, 396-397.
[9] Medaglia ve Most, 2022, 391-392, 394.
[10] Medaglia ve Most, 2022, 392. Brunck'un yaptığı Latince çeviri için bkz. Medaglia ve Most, 2022, 392.
[11] Grene ve Lattimore, 2013, 121; Medaglia ve Most, 2022, 394.
[12] Acaba buradaki ağrı ile kastedilen ölüm mü?
[13] Hyllos belki de ağrının dayanılmaz şiddetini vurgulamak için burada bu ifadeyi kullanıyor, çünkü babasının yaşadığı ağrı o kadar şiddetli ki, ona hayatındaki diğer tüm dertleri unutturuyor.
[14] Medaglia ve Most, 2022, 396.

without to bring to an end the pain of his life.")[15] (Hayatının ağrısını dahili veya harici olarak dindirmek ki, ıstırabı unutmasına neden olur, benim için mümkün değil.) Ancak, λαθιπόνῳ sıfatının gerek μοι zamirine olan uzaklığı gerekse bu zamirin katacağı vurgunun çok daha önceki bir sözcüğe bağlı olması, ona atfedilen önemi azaltıp tuhaflaştırmaktadır. Çünkü söz konusu bu zamire gelinceye kadar, λαθιπόνῳ teriminin göndermede bulunduğu şey belirsiz kalmaktadır. Medaglia ve Most'un ikinci önerisi ise, λαθίπονον kelimesini -in halinde, yani λαθιπόνου şeklinde kullanmak ve böylelikle βιότου terimini nitelemesini sağlamaktan ibarettir: λαθιπόνου δ' ὀδύναν οὔτ' ἔνδοθεν οὔτε θύραθεν / ἔστι μοι ἐξανύσαι βιότου. ("It is not possible for me either from within or from without to bring to an end the pain of his life so that it is forgetful of suffering.")[16] (Hayatının ağrısını dahili veya harici olarak dindirip böylece ıstırabı unutturmak benim için mümkün değil.") Önerilen bu yapay kelime düzeni tartışmalı βιότου teriminin anlam ve fonksiyonunu netleştiriyor olabilir ama bu söz dizimi baştaki sıfat ile sondaki isim arasında dikkate değer bir mesafe bırakmıyor mu? Ayrıca, cümlede ilk sırada yer verilen bu sıfatın, isme dair bir şey belirttiği göz önüne alınırsa isimden önce değil de ismin ardından gelmesi gerekmez mi?

Richard C. Jebb de dâhil hemen bütün etkili editör ve yorumcular, Samuel Musgrave'in edisyonunu benimsemişlerdir.[17] Musgrave'in çalışmasının önemine vurgu yapan Stinton ise, Musgrave ve Jebb'den farklı olarak λαθίπονον ὀδύναν ifadesine dokunmaz ve Hyllos'un tartışmalı cümlesini şöyle ifade eder: "I cannot compass the pain which makes life forget its troubles" (or "which will cause him to forget the troubles of his life".[18] (Yaşamının dertlerini unutmasına neden olan ağrıyı dindiremem.) Stinton, βιότου terimini λαθίπονον kelimesi ile ilişkilendirerek bu cümleyi şu şekilde yorumlamaktadır: Hyllos, burada babasının yardım çığlığına bir şekilde karşılık vermeye çalışıyor. O, ölümün ağrılı bir tedavi olacağını ve yaşanan acıyı da tamamen ortadan kaldıracağını öngörüyor ama hiçbir şekilde babasını öldürmek gibi bir fiili gerçekleştiremeyeceğini de ifade ediyor.[19]

Fakat Medaglia ve Most, bu yorumun "açıkça abes" olduğunu iddia etmektedirler. Onlara göre, Stinton'un yorumu dramatik açıdan son derece hatalıdır, çünkü yaşlı adam Herakles'i öldürmek için değil aksine yaşatmak için Hyllos'tan yardım istemiştir. Dolayısıyla, Stinton'un vardığı sonuç, bir *non sequitur*dan "daha kötü" olup, Hyllos'un burada verdiği tepkiden yani konuyu oluşturan dizelerden çıkmaz. Dahası, eğer Hyllos babasını öldürmekten bahsediyorsa, o zaman οὔτ' ἔνδοθεν οὔτε θύραθεν ifadesine neden başvuruyor? Başka bir deyişle, Stinton'un yorumu, Hyllos'un tıbbi tedavi yöntemleriyle ilgili olarak yaptığı "dahili" ve "harici" ayrımını semantik açıdan anlamsız ve anlaşılmaz kılmaktadır.[20] Benzer şekilde, Easterling de bunu çok zorlama, saptırılmış bir okuma olarak nitelendirerek Stinton'un yorumunu reddetmektedir.[21]

Fakat iddiamız odur ki, ilgili metin gerek dramatik gerekse semantik açıdan, Medaglia ve Most'un düşündüğünün aksine, Stinton'un yorumunu destekler niteliktedir. Herakles, çektiği

[15] Medaglia ve Most, 2022, 396.
[16] Medaglia ve Most, 2022, 397.
[17] Medaglia ve Most, 2022, 395. Bkz. Musgrave, 1800, 86: "onun hayatını, çektiği ağrıların acısını unutturacak hale getirmek benim için mümkün değil."
[18] Stinton, 1976, 145.
[19] Bu yorumun bir savunması için bkz. Davies, 1991, 233.
[20] Medaglia ve Most, 2022, 393.
[21] Easterling, 1982, 203.

bu acı ve ıstıraptan ancak ölürse kurtulacağının farkında olduğu için etrafındakilerinden birisinin baltayla kafasını keserek kendisini öldürmesini ister, bunun için adeta yalvarır.[22] Bunu duyan yaşlı adam, sırf Herakles'i tutsun diye Hyllos'tan yardım talep etmez, ayrıca ondan Herakles'in dileğini de yerine getirmesini bekler. Çünkü gerek yaşlı adam gerekse Hyllos, onun tedavi edilerek sağlığına kavuşturulamayacağını zaten tahmin edebilmektedirler.[23] Dolayısıyla, Hyllos 1021 ve 1022. dizelerde hem babasının bu şekildeki yalvarışına hem de yaşlı adamın beklentisine karşılık olarak, babasına hiçbir şekilde yardım edemeyeceğini söylerken, tıbbi anlamda onu iyileştirip sağlığına kavuşturamayacağını kastetmez; aksine burada onun canına kıyamayacağını dile getirmektedir. Hastalığın ciddiyeti ve kendisinin de bir hekim olmadığı göz önüne alınırsa, tıbbi anlamda ya da "dahili" veya "harici" tedavi yöntemleriyle babasına yardım edip ağrısını dindiremeyeceğini söylemesi zaten dramatik olarak abes olmaz mıydı? O da bilmektedir ki, kendisi açısından babasının acısını dindirmenin tek yolu onun canına kıymaktır. Fakat Hyllos, babasının kaderinin Zeus tarafından belirlendiğini vurgulamak suretiyle, Herakles'i öldürmekten kaçınmaya çalışmaktadır. Bu yorum, oyunun sonlarına doğru Herakles ve Hyllos arasında geçen uzun diyalogla da örtüşmektedir. Herakles, özellikle 1195 ve 1198 arasındaki satırlar ile 1208-1209. ve 1213. dizelerde, tıpkı Hippolytos'un kendi ölümünü bir deva olarak çağırmasına benzer şekilde (Eur. *Hipp*. 1373), oğlundan onu yakarak öldürüp acılarından kurtarmasını vasiyet eder:

> Kökleri derine inen meşeden
> ve yabani erkek zeytin ağacından dallar
> keserek beni üzerlerine yatır. Sonra da çam
> dalından bir meşaleyle dalları tutuştur. (Sophok. *Trakh*. 1195-1198)

> Katilim değil kurtarıcım olacaksın. Çektiğim acılardan
> ve onulmaz yaralarımdan kurtaracaksın beni. (Sophok. *Trakh*. 1208-1209)

> Beni yakmak için odun toplama işi ne olacak? (Sophok. *Trakh*. 1213)

Ama Hyllos, başka bir çaresinin olmadığını bildiği halde, baba katili olup lanetlenebileceği ve hatta tanrılara inançsızlıkla suçlanabileceği gerekçeleriyle babasının bu isteğini açıkça savuşturmaya çalışır, çünkü babasını öldürme fikrine bile katlanamaz:

> Ah babacığım! Ne zor görevmiş bu bana yüklediğin! (Sophok. *Trakh*. 1203)

> Beni baba katili mi yapmak istiyorsun? Elimi
> kanına bulayarak ezele kadar lanetleneyim mi? (Sophok. *Trakh*. 1206-1207)

[22] Nitekim Herakles, 1256. dizede, kendisi için tek kurtuluşun ölüm olduğunu açıkça dile getirmektedir: "Dertlerime yalnız ölüm deva olacak.".
[23] Yaşlı adamın bir doktor olup olmadığı tartışmalıdır; fakat Lloyd-Jones ve Wilson, onun bir doktor olduğu görüşündedirler. Bkz. Medaglia ve Most, 2022, 390.

Bedenini alevlere teslim ederek seni nasıl
iyileştirebilirim ki? (Sophok. *Trakh*. 1209-1210)

Diğer taraftan, burada savunulan yorum Hyllos'un tartışmalı 1021. satırdaki ἔνδοθεν οὔτε θύραθεν ifadesiyle de tutarlıdır. Çünkü Hyllos, burada, iyileştirmek için uygulanabilecek tedavi yollarından bahsetmemekte; babasını öldürmenin hiçbir yolu olmadığını, dayanılmaz ağrısına rağmen onun canına hiçbir şekilde kıyamayacağını dile getirmektedir. Yani ne bedenine dahili bir müdahaleyle (örneğin zehirlemek gibi) ne de dışarıdan bir etkiyle babasının canına kıyabileceğini söylemektedir. Dolayısıyla, θύραθεν terimi burada kendisi dışındaki "bir başka kişi" olarak değil, "harici" anlamına gelecek şekilde okunmalıdır. Ayrıca, Hyllos'un, bu söylemini Zeus'a gönderme yaparak sonlandırması, yani Herakles'in kaderinin Zeus tarafından belirlendiğini vurgulayıp bunun aslında Zeus'un yetkisinde olduğunu açıkça belirtmesi, onun bu ıstırabı sonlandırmak için belirli bir tedaviden ziyade ölümden bahsettiği fikrini öne çıkarmaktadır ki, bu da tragedyanın ana temasıyla örtüşmektedir.

KAYNAKÇA

Davies, M., *Sophocles*, *Trachiniae*: *Introduction and Commentary*, Oxford: Oxford University Press, 1991.

Easterling, P. E. (Ed.), *Sophocles*: *Trachiniae*, Cambridge Greek and Latin Classics, Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

Euripides, *Children of Heracles, Hippolytus, Andromache, Hecuba*, (D. Kovacs, Ed.&Çev.), Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995. (Loeb Classical Library)

Grene, D. ve Lattimore, R., *Sophocles* II: *Ajax*, *The Women of Trachis*, *Electra*, *Philoctetes*, *The Trackers*, M. Griffith-G. W. Most (Ed.), Chicago: University of Chicago Press, 2013.

Jebb, R. C., *Sophocles*. *The Plays and the Fragments*. Part V: *The Trachiniae*, Cambridge: Cambridge University Press, 1892.

Lloyd-Jones, H. ve Wilson, N. G., *Sophoclis Fabulae,* Oxford: Clarendon Press, 1992.

Medaglia, L. ve Most, G. W. (2022). Sophocles Trachiniae 1021-22. *Classical Philology*, 117 (2), 389-399.

Musgrave, S. (Ed.), *Sophoclis Tragoediae Septem*, Vol. 2, Oxonii: E Typographeo Clarendoniano, 1800.

Sophocles, *Antigone*, *The Women of Trachis*, *Philoctetes*, *Oedipus at Colonus*, (H. Lloyd-Jones Ed.&Çev.), Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994. (Loeb Classical Library)

Sophokles, *Trakhisli Kadınlar*, (A. Çokona, Çev.), Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2014.

Stinton, T. C. W. (1976). Notes on Greek Tragedy, I. *The Journal of Hellenic Studies*, 96, 121-145.

HEGEL'NİN FELSEFESİ'NDE EFENDİ-KÖLE DİYALEKTİĞİ

Seda YURTSEVEN

Ankara Üniversitesi -Dr Öğrencisi

sdyurtseven@ankara.edu.tr 0000-0002-5713-6836

ÖZET

Alman filozof G.W.F.Hegel (1770-1831) idealist felsefesinde ifade etmiş bulunduğu, ben ve öteki ilişkisini, "efendi-köle" diyalektik ilişkisi bağlamında bilincin gelişimini değerlendirmiştir. Bilincin kendisini tanıyıp anlayabilmesi de öteki bilinçlerin varlığını da gerekli kıldığı görülmektedir. Bilincin özbilinç haline dönüşebilmesi için öteki bilinçlerin varlığını da gerektirmesiyle birlikte kendi saygınlığını ve değerini karşıt bilinçlere de onaylatmak zorundadır. Tanıma, bilincin hem kendinde hem de öteki bilinçlerde özbilinc olarak kendini var etmesi hususunda zorunlu olmaktadır. Bu noktada karşılıklı bilinçlerin bilinip tanınmaya yönelik girişimleri, bilinçler arası etkileşimi de ölüm-kalım mücadelesine dönüştürmektedir. Efendi-köle etkileşimi, diyalektik bir ilişki olmasıyla birlikte karşıtlık tarafından belirlenmektedir. Bilincin kendi üzerine dönerek somutluk ve nesnellik kazandığı süreci, özbilinç haline dönüşme hususunda bilincin gelişim aşamalarıyla birlikte belirlendiğini ileri sürmektedir. Bununla birlikte bilincin bu aşamaları oluş ve değişim sürecine karşılık gelmektedir. Bilinc tarihsel bir ilerleme sürecinde olumsuzlayıcı edimi, çalışma yoluyla nesnel gerçekliğine ulaşıp özbilinç haline gelebilmektedir. Hegel'nin efendi-köle ilişkisi, tarihsel düzlemde birey ve toplum arasındaki ilişkiyi ele alması üzerine tarihsel diyalektik sürecin belli aşamalarından geçerek öz bilincine ulaşan bilincin, gelişimini temellendiren yöntemle de ilişkili olduğu görülmektedir. Hegel, bilincin bilmeye yönelik ediminin, istek biçiminde belirginlik kazandığını ileri sürer. Bu bağlamda bilinç istek doğrultusunda nesneye veya öteki bilince yönelerek içinde bulunduğu dünyayı da bu istek doğrultusunda deneyimleyebilmektedir. Dolayısıyla öz bilinç, başka bir kendilik bilincinde doyum noktasına ulaşma amacı doğrultusunda eylemde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Özbilinç, bilinç, istek ve efendi-köle.

1.GİRİŞ

Hegel'in diyalektiği, insanı ve evreni açıklamaya ve anlamaya yönelik kullandığı bir yöntem olarak tanımlanabilmektedir. Diyalektik, evreni, dünyayı ve insanın varoluşunu

anlamaya,bilmeye ve açıklamaya götüren yol ve bu işlevdeki araç –inceleme aracı olarak- da belirlenmektedir.(Yenişehiroğlu, 1996, 73).Bu anlamda Hegel'nin diyalektiği kendi ilkeleriyle birlikte insanı ve dış dünyayı anlayıp değerlendirmeye yönelik hem yol ve hem de yöntem olması itibariyle de evrensel bir özellik kazanmaktadır.

Hegel'nin diyalektik süreci, idealist felsefesinin temelini oluşturur. Hegel'e göre varlık ve düşünce diyalektik yönteme uygun olarak gelişen, ilerleyen bir süreçtir.(Bozkurt, 2015, 51). Hegel diyalektik yöntemin gelişim aşamalarını, nesnel gerçeklik ile öznel gerçekliğin iç içe geçerek bütünlük kazandığı bu düşünsel yöntemle birlikte ifade etmiştir. Hegel'de diyalektik gerçeği düşünmek için bir yöntem, dıştaki bir nesneye götüren bir yol değil ama, hem özne hemde nesne olan gerçekliğin kendine özgü bir biçimde gelişmesidir.(Bozkurt:2015:36).Hegel diyalektik gelişim aşamasının başlangıç noktasını, varlık kategorisiyle temellendirmiştir. Bu bağlamda diyalektik düşüncenin gelişim aşamasını şekillendiren diyalektik-olumsuz ve soyut-anlak gibi evreleriyle birlikte tanımlamıştır. Bununla birlikte Hegel felsefi düşüncenin tarihsel düzlemdeki seyri ve dönüşümünü bu diyalektik gelişim aşamasıyla birlikte değerlendirmiştir. Kendi düşüncesinde, bu evrensel diyalektik sürecin gelişiminin bir sonucu olarak, Çağdaş diyalektiğin yapısını ortaya koymuş olsa da, Hegel'de diyalektik, zaman içinde kendi kendisini açımlamakta olan kökleri Antik Yunan ve Doğu felsefelerine uzanan ve düşüncenin tarih içindeki en önemli kazanımlarının bir bireşime kavuşmasından oluşmaktadır.(Özçınar, 2014, 93).Bununla birlikte Hegel'nin idealist felsefesi ve diyalektiği, mantıksal düşüncenin temelini oluşturduğu şeklinde görüşlere neden olabilir. Çünkü Hegel'nin mantığı sözcüğünün yaygın anlamında bir mantık değildir; bir bilgi kuramı da değildir, ama bir ontolojidir(varlık bilimdir) ya da varlık olarak ele alınan varlığın bilimidir.(Kojeve, 2015, 171).Bu bağlamda Hegel'nin diyalektik süreci, salt öznel ya da nesnel bir gerçekliğe ulaşma maksatıyla kullanılabilecek bir araç olmayıp varlık ve düşüncenin iç içe gelişme gösterdiği bir sürece karşılık gelmektedir.

Hegel felsefi sistemine başlangıç olarak varlık öğretisiyle yola çıkmıştır. Hegel'e göre özne ve nesne özdeştir.(Aksu, 2006, 60).Bu bağlamda Hegel'in felsefesinde özne ve nesnenin özdeşliği görüşü, "rasyonel olan gerçektir ve gerçek olan rasyoneldir"ifadesi göz önüne alınarak anlaşılabilmektedir.

Hegel felsefesi,özgürlük düşüncesini temele alan bir felsefe olarak görülebilir ve bu düşüncenin, Hegel'in tarihe yönelmesinin ana motifi olduğu kadar,felsefenin konusunu da belirlediği görülebilir.(Doğan, 2012, 219).Felsefenin tümünün özsel içeriğinin tözü özne olarak yorumladığı ya da Mutlak Tin olarak kavradığı söylenerek yorumlanabileceğini ileri sürerken Hegel'nin kastettiği şey; bu felsefenin herşeyden önce Varlığın ve gerçeğin bütünselliğini

eksiksiz ve upuygun bir şekilde açığa vuran bir söylem olarak kendisinin de hesabını vermesi gerektiğidir.(Kojeve, 2001, 122). Hegel idealist felsefesinde bilincin kendisini dış dünyada özbilinç olarak dönüştürüp gerçekleştirmesinin ne anlama geldiğini de ifade etmeye çalışmıştır. Bununla birlikte Hegel'nin felsefesinde bu yönelimi insanın tarihsel bir birey olarak ontolojik, metafizik ve fenomenolojik düzlemde değerlendirme çabasıyla tanımlanıp belirlenebilmektedir. Öncelikle tarihsel bir birey olarak insanı ele alıp değerlendirmek; ontolojik boyutta kendisini sonlu olarak ifade etmesiyle birlikte metafiziksel boyutta zamansal ve mekansal; ve nihai fenomenolojik boyutta ölümlü olarak tanımlamaya karşılık gelmektedir. Dolayısıyla insan ölümünün bilincinde olan bir varlık olmasıyla birlikte ölümünü özgürce göğüs gerebilen bir özbilinç varlığı olarak kendisini açınlayabilen bir varlıktır.

1.1 Fenomenoloji ve Bilinç

Hegel'e göre Descartes'nın felsefesi yetersizdir, çünkü "ben neyim?" sorusuna verdiği cevap, başlangıçtan itibaren yetersiz ve eksik olmuştur.(Kojeve, 2011, 39).Descartes idealist felsefesi, kendinin bilinci kavramıyla belirginlik kazanan bir düşünce ekolü olmaktan ziyade bilinç felsefesi düzleminde görüşlerini dile getirmiştir. Bununla birlikte Descartes'nin mensup olduğu kartezyen felsefesi geleneği içerisinde ifade ettiği cogito anlayışında "Düşünüyorum öyleyse varım" söylemiyle insanı salt düşünen bilinç olarak ele alıp değerlendirmiştir. Fakat Hegel insanı salt düşünen özne veya bilinç olarak ele alıp bilinci dış dünyadan kopuk bir biçimde konumlayarak nihai noktada onu bilme ve düşünme yetilerinde nesneyle olan ilişkisini göz ardı eden özne temelli idealist felsefesini reddetmesiyle birlikte onu farklı bir yere koyan görüşlerini ifade etmeye çalışmıştır.Bu anlamda Hegel'nin nesnel-fiziki gerçekliği, bilinçle olan özdeşlik ilişkisi bağlamında ortaya koyduğu görülmektedir. Ona göre bilinç, dış dünyaya kendisini açınlanmasıyla birlikte dış dünyayı kavramaktadır. Bundan dolayı Hegel'e göre insan salt bilinç varlığı olmayıp özbilinç olarak kendisini dış dünyaya açınlayarak ortaya koyabilmetedir.

Her gerçek felsefe gibi, Hegel'in bilimi de üst üste üç düzeyde gelişir. Bu bilim önce, gerçeğin bir bölümü olan ve onun içinde yaşayan, eylemde bulunan, düşünen ve konuşan insana görüldüğü ya da kendini gösterdiği şekliyle gerçek varlığın bütünselliğini betimler.(Kojeve, 2001, 222). Hegel'e göre varlığın bütünselliğini ortaya koyan bu betimleme şekli, fenomenolojik yöntemle birlikte gerçekleştiği görülmektedir. Bu bağlamda fenomenoloji, tarihsel düzlemde Tin'in gelişiminin bilimsel tarzda ele alınmasına karşılık gelmektedir. Buna

karşılık varlığın söylemini barındırmasıyla birlikte kendini açınlayan varlığın bütünselliğinin bilimi şeklinde kendini ortaya koymaktadır.

Hegel'nin mutlak idealizmini anlamanın en iyi yollarından birisi,kendinden önceki idealist gelenekle karşılaştırmaktır.(Orman, 2015, 7). Hegel'nin felsefesi, kendisinden önce idealist düşünce ekolü içerisinde görüşlerini ifade eden filozofların yeterince idealist olmadıkları düşüncesi üzerine şekillenmektedir. Özneyi temele alan kartezyen felsefenin modern idealizminin kökleri, Platon'un öznenin düşünme edimiyle birlikte kavram ve genellemeleri, ontolojik boyutta idea içeriği altında dile getirdiği görüşleri, Decart'ın kartezyen felsefesi temelinde etkisi bulunmaktadır. Platon değişenle değişmeyeni bir olanla çok olanı birbirine göre açıklayabilecek bir düzen arayışı içerisine girer (Timuçin, 2001, 231). Bu anlamda Platon'un nesnel dünyadan ziyade idealar veya düşünülür dünyası gerçeklik dünyasına karşılık gelmektedir. Descartes'nin düşünen özne temelli Kartezyen felsefesi, modern idealizmin öncüsü olarak nitelendirilmesine neden olarak Platon'un kendi idealizmini kurgularken temele aldığı duyulur ve düşünür dünya ayrımı, modern felsefe içinde önemli olmakla birlikte, yeni dönemde idealizmin temel dinamiklerinin, epistemolojik bir zeminde düşünen özne kavramıyla biçimlendiği söylenebilir. (Orman, 2015, 40).

Hegel öncesi felsefeler gerçek bir özbilinç kavramı geliştirememiş, yalnızca birbirine karşıt terimler olarak tanımladıkları doğa ve bilinç kavramlarına dayanarak çalışmışlardır. Hegel öncesi idealist felsefe geleneği dış dünyayı bilnçten koparma girişimlerinde bulunarak insanı doğanın karşısında pasif ve edilgin bir konuma yerleştirmişlerdir. Bilinç, Modern felsefede tüm gerçekliğin temeli yapılmaya çalışılırken, kendinin bilinci olarak düşünümsel yaklaşım, düşünümün öznesini sadece bilgikuramsal bir Ben'e dönüştürür.(Özçınar, 2008, 6). Bu bağlamda Descartes'in cogito anlayışı, fiziki gerçekliği düşünen özne veya bilinçten kopararak kendisini dış dünyaya açınlama niteliğinden yoksun bir biçimde salt düşünsel boyutuyla ele aldığı görülmektedir.

Kant ile birlikte kendisine yabancılaşmış düşünce, kendi üzerine yönelir; ve öncelikle kendisini konu edinme gerekliliğini, bilme edimini özneden başlatarak, özneyi evrenin merkezine alan düşünsel bir devrimle kesin bir biçimde açığa vurur.(Özçınar, 2008, 6).Bu bağlamda Kant transan.felsefesini bilincin düşünümsel faaliyeti üzerine inşa edip felsenin kurgusal ve diyalektik düşünce biçimine yönelmesini mümkün hale getirmiştir. Fakat Kant felsefesinde bilincin düşünme edimini anlama yetisinin kategorileriyle sımırlama getirmesinin karşısında Hegel felsefesinde düşünme edimini anlama yetisinin salt fonksiyonu olduğu görüşünden uzaklaşarak düşüncenin, nesnel bir gerçekliği de ifade ettiğini ileri sürmüştür. Demek ki Hegel,

Kant'nın düşüncenin belirlenimlerinin kaynağının bende bulunması ve bu nedenle de ben'nin özne olarak, tümellik ve zorunluluk belirlenimlerini sağlaması", kategorilerin yalnızca bize özgü ve bizde bulunan "öznel ögeler" olarak alınması savlarını yadsımaktadır .(Yenişehiroğlu, 1996, 245). Kısacası Hegel, nesnel hakikat ile düşüncenin nesnelliğe kavuşması hususunda bir etkileşim olduğunu ifade ederek düşünce veya öznel ve nesnel gerçekliğin kategorilerinin özdeş kategoriler olarak dile getirmiştir.

Hegel'e göre yaşamı oluşturan şey, gerçekte kendi gelişimini çözen ve bu devinimde kendini yalın olarak saklayan bütündür.(Aksu, 2006, 68).Bu bağlamda yaşam içerisinde bilinc kendini keşfedip,açınlayarak varlığını ortaya koyacaktır. Hegel bilinci, kendinden önceki filozoflar gibi, tarihsel ve toplumsal içeriğinden sıyırarak, tüm bireyselliğinden yalıtılmış zaman dışı hazır verili bir gerçeklik ya da soyut bir evrensellik olarak ele almamaktadır.(Özçınar, 2008, 11).Buna karşılık diyalektik gelişim süreci, bilincin yetkinliğe ulaşma evresine karşılık gelmesiyle birlikte bilinç, arzularından tamamen koparılarak sona ermiş veya bütünlüğe ulaşmış bir biçimde kendisini açınlayamamaktadır.

Akıl'ın nihai olarak Doğa ile nihai buluşması teması,eksiksiz ifadesini Hegel'de bulmuştur.(LLoyd, 2015, 103). Hegel'e göre doğanın kendisini açınlayıp bilincine varmasını ifade eden gelişim evresini, insanlık tarihinin ilerlemesi, aklın gelişmesi ve bireysel zihinlerin bilincinden soyutlayarak ortaya koymamıştır. Bununla birlikte Doğa ile Aklı görünüşte birbirinden koparan tüm karşıt felsefi sistemler, doğanın kendisine dönüp yetkinlikten yoksun olan aşamalarının tezahürlerini ifade etmektedir. Hegel'nin diyalektik idealizm bağlamında gerçek olan rasyonele ;rasyonel olan da gerçeğe karşılık gelmektedir. Akıl ve doğa iç içe geçerek bütünlüklü bir yapı kazanmasıyla birlikte söz konusu bu yapı bilincin gelişim aşamalarıyla kavranılabilmektedir.

Hegel, aklın ilerlemesini ,evrensel olanın eksiksiz kavranılmasına dayanan özgürlüğe doğru bir yol alış "öznel ve tikel olandan sıyrılış" olarak görür. (LLoyd, 2015, 104). Hegel Tin'in Fenomenolojisi'nde insan bilincinin gelişim aşamalarına toplumsal boyutta somutluk kazandırmıştır. Bununla birlikte her yeni aşama, önceki aşamanın ötesinde gelişme göstermesiyle birlikte kalıcığını muhafaza etmektedir. Dolayısıyla bilincin henüz olgunlaşmamış biçimleri kendisinden sonra gelişen bilinç formları tarafından şekillendirilip varlıklarını kazanmaktadır. Akıl "gerçekliğin tamamı olduğundan emin oluşu hakikat seviyesine yükseltildiğinde ve kendisinin kendi anlayışı, dünyanın da kendisinin olduğu bilincine vardığında (Hegel, 1807, 263). rasyonel ve gerçeklik olanın bütünlüğünün anlaşılmasıyla birlikte Doğa içerisindeki gizil olma durumundan uzaklaşarak Tin biçimine

bürünmeye başlamaktadır. Dolayısıyla Hegel'nin mutlak idealizminde aklın gelişim süreci, bireysel özbilincin gelişim formları ve toplumsal yapıların örgütlenme biçimleri olarak anlaşılabilmektedir. Her iki alanda da daha geri ve daha ileri aşamalar arasında birbirinin yerini alma ilişkileri geçerlidir.. (LLoyd, 2015, 105). Buna karşılık, aklın gelişim aşamalarının her biri kendi içsel doğaları tarafından belirlenmektedir.

1.2. Özbilincin Açınlanma Serüveni

Kuşkusuz insan,kendi dışındaki dünyadan başka bir şey olduğunun bilincine vararak özbilince ulaşır ve insan olur(Bümin, 2001, 27). İnsanın özbilinç varlığı olarak kendisini gerçekleştirmesi ve açınlayabilmesi, içerisinde yaşadığı nesnel dünya içerisinde mümkün hale gelmektedir. Dolayısıyla insanın özbilinç varlığı olarak dünyayla olan münasebeti ve insanın zamansal ve mekansal bir varlık olarak anlaşılması, düşünen özneyi temele koyan Kartezyen Felsefe geleneği içerisinde gerçeklik kazanamamıştır.

Hegelci idealizmin fenomenolojik yolculuğunun özbilinç aşamasının doğum aşamasında varolan tüm algı içeriklerini,fenomenleri birbirine bağlayacak bütünsel ve sistematik bir zemininin nerede aranması gerektiği sorulabilir.(Orman, 2015, 125).Bununla birlikte Hegel'in felsefesi bağlamında fenomen, bilincin içeriğini şekillendiren duyum, algı, duygu, tasarım, düşünce ve kavramın iç içe geçtiği yapısal bir bütünlüğe karşılık gelmektedir. Hegel'in idealist felsefesinde fenomenleri ve algı içeriklerini kavramaya yönelik girişimlerinin temelini, hem duyumsayan hem de düşünen öznenin kendisinde bulmak gerekmektedir. Bilinç kendini belirli bir kipte sunar, ama aynı zamanda kendini sunuş kipinden dışarı ve kendi içine yansır (Yardımlı, 2011, 94). Doğayı açınlama amacı doğrultusunda doğaya yönelen bilincin, öncelikle kendisine dönmesi gerekmektedir. Bu bağlamda özne kendisini içeriği olarak belirledikten sonra kendisini nesne olarak ortaya koyabilmektedir. Öznenin öz bilinç olma serüveninde, algı içeriklerini birbirleriyle bütünleştiren kategorilerin kendi bilincinin unsurları olduğunu anlayıp kendi varlığını fark etmesiyle mümkün olmaktadır.

Hegel açısından, "Bir ben olduğunu düşünme, insan varlığının köküdür. Tin olarak insan dolayımsız bir varlık değildir,...kendi üzerine dönen varlıktır....Eylemi, dolayımsızlığı aşmak, bunu yadsıyarak kendine dönmektir: o, eylemde kendi kendini yaptığı şeydir." (Hegel, 1991, 61). Hegel'e göre insan düşünen bir varlık olmasıyla birlikte bu düşünme yetisi salt nesnelere yönelik sınırlandırılmamış olup insanın aktif ve etkin bir biçimde kendisine yönelik öz-düşünümünü gerçekleştirmesine karşılık gelmektedir.

Hegel "Görüngübilim" adlı eserinde bilincin veya varlığın sözle açınlanabilmesi temel şeklini "Duyusal Kesinlik" başlığı altında değerlendirmiştir. Duyu pekinliğinin gerçeği, evrensel değildir; şimdi ve burası arasında kalan tek şeydir. (Yardımlı, 2011, 70). Buna karşılık bilincin bu aşamasında burada ve şimdi belirlenimleriyle tanımlanan nesnesinin başlangıçta bize en kesin ve en içerikli görünmekle birlikte, hiçbir dolayıma ve belirlenime sahip olmadığı duyusal kesinliğin asıl hususunu evrensel ve tümelin belirlediği anlaşılmaktadır. Bu süreç bilincimizi dolduran içerik, duygular, sezgiler, imgeler ,tasarımlar, amaçlar ve ödevlerden oluşur.(Aksu, 2006, 62). İnsanın kendilik bilincine veya özbilincine ulaşması, bu bilgi veya bilinç şekliyle olanaklı hale gelmemektedir. Bilincin en ilkel aşamaları, belirli ama dışsal yasalara bağlı durağan nesnelerin farkına varıştan ibarettir.

Bilincin organik ve canlı şeyleri kavraması, kendinden emin olma evresi olarak belirlenmektedir. Ancak insanın kendinin bilincine veya özbilincine ulaşma sürecinde, kendine geri dönebilmesinin gerçekleşmesi, varlığı edilgin seyretme edimiyle birlikte mümkün olmamaktadır. İnsan bu tarz bilme ediminde nesnede erir; onu değiştirmez ve dönüştürmez.(Bümin, 2001, 28). Hegel'e göre bilme faaliyetinde bilincin özbilinç haline dönüşebilmesinde yetkin olamamasının temel nedeni, söz konusu bilme ediminde özneden ziyade nesneye yönelen bir tavır içerisinde olmasıdır. Bu anlamda bilme etkinliğinin içeriği, nesnenin algılanması durumuyla belirlenmektedir. Buna karşılık bu durumda insan ne seyretme edimini ne de kendisini düşünemediğinden dolayı insanın nesneyle olan bu münasebetinde her ne kadar nesneye yönelik söz edebilse de "ben" diyerek kendisinden bahsedemez. Bir ben olduğunu düşünme, insan doğasının köküdür.(Hegel, 2004). Hegel'e göre insanın varoluşunu özbilinç haline dönüştüren ben, duyusal olarak sadece nesneleri algılayıp kendisinden uzaklaşan bir ben'e karşılık gelmemektedir. Özbilinç olma sürecinde seyredici konumunda olan ben gerçek anlamda bir ben olmamaktadır. İnsan bir özbilinç varlığı olacağı takdirde duyusal pekinliğin edilgin seyredici bilincinin ötesine geçmek zorundadır (Özçınar, 2007, 30). Bu bakımdan insan varlığının özbilinç haline dönüşebilmesi için duyusal pekinliğin bilincini aşması gerekmektedir.

Hegel'e göre öz bilincin ilk biçimi, istek ya da arzu tarzında ortaya çıkar.(Orman, 2015, 126).Bu anlamda istek, nesneleri ele geçirerek onları kendi faydası için kullanıp tüketme çabasına yönelik bir tavır sergileyecektir.

İstek yalnızca doğal bir şeye yönelmişse, yani doğal olan bir şeyin olumsuzlanması söz konusu olduğu takdirde ben de doğal bir ben olarak kalacaktır (Kojève, 2001, 80).Bu bağlamda isteğin de insansal bir nitelik kazanabilmesi, sadece doğal ihtiyaçlarının doyumunu giderme arzusu

içerisinde olmasıyla gerçekleşememektedir .İnsansal varoluş biyolojik bir gerçeklik ve dinamizm içerisinde gerçekleşip varoluşunu sürdürmesi ve hayvansal nitelikte bir istek içerisinde bulunması, kendinin duygusuna ulaştırsa da insanın kendinin bilincine ulaşabilmesinde yeterli bir koşul olmamaktadır.

İnsanın öz bilincine varabilmesi hususunda onun isteğinin doğal olmayan bir nesneye yönelmesi gerekmektedir. Bu anlamda istek, doğal bir nesne olduğu takdirde bu biçimdeki bir varlığın istemini duyumsamak, onunla özdeşleşip ona bağımlı hale gelmesi anlamına gelecektir. Ortaya çıkan benlik, kendi arzusunun nesnesinin kendisinden bağımsız olduğunu fark eder. (LLoyd,2015, 124).O halde özerk bir varlık, bir öz bilinç olmak için, insanın kendi doğal ve önceden verilmiş varlığını aşması için istek, şu an için mevcut biricik doğal olmayan "var olmayan" şeye isteğin kendisine yönelmeli, başka bir isteği başka bir beni istemelidir.(Bümin:2001:29).Buna karşılık istek, başka bir istek veya ben'den soyutlandığı takdirde bir yokluk biçiminde kendini ortaya koyacaktır. Bu bağlamda isteğin doğal olmayan nesnesine, bir başka isteğe veya bene'e yönelmesi gerekmektedir. Ben 'nin nesnenin sahibi olarak bilinip tanınması, kendi üstünlüğünü başkasına kabul ettirme arzusu içerisinde bulunduğu anlamına gelmektedir. İnsanın öz bilincini yaratan istek, böyle bir kabul edilme isteği ve ondan kaynaklanan eylemdir.(Bümin, 2001, 31). Bu anlamda insansal bir gerçekliği ifade eden istek, kendi saygınlığını ve değerini ötekine kabul ettirme biçiminde ortaya çıkmaktadır. İnsanın özbilincini veya kendilik bilincini şekillendiren değerini ve saygınlığını başkasına kabul ettirme isteğinin yol açacağı edim de savaş olacaktır."Kendinin bilincinin kökeninden söz etmek, zorunlu olarak hayatını tehlikeye atmadan söz etmek demektir.(Kojeve, 2001, 83).Bu durumda karşıt bilinçler arasında bilinip tanınma adına karşılıklı duyumsanan gereksinim, ölüm-kalım mücadelesine girişmelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda Hegel'nin Köle-Efendi ilişkisinin diyalektiği, tanınma uğruna girişilen ölüm-kalım mücadelesinin ve sonuçlarının diyalektiği olarak ortaya çıkmaktadır.

