



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

# Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

The Journal of Institute of Social Sciences



E-ISSN 2667-4750

Yıl: 2022 Sayı:

**49**



# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

SELÇUK UNIVERSITY  
THE JOURNAL OF INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

Yıl: 2022 - Aralık / Sayı: 49  
E-ISSN 2667 - 4750

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 49 • E-ISSN 2667-4750

### Sahibi / Owner

Selçuk Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına  
Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU

### Yazı İşleri Müdürü – Baş Editör / Editor-in- Chiefs

Prof. Dr. Şükrü BALCI

### Editör Yardımcısı / Editorial Asistants

Dr. Öğr. Üyesi Havva Nur TARAKCI - Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZGÜR  
Arş. Gör. Elif KAYA

### Editör Kurulu / Editorial Board

Dr. Öğr. Üyesi Ali AKGÜN - Dr. Öğr. Üyesi Havva Nur TARAKCI  
Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZGÜR - Arş. Gör. Elif KAYA

### Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Şükrü BALCI - Prof. Dr. Alexandra MUTIU - Prof. Dr. Joost PLATJE  
Prof. Dr. Karmen MEDICA - Prof. Dr. Miruna NACHESCU  
Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY - Prof. Dr. Özdemir KOÇAK - Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ  
Prof. Dr. Fatih MANGIR - Prof. Dr. Ahmet TARHAN - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN  
Prof. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN - Doç. Dr. Selcen ERDAL - Dr. Öğr. Üyesi Ali AKGÜN

### Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Fatih MANGIR - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Adnan ÇELİK Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Mustafa TOKER - Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Ahmet TARHAN - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Mehmet GÖKÜŞ - Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Osman KUNDURACI - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Gürcan Şevket AVCIOĞLU Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Onur BEKİROĞLU - Ondokuz Mayıs Üniversitesi - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN - Selçuk Üniversitesi  
Doç. Dr. Enes BAL - Necmettin Erbakan Üniversitesi - Prof. Dr. Rabia Köse DOĞAN - Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Barbara PİSKER - University of Zagreb - Doç. Dr. Hasan Ali POLAT - Necmettin Erbakan Üniversitesi

### Dil Editörleri / Language Editors

Doç. Dr. M. Salih GÜRAN (Gümüşhane Ü.) - Dr. Öğr. Üyesi Huri Deniz KARCI (Ankara Medipol Ü.)

### Danışman Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Metin AKSOY (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Alexandra MUTIU (University of Babeş Bolyai)  
Prof. Dr. Murat TÜRK (Osmaniye Korkut Ata Ü.) - Prof. Dr. Joost PLATJE (University of Wrocław)  
Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin E.Ü.) - Prof. Dr. Karmen MEDICA (University of Primorska)  
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Zülfiyar DAMLAPINAR (Hacı B. V. Ü.)  
Prof. Dr. Mahmut KARGIN (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Haluk DUMAN (Aksaray Ü.)  
Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Hüseyin ÇINAR (Yıldırım Beyazıt Ü.)  
Prof. Dr. Mehmet MUCUK (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Hakan AYDIN (Erciyes Ü.)  
Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. İzzet ÖZGENÇ (Ankara Hacı B. V. Ü.)  
Prof. Dr. Mustafa AKDAG (Erciyes Ü.) - Prof. Dr. Hamza ÇAKIR (Kırgızistan Manas Ü.)  
Prof. Dr. Mehmet ÖZ (Hacettepe Ü.) - Prof. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN (Pamukkale Ü.)  
Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Sakarya Ü.) - Prof. Dr. Aykut BEDÜK (Selçuk Ü.)  
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (KTO Karatay Ü.) - Prof. Dr. Mehmet Fatih KİRİŞÇİOĞLU (Hacı B. V. Ü.)  
Prof. Dr. Caner ARABACI (Necmettin E.Ü.) - Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN (Selçuk Ü.)  
Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Ü.) - Prof. Dr. Miruna NACHESCU (University of Timişoara)  
Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY (University of Baltimore) - Assist. Prof. Luca FERRI (University of Naples Federico II)  
Prof. Dr. Barbara PİSKER - (University of Zagreb)