Bir ben kendi benliğinin bilincine, başka bir ben ile karşılaştığı takdirde varabilir.(Orman, 2015, 126).Bu bağlamda bilincin kendisini keşfedip özbilinç varlığı olarak dönüşümünü gerçekleştirebilmesi için birden fazla bilincin "bilinçler çoğulluğunun" mevcudiyetinden geçmesi gerekmektedir. Bu bağlamda isteğin ya da ben'in özbilince doğru devinimini gerçekleştirebilmesi, birden fazla ben'nin varlığının bulunmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda Hegel, ben'nin özbilinç olma serüveninin nihai son aşamasında özneler arası etkileşimin kaçınılmaz olduğunu ifade etmiştir.

Özbilincin irdeneleşinde ,Hegel birey ve dünyası arasındaki ilişkiyi ele alan çözümlemesi bağlamında insan şeylerin görüngülerin arkasında kendi özbilincinin yattığını öğrenmiştir.(Marcuse, 2013, 83).Buna karşılık insan bu deneyimine somut bir gerçeklik kazandırmak amacıyla dış çevresindeki nesnelere yönelip onları istemektedir. Ancak insan(bilinç) özbilincine uyarılması itibariyle nesnelerin isteğinin konusu olmadığına dair farkındalığı da edinmeye başlamaktadır. Hegel "özbilinç doyumuna salt başka bir öz bilinçte ulaşır der" (Hegel, 123).

"Öz bilinç, ancak başka bir öz bilinç içerisinde tatmin olmaktadır. Bilinç ilk kez bu noktada öncelikle duyusal olan burada ve şimdinin renkli dünyasını ve duyulur üstü olan öte'nin gecenin andıran boşluğunu terk ederek var olanın tinsel ışığına doğru ilk adımı attığında dönüm noktasına ulaşmıştır." (Hegel, 1807, 110-11). Bu sayede bilincin kendinin bilincine ulaşarak varoluşunu öz bilinç olarak ortaya koyabilmesi, öteki bilinçlerle olan ilişkileri doğrultusunda olanaklı hale gelmektedir.

2.Efendi-Köle Diyalektiği

2.1 Tanınma

Hegel'de efendi-köle diyalektiği, insanın, insan olma ve kendinin bilincine varma ve nihayetinde, özgür bir birey olma sürecinin bir ifadesidir (Küçükalp, 2010, 58).

Karşıt bilinçler arası ilk ilişki şekli, Köle-Efendi ilişkisi olarak sonuçlanacaktır. İnsanlığın kendi bilincine varması yolunda attığı ilk adımla başlayan tarih, Köle-Efendi diyalektiği şeklinde gelişme göstermesiyle birlikte Köle-Efendi ilişkisi, doğaya karşı verdikleri mücadeleyle de ilişkili olarak ele alınmaktadır. Hegel, insanın doğa ile mücadelesinde kendi kendinin bilincini açıklar. (Akay, 2004, 34). İki karşıt bilinç şekli olarak vardırlar; biri özü -kendi için olmak olan bağımsız bilinç; öteki özü başkası için yaşamak ya da olmak olan bağımlı bilinçtir; birincisi efendisi ikincisi köledir. (Yardımcı, 2011, 126). Bu bağlamda efendi, kendi varlığını başkasına dayatarak tanılan, köle ise kendi değerini ve saygınlığını başkasında gören varlıktır. Efendi özgür ve bağımsız bir bilinç tarafından bilinip tanınmadığından dolayı kendi benliğinin gerçek nitelikte tanınmasına ve bilincine ulaşamamaktadır. Köle, efendisi için doğayı dönüştürme etkinliği aracılığıyla kendi öznelliğini ve bilinçliliğini dışa vurması üzerine nesnelleştirmektedir. Böylece köle bu edimi aracılığıyla kendi bilincini hakiki anlamda bir varoluşa kazandırma şansına erişebilmektedir. Bilincin bu hususunda efendilik, dolaysız

tüketim ve köle emeği üzerinden aylak bir yaşam biçimine; kölelik ise efendisi için ertelenmiş tüketim ve doyum olarak çalışma edimine karşılık gelmektedir.

İnsanın kendi hakkındaki özbilincini öznel bir gerçeklikten nesnel bir gerçekliğe dönüştürmesi amacıyla iki öznenin bilincin- kendi hayatlarını tehlikeye atarak girdikleri savaşta, karşıt taraflardan birisinin tavrını değiştirip ötekinin saygınlığını ve değerini onaylayarak bilinip tanınma isteğini terk etmesi gerekmektedir.

Savaştaki taraflardan birisinin tutumunu değiştirmesi "kabul edilme" kavramının gereğidir.(Bümin, 2001, 35).Bunun nedeni, karşıt taraflardan her ikiside başlangıçtaki tavrını sürdürdüğü takdirde savaşın birinin ölümüyle sonuçlanması, kendi üstünlüğünü ve saygınlığını kabul ettirmeyi imkansız hale getirecektir. Bu bağlamda ölüm-kalım mücadelesinin karşıt iki tarafında ölümüyle sona ermesi, iki karşıt bilincin varlığının tamamen ortadan kalkması durumuna karşılık gelmektedir. Bu durumun nedeni, biri hayatta kalıp ötekini öldürdüğü takdirde onun tarafından zaferinin bilinip tanınması olanaksız hale gelecektir. Dolayısıyla kazanan tarafın kendi saygınlığı ve değeri hususundaki henüz öznel olan kesinliği, öznel olarak kalarak nesnel bir kesinliğe ulaşamamaktadır.

Efendi-Köle ilişkisi, biri "efendi" ve "öteki" köle olan özsel olarak eşitsiz bireyler arasındaki bir ölüm-kalım kavgasıdır (Marcuse, 2013, 83). Hegel, Efendi-Köle ilişkisini, dış dünyada birbiriyle çatışma içerisinde bulunan iki karşıt bilincin farklı deneyimleri doğrultusunda değerlendirmektedir. Köle bilincin varoluşu da onun çalışması yoluyla belirlenmektedir. Efendi bilincin bu çalışma etkinliğini kendisine mal ederek Efendiliğine ulaşmaktadır. "Köle ona değil ama başkasına ait olan nesneler üzerinde çalışmaktadır. Varoluşunu bu nesnelerden koparamaz; onlar onun zinciridir, ondan henüz kurtulamamıştır.(Hegel, 128). Buna karşılık köle, henüz başlangıç aşamasında hem nesne hem de efendisiyle olan ilişkisini dönüşüme uğratacak bilinç yetkinliğinde olmadığı görülmektedir.

Efendinin prestij mücadelesinde hayatını tehlikeye atılması üzerinde temellenen Doğa üzerindeki üstünlüğü, kölenin çalışması yoluyla gerçekleşir. (Kojeve, 2011, 46). Efendinin başlangıçtaki kabul edilme isteği, onu doğaya bağımlı bir duruma getirmektedir. Bu durumun nedeni, nesnenin sağlamış olduğu doyumun kalıcılıktan yoksun bir niteliğe sahip olmasıdır. Bununla birlikte Efendi bilinç karşısındaki nesne bağımsız konumda olup efendinin tanınma isteği, köle aracılığıyla bir dolayım kazanmaktadır. Köle çalışması rastlantısal olan bir insan olmamaktadır fakat özsel olarak bir emekçidir; emeği ise varlığıdır. (Marcuse, 2013, 84).Bu

bağlamda Köle kendisine henüz ait olmayan nesneler üzerinde çalışma edimini gerçekleştirmektedir. Efendi, kölenin bu çalışması aracılığıyla nesnenin kendisini bağımlı konuma yerleştiren yönünü aşabilmektedir. Bu bağlamda efendinin doğa ile ilişkisi, köle vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Hegel egemenlik altında bulunan kölenin doğayı daha çabuk değiştirdiğini söyler. (Akay, 2004, 34). Bu bağlamda efendi de kölenin çalışma edimi aracılığıyla doğaya karşı verdiği mücadele yoluyla ilerleme gösterebilmektedir.

Efendinin mücadeleye girişirken istediği bir başkası tarafından bilinip tanınmasını sağlamaktır. (Kojeve, 2001, 51).Efendi başlangıçta, köle karşısında kendi tanınma isteğini, ölüm-kalım mücadelesinde ölümü de hesaba katarak kabul ettirmektedir. Efendi, köle karşısında bağımsız bir bilinç konumunda olsa da, onun nesnelerle ilişkisi köle vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Efendi karşısında bağımlı bir bilinç konumunda olan köle, çalışması aracılığıyla kendisini ve nesneleri dönüştürmesi üzerine nihai noktada kendinin bilincine varmaya daha yatkın olduğu görülmektedir. Ancak köle bilincin özbilinç haline dönüşebilmesi, Efendi bilinç ve doğa ile olan diyalektik biçimdeki ilişkisini, Fransız Devrimi ve Napoleon'nun meydana getirdiği devlete kadar gelişme gösteren evrensel dünya tarihi içerisinde kazanabilmektedir.

Efendinin kendi kendisinin bilinci vardır, ama efendi için bu bilincin varlığı bilinçsizi eşmektedir; çünkü yalnızca kendisi tarafından tanınabilmektedir. (Akay, 2004, 31).Bunun nedeni efendinin bilinip tanınma isteği, bağımsız bir bilinç karşısında gerçekleştiğinden dolayı onun köle karşısında kendisini Efendi olarak kabul ettirmesi gerçekleşememektedir. Efendi, kendisinden başka ama kendisi gibi olan bir kişi,bir başka insan tarafından bilinip tanınmasını istemektedir. .(Kojeve, 2001, 51).Bu anlamda Efendi bir özbilinç tarafından üstünlüğü ve yüceliği kabul edilmiş bir özbilinç olma amacıyla ölüm-kalım mücadelesini göze almaktadır. Köle bağımlı bir bilinç olup henüz özbilinç olarak kendi varlığını dönüştüremediğinden dolayı efendiyi özerkliğine kavuşmamış bir bilinç karşısında kendi varlığını kabul ettirmek, gerçek anlamda doyum ve özgürlüğüne kavuşturacak bir tanınmaya karşılık gelmemektedir.

Efendi arı olumsuz güçtür; Köle ise özsel olmayan eylemdir. Ama asıl tanınma için şu kıpı eksiktir: Efendi ötekine karşı yaptığını kendisine karşı da yapmalı ve köle kendisine karşı yaptığını ötekine karşı da yapmalıdır (Yardımlı, 2011, 128). Dolayısıyla kölenin gerçekleştirdiği her etkinlik efendinin eylemine karşılık gelmektedir. Bu durumda tek taraflı ve eşitlikten yoksun bir tanınma meydana gelecektir. Bunun nedeni köle'nin kendi isteklerini karşılamaktan ziyade efendisi'nin arzularını doyuma ulaştırmak için çalışmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla kölenin çalışmaya yönelik etkinlikleri efendisinin isteğine karşılık gelmektedir.

2.2. Çalışma, Ölüm ve Korku

Bağımsız bilincin gerçekliği buna göre köle bilinçtir; Bu hiç kuşkusuz kendi dışında görülür.(Yardımlı, 2011, 128).Efendilik kendi varoluşunun olmak istediğinin tam tersi biçimde tutum sergilediği takdirde kölelikte varlığını karşıt bir şekilde dönüştürmesiyle birlikte kendi bilincinin içine dönerek kendini bağımsız bilinç haline dönüştürecektir. Köle çalışma faaliyeti aracılığıyla gizil olan özelliklerini, edimsel bir şekilde gerçekleştirmektedir.

Köle, nesneleri dönüştürmesi etkinliği sayesinde isteğini somutlaştırmasıyla birlikte çalışması sayesinde isteğini nesnelere ulaştırabilmektedir. Çalışma, diğer etkinliklerden anlık bir doyuma ulaştırılacak bir istek tarafından güdülenmemesi bakımından ayrılmaktadır (Bümin, 2001, 41).Bu bağlamda köle, efendisi adına doğayı da dönüştürme edimini gerçekleştirebilmektedir. Kölenin de kabul edilme isteğini çalışmasında gizleyip erteleyerek yaşamını devam ettirmektedir .Kölenin doğaya yönelik olumsuzlayıcı isteği, Efendisinin karşısında onu bağımsız konumda olan nesnesine karşı da bağımsız bir bilinç haline getirecektir.

Köle tanınma isteğini, belli bir zaman içerisinde çalışması aracılığıyla gerçekleştirebilecektir. Kölenin bilinci, şeyleri oluşturup biçimlendirmesi sayesinde, efendi için zor olan bir şeyi, süreklilik ögesini yakalar; çalışmasıyla nesnelere verdiği biçimlerde kendisini keşfeder (Lloyd, 2005, 127). Bu bağlamda benliğin dış dünyada varoluşu, özbilinç ya da benliğin kendisini dışsallaştırmasını zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla özbilincin yaşam içerisinde kendisini yitirmemesi için bu tür dışsallaştırma etkinliğinden geçmesi gerekmektedir.

Efendi, kendi değerini ve saygınlığını kabul ettirme uğruna yapılan savaşta kendi biyolojik isteklerinin temeli olan hayatını koruma içgüdüsünü yenmesi üzerine kölenin kendi gözünde biyolojik doğasını aşarak ispatlar olarak görüldüğü için kölenin karşısında özgür konumda bulunmaktadır. Hegel'e göre istek kavramı, ancak ölüm ve korku kavramlarıyla düşünüldüğü zaman anlam kazanır. (Özçınar, 2007, 30). Hegel'e göre istek ve korku duyguları özbilincin şekillenmesinde etkili olmaktadır. Kölenin tanınma mücadelesinde duyumsadığı ölüm korkusu beraberinde özgürlük duygusunu da hissettirmektedir. Daha da önemlisi, o ölüm korkusunda, kimse kimsenin yerine ölmeyeceğinden dolayı bireyselliğini duymuştur (Bümin, 2001, 48). Bu anlamda köleyi çalışma edimine iten efendi korkusu, efendi karşısında biyolojik varlığını devam ettirmeye duyumsadığı korkuyla aynı anlama gelmemektedir. Hizmet ve boyun eğmenin disiplini olmaksızın korku biçimsel kalır ve varoluşun bilinçli edimselliğine yayılamaz. (Yardımcı, 2011, 130). Köle çalışma edimi sırasında tanınma mücadelesinde görüldüğü gibi

Efendisinin kendi varlığını sona erdirebileceğini duyumsayamamaktadır. Dolayısıyla köle, efendisini öldürebileceğini fark etmektedir.

Çalışma kölenin isteğiyle başlamış olsa da kölenin nesneyi dönüştüren bir bilinç olarak kendini tanımasını sağlar.(Aksu, 2006, 70).Bu anlamda Köle çalışma sayesinde doğayı aşarak nesnede bağımsız yönünü keşfedip kendisini gerçekleştirebilmektedir. Köle çalışma etkinliği aracılığıyla doğa'nın efendisi haline dönüşmesi üzerine efendisinin kölesi konumuna getiren içgüdüsünden de uzaklaşmaktadır. Çalışma sayesinde, karşıt iki bilinç arasındaki ilişki tersine çevrilmesi üzerine kölesi olduğu efendinin efendisine dönüşmektedir. Bu anlamda kölenin kendi özgürlüğünün farkına varması sürecinde doğaya olan aşkınlığının bilincine varmasından geçerek bağımsız bir varlık olduğunu da keşfedecektir.Köle çalışmasıyla dünyayı dönüşüme uğratarak,kendisini de dönüşüme uğratır ve böylece,başlangıçta ölüm korkusu yüzünden reddettiği bilinip-tanınma uğruna girişilen özgürleştirici mücadeleye yeniden girişmesini sağlayan yeni ve nesnel koşulları yaratır.(Kojeve, 2011, 108).Bu sayede Köle çalışma edimi doğrultusunda başlangıçta Efendisinin karşısında bağımlı olan bilincini ve iradesini bağımsız hale dönüştürmektedir.

Hegel, efendilik ve kölelik ilişkisini öyle bir ilişki olarak geliştirmiştir ki bunun her bir yanı özünü başkasında bulduğunu ve gerçekliğine ancak öteki yoluyla ulaştığını görmektedir (Marcuse, 2013, 85).Bu noktada özne-nesne ayrımının ortadan kalkmasıyla birlikte nesne, köle emeği tarafından dönüştürülmüş ve düzenlenmiş olarak özbilinç olan bir ben'in nesnelleşmesine karşılık gelmektedir. "Biçimini çalışmada kazanmış olan …şeylik… bilinçten başka bir töz olmamaktadır. Bizim için yeni bir özbilinç şekli ortaya çıkmıştır; bir bilinç düşünmektedir ya da özgür öz-bilinçtir.(Hegel, 133).Bu bağlamda Hegel'in bağımsız özbilinçle düşünen özne(bilinçle) özdeşleştirmesinin temelinde yatan görüşü, düşünen öznenin, soyut bir ben olmayarak dünyanın tözü olduğunu bilen bilince karşılık gelmesidir .Dolayısıyla düşünen özne sayesinde nesnel-somut olan herşey, kavranan bir nesne haline gelmektedir.

Köle bilinç ne bu ya da ne şu ögede ,ne de bu ya da şuan için değil ama bütün bir bir özü için korku duymuştur; çünkü ölüm korkusunu saltık efendisinin korkusunu duymuştur.(Yardımlı, 2011, 129). Kölenin duyduğu korku, onun benliğini bütünüyle sarsıntıya uğratmaktadır. Bu bakımdan onun varlığında kalıcı olan her şey yıkıma uğramıştır. Ancak bu yıkım durumu da bütünsel anlamda olmayıp köle bu durumu aktif bir şekilde çalışması aracılığıyla varlığı üzerinden uzaklaştırabilmektedir.

Yaşam onun gözünde, dolayımsız ve tek tek giden deneyim anlarıyla sınırlı olmayan bir şeydir. (Lloyd, 2015, 126).Nitekim kölenin dünyayla olan dolayımsız ilişkisi de dünyaya dair özbilinçli bir farkındalığa doğru gelişmektedir. Bu bağlamda nesneler üzerinde gerçekleştirdiği çalışma etkinliği sayesinde onun varoluşu, gelip geçicilikten uzaklaşan bir istek haline de dönüşmüştür.

Saygınlık savaşında köle biyolojik kimliğini kaybetmekten korkuyordu.Çalışma sayesinde bu korkuyu yenmiştir. (Aksu, 2006, 71).Böylece köle bilinç, efendi bilincin varlığına duyduğu korkuyu çalışması sayesinde varlığından koparıp onun varlığını kendisine benzer kılması nedeniyle aralarındaki biyolojik farkılılığı da yapıcı bir düzlem üzerinde anlamaya başlayacaktır.

Kölenin savaşta ve daha sonra efendisinin hizmetinde çalışırken duyduğu ölüm korkusu, efendinin de ölümlü olduğunu fark etmesini sağlar.(Aksu, 2006, 70).Bu sayede köle yaşamının sonlu ve kendisinin sınırlı bir varlık olduğunun bilincine erişerek farklı düşünce yönelimlerini keşfetme girişimlerinde bulunduğu görülmektedir .Hegel bu düşünce yönelimleri üzerinde Stoacılığın etkisi olduğunu ileri sürerek bu bilinç aşamasıyla birlikte ,Hristiyan inancı ve kuşkuculuk gibi düşünce yönelimlerinin benimsenmeye başlandığını ileri sürmektedir. Böylece bilincin gelişim sürecini, düşünce tarihinin aşamalarından da geçerek tamamlamaya çalıştığı görülmektedir.

İnsanın özbilinç varlığı olarak kendisini ortaya koyabilmesi onun ölümüne de göğüs gerebilmesi durumu aracılığıyla da belirlenmektedir. “Kendinin bilincinin ‘kökeninden’ söz etmek, (özce hayati-olmayan bir amaç uğruna) zorunlu olarak hayatı tehlikeye atmaktan söz etmek demektir”.(Kojeve, 2011, 83).

Tarih içinde kendisine özgür olarak bir yer yaratabilen bir özgür bireydir(Kojeve, 2011, 266). Bu anlamda insan ölümlü bir varlık olduğu ölçüde kendi özgürlüğünü gerçekleştirebilmektedir. Nitekim insanın da öznelliği, tarihselliği ve özgürlüğü ölümlü bir varlık olması itibariyle belirginlik kazanmaktadır. Özbilincin bağımsız olanaklılığı, insanın varoluşu ölümlü ve sonlu bir varlık olduğunun bilincinde olmasıyla belirlenmektedir

Yaşamını hiç tehlikeye atmamış birey hiç kuşkusuz kişi olarak tanınabilir; ama bağımsız bir özbilinç olarak tanınmışlığın gerçekliğine erişmiş değildir (Yardımcı, 2011, 125). Bu bağlamda ölüm, insanın hem kendisine hem de başkasına yönelik olumsuzlayıcı bir nitelik olarak belirlenmektedir. Efendi ile köle arasındaki ölüm-kalım savaşında hayatını tehlikeye atıp karşıt bilincin varlığını ortadan kaldırmayı hedefleyen bilinç, ölümle yüzleşerek hakiki varoluşuna ulaşabilmektedir.

Kölenin sahip olduğu özgürlük kavramı henüz onun hayatında gerçekleşmemiş,ete kemeğe bürünmüş değildir.(Bümin, 2001, 49).Bunun nedeni kölenin özgürlük düşüncesine, kendisi bağımsız bir bilinç olmaksızın baskı altında gerçekleştirdiği bir çalışma aracılığıyla ulaşmasından kaynaklanmaktadır. Ancak doğayı da kendi düşüncesine göre şekillendirip dönüştürmesi bu özgürlük fikrine gerçeklik kazandırması için yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu noktada kölenin hem kendisini hem de efendisiyle olan ilişkisini de olumsuzlaması gerekmektedir.

Köle, evrensel uzlaşımı sağlamış insansal bir topluma ulaşma yolunda köleden daha uygun konumdadır. (Bümin, 2001, 49).Bunun nedeni kölenin insanlığın özgürlüğünü ifade eden değeri onaylaması, efendisinin kendisi karşısındaki üstünlüğüne ve yüceliğine boyun eğmesi durumuyla ilişkili olmaktadır. Bununla birlikte efendi kendi varlığını onaylayıp kölenin varlığını reddederek çıkmaz bir durum içerisine hapsolmuştur. Bunun nedeni efendinin özgürlüğünün gerçeklik kazanabilmesi, karşısında özgür konumda bulunan öteki bilinç tarafından kendi değeri ve saygınlığı bilindiği takdirde gerçekleşebilmektedir. Dolayısıyla bu koşulun gerçeklik kazanabilmesi için kölenin köle konumundan efendinin de efendilik konumundan uzaklaşması gerekmektedir.

Dünyada, çalışmanın ve mücadelenin sonucu olan olumsuzlayıcı eylem olarak gerçekleşen insansal özgürlük olarak ortaya çıktığından dolayı bütünsellik, insansallık ve fenomensel düzeyde tarihsellik olarak kendini açığa vurmaktadır (Kojeve, 2011, 244).Ancak efendinin sadece kölenin emegi üzerinden aylak bir yaşam sürdürmesi ve dolaysız tüketimi kendisini, insanı ve doğayı tarihsel olarak dönüşüme uğratabilecek bir davranış olmamaktadır. Bu bakımdan Köle çalışma faaliyeti sayesinde hem doğayı hem de insanlığı dönüşüme uğratabilmektedir. Dolayısıyla köle kendi varoluşunu dönüştürdükçe tarihin ilerleyişine de katkıda bulunmaktadır.

3. SONUÇ

Hegel'nin felsefi sisteminin temelini oluşturan diyalektik, çatışma ve karşıtlıklıkları barındıran süreç olarak ifade edilmektedir. Hegel diyalektik anlayışında karşıtlıkların sürekli bir biçimde bir arada varolduklarını ortaya koymaktadır. Hegel'e göre diyalektik, felsefi sisteminin mantığına karşılık gelmektedir. Hegel'nin diyalektik süreci ve gelişim evrelerinde düşünce ve varlık iç içe geçerek özne ile nesne arasında ayrım olmaksızın bütünlüklü bir yapı içerisinde

gelişme göstermektedir. Dolayısıyla Hegel'e göre diyalektik, varlığın ve düşüncenin devinimi, oluşumunu ve gelişimini ortaya koymaktadır.

Hegel, Descartes'nin düşünen özne temelli felsefesinde ifade ettiği gibi "ben neyim?" sorusuna "düşünen bir özneyim" diyerek yanıt verilemeyeceğini ileri sürmüştür. Hegel'e göre Descartes, insanı da sadece düşünen bir özne olarak ifade etmesi itibariyle onun varlığını dış dünyadan uzaklaştırmıştır. Hegel felsefesinde özbilinç anlayışı doğrultusunda kendisinden önce yer alan bilinç felsefesi geliştirmiş filozoflardan insanın hem tinsel hem de bedensel yönünü ifade etmesi nedeniyle ayrılık göstermektedir. Bu bağlamda Hegel, insanın özbilincine ulaşma serüvenine istekle ulaşabileceğini ifade etmiştir. Hegel özbilincin ilk biçimini istek olarak ifade etmesiyle birlikte isteğin kendi varlığını ortaya koyabilmesi "ben" diyebilmesiyle olanaklı hale gelmektedir. İsteğin insansal bir nitelik kazanabilmesi başka bir ben'e veya isteğe yönelmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda isteğin kendisine yönelmesiyle birlikte kendi saygınlığını da başka istek tarafından tanınıp onaylanmasına gereksinim duymaktadır .Dolayısıyla Hegel insanı da sadece bilinç varlığı şeklinde ele almamıştır. Hegel insanı duygu ve arzulara sahip olması bakımından istek duyan bir ben olarak değerlendirmiştir.

Hegel'e göre "ben" olduğunu düşünme, insanın doğasını meydana getirmektedir. Nitekim Hegel'e göre bir ben kendi benliğinin bilincine başka bir ben aracılığıyla ulaşabilmektedir. Bu bağlamda "ben" öznel hakikatini nesnel bir hakikate dönüştürerek amacını gerçekleştirebilmesi, birden fazla istek duyan ben'nin varlığını gerektirmektedir Dolayısıyla Hegel'e göre ben'nin kendinin bilincine ulaşarak varoluşunu özbilinç olarak gerçekleştirebilmesi, öteki benlerle olan etkileşimi sayesinde mümkün olmaktadır.

Karşıt bilinçler arasında bilinip tanınma adına duyumsanan gereksinim, ölüm-kalım mücadelesine girişmelerine neden olmaktadır Bu saygınlık amacı güden mücadeleyle birlikte "Efendi-Köle" diyalektiği ortaya çıkmaktadır. Hegel'e göre efendilik ve kölelik arasındaki çatışmayı barındıran diyalektik tarzdaki ilişki, etkin bağıntının tarihi olarak tanımlanabilmektedir .Bununla birlikte Hegel'e göre "Efendi-Köle" ilişkisi, onların doğaya karşı verdikleri mücadele doğrultusunda gelişme göstermektedir.

"Efendi-Köle" ilişkisinin başlangıcında efendi ,kendi özerk varlığını köle'ye dayandırarak tanılıp bilinme çabası içerisinde bulunmaktadır. Köle ise doğasını aşamayarak bağımsızlığına erişememesinden dolayı saygınlığını efendisinde gören varlıktır. Efendi özerk bir bilince saygınlığını kabul ettiremediğinden dolayı benliğinin gerçek nitelikte tanınmasına erişememektedir. Efendi-Köle diyalektiğinin başlangıcında efendi saygınlığını, öteki isteğe

kabul ettirmek amacıyla ölümü göze alan bağımsız bilinç varlığıdır. Köle iste bu ölüm-kalım mücadelesinde hayatını tehlikeye atmayı göze alamayarak efendisine boyun eğen bağımlı bilinç olarak nitelenmektedir. Bu bağlamda "Efendi-Köle" arasındaki ölüm-kalım mücadelesi, karşıt bilinçlerden birinin tamamen ortadan kaldırıldığı bir olumsuzlama olmamaktadır; karşıt bilinci bir yönüyle ortadan kaldırırken, diğer yönü ile muhafaza eden ve ileriye götüren diyalektik bir olumsuzlama şeklinde de gelişme göstermektedir.

Köle, efendisi için çalışarak doğayı dönüştürme edimi vasıtasıyla bilincini nesnelleştirebilmektedir. Dolayısıyla efendi kendi varlığını sadece istek duyan bir ben olarak ortaya koyarken, köle isteğinin güdümünden uzaklaşarak çalışması aracılığıyla doğayı ve nesneyi dönüştürerek kendi varlığını da biçimlendirmektedir. Kölenin doğayı dönüştürme ve efendisinin tüketimine hazır hale getirmesi tamamen efendisinin buyruğu olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak köle, doğayı dönüştürmesi sayesinde efendisi karşısında kendi varlığının üstünlüğünü kavramaya başlayacaktır.

Kölenin varoluşunu köklü bir biçimde dönüşüme uğratacak deneyim, ölüm korkusu olmaktadır. Kölenin tanınma mücadelesinde duyumsadığı ölüm korkusu, biyolojik varlığını kaybetme duygusuna yol açacağından dolayı onu bireyselliğine doğru yönlendirecektir Kölenin özbilinç olma sürecinde deneyimlediği korku, içe doğru duygusal bir eyleme karşılık gelmektedir. Bu bakımdan çalışma, kölenin insanlaştırıcı eylemi olması üzerine dünyaya yönelmesine neden olmaktadır.

Efendi, saygınlığını, köleye kabul ettirmek amacıyla ölüm-kalım savaşı doğrultusunda insanlaştırıcı ve tarihsel bir sürece katılmış olsa da insanın kendinin bilincine ulaşarak kendi varoluşunu ortaya koyabilmesi, kölenin etkinliği olan çalışma sayesinde olanaklı hale gelmektedir. Bu bağlamda Hegel'e göre özgürlük, insanın kendi özbilincine ulaşması, kölenin çalışması aracılığıyla doğa karşısında bağımsızlığına ulaşması sayesinde gerçekleşmektedir. Bu durum biyolojik varlığını aşmaya yönelik herhangi bir çaba içerisinde bulunmaksızın kendi varoluşuna yönelik yetersiz bilinç düzeyine sahip olan efendiyle söz konusu olmamaktadır. Bununla birlikte özgürlük, insanî özgürlüğün ve bağımsızlığın değerini efendisinde görmesi üzerine ölüm korkusu ile kendi varoluşuna ve doğaya boyun eğen, ancak çalışması sayesinde doğanın efendisi haline gelen, efendiliğine çalışması sayesinde ulaşan kölenin kazanımına yönelik olacaktır.

Köle çalışması aracılığıyla sahip olduğu özgürlüğüne de öteki insanlar tarafından onaylanmasına daha yatkın olacaktır. Ancak efendinin özgürlüğü, bağımsızlığına ulaşmış öteki

tarafından kabul edildiği takdirde gerçeklik kazanacağından dolayı varoluşsal bir çıkmaza süreklenmiştir. Bu durum kölenin köle olmaktan efendinin de efendi olmaktan çıkmasını gerektirmektedir.

Hegel'e göre efendi'nin varoluşsal tavrı, ne kendisini ne de doğayı dönüştürecek bir tutum olmadığından dolayı tarihsel ilerleme köle sayesinde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla köle çalışması sayesinde kendi varoluşunu geliştirip dönüştürdükçe kültürel değişim sürecini başlatarak tarihsel ilerlemeye de katkıda bulunacaktır.

Dolayısıyla Hegel'nin "Efendi-Köle" diyalektiği, karşıtlıkları ve çatışmayı içeren diyalektik bir mücadeledir. Hegel, felsefesinde bu karşıtlık ve çatışmayı barındıran diyalektik ilişkiye çözüm önerisi geliştirmiştir: Nitekim her iki karşıt taraf, ötekinin bağımsızlığını ve iradesini kabul ettiği takdirde çözüme kavuşacaktır. Dolayısıyla toplumsal örgütlenmenin temelinde bulunan ortak yaşanılan bir dünya içerisinde söz konusu efendi ve köle arasındaki çatışmalaın ortadan kaldırılması olanaklı hale gelecektir.

4. KAYNAKÇALAR

Aksu, Ş. (2006). Hegel ve tarih felsefesi. Ankara: Anı.

Bümin, T. (2001). Hegel bilinç problemi-Köle efendi diyalektiği, praksis felsefesi. İstanbul: Farklı.

Günay, M. (2003). Felsefe tarihinde insan Sorunu. İzmir: İlya

Hegel, G. W. F. (1986). Seçilmiş parçalar, (Tinin Fenomenolojisi'ne İlişkin Temel Düşünceler. (N. Bozkurt Çev.) İstanbul: Remzi.

Hegel, G. W. F. (2004). Tinin görüngübilimi. (Yardımlı, A. Çev.). İstanbul: İdea.

Hegel, G.W.F. (1991). Tarihte akıl (Yardımlı, A. Çev.). İdea.

Kojeve, A. (2011). Hegel felsefesi'ne giriş. (Hilav, S. Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.

Llloyd, G. (2025). Erkek akıl. İstanbul: Ayrıntı.

Ormanlı, E. (2015). Hegel'nin mutlak idealizmi. İstanbul: Belge.

Özçınar, Ş. (2007). Kendinin bilinci ve öteki diyalektiği: Hegel felsefesinde bilncin dolanımı ve nesneleşmesi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özçınar, Ş. (2008). Hegel'de düşünümsel bilincin pekinlik yansıması ve kurgusal özne. *Felsefe ve sosyal bilimlerde diyaloglar 2:4.*

İŞTE'NİN SÖZCÜK TÜRÜ ÜZERİNE

Doç.Dr. Burhan BARAN

Dicle Üniverstesi, , 0000-0001-5297-5713

ÖZET

Türk dil bilgisinin tartışmalı konularından biri bazı sözcüklerin edat, bağlaç ve ünlemler sınıfından hangisine dâhil edilmesi gerektiği hususudur. Bu sözcüklerden biri de "işte"dir. "İşte" sözcüğü bazı araştırmacılara göre edat, bazılarına göre ünlem, bazılarına göre zarftır. Araştırmacıların bir kısmı ise cümledeki kullanılışına göre bu sözcüğü edat, zarf ve ünlem grubuna dâhil etmişlerdir. Hatta "işte"nin dokuzuncu bir sözcük türü sayılabileceği de belirtilmektedir. Bu hususta bilimsel bir sonuca varmak için öncelikle edat, zarf ve ünlem terimlerinin tanımlarına ve açıklamalarına bakılmalıdır. Ardından araştırmacıların "işte" sözcüğünü edat, zarf ve ünlem türlerinden hangisinin içinde incelediği ve konuyla ilgili açıklamaları dikkate alınmalıdır. Toplanan verilerden hareketle "işte" sözcüğünün hangi tür sözcüğe dâhil edilmesi gerektiği hususunda bir görüş ortaya konulabilecektir. Bildirimizde bu yöntem dikkate alınmıştır.

Edatların tek başına anlamsız olup görevli sözcükler olmaları, belirgin özellik olarak adlardan sonra gelip ad çekim ekleri gibi onlara sıkı bir şekilde bağlı olmaları "işte"nin edat sayılmasına engeldir. Zarfların fiil, fiilimsi, sıfat veya başka bir zarfın anlamını çeşitli yönlerden etkileyen sözcükler olmaları "işte"yi zarf sınıfına almanın da uygun olmadığını göstermektedir. Ünlemlerin önemli bir özelliği, tek bir sözcük dahi olsa cümle değerinde olmalarıdır. Bu sözcük de bağımsız bir cümle niteliği göstermektedir. Sözcüğün dâhil edildiği tür hususunda ise görüşünden yararlanılan araştırmacı sayısı çoktan aza doğru ünlem, zarf, edat biçiminde sıralanmaktadır. Elde edilen bu verilerden hareketle bildirimizde, "işte" sözcüğünün ünlem sınıfında incelenmesinin daha uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: İşte, sözcük türü, edat, zarf, ünlem.

GİRİŞ

Türk dil bilgisinde sözcüklerin hangi türde olduğuna Türk diline ait bazı ölçütler dikkate alınmak suretiyle karar verilir. Ancak bazı sözcüklerin hangi sözcük türü içinde incelenmesi gerektiği hususu, Türk dil bilgisinin tartışmalı konularından biridir. Bu tartışmalı sözcükler çoğunlukla zarf, edat, bağlaç ve ünlem sınıfında kendisini göstermektedir. Sözcük türü bakımından tartışmalı olan sözcüklerden biri de "işte"dir. Ergin, sözcüğün eski gösterme edatı "uş"dan geldiğini, Eski Anadolu Türkçesinde gösterme edatı uş ve onun lokatif şeklinin klişeleşmesi ile ortaya çıkan "uşda"nın sonradan bugünkü "işte" şekline geçtiğini ifade eder (1992: 351). Çelik "işte" sözcüğünün biçimsel ve anlamsal özellikleriyle ilk olarak Eski Anadolu Türkçesi döneminde 13. yüzyılda, uş+da, üş+de şekilleriyle karşımıza çıktığını belirtir (2015: 398). Eski Anadolu Türkçesi döneminden günümüze ulaşan bu sözcüğü bazı araştırmacılar edat, bazıları ünlem, bazıları zarf sınıfında kabul etmişlerdir. Araştırmacıların bir

kısmı ise cümledeki kullanılışına göre bu sözcüğü edat, zarf ve ünlem grubuna dâhil etmişlerdir. Hatta "işte"yi dokuzuncu bir sözcük türü saymak gerektiği de belirtilmektedir.