### Yazışma Adresi / Contacts

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Editörlüğü  
42060 Selçuklu – KONYA  
Tel: 0.332.241 05 21 & Fax: 0.332.241 05 24

**Kapak:** Abdullah Gümüş

**Dizgi:** Ahmet Önder Erdoğan

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda üç defa yayınlanan (Nisan, Ağustos ve Aralık) Uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimizde yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

### Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin dizinlendiği veri tabanları:

TÜBİTAK - ULAKBİM TR Dizin, MLA, İSAM (Türkiye Diyanet Vakfı - İslam Araştırmaları Merkezi),  
Tei (Türk Eğitim İndeksi), EBSCO, DRJI (Directory of Research Journals Indexing),  
Academic Resource Index (Research Bib), ERIHPLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences)

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 49 • E-ISSN 2667-4750

### Bu Sayının Hakemleri

- Prof.Dr. And Algül Üsküdar Üniversitesi  
Prof.Dr. Ayhan Biber İstanbul Arel Üniversitesi  
Prof.Dr. Birol Gülnar Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr. Damla Demiröz İstanbul Üniversitesi  
Prof.Dr. Erdal Dağtaş Anadolu Üniversitesi  
Prof.Dr. Gamze Öksüz Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof.Dr. Gürsoy Şahin Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Prof.Dr. Haluk Duman Aksaray Üniversitesi  
Prof.Dr. Hasan Güllüpunar Süleyman Demirel Üniversitesi  
Prof.Dr. Hayati Tüfekçioğlu İstanbul Arel Üniversitesi  
Prof. İbrahim Çoban Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr. İhsan Bulut Akdeniz Üniversitesi  
Prof.Dr. Mehmet Bayartan İstanbul Üniversitesi  
Prof.Dr. Mehmet Nejat Özüpek Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr. Mustafa Şeker Akdeniz Üniversitesi  
Prof.Dr. Naile Hacızade Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr. Neslihan Kıyar Kocaeli Üniversitesi  
Prof.Dr. Orhan Çoban Gaziantep Üniversitesi  
Prof.Dr. Ömer Bakan Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr. Rabia Aktaş Manisa Celal Bayar Üniversitesi  
Prof.Dr. Saliha Ağaç Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof.Dr. Savaş Çevik Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr. Ümit Arklan Süleyman Demirel Üniversitesi  
Prof.Dr. Vedat Çakır Selçuk Üniversitesi  
Doç.Dr. Ahmet Oktan Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Doç.Dr. Ahmet Tuncay Erdem Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
Doç.Dr. Ali Murat Kırık Marmara Üniversitesi  
Doç.Dr. Asiye Ata Atatürk Üniversitesi  
Doç.Dr. Ayşe Yanardağ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Doç.Dr. Bilsen Bilgili Kocaeli Üniversitesi  
Doç.Dr. Resul Babaoğlu İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi  
Doç.Dr. Ebru Güzel Fenerbahçe Üniversitesi  
Doç.Dr. Eda Sezerer Albayrak KTO Karatay Üniversitesi  
Doç.Dr. Emrah Özsoy Sakarya Üniversitesi  
Doç.Dr. Fatma Gürsoy İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi  
Doç.Dr. Hacer Aker Selçuk Üniversitesi  
Doç.Dr. Hatice Derya Arslan Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr. İbrahim Kelağa Trakya Üniversitesi  
Doç.Dr. Leyla Çiğdem Dalkılıç Ankara Üniversitesi  
Doç.Dr. Melike Arslan Atatürk Üniversitesi  
Doç.Dr. Mevlüde Nur Erdem Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Doç.Dr. Nuri Paşa Özer Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr. Oğuzhan Aytaç Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi  
Doç.Dr. Onur Taydaş Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Doç.Dr. Özlem Akkaya Yeditepe Üniversitesi  
Doç.Dr. Rabia Gürsel Yaktıl Oğuz Anadolu Üniversitesi  
Doç.Dr. Ramazan Göröl Selçuk Üniversitesi  
Doç.Dr. Selin Tüzün Ateşalp Marmara Üniversitesi  
Doç.Dr. Şerife Ebru Okuyucu Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Doç.Dr. Yasemin Özkent Selçuk Üniversitesi  
Doç.Dr. Zühal Fidan Barıtcı Aksaray Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Meryem Geçimli Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Mine Sungur Selçuk Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Nihat Doğanalp Selçuk Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Ümit Eser Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Dr. Lütfi Sürücü European Leadership University

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 49 • E-ISSN 2667-4750

### İÇİNDEKİLER

Antonis Samarakis'in "Nehir" Öyküsünde Su  
İmgesi

(Araştırma)

The Water Image in the Story of Antonis  
Samarakis's "The River"

**Özlem Atay**  
1 – 9

Lider-Üye Etkileşimi, Algılanan Kurumsal Destek  
ve Görev Performansı Arasındaki İlişki

(Araştırma)

The Relationship between LMX, Perceived  
Organizational Support and Task Performance

**Semih Derelioğlu**  
10 – 25

Yönetim Muhasebesi Başlığı Altında Yayımlanan  
Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

(Araştırma)

Bibliometric Analysis of Academic Studies  
Published Under the Title of Management  
Accounting

**Mustafa İyibildiren**  
26 – 47

Çizgi Filmlerde Toplumsal Cinsiyet Rollerini, Kalıp  
Yargılar ve Karakterlerin Kurgu Dağılımı Üzerine  
Bir Analiz: TRT Çocuk Kanalı Örneği

(Araştırma)

An Analysis on Gender Roles, Mold Jurisdictions,  
and the Fiction Distribution of Characters in  
Cartoons: The Example of TRT Children's  
Channel

**Hülya Semiz Türkoğlu – Süleyman Türkoğlu**  
48 – 65

Yerel Yönetimlerin Halkla İlişkiler Amaçlı Twitter  
Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri ve Belediye  
Başkanları Üzerine Bir Analiz

(Araştırma)

Local Governments' Use of Twitter for Public  
Relations: An Analysis on Metropolitan  
Municipalities and Mayors

**Ahmet Tarhan – Sevgi Kırca – Engincan Doğmuş**  
66 – 86

Investigation of Reasons for Preferring Small  
Houses Built in Konya

(Araştırma)

Konya'da Üretilen Küçük Konutların Tercih  
Edilme Nedenlerinin İncelenmesi

**Hatice Çınar – Kerim Çınar**

87 – 99

Turist Rehberlerine Yönelik Turist Nezaketsizliği  
ve Rehberlerin Nezaketsiz Davranışlara İlişkin  
Tepkileri

(Araştırma)

Tourist Incivility for Tourist Guides and Reaction  
of Tourist Guides Towards Uncivil Behaviours

**Nuray Tetik Dinç – Arzu Balıkoğlu – Hasret Ulusoy Mutlu**

100 – 117

Tarihsel Bir Çerçeve de Ekonomik Coğrafya'nın  
Değişen ve Dönüşen Boyutları

(Araştırma)

Changing and Transforming Dimensions of  
Economic Geography in a Historical Framework

**Ömer Şen**

118 – 128

Potsdam Konferansı Sırasında İngiltere'de  
Meydana Gelen Hükümet Değişimi Ekseninde  
Türk Dış Politikası

(Araştırma)

Turkish Foreign Policy on the Axis of the Change  
of Government in England During the Potsdam  
Conference

**Mehtap Başarır**

129 – 145

Bir Şâkirdin Kaleminden Osmanlı Ticârî Coğrafyası

(Araştırma)