Bu hususta sonuca varmak için öncelikle edat, zarf ve ünlem terimlerinin tanımları ve bu sözcük türleriyle ilgili yapılan açıklamalar verilecektir. Ardından araştırmacıların "işte" sözcüğünü edat, zarf ve ünlem türlerinden hangisinin içinde incelediği ve konuyla ilgili açıklamaları üzerinde durulacaktır. Toplanan verilerden hareketle "işte" sözcüğünün hangi tür içinde incelenmesinin daha uygun olduğu hususunda bir görüş belirtilecektir.

2. EDAT, ZARF VE ÜNLEMLER İÇİN YAPILAN BAZI TANIMLAR, AÇIKLAMALAR

Edat için bazı araştırmacıların yaptığı tanımlar ve açıklamalar şunlardır:

Korkmaz, edatların yalnız başına bir anlam taşımayan, ancak ad ve ad soylu sözcüklerden sonra gelerek sonuna geldiği sözcükle cümledeki diğer sözcükler arasında anlam ilişkisi kuran, gramer görevli bağımsız sözcük olduğunu ifade eder (2010: 79).

Delice, edatların iki kavram arasında anlam ilgisi kurmaya yarayan dil bilgisel anlamlı uydu sözcükler olduğuna değinir (2017: 147).

İlgeç terimini tercih eden Dinçer Bahadır, edatların kendi başlarına bir anlamı olmayan, ancak ad ve ad soylu sözcüklere ve sözcük öbeklerine gelerek çeşitli anlam ilişkileri kuran dil bilgisel biçimbirimler olduğunu belirtir (2019: 195).

Zarf için bazı araştırmacıların yaptığı tanımlar ve açıklamalar şunlardır:

Korkmaz, zarfların; fiillerin, sıfatların, sıfat-fiillerin ve görev bakımından zarf niteliğindeki sözcüklerin anlamlarını zaman, ölçü, niteleme, yer, yön, vasıta, miktar, şart gibi çeşitli bakımlardan etkileyerek daha belirgin duruma getiren veya sınırlayan sözcük türü olduğunu belirtir (2010: 250).

Delice, zarfları "Fiil, fiilimsi, sıfat, isim ve kimi zaman kendi cinsinden bir sözcüğün anlamını zaman, araç, sebep, yer, yön, tarz, ölçü, durum gibi çeşitli açılardan sınırlandıran sözcükler" olarak tanımlar (2017: 73).

Belirteç terimini tercih eden Akçataş, zarfların; eylemlerin, eylemsilerin, sıfatların, adların ve belirteçlerin önüne gelerek onları zaman, durum, ölçü, yer ve soru bakımından belirten, açıklayan, sınırlandıran ya da anlamını derecelendiren sözcükler olduğuna değinir (2019: 109).

Ünlem için bazı araştırmacıların yaptığı tanımlar ve açıklamalar şunlardır:

Korkmaz'ın ünlemler için yaptığı şu açıklama onu diğer sözcük türlerinden belirgin bir biçimde ayırmaktadır: "Ünlemlerin yer yer söz ve cümle değeri taşıdıklarını, bazen tek bir ünlemin bir cümlenin yerini tuttuğunu da belirtmek gerekir." (2003: 1143). Ayrıca araştırmacı, "işte" sözcüğünü de dâhil ettiği gösterme ünlemlerinin bir kimseyi, bir şeyi, bir yeri veya düşünceyi işaret ederek göstermek için kullanılan ünlem türü olduğuna değinir (2003: 1179).

Akalın, "Türkiye Türkçesinde Ünlem" adlı çalışmasında ünlemin tanımıyla ilgili şunları belirtir: "Ele aldığımız çalışmalarda tanımda öne çıkan unsurlar, ünlemlerin insanların çeşitli duygularını ifade eden seslerden, seslenmelerden, hitaplardan, taklit seslerden, cevaplardan, işaret kelimelerinden oluşur." (2011: 589).

Baydar, ünlemlerin çoğunun bir cümle değeri taşıdıklarını, isim, sıfat, zarf, zamir, fiil gibi ayrı bir sözcük türü olarak duygu, seslenme, yönlendirme, soru, cevap, gösterme olmak üzere altı grupta incelenmeleri gerektiğini belirtir (2016: 147).

3. İŞTE'NİN SÖZCÜK TÜRÜYLE İLGİLİ ARAŞTIRMACILARIN TERCİHLERİ

İşte sözcüğünü **zarf** olarak alan araştırmacılar şunlardır:

Bu sözcüğü Hatiboğlu (1969: 44), Bozkurt (1995: 288), Koç (1997: 224-225), Vardar (1998: 114) ve Atabay-Özel-Kutluk (2003: 97) gösterme belirteci; Gencan, gösterme ve tanıtma belirteci (2001: 455) olarak ele alır.

Hengirmen, gösterme belirteci maddesinde işaret belirtecine gönderme yaparak "Eylemleri gösterme yoluyla niteleyen, tamamlayan belirteç: İşte, ta...gibi." açıklamasını yapar (1999: 197, 231).

İşte sözcüğünü **edat** olarak alan araştırmacılar şunlardır:

Ediskun, edat olarak göstermede kullanıldığını belirtir (2005: 296).

Hacıemoğlu (1992: 308) ve Özçelik-Erten (2011: 194) gösterme edatları sınıfında inceler.

Delice, "işte"yi pekiştirme edatı başlığı altında örneklendirir (2017: 223, 226).

İşte sözcüğünü **ünlem** olarak alan araştırmacılar şunlardır:

Topaloğlu, ünlemi tanımlarken gösterme ifade eden sözcükleri de buna dâhil eder. Verdiği örnekler arasında "işte" sözcüğü de vardır (1989: 149).

Ergin (1992: 351) ve Gülensoy (2000: 426) ünlemler sınıfına aldıkları gösterme edatları alt sınıfında inceler.

Zülfikar, ünlemlerin tasnifi konusunda şunlara değinir: "Bir defa ünlemlerin içine alınacak üç malzeme var. Asıl ünlemler: ah, vah. Seslenmeler: hey, ey gibi. Gösterme ünlemleri: işte, nah, tuh gibi.(...)" (2011: 636).

Karahan, "İşte"nin bir cümlenin yükünü üzerine aldığını, başka bir cümleye gerek kalmadığını, ünlemlerin içine seslenmeyi, duygu değeri taşıyanları, cevap, gösterme bildirenleri almak istediğini belirtir (2011: 620-621).

Özkan, Karahan'ın sınıflandırmasını doğru bulduğunu belirterek ünlemlerin de alt başlıkları olabileceğini, tasdik, ret, gösterme, ürkütme ifade edebileceğini, bunların da birer ünlem türü olarak kabul etmenin yanlış sayılmaması gerektiğini söyler (2011: 630).

Korkmaz, "işte"yi gösterme ünlemi olarak (2003: 1179) örneklendirir.

Karaağaç, ünlem edatlarının alt sınıfı olarak ele aldığı seslenme edatlarına "işte"yi de dâhil eder (2012: 438).

Gedizli, Türkçede doğrudan ünlem olan sözcükler tablosuna "işte" sözcüğünü de alır (2015: 130).

Baydar, gösterme sözcüklerinin zarf olabilmelerinin mümkün olmadığını işte ve ta'nın kullanıldıkları cümlelerde zarf-yüklem ilişkisi içinde olmadıklarını, işlevlerinin gösterme ve

zaman açısından uzaklık olduğunu ifade eder. Araştırmacı "işte"yi gösterme ünlemi" olarak kabul etmektedir (2016: 144).

Doğru, "işte"yi dışa dönük ünlemler başlığı altında örneklendirir (2019: 176).

Bu sözcük Örnekleriyle Türkçe Sözlük'te ünlem olarak verilir (2000: 1442).

TDK Türkçe Sözlük'te "işte"ye sözcüğüne verilen dört anlamda da sözcük, ünlem olarak gösterilir (TDK, 2023, sozluk.gov.tr).

İşte sözcüğünü bağlamına göre zarf, edat ve ünlem olarak alan araştırmacılar şunlardır:

Bilgegil, bu sözcüğü zarf, edat ve ünlemler arasında göstermesini şu notla izah eder: "Gerek bu kelimenin, gerekse Rumeli ağızlarındaki karşılığı olan nah, te sözleriyle Anadolu ağızlarında rastlanan daha, aha, ha lafızlarının ünlem, zarf veya edat oluşu cümlede kullanılışlarına bağlıdır." (1982: 218, 226, 234).

Çelik, bu sözcüğü geçtiği cümlelere göre edat, zarf ve ünlem olarak kabul etmektedir (2015: 406).

Ercilasun, evet, hayır, işte sözcüklerinin ünlem veya isim olmadıklarını dokuzuncu bir sözcük türü olarak kabul edilebileceğini ifade eder (2011: 644).

"İşte" sözcüğünün ele alınışını şöyle bir çizelgeyle gösterebiliriz:

Çizelge: 1. İşte Sözcüğünün Sözcük Türüyle İlgili Araştırmacıların Tercihleri

Araştırmacı / Sözlük	Edat olarak alan	Ünlem olarak alan	Zarf olarak alan	Zarf, edat ve ünlem olarak alan	Hiçbirini tercih etmeyen
1.Atabay-Özel-Kutluk			+		
2. Baydar		+			
3. Bilgegil				+	
4. Bozkurt			+		
5. Çelik				+	
6. Delice	+				
7. Doğru		+			
8. Ediskun	+				
9. Ercilasun					+
10. Ergin		+			

11. Gedizli		+			
12. Gencan			+		
13. Gülensoy		+			
14. Hacıemoğlu	+				
15. Hatiboğlu			+		
16. Hengirmen			+		
17. Karaağaç		+			
18. Karahan		+			
19. Koç			+		
20. Korkmaz		+			
21. Örnekleriyle Türkçe Sözlük		+			
22. Özçelik-Erten	+				
23. Özkan		+			
24. TDK Türkçe Sözlük		+			
25. Topaloğlu		+			
26. Vardar			+		
27. Zülfikar		+			
Toplam 27	4	13	7	2	1

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

"İşte" sözcüğü bazı araştırmacılara göre edat, bazılarına göre ünlem, bazılarına göre zarftır. Araştırmacıların bir kısmı ise cümledeki kullanılışına göre bu sözcüğü edat, zarf ve ünlem grubuna dâhil etmişlerdir. Bu çalışmadaki veriler 25 araştırmacı ve 2 sözlükten alınmıştır. Bu verilere göre:

Baydar, Doğru, Ergin, Gedizli, Gülensoy, Karaağaç, Karahan, Korkmaz, Özkan, Topaloğlu, Zülfikar olmak üzere 11 araştırmacı ve Örnekleriyle Türkçe Sözlük, TDK Türkçe Sözlük olmak üzere 2 sözlük "işte" sözcüğünü ünlem olarak almıştır.

Atabay-Özel-Kutluk, Bozkurt, Gencan, Hatiboğlu, Hengirmen, Koç, Vardar olmak üzere 7 araştırmacı "işte" sözcüğünü zarf olarak almıştır.

Delice, Ediskun, Hacıemoğlu, Özçelik-Erten olmak üzere 4 araştırmacı "işte" sözcüğünü edat olarak almıştır.

Bilgegil, Çelik olmak üzere 2 araştırmacı "işte" sözcüğünü bağlama göre zarf, edat veya ünlem olarak almıştır.

Ercilasun, "İşte"nin dokuzuncu bir sözcük türü sayılabileceğini belirtmiştir.

Bu bildiride elde edilen veriler dikkate alınarak şu sonuca varılmıştır:

Edatların tek başına anlamsız olup görevli sözcükler olmaları, belirgin özellik olarak adlardan sonra gelip ad çekim ekleri gibi onlara sıkı bir şekilde bağlı olmaları "işte"nin edat sayılmasına engeldir. Zarfların fiil, fiilimsi, sıfat veya başka bir zarfın anlamlarını çeşitli yönlerden etkileyen sözcükler olmaları "işte"yi zarf sınıfına almanın da uygun olmadığını göstermektedir. Ünlemlerin önemli bir özelliği tek bir sözcük dahi olsa cümle değerinde olmalarıdır. Bu sözcük de bağımsız bir cümle niteliği göstermektedir. Nitekim araştırmacıların çoğu "işte"yi ünlem sınıfında saymışlardır. Sözcüğün dâhil edildiği tür hususunda görüşünden yararlanılan araştırmacı sayısı çoktan aza doğru ünlem, zarf, edat biçiminde sıralanmaktadır. Bu bildiride "işte" sözcüğüyle ilgili veriler toplu bir şekilde verilmiş, bu veriler ışığında sözcüğün ünlem sınıfında incelenmesinin daha uygun olduğu görüşüne varılmıştır.

KAYNAKLAR

Akalın, Ş. H. (2011). Türkiye Türkçesinde Ünlem (Terim ve Tanım, Tasnif, Ünlem Olan Kelimeler, Söz Dizimi İle İlgili Sorunlar). *Türk Gramerinin Sorunları-Bildiriler*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 588-603.

Akçataş, A. (2019). Belirteçler. *Türkiye Türkçesi III Sözcük Türleri* Editör: Erdoğan Boz. 109-135.

Atabay, N.-Özel, S. ve Kutluk, İ. (2003). *Sözcük Türleri.* Yöneten ve Yayıma Hazırlayan: Doğan Aksan. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Bağdemir, A. (2011). Türkiye Türkçesinde Ünlemler. *Türk Gramerinin Sorunları Bildiriler*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 613-614.

Banguoğlu, T. (2004). *Türkçenin Grameri*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Baran, B. (2017). Soru İşlevi Gören Mı Üzerine. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic Issn: 1308-2140,* Volume 12/22, P. 113-122, Ankara-Turkey.

Baran, B. (2017). Yanıt İfade Eden Evet, Hayır ve Benzeri Sözcükler Üzerine. Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, 6(3), 1306-1315.

Barutçu-Özönder, S. (2011). Türkçede Edat Kavramı. *Türk Gramerinin Sorunları- Bildiriler*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 73-74.

Baydar, T. (2016). Ünlem Üzerine. Türük Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halk Bilimi Araştırmaları Dergisi, Sayı:7, 127-151.

Bilgegil, M. K. (1982). *Türkçe Dilbilgisi*. İstanbul: Dergah Yayınları.

Bozkurt, F. (2017). *Türkiye Türkçesi*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Çelik, Y. (2015). Türkçede İşte Sözcüğü ve Orhan Kemal'in Önce Ekmek Adlı Öyküsündeki Görünümleri. Çukorova Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 24, Sayı: 2, 397-410.

Delice, H. İ. (2017). *Sözcük Türleri*. Sivas: Asitan Yayınları.

Dinçer Bahadır, Ş. (2019). İlgeçler. Türkiye Türkçesi III Sözcük Türleri Editör: Erdoğan Boz. 195-226.

Doğru, F. (2019). Ünlemler. Türkiye Türkçesi III Sözcük Türleri Editör: Erdoğan Boz. 169-193.

Ediskun, H. (2005). *Türk Dilbilgisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Ercilasun, A.B. (2011). Türkçede Edat. *Türk Gramerinin Sorunları-Bildiriler*. Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 574.

Ergin, M. (1992). *Türk Dil Bilgisi*. İstanbul: Bayrak / Basım / Yayım /Dağıtım.

Gedizli, M. (2015). Türkçede Ünlemler ve Temel İşlevi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8/36, 126-134.

Gencan, T. N. (2001). *Dilbilgisi*. Ankara: Ayraç Yayınevi.

Gülensoy, T. (2000). *Türkçe El Kitabı*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Hacıeminoğlu, N. (1992). *Türk Dilinde Edatlar.* İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Hatiboğlu, V. (1969). *Dilbilgisi Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Hengirmen, M. (1999). *Dilbilgisi ve Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Engin Yayınevi.

Hengirmen, M. (2005), *Türkçe Dilbilgisi*, Ankara: Engin Yayınevi.

Karaağaç, G. (2012). *Türkçenin Dil Bilgisi*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Karaağaç, G. (2013). *Dil Bilimi Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Karahan, L. (2011). Türkiye Türkçesinde Ünlem. *Türk Gramerinin Sorunları Bildiriler*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 620-621.

Koç, N. (1997). *Yeni Dilbilgisi*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Korkmaz, Z. (2003). *Türkiye Türkçesi Grameri (Şekil Bilgisi)*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Korkmaz, Z. (2010). *Gramer Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Özçelik, S. ve Erten, M. (2011). *Türkiye Türkçesi Dilbilgisi*. Ankara: Bizim Büro Basımevi Yayın-Dağıtım.

Özkan, M. (2011). Türkiye Türkçesinde Ünlemler. *Türk Gramerinin Sorunları Bildiriler*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 630.

Topaloğlu, A. (1989). *Dilbilgisi Terimleri Sözlüğü.* İstanbul: Ötüken Yayınları.

Türk Dil Kurumu *Güncel Türkçe Sözlük* https://sozluk.gov.tr/ adresinden 28.09.2023 tarihinde alınmıştır.

Vardar, B. (1998). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Abc Kitabevi.

Zülfikar, H. (2011). Türkiye Türkçesinde Ünlem. *Türk Gramerinin Sorunları-Bildiriler*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 636.

DÜNYA EKONOMİSİNDE MERKANTİLİZMİN AYAK SESLERİ

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YILDIRIMÇAKAR

Van Yüzüncü yıl üniversitesi İ.İ.B.F/Erciş işletme fakültesi-İktisat bölümü,

, Orcid: 0000-0002-1933-9798

Prof. Dr. Zafer KANBEROĞLU

Van Yüzüncü yıl üniversitesi İ.İ.B.F/ İktisat bölümü,

Orcid: 0000-0002-4440-4133

ÖZET

İktisat okulları içinde en eski doktrinlerden biri de Merkantilizmdir. Merkantilizm 15. ve 18. yüzyıllar arasında dünya ekonomisinde etkili olmuş ve Avrupalı devletleri ön plan çıkartmış ekonomik sistemin veya ekonomik doktrinin adıdır. Merkantilizm politikalar ile Avrupalı devletler özellikle İngiltere için ekonomik dönüşümün oluşmasının yanında, dünya ekonomisinde hâkimiyetin Asya'dan Avrupa'ya geçmesini sağlamıştır. Dünya ekonomisinde önemli dönüşümlerin oluşmasını sağlayan merkantilizm doktrinine göre, ülkelerin asıl zenginlik kaynağının altın ve gümüş gibi değerli madenlere sahip olmakla ölçmüşlerdir. Bundan dolayı değerli madenlerin ithalatla yurt dışına çıktığı düşüncesiyle ithalatı kısmak ve değerli madenlerin ülkeye getirmek amacıyla da ihracatı yükseltmeyi amaçlamışlardır. Dünya ekonomisinde yaklaşık olarak 300 yıl varlığını sürdüren Mekantilizm politikaları Adam Smith ve David Hume tarafından yoğun bir şekilde eleştirilmiştir. Küreselleşmenin dünya ekonomisinde etkili olmaya başlamasıyla yavaşlayan Merkatilizm politikalar 20. Yüzyıldan sonra tekrar dünya gündemine gelmeye başlamış ve günümüzde özellikle ABD ve Çin Ticaret savaşlarıyla yeni korumacılık adıyla tekrar ayak seslerini duyurmaya başladı. Çin ekonomisinin yükselişi ve AB ile ABD'nin Çin ekonomisi karşısında istediği başarıyı elde edememesi sonucunda Çin'e yoğun ekonomik ambargo ve ticaret kısıtlamaları getirmesi dış ticarette yeni korumacılık teorilerin ve merkantilizm politikaların yeniden gündem olmasının en önemli nedenleri olarak gösterilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Merkantilizm, Yeni Korumacılık, Dünya Ekonomisi

1.GİRİŞ

Merkantilizm okul bir iktisat okulu olmasının yanında bir ulusal ekonomi politikası olarak ortaya çıkmıştır.1450-1750 yılları arasında etkili olan merkantilizm yaklaşık olarak 300 yıllık bir dönemde Avrupa'da özellikle İngiltere'de ekonomi politikalarında köklü değişimlerin yaşanmasını sağlamıştır. Söz konusu bu iktisat okulu dünya ekonomisinde önemli değişimlerin yaşanmasını sağladığı için bir doktrin olarak değerlendirilmektedir. Avrupa'da sosyal ve ekonomik hayatta meydana gelen değişimlerin sonucu olarak ortaya çıkan merkantilizm görüş, coğrafi keşifler ve sömürgecilik hareketleri ile dünyaya hızlı bir şekilde yayılmıştır. Coğrafi

keşifler ile başlayan sömürgecilik hareketleri dünya ekonomisinde özellikle Avrupa devletlerinin hâkimiyeti ile sonuçlanmıştır. Merkantilizm en temel varsayımları olan, korumacı devlet anlayışı, ithalatın gerekirse yasaklanması ihracın özendirilmesi ve ülkelerin zenginlik kaynağının değerli madenler olan altın ve gümüş olduğu varsayımları ulusal ekonomi politikalarının değişiminin sağlanmasında son derecede önemli olmuştur. 1700'lerin sonlarına doğru özellikle Fizyokrasi Okulu ve Adam Smith gibi klasik iktisatçıların yoğun eleştirisi sonucun merkantilizm görüş etkisini yavaş yavaş kaybetmeye başlamıştır. Fakat Merkantilizm görüşün ulusal ekonomi politikaları üzerindeki yoğun etkisi ve korumacı devlet anlayışı onun iki dünya savaşı arasındaki dönemde tekrar "Neo Merkantilizm" olarak gündeme gelmesini sağlamıştır. Özellikle 1929 yılında patlak veren ekonomik kriz veya başka bir adıyla büyük buhranın ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için ülkelerin serbest dış ticaretin söz konusu krizin etkilerini azaltmada yetersiz kaldığı ve bunun yerine korumacı devlet anlayışının çözüm yolu olarak gördüler. Bu sebepten dolayı merkantilizm politikalar ülkelerin gündemine tekrar dönüş yapmasına neden olmuştur. İkinci dünya savaşından sonra meydana gelen gelişmeler ve küreselleşmenin de etkisiyle serbest dış ticaret politikaları yaygınlaşmış ve dünya genelinde birçok uluslararası kuruluşların(IMF, Dünya bankası, NAFTA, AB gibi) ortaya çıkmasını sağlamıştır.

İkinci dünya savaşından sonra küreselleşmenin de etkisiyle ortaya çıkan uluslararası kuruluşlar, temelde özellikle Avrupalı devletlerin ve Amerika'nın dünya ekonomisindeki hegemonyasını güçlendirmesinin bir ürünü olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu bu güç kavgasının en önemli lideri konumunda olan Amerika'nın uluslararası alanda doların rezerv para olarak kabul etmesi temel faktör olarak literatürde tartışılan konuların başında gelmektedir. Doların artan serbest dış ticaret ile uluslararası alanda rezerv para olarak değer görmesi kur savaşlarının başlamasına ve ülkelerin döviz tutma eğilimin de artmasına neden olmuştur. Bu durum ise alan yazında "New Merkantilizm" veya yeni korumacılık politikaları olarak değerlendirilmektedir. Bu duruma en iyi örnek ise dünya ekonomisinde önemli bir payı olan iki ülke olan Amerika ve Çin arasında yaşanan ticaret savaşı olarak gösterilmektedir. Ticaret savaşları veya kur savaşı olarak başlayan bu durum özellikle 2010 yılından sonra hız kazanmış ve günümüzde halen yoğun bir şekilde özellikle Amerika ve Çin arasında devam etmektedir. Kur savaşı, ülkelerin yerli para birimlerini veya ulusal para birimini yabancı para birimi karşısında değeri düşürülerek yapılan savaştır. Bu noktadan hareketle Amerika, yuanın değerini kasıtlı bir şekilde düşüren çini suçlamamaktadır. Fakat Çin bu suçlamaları kabul etmeyip, söz konusu döviz kurların piyasadaki arz ve talep koşulları tarafından belirlendiğini

öne sürmektedir. Bu durum ise dünya ekonomisinde yeni korumacılık yöntemlerinin ortaya çıkmasını sağlamakta ve Merkantilist politikalarının tekrar hortlamasına neden olmaktadır.

2.TARİHSEL SÜREÇTE MERKANTİLİZM

Merkantilizm Orta Çağın sonlarında yaklaşık olarak 300 yıl etkili olmuş iktisadi okuldan çok bir iktisadi doktrin olarak ifade edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında Merkantilizm politikalar siyasal sistem açısından önemli bir anlam ifade etmektedir. Amerika'nın keşfi ile dünya siyasi tarihinde önemli bir alan açılmış oldu. Amerika'nın keşfi özellikle Avrupa için önemli bir ticaret alanı yaratılmış oldu(Demir, 2020: 127). Böylece ticari alan için yeni ürün ihtiyacı ve yeni zanaat alanları ortaya çıkarak, ticari alanın genişlemesi sağlandı. Amerika'nın keşfi ile açılan dış Pazar Avrupa ülkeleri için altın ithalatının da önünü açmış oldu. Coğrafi keşifleri ortaya çıkardığı yeni ticaret yolları aynı zamanda Avrupalı devletlerin sömürgecilik politikalarına da ivme kazandırdı. Yeni ticaret yollarının keşfi tüccarların büyük devletlerden destek beklemesine yol açarak, korumacılık politikasını da tetikleyerek ulusal ekonomi politikaların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Dolayısıyla coğrafi keşifler, Avrupa'nın ulusal ekonomi politikaların ortaya çıkmasını sağlayarak, Merkantilizm politikalarının da önünü açmış oldu(Peker, 2015:2).

Ekonominin daha çok arz yönüne ağırlık veren Merkantilizm, ekonomik olayların ve politikaların birbiriyle ilişkisini ve tutarlığını dikkate alan bir iktisadi doktrin olarak ortaya çıkmıştır. İktisadı uluslararası alanda bir bilim dalı olarak ortaya çıkmasında Merkantilizmin önemli katkıları olmuştur. Merkantilizm okulun ortaya çıkması ile iktisadi olayların yorumlanması ile ilgili yeni düşüncelerin oluşmasını sağlayarak, para, faiz, dış ticaret ve devletin ekonomiye müdahalesi gibi konulara yeni bir boyut kazandırmış ve korumacılık fikrinin ekonomik hayatta aktif bir rol oynamasına olanak tanımıştır. Merkantilizm politikalar Avrupa iktisadi yapısının gelişmesinde ve politikaların uygulanmasında yaklaşık olarak 300(1450-1750) yıllık bir dönemi kapsaması dünya ekonomisindeki hegemonyasını da güçlendirmiştir. Orta Çağın skolastik düşüncesinin sosyo-ekonomik hayatta etkisini yoğun bir şekilde hissettiren bu dönemde, Merkantilizm görüş bu karanlık döneme meydan okumuş ve skolastik düşüncenin karşısında durmaya devam etmiştir. Merkantilizm, Orta Çağ'ın "*doğal ekonomik düzeni*", "*feodalizm"* ve "*skolastik*" düşünceye karşı çıkmış ve bu düşüncelere karşı daha akılcı veya rasyonel ilkelerin oluşmasında etkili olmuştur. Merkantilizm ismi uluslararası alanda Adam Smith tarafından nitelendirilmiş ve bu dönemin sosyal, siyasi ve ekonomik alandaki düşüncelere karşı yoğun bir eleştirisi söz konusu olmuştur(Dolcerocca, 2016:219). Adam Smith "Ulusların Zenginliği" adlı kitabında bu döneme yönelik düşüncelerini yazarken

aynı zamanda bu iktisadi doktrini "Merkantilizm" olarak nitelendirmiş ve uluslararası yazında bu şekilde nitelendirilmesini sağlamıştır. Merkantilizm temelde ulusal bir ekonomi politikası olarak ele alınmış ve devletin merkantilizm politikaları ile birlikte büyümesini esas almıştır. Merkantilizm politikalarının esas amacı dış ticaret dengesini sağlamak, ithalatı kısmak ve ihracatı ise özendirerek, yöneticiler ile tacirler arasındaki ilişki ağının gelişmesini sağlamaktır. Bu dönemde özellikle Avrupa ülkelerinde etkili olan bu doktrin Fransa'da Colbertism ve Almanya'da ise Kameralizm olarak adlandırılmıştır. Fransız Merkantilizmin Colbertism olarak adlandırılmasının nedeni ise dönemin Fransa yönetiminin başında Jean Baptise Colbert olmasından kaynaklanmaktadır. Hem İngiltere'de hem de Fransa'da etkili olan merkantilizm politikaları uygulanması bakımından farklılık göstermekteydi. Fransız Merkantilizmi daha çok devlet müdahalesi ile şekillenirken, İngiliz Merkantilizmi devlet müdahalesinden kurulmaya yönelik politikalar uygulanmıştır. Feodalizm ve kapitalizm arasında sıkışıp kalan merkantilizm etkili olduğu dönemlerde özellikle Avrupa ülkelerinde zenginliğin artmasını sağlamış ulusal ekonomi politikaları kapsamında değerlendirilmiştir. Bu kapsamdan bakıldığında Merkantilizm doktrin üç temel faktör çerçevesinde açıklanmaktadır. Bunlar;

- Milli ve güçlü devlet ilkesi.
- Kazanç tutkusu ve kıymetli madenlere sahip olma tutkusu.
- Dış ticaretin gerekliliği.

Merkantilizm politikaların özünü oluşturan bu üç faktör birbirinden ayrı olarak değerlendirilemez. Bu açıdan bakıldığında güçlü bir ordu ve filoya sahip olma söz konusu bu faktörlerin tam ve etkin bir şekilde uygulanmasını olanaklı hale getirecektir(Hamzaoğlu ve Hoşfikirer, 2022).

18. yüzyılda ortaya çıkan birtakım siyasi ve ekonomik gelişmeler ile merkantilist görüşün etkilerini yavaş yavaş azaltmaya başladığı görülmüştür. Modern endüstrinin ortaya çıkışı bu gelişmelerin öncüsü olarak kabul edilmektedir. Sanayi devrimi ile birlikte modern fabrika sisteminin ortaya çıkışı uluslararası alanda rekabetin de artmasına neden olmuş ve merkantilizm politikaların katı kurallarının zayıflamasına ve uluslararası ticaretteki zararlı etkileri de azalmasını sağlamıştır. Sanayi devrimlerinin merkezinin İngiltere'de olması ise merkantilizm politikaların daha da azalmasını sağlamıştır. İngiliz ekonomisinin gelişme ise beraberinde korumacılık politikalarına olan memnuniyet düzeyinin de azalmasını sağlayarak, sanayi kesiminin ticaretteki bazı engellerin ortadan kaldırılması yönünde cesaretlendirmiştir. Bunun nedeni ticaret önündeki engelleri kaldırmak uluslararası ticaretin artmasına ve üretilen mallara olan talebin artmasını sağlayacaktır(Bilici,2023:1775-1776). Böylece özellikle İngiliz

sanayicilerinin merkantilist politikalarına karşı bir tavır ortaya çıkmasını sağlamış ve serbest ticaret sisteminin de güçlenmesine olanak sağlamıştır. Bu gelişmeler ışığında Londra uluslararası alanda finans merkezi haline gelirken, serbest ticareti savunan belli bir kesim ise değişimin kaçınılmaz olduğunu savunarak merkantilist politikalara karşı tavır almaya başlamışlardı. İngiliz pazarının uluslararası alanda bir Pazar olması amacıyla çalışmalara başlayan uluslararası alanda faaliyette bulunan İngiliz bankaları bu pazarı yabancılara açmak için yoğun bir çalışma başlattılar. Tüm bu çalışmalar sonucunda ise serbest ticaret uluslararası alanda hakim olmuştur. Merkantilizm politikaların dünya ticaretindeki uzun hâkimiyeti ise azalmaya başlaması temelde savunduğu iktisadi doktrinlerin bir sonucu olarak düşünülmektedir. İthalatın kısıtlanıp ihracatın artırılmasını savunması, altın ve gümüş gibi kıymetli madenlere sahip olmayı zenginlik sayması ve tüm bunlar için de güçlü bir devlet anlayışını benimsemesi özellikle Batı Avrupa'da sınırlarına sığmayan çok güçlü ülkeleri de beraberinde getirmiştir. Bu ülkelerin buldukları yeni pazarlarla yaptıkları ticaret, temel olarak sömürgecilik amacıyla gerçekleşmekteydi. Yeni pazarlara ulaşan bu ülkeler, ticareti istedikleri gibi şekillendirerek, ticarette kazançlı taraf hep kendileri oluyordu. Nihayetinde Avrupa kıtasının refahı amacıyla ortaya çıkan ve 18. Yüzyılın ortalarına doğru, piyasa ekonomisinin etkisi ile de dünya ekonomisindeki hegemonyasını kaybetti ve uzun bir süre sessizliğe gömüldü(Karta, 2015:13-134).

3.YENİ MERKANTİLİZM, TİCARET SAVAŞLARI VE MİLLİYETÇİ EKONOMİ

II. Dünya savaşının olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla ülkelerin eski alışkanlıkları ile söz konusu bu etkileri azaltmaya yönelmesine rağmen, krizin etkilerinin ancak serbest ticaret anlayışı ile çözüleceğine inanıyorlardı. Bunun için uluslararası ticarette tarife ve kotaları azaltmak ve ticaretin önündeki engelleri kaldırmak amacıyla 1947 yılın da Gümrük ve Ticaret Genel Anlaşması(GATT) imzalanmış ve 1 Ocak 1948 yılında ise uygulamaya girmiştir. Daha sonraki dönemlerde ise Avrupa Birliği ve Kuzey Amerika Serbest Ticaret Antlaşması (NAFTA) gibi bölgesel antlaşmalar imzalanmıştır. Uluslararası alanda geniş bir etki gücüne sahip olan bu anlaşmalar temelde katı korumacı politikaların biraz daha yumuşamasını sağlamıştır. Uluslararası ticarette uygulanmaya başlayan yeni korumacılık olarak da bilinen bu politikalar aslında "Kur manipülasyonu" yoluyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Böyle bir ticaret yöntemi ise daha önce herhangi bir Merkantilist ülke tarafından uygulanmamıştır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra doların uluslararası alanda rezerv para birimi olarak kabul görmesi ile Amerika'nın dünya ekonomisi üzerindeki artan hegemonyasına karşı olan bazı ülkeler ise Merkantilizm politikalar aracılığıyla yerel para birimini manipüle ederek dolara karşı bir dış

ticaret anlayışını başlattılar(Cwik, 2011:9). Amerika'nın uluslararası ticarette bir ülkenin kur manipülasyu yapabilmesi için 1988 yılında Dış Ticaret ve Rekabet Yasası'nı (Omnibus Foreign Trade and Competitiveness Act) çıkarmıştır. Bu yasaya göre bir ülkenin kur manipülasyonu için üç kriteri sağlaması gerekmektedir. Söz konusu bu kriterler;

- Cari fazlanın GSYH'nin %3'ünden fazla olmaması (daha sonra bu oran %2'ye düşürülmüştür)
- Amerika ile en az 20 milyar dolarlık bir dış ticaret fazlası vermesi ve tek taraflı döviz alımları ile kura müdahale etmesi.

Yukarıdaki sıralanan kriterler kapsamında Amerika, ilk olarak 1994 yılında Bill Clinton döneminde Çin'i kur manipülatörü ilan etmiş ve daha sonraki yirmi beş yılda hiçbir ticari ortağına böyle bir suçlamada da bulunmamıştır. Fakat 2019 yılında ABD Başkanı Trump, 2008 finans krizinden sonra ilk kez dolar/yuan kurunun 7'yi geçmesi üzerine Çin'i tekrar kur manipülatörü olarak ilan etmiştir(Ulusoy, 2019:1-2).

2019 yılında ABD Başkanı Trump'ın Çin'i kur manipülatörü olarak ilan etmesi ile başlayan ekonomik milliyetçilik ve kur savaşları dünya ekonomisine yeni bir yön vermiş oldu. Ekonomik milliyetçilik kavramını yenidünya ekonomisinde korumacılığın güncel tanımlanması şeklinde yorumlanmaktadır. Söz konusu bu kavramı daha genel anlamda tanımlarsak, "Ekonomik milliyetçilik karmaşık bir olgudur. Yerel üretimi, gümrük vergileri veya diğer iadeler yoluyla koruma yönündeki çabaların ötesine geçer; damping, ihracat sübvansiyonları ve 'dilenci-komşu' politikalarının çeşitli biçimlerini kapsamaktadır. Bazı sanayi politikası türleri, çok yönlü ihracat veya ithalat anlaşmaları gibi, gelişmiş piyasa ekonomilerindeki çağdaş uygulamaları arasındadır"(Hieronymi, 1980: 1). Ekonomik milliyetçilik kavramı ile ilgili Gilpin(2001) ise şu tanımlamayı yapmaktadır: "Milliyetçilik ya da daha spesifik olarak ekonomik milliyetçilik, hem analitik hem de normatif unsurlardan oluşur. Analitik çekirdeği, uluslararası ilişkilerin anarşik doğasını, devletin önceliğini ve uluslararası ilişkilerde çıkarlarını ve devletlerarası ilişkilerde gücün önemini kabul eder. Bununla birlikte, milliyetçilik aynı zamanda ulus devlete, devlet inşasına ve kendi devletinin diğer bütün devletler üzerindeki ahlaki üstünlüğüne normatif bir bağlılıktır"(Gilpin, 2001: 14).

Merkantilizm görüşün en önemli özelliklerinden biri korumacılıktır. Korumacılık kavramının ekonomik milliyetçilik bağlamında da değerlendirebiliriz. Korumacılık politikaları özellikle 2008 yılındaki finansal krizle tekrar gündeme gelmeye başlayan önemli bir konu olarak değerlendirmektedir. Dünya ticaretinde korumacılık kavramı iki görüş çerçevesinde şekillenmektedir. Birinci görüşe göre korumacılık iktisadi olmayan veya kendi kendine yeten

ülke genel olarak bu görüşü "otarşi" kavramıyla eşleştirilmektedir. Başka bir ifadeyle dışarıya daha az bağımlı olmak, dünya üzerinde daha fazla politik güç kazanmak ve askeri endişelerle bazı faaliyet dallarında çok yüksek maliyetlerle bile olsa kısmen kendi kendine yeterli bir durama gelmek şeklinde tanımlanmaktadır. Bununla birlikte bir ülkenin tarihi, kültürü ve ahlaki değerlerinin de iktisadi olmayan görüşe dâhil edilmektedir(Şimşek, 2019:109). Fakat korumacılığın iktisadi görü ise iktisadi olmayan görüşle göre daha kapsamlı olarak değerlendirilmektedir. Korumacılığın iktisadi boyutunu inceleyen en önemli konu ise yurt içi piyasalarda optimum koşulların sağlanamadığı durumlarda müdahalenin gerektiği görüşü ve yeni kurulan sanayileri korumaya yönelik bebek sanayiler tezidir. Buna ek olarak da yerli işgücüne istihdam olanakları sağlanması, ödemeler bilançosu dengesizliklerinin giderilmesi, dış ticaret hadlerinin iyileştirilmesi, damping ve sübvansiyona karşı önlemler gibi korumacılığın iktisadi yönünü kapsayan konulardandır(Seymen, 2000: 13-14). 1970 yılındaki petrol krizi ile sanayileşmiş ülkelerin ekonomilerindeki kötüleşme ise "Yeni Korumacılık" politikaların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yeni korumacılık ise Salvatore'a göre, merkantilizmin yeniden dirilişini ifade etmektedir. Bu kapsamda sanayileşmiş ekonomiler, işsizlik, büyüme ve gerileyen endüstri sorunlarını çözmek amacıyla ithalat kısıtlamaları ve ihracat sübvansiyonları devreye koydular. Bu kapsamda sanayileşmiş ekonomilerin yeni korumacılık kapsamında devreye koydukları ithalatı kısıtlayıcı araçlar geleneksel ithalat tarifelerinden biraz daha farklıdır; daha az şeffaftır ve tarife dışı engeller (NTB - non-tariff barriers) şeklinde tanımlanmaktadır. Söz konusu araşlar; gönüllü ihracat kısıtlamaları (voluntary export restraints), pazar payı düzenleme anlaşmaları (orderly marketing arrangements), anti-damping önlemleri, telâfi edici vergiler (countervailing duties), korunma anlaşmaları (safeguard codes) ve benzeri önlemlerdir." (Baytar, 2010'dan aktaran Yılmaz ve Divani, 2018:14).

Merkantilizm düşünce temelde devletin yoğun müdahalesi ve güçlü devlet olgusu ile sömürgecilik merkezli iktisadi doktrin olarak nitelendirilmektedir. Merkantilizmin özünde milliyetçilik kavramı yatmaktadır. Bu kapsamda bakıldığında Kalaycı(2012)"Yeni Merkantilizm" ile ilgili şu değerlendirmeyi yapmaktadır: ticari kapitalizmin modern hali olarak, dış ticaret dengesi lehine ihracatı özendiren ithalatı kısıtlayan, iç tüketimi kısıtlayan ve uluslararası sermaye hareketini kontrol altına alarak kur kararlarını merkezi politikalarla destekleyen bir politika rejimi olarak ifade edilmektedir. Tanım içinde birçok parametre olmuş olsa bile, öncelikle klasik merkantilist düşünce ile yeni merkantilist düşünceyi karşılaştırmak gerekliliği ortaya çıkmış bulunmakta. Klasik merkantilizm, imparatorluk çağının bir ürünü olarak ve kolonyalist-emperyalist çizgide askeri gelişmeye vurgu yaparken, yeni merkantilizm

ise daha çok ulus-devlet ya da makro entegrasyon çağına özgü olarak iktisadi gelişmeyi esas almakta ve fiyatın piyasada belirlenmesini ön kabul etmektedir. "Yeni merkantilizmin eksen aldığı politikalar genellikle yüksek tarifeler ve ithalat sınırlamalarından oluşan korumacı önlemlerdir. O nedenle, yerli üreticiyi koruyucu ve kendi kendine yeten (otarşik) önlemlere bağlı sanayi politikasını ve sabit döviz ve özerk para politikasını uygulayan ülkeler makro iktisadi planda kendiliğinden yeni merkantilist grubuna girerler."(Kalaycı, 2012: 160-161). Küresel ekonomik dünyada ülkelerin bölgesel güç olma yarışları Yeni Merkantilizm politikalar ile daha fazla tartışılır olmuştur. Bu açıdan bakıldığında Yeni Merkantilizm politikaları küresel ve bölgesel gücü oluşturan en önemli araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda Wigell(2016) bir ülkenin uluslararası alanda küresel ve bölgesel güç olması için dört temel strateji tarafından belirlenmektedir. Bunlar: Neo emperyalizm, Neo merkantilizm, Hegemonya ve liberal kurumsallık olarak ifade etmektedir (Wigell, 2016: 135).

Çizelge 1: Bölgesel güçlerin coğrafi ekonomik stratejilerinin taktikleri ve politikaları

Strateji	**Taktik ve Politikalar**
Neo emperyalizm	Ekonomik güç, zorlama, dayatma ve rüşvet
Hegemonya	Kamu ve özel malların temini
Neo merkantilizm	Korumacılık ve seçici çok taraflılık
Liberal Kurumsallık	Ekonomik entegrasyon ve çok taraflılık

Kaynak: Wigell, Mikael , "Conceptualizing regional powers' geoeconomic strategies: neo-imperialism, neomercantilism, hegemony, and liberal institutionalism" Asia Europe Journal, June 2016, Volume 14, Issue 2, s.146

Tablo 1'de küresel güç olma kriterlerinden biri olan Neo Merkantilizm, günümüzde güncel olarak yaşadığımız ticaret savaşlarının temsili veya eşanlamlısı olarak düşünmek mümkündür. Bunun için Neo Merkantilizm, ülkelerin hem bölgesel hem de uluslararası alanda güçlü olmasını ve bu gücü hegemonik politikalarla sürdürmek amacıyla milliyetçilik unsurlarını yeni korumacılık düşüncesi üzerine kuran bir sistem olarak değerlendirilmektedir(Cengiz, 2018:8003).

Ticaret Savaşları çağımızın belki de en önemli ekonomik olaylarına neden olmaktadır. Bu kapsamda dünya ekonomisinde ülkelerin uygulamaya koydukları yaptırımlar, sosyo-ekonomik hayatı somut olarak etkilemiş ve etkilemeye devam etmektedir. 2016 yılında İngiltere'nin Brexit süreci ve ABD başkanlığı seçim sonuçları ile başlayan bu süreç, dünya ekonomisini ve küresel ticareti önemli bir şekilde etkilemiştir. Bu dönemde ABD'de seçim süreci boyunca ekonomik söylemlerinde "Yeni merkantilizm" işareti veren Donald Trump dış ticarette korumacı politikalar izleyeceğinin sinyalini vermiştir. Nitekim seçim sonrası da söz konusu korumacılık politikaları da uygulanmaya başlanmıştır. Çin, Meksika ve Almanya'ya karşı uygulanan ithalat vergilerini Amerikan ekonomisini haksız rekabete karşı korumak

amacıyla yükselteceğine yönelik beyanlarından sonra Amerika'yı Trans Pasifik Ortaklığından çıkartmayı amaçlayan kararı imzalamıştır (For Americans, Trump's tariffs on imports could be costly 2016). Bu karar Amerika kongresinde her ne kadar karşılık bulmasa da Günümüzde dünya ekonomisinde etkileri devam etmektedir(Küçüksolak, 2023:296). Böylece 21.Yüzyıl Ticaret Savaşları bu şekilde başlamış oldu. Dünya ekonomisindeki bu gelişmeler karşısında Çin hükümetinin karşı atağa geçerek, dış ticarette yeni stratejiler uygulaması iki ülke arasındaki gerginliğin artmasına neden olmuştur. Bu durum ise Merkantilizm politikalarının dünya gündemine gelmesine neden olmuş ve ABD-Çin ticaret savaşlarının milliyetçi ekonomi politikalarla dünya ekonomisine yön vermeye devam etmektedir(Develi, 2020:41-42).

4.SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Merkantilizm okul bir iktisat okulu olmasının yanında bir ulusal ekonomi politikası olarak ortaya çıkmıştır.1450-1750 yılları arasında etkili olan merkantilizm yaklaşık olarak 300 yıllık bir dönemde Avrupa'da özellikle İngiltere'de ekonomi politikalarında köklü değişimlerin yaşanmasını sağlamıştır. Söz konusu bu iktisat okulu dünya ekonomisinde önemli değişimlerin yaşanmasını sağladığı için bir doktrin olarak değerlendirilmektedir. Avrupa'da sosyal ve ekonomik hayatta meydana gelen değişimlerin sonucu olarak ortaya çıkan merkantilizm görüş, coğrafi keşifler ve sömürgecilik hareketleri ile dünyaya hızlı bir şekilde yayılmıştır. Coğrafi keşifler ile başlayan sömürgecilik hareketleri dünya ekonomisinde özellikle Avrupa devletlerinin hâkimiyeti ile sonuçlanmıştır. Merkantilizm en temel varsayımları olan, korumacı devlet anlayışı, ithalatın gerekirse yasaklanması ihracın özendirilmesi ve ülkelerin zenginlik kaynağının değerli madenler olan altın ve gümüş olduğu varsayımları ulusal ekonomi politikalarının değişiminin sağlanmasında son derecede önemli olmuştur. 1700'lerin sonlarına doğru özellikle Fizyokrasi Okulu ve Adam Smith gibi klasik iktisatçıların yoğun eleştirisi sonucun merkantilizm görüş etkisini yavaş yavaş kaybetmeye başlamıştır. Fakat Merkantilizm görüşün ulusal ekonomi politikaları üzerindeki yoğun etkisi ve korumacı devlet anlayışı onun iki dünya savaşı arasındaki dönemde tekrar "Neo Merkantilizm" olarak gündeme gelmesini sağlamıştır. Özellikle 1929 yılında patlak veren ekonomik kriz veya başka bir adıyla büyük buhranın ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için ülkelerin serbest dış ticaretin söz konusu krizin etkilerini azaltmada yetersiz kaldığı ve bunun yerine korumacı devlet anlayışının çözüm yolu olarak gördüler. Bu sebepten dolayı merkantilizm politikalar ülkelerin gündemine tekrar dönüş yapmasına neden olmuştur. İkinci dünya savaşından sonra meydana gelen gelişmeler ve küreselleşmenin de etkisiyle serbest dış ticaret politikaları yaygınlaşmış ve dünya

genelinde birçok uluslararası kuruluşların(IMF, Dünya bankası, NAFTA, AB gibi) ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Yeni Merkantilizm, Ticaret Savaşları veya Milliyetçi ekonomi politikalar ABD'nin 2016 yılındaki seçimler ile göreve başlayan başkan Trump ile daha fazla dünya ekonomisinde etkili olmaya başladı. Ticaret savaşlarının baş aktörü olarak ABD'nin güncel dünya ekonomisindeki hegemonyasını kurma isteğinin arka planında ekonomik sebeplerden ziyade, söz konusu hegemonik gücünü kaybetmesi ve bu gücü tekrar elde etmesi yatmaktadır. Dünya ekonomisindeki durgunluğun sebebi olarak ekonomik politikaların sonuçlarının yanında, ülkelerin gruplaşarak diğer ülkelere karşı korumacılık politikalarının uygulaması da söz konusu durgunluğun en önemli nedenleri olarak gösterilmektedir. Böylece uluslararası ticaretin durgunlaşması ve sermaye hareketlerinin yavaşlamasının arka planında da merkantilizm politikalar ve milliyetçi ekonomi politikalardan kaynaklanmaktadır. Bu durum ise ticaret savaşlarının bir başka aşamaya yani soğuk savaştan sıcak savaşa doğru gitmesine neden olmaktadır.

ABD'nin dünya ticaretindeki hegemonik gücünün verdiği zararlar nasıl önlenebilir sorusu ise daha çok tartışılmaya başlandı. Bu noktada bakıldığında liderlik yapacak ülke /ülke gruplarının yeni bir uluslararası kuruluş tesis etmesi ya da ivedilikle mevcut DTÖ yaptırım mekanizmasına caydırıcı yaptırım kuralları eklemesi son derecede önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Bilici, M. V. (2023). Çağdaş İktisadi, Siyasal Ve Toplumsal Düzenin Kökeni Olarak Merkantilizm. *Sosyal, İnsan Ve İdari Bilimlerde Yenilikçi Çalışmalar*, 1771-1785.

Cwık, Paul (2011), "The New Neo-Mercantilism: Currency Manipulation As A Form Of Protectionism", *Institute Of Economic Affairs, Vol 31(3);* 7-11.

Develi, E. S. (2020). Çin'in Küresel Ekonomi Politikalarının Merkantilizm Kapsamında İncelenmesi. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2*(1), 36-48.

Demir, K. A. (2020). Coğrafi Keşiflerin Ekonomi Ve Kamu Yönetimi Sistemine Katkıları: Merkantilizm Ve Kameralizm. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29*(1), 118-135.

Dolcerocca, A. (2016). Fikri Mülkiyet Tekelleri: Yeni Bir Merkantilizme Mi Doğru?. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, 4*(1), 217-235.

Gilpin, R. Global (2001). Political Economy; Understanding The International Economic Order. *Princeton University Press.*

Hieronymi,O.Ed. (1980)The New Economic Naitonalism. Palgrave Macmillan Uk.

Hamzaoğlu, H., & Hoşfikirer, E. S. (2022). Liberal Merkantilizm Çerçevesinde Avrupa Birliği'nin Rusya'ya Yönelik Enerji Politikası. *International Journal Of Eurasia Social Sciences/Uluslararasi Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, *13*(48).

Kalaycı,İ. (2012). Finansal Kriz Konjonktürü (2007–2009) Ve Küresel Ticaretin Anatomisi. *Avrasya Etüdleri. Yıl 2012, Cilt 41, Sayı 1*, 145 – 182.

Peker, H. S. (2015). Avrupa'da Merkantilist Uygulamalar Ve Osmanlı Ekonomisi İle Bir Karşılaştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *5*(1), 1-12.

Seymen, D.A.(2000). Dış Ticarette Yeni Korumacı Eğilimler Ve Türk Dış Ticareti Açısından Değerlendirilmesi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

Şimşek, O. (2019). Çin'in Merkantilist Enerji Politikaları Ve Latin Amerika'daki Yansımaları. *Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi (Akad)*, *11*(20), 106-115.

Ulusoy, Merve (2019). "Abd'nin Çin'i Kur Manipülatörü İlan Etmesi Ve Bu Durumun Olası Etkileri", *İnternet Adresi: Https://Www.Sde.Org.Tr, Erişim Tarihi: 02.06.2020*.

Wigell, M.(2016). Conceptualizing Regional Powers' Geoeconomic Strategies: Neo-İmperialism, Neomercantilism, Hegemony, And Liberal İnstitutionalism. *Asia Europe Journal, Asia Europe*, 14, 2, Ss. 135– 151.

Yılmaz, M., & Divani, E. (2018). Ticaret Savaşları, Ekonomik Milliyetçilik, Yeni Merkantilizm Ve Dünya Ticaret Örgütünün İşlevsizliği. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *1*(1), 10-24.

PUBLIC DEBT and ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE from JAPAN

Özgür ÖZAYDIN [1], Can APAYDIN [2]

[1] Ondokuz Mayıs University, FEAS, ORCID ID: 0000-0003-0579-9432

[2] Ondokuz Mayıs University, FEAS, ORCID ID: 0000-0003-0341-2548

ABSTRACT

In this study, the possible effects of public debt on economic growth are examined for the case of Japan. The relationship between public debt and economic growth is investigated by using annual time series data for the 1990–2021-time span. For this purpose, the per capita Gross Domestic Product (GDP) series which is obtained from the World Development Indicators database, along with the public debt to GDP ratio series which is also obtained from the World Development Indicators database and transformed by the authors into per capita public debt, are used. The time series are subjected to stationarity tests by employing Augmented Dickey-Fuller and Phillips-Perron unit root tests. The stationarity test findings revealed that both series are first difference stationary. Following the unit root tests, in order to analyze whether the series are cointegrated ARDL cointegration method is used. The bound test results obtained from the ARDL (2,4) model which passed all the diagnostic tests successfully, showed that the series are cointegrated. Estimations of ARDL (2,4) model indicated that, in the long run, public debt per capita has a detrimental effect on per capita income for the case of Japan.

Keywords: Public Debt, Income, ARDL Cointegration

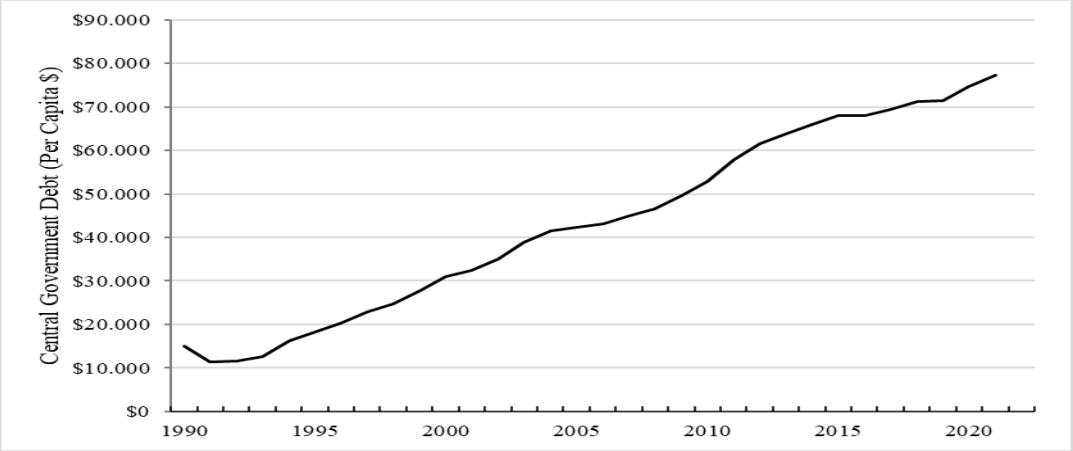
1. INTRODUCTION

The debt burden has dramatically increased for the central governments in the last decades. The leading causes of this increase is generally assumed to be related to the business cycle. In the Keynesian view, despite increasing central government debt, expansionary fiscal policy should be implemented in times of recession. This increase significantly impacts vulnerable, developing countries, as any policy implemented by these countries may come with a high cost. On the contrary, for the developed countries, central government debt may not cause high costs when compared with the developing countries due to the higher saving rates. Therefore, central governments of developed countries may have easy access of foreign debt because of low-risk premiums where underdeveloped countries may have not. Furthermore, local debts may lead to side effects, such as increased interest rates for underdeveloped countries. On the other hand, developed countries may implement budget deficits as a financial stimulus in certain types of economic crises. The components of this financial stimulus are mostly regarding consumption, investments in infrastructure, and superstructure, in addition to tax allowance. All these stimuli, require funds which give rise to growing central government debt.

Elmendorf & Mankiw (1999) stressed that even though a rising fiscal deficit brings about an increase in aggregate demand which leads an increase in income in the short run, crowding out may exist in the long run. Some economists have considered that increasing government debt may be harmful for economic growth, if the debt burden is unfunctional, unsustainable, and excessive. Cochrane (2011) and Ash et al., (2020) argue that there is an inverse relationship between central government debts and growth due to high inflation. Similarly, according to Delong & Summers (2012), Aizenman et al., (2007), and Fazzari et al., (2020) this relationship is negative in the long run. Ramey & Ramey (1995) also point out this negative relationship, since expansionary fiscal policy increases output volatility which reduces growth.

The aim of this study is to investigate that whether central government debt influence growth or not. For this purpose, the Japanese case is analyzed due to the fact that Japan is a developed country with the highest central government debt per capita, which is shown with Figure 1, in the World for the year 2021.

Figure 1. Central Government Debt Per Capita in Japan (1990-2021)



Source: Author's calculations by using Central government debt, total (% of GDP) indicator obtained from WDI

Figure 1 demonstrates that the trend of the central government debt per capita in Japan is increasing.

2. LITERATURE REVIEW

Gómez-Puig (2022), Sinan (2022), Zestos et al. (2022), Jacobs et al. (2020), Swamy (2019), Lim (2019), Karadam (2019), Caner et al. (2018), Brida et al. (2017), Kurihara (2015) and Cecchetti el al. (2010) found that the relationship between two variables was negative. On the other hand, the empirical findings of Owusu-Nantwi and Erickson (2016), Egbetunde (2012) and Uzun (2012) revealed that the relationship between the variables was positive. Moreover, the findings of Eberhardt (2019) provided evidence for no relationship between the variables.

Detailed results of these studies are presented in the literature summary given with Table 1.

Table 1. Literature Review

Study	Period	Data Frequency	Data Sample	Methods	Public Debt Effects on GDP Growth
Gómez-Puig et al. (2022)	1995-2016	Yearly	115 Countries	Panel Regression	Negative
Sinan (2022)	1980-2020	Yearly	Turkey	ARDL	Negative
Zestos et al. (2022)	1980-2016	Yearly	Japan	ARDL, VAR	Negative
Jacobs et al. (2020)	1995-2013	Yearly	27 EU & 4 OECD (Australia, Canada, Japan and USA) countries	Panel VAR	Negative
Swamy (2019)	1960-2009	Yearly	252 Countries	Panel PLS, PGMM, RLS, PVAR	Negative
Lim (2019)	1952Q1-2016Q3	Quarterly	41 Countries	Panel VAR	Negative
Eberhardt (2019)	1800-2010	Yearly	27 Advanced Economies	Panel Regression	No Impact
Karadam (2019)	1970-2012	Yearly	135 Countries	PSTR Estimation	Negative
Caner et al. (2018)	1995-2014	Yearly	29 OECD Countries	OLS, GMM, Threshold Analysis	Negative
Brida et al. (2017)	1977-2015	Yearly	16 Countries	Multidimensional Clustering Methods	Negative
Owusu-Nantwi and Erickson (2016)	1970-2012	Yearly	Ghana	VECM	Positive
Kurihara (2015)	1990Q1-2014Q1	Quarterly	Japan	OLS, GMM, VAR	Negative
Egbetunde (2012)	1970-2010	Yearly	Nigeria	VAR	Positive

Uzun et al. (2012)	1991-2009	Yearly	19 Countries	Panel ARDL	Positive
Cecchetti et al. (2010)	1980-2010	Yearly	18 OECD Countries	Panel Regression	Negative If the Public Debt To GDP Ratio is Greater than 85%

3. MODEL and DATA

3.1. Model

To analyze the effects of public debt on income, the log-linear model which is given with Equation 1 is considered.

$$g_t = \alpha_{0a} + \alpha_{1a} pd_t + \epsilon_{0t} \quad (1)$$

where, t is time period, g and pd are natural logarithm of income and public debt. α_{ia}'s ($i=0,1$) represent least square estimators and ϵ_0 is the white noise disturbance term.

3.2. Data

Income is measured by using annual per capita GDP time series that is obtained from the World Bank's Development Indicators (WDI) database. Public dept is measured as annual per capita government debt which is calculated by the authors with the help of the Central Government Debt total (% of GDP) time series that is also derived from WDI database. Both series are measured with constant prices in US dollars where the base is 2015. The data is limited with the 1990-2021 period due to the available data set.

4. METHODOLOGY and EMPRICAL FINDINGS

4.1. Methodology

4.1.1. Unit Root Tests

Unit root properties of the series are examined by employing Augmented Dickey Fuller (ADF) and Phillips Perron tests.

Table 2. ADF[1] and PP[2] Unit Root Tests

Variable	Test Type	Intercept	Intercept & Trend
g	ADF	-1,49 (0)	-3,27 (0)
	PP	-1,67 (9)	-2,90 (6)
dg	ADF	-5,78 (0)***	-5,67 (0)***
	PP	-9,17 (10)***	-8,25 (11)***
pd	ADF	-0,94 (0)	-0,97 (0)
	PP	-0,92 (3)	-1,21 (1)
dpd	ADF	-6,75 (0)***	-8,89 (0)***
	PP	-5,87 (4)***	-8,89 (0)

*** *denotes significance at 1% level.*

According to the findings reported in Table 1, ADF and PP test results revealed that both variables are first-difference stationary.

4.1.2. Bounds Test Analysis

To investigate the public debt - income relationship ARDL approach to cointegration[3] is employed. In the first step, with the help of the Unrestricted form of the Error Correction Model which is presented with Equation 2 the ARDL model with the appropriate lag length is determined as ARDL (2,4).

$$\Delta g_t = \alpha_{0b} + \sum_{i=1}^{c_1} \alpha_{1b} \Delta g_{t-i} + \sum_{i=0}^{c_2} \alpha_{2b} \Delta pd_{t-i} + \alpha_{3b} T + \beta_{1b} g_{t-1} + \beta_{2b} pd_{t-1} + \epsilon_{1t} \quad (2)$$

Having determined the ARDL model, the existence of the cointegration relation is checked with the bounds test the results of which shown in Table 3.

Table 3. Bounds Test

Test	*F*	*t*
Calculated Test Statistics	12.10***	-4.83***
Lower Bound (1%)	10.61	-3.96
Upper Bound (1%)	11.65	-4.26

*** *denotes significance at 1% level.*

Since the absolute values of both calculated ***F*** and ***t*** test statistics are greater than the upper bound values the null hypothesis that suggests no cointegration between the variables is rejected. Therefore, it is concluded that there exist a cointegrating relation between per capita income and per capita public debt.

[1] Maximum lag length for ADF unit root test [Dickey and Fuller (1979)] is determined as 7 lags and optimal lag length is chosen by using Akaike Information Criterion [Akaike (1973) and Akaike (1998)], the values in parentheses are the chosen lag lengths.

[2] Bartlett kernel [Bartlett (1948) and Bartlett (1950)] is used as the spectral estimation method and Newey-West [Newey and West (1986)] Bandwidth is used as the bandwidth for P-P [Phillips and Perron (1988)] unit root test, the values in parentheses are the chosen lag lengths.

[3] Pesaran and Pesaran (1997), Pesaran and Smith (1998), Pesaran and Shin (1999) and Pesaran et al. (2001)

4.1.3. Diagnostic Tests

Having found the cointegrating relationship between the variables, diagnostic checks including parameter stability are employed. The findings of the diagnostic tests are presented with Table 4.

Table 4. Diagnostic Test Findings

Test	Test Statistics	Probability
Jarque-Bera	1.75	0.41
Breusch-Godfrey	0.51	0.48
ARCH	0.92	0.34
Ramsey RESET	2.74	0.11

The results in Table 4 showed that the model is not suffering from non-normality, serial correlation, heteroskedasticity and model misspecification problems.

Parameter stability results are shown with Figure 2.

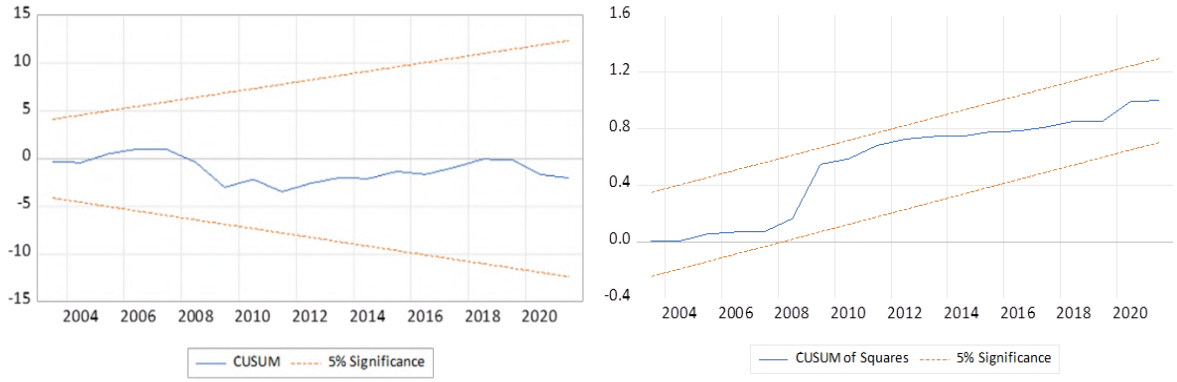


Figure 2.CUSUM and CUSUMSQ Tests

According to the results shown in Figure 2, parameters of the model are found to be stable.

4.1.4. Short Run Dynamics

Following the diagnostic tests checks, ECM equation which is derived by using Equation 2 is established and the coefficient estimations of the regarding ECM model is reported in Table 5.

Table 5. Empirical Findings for ECM

Variable	γ_{t-1}	Δg_{t-1}	Δpd_t	Δpd_{t-1}	Δpd_{t-2}	Δpd_{t-3}	C	T
Coefficient	-1.69	0.70	-0.64	-0.29	-0.21	0.05	18.58	0.01
Std. Error	0.33	0.23	0.16	0.12	0.10	0.05	3.68	0.00
t-statistics	-5.05	3.07	-4.10	-2.45	-2.20	1.06	5.05	4.97
p-value	0.00***	0.00***	0.00***	0.02**	0.04**	0.30	0.00***	0.00***
$\overline{R^2}$	0.49	RSS	0.004	F	4.69***	DW	2.19	

*** *and* ** *denotes significance at 1% and 5% levels, respectively.*

The ECM estimation findings showed that there exists an oscillating type of convergence in the model since the absolute value of the one period lagged error correction term is greater than one and less than two.

4.1.5. Long Run Dynamics

Following ECM estimation, coefficients of the long run model which are presented in Table 6 are also estimated to uncover the long run dynamics of the model.

Table 6. Empirical Findings for Long Run Model

Variable	pd_t
Coefficient	-0.06
Std. Error	0.01
t-statistics	-3.25
p-value	0.00***

*** *denotes significance at 1% level.*

Long run parameter estimations of the model suggested that per capita public debt effects per capita GDP negatively since the coefficient of the per capita public debt is found to be less than zero.

5. CONCLUSION

This paper contributes to the existing public debt- income literature by investigating both short and long run relations between the regarding variables for the case of Japan. To that end, annual time series consisting of per capita public debt and per capita GDP for the period 1990-2021 are used. By using Bayesian Information Criterion Schwarz (1978), the best fitting ARDL model is found to be ARDL (2,4). The model successfully passed all required diagnostic tests.

The short run dynamics of the model revealed that the model converges to the long run equilibrium in an oscillating framework. Additionally, long run dynamics of the model showed that per capita GDP is negatively affected by per capita public debt where 1% change in per capita debt causes 0.06% change in per capita GDP within the opposite direction. Therefore, government policy makers of Japan need to take into account that increasing per capita public debt may deteriorate Japan's per capita economic growth.

REFERENCES

Aizenman, J., Kletzer, K., & Pinto, B. (2007). Economic growth with constraints on tax revenues and public debt: Implications for fiscal policy and cross-country differences [Working paper 12750]. NBER. https://doi.org/10.3386/w12750

Akaike, H. (1973). Information theory and an extension of the maximum likelihood principle, [w:] Proceedings of the 2nd international symposium on information, bn petrow, f. Czaki, Akademiai Kiado, Budapest.

Akaike, H. (1998). Information theory and an extension of the maximum likelihood principle. In Selected papers of Hirotugu Akaike (pp. 199-213). Springer, New York, NY. doi: 10.1007/978-1-4612-1694-0_15

Ash, M., Basu, D., & Dube, A. (2020). Public debt and growth: An assessment of key findings on causality and thresholds [Working paper no. 433]. University of Massachusetts Amherst.

Bartlett, M. S. (1948). Smoothing periodograms from time-series with continuous spectra. Nature, 161(4096), 686-687. doi:10.1038/161686a0

Bartlett, M. S. (1950). Periodogram analysis and continuous spectra. Biometrika, 37(1/2), 1-16. doi:10.1093/biomet/37.1-2.1.

Brida, J. G., Gómez, D. M., & Seijas, M. N. (2017). Debt and growth: a non-parametric approach. Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications, 486, 883-894. https://doi.org/10.1016/j.physa.2017.05.060

Caner, M., Fan, Q., & Grennes, T. (2019). Partners in debt: an endogenous nonlinear analysis of interaction of public and private debt on growth. Mercatus Center at George Mason University, Mercatus Working Paper. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3186077

Cecchetti, S. G., Mohanty, M., & Zampolli, F. (2010). The future of public debt: prospects and implications. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.1599421

Cochrane, J. (2011). Understanding policy in the Great Recession: Some unpleasant fiscal arithmetic. European Economic Review, 55(1), 2-30. https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2010.11.002

Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. Journal of the American Statistical Association, 74(366a), 427-431. doi: 10.2307/2286348

DeLong, B., & Summers, L. (2012). Fiscal policy in a depressed economy. Brookings Papers in Economic Activity, 43(1), 233-297. https://doi.org/10.1353/eca.2012.0000

Eberhardt, M. (2017). Nonlinearities in the relationship between debt and growth: (no) evidence from over two centuries. Macroeconomic Dynamics, 23(4), 1563-1585. https://doi.org/10.1017/s1365100517000347

Egbetunde, T. (2012). Public debt and economic growth in nigeria: evidence from granger causality. American Journal of Economics, 2(6), 101-106. https://doi.org/10.5923/j.economics.20120206.02

Elmendorf, D., & Mankiw, G. (1999). Government debt. In J. Taylor, & M. Woodford (eds.), Handbook of macroeconomics (Vol. 1 (3), pp. 1615-1669). Elsevier. https://doi.org/10.1016/S1574-0048(99)10038-7

Fazzari, S., Ferri, P., & Variato, A. (2020). Demand-led growth and accommodating supply. Cambridge Journal of Economics, 44(3), 583-605. https://doi.org/10.1093/cje/bez055

Gómez-Puig, M., Sosvilla-Rivero, S., & Martínez-Zarzoso, I. (2022). On the heterogeneous link between public debt and economic growth. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 77, 101528. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2022.101528

Jacobs, J., Ogawa, K., Sterken, E., & Tokutsu, I. (2019). Public debt, economic growth and the real interest rate: a panel var approach to eu and oecd countries. Applied Economics, 52(12), 1377-1394. https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1673301

Karadam, D. Y. (2018). An investigation of nonlinear effects of debt on growth. The Journal of Economic Asymmetries, 18, e00097. https://doi.org/10.1016/j.jeca.2018.e00097

Kurihara, Y. (2015). Debt and economic growth: The case of Japan. Journal of Economics Library, 2(2), 45-52.

Lim, J. J. (2019). Growth in the shadow of debt. Journal of Banking &Amp; Finance, 103, 98-112. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2019.04.002

Owusu-Nantwi, V. and Erickson, C. A. (2016). Public debt and economic growth in ghana. African Development Review, 28(1), 116-126. https://doi.org/10.1111/1467-8268.12174

Pesaran, M.H., & Pesaran, B. (1997). Working with microfit 4.0: an interactive econometric software package (dos and windows versions). Oxford, Oxford University Press.

Pesaran, M.H., & Shin, Y. (1998). Generalized impulse response analysis in linear multivariate models. Economics Letters, 58(1), 17-29. doi: 10.1016/S0165-1765(97)00214-0

Pesaran, M.H., & Shin, Y. (1999). An autoregressive distributed lag modeling approach to cointegration analysis. Strom, S., Holly, A., ve Diamond, P. (Ed.), in Centennial volume of Rangar Frisch (p. 371-413). Cambridge: Cambridge University Press.

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. Journal of Applied Econometrics, 16(3), 289–326. doi: 10.1002/jae.616

Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. Biometrika, 75(2), 335-346. https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335

Ramey, G., & Ramey, V. (1995). Cross-country evidence on the link between volatility and growth. American Economic Review, 85(5), 1138-1151. https://doi.org/10.3386/w4959

Schwarz, G. (1978). Estimating the dimension of a model. *The Annals of Statistics*, 6(2), 461-464. https://www.jstor.org/stable/2958889

Sinan, B. (2022). Japonya'da Kamu Borcu ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi (1980-2020). Econharran, 6(9), 44.

Swamy, V. (2019). Debt and growth: decomposing the cause-and-effect relationship. International Journal of Finance &Amp; Economics, 25(2), 141-156. https://doi.org/10.1002/ijfe.1729

Uzun, A., Karakoy, C., Kabadayi, B., & Emsen, O. S. (2012). The impacts of external debt on economic growth in transition economies. Chinese business review, 11(5).

Zestos, G. K., Jiang, Y., & Patnode, R. (2022). The nexus between causal macroeconomic relations in japan. Review of Economic Analysis, 14(2). https://doi.org/10.15353/rea.v14i1.4017

THE RELATIONHIP between TOTAL DEBT SERVICE and INCOME: An ARDL APPROACH for the CASE of BRAZIL

Özgür ÖZAYDIN [1], Can APAYDIN [2]

[1] Ondokuz Mayıs University, FEAS, ORCID ID: 0000-0003-0579-9432

[2] Ondokuz Mayıs University, FEAS, ORCID ID: 0000-0003-0341-2548

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between total debt service and income for the case of Brazil. To this end, Gross Domestic Product per capita and Total Debt Service per capita series which are obtained from World Bank development indicators are used over the period of 1970 to 2021. Stationarity properties of the regarding time series are investigated by using Zivot-Andrews unit root test which allows for one structural break in the series along with the conventional unit root tests, namely Augmented Dickey-Fuller and Phillips-Perron. Findings of the unit root tests suggested that both series are I (1). To test the cointegration between the series ARDL bounds test approach is employed. The findings of ARDL methodology provided evidence for the existence of cointegrated relationship between the variables. The long run findings suggested that per capita income changes in the same direction as per capita total debt service.