Ottoman Commercial Geography From a  
Students' Pen

**Ülkü Yancı**

146 – 160

Ağ Toplularında Gündelik Yaşamın  
“Kusursuzluğu”

(Araştırma)

“The Flawlessness” of Daily Life in Network  
Societies

**Ebru Güzel**  
161 – 174

Determination of Digital Density Efficiency by  
Data Envelopment Analysis: EU Member States

(Araştırma)

Veri Zarflama Analizi ile Dijital Yoğunluk  
Etkinliğinin Belirlenmesi: AB Ülkeleri

**Esra Gökçen Kaygısız**  
175 – 190

Dini Yapıların Dönüştürülmesinde Mevcut Yapı  
Bileşenlerinin Yeni İşlevdeki Karşılıkları: Kilise ve  
Cami Dönüşümleri

(Araştırma)

Conversions of Existing Building Components in  
New Function in Transformation of Religious  
Buildings: Church and Mosque Transformations

**Canan Solak – Şerife Ebru Okuyucu**  
191 – 211

Çevre(cilik) Hareketi Olarak Sosyal Medyada Sıfır  
Atık Hareketi

(Araştırma)

The Zero Waste Movement in Social Media as the  
Environmental(ism) Movement

**Hüseyin Yaşa**  
212 – 230

Savaşın Söylemi, Söylemin Savaşı: Sputnik Haber  
Ajansının Rusya-Ukrayna Çatışması Haberlerinin  
Söylemi

(Araştırma)

The Discourse of War, the War of Discourse: The  
Discourse of the Russia-Ukraine Conflict News by  
Sputnik News Agency

**Abdulkadir Gölcü – Altynai Nurlanova**  
231 – 250

Sosyal Medya ve Yeni Toplumsal Hareketler  
İlişkisi: George Floyd Örneğinde Bir Analiz

The Relationship of Social Media and New Social  
Movements: an Analysis in The Case of George  
Floyd

(Araştırma)

**Şeydanur Başkır – Mustafa Akdağ**  
251 – 263

Tekstil ve Moda Tasarımı Lisans Programlarına  
Yetenek Sınavı veya Merkezi Yerleştirme ile Gelen  
Öğrencilerin Mesleki Yeterliliklere Ulaşma  
Düzeylerinin Karşılaştırılması

Comparison of Achievement Levels of Vocational  
Qualifications of Students Who Come to Textile  
and Fashion Design Undergraduate Programs with  
Abtitude Test or Placement Exam

(Araştırma)

**Derya Çelik – Nurgül Kılınç**  
264 – 274

Resim Sanatında Pan'dan Manzaranın Doğuşu

The Birth of Landscape from Pan in the Art of  
Painting

(Araştırma)

**Nesli Türk**  
275 – 299

The University Students' Awareness of  
Hyperreality on Social Media and Problematic  
Social Media Usage: A Qualitative Study

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada  
Hipergerçeklik ve Problemlü Sosyal Medya  
Kullanımı Açısından Farkındalıkları: Nitel Bir  
Çalışma

(Araştırma)

**Huri Deniz Karcı**  
300 – 314

Türkiye Spor Toto Süper Lig'de Yer Alan Futbol  
Kulüplerinin Twitter Kullanım Pratiklerinin  
İncelenmesi

Analyzing of Twitter Usage Practices of football  
Clubs in Turkish Spor Toto Super League

(Araştırma)

**Atacan Şimşek – Ahmet Koçak**  
315 – 332



Dijitalleşme Sürecinde Değişen Eğitim Pratikleri ve  
Bu Değişimin Taraflara Etkisi

Changing Education Practices in the Digitalization  
Process and the Effect of This Change on the  
Parties

(Araştırma)