Keywords: Total Debt Service, Economic Growth, ARDL Bounds Test

1. INTRODUCTION

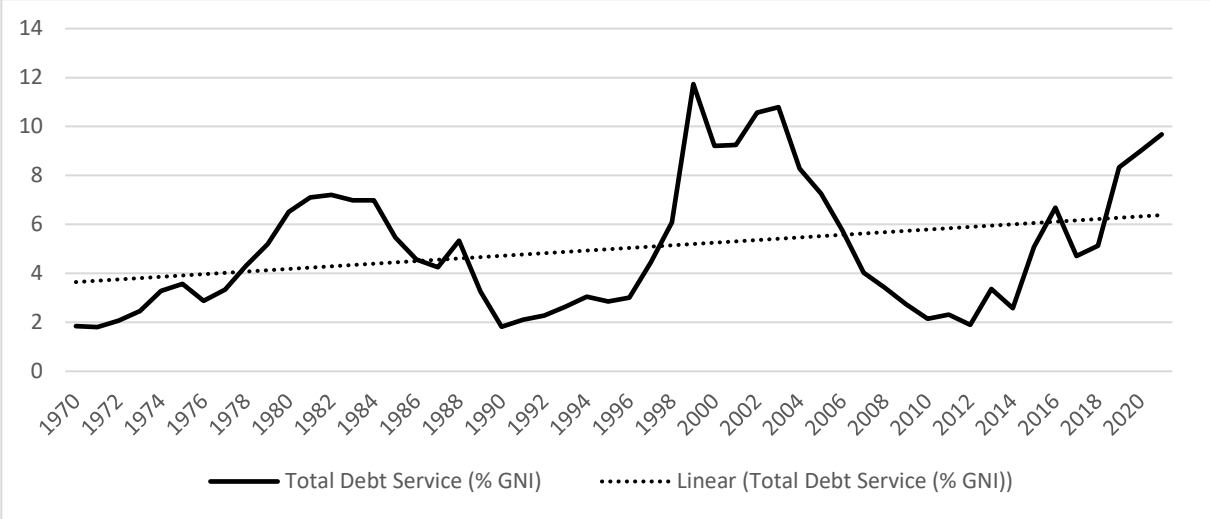
One of the most significant and ultimate objects of macroeconomic policy is to increase the welfare which requires economic growth to be sustainable. High saving rates and/or borrowing are two most known sources to finance the investments which are widely acknowledged that being a vital source for sustainable economic growth for a country. Developed countries are succeeded to realize sustainable economic growth which helps them to achieve the goal of increasing welfare, thanks to the high saving rates which may be used to finance the investments and/or borrowing costs. Contrarily, developing countries generally fail to boost the economic welfare since they are not able to find the required domestic funds for investment as these countries are generally characterized by low saving rates. Therefore, external debt seems to be the inevitable source to increase the wealth for these countries to reach the goal of sustainable economic growth which will exacerbate the total debt service that brings about financial vulnerabilities.

In this context, some empirical research about the link between economic growth and total debt demonstrated that this relation is being within the same direction, while others provided

contrary evidences. Reinhart & Rogoff (2009) found that debt beyond a certain level may give rise to financial crises, which might affect economic growth negatively. Schularick & Taylor (2012) and Jorda et al. (2013) revealed a crucial connection between the private sector credit boom and economic bust. In addition, while Cecchetti et al. (2011) showed that private debt considerably deteriorates economic growth, Mian et al. (2017) and Park et al. (2018) assert the contrary.

This paper aims to study the impact of the total debt on growth in Brazil since Brazil differs from many developing countries, for having one of the highest total debt/income ratio. Hence, this study focuses on total debt service, which includes the sum of principal repayments and interest paid, as a proxy for the total debt. The historical movement of the total debt service to gross national income is shown in Figure 1 below.

Figure 3: Total Debt Service (% GNI) of Brazil



Source: Total debt service (% of GNI) obtained from WDI.

The Figure 1 shows that from 1970 to 2021 the trend of the total debt service to gross national income perpetually increases even if the data seems to be volatile at first sight.

2. LITERATURE REVIEW

When the literature on the relationship between debt service and economic growth is examined, some researchers, namely, Kpalukwu & Ezekwe (2023), Kim & Zhang (2020), Oshadare et al. (2019), Maithreerathna et al. (2019), Epaphra & Kombe (2017), Brini et al. (2016) and Elbadawi (1997) identified a negative relationship between the concerned variables. Conversely, Kronick & Ambler (2023) reported a positive relationship for Canada. Moreover, Adegboyega (2021) indicated a positive effect of debt service on economic growth also for the case of Nigeria. Clements et al. (2003) noted the absence of a direct impact between debt service and economic growth in his study which covers 55 low-income countries. A brief literature review on debt service and economic growth relationship is presented with Table 1.

Table 7. Literature Review

Study	Period	Data Frequency	Data Sample	Methods	Effects of Debt Service on GDP Growth
Kpalukwu & Ezekwe (2023)	1981-2021	Yearly	Nigeria	ECM	Negative
Kronick & Ambler (2022)	1990Q1-2019Q4	Quarterly	Canada	SVAR	Positive
Adegboyega (2021)	1981-2019	Yearly	Nigeria	ARDL	Positive
Kim & Zhang (2020)	1970-2014	Yearly	72 Countries	Panel VAR	Negative
Oshadare et al. (2019)	1986-2016	Yearly	Nigeria	ARDL	Negative
Maithreerathna et al. (2019)	1960-2016	Yearly	Sri Lanka	SVAR	Negative
Epaphra & Kombe (2017)	1990-2017	Yearly	45 African Country	Panel Regression	Negative
Brini et al. (2016)	1990-2013	Yearly	Tunisia	ARDL	Negative
Clements et al. (2003)	1970-1999	Yearly	55 Low-Income Countries	Fixed Effects & System GMM Estimations	No Direct Effect
Elbadawi (1997)	1980-1995	Yearly	Sub-Saharan African Countries	Fixed and Random Effects Model	Negative

3. MODEL and DATA

3.1. Model

To analyze the relationship between debt and income, a log-linear model is established and the regarding model is given with Equation 1.

$$y_t = \alpha_{0a} + \alpha_{1a} ds_t + \epsilon_{0t} \quad (3)$$

where, t is time period, y and ds represents natural logarithm of income and debt service, α_{ia}'s (i=0,1) are least square estimators and ϵ_0 is the white noise disturbance term.

3.2. Data

Income is measured by using annual per capita GDP time series that is obtained from the World Bank's Development Indicators (WDI) database. Debt service is measured as annual per capita total debt service which is calculated by the authors with the help of the Total debt service (% of GNI) time series that is also derived from WDI database. Both series are measured with constant prices in US dollars where the base is 2015. The data is limited with the 1970-2021 period due to the available data set.

4. METHODOLOGY and EMPRICAL FINDINGS

4.1. Stationarity Tests

Stationarity properties of the variables in question are investigated by using Augmented version of Dickey & Fuller (1979) (ADF), Phillips & Perron (1988) (PP) and Zivot & Andrews (1992) (ZA) unit root tests. The findings of the conventional ADF and PP tests are reported in Table 2.

Table 8. ADF and PP Unit Root Tests

Variable	Test Type	Intercept	Intercept & Trend
y	**ADF**	-2.48 (1)	-3,52 (2)
	PP	-3.30 (3)	-3.67 (3)
dy	**ADF**	-4.81 (0) ***	-4.94 (0) ***
	PP	-4.75 (2) ***	-4.81 (1) ***
ds	**ADF**	-2.03 (0)	-2.16 (0)
	PP	-2.21 (3)	-2.43 (3)
dds	**ADF**	-6,18 (0) ***	-6.13 (0) ***
	PP	-6.23 (3) ***	-6.19 (3) ***

*** *denotes significance at 1% level.*

The findings of ADF and PP tests which are represented in Table 1, revealed that per capita GDP and per capita debt service time series becomes stationary in their first differences.

The results obtained from ZA unit root test are given in Table 3.

Table 9. ZA Unit Root Tests

Variable	Crash		Break	
	Crash	Crash	Crash	Crash
y	-4.22 (2)	2004	-4.54 (2)	2007
dy	-5.92 (0)***	1981	-6.48 (1)***	1984
ds	-2.51 (0)	1989	-2.62 (0)	2007
dds	-6.63 (0)***	2011	-7.01*** (0)	1991

*** *denotes significance at 1% level.*

The results of the ZA test confirmed that both variables are first difference stationary, as well.

4.2. ARDL Analysis

The possible relationships between income and debt service are analyzed with bounds test methodology[1]. First, the following model which is given with Equation 2 is constructed.

$$\Delta y_t = \alpha_{0b} + \sum_{i=1}^{c_1} \alpha_{1b} \Delta y_{t-i} + \sum_{i=0}^{c_2} \alpha_{2b} \Delta ds_{t-i} + \alpha_{3b} T + \beta_{1b} y_{t-1} + \beta_{2b} ds_{t-1} \beta_{3b} d_{1981} + \epsilon_{1t} \quad (4)$$

where, d_{1981} is the time dummy proposed by the ZA Crash model, α's and β's are OLS estimators, Δ is the difference operator and T is the trend variable.

By using Equation 2, ARDL (6,1) model is selected to be the best fitting model which has the appropriate lag length.

Following the selection of the appropriate ARDL model, the variables are checked whether they are cointegrated or not by employing bounds test analysis. The bounds test findings are presented with Table 4.

Table 10. Bounds Test

Test	*F*
Calculated Test Statistics	7.83**
Lower Bound (5%)	6.56
Upper Bound (5%)	7.30

** *denotes significance at 5% level.*

Findings in Table 4 revealed that the variables are cointegrated, since the value of calculated F statistics exceeds the upper bound value for 5% level of significance.

Diagnostic tests for normality, serial correlation, heteroskedasticity and model misspecification are performed and the findings of these tests are shown with Table 5.

[1] Pesaran and Pesaran (1997), Pesaran and Smith (1998), Pesaran and Shin (1999) and Pesaran et al. (2001)

Table 11. Diagnostic Test Findings

Test	Test Statistics	Probability
Jarque-Bera	2.33	0.31
Breusch-Godfrey	1.69	0.20
ARCH	0.02	0.87
Ramsey RESET	0.73	0.39

The findings in Table 5 revealed that the model is passed the diagnostic tests as a whole.

CUSUM and CUSUMSQ tests are also performed to check whether the parameters of the model are stable or not.

The findings of CUSUM and CUSUMSQ tests are represented with Figure 2.

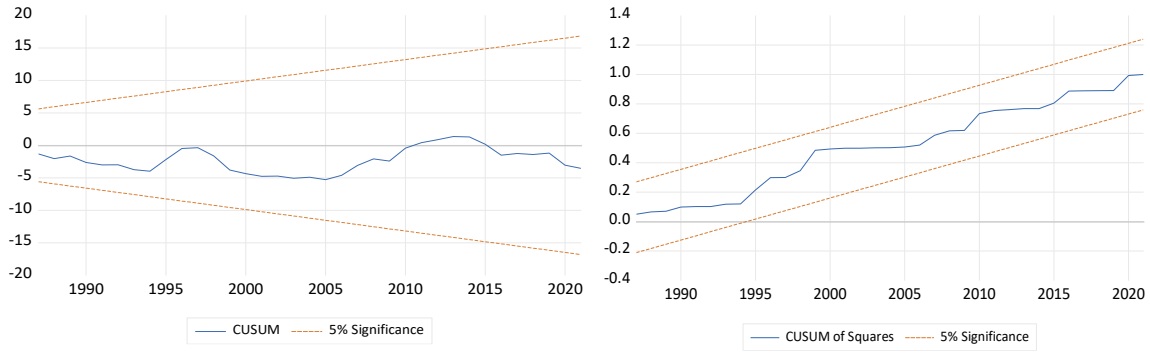


Figure 4.CUSUM and CUSUMSQ Tests

According to the results shown in Figure 2, parameters of the model are found to be stable.

4.3. Error Correction Model

To analyze the short run dynamics, the Error Correction form of the model is estimated and the findings are shown in Table 6.

Table 12. Error Correction Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-statistics	p-value
γ_{t-1}	-0.27	0.07	-4.01	0.00***
Δds_t	0.00	0.02	0.16	0.87
Δds_{t-1}	-0.03	0.02	-1.87	0.07*
Δds_{t-2}	-0.02	0.02	-1.2	0.24
Δds_{t-3}	-0.03	0.02	-1.7	0.09*
Δds_{t-4}	-0.05	0.02	-3.43	0.00***
Δds_{t-5}	-0.03	0.02	-1.82	0.08*
C	-0.08	0.02	-4.70	0.00***
T	2.20	0.54	4.11	0.00***
Important Statistics				
$\overline{R^2}$	0.36		RSS	**0.02**
F	3.91***		DW	**1.58**

****, ** and *denotes significance at 1%, 5% and 10% levels, respectively.*

The Error Correction Model findings suggested a relatively slow convergence in the model, since the absolute value of the one period lagged error correction term is closer to zero.

4.4. Long Run Model

To analyze the long run structure of the model, the coefficients of the cointegrating form of the model are also predicted. Table 7 represents the predictions for the long run model.

Table 13. Cointegrated Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-statistics	p-value
ds_t	0.10	0.05	1.76	0.08*

* *denotes significance at 10% level.*

Cointegrated model estimations revealed that per capita GDP is affected by the per capita debt service and the direction of this relation is positive although the relation is relatively weak.

5. CONCLUSION

In this paper, both short and long run dynamics of the income and debt service relation is analyzed. For this purpose, annual time series for per capita GDP and per capita debt service variables for the period 1970-2021are used. ARDL (6,1) model is found to be the best fitting model for the case of Brazil by using Akaike (1973,1998) Information Criterion (AIC).

Estimations for the ECM showed that the model is relatively slowly converging to its long run equilibrium and the disequilibrium occurred in the short run vanishes approximately in 4 periods. On the other hand, long run results revealed that a 1% increase in the per capita debt service will cause a 0.1% increase in the per capita GDP.

Based upon the results presented above, policy makers may use the per capita debt service as a tool to boost the economic growth in Brazil.

REFERENCES

Adegboyega, R. R. (2021). Debt Service Payments and Economic Growth in Nigeria. Journal of Business, 10(2), 7-22.

Akaike, H. (1973). Information theory and an extension of the maximum likelihood principle, [w:] Proceedings of the 2nd international symposium on information, bn petrow, f. Czaki, Akademiai Kiado, Budapest.

Akaike, H. (1998). Information theory and an extension of the maximum likelihood principle. In Selected papers of Hirotugu Akaike (pp. 199-213). Springer, New York, NY. doi: 10.1007/978-1-4612-1694-0_15

Brini, R., Jemmali, H., & Ferroukh, A. (2016). Public Debt and Economic Growth in Tunisia: A Re-Examination. Advances in Economics and Business, 4(11), 594-600. https://doi.org/10.13189/aeb.2016.041105

Cecchetti, S. G., Mohanty, M., & Zampolli, F. (2010). The Future of Public Debt: Prospects and Implications. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.1599421

Clements, B., Bhattacharya, R., & Nguyen, T. Q. (2003). External Debt, Public Investment, and Growth in Low-Income Countries, IMF Working Papers, 2003(249), A001. https://doi.org/10.5089/9781451875904.001.A001

Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. Journal of the American Statistical Association, 74(366a), 427-431. doi: 10.2307/2286348

Elbadawi, I. A. (1997). "Debt Overhang and Economic Growth in Sub-Saharan Africa". In External Finance for Low-Income Countries. USA: International Monetary Fund. https://doi.org/10.5089/9781451957198.071.ch005

Epaphra, M. & Kombe, A. H. (2017). Institutions and Economic Growth in Africa: Evidence from Panel Estimation. Business and Economic Horizons, 13(5), 570-590. https://doi.org/10.15208/beh.2017.39

Jordà, Ò., Schularick, M., & Taylor, A. M. (2013). When Credit Bites Back. Journal of Money, Credit and Banking, 45(s2), 3-28. https://doi.org/10.1111/jmcb.12069

Kim, Y. J. & Zhang, J. (2020). The Relationship Between Debt and Output. FRB of Chicago Working Paper No. WP-2020-30. https://doi.org/10.21033/wp-2020-30

Kpalukwu, E., & Ezekwe, C. I. (2023). Understanding the Growth Implications of Debt Servicing in Nigeria. International Journal of Economics and Business Management (IJEBM), 9(5). https://doi.org/10.56201/ijebm.v9.no5.2023.pg42.51

Kronick, J. and Ambler, S. (2022). Predicting Financial Crises: Debt Versus Debt Service Ratios. Applied Economics, 55(47), 5553-5571. https://doi.org/10.1080/00036846.2022.2140112

Maithreerathna, R. D., Mummullage, P. C., Naranpanawa, A., & Gunasinghe, C. (2019). An Empirical Analysis of the Impact of Total Debt on the Economic Growth of Sri Lanka (No. economics: 201903). http://hdl.handle.net/10072/390497

Mian, A., Sufi, A., & Verner, E. (2015). Household Debt and Business Cycles Worldwide. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.2655804

Oshadare, S. A., Ashamu, S. O., Raheem, A., Fapetu, D., Ajayi, J. A., & Ojeaga, P. (2019). Value Creation Through Public Debt and Economic Growth of Nigeria. Scholedge International Journal of Business Policy & Amp; Governance ISSN 2394-3351, 5(7), 63. https://doi.org/10.19085/journal.sijbpg050701

Park, D., Shin, K., & Tian, S. (2018). Household Debt, Corporate Debt, and the Real Economy: Some Empirical Evidence. ADB Economics Working Paper, 2018, 567. http://dx.doi.org/10.22617/wps189775-2

Pesaran, M.H., & Pesaran, B. (1997). Working with microfit 4.0: an interactive econometric software package (dos and windows versions). Oxford, Oxford University Press.

Pesaran, M.H., & Shin, Y. (1998). Generalized impulse response analysis in linear multivariate models. Economics Letters, 58(1), 17-29. doi: 10.1016/S0165-1765(97)00214-0

Pesaran, M.H., & Shin, Y. (1999). An autoregressive distributed lag modeling approach to cointegration analysis. Strom, S., Holly, A., ve Diamond, P. (Ed.), in Centennial volume of Rangar Frisch (p. 371-413). Cambridge: Cambridge University Press.

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. Journal of Applied Econometrics, 16(3), 289–326. doi: 10.1002/jae.616

Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. Biometrika, 75(2), 335-346. https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335

Reinhart, C. M., & Rogoff, K. S. (2009). This Time is Different: Eight Centuries of Financial Folly. Princeton University Press.

Schularick, M. and Taylor, A. M. (2012). Credit Booms Gone Bust: Monetary Policy, Leverage Cycles, and Financial Crises, 1870–2008. American Economic Review, 102(2), 1029-1061. https://doi.org/10.1257/aer.102.2.1029

Zivot, E. & Andrews, D. W. K. (1992). Further Evidence on the Great Crash, the Oil Price Shock, and the Unit-Root Hypothesis. Journal of Business & Economic Statistics 10(3):251-270.

BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER İLE İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÜZERİNE EKONOMETRİK BİR UYGULAMA

Dr. Cemalettin LEVENT

Bağımsız Araştırmacı, ORCID ID: 0000-0001-7147-1027

Doç. Dr. Fatma Fehime AYDIN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002- 7026-6889

ÖZET

Ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanmasında finansal yapı büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda finansal sektör içinde yer alan bankacılık sektörü, ekonomik faaliyetler için büyük önem arz etmektedir. Bankacılık sektörü, insanların ve firmaların ekonomik faaliyetlerine aracılık etmektedir. Dolayısıyla bankacılık sektörü dünya ekonomisinin önemli bir unsurudur. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı; Türkiye'de bankacılık sektörünün makroekonomik göstergeler ile ilişkisini araştırmaktır. Çalışmada 1991-2022 dönemine ait veri setinden hareketle ARDL analiz yöntemi uygulanmıştır. Çalışmanın analizinde bankacılık sektörünü temsilen GSYİH'nin yüzdesi olarak bankalar tarafından özel sektöre verilen yurt içi kredi değişkeni kullanılmıştır. Bununla birlikte çalışmada ele alınan makroekonomik göstergeler ise; ekonomik büyüme, enflasyon, cari işlemler dengesi, işsizlik ve sanayileşmedir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Makroekonomik göstergeler, ARDL analizi

THE RELATIONSHIP BETWEEN BANKING SECTOR AND MACROECONOMIC INDICATORS: AN ECONOMETRIC APPLICATION ON TURKEY

ABSTRACT

Financial structure is of great importance in ensuring economic growth and development. In this context, the banking sector within the financial sector is of great importance for economic activities. The banking sector mediates the economic activities of people and firms. Therefore, the banking sector is an important element of the world economy. In this context, the main objective of this study is to investigate the relationship between the banking sector and macroeconomic indicators in Turkey. In the study, ARDL analysis method is applied based on the data set for the period 1991-2022. In the analysis of the study, the variable of domestic credit extended by banks to the private sector as a percentage of GDP was used to represent the banking sector. In addition, the macroeconomic indicators considered in the study are economic growth, inflation, current account balance, unemployment and industrialization.

Keywords: Banking, Macroeconomic indicators, ARDL analysis

1.GİRİŞ

Bankaların temel işlevi, ekonomide fon akışının sağlanması iken bununla beraber kaydi para yaratılması, para ve maliye politikalarının sürdürülmesine katkı sağlanması, gelir ve servet dağılımının etkilenmesi gibi işlevleri de bulunmaktadır. Bir ülkede bankacılık sektörünün güçlü olması ekonomiyi güçlü bir yapıya kavuşturacaktır. Dolayısıyla bankacılık sektörünün gelişmesi ve büyümesi ekonomik yapının da gelişmesi ve büyümesini sağlayacaktır (Yetiz, 2016: 107).

Dünya ve Türkiye ekonomisinin gelişmesinde önemli bir role sahip olan bankacılık sektörü ile ilgili çalışmalar literatürde giderek artmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın temel gayesi; Türkiye'de bankacılık sektörünün makroekonomik değişkenlerle ilişkisini araştırmaktır. Çalışmada 1991-2022 dönemine ait veri setinden hareketle ARDL analiz yöntemi uygulanmıştır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde bankacılık sektörü ile makroekonomik değişkenlerin ilişkisini inceleyen çalışmaların sayısı giderek artmaktadır. Bu çalışmalardan biri Mahmood vd. tarafından 2014'te Pakistan üzerine yapılmıştır. Çalışmada banka krizinin makroekonomik göstergelerle ilişkisi araştırılmaktadır. Çalışmada uygulanan Johansen eş bütünleşme testi bulgularına göre; bankacılık krizi ile makroekonomik göstergeler arasında uzun dönemde ilişki olduğu görülmüştür. Bankacılık krizinin döviz kuru ile negatif ve enflasyon oranı ile pozitif yönde ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Akyüz ve Emir'in 2018'de yaptıkları çalışmada Türk bankacılık sektörünün performansı üzerine makroekonomik göstergelerin etkileri araştırılmıştır. Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiyi araştırmak için Vektör Otoregresif (VAR) modeli uygulanmıştır. Bununla birlikte değişkenlerin durağanlıklarının test edilmesinde ADF ve PP birim kök testleri uygulanmıştır. Çalışmanın ekonometrik bulgularına göre; tüketici fiyat endeksi ve faiz oranı ile Türk bankacılık sektörünün performansı arasında karşılıklı nedensellik ilişkisi bulunurken GSYİH ile Türk bankacılık sektörünün performansı arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

Çelik tarafından 2019'da yapılan çalışmada makroekonomik ve finansal performans göstergeleri ile Türk bankacılık sektöründe aktif karlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmada sektörel finans göstergeleri ile bankaların aktif kârlılığı arasında karşılıklı nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Öte yandan banka aktif kârlılığından, makroekonomik performansa doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

Sevinç tarafından 2021'de yapılan çalışmada Türkiye'de makroekonomik faktörler ile takipteki banka kredileri arasındaki ilişki ARDL analiz yöntemiyle araştırılmıştır. Çalışmanın ekonometrik bulgularına göre; takibe düşen kredi oranını ekonomik büyüme ve enflasyonun azalttığı, işsizlik ve döviz kurunun ise artırdığı tespit edilmiştir.

3.VERİ SETİ VE ANALİZ BULGULARI

Bu çalışmanın temel gayesi; bankacılık sektörü ile makroekonomik göstergeler arasındaki ilişkinin 1991-2022 dönemine ait veri setinden hareketle ARDL analiz yöntemiyle araştırılmasıdır. Çalışmada bankacılık sektörü bağımlı değişken iken sanayileşme, işsizlik, cari işlemler dengesi, enflasyon ve ekonomik büyüme oranı bağımsız değişkenler olarak analizde yer almıştır. Çizelge 1'de bağımlı ve bağımsız değişkenlere, değişkenlerin tanımına ve kaynağına yer verilmiştir.

Çizelge 8: Değişkenlerin Tanımı ve Kaynağı

Değişkenler	Tanımı	Ülke	Dönem	Kaynak
Bankacılık Sektörü	Bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler (GSYİH'nin yüzdesi)	Türkiye	1991-2022	Dünya Bankası
Sanayileşme	İmalat, katma değer (GSYİH'nin yüzdesi)	Türkiye	1991-2022	Dünya Bankası
İşsizlik	İşsizlik, toplam (toplam işgücünün yüzdesi) (modellenmiş ILO tahmini)	Türkiye	1991-2022	Dünya Bankası
Cari Denge	Cari işlemler dengesi (GSYİH'nin yüzdesi)	Türkiye	1991-2022	Dünya Bankası
Enflasyon	Enflasyon tüketici fiyatları (yıllık %)	Türkiye	1991-2022	Dünya Bankası
Ekonomik Büyüme	Kişi başına GSYİH büyümesi (yıllık %)	Türkiye	1991-2022	Dünya Bankası

Çizelge 2'de çalışmada kullanılan değişkenler için hesaplanan tanımlayıcı istatistik değerleri verilmiştir.

Çizelge 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Medyan	Maksimum	Minimum	Standart Sapma	Gözlem Sayısı
Banka Kredileri	35.72	27.16	70.90	14.01	20.28	32
Büyüme	3.17	4.21	10.51	-7.14	4.48	32
Enflasyon	35.70	15.75	105.22	6.25	32.53	32
İşsizlik	9.53	9.34	13.67	6.50	1.84	32
Sanayileşme	18.62	17.65	22.57	15.05	2.46	32
Cari İşlemler Dengesi	-2.75	-3.07	2.01	-8.87	2.61	32

Çizelge 2'de çalışmada kullanılan değişkenler için hesaplanan tanımlayıcı istatistik değerleri verilmiştir. İncelenen dönemde bankalarca özel sektöre verilen yurt içi kredilerin % 14 ile % 71 arasında değiştiği, ortalama oranın ise % 36 civarında olduğu görülmektedir. Büyüme oranı % -7 ile % 11 arasında değişirken ortalama % 3 olmuştur. Enflasyon % 6 ile % 105 arasında değişirken ortalama % 36 olmuştur. İşsizlik % 7 ile % 11 arasında değişirken ortalama % 10 olmuştur. Sanayileşme % 15 ile % 23 arasında değişirken ortalama % 19 olmuştur. Cari işlemler dengesi ise % -9 ile % 2 arasında değişirken ortalama % -3 değerini almıştır.

Çalışmada ele alınan değişkenlerden, bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler, enflasyon, işsizlik ve sanayileşme değişkenleri logaritmik forma dönüştürülmüştür. Çalışmada ele alınan değişkenlerin durağanlık durumlarının incelenmesi için değişkenlere Augmented Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi uygulanmıştır. Çizelge 3'te ADF birim kök testinin sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

	Sabitli Model	**Sabit ve Trendli Model**
Log Banka Kredileri	-1.28	-1.47
Δ Log Banka Kredileri	-3.58**	-3.47***
Büyüme	-5.67*	-5.73*
Δ Büyüme	-9.12*	-8.96*
Log Enflasyon	-1.02	0.70
Δ Log Enflasyon	-3.04**	-3.46***
Log İşsizlik	-1.90	-3.55***
Δ Log İşsizlik	-4.44*	-4.35*
Log Sanayi	-1.73	0.87
Δ Log Sanayi	-4.67*	-5.02*
Cari İşlemler Dengesi	-3.65**	-4.10**
Δ Cari İşlemler Dengesi	-8.84*	-8.67*

Not: * % 1, ** % 5 ve *** % 10 anlamlılık düzeylerinde anlamlı olan test değerlerini göstermektedir.

ADF birim kök testinde yalnızca sabit içeren modellerden elde edilen sonuçlar incelendiğinde büyüme ve cari işlemler dengesi değişkenlerinin düzeyde durağan olduğu ancak bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler, enflasyon, işsizlik ve sanayileşme değişkenlerinin düzeyde durağan olmayıp, buna karşılık birinci farklarının alınması sonucunda durağanlaştığı görülmektedir. Sabit ve trend içeren modellerden elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise büyüme, işsizlik ve cari işlemler dengesi değişkenlerinin düzeyde durağan olduğu buna karşılık bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler, enflasyon ve sanayileşme değişkenlerinin düzeyde durağan olmayıp ancak birinci farklarının alınması durumunda durağanlaştıkları anlaşılmaktadır. ARDL sınır testinin uygulanabilmesi için değişkenlerin minimum birinci dereceden durağan olmaları koşulu vardır ve bu çalışmada kullanılan değişkenlerin bu koşulu sağladığı görülmektedir.

Modelde otokorelasyon ya da değişen varyans sorunu olup olmadığının araştırılması amacıyla modele Breusch-Godfrey Serial Correlation LM testi ile Breusch-Pagan-Godfrey Heteroskedasticity testi uygulanmıştır. Bu testlerin sonuçları Çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4. Otokorelasyon ve Heteroskedastisite Testi Sonuçları

BG F-stat	0.41
BPG F-stat	0.35

Testlerin sonuçlarına göre, modelde otokorelasyon ya da değişen varyans (heteroskedastisite) sorunlarının olmadığı belirlenmiştir.

Çalışmada bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler ile büyüme, enflasyon, işsizlik, sanayileşme ve cari işlemler dengesi arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla ARDL modeli

kullanılmıştır. ARDL modelinin uygulanması esnasında gecikme uzunlukları Akaike kriterine göre otomatik olarak saptanmıştır. Akaike kriterine göre saptanan model ARDL (2, 3, 3, 3, 3, 3) modeli olmakla beraber modelin tahmin sonuçları Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5. ARDL Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği
LOGBANKA(-1)	1.95**	3.25
LOGBANKA(-2)	-1.64**	-2.92
BUYUME	-0.05**	-2.88
BUYUME(-1)	-0.06**	-3.47
BUYUME(-2)	-0.00	-0.01
BUYUME(-3)	-0.03**	-2.90
LOGENFLASYON	0.34	1.41
LOGENFLASYON(-1)	-0.56*	-4.55
LOGENFLASYON(-2)	0.26***	2.11
LOGENFLASYON(-3)	0.12	0.90
LOGISSIZLIK	0.57	1.11
LOGISSIZLIK(-1)	-2.17*	-4.19
LOGISSIZLIK(-2)	1.33***	2.23
LOGISSIZLIK(-3)	-1.02**	-2.60
LOGSANAYI	3.80**	3.34
LOGSANAYI(-1)	-0.06	-0.10
LOGSANAYI(-2)	0.68	0.76
LOGSANAYI(-3)	-7.27*	-4.13
CARI ISLEMLER DENGESİ	-0.06	-1.60
CARI ISLEMLER DENGESİ(-1)	0.06**	2.65
CARI ISLEMLER DENGESİ(-2)	0.04	1.39
CARI ISLEMLER DENGESİ(-3)	-0.06**	-2.63
C	13.03**	2.62
TREND	0.02	1.63

Not: * %1; ** %5 ve *** %10 anlamlılık düzeylerinde anlamlı olan test değerlerini göstermektedir.

Çizelge 5'e göre kısa vadede bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde büyümenin ters yönde, sanayileşmenin ise aynı yönde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Diğer değişkenler ile bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler arasında ise kısa vadede istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Gecikmeli değerler incelendiğinde bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde büyümenin bir ve üç gecikmeli değerlerinin ters yönde, enflasyonun bir gecikmeli değerinin ters yönde, iki gecikmeli değerinin aynı yönde, işsizliğin bir ve üç gecikmeli değerinin ters yönde, iki gecikmeli değerinin aynı yönde, sanayileşmenin üç gecikmeli değerinin ters yönde, cari işlemler dengesinin bir gecikmeli değerinin aynı yönde, üç gecikmeli değerinin ise ters yönde etkilere sahip olduğu görülmektedir.

Bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler ile makro ekonomik göstergeler arasındaki eşbütünleşme ilişkilerinin ele alınan dönemin tamamında sürdürülüp sürdürülmediğinin anlaşılması için sınır testi uygulanmıştır.

Çizelge 6. Eşbütünleşme için Sınır Testi Sonuçları

k=5	F istatistiği	Alt sınır I(0)	Üst sınır I(1)	Anlamlılık düzeyleri
$logbanka = f(büyüme, logenflasyon, logişsizlik, logsanayi, cari işlemler dengesi)$	9.48	5.35	4.41	%1
		3.82	5.25	%5
		3.16	7.24	%10

Sınır testi uygulandığında tüm anlamlılık düzeylerinde değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı kanıtlanmıştır. Çizelge 6'ya göre bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler ile makro ekonomik göstergeler arasında uzun vadeli bir ilişki söz konusudur. Uzun vadeli ilişkinin tespit edildiği analizde bir sonraki aşamada değişkenlere ait uzun dönem katsayılar belirlenmektedir.

Çizelge 7. ARDL Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği
Büyüme	-0.20**	-3.51
Logenflasyon	0.23	0.34
Logişsizlik	-1.89**	-3.89
Logsanayi	-4.14	-1.00
Cari işlemler dengesi	-0.03	-0.46

Not: ** %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olan test değerlerini ifade etmektedir.

Çizelge 7'ye göre uzun dönemde büyümenin ve işsizliğin bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Buna göre büyüme ve işsizlik oranlarının yükselmesi bankalarca özel sektöre verilen yurt içi kredileri uzun vadede azaltacaktır. Son aşamada ARDL hata düzeltme modeli kullanılmıştır. Çizelge 8'de ARDL hata düzeltme modeli sonuçları verilmiştir.

Çizelge 8. ARDL Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği
C	13.03*	10.68
TREND	0.02*	7.38
D(LOGBANKA(-1))	1.64*	10.73
D(BUYUME)	-0.05*	-9.17
D(BUYUME(-1))	0.03*	6.31
D(BUYUME(-2))	0.03*	6.99
D(LOGENFLASYON)	0.34*	5.84
D(LOGENFLASYON(-1))	-0.38*	-8.21
D(LOGENFLASYON(-2))	-0.12**	-2.86
D(LOGISSIZLIK)	0.57**	3.12
D(LOGISSIZLIK(-1))	-0.31***	-2.31
D(LOGISSIZLIK(-2))	1.02*	7.44
D(LOGSANAYI)	3.80*	8.47
D(LOGSANAYI(-1)	6.59*	9.64
D(LOGSANAYI(-2))	7.27*	11.66
D(CARI ISLEMLER DENGESI)	-0.06*	-6.20

D(CARI ISLEMLER DENGESI(-1))	0.02	1.76
D(CARI ISLEMLER DENGESI(-2))	0.06*	5.33
CointEq(-1)*	-0.69*	-10.67

Not: * %1, ** %5 ve *** %10 anlamlılık düzeylerinde anlamlı olan test değerlerini ifade etmektedir.

Hata düzeltme modeli sonucuna göre hata düzeltme terimi negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu durum da yine değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığı hipotezini desteklemektedir.

4. SONUÇ

Bankacılık sektörü dünya ve Türkiye ekonomisinin büyüme ve kalkınmasında önemli bir paya sahiptir. Bu önemine binaen bankacılık sektörü ile ilgili çalışmalar literatürde giderek artmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada, Türkiye'de bankacılık sektörünün makroekonomik değişkenlerle ilişkisi araştırılmaktadır. Çalışmada ekonomik büyüme, enflasyon, işsizlik, sanayileşme ve cari işlemler dengesinin bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışmada 1991-2022 dönemine ait veri setinden hareketle ARDL analiz yöntemi uygulanmıştır. ARDL analiz yönteminden elde edilen bulgulara göre kısa vadede bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde büyümenin ters yönde, sanayileşmenin ise aynı yönde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Eş bütünleşme için sınır testi uygulandığında bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler ile makro ekonomik göstergeler arasında aynı zamanda uzun vadeli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. ARDL uzun dönem katsayıları tahmin edildiğinde, büyümenin ve işsizliğin bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde uzun vadeli etkiye sahip olduğu, ekonomik büyüme ve işsizlik oranlarının yükselmesinin bankalarca özel sektöre verilen yurt içi kredileri uzun vadede azalttığı görülmüştür. Son olarak ARDL hata düzeltme modeli uygulandığında, değişkenler arasında uzun dönemde ilişki olduğu bir kez daha kanıtlanmıştır. Tüm bu analizlerden elde edilen bulgulara göre, iktisadi büyüme ve sanayileşmenin kısa vadede bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde etkili olduğu ancak uzun dönemde ise iktisadi büyüme ve işsizliğin bankalarca özel sektöre verilen yurt içi krediler üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

[1] Akyüz, G. Ç. ve Emir, M. (2018). Makro ekonomik göstergelerin Türk bankacılık sektörü performansı üzerine etkileri. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Prof. Dr. Harun TERZİ Özel Sayısı, 1-20. https://doi.org/10.18092/ulikidince.344947 (Erişim Tarihi: 01.10.2023).

[2] Çelik, İ. E. (2019). Türk bankacılık sektöründe aktif kârlılığı, makroekonomik ve finansal performans göstergeleri arasındaki ilişkinin analizi, 1990-2017. Akademik Hassasiyetler, 6(11), 367-383. https://dergipark.org.tr/en/pub/akademik-hassasiyetler/issue/45496/555267 (Erişim Tarihi: 02.10.2023).

[3] https://databank.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

[4] https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators/Series/BN.CAB.XOKA.GD.ZS (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

[5] https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators/Series/FD.AST.PRVT.GD.ZS (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

[6] https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators/Series/NV.IND.MANF.ZS (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

[7] https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators/Series/NY.GDP.PCAP.KD.ZG (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

[8] https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators/Series/SL.UEM.TOTL.ZS (Erişim Tarihi: 28.09.2023)

[9] Mahmood, H., Waheed, A. and Khalid, S. (2014). Role of macroeconomic indicators in banking crisis. Academic Research International, 5(2). http://www.savap.org.pk/journals/ARInt./Vol.5(2)/2014(5.2-25).pdf (Erişim Tarihi: 02.10.2023).

[10] Sevinç, D. (2021). Türkiye'de takipteki banka kredileri ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişki. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(2), 609-629. https://doi.org/10.30798/makuiibf.691534 (Erişim Tarihi: 05.10.2023).

[11] Yetiz, F. (2016). Bankacılığın doğuşu ve Türk bankacılık sistemi. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(2), 107-117. https://dergipark.org.tr/en/pub/niguiibfd/issue/19762/211698 (Erişim Tarihi: 06.10.2023).

STRESS AND STRESS MANAGEMENT IN STUDENTS ACROSS THE WORLD

Dr. Ganna POLA

Near East University, - 0000-0003-2226-4552

ABSTRACT

Recently, studies have shown that stress has been increasing among young people. Students have an additional emotional burden in the form of academic pressure.

National Tertiary Student Wellbeing Survey in Australia, emphasised the alarmingly poor mental health of university students, with almost two-thirds of young adults reporting high or very high levels of psychological distress.

One hundred forty-four students fully completed the survey on a South Florida medical school in May 2021, over half of them experienced burnout.

COVİD 19 showed very high impact on the students between 2016-2022. The research which have been done in University of Hradec Králové showed increased the total number of psychosomatic symptoms.

According to the literature, all the traditional methods of dealing with stress, such as listening to music, exercising, eating well, watching TV, talking with friends or family, were common among students to relieve stress.

Research conducted among students of Nigerian universities have shown that critical thinking intervention is a valuable strategy for stress management in the university environment.

Study, which were done in Helsinky, were about using stress management apps. Individuals who are stressed and depressed appear to be the most in need of the app.

Mind–body therapies can be defined as interventions that are based on several practices designed to facilitate the mind's positive impact on the body.

All students experience more stress than others. But each finds coping mechanisms that work better for each student.

Key Words: Stress, Students, Stress management

STRESS AND STRESS MANAGEMENT IN STUDENTS ACROSS THE WORLD

INTRODUCTION

Stress is an integral part of our lives. Recently, studies have shown that stress has been increasing among young people. Students have an additional emotional burden in the form of academic pressure.

In my study, I attempted to detect and compare academic stress among students in different countries and see the methods of coping in it.

GENERAL KNOWLEDGE ABOUT STRESS

Stress is a non-specific response of the body to any demand. In behavioral sciences, stress is regarded as the ‘’ Perception of threat, with resulting anxiety discomfort, emotional tension, and difficulty in adjustment’’. Stress can also be defined in terms of pure neuroendocrinology. Eugene Yates, for example, defined stress as any stimulus that will provoke the release of ACTH and adrenal glucocorticoids.

Students experience stress every day. For them, every day is the obligation of adapting to new conditions, adapting to a new way of life, and struggling for good academic performance. The way to respond to stress, however, makes a big difference to an overall well-being.

LITERATURE REVIEW

Recent findings from National Tertiary Student Wellbeing Survey (Rickwood et al., 2017) in Australia, involved more than 3000 participants, emphasized the alarmingly poor mental health of university students, with almost two-thirds of young adults reporting high or very high levels of psychological distress. The most common contributing factors include feelings of stress, low motivation, anxiety and low mood. This study also found that some groups of students are at greater risk than others: international students, indigenous students, students with low socioeconomic status, and students from rural areas, who often face the added stress of moving to school , isolation from family and friends and increased financial stress (Rickwood et al., 2017).

A cross-sectional study consisting of questions taken from standardized surveys measuring dietary intake (Yaroch’s FVS), practice (NPAQ-S), sleep (NHANES), stress management (HRQOL), social support (BRFSS), substance use (AUDIT-QF, WHO), and burnout (Mini-Z) was conducted on a South Florida medical school in May 2021. One hundred forty-four students fully completed the survey. Descriptive analysis determine the effects of these lifestyle factors on the likelihood of student burnout. In this sample of medical students, over half experienced burnout. Lack of sleep and lack of social support were significantly associated with increased risk of burnout. In addition, burned-out students showed significantly increased levels of poor mental health and decreased life satisfaction. These findings helped identify specific lifestyle factors that institutions could use to further combat medical student burnout (Rachel Lin et al., 2023)

Civilizational stress (Covid Pandemic and War in Ukraine) showed very high impact on the students. The research which have been done in University of Hradec Králové (CZECH REPUBLIC) showed increased the total number of psychosomatic symptoms by approximately 10%. Nearly half of participants reported symptoms of fatigue along with lack of energy (49.8%) and also a sign of increased heart rate, which is sometimes accompanied by palpitations. (43.0%). A significant figure concerns frequent headaches, namely in 41.4% of occurrences in the entire sample of students. In 2022, the symptoms of memory disorders were very common in men (42%), in women in the same year the symptom of fatigue was the most frequent (54%) (V. Strnadová et al., 2023).

In China were done a longitudinal study among 1892 undergraduate students from 15 universities (898 females and 994 males). Students were followed for four years and completed the Depression Anxiety Stress Scale-21 survey, a survey that included students' socio-demographic information and educational background. A significantly larger proportion of female students experienced anxiety above the normal threshold, whereas a higher percentage of male students endured different degrees of depression; no significant gender differences were found. Anxiety had a significant positive correlation with introversion. Female first year students anxiety level were connected with their body image, bad habits, academic performance (Gao Wenjuan et al., 2020).

According to one Qualitative study which have been done at a South African university were discovered Six categories of stressors among first-year students. They were categorised as financial, spiritual, physical, emotional, mental and institutional (Henry D. Mason, 2017).

Managing stress styles

Efficient styles of managing to stress are Body orientated (Breathing exercises, Aerobik-jimnastik, Relaxing techniques, Healthy nutrition), Feelings and thoughts orientated (Changing perception, sharing feelings) and Condition orientated (Time management, using social support, enhancing communication skills, Assertiveness, Enhancing problem-solving skills).

Research, which have been done among students of Nigerian universities, have shown that a critical thinking intervention is a valuable strategy for stress management in a university terrain. The results of the study showed that during preliminary testing, high levels of stress were found among study participants in both the main and control groups. However, following the intervention program, the critical thinking intervention was shown to be significantly effective in reducing stress among participants. Also, interventions for perfecting critical thinking chops should help scholars develop an understanding of how to make harmonious compliances by having them work through demanding exemplifications and develop a roster grounded on their own collaborative judgment. (Charity Chinelo Okide,[a] Chiedu Eseadi, Ifeyinwa O. Ezenwaji 2020).

Other study in Helsinki were about using stress management apps. İt showed that previous stressful life events, current self-reported stress, diagnosed depression, history of absences from work for psychological reasons, and previous experience of psychological treatment were significantly related to interest for stress management app use. The study found that more

experienced stress students were more likely to use the apps. Reflection, anxiety, and depressive symptoms were significantly associated with interest in applications. Individuals characterized by the Big Five personality traits (neuroticism and agreeableness) appeared to have a significant positive relationship with interest in using stress management apps. (Mari Ervasti [1] , Johanna Kallio [1] ; Ilmari Määttänen, 2019)

One more research, which were done in Italy with a using BWM - brain wave modulation (mind–body technique). Mind–body therapies can be defined as interventions that are based on several practices designed to facilitate the mind's positive impact on the body (American Academy of Pediatrics, 2016). Mind–body therapies often require a training that may be challenging to learn and are generally time-consuming to perform. The reasons why people eventually dropout of such programs include conflicting time demands and discomfort working in groups (Dobkin et al., 2012). In the research which were made by University of Foggia with cooperation of University of Salerno shows the positive effect that the BWM application can have in reducing the perceived level of stress as compared to a single information session on stress management. The use of the brain wave modulation offers some advantages over a single information session on stress management. Research shows that mind–body techniques, such as bioenergy, biofeedback, mindfulness, cognitive-behavioral therapy, and yoga, are effective in lowering the students' levels of stress (Mauro Cozzolino et al., 2020).

CONCLUSION

We see that students experiences stress worldwıde. Methods of reducing students' stress can be completely different. But each finds coping mechanisms that work better for each student. BWM and critical thinking showed a good effect in reducing stress among pupils.

REFERENCES

1. Rıckwood, D., Telford, N., O'Sullivan, S., CRISP, D., & Magyar, R. (2017). National Union of Students National Tertiary Student Wellbeing Survey 2016. Headspace.
2. V. Strnadová , P. Voborník , K. Provazníková '' Research on the symptoms of cıvılızatıonal stress among unıversıty students durıng the covıd-19 pandemıc, the war ın ukraıne and the ongoıng economıc crısıs ın the european regıon'', 15th International Conference on Education and New Learning Technologies, 3-5 July, 2023, Palma, Spain.
3. Rachel Lin, Heather Woolery-Lloyd, BreAnne Young, Sonjia Kenya '' From Student to Physician: Determining Which Lifestyle Behaviors May Be Risk Factors for Burnout at a South Florida Medical School'', International journey of medical students vol.11, 2023, 206-211.
4. Gao Wenjuan, Ping Siqing, Liu Xinqiao '' Gender differences in depression, anxiety, and stress among college students: A longitudinal study from China'', Journal of Affective Disorders, Volume 263, 15 February 2020, 292-300.
5. Henry D. Mason '' Stress-Management Strategies among First-Year Students at a South African University: A Qualitative Study'', Journal of Student Affairs in Africa, Vol 5(2) 2017, 131–149.
6. Charity Chinelo Okide, Chiedu Eseadi, Ifeyinwa O. Ezenwaji, Moses O. Ede, Rosemary Ogochukwu Igbo, Uzoamaka Lucynda Koledoye, Nwakaego Ebele Ekwealor, Chioma Osilike, Nkechi Mercy Okeke, Ngozi Justina Igwe, Ruphina U. Nwachukwu, Lambert Peter Ukanga, Mulii Falaremi Olajide, Anthonia Ekanibe Onuorah, Patrick Ujah, Lambert K. Ejionueme, Godwin C. Abiogu, Michael Eskay, Christian S. Ugwuany '' Effect of a critical thinking intervention on stress management among undergraduates of adult education and extramural studies programs'', Okide et al. Medicine, 2020.
7. Mari Ervasti, Johanna Kallio, Ilmari Määttänen, Jani Mäntyjärvi, Markus Jokela '' Influence of Personality and Differences in Stress Processing Among Finnish Students on Interest to Use a Mobile Stress Management App: Survey Study'', JMIR Ment Health. 2019 May; 6(5).
8. Mauro Cozzolino, Laura Girelli, 1 Deborah R. Vivo, Pierpaolo Limone, Giovanna Celia '' A mind–body intervention for stress reduction as an adjunct to an information session on stress management in university students'', Brain Behav. 2020 Jun; 10(6).

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES RELATED TO THE CONCEPT OF GREEN MANAGEMENT WITH VOSVIEWER

Res. Assist. Havva Nur ATALAY,

Bandirma Onyedi Eylul University, Faculty of Health Sciences, Department of Health Management, 0000-0002-2805-1921, hatalay@bandirma.edu.tr

Prof. Dr. Recep YUCEL

Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Management and Organisation, 0000-0002-4755-417X, akademik71@gmail.com

ABSTRACT

Adopting a more environmentally friendly approach for businesses has become increasingly valuable in recent years. A concept that shows that these approaches are adopted by businesses is green management. Green management practices should be carried out in a way to cover the production processes and marketing activities of enterprises, including input, process and output. This study objectives to investigate how the recently grasped concept of green management is portrayed in articles. In the study, articles published between 2013 and 2023 indexed in the Web of Science database were explored. Then, the "green management" keyword was selected as "all fields" and all articles accessed by narrowing down the year and publication type were included in this study. The collected data were examined utilizing the bibliometric analysis technique, a qualitative research design, with the application of VOSviewer. Consequently, it was decided that the articles written on green management have increased over the years, the most studies were by Winzhu Cai, and the most studies were done in China. Furthermore, it was concluded in the study that the concept of green human resources management was used most as a common keyword in all articlesBu çalışma, 2013'ten 2023'e kadar yeşil yönetimle ilgili yayınlanan makaleleri analiz ederek mevcut duruma ışık tuttu. In this regard, it is recommended that future studies examine less studied topics such as leadership, employee attitude and culture, along with green management.

Keywords: Green Management, VOSviewer, bibliometric analysis.

YEŞİL YÖNETİM KAVRAMI İLE İLGİLİ MAKALELERİN VOSVİEWER İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

ÖZET

İşletmeler açısından daha çevreci bir yaklaşımın benimsenmesi son yıllarda oldukça değer görmeye başlamıştır. Bu yaklaşımların işletmeler açısından benimsendiğini gösteren bir kavram yeşil yönetimdir. Yeşil yönetim uygulamaları işletmelerin girdi, süreç ve çıktı olmak üzere

üretim süreçlerini ve pazarlama faaliyetlerini de kapsayacak şekilde gerçekleştirilmelidir. Önemi yeni anlaşılan yeşil yönetim kavramının makalelerdeki yansımasının incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada, Web of Science veri tabanında endekslenen 2013-2023 yılları arasında yayımlanan makaleler incelenmiştir. Daha sonra, "green management" anahtar kelimesi "tüm alanlar" seçilerek yıl ve yayın türü daraltması yapılarak erişilen tüm makaleler çalışma kapsamına alınmıştır. Elde edilen veriler nitel araştırma desenlerinden biri olan bibliyometrik analiz tekniği ile VOSviewer uygulaması kullanılarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda yeşil yönetim ile ilgili yazılan makalelerin yıllar içerisinde gittikçe artış gösterdiği, en çok Winzhu Cai tarafından çalışıldığı ve en fazla çalışmanın ülke olarak Çin'de yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada, tüm makalelerde ortak anahtar kelime olarak en çok yeşil insan kaynakları yönetimi kavramının kullanıldığı sonucuna da ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında yeşil yönetim ile ilgili 2013-2023 yılları arasında yapılan makaleler incelenerek mevcut durum ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda gelecek çalışmalara yeşil yönetim ile birlikte liderlik, çalışan tutumu, kültür gibi daha az çalışılmış konuların da incelenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil yönetim, VOSviewer, bibliyometrik analiz.

GİRİŞ

Firmalar daha sorumlu ve daha çevreci olma konusunda giderek artan bir baskıyla karşı karşıyadır. Birçok paydaş, firmalara toplum ve doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaları konusunda baskı yapmaktadır. Böylece genel olarak sosyal sorumluluk ve özel olarak çevre yönetimi şirket faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir (Molina-Azorin, Claver-Cortés, López-Gamero ve Tarí, 2009). Ayrıca pek çok tüketici çevresel sorunların bilincindedir ve çevreye karşı sorumsuz olduğu düşünülen şirketlere karşı önlem almaktan çekinmeyeceği düşünülmektedir (Chen ve Chang, 2013). Bu doğrultuda çevreci olmayan, çevreye zarar verdiği düşünülen şirketlerin bu açıdan müşteri kaybetmesi olası görülmektedir.

Çevresel sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk, çevre bilinci, yeşil ürün/üretim gibi kavramlar organizasyonlar ve firmalar açısından yeşil yönetim kavramının alt alanları olarak ortaya çıkmaktadır. Yeşil yönetim yaklaşımı çevresel farkındalığı savunarak organizasyonlarda sürdürülebilirlik görüşünün bir sonucu olarak oluşmuştur (Karakuş ve Erdirençelebi, 2018). Yeşil yönetim; sürdürülebilirlik, atık azaltma, sosyal sorumluluk, sürekli öğrenme, sürekli gelişme yoluyla kuruluşun amaç ve stratejileriyle tamamen bütünleşmiş çevresel hedef ve stratejileri benimseyerek rekabet avantajı elde etmek için inovasyonun kuruluş çapında uygulanması sürecidir (Haden, Oyler ve Humphreys, 2009). Yeşil yönetim, alt kademe çalışanlardan tepe yöneticilere kadar tüm organizasyon tarafından benimsenmelidir (Çakanel, İrmiş ve Çoban Kumbalı, 2022). Çalışmada bu literatür doğrultusunda önemi gittikçe daha da anlaşılan yeşil yönetim ile ilgili 2013-2023 yılları arasında Web of Science (WOS) veri tabanında yayımlanan makalelerin incelenmesi amaçlanmıştır.

GEREÇ VE YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden bibliyometrik araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Bibliyometrik analiz literatürde yer alan çalışmaları yazar, atıf, ülke, dergi, anahtar kelime vb. açıdan incelemeye ve bu doğrultuda çalışmaların yıllara göre eğilimini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada WOS veri tabanında "sağlık turizmi" ile ilgili 2013-2023 tarihleri arasında yapılmış olan makaleleri bibliyometrik analiz tekniği ile incelenmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada Çizelge 1'de yer alan analiz türlerinden ortak atıf, ortak yazarlık, kavram birlikteliği ve atıf ağı analizleri kullanılmıştır.

Çizelge 1. VOSviewer Programı Analiz Türleri ve Analiz Birimleri (Arslan, 2022)

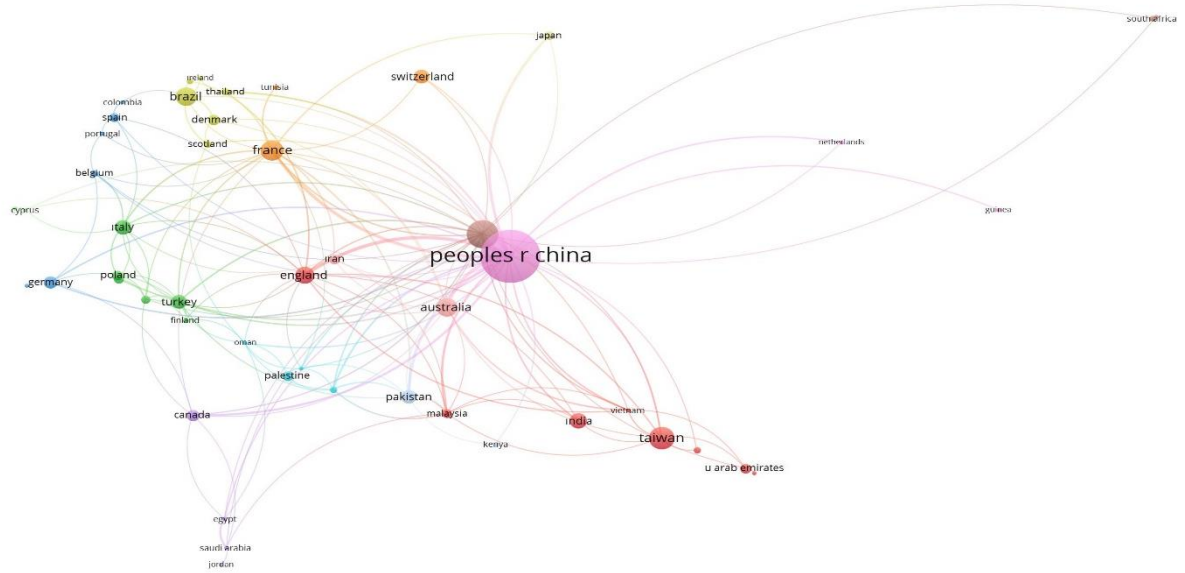
Analiz Türü	**Analiz Birimi**
Ortak atıf	Atıf yapılan referanslar, kaynaklar, yazarlar
Bibliyografik eşleşme	Doküman, kaynak, yazar kurum, ülke
Ortak yazarlık	Yazarlar, kurumlar, ülkeler
Atıf ağı	Doküman, kaynak, yazar, kurum, ülke
Kavram Birlikteliği	Anahtar sözcükler, özet

20.09.2023 tarihinde, "green management" anahtar sözcüğü ile "tüm alanlar/all fields" seçilerek yapılan araştırmada 842 sonuca ulaşılmıştır. Ulaşılan veriler, yazar, atıf, dergi, ülke, kurum ve anahtar sözcük temel alınarak incelenmiştir. WOS tarafından endekslenen içerikler kriter alınmıştır. Bu noktada çalışmaya sadece, WOS tarafından endekslenen içeriklerin alınması araştırmanın bir kısıtını oluşturmaktadır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen verilerin bir kısmı frekans şeklinde ifade edilerek tablolaştırılmıştır. Araştırmanın bulguları betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiş, ayrıca bibliyometrik amaçla geliştirilmiş yazılımlardan biri olan VOSviewer 1.6.18 versiyonu ile bibliyometrik haritalama programı yardımıyla yoğunluk ve ağ haritaları kullanılmıştır.

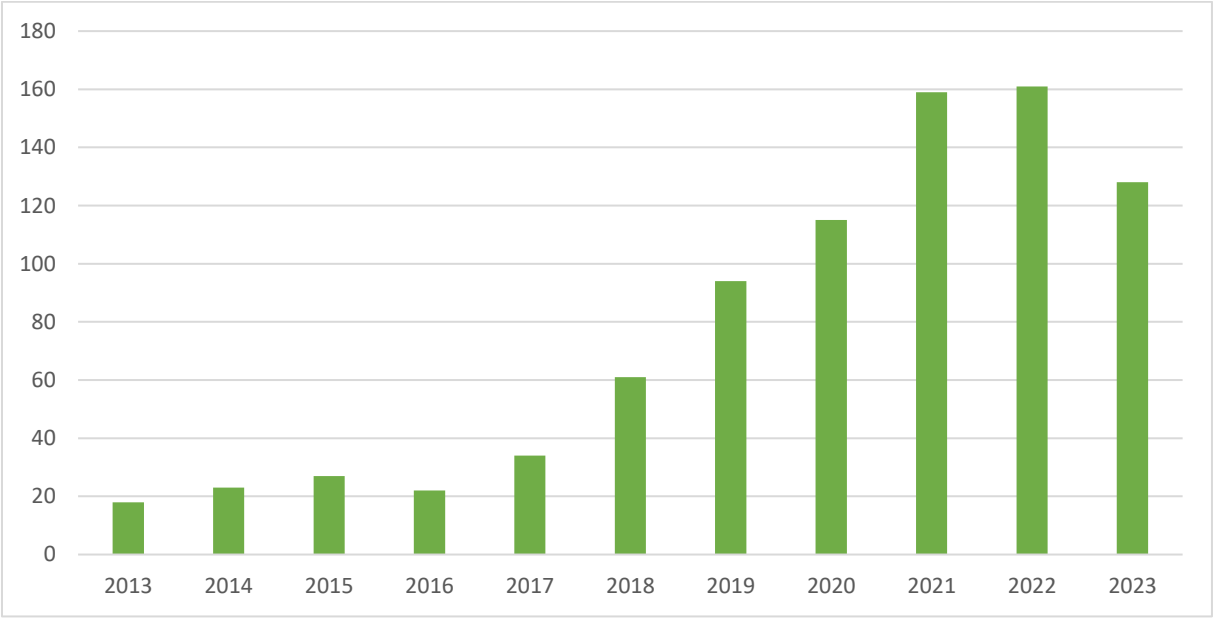
BULGULAR

Yeşil yönetim ile ilgili hazırlanan bibliyometrik çalışmada, 2013-2023 yıllarına ait toplam 842 makale WOS veri tabanı üzerinden elde edilmiştir. Görsel 1'de yeşil yönetimle ilgili atıfların ülkelere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.



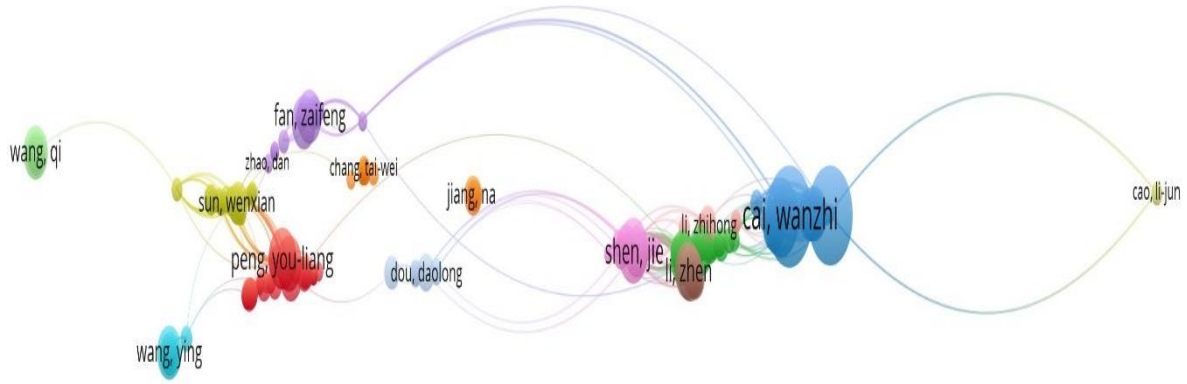
Görsel 1. Yeşil Yönetim ile İlgili Yapılan Atıfların Ülkelere Göre Dağılımları

Görsel 1 incelendiğinde, yeşil yönetim ile ilgili atıf yapılan ülkelere bakıldığında pembe renk ile en çok Çin, ardından kahverengi renk ile Amerika Birleşik Devletleri, kırmızı renk ile Tayvan ve turuncu renk ile Fransa gelmektedir. Çin'in en çok atıf alan ülke olmasını çevresel bozulmaların önüne geçebilmek için Çin yönetimi tarafından 2000'li yıllarda yatırımlar yapılmaya başlanması (Özbek, 2023) ve yeşil yönetime önem verilmesi ile açıklanabilmektedir (Yang, Hu, Tan ve Li, 2016).



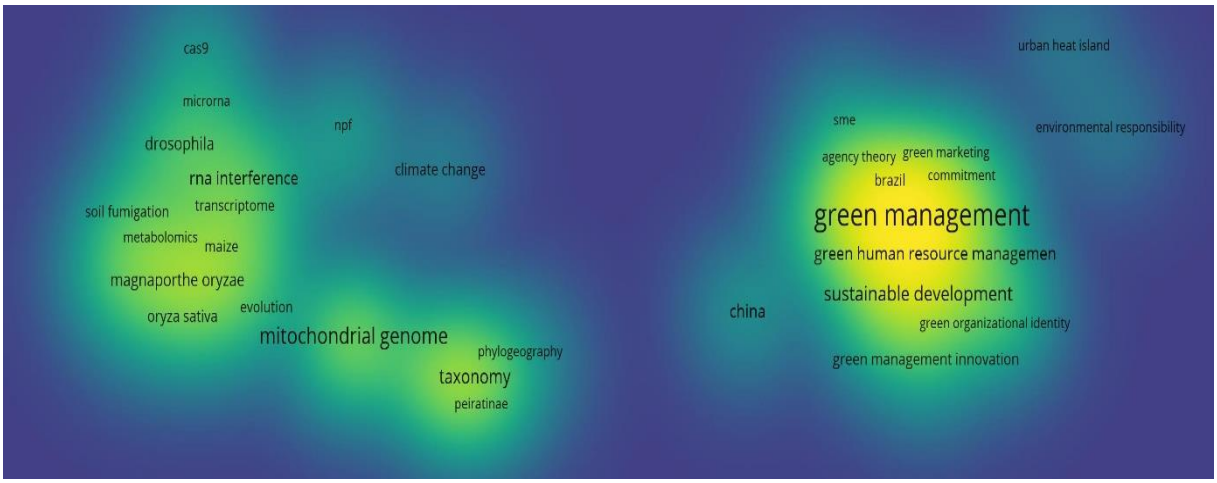
Grafik 1. Yeşil Yönetim ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Grafik 1'e bakıldığında, yeşil yönetim ile ilgili yapılan makalelerin yıllara göre giderek artış gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca 2023 yılının henüz bitmemiş olması da belirtilmelidir. Bu durum da göz önüne alındığında yeşil yönetim ile ilgili makalelerin en çok 2022 yılında yapıldığı en az ise 2013 yılında yapıldığı görülmektedir.



Görsel 2. Yeşil Yönetim ile En Çok Atıf Alan Yazarlar

Çalışmada gerçekleştirilen diğer bir analiz, atıf ağı haritasıdır. Bu harita oluşturulurken analiz birimi doküman olarak seçilmiştir (Görsel 2). Ayrıca analize tabi tutulması için her bir yazarın en az 3 dokümanının olması ve en az 3 atıf alması kriterleri eklenmiştir. Dolayısıyla yapılan analiz sonucunda, yeşil yönetim ile ilgili en çok atıf alan yazarların Wanzhi Cai ve Hu Li olduğu tespit edilmiştir.



Görsel 3. Ortak Kullanılan Anahtar Kelimeler

Çalışmada yapılan son analiz ortak kullanılan anahtar kelimelerinin belirlenmesidir. Ortak kullanılan anahtar kelimeler yeşil yönetimin en çok birlikte çalışıldığı konuları da belirlemektedir. Ortak kullanılan anahtar kelimeler Görsel 3'te ısı yoğunluk haritası ile verilmiştir. Bu haritaya göre sarı rengin yoğun olduğu bölgeler en çok kullanılan kelimeleri, yeşil renk daha az kullanılan kelimeleri ve koyu mavi renk en az kullanılan kelimeleri göstermektedir. Görsel 3'e bakıldığında en çok kullanılan anahtar kelimenin yeşil yönetim olması araştırmanın bu kavram ile yapılmasından kaynaklanmaktadır. Daha sonra en çok kullanılan kavramların yeşil insan kaynakları yönetimi, sürdürebilir yönetim ve Brezilya olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Çalışmada 2013-2023 yılları arasında WOS veri tabanında yeşil yönetim ile ilgili makalelerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla yapılan analizler sonucunda yeşil yönetim kavramı ile ilgili yapılan çalışmaların atıf aldığı en çok ülkenin Çin olduğu ve en çok yeşil insan kaynakları yönetimi ile birlikte ele alındığı görülmektedir. Chen ve Ghang (2013) tarafından da organizasyonda yeşil dönüşümcü liderliğin benimsenmesinin yeşil üretimi artıracağı ve performansın da etkileneceği belirtilmiştir. Bu doğrultuda yeşil dönüşümcü liderliğin benimsenmesi organizasyonda yeşil yönetimi ve yeşil insan kaynakları yönetimini de beraberinde getirecektir. Ayrıca yapılan analizler sonucunda yeşil yönetim ile ilgili makalelerin yıllar içerisinde bir artış gösterdiği ancak pandemi dönemini kapsayan 2019-2023 yılları arasında giderek azaldığı görülmektedir. Covid-19 pandemisinde çevrenin öneminin daha da fark edilmesi düşünüldüğünde bu çalışma sayılarının artacağı beklenmektedir.

KAYNAKLAR

Arslan, E. (2022). Sosyal bilim araştırmalarında VOSviewer ile bibliyometrik haritalama ve örnek bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *22*(Özel Sayı 2), 33-56.

Chen, Y.-S. ve Chang, C.-H. (2013). The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership, and Green Creativity. *Journal of Business Ethics*, *116*(1), 107-119. doi:10.1007/s10551-012-1452-x

Çakanel, Z., İrmiş, A. ve Çoban Kumbalı, H. (2022). Üniversitelerde yeşil yönetim üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *9*(2), 1209-1238.

Haden, S. S. P., Oyler, J. D. ve Humphreys, J. H. (2009). Historical, practical, and theoretical perspectives on green management: An exploratory analysis. *Management decision*, *47*(7), 1041-1055.

Karakuş, G. ve Erdirençelebi, M. (2018). İşletmelerin yeşil yönetim algılarının işletme performansı üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma. *İşletme Aratırmaları Dergisi*, *10*(4), 681-704.

Molina-Azorin, J. F., Claver-Cortés, E., López-Gamero, M. D. ve Tarí, J. J. (2009). Green management and financial performance: A literature review. *Management Decision*, *47*(7), 1080-1100. doi:10.1108/00251740910978313

Özbek, S. (2023). Yeşil büyümenin belirleyicileri: Çin örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (40), 17-32.

Yang, X. J., Hu, H., Tan, T. ve Li, J. (2016). China's renewable energy goals by 2050. *Environmental Development*, *20*, 83-90. doi:10.1016/j.envdev.2016.10.001

HASTANELERDE TALEP TAHMİNİ: ANTİBİYOTİK TÜKETİMİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Arş Gör, Dr., Ferda IŞIKÇELİK
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
-0000-0002-7975-4141
Arş Gör, Gökçen ÖZLER
Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, 0000-0003-3099-5654

ÖZET

Sağlık kurumlarında, hizmet sürecinin aksamadan yürütülebilmesi ve doğru planlama yapılabilmesi için, bünyesinde bulundurduğu malzemelerden ne kadar talep edileceğinin tahmin edilmesi önem arz etmektedir. Bu araştırmada, bir devlet hastanesinde antibiyotik tüketiminin 2018-2022 yıllarına ait tüketim verilerine zaman serisi analizi yöntemlerinden hareketli ortalama, basit üstel düzeltme ve Holt-Winters yöntemleri uygulanarak 2023 yılı için antibiyotik tüketiminin tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, hastanenin 2018-2022 yılları arasındaki antibiyotik tüketimi verileri "Minitab 18" programı kullanılarak analiz edilmiştir. İncelenen devlet hastanesinde antibiyotik tüketiminin zaman içerisinde dalgalanma eğiliminde olduğu, 2018 yılı ile 2020 yılları süresince yaz aylarında azaldığı, 2021 yılında yaz aylarında arttığı ve 2022 yılında önceki yıllara göre azalış gösterdiği saptanmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan yöntemler arasında. MAPE değeri en düşük olan yöntem, yöntemler arasında en uygun yöntem anlamına gelmektedir. MAPE değerleri 49 olan iki yöntem, α=0,5 için tek üstel düzeltme ve α=0,8 için tek üstel düzeltme yöntemi olarak belirlenmiştir. Antibiyotik tüketimi yıl bazında en fazla Çarpımsal Holt-Winters yöntemine göre 52854,81; en düşük ise basit üstel düzeltme (α=0,8) yöntemine göre 32453,16 olarak bulunmuştur. Araştırma sonucunda, "Tek Üstel Düzeltme (0,5)" yöntemine göre, 2023 yılında aylık antibiyotik tüketimi 3131, toplam antibiyotik tüketimi 37572 olarak tespit edilmiştir. "Tek Üstel Düzeltme (0,8)" yöntemine göre, 2023 yılında aylık antibiyotik tüketimi 2704, toplam antibiyotik tüketimi ise 32453 olarak tespit edilmiştir. Belirsiz ve hata tolere edilemez bir hizmet türü olan sağlık hizmetlerinin önemli bir ayağı da hastanelerdir. Hastanelerde malzeme yönetimine yönelik kararlar alınırken, yöneticilerin zaman serisi yöntemlerini dikkate almalarının önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık kurumları, Sağlık yönetimi, Stok yönetimi, Zaman serisi analizi

DEMAND FORECASTING IN HOSPITALS: AN APPLICATION ON ANTIBIOTIC CONSUMPTION

ABSTRACT

It is essential to forecaste how much will be demanded from the materials in order to carry out the service process without interruption and to make the proper planning in health institutions. This study, it was aimed to estimate the antibiotic consumption in the hospital examined for 2023 by applying moving average, single exponential smoothing, and Holt-Winters methods from time series analysis methods to the consumption data of antibiotic consumption for the years 2018-2022. In the study, antibiotic consumption data of the hospital between 2018 and 2022 were analyzed using the Minitab 18 program. It was determined that antibiotic consumption in the examined public hospital tended to fluctuate over time, decreased during the summer months between 2018 and 2020, increased in the summer months in 2021 and decreased in 2022 compared to previous years. Among the methods used in the research. The method with the lowest MAPE value is the most suitable method among the methods. Two methods with MAPE values of 49 were determined as the single exponential smoothing method for α=0.5 and the single exponential smoothing method for α=0.8. The maximum antibiotic consumption on a yearly basis was 52854.81 according to the Multiplicative Holt-Winters method; the lowest was found to be 32453.16 according to the single exponential smoothing (α=0.8) method. As a result of the research, according to the Single Exponential Smoothing (0.5) method, monthly antibiotic consumption was determined as 3131 and total antibiotic consumption as 37572 in 2023. According to the Single Exponential Smoothing (0.8) method, monthly antibiotic consumption in 2023 was determined as 2704 and total antibiotic consumption as 32453. Hospitals are an important pillar of health services, where there is uncertainty and error cannot be tolerated. It is thought that it is important for managers to take time series methods into consideration when making decisions regarding material management in hospitals.

Keywords: Health institutions, Health management, Stock management, Time series analysis

1. GİRİŞ

Tahmin kavramı, gelecekteki bazı olayların tahmin edilmesi anlamına gelmektedir. Tahmin, ekonomi, çevre bilimleri, tıp, sosyal bilimler, siyaset ve finans gibi birçok alanı kapsamaktadır. Tahmin problemleri genellikle kısa vadeli, orta vadeli ve uzun vadeli olarak sınıflandırılmaktadır. Kısa ve orta vadeli tahminler genellikle geçmiş verilerde bulunan kalıpların tanımlanmasına, modellenmesine ve tahmin edilmesine dayanmaktadır. Çeşitli istatistiksel yöntemler ve makine öğrenimi modellerini daha iyi kullanarak tahmin yapmak için çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlar arasında, zaman serileri, düzeltme modelleri, simülasyon modelleri, regresyon modelleri ve sinir ağı modelleri bulunmaktadır (Montgomery ve ark., 2015; Tamatta, 2018). Zaman serisi yöntemleri sayesinde, geçmiş verilere dayanarak, gelecekte gerçekleşecek olaylar tahmin edilmektedir. Tüm ülkeler için öncelik olarak görülen

sağlık hizmetleri konusunda da tahmin yöntemleri önem kazanmıştır. Özellikler bozulabilir ürünlere yönelik talep tahminleri, sınırlı raf ömürleri nedeniyle önemli ölçüde ilgi görmüştür. Farklı hükümet organları ve sivil toplum kuruluşları her zaman etkili sağlık hizmetini ilaç tedavisinin iyileştirilmesi, tedavi planlaması, tedavinin önemine göre hasta bekleme listesinin etkili bir şekilde takip edilmesi gibi tüm yönlerden iyileştirmeye çalışmaktadır (Tamatta, 2018; Motamedi, 2023).