**Serpil Kır Elitaş – Mehmet Ferhat Sönmez**  
333 – 344

Maslow 2.0 Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi  
Bağlamında Dijital Okuryazarlık ve Pozitif  
Psikolojik Sermaye İlişkisi: İmalat Sektöründe Bir  
Araştırma

The Relationship Between Digital Literacy and  
Positive Psychological Capital in the Context of  
Maslow 2.0 Hierarchy of Digital Needs: A Study in  
the Manufacturing Industry

(Araştırma)

**Turgut Emre Akyazı**  
345 – 363

Çeviri Stratejilerinden Ya. İ. Retsker'in Sözcüksel  
Çeviri Dönüşümleri: Suç ve Ceza Örneği

Ya. I. Retsker's Lexical Translation  
Transformations of The Translation Strategies: The  
Case of Crime and Punishment

(Araştırma)

**Nuray Dönmez**  
364 – 378

Women in Working Life and Overview of Studies  
on This Theme with "Glass Ceiling" Concept

Çalışma Hayatında Kadın ve "Cam Tavan"  
Kavramı ile Konuya Yönelik Yapılan Araştırmalara  
Genel Bakış

(Derleme)

**Ebru Çitil**  
379 – 391

Davranışsal İletişim Araştırmalarında Aracılık  
Testine Genel Bir Bakış

An Overview of Mediation Testing in Behavioural  
Communication Research

(Derleme)

**Fatih Çelik**  
392 – 410

**Dergi Yazım Kuralları**  
411 – 413

## Antonis Samarakis'in "Nehir" Öyküsünde Su İmgesi

Özlem ATAY\* 

### ÖZ

Çağdaş Yunan Edebiyat Tarihinde Savaş Sonrası Kuşak (1945- 1967) olarak adlandırılan kuşakta edebi eserler veren Atina doğumlu Antonis Samarakis bu kuşakta yazan pek çok edebiyatçı gibi 2. Dünya Savaşı, Alman İşgali, Direniş, Yunan İç savaşı gibi Yunanistan tarihinin dönüm noktalarına şahit olmuştur. Yazar, bahsi geçen tarihi ve toplumsal olayları kurgu dünyada yeniden yaratır ve okura sunar. Öykü alanında yalın, abartıdan uzak yer yer okurun kalbini sıkıştıran, onu rahatsız eden fakat mutlak suretle düşünmeye teşvik eden bir anlatı benimser. Öykülerinde modern dünyanın birey üzerinde yarattığı baskı ve endişeye, günümüz bireyinin etik olarak duyarsızlaşmasına yer verir. Umut arayıcısı olan Antonis Samarakis, insana olan inancını her daim korumaya çalışır.

Çalışmada ilk baskısı 1954 senesinde gerçekleşen Umut Aranıyor (Zitite Elpis) adlı öykü derlemesinde yer alan "Nehir" adlı öykü incelenecektir. Öykü yer, mekân, zaman, kimlik tanımlaması yapılmadan bir nehrin iki kıyısında yer alan iki farklı millete ait askerler ve onlardan bir tanesi olan henüz yirmi üç yaşını doldurmamış isimsiz askerın trajik hikayesini anlatır. Eser Çağdaş Yunan Edebiyatı'nın savaş karşıtı eserleri arasında kabul edilir.

Nehir (Potami) adlı öykü su imgesi çerçevesinde incelenecektir. Kavram ve varlıkların yeniden anlamlandırması olan imge, anlatıda su üzerinde şekil bulacak, değişecek, dönüşecek ve pek çok farklı anlamla yeniden şekillenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Antonis Samarakis, Nehir, Çağdaş Yunan Edebiyatı, Öykü, Su İmgesi, Edebiyatta İmge

## The Water Image in the Story of Antonis Samarakis's "The River"

### ABSTRACT

Antonis Samarakis, born in Athens, who produced literary works in the generation which called the Post-War Generation in History of Modern Greek Literary (1945-1967), witnessed the turning points of Greek history such as World War II, German Occupation, Resistance, Greek Civil War, like many writers who wrote in the Post-War generation. He wrote this testimony in his works with the strength he got from his art and shed light on the dark face of the period. In the field of story, the author adopts a simple, far from exaggeration, a narrative that pinches the reader's heart from time to time, disturbs him, but definitely encourages him to think. In his stories, the pressure and anxiety of the modern world on the individual includes the ethical depersonalization of today's individual. Antonis Samarakis, a hope-seeker, always tries to maintain her faith in humanity.

In the study, "The River", in the short story collection called Wanted Hope (Zitite Elpis), first published in 1954, will be examined. The subject of the story is the tragic story of the soldiers of two different nationalities, who are on the two banks of a river without identifying the place, place, time, and identity, and one of them, an anonymous soldier who has not yet completed the age of twenty-three. The work is considered among the anti-war works of Modern Greek Literature.

The story called The River (Potami) will be analyzed within the framework of the water image. The image, which is the re-interpretation of concepts and entities, will take shape, change, transform and be reshaped with many different meanings on water in the narrative.

**Keywords:** Antonis Samarakis, The River, Modern Greek Literature, Story, The Image of the Water, Imagery in Literature

### 1. Giriş

Çağdaş Yunan Edebiyatı'nın önde gelen öykü yazarlarından olan Antonis Samarakis, 1919 senesinde Atina'da dünyaya gelir. 2003 senesinde vefat eder. Hukuk eğitimi alır. Daha sonra Çalışma Bakanlığı'nda çalışmaya başlar. 1936 senesinde Yunanistan'da askeri darbe ile gerçekleşen İoannis Mektaksas yönetiminde görevini bırakır. Metaksas Diktatörlüğünde, faaliyetlerinden dolayı yargılanır. 1944 senesinde ölüme mahkûm edilir. Fakat kurtulmayı başarır. 1945 senesinde geri döndüğünde 1963 yılına kadar çalışır. Çalışma ve göçmenlik konularında uluslararası toplantılara Yunanistan temsilcisi olarak katılır. 1963 senesinde Eleni Kourebana ile evlenir. 1968-1969 döneminde, Uluslararası Çalışma Grubu'nda Afrika ülkelerine giden uzman bir heyeti yönetir. UNESCO temsilcisi olarak Etiyopya'da ülke sakinlerinin sorunlarının çözümü için uluslararası seferberlik sağlamak amacıyla aktif olarak faaliyetlere katkı sağlar ve Sınır Tanımayan Doktorlar'ın gönüllü elçisi olur (Ziras, 2007, s. 1968). Bu bilgiler yazarın merkez noktasını oluşturan hümanizmin izlerini eserlerinde kavrayabilmek adına yol göstericidir. 1967-1974 yıllarında Albaylar Cuntası'na karşı özgürlük ve insan hakları için mücadele sergiler (Loutzis, 2017, s. 201).

\* Arş. Gör., Ankara Üniversitesi, oatay@ankara.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 24.08.2022

Samarakis, savaş konusundaki düşüncelerini “yeryüzünde herhangi bir çocuk kabuslarında savaş görüyorsa, bizler nasıl hayal kurabiliriz?” cümlesi ile ifade etmiştir (Giosa, 2017, s. 207).