Sağlık sisteminin temel yetkinliği hastaya tedavi ve bakım sağlamaktır. Sağlık sistemleri, uygun kapasite planlaması, optimum kaynak tahsisi ve kullanımı, etkili ve verimli stok yönetimi, doğru talep tahmini, uygun planlamaya doğru yönelmiştir (Saha ve Ray, 2019). Gerekli kaynakları mevcut kaynaklarla karşılaştırmak ve çeşitli senaryoları simüle etmek, kapasitenin taleple uyumlu olmadığı durumlarda düzeltici önlemlerin alınmasına olanak tanımaktadır (Barros ve ark., 2010). Tahmin yöntemlerini kullanmanın bu kadar önemli olmasının nedeni, gelecekteki olayların tahmininin birçok planlama ve karar verme süreci için kritik bir girdi olarak kullanılmasıdır. İşletmeler, üretimi planlamak, stoklarını kontrol etmek ve tedarik zincirini yönetmek için tahminleri kullanmaktadır (Montgomery ve ark., 2015).

Birçok kuruluş, karar verme süreçlerinin bir parçası olarak talep tahminini yöntemlerini kullanmaktadır. Doğru talep tahmininin kendisi tedarik zinciri yönetimi açısından önemlidir. Stok yönetiminin temel amacı bir ürünün stok seviyesinin istenilen seviyede tutulmasını sağlamaktır. Stok yönetimi, sistemin tüketicinin talebine ve sistem maliyetlerine göre planlanması gerektiğinden zorlu bir iştir. Ürün bozulabilir olduğunda bu görev daha da zorlaşmaktadır. Bozulabilir ürünler, sınırlı raf ömrüne sahip olan ve normalde raf ömrü dolduktan sonra çöpe atılan ürünlerdir. Sağlık işletmeleri stoklar söz konusu olduğunda satın alma maliyeti, sipariş maliyeti, elde tutma maliyeti, stoksuzluk maliyeti gibi bazı maliyetlere maruz kalmaktadır (Motamedi, 2023). İlaç, ekipman ve teknolojiler tedavinin en önemli gereksinimleridir. Tahmin modeli, hastane yönetiminin ve devlet kurumlarının yatak, ilaç, tıbbi ekipman, uzman doktor, hemşire, diğer insan gücü vb. gibi tedavi için gerekli tüm kaynakların kullanılabilirliğini önceden planlamasına yardımcı olmakta ve geleceğe yönelik tıbbi ihtiyacın anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Tamatta, 2018). Hastanelerin ilaç stoklarındaki etkin maliyet yönetimi, genel hastane harcamalarının optimal hale getirilmesine önemli ölçüde katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Bu amaçla, gelecekteki ilaç taleplerinin doğru tahmin edilmesine yönelik güvenilir tahmin modelleri büyük önem taşımaktadır (Riahi ve ark., 2013).

Alanyazında sağlık işletmelerinde talep tahmini kullanılarak gerçekleştirilen bazı araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalar aşı tedarik zinciri, acil servis hasta ziyaretleri, yemek talebi, kan tranfüzyonu gibi farklı yöntemlere yönelik gerçekleşmiştir. Juang vd., (2017) Ocak 2009'dan Aralık 2016'ya kadar aylık acil servis ziyaretlerini otoregresif entegre hareketli ortalama (ARIMA) analizi ile geriye dönük olarak incelemiştir. ARIMA (0,0,1) modelinin gelecekteki acil servis ziyaretlerini tahmin etmek için yeterli olduğunu ve tahmin sonuçlarının karar verme süreçlerine yardımcı olmak için kullanılabileceği ortaya çıkmıştır. Ariyanti ve Nurhayanti (2018), araştırmalarında bir sağlık kurumunda gıda stoklarının sonraki dönem için porsiyon sayısını belirlemek için zaman serisi analizi olarak üstel düzeltme yöntemini uygulamışlardır. Pereira (2004), üçüncü basamak bir üniversite hastanesinde kan tranfüzyonu talebini tahmin etmek için otoregresif entegre hareketli ortalama (ARIMA), Holt-Winters yöntemi ve sinir ağı tabanlı bir yöntem kullanmıştır. Araştırma sonucunda en iyi şekilde mevsimsel ARIMA modeliyle uyumluluğun olduğu saptanmıştır. Twumasi ve Twumasi (2022) ise kan talebini k-

en yakın komşu algoritması, genelleştirilmiş regresyon yapay sinir ağı, sinir ağları regresyonu, çok katmanlı algılayıcı, aşırı öğrenme makineleri yöntemleri ile Gana'daki bir devlet hastanesinden alınan eksik değerleri ve aykırı değerleri içeren kan talebi verilerini tahmin etmek için kullanmıştır. Araştırma sonucunda k-en yakın komşu algoritmasının kan talebini tahmin etmede iyi performans gösterdiği, aşırı öğrenme makinelerinin ise en yüksek geriye dönük tahmin gücüne ulaştığı tespit edilmiştir.

Alanyazında sağlık işletmelerinde talep tahmini kullanılarak gerçekleştirilen araştırmaların bir kısmı ise ilaç talebini tahmin etmek üzerine olmuştur. Riahi ve ark., (2013) araştırmalarında, ameliyathanelerin ilaç talebi tahminini iyileştirmek amacıyla doğrusal ve doğrusal olmayan bileşenden oluşan hibrit bir çerçeve kullanmıştır. Doğrusal bileşen olarak ARIMA modelini, doğrusal olmayan bileşen olarak yapay sinir ağı'nı birleştiren hibrit bir modelleme çerçevesi geliştirilmiştir. İran Mohem Hastanesi'nin ilaç stoku veri tabanını kullanarak, her üç modelin tahmin performansı, karşılık gelen hata değerleri hesaplanarak karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonucunda, hibrit çerçevenin, ARIMA veya YSA modellerinin tahmin kapasitesinden daha iyi performans gösterdiği bulunmuştur. Bon ve Ng (2017) Ocak 2009'dan Ağustos 2014'e kadar 68 ay boyunca Panadol 650 mg'ın geçmiş talep verilerini incelemek için sağlık merkezinde bir vaka çalışması yapmıştır. Tahmin doğruluğu ölçümüne göre en iyi tahmin tekniği regresyon analizi olarak tespit edilmiştir. Thaiudomsap ve Sribundit (2022) araştırmalarında, aralıklı ve düzensiz taleplerden oluşan ilaçlar için uygun tahmin tekniklerini incelemiştir. Bir devlet hastanesinde 2014'ten 2018'e kadar 41 ilacın fiili tüketimi, basit üstel düzeltme, Croston, Syntetos-Boylan yaklaşımı ve Teunter, Syntetos ve Babai yöntemleri kullanılarak 2019'daki aylık talebi tahmin etmek için analiz edilmiştir. Özüdoğru ve Görener (2015) İstanbul'da bir hastanede kullanılan temel medikal malzemelerin 2010-2014 yıllarındaki gerçek talep verileri ile bir talep tahmini uygulaması yapmıştır. Yiğit (2016) bir üniversite hastanesinde serum seti tüketimini tahmin modeliyle incelediği araştırmasında hareketli ortalama, üstel düzeltme, Holt-Winters ve doğrusal regresyon yöntemlerini kullanmıştır. Torun ve Deste (2021) bir devlet hastanesinin ortopedi bölümünde kullanılan medikal malzemelerin tüketimini tahmin etmiştir. Basit doğrusal regresyon ve toplamsal Holt-Winters yöntemlerinin en uygun yöntemler olduğu tespit edilmiştir. Uçakkuş ve Koçyiğit (2019) bir üniversite hastanesinin yoğun bakım biriminde cerrahi gazlı bez tüketimini hareketli ortalama yöntemi, üstel düzeltme yöntemi ve Holt-Winters tahmin yöntemleri ile analiz etmişlerdir.

Sağlık kurumlarında, hizmet sürecinin aksamadan yürütülebilmesi ve doğru planlama yapılabilmesi için, bünyesinde bulundurduğu malzemelerden ne kadar talep edileceğinin tahmin edilmesi önem arz etmektedir. Bu araştırmada, bir devlet hastanesinde antibiyotik tüketiminin 2018-2022 yıllarına ait tüketim verilerine zaman serisi analizi yöntemlerinden hareketli ortalama, basit üstel düzeltme ve Holt-Winters yöntemleri uygulanarak 2023 yılı için antibiyotik tüketiminin tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Bu alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde, zaman serisi yöntemlerinin sağlık kurumlarında malzeme yönetiminde kullanıldığı araştırmaların sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. İlaç tüketimi konusunda karşılaştırmalı veriler sunan Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (The Organization for Economic Cooperation and Development-OECD) verilerine göre Türkiye'de antibiyotik tüketimi OECD ortalamasının oldukça üzerindedir (OECD, 2023). Türkiye'de antibiyotik tüketiminin Avrupa'ya göre çok

fazla olması ve araştırmanın antibiyotik tüketimi konusunda zaman serisi analizi yöntemlerinin uygulandığı ilk araştırma olması araştırmayı özgün ve önemli kılmaktadır.

2. YÖNTEM

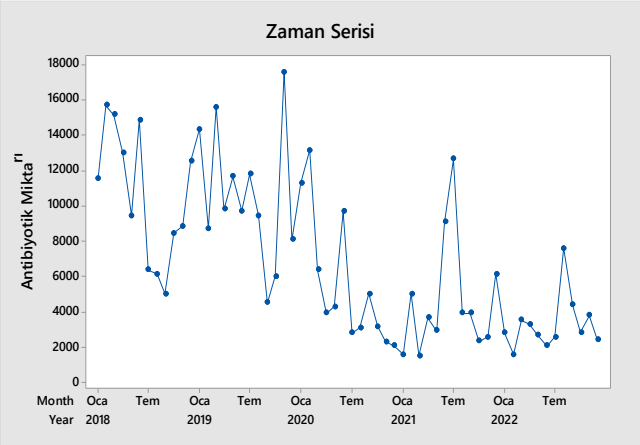
Bu araştırmada, 450 yataklı bir devlet hastanesinde antibiyotik tüketiminin 2018-2022 yıllarına ait tüketim verilerine zaman serisi analizi yöntemleri uygulanarak 2023 yılı için incelenen hastanede antibiyotik tüketimi zaman serisi yöntemleri ile tahmin edilmiştir. Araştırmada zaman serisi analizi yapmak amacıyla "Minitab 18" programı kullanılmıştır.

Tahmin problemleri çoğunlukla zaman serisi verilerinin kullanımını içermektedir. Zaman serisi, ilgilenilen bir değişkene ilişkin gözlemlerin zaman odaklı veya kronolojik bir dizisidir (Montgomery ve ark., 2015; Tamatta, 2018). Bu araştırmada zaman serisi analizi yöntemlerinden "3 Aylık Hareketli Ortalama", "5 Aylık Hareketli Ortalama", "Basit Üstel Düzeltme Yöntemi" "Çarpımsal-Holt Winters Yöntemi" ve "Toplamsal-Holt Winters Yöntemi" kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen antibiyotik "INVANZ 1 gram IM/IV enjeksiyon için liyofilize toz" olarak belirlenmiştir. Bu ilaç, duyarlı mikroorganizmaların neden olduğu orta ve şiddetli enfeksiyonların tedavisinde kullanılmakta Ertapenem etken maddesini içermektedir (TİTCK, 2023). Araştırmada en uygun talep tahmin yöntemine karar verebilmek amacıyla "Ortalama Mutlak Yüzde Hata (MAPE)", "Ortalama Mutlak Hata (MAE)" ve "Hata Kareler Ortalaması (MSE)" kullanılmıştır. Veriler hazır bir veri setinden elde edilen ikincil veriler olduğu için bu çalışma etik kurul onayı veya bilgilendirilmiş onam gerektirmemiştir. Araştırmanın uygulanması için 13.06.2023 tarihinde hastane yönetiminden kurum izni alınmıştır (217776859).

BULGULAR

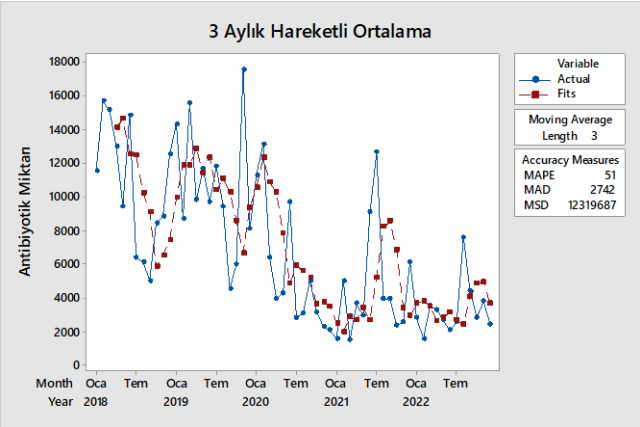
Görsel 1'de incelenen devlet hastanesinde 2018 yılı ile 2022 yılı arasında 5 yıllık zaman serisi grafiği sunulmaktadır. İncelenen devlet hastanesinde antibiyotik tüketiminin zaman içerisinde dalgalanma eğiliminde olduğu, 2018 yılı ile 2020 yılları süresince yaz aylarında azaldığı, 2021 yılında yaz aylarında arttığı ve 2022 yılında önceki yıllara göre azalış gösterdiği saptanmıştır.



Görsel 1. Antibiyotik Miktarı İçin Zaman Serisi Grafiği (2018-2022)

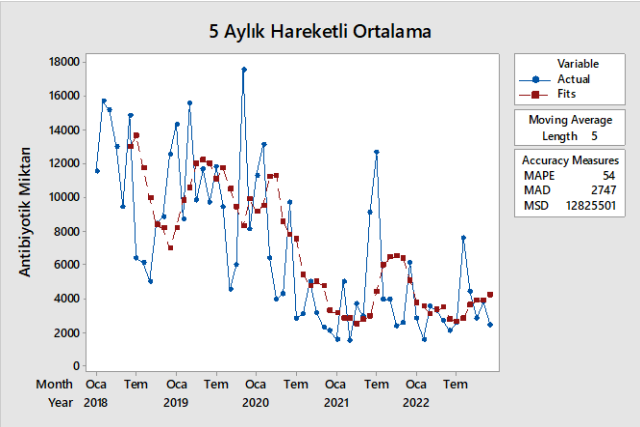
Araştırma kapsamında incelenen devlet hastanesinde 2018 yılı ile 2022 yılı arasında talep edilen antibiyotik miktarının 3 aylık hareketli ortalama grafiği Görsel 2'de sunulmaktadır. Antibiyotik

miktarının 3 aylık hareketli ortalama grafiği ile gösteriminde MAPE değerinin 51, MAD değerinin ise 2742 olduğu görülmektedir.



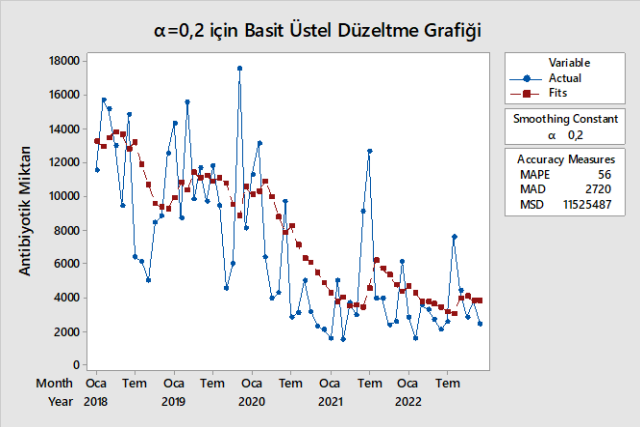
Görsel 2. Antibiyotik Miktarının 3 Aylık Hareketli Ortalama Grafiği ile Gösterilmesi (2018-2022)

İncelenen devlet hastanesinde 2018 yılı ile 2022 yılı arasında talep edilen antibiyotik miktarının 5 aylık hareketli ortalama grafiği ise Görsel 3'te sunulmaktadır. Bu yönteme göre, MAPE değeri 54, MAD değeri ise 2747 olarak bulunmuştur.



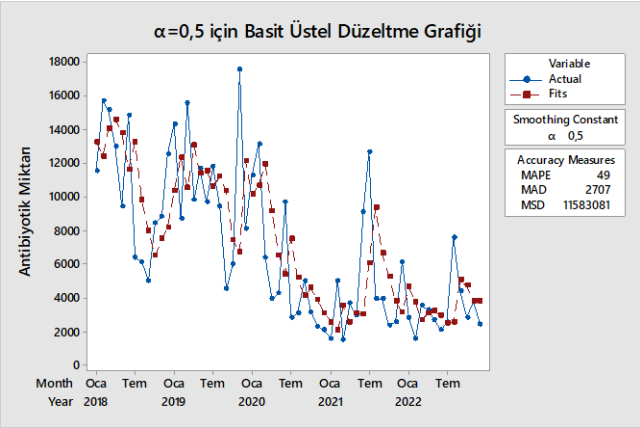
Görsel 3. Antibiyotik Miktarının 5 Aylık Hareketli Ortalama Grafiği ile Gösterilmesi (2018-2022)

Görsel 4'te antibiyotik miktarının α=0,2 için basit üstel düzeltme grafiği sunulmaktadır. MAPE değeri 56, MAD değeri 2720'dir.



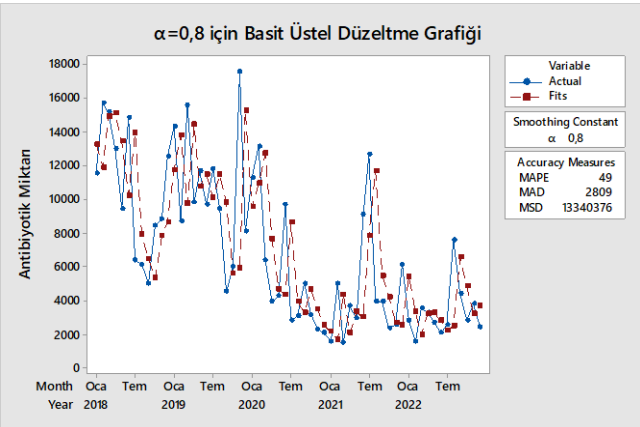
Görsel 4. Antibiyotik Miktarının α=0,2 için Basit Üstel Düzeltme Grafiği (2018-2022)

Görsel 5'te antibiyotik miktarının α=0,5 için basit üstel düzeltme grafiği sunulmaktadır. MAPE değeri 49, MAD değeri 2707'dir.



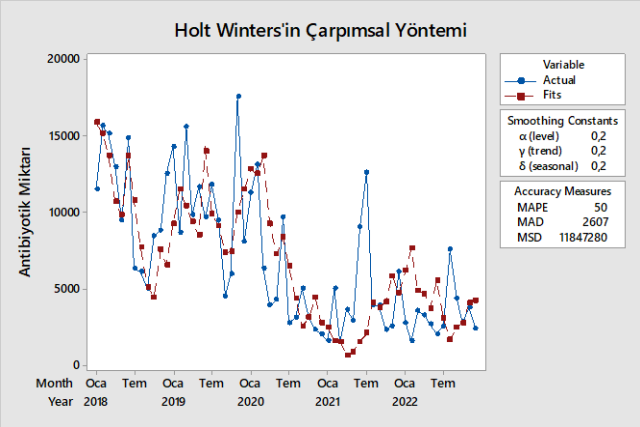
Görsel 5. Antibiyotik Miktarının α=0,2 için Basit Üstel Düzeltme Grafiği (2018-2022)

Görsel 6'da antibiyotik miktarının α=0,5 için basit üstel düzeltme grafiği sunulmaktadır. MAPE değeri 49, MAD değeri 2707'dir.



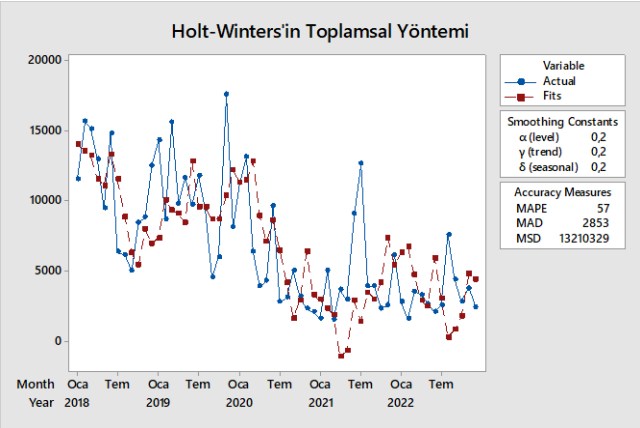
Görsel 6. Antibiyotik Miktarının α=0,8 için Basit Üstel Düzeltme Grafiği (2018-2022)

Görsel 7'de antibiyotik miktarının "Çarpımsal Winters Yöntemi" grafiği yer almaktadır. MAPE değeri 50, MAD değeri 2607'dir.



Görsel 7. Antibiyotik Miktarının Çarpımsal Winters Yöntemi Grafiği ile Gösterilmesi (2018-2022)

Görsel 8'de antibiyotik miktarının "Toplamsal Winters Yöntemi" grafiği yer almaktadır. MAPE değeri 57, MAD değeri 2853'tür.



Görsel 8. Antibiyotik Miktarının Toplamsal Winters Yöntemi Grafiği ile Gösterilmesi (2018-2022)

Araştırma kapsamında kullanılan yöntemlerin hata ölçütleri Çizelge 1'de sunulmaktadır. MAPE değeri en düşük olan yöntem, yöntemler arasında en uygun yöntem anlamına gelmektedir. MAPE değerlerine göre tek üstel düzeltme (0,5) ve tek üstel düzeltme (0,8) olarak saptanmıştır.

Çizelge 1. Kullanılan Yöntemlerin Hata Ölçütlerinin Karşılaştırılması

Yöntemler	**OMHY (MAPE)**	**OMH (MAE)**	**HKO (MSE)**
3 Aylık Hareketli Ortalama	51	2742	12319687
5 Aylık Hareketli Ortalama	54	2747	12825501
Tek Üstel Düzeltme (0,2)	56	2720	11525487
Tek Üstel Düzeltme (0,5)	49	2707	11583081
Tek Üstel Düzeltme (0,8)	49	2809	13340376

Toplamsal Holt-Winters Yöntemi	57	2853	13210329
Çarpımsal Holt-Winters Yöntemi	50	2607	11847280

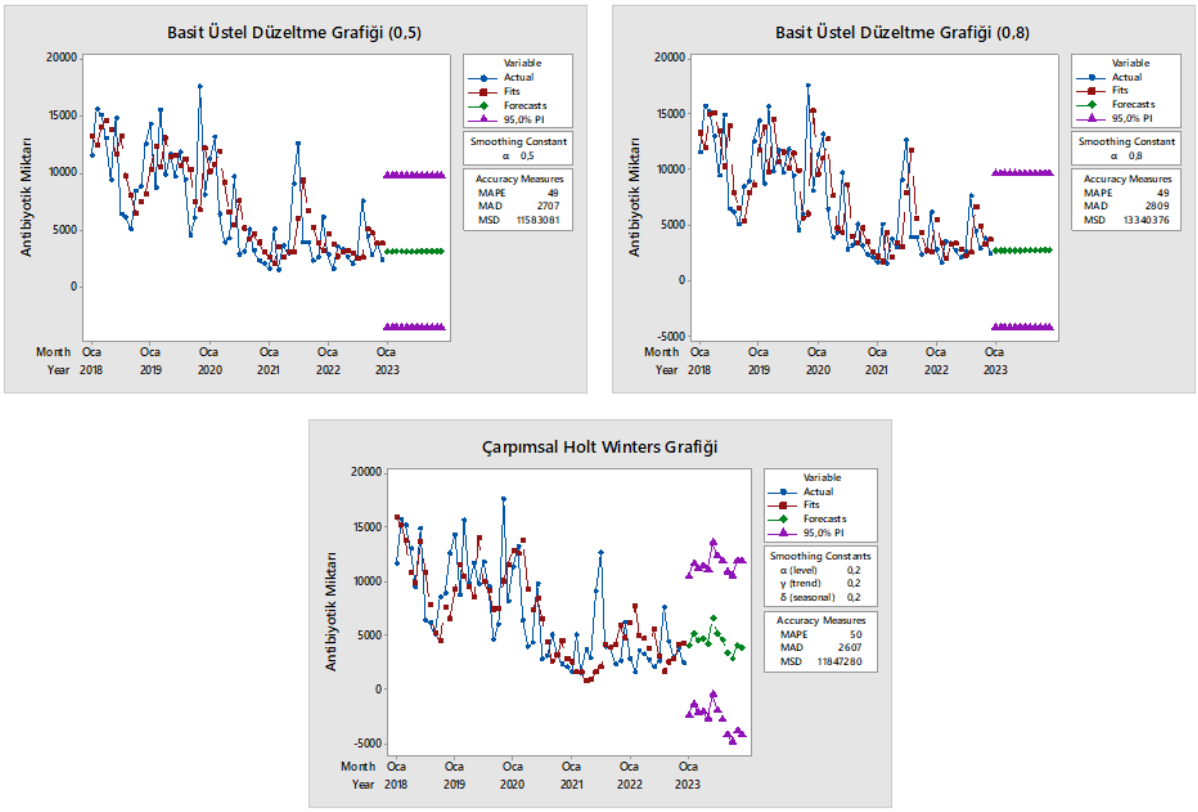
Çizelge 2 incelenen hastanede 2023 yılı için 1 yıllık antibiyotik kullanımın tahmin edilmesi yer almaktadır. Antibiyotik tüketiminin yıl bazında en fazla Çarpımsal Holt-Winters yöntemine göre 52854,81; en düşük ise basit üstel düzeltme (α=0,8) olarak bulunmuştur.

Çizelge 2. İncelenen Hastanede 2023 Yılı İçin 1 Yıllık Antibiyotik Kullanımının Tahmin Edilmesi

	3 Aylık Hareketli Ortalama	5 Aylık Hareketli Ortalama	α=0,2 İçin Basit Üstel Düzeltme	α=0,5 Basit Üstel Düzeltme	α=0,8 Basit Üstel Düzeltme	Toplamsal Holt-Winters	Çarpımsal Holt-Winters
Ocak	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	3960,26	3985,95
Şubat	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	4755,55	5139,35
Mart	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	4578,04	4498,20
Nisan	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	3438,46	4709,72
Mayıs	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	3134,04	4200,54
Haziran	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	6068,70	6536,26
Temmuz	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	4815,09	5158,93
Ağustos	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	3768,14	4547,76
Eylül	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	2299,81	3336,39
Ekim	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	2062,31	2848,84
Kasım	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	4443,73	4018,26
Aralık	3040,99	4228,17	3547,00	3131,06	2704,43	4020,98	3874,61
Toplam	36491,88	50738,04	42564,00	37572,72	32453,16	47345,11	52854,81

Antibiyotik tüketiminin yıl bazında en düşük 32453,16 olduğu saptanmıştır. MAPE değeri en düşük olan "Tek Üstel Düzeltme (0,5)" için 2023 yılı için aylık olarak antibiyotik tüketiminin 3131 olduğu bulunmuştur. Toplam antibiyotik tüketimi ise 37572'dir. MAPE değeri en düşük olan diğer yöntem olan "Tek Üstel Düzeltme (0,8)" için 2023 yılı için aylık olarak antibiyotik tüketiminin 2704 olduğu bulunmuştur. Toplam antibiyotik tüketimi ise 32453'tür. MAPE değeri

50 olan Çarpımsal Holt Winters yöntemine göre toplam antibiyotik miktarı 52854 olarak tespit edilmiştir (Görsel 9).



Görsel 9. Tahmin Yöntemlerinin Grafik Olarak Gösterilmesi

3. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmada, bir kamu hastanesinde antibiyotik tüketim verileri kullanılarak geleceğe yönelik 12 aylık tüketim tahmin edilmiştir. İncelenen devlet hastanesinde antibiyotik tüketiminin zaman içerisinde dalgalanma eğiliminde olduğu, 2018 yılı ile 2020 yılları süresince yaz aylarında azaldığı, 2021 yılında yaz aylarında arttığı ve 2022 yılında önceki yıllara göre azalış gösterdiği saptanmıştır. İncelenen ilaç 2008 yılından bu yana Sağlık Uygulama Tebliği kapsamında "Bedeli Ödenecek İlaçlar Listesi"nde yer almaktadır. Bu antibiyotik, enfeksiyon hastalıkları uzmanının yazabileceği, onun olmadığı yerlerde iç hastalıkları uzmanının yazabileceği; çocuk hastalarda, çocuk enfeksiyon hastalıkları uzmanının, onun olmadığı yerlerde ise çocuk hastalıkları uzmanının yazabileceği antibiyotikler arasında yer almaktadır. İlacın sadece yatarak tedavilerde kullanılması halinde bedeli ödenmektedir (Resmi Gazete, 2023). İlaç tüketimindeki bu değişim 2018-2020 yılları arasında araştırmanın yapıldığı hastaneye özellikle yaz dönemindeki başvuruların azalmasından kaynaklanmış olabileceği, yatan hasta sayısının azalmasının da ilaç tüketimini etkilemiş olabileceği düşünülmektedir. Sonraki yıllarda ilacın eşdeğerinin de geri ödeme listesinde de yer alması gibi sebepler de ilaç tüketim miktarının 2022 yılında diğer yıllara göre azalmasıyla sonuçlanmış olabilir.

Araştırma kapsamında kullanılan yöntemler arasında. MAPE değeri en düşük olan yöntem, yöntemler arasında en uygun yöntem anlamına gelmektedir. MAPE değeri 49

olan iki yöntem, α=0,5 için tek üstel düzeltme ve α=0,8 için tek üstel düzeltme yöntemi olarak belirlenmiştir. Sağlık kurumlarında özellikle ilaç tüketimi konusunda yapılan tahmin çalışmalarında farklı yöntemler en uygun yöntem olarak belirlenmiştir. Bon ve Ng (2017) 68 ay boyunca Panadol 650 mg'ın geçmiş talep verilerini inceleyerek en iyi tahmin tekniğinin regresyon analizi olduğu saptamıştır. Riahi ve ark., (2013) İran Mohem Hastanesi'nin ameliyathane ilaç stokunda ARIMA veya Yapay Sinir Ağları modellerinin daha iyi performans gösterdiğini tespit etmişlerdir. Torun ve Deste (2021) basit doğrusal regresyon ve Toplamsal Holt-Winters yöntemlerinin kullanılan medikal malzemeleri tahmin etme konusunda en uygun yöntemler olduğunu bulmuşlardır. Hata ölçütleri, araştırma kapsamında incelenen tıbbi malzeme ve ilaçların yapısına göre değişebilmektedir. Bu nedenle araştırmacılara, birden fazla yöntem arasında en uygun yöntemi tahmin etme amacı bulunan hata ölçütlerini karşılaştırarak doğru yöntemin ne olduğuna karar vermeleri önerilmektedir.

Belirsizliğin olduğu ve hata tolere edilemez bir hizmet türü olan sağlık hizmetlerinin önemli bir ayağı da hastanelerdir. Sağlık kurumlarında hasta tedavisinin olmazsa olmazı ise ilaçlardır. Bu nedenle sağlık kurumlarında ve ülkelerin sağlık harcamalarında maliyet açısından yüksek oranda yer tutan ilaçların doğru miktarda ve zamanda temin edilmesinde bilimsel yöntemlerin kullanılması önem arz etmektedir. Hastanelerin ilaç tüketimlerini, toplumun hastalık yükü, salgın hastalıklar, ülkedeki reçeteleme politikaları, geri ödeme politikaları gibi faktörler etkilemektedir. Hastanelerde malzeme yönetimine yönelik kararlar alınırken, yöneticilerin zaman serisi yöntemleri gibi yöntemleri dikkate almalarının, verimli bir sağlık hizmeti sunumu için önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

[1] Ariyanti, Y. D. P., ve Nurhayati, O. D. Forecasting and Controlling the Food Supply System in Hospital Using Exponential Smoothing. In E3S Web of Conferences (Vol. 73, p. 13014). EDP Sciences, 2018.

[2] Barros, O., Weber, R., Reveco, C., Ferro, E., ve Julio, C. Demand Forecasting and Capacity Management for Hospitals. Chile: Santiago, 2010.

[3] Bon, A. T., ve Ng, T. K. An optimization of inventory demand forecasting in university healthcare centre. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 166, No. 1, p. 012035). IOP Publishing, 2017.

[4] Juang, W. C., Huang, S. J., Huang, F. D., Cheng, P. W., ve Wann, S. R. Application of time series analysis in modelling and forecasting emergency department visits in a medical centre in Southern Taiwan. BMJ open, 7(11), e018628, 2017.

[5] Montgomery, D. C., Jennings, C. L., ve Kulahci, M. Introduction to time series analysis and forecasting. John Wiley & Sons, 2015.

[6] Motamedi, M. Demand Forecasting and Inventory Management of Perishable Inventory-with a Focus on Blood Platelet Transfusions (Doctoral dissertation), 2023.

[7] Mueller, L. E., Haidari, L. A., Wateska, A. R., Phillips, R. J., Schmitz, M. M., Connor, D. L., ... ve Lee, B. Y. The impact of implementing a demand forecasting system into a low-income country's supply chain. Vaccine, 34(32), 3663-3669, 2016.

[8] OECD (2023). https://www.oecd.org/health/health-data.htm (Erişim Tarihi: 20.10.2023).

[9] Özüdoğru, A. G., ve Görener, A. Sağlık sektöründe talep tahmini üzerine bir uygulama, 2015.

[10] Pereira, A. Performance of time-series methods in forecasting the demand for red blood cell transfusion. Transfusion, 44(5), 739-746, 2004.

[11] Resmi Gazete. 19 Ekim 2023 Tarihli ve 32444 Sayılı Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ, 2023.

[12] Riahi, N., Hosseini-Motlagh, S. M., ve Teimourpour, B. A three-phase hybrid times series modeling framework for improved hospital inventory demand forecast. International Journal of Hospital Research, 2(3), 133-142, 2013.

[13] Saha, E., ve Ray, P. K. Modelling and analysis of healthcare inventory management systems. Opsearch, 56(4), 1179-1198, 2019.

[14] Tamatta, R. K. Time series forecasting of hospital Inpatients and Day case waiting list using ARIMA, TBATS and Neural Network Models (Doctoral dissertation, Dublin, National College of Ireland), 2018.

[15] Thaiudomsap, N., ve Sribundit, N. Study on demand forecasting techniques for drugs with sporadic demand in a community hospital. Science, Engineering and Health Studies, 22050005-22050005, 2022.

[16] TİTCK. Kısa Ürün Bilgisi. https://www.titck.gov.tr/kubkt (Erişim Tarihi: 27.10.2023).

[17] Torun, Z., ve Deste, M. Sağlık İşletmelerinde Malzeme Yönetiminde Uygun Talep Tahmin Yönteminin Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama. 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 581-613, 2021.

[18] Twumasi, C., ve Twumasi, J. Machine learning algorithms for forecasting and backcasting blood demand data with missing values and outliers: A study of Tema General Hospital of Ghana. International Journal of Forecasting, 38(3), 1258-1277, 2022.

[19] Uçakkuş, P., ve Koçyiğit, S. Ç. Sağlık Kurumlarında Talep Tahmini: Cerrahi Gazlı Bez Üzerine Uygulama. İşletme Araştırmaları Dergisi, 11(4), 3421-3429, 2019.

[20] Yiğit, V. (2016). Hastanelerde tibbi malzeme talep tahmini: Serum seti tüketimi üzerinde örnek bir uygulama. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(4), 207-222.

BİR TÜKETİCİ SENDROMU OLARAK FOMO (GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU) VE PAZARLAMA ALANINDA KULLANIMI

Doç. Dr. Bulut DÜLEK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, bulutdulek@yyu.edu.tr – ORCID ID: 0000-0002-3474-7220

Prof. Dr. Reha SAYDAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, rsaydan@yyu.edu.tr – ORCID ID:0000-0002-8091-9396

ÖZET

FOMO kavramı, bireyin içinde bulunduğu çevredeki gelişmeleri veya fırsatları kaçırma korkusu olarak tanımlanır. Bireyler özellikle sosyal medya etkileşimlerinin artmasıyla birlikte çeşitli fırsatları, deneyimleri, ürünleri kaçırmış olma hissine kapılmaktadırlar. Söz konusu bu durumla bireyler, takip ettiği kişilerin daha fazla eğlenceli hayat yaşadığı, daha fazla gezdiği ve deneyimlerinin daha iyi olduğu kaygısını taşımaktadırlar. Sürekli sosyal medya hesaplarını takip etme ihtiyacı, etkinliklere katılma baskısı, anın keyfini çıkaramama, endişe ve stres halleri yaşayan bu bireyler, özellikle yakın arkadaşlarının ve aile üyelerinin paylaşımlarından dolayı FOMO kaygısını daha fazla yaşamaktadırlar. FOMO, tüketicilerin deneyimle ilgili tutum ve davranışlarını anlamlı bir şekilde etkileyebildiğinden, pazarlama uygulayıcıları bu durumu etkin pazarlama faaliyetleri ile fırsata dönüştürebilmektedirler. Bu çalışmada da tüketiciler açısından bir sendrom olan FOMO kavramı üzerinde durulmuş ve FOMO' nun pazarlama alanında kullanımına dair yaklaşımlara değinilmiştir. Çalışma sonucunda pazarlama faaliyetlerinde FOMO' nun, bir ürün veya hizmet için aciliyet veya istek duygusu oluşturmak, potansiyel müşterilerin daha hızlı kararlar almasına veya harekete geçmesine yol açmak için kullanıldığı görülmüştür. Ayrıca geri sayımlı ve zamanlayıcı uygulamalar, ürünlere ayrıcalıklı erişimlerin sunulması, sınırlı envanter duyuruları, etkinlik pazarlaması uygulamaları ve müşterilerin hikaye paylaşımları gibi uygulamaların da FOMO kaygısı taşıyan tüketicilere yönelik kullanılan stratejiler olduğuna dikkat çekilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Pazarlama, Tüketici Sendromu, FOMO(Gelişmeleri Kaçırma Korkusu).