Yazar, çocukluk çağlarından itibaren en kıymetli öğretmenini “yol” olarak tanımlar. Zira yol ona diğerleriyle, sıradan hayat hikayelerine sahip insanlarla günlük hayata katılmayı öğretir. Üstelik bu katılım pasif bir şekilde değil, şimdinin tadına vararak, fakat aynı zamanda yazarın canını yakarak gerçekleşir (Samarakis, 1996, s. 83). Çünkü bu yolda pek çok gerçek ve travmatik hikâye ile karşılaşır. Edebiyat sahnesine ise ilk kez 1930'ların başında Paidikos Kosmos ve Diaplasis ton Paidon adlı dergilerde şiirleriyle çıkar. Daha sonra Nea Estia, Ksekinima, Neoellinika Grammata gibi filoloji dergilerinde eserleri yayımlanır. Kendisine Yunanistan'da yer alan Atina, Patra ve Yanya üniversitelerinden fahri doktora verilir. Yazar Çağdaş Yunan Edebiyatında Savaş Sonrası Kuşak (Metapolemiki Genia) olarak adlandırılan kuşağın yazarları içine dahil edilmektedir. Tarih ve edebiyat birlikteliğinin yoğun bir şekilde hissedildiği bu dönem Çağdaş Yunan Edebiyatı'nda 1945- 1967 seneleri arasında tarihlendirilir. Bu dönemde edebiyatçıları hem yaşamlarında hem de edebi üretimlerinde travmatik bir şekilde etkileyen 2. Dünya Savaşı, Alman İşgali, Yunan İç Savaşı yaşanmıştır. Edebiyatçılar, bu buhranlı ortamda edebi üretimleriyle topluma dokunmaya çalışarak güçlü bir toplumsal katılım ve sorumluluk duygusu taşırlar. Savaş Sonrası Edebiyatta yer alan eserlerde çıkışı olmayan bir şimdide ve geleceğin belirsizliğinde, geçmişe ait yaşantıların izlerine rastlanılır (Moullas, 2000, s. 342).

## 2. Antonis Samarakis

Savaş sonrası kuşağın önemli temsilcilerinden olan Antonis Samarakis şiirler, öyküler ve romanlar kaleme alır. Yayımlanan öyküleri: Zitiite Elpis (Umut Aranıyor) 1954, Arnoumai (Reddediyorum) 1961, To Diavatio (Pasaport) 1973. Romanları ise; Sima Kindinou (Tehlike İşareti) 1959 ve Yanlış 'tır. (1965) Eserleri pek çok dile tercüme edilmiştir. Samarakis 1962 senesinde Devlet Öykü Ödülü'nü, 1966'da On ikiler roman ödülünü, 1970'te Fransa Polisiye Edebiyat Ödülü'nü, 1995 yılında Fransa Devlet Edebiyat ve Sanat Ödülü'nü almıştır (Ziras, 2007, s. 1968). Yunan Yazar Aleksandros Kotzias'a göre Antonis Samarakis için toplumsal bilincin öykücüsü demek yanlış olmaz. Yaşadığı savaşlar çağını ironik bir dille yeniden kurgularken eleştirir. Hikayelerinde eleştirdiği unsurları işaret etmek için karakterler kimi zaman bir ağacı söker, kimi zaman da kendi icatlarını yok eder, kimi zamanda, ele geçirdiklerinden kaçarlar (Kotzias, 1988, s. 142). Fakat yazar içinde bulunduğu şartlar çetinleştikçe, kalemiyle okura teselli verir ve istikbal için ümit dolu mesajlar vererek bulunduğu karanlık ortamda adeta bir fener vazifesi görür. Bu şekilde insanları umutsuzluğun kör dehlizlerinden çıkarır. “Umut Aranıyor” adlı öyküsünde 2. Dünya Savaşı'ndan henüz çıkan Yunanistan'da kasvetli bir kahvehane köşesinde savaşı, kötüleşen ekonomiyi anlatan haberleri, bunlara bağlı gelişen intihar vakalarını ve hemen arkasından tüm vurdum duymazlığıyla bir alt satıra yazılan sosyete haberlerini okuduğu gazeteye tam da artık umut yok dediği bir anda hayır hayır böyle olmayacak diyerek eline bir kağıt kalem alıp “Yazı makinası aranıyor”, “Saf İran halısı aranıyor”, “İyi durumda cip aranıyor” ilanlarının altında yayınlanması için aceleyle baskıya yetişmek üzere “Umut Aranıyor” yazan yine Antonis Samarakis'in karakterlerinden bir tanesi değil midir?