1. GİRİŞ

Sosyal medya araçları giderek artan sayıda içerik bilgisi sunmaktadırlar. Bu ortamlar, çeşitli sosyal ağlarda gerçekleşen faaliyetler, etkinlikler ve konuşmalar hakkında gerçek zamanlı bilgilere kolay erişim sağlamaktadır. Dijital olarak körüklenen bu güncelleme tufanı, nispeten yeni olanlara olan ilgiyi ve bunlar hakkında yorum yapmayı da arttırmıştır. Halk arasında FOMO olarak adlandırılan gelişmeleri kaçırma korkusu, başkalarının, kendisinin bulunmadığı durumlarda ödüllendirici deneyimler yaşayabileceğine dair yaygın bir endişeyi tanımlamakta ve başkalarının yaptıklarıyla sürekli olarak bağlantıda kalma arzusuyla karakterize edilmektedir (Przybylski vd. 2013). FOMO olarak tanımlanan kavramla ilgili yapılan çalışmaların genel olarak internet kullanımı ile ilgili olduğu görülmektedir. Tüketici davranışı araştırmacısı Dan Herman, 1996 yılında, sosyal medya hayatımızı ele geçirmeden önce FOMO kavramını,

başkalarının yaşadığı güzel olayların dışında kalma veya dışlanma hissi olarak ifade etmiştir. Restoranlarda check-in yapan, tatil fotoğrafları yayınlayan ve katıldıkları muhteşem partiyle veya sosyal medya sayesinde aldıkları en yeni akıllı telefonla övünen durum güncellemeleri yayınlayan çok sayıda insanın varlığı FOMO'ya öncülük etmektedir (Kakkad, vd., 2022).

FOMO pazarlamacılar için yararlı bir araç olabilir ve yalnızca sosyal medyayla sınırlı değildir. Pazarlama alanında FOMO'nun kullanımı daha çok tüketici bakış açısı ile ele alınmaktadır. Sınırlı süreli ürün ve hizmetler, yapılan olumlu yorumlar, stokların hızla azalması, geri sayım sayaçlarının kullanılması gibi örneklerle gerçekleştirilmektedir. Bu bakımdan bireylerin FOMO duygusu bu eylemlerle kolaylıkla harekete geçirilebilmektedir (Efendioğlu, 2022).

Tüketiciler açısından bir sendrom olarak değerlendirilen FOMO kavramı bu çalışmada kavramsal bakış açısıyla ele alınmaktadır. Tüketicilerin çeşitli fırsatları, deneyimleri veya eğlenceli anıları kaçırmaya ilişkin kaygılarının pazarlama uygulayıcıları açısından nasıl ele alındığı ve buna yönelik geliştirilen yöntem ve tekniklerin neler olduğu bu çalışmada yer almaktadır.

2. FOMO (GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU) KAVRAMI

Bireylerin başkalarını takip etmelerine, kendi hayatlarını gördükleri ya da okudukları ile karşılaştırmalarına ve aralarında ilişki kurmalarına olanak sağlayan sosyal medya ağlarının yapısı içerisinde bazı şeyleri kaçırıyormuş hissi uyanmaktadır (Abel vd., 2016). FOMO kavramı, genellikle kişinin psikolojik durumunu gösteren bir bilişsel psikoloji kavramı olarak kabul edilmektedir. Tüketiciler, niyetleri ne olursa olsun, gruptaki insanların alışkanlıklarını, kıyafetlerini ve modasını senkronize etme eğiliminde olmaktadırlar. Bunun nedeni çevrelerindeki herkesin aynı eğilimi takip ettiği bir durumda sapkın olarak yalnız kalma korkusu taşımalarıdır. Bu nedenle, tüketiciler toplumun üyelerinden ayrıldığında veya onlar tarafından dışlandığında, psikolojik kaygı hissederler ve bu kaygıyı gidermek için başkalarının davranışlarını taklit etme ve takip etme yönünde güçlü bir dürtü hissetmektedirler (Elhai vd., 2016).

FOMO, kişinin sosyal etkileşim fırsatını, tamamen benzersiz bir deneyimi veya başka bir tatmin edici olayı kaçırabileceğine dair kompulsif bir endişe olan ve genellikle sosyal medya sitelerinde görülen gönderilerin uyandırdığı bir tür sosyal kaygıyı dikkate alır (Dossey, 2014).

Kaçırma Korkusu (FoMO), bireyin diğer insanların daha iyi bir yaşama sahip olduğuna dair olumsuz ve ısrarcı duygularının toplamı olarak tanımlanabilir. Bu bireyler başkalarının sosyal medyada paylaştığı içerikleri sürekli takip etme isteği ve zorunluluğu hissederler. Bu durumun bireyin yaşamını olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır (Tanhan vd., 2022). Bu bağlamda Worthham (2011), FoMO'nun kısmen olumsuz ruh hali, depresif duyguların kaynağı olabileceğini, çünkü kişinin hayatta en iyi kararı verdiği hissini baltaladığını öne sürmektedir.

İnsanların başkalarının ne yaptığını ve ne düşündüğünü derinden önemsemesi gerçeği, dışlanmış hissetmeyle, başkalarının hayatlarımız hakkında ne düşünebileceğinden korkmayla bağlantılıdır. Bir şeyleri kaçırma korkusu (FOMO), "akranlarınızın sizden daha iyi veya daha fazlasına sahip olduğu, sizden daha fazlasını bildiği veya sahip olduğu, bir şeyleri kaçırdığınıza dair huzursuz ve bazen her şeyi tüketen duygu" olarak tanımlanır (JWT Marketing

Communications, 2012, s. 4). Bu korku, insanların başkalarının deneyimlediği şeyleri kaçırma endişesiyle ilgilidir.

3. PAZARLAMA FAALİYETLERİNDE FOMO (GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU)

Teknolojinin hızla gelişmesine paralel olarak dijital medya ağlarının yarattığı uygulamalarla birlikte bağlantının hızlanması ve zaman-mekan kavramlarının aşınmasıyla birlikte birey için sürekli bir bağlantı ortamı ve geniş bir ağ çerçevesi yaratılmaktadır. Dijital medya ve uygulamalarının kullanım yaygınlığı arttıkça FOMO bireylerin hayatında daha fazla yer kaplar hale gelmiştir. Böylece birey, sosyal ağlar yardımıyla başkalarını sürekli izleme ve takip etme davranışlarını göstermektedir (Hato, 2013).

Bir kişinin "bir şeyi kaçırdığına" dair yoğun duyguları, satın alma kararlarını etkileme gücüne sahiptir. Bir kişi, arkadaşından daha iyi veya daha pahalı bir ürün satın almayı seçebilir çünkü daha iyi bir şeye sahip olma olasılığını veya "uyum sağlama" fırsatını kaçırmak istemez. Bu gibi durumlarda insanlar sosyal baskılar ve dışlanma korkusu nedeniyle genellikle yaptıklarını veya satın aldıklarını değiştirebilmektedirler (Dykman, 2012). Tüketicilerde FOMO eğilimi, anlık satın almayı önemli ölçüde etkilerken satın alma sonrası pişmanlık yaşama durumlarını da tetikleyebilmektedir (Çelik vd., 2019).

Birçok işletme, pazarlama kampanyalarında FOMO' dan başarıyla yararlanmaktadır. Örneğin giyim markası Everlane, bazı ürünleri için "Ne Ödeyeceğini Seç" modelini kullanmakta ve satışları artırabilecek bir aciliyet ve ayrıcalık duygusu oluşturmaktadır. Benzer şekilde, organik cilt bakımı markası Herbivore Botanicals, sınırlı sayıda ürün lansmanı ve sosyal medya hediyeleri gibi FOMO taktiklerini kullanarak başarı elde etmiştir. Özellikle müşterileri satın almaya yönlendirebilecek aciliyet duygusu ve fırsatı kaçırma korkusu yaratabilen özel veya sınırlı süreli teklifler söz konusu olduğunda FOMO daha etkin hale gelmektedir (Lange, 2023).

Modern pazarlama stratejileri, tüketicilerin psikolojilerini anlamayı ve bu doğrultuda hareket etmeyi gerektirir. FOMO, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını ve marka tercihlerini etkileyen önemli bir psikolojik faktördür. Markalar, FOMO'yu anlayarak ve bu korkuyu tetikleyerek, alışveriş davranışlarını yönlendirebilir ve satışları arttırabilirler (Doğan, 2023). Pazarlama uygulayıcıları FOMO' yu sıklıkla aciliyet duygusu yaratmak, hızlı karar almayı teşvik etmek ve tüketici davranışını yönlendirmek için kullanmaktadırlar. Bu bağlamda yararlanılan tekniklerden bazıları aşağıda ifade edilmektedir:

Kıtlık mesajları: Yapılan iletişim faaliyetleri ile ürünlerin çok az sayıda kaldığı mesajı iletilmektedir. Amaç tüketicinin ürün ve hizmeti hemen satın almamaları durumunda kaybedecekleri hissini oluşturmaktır. Bundan dolayı tüketiciler harekete geçmekte ve ürünü almak için çeşitli imkânları değerlendirmektedirler (Efendioğlu 2022).

Etkinlik pazarlaması: Etkinlik pazarlaması, FOMO'nun güçlü bir kullanım alanıdır. Konserler, festivaller, spor etkinlikleri ve sınırlı sayıda katılımcıya sahip diğer etkinlikler, FOMO'yu kullanarak bilet satışlarını arttırabilirler (Doğan, 2023).

Geri sayımlar ve zamanlayıcılar: Geri sayım araçları ile kampanyaların bitiş tarihlerine vurgu yapılarak tüketicilerin ilgisi çekilmektedir. Özellikle promosyon ve indirim günleri kapsamında yapılan etkinlikler daha dikkate çekici olmaktadır.

Ayrıcalıklı erişim: Bireyler, kendilerini ayrıcalıklı olduklarını hissettiren çabalardan hoşnut kalmaktadırlar. Markalar bunu iki yolla gerçekleştirebilmektedirler. Birincisi sunulan ürün veya hizmetin müşteriye özel olarak üretilmesidir. İkincisi ise daha fazla alışveriş deneyimleri ile birlikte sunulan sadakat programları ve özel ödüllerdir (Ulaştıran, 2017)**.**

Sosyal kanıt: Sosyal kanıt ilkesi tüketicinin "herkes alıyor", "o alıyorsa ben de alırım" algısını ifade edebilmektedir. Sosyal kanıt etkisi gelişmeleri kaçırma korkusunu tetikleyebilmektedir (Aydın, 2022). Herhangi bir ürün veya hizmetin popüler olduğuna ilişkin kampanyalar sosyal medya araçları ile veya ağızdan ağıza iletişim faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Bu şekilde birçok kişinin hakkında yorumlar yaptığı ürün ve hizmetlere karşı farkındalık oluşturulmaktadır.

Herhangi bir bireyin FOMO'ya karşı kişisel duyarlılığı göz önüne alındığında, tepkileri şunlardan etkilenecektir: algılanan risk düzeyi, biliş ihtiyacı, tercih edilen karar stili, fırsat maliyetlerini dikkate alma eğilimi, iç ve dış yönelim ve tüketimi optimize etme veya maksimuma çıkarma eğilimleri. FOMO olgusu hem ürün hem de hizmetlerde önemli satış gelirleri sağlamaktadır. FOMO doğası gereği bireyin motivasyonuna dayalı bir yapıdır ve bu nedenle müşterilere olumlu sonuçlar doğuracak şekilde davranma konusundaki yaklaşımlara daha sık gerek duyulmaktadır (Hodkinson, 2016).

4. SONUÇ

Tüketilmesi ve anlaşılması gereken çok fazla veri olduğu hissine rağmen insanlar hâlâ mümkün olduğu kadar fazlasını özümsemeye çalışıyor. Sosyal medya aracılığıyla bilgiyle sürekli bağlantı kurmak, insanların başkalarının söylediklerini, yaptıklarını ve hatta satın aldıklarını takip edememe konusunda kendilerini daha kötü hissetmelerine neden olabilir. (Abel vd., 2016). Sosyal medyaya sürekli bağlı olmak ve her zaman kaçırdığınız şeyleri görebilmek, bireylerde tatminsizlik, kaygı ve değersizlik duyguları yaşamaya başlamalarına neden olabilir (Miller, 2012).

FOMO, bireylerin içinde yaşadıkları çevredeki deneyimleri, eğlenceleri veya çeşitli fırsatları kaçırmış olabileceğine dair taşıdıkları kaygıyı ifade etmektedir. Bu kaygı hali ister istemez bireylerin tüketici kimliklerini ve davranışlarını da etkilemektedir. Güzel deneyimlerin yaşandığı ortamlardan geri kalmamak, tükeneceği açıklanan bir ürünü hemen almak, sevmiş olduğu bir ünlünün katılacağı etkinlikte bulunmak gibi motivasyonlar tüketicilerin satın alma kararlarını da şüphesiz etkisi altına almaktadır.

Pazarlama bağlamında FOMO' nun kullanımı daha çok tüketici de aciliyet duygusu yaratarak hızlı satın almaya teşvik etme esaslı olarak gerçekleşmektedir. Pazarlama uygulayıcıları hedef kitlesi için bir daha ele geçirilmeyecek fırsat teması ile "hemen satın al", "aldın aldın", "sınırlı sayıda" gibi içerikler ile FOMO durumundan yaralanabilmektedirler. Bu yollarla kıtlık duygusu oluşturularak müşterilerin satın almaya yönlendirilmeleri de sağlanmaktadır.

Pazarlamacılar, ürün veya hizmetlerinin taşımış olduğu ayırt edici özelliklere vurgu yaparak FOMO'yu kullanabilmektedirler. Özel bir grubun parçası olduğu hissini uyandıran, sınırlı sayıda ürün ve hizmetlerin sunumu, özel etkinliklerin gerçekleştirilmesi, ödül ve kampanyaların sunulması tüketicilerde bir ayrıcalık duygusu yaratabilmektedir. Bununla beraber ürün ve hizmetlerle ilgili sosyal medya araçlarında, arkadaş ortamlarında veya fenomenlerin

paylaşımlarında oluşturulan içerikler sosyal kanıt oluşturmayı sağlar. Bu deneyimlerin, referansların sergilenmesi de tüketiciler de FOMO 'yu harekete geçirebilir.

Sonuç olarak FOMO, pazarlama uygulamalarında etkileşimi ve satışları arttırabilecek önemli bir araç olarak görülebilir. Özellikle dijital pazarlama araçlarını kullanarak etkili pazarlama stratejileri ile tüketicilerde yankı uyandıracak, onları harekete geçirecek kampanyaları oluşturabilirsiniz. Ancak bu faaliyetler bir sorumluluk bilinci ile gerçekleştirilmezse olumsuz sonuçlarla da karşılaşılabilir. Tüketiciler açısından güvensizliğe neden olmamak için sunulan mesajların şeffaf ve dürüst olması, fırsat ve kampanyaların şartlarının açık ve net şekilde ifade edilmesi gereklidir. Aksi halde FOMO' nun kullanımı pazarlama kampanyalarının başarısızlığına ve olumsuz marka algısına neden olacaktır.

KAYNAKÇA

Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. Journal of Business & Economics Research (JBER), 14(1), 33-44.

Çelik, I. K., Eru, O., & Cop, R. (2019). The effects of consumers' FoMo tendencies on impulse buying and the effects of impulse buying on post-purchase regret: An investigation on retail stores. *BRAIN-Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*.

Doğan, Ö. (2023) FOMO (Fear of Missing Out) Nedir? Pazarlamaya etkisi nedir?, https://ikas.com/tr/blog/fomo-nedir (Erişim tarihi: 01/11/2023)

Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, *10*(2), 69-73.

Dykman, A. (2012, March 21). The fear of missing out. Retrieved May 2012, from Forbes: http://www.forbes.com/sites/moneybuilder/2012/03/21/the-fear-of-missing-out/ (Erişim tarihi: 01/11/2023)

Elhai, J. D., J. C. Levine, R. D. Dvorak, and B. J. Hall. 2016.Fear of missing out, need for touch, anxiety and depres-sion are related to problematic smartphone use.Computers in Human Behavior63:509–516.

Hato, B. (2013). Mobile phone checking behavior out of a fear of missingobOut: Development. Psychometric Properties And Test-Retest Reliability of a C-FoMO-Scale ANR, 610304.

Hodkinson, C. (2019). 'Fear of Missing Out'(FOMO) marketing appeals: A conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, *25*(1), 65-88.

Hogan, (2021), 10 Effective FOMO Marketing Techniques to Increase Online Results https://www.crazyegg.com/blog/fomo-marketing/ (Erişim tarihi: 04/11/2023)

JWT Marketing Communications. (2012, March 7). Fear Of Missing Out.Retrieved from JWT Intelligence: http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf (Erişim tarihi: 03/11/2023)

Kakkad, P., Sharma, K., & Bhamare, A. (2022). FOMO (Fear of Missing Out)–A New Strategy in Marketing Influencing Consumer Purchase Decision–Review Based Paper. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, *10*(5).

Lange., Charles(2023). The Power of FOMO in Marketing: How to Leverage the Fear of Missing Out on Your Brand, https://medium.com/@charleslangeconsultant/the-power-of-fomo-in-marketing-how-to-leverage-the-fear-of-missing-out-for-your-brand-1271fa2ec489 (Erişim tarihi: 05/11/2023)

Tanhan, F., Özok, H. İ., & Tayiz, V. (2022). Fear of missing out (FoMO): A current review. *Psikiyatride Guncel Yaklasimlar*, *14*(1), 74-85.

Ulaştıran, T. (2017) Çağımızın Salgını FOMO: Pazarlama Dünyasındaki Başarısının Ardındaki Gerçekler, https://www.pazarlamasyon.com/cagimizin-salgini-fomo-pazarlama-dunyasindaki-basarisinin-ardindaki-gercekler (Erişim tarihi: 05/11/2023)

Wortham,J.(2011,April 10).Feel like awallflower?Maybe it's your facebook wall. The New York Times .http://www.nytimes.com/2011/04/10/business/ 10ping.html (Erişim tarihi: 01/11/2023).

KATILIM BANKACILIĞINDA MÜŞTERİLERİN BANKA TERCİHLERİNİN ANALİZİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. Bulut DÜLEK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, bulutdulek@yyu.edu.tr – ORCID ID: 0000-0002-3474-7220

Prof. Dr. Reha SAYDAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, rsaydan@yyu.edu.tr – ORCID ID:0000-0002-8091-9396

ÖZET

Katılım bankacılığı daha çok İslami ilkeleri esas alarak geliştirilen bir bankacılık sistemi modelidir. Bu bankacılık sisteminin ortaya çıkışında toplumsal adaletin ve ekonomik dengenin teşvik edilmesi temel prensiptir. Katılım bankacılığı, geleneksel bankacılık sisteminden farklı olarak paylaşım ve iş birliğine dayalı olarak müşterilerine faizsiz finansal ürünler sunmaktadır. Ülkemizde de özellikle 2005 yılında yapılan Bankacılık Yasası düzenlemesi ile katılım bankacılığının finans sektöründe etkinliği artmıştır. Bu çalışmada katılım bankacılığını tercih eden müşterilerin tercih sebeplerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında Van ilinde yaşamakta olan ve bir katılım bankası müşteri olan 270 katılımcı ile anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda katılım bankası müşterilerin tercihlerinde banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımlarının en etkili faktör olduğu görülmüştür. Daha sonra ise faizsiz bankacılık ilkesi, müşterilerin dini hassasiyetleri, cazip finansman desteği ve ödeme imkanları faktörlerinin ön plana çıktığı görülmüştür. Araştırma sonucunda müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmelerinde en az etkili olan faktörlerin ise sırasıyla reklam ve tanıtım faaliyetleri ile arkadaş ve yakın çevredekilerin tavsiyesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçların değerlendirmeleri yapılarak alan yazına göre benzerliklere ve farklılıklara dikkate çekilmiştir. Son olarak katılım bankacılığı uygulayıcılarına yönelik bazı önerilerde çalışmamızda yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışları, Müşteri Memnuniyeti, Katılım Bankacılığı.

1. GİRİŞ

Katılım bankacılığı, tefecilikten uzak bir yaklaşımdan yola çıkan ve bu yaklaşıma uygun her türlü bankacılık faaliyetinden yararlanan bir bankacılık modelidir. Kar-zarar paylaşımı esasına göre fonlama ve ticaret, ortaklık ve leasing yöntemleriyle borç verme ilkesine dayanmaktadır (Karapinar ve Dogan, 2015). Özellikle faiz hassasiyeti taşıyan ve inançları gereği bu bankaları tercih eden müşterilere yönelik modeller ile ticari bankalara alternatif olma özellikleri taşımaktadır (Çemberlitaş ve Karyağdı, 2022). Geleneksel bankacılık sistemlerinden farklı olarak, katılım bankacılığı faizsiz finansman ve risk paylaşımı prensiplerine dayanmaktadır. Bu bankacılık modeli, İslam'a uygun bir şekilde finansal hizmetler sunmayı amaçlamaktadır.

Katılım bankacılığı faizsiz bir finansman modeli sunmaktadır. Paradan para kazanmaya değil, ticari faaliyetler ve risk paylaşımı yoluyla kar elde etmeye ve dağıtmaya dayanır. Böylece ekonominin gelişmesine de katkıda bulunur. Bunun nedeni, bir ekonomik işletmede elde edilen kârın, ticari faaliyetin performansına göre değişmesidir; başarılı bir girişimi ve toplum için yaratılan ek katma değeri temsil eder (TKKB, 2021).

Katılım bankaları veya İslami bankalar Türkiye'ye özgü kuruluşlar değildir. Dünyanın her yerinde, özellikle de Müslüman ülkelerde, benzer sistemle çalışan pek çok mali kuruluş bulunmaktadır. Kâr-zarar ortaklığı esasına göre faaliyet gösteren bu tür kurumların oluşturduğu sistem, dünyada "faizsiz bankacılık" ya da "İslami bankacılık" olarak bilinse de daha sonra "özel finans kurumu" olarak ele alınmaktadır. Türk mevzuatında "katılım bankacılığı" olarak anılmaktadır (Sayım ve Alakel, 2011).

Türk bankacılığında otuz yılı aşkın bir süredir varlığını sürdüren İslami bankalar, günümüzde önemli değişimlere sahne olmuştur. Bir zamanlar bankacılık sektörünün önemsiz bir parçası iken son yıllarda istikrarlı bir şekilde büyümektedir. Bu iyileşmenin temel nedeni olarak da 2005 sonlarında yapılan mevzuat değişiklikleri gösterilmektedir (Aysan vd., 2013).

Bu çalışma katılım bankacılığını kullanan müşterilerin bankayı tercih etmlerine neden olan faktörlerin ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde katılım bankacılığına ilişkin kavramsal çerçeveye ve ilgili alan yazındaki çalışmalara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Çalışmanın metodoloji kısmında ise Van ilinde bir katılım bankası müşterileri ile yapılan ampirik çalışmaya ilişkin analiz sonuçları ve değerlendirmeler yer almaktadır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Naser ve arkadaşları (1999) tarafından Ürdün'de İslami bankacılık müşterilerinin bu bankaları tercih etmelerini belirleyen faktörleri incelemek amacıyla yapılan çalışmada, bankanın kurumsal imajı/tanınırlığı, dini sebepler ve diğer bankalardan alınan hizmetlerin de İslami bankalar tarafından veriliyor olması bu bankaların tercihini etkileyen faktörler olarak tespit edilmiştir.

Pakistan'da 2010 yılında yapılan çalışmada İslami bankacılık hizmetlerini kullanan bireylerin banka tercihlerinde önemli olan kriterlerin sırasıyla dini hassasiyetler ve kar getirisi beklentisi olduğu görülmüştür (Bhatti vd., 2010).

Türkiye'deki katılım bankalarının niçin tercih edildiğine ilişkin değerlendirmelerin ortaya konulduğu çalışmada, katılımcıların katılım bankası tercihlerini etkileyen en önemli faktörün hizmet/ürün kalitesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu faktörün ardından, sırasıyla imaj ve güven, personel kalitesi ve dini/çevresel motivasyonlar faktörleri olduğu sonucu elde edilmiştir (Özsoy vd., 2013).

Ramadan (2013) tarafından yapılan çalışmada Ürdünlü tüketicilerin belirli bir İslami Bankayı seçme kararını etkileyen faktörleri araştırmayı amaçlanmıştır. Çalışma, Ürdünlü müşterilerin İslami bankaları tercih etmelerindeki en önemli faktörün güler yüzlü personel faktörü olduğunu göstermiştir. Ayrıca İslami itibar ve imaj faktörü, önem sıralamasında ikinci sırada yer aldığı için İslami bankaların tercih edilmesinde oldukça önemli olarak değerlendirilmiştir.

Kontot ve arkadaşları (2016) tarafından müşteri tercihlerinin ardındaki gerçek motivasyonların iyi anlaşılması amacıyla yapılan çalışmada İslami ilkelere uyum, geri dönüşler, güven ve itimat, güvenlik ve şeffaflık müşterilerin karar verme tercihlerini etkileyen belirleyici faktörler arasında olduğu görülmüştür.

Faizsiz bankacılık sisteminde bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme nedenlerinin tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilen diğer bir çalışmada ise katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi, dini hassasiyetlerin yönlendirmesi en önemli iki tercih nedeni arasında yer almıştır (Anaç ve Kaya, 2017).

Pilatin (2022) Türkiye'de katılım bankacılığı ve bireylerin katılım bankacılığı kullanımlarına etki eden faktörleri tespit edebilmek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada bireylerin katılım bankası kullanımını etkileyen en önemli faktörün faizsiz bankacılık hizmetinin sağlanması olduğu sonucuna ulaşmıştır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1 Araştırma Amacı

Bu araştırmanın amacı katılım bankacılığında müşterilerin banka tercih sebeplerinin analiz edilmesidir. Araştırmanın ana kütlesini Van ilinde yaşamakta olan ve en az bir katılım bankası müşterisi olan bireyler oluşturmaktadır. Toplam ölçek maddesinin en az on katı (Hair vd., 2009: 329) olması gerekliliği dikkate alınarak araştırma örneklemi için 270 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümde, katılım bankacılığı tercihinde etkili olan özelliklerin belirlenmesine yönelik ifadeler yer almaktadır. Katılımcılardan bu ifadeleri beşli Likert ölçeğine (1- Kesinlikle önemsiz, 5- Kesinlikle Önemli) göre değerlendirmeleri istenmiştir. Anket formundaki ifadelerin hazırlanması sürecinde, Anaç ve Kaya(2017) ve Pilatin (2022) çalışmalarından yararlanılmıştır.

3.3 Araştırma Bulguları

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yapılan frekans analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo -1: Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		**Frekans (n)**	**Yüzde Oranı (%)**
Cinsiyet	**Kadın**	42	15,6
	Erkek	228	84,4
	Toplam	270	100,0
Medeni Durum	**Evli**	188	69,6
	Bekar	79	29,3
	Boşanmış/Dul	3	1,1
	Toplam	270	100,0
	18-25	36	13,3

Yaş Grubu	**26-33**	80	29,6
	34-41	105	38,9
	42-49	39	14,4
	50 ve üzeri	10	3,7
	Toplam	270	100,0
Meslek	**Ev Hanımı**	3	1,1
	Serbest Meslek	28	10,4
	Kamu Personeli	100	37,0
	Emekli	5	1,9
	Özel Sektör	106	39,3
	Diğer	28	10,4
	Toplam	270	100,0
Eğitim Durumu	**İlköğretim**	16	5,9
	Lise	68	25,2
	Önlisans	34	12,6
	Lisans	105	38,9
	Lisansüstü	47	17,4
	Toplam	270	100,0
Kişisel Gelir	**8500 TL ve altı**	46	17,0
	8501-13000	63	23,3
	13001-18000	51	18,9
	18001-23000	38	14,1
	23001 ve üzeri	72	26,7
	Toplam	270	100,0

Araştırmaya katılan katılım bankası müşterilerin %84,4'ü erkek, %69,9'u evli, %38,9'u 34-41 yaş aralığında, %37'si kamu personeli, %38,9'u lisans mezuniyeti düzeyinde ve 26,7'si de 23001 TL ve üzeri kişisel gelire sahiptirler.

Katılım Bankacılığı Tercihlerine İlişkin Bulgular

Literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda müşterilere katılım bankacılığını tercih etmelerindeki sebepler ve bunlara katılım düzeyleri sorulmuştur. Aşağıdaki tablolarda müşterilerin bu önermelere katılım düzeylerine ilişkin istatistiksel bilgiler ve bunların yorumları bulunmaktadır.

Tablo-2: Faizsiz Bankacılık Hizmetleri İçin Tercih Etmekteyim İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	31	11,5
Önemli değil	15	5,6
Fikrim yok	28	10,4
Önemli	46	17,0
Çok önemli	150	55,6
Toplam	270	100,0

Tablo-2'ye göre katılım bankacılığını tercih etmede faizsiz bankacılık hizmetleri olmasının tüketicilerin yaklaşık %73'ü faizsiz bankacılık hizmetleri olmasının önemli olduğunu değerlendirmektedir.

Tablo-3: Dini Hassasiyetler İçin Tercih Etmekteyim İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	35	13,0
Önemli değil	14	2,2
Fikrim yok	26	9,6
Önemli	52	19,3
Çok önemli	143	53,0
Toplam	270	100,0

Tablo-3'e göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin yaklaşık %73'ü dini hassasiyetlerinin önemli olduğunu değerlendirmektedir.

Tablo-4: Reklam ve Tanıtımlar Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	42	15,6
Önemli değil	44	16,3
Fikrim yok	70	25,9
Önemli	50	18,5
Çok önemli	44	23,7
Toplam	270	100,0

Tablo-4'e göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin %42,2'si reklam ve tanıtım faaliyetlerinin etkisi olduğu görüşüne sahip bulunmaktadır.

Tablo-5: Mobil Uygulamaların Kullanışlı Olması Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	20	7,4
Önemli değil	25	9,3
Fikrim yok	31	11,5
Önemli	67	24,8
Çok önemli	127	47,0
Toplam	270	100,0

Tablo-5'e göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin %71,8'si mobil uygulamaların kullanımlığının etkisi olduğu görüşüne sahip bulunmaktadır.

Tablo-6: Banka Ürün ve Hizmet Çeşitliliği Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	19	7,0
Önemli değil	26	9,6

Fikrim yok	37	13,7
Önemli	74	27,4
Çok önemli	114	42,2
Toplam	270	100,0

Tablo-6'ya göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin %69,6'sı bankanın ürün ve hizmet çeşitliliğinin bulunmasının etkisi olduğu görüşüne sahip bulunmaktadır.

Tablo-7 Banka Çalışanlarının Yaklaşımları Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	16	5,9
Önemli değil	9	3,3
Fikrim yok	30	11,1
Önemli	71	26,3
Çok önemli	144	53,3
Toplam	270	100,0

Tablo-7'ye göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin yaklaşık olarak %80'i banka çalışanlarının müşterilere yönelik yaklaşımlarının etkisi olduğu görüşüne sahip bulunmaktadır.

Tablo-8: Yakın Arkadaşların veya Çevrenin Tavsiyesi Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	28	10,4
Önemli değil	29	10,7
Fikrim yok	40	14,8
Önemli	80	29,6
Çok önemli	93	34,4
Toplam	270	100,0

Tablo-8'e göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin yaklaşık olarak %64'ü yakın arkadaşlarının veya çevrelerinin tavsiyesinin etkili olduğu görüşünü ifade etmişlerdir.

Tablo-9: Cazip Finansman Desteği ve Ödeme İmkânları Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	22	8,1
Önemli değil	19	7,0
Fikrim yok	34	12,6
Önemli	69	25,6
Çok önemli	126	46,7

Toplam	270	100,0

Tablo-9'a göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin %72,3'ü cazip finansman desteği ve ödeme imkânlarının etkili olduğu görüşünü ifade etmişlerdir.

Tablo-10: ATM Ağının Yaygın Olması Etkili Olmuştur İfadesine Katılım Düzeyi

	Frekans	***Yüzde (%)***
Hiç önemli değil	29	10,7
Önemli değil	28	10,4
Fikrim yok	32	11,9
Önemli	50	18,5
Çok önemli	131	48,5
Toplam	270	100,0

Tablo-10'a göre katılım bankacılığını tercih etmede müşterilerin %67'si bankanın ATM ağının yaygın olmasının etkili olduğu görüşünü ifade etmişlerdir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılım bankacılığı müşterilerinin banka tercihlerinin analiz edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada Van ilinde yaşamakta olan katılım bankası müşterisi bireylere ulaşılmıştır. Çalışmaya ilişkin verilerin analizinde güvenilirlik ve tanımlayıcı istatistikler analizleri yapılmıştır. Alan yazında yer alan çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan anket soruları 270 katılımcıya uygulanmıştır. Yapılan analizler neticesinde katılım bankacılığının tercih edilmesinde farklı sebeplerin ön plana çıktığı görülmüştür. Bu bakımdan elde edilen sonuçların katılım bankacılığı uygulayıcıları açısından farklı bakış açıları kazandırabileceği öngörülmektedir.

Müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmelerinde en önemli hususun "banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımları" olduğu görülmüştür. Sonrasında ise sırasıyla "faizsiz bankacılık sistemi", "dini hassasiyetler", "cazip finansman desteği ve ödeme imkânları" ve "mobil uygulamaların kullanışlı olması" faktörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Daha önceki çalışmalarda (Metawa ve Almossawi, 1998; Pilatin, 2022; Anaç ve Kaya; 2017) faizsiz bankacılık sistemi veya dini hassasiyetlerin katılım bankacılığı müşterilerin öncelikli tercih nedenleri olduğu görülürken bu çalışmada farklı olarak öncelikli tercih nedenin banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımları olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar Ramadan (2013) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Zira çalışmada Ürdünlü müşterilerin İslami bankaları tercih etmelerindeki en önemli faktörün güler yüzlü personel faktörü olduğunu görülmüştür. Söz konusu bu farklılığın uygulamanın tek bir şube müşterilerine yönelik olarak yapılmasından ve şube çalışanları ile müşterilerin ilişkilerinin güçlü olmasından kaynaklanabileceği de değerlendirilmektedir.

Araştırma sonucunda müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmelerinde en az etkili olan faktörlerin ise sırasıyla "reklam ve tanıtım faaliyetleri" ile "arkadaş ve yakın çevredekilerin tavsiyesi" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Marimuthu ve arkadaşları (2010)' da yapmış oldukları çalışmada bu kriterlerin İslami bankacılığın tercih edilmesinde diğer kriterlere göre daha az önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlardan hareketle katılım bankacılığı faaliyetlerinde pazarlama çabalarına daha fazla ağırlık verilmesinin önemli olacağı değerlendirilmektedir. Özellikle İslami finans sistemi ve işleyişi hakkında farkındalık oluşturmaya yönelik iletişim stratejilerinin geliştirilmesi yararlı olacaktır. Ayrıca katılım bankalarının hem sosyal medya mecralarında hem de eş, dost ve yakın çevre ortamlarında mevcut müşterilerinden destek alarak onların bilgi, görüş ve tecrübelerini paylaşabilmelerini sağlamaları da önemli katkılar sunacaktır.

Bu çalışma müşterilerin katılım bankacılığı tercihinde etkili olan faktörlerin analiz edilmesi amacıyla Van ilinde ve tek bir şube müşterilerine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Sonraki çalışmalarda ana kütlenin daha kapsayıcı olduğu ve daha genelleştirilebilir sonuçların elde edilebileceği çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Anaç, T., Kaya, F., (2017) Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 145

Aysan, A. F., Disli, M., & Ozturk, H. (2013). Integration of the participation banking legislations to the banking law and its influence on competition. *Afro Eurasian Studies*, *2*(1-2), 91-110.

Çemberlitaş, İ., & Karyağdı, N. G. (2022). Katılım Bankalarının Teverruk Finansman Yöntemini Kullandırmaları Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 364-382.

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). Multivariate data analysis (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Karapinar, A., & Dogan, I. C. (2015). An Analysis on the Performance of the Participation Banks in Turkey. *Accounting and Finance Research*, *4*(2), 24-33.

Kontot, K., Hamali, J., & Abdullah, F. (2016). Determining factors of customers' preferences: A case of deposit products in islamic banking. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *224*, 167-175.

Marimuthu, M., Chan, Wai Jing, Lim, Phei Gie, Low, Pey Mun ve Y. P. Tan, (2010). Islamic banking: Selection criteria and implications. Global Journal of Human Social Science, 10(4:1), 52-62.

Metawa, S. A., Almossawi, M. (1998). Banking behavior of İslamic bank customers: perspectives and implications. International Journal of Bank Marketing, 16(7), 299–313.

Naser, Kamal , Jamal, Ahmad ve Al-Khatib, Khalid (1999), "Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan", International Journal of Bank Marketing, 17(3), 135-151.

Özsoy, İ., Görmez, B., ve S. Melik (2013). Türkiye'de katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: Ampirik bir tetkik. Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 1(10), 187-206

Pilatin, A. (2022). Türkiye'de Katılım Bankacılığı Tercihi: Bölgesel Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *11*(3), 1042-1060.

Ramadan, Z. S. (2013). Jordanian criteria for ıslamic banks selection: Evidence from the jordanian banking sector. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 3(3), 139-145

Sayim, F., & Alakel, M. (2011). The Participation Banking And Its Comparison With Deposit Banking In The Turkish Finance Market. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, *3*(1).

TKKB(2023), https://tkbb.org.tr/sayfa/detay/hakkimizda/tarihce-856934 (Erişim tarihi: 03/11/2023)