Yazar Pinolopi Giosa, Samarakis için yaşamın özünü oluşturan unsurun insanlara tutku ve hayallerini aktarmak olduğundan bahseder. Bu tutku insanları zorluklarla mücadeleye teşvik eder. Samarakis'i gençleri hayallerine ulaşmaları için uyandıran Yunanistan ve dünya üzerinde esen bir rüzgâra benzetir. Meydana getirdiği eserler, gelecek nesillerin ruhunda kök salar ve filizlenir. Sanatçı gelecek nesillere mirasını bu şekilde bırakır (Giosa, 2017, s. 207).

Yazarın karakterleri sıradan insanlardır. Eserlerinde modern çağda insanın yalnızlaşması ve yabancılaşması, savaşlar, felaketler, mali buhranlar, baskılar karşısındaki Yunan toplumunu anlatılır. Samarakis insana dair uğraşını, kurgusunda yalın, süsten ve abartıdan uzak, kimi zaman ironi dolu fakat fevkalade bir derinlikle tamamlar. Samarakis'in karakterleri özgürlük için savaşıyor, zihinsel denge ve ahlaki bütünlüğü korumak için her yolu dostluk, sevgi ve inançla denerler (Mastrodimitris, 2010, s. 244). Yazar insana olan saygısı ile farkındalık geliştirir ve onun varoluşsal kaygılarına değinir. Eserlerinde günlük hayat kurgusu genellikle karakterleri içine hapseden bir hapisane gibi tasvir edilir. Kahramanlar günlük hayatın dar çerçevesinde üzeri örtülmüş bir umudun peşine düşerler (Niarchos, 2000, s. 76).

Samarakis eserlerinde adil/ adil olmayan, mantıklı/ mantıksız gibi tezat kavramları insanı merkeze alarak değerlendirir. Yazım eksenini oluşturan konulardan bir tanesi de insanın daha iyi bir hayat ve gelecek için çektiği cefadır. Kalem aldıklarında okuyucusunu şaşırtmaktan keyif duyan bir hal hissedilir. Hikâyenin başlarında olaylar kendi seyri içinde sunulur. Fakat yazar hikayesinin gelişme kısmında hikayesini okuyucuyu şaşırtacak şekilde kurgulamaya başlar. Zira beklenmeyen, okurda duygusal uyaran işlevi görür (Dermitzakis, 2000, s. 332).

Karakterlerden pek çoğu hikâye boyunca bir dönüşüm sürecinden geçer. Dünya görüşlerini değiştirirler ve başka bir ideoloji benimserler. Yazar bunu sinematografik şekilde, sahneler arasında geçiş yaparak sağlar. Okuyucuyu meraklandırır ve onu da sahnelerin içine dahil etmeye çalışır. Yazar bu şekilde, yalnızca okurun ilgisini canlı tutmayı seçmez, aynı zamanda eserlerinin derin anlamını ve nihai amacını vurgular. Yazar, her dilden, renkten, ideolojiden insana özellikle güçsüzlere, çocuklara ve dünya barışının korunmasına karşı gösterdiği ihtimamla dikkat çeker. Toplumsal ve ahlaki yıkım karşısında kahramanları aracılığı ile toplumu dinler, onların sorunlarını çözmeye çalışır. Bir anlamda kahramanları vasıtasıyla içinde bulunduğu dünyanın kötü taraflarını reddeder. Ataletin ve eylemsizliğin eyleme dönüşmesini arzu eder (Karvelis, 1988, s. 57).

### 3. Su – Nehir İmgesi

Öykü konusunu savaştan alır. Kimlikleri bilinmeyen gruplar arasında savaş iki buçuk senedir devam etmektedir. Devam eden savaşın son üç haftasında bir nehrin iki kıyasına iki farklı askeri birlik tarafından kamp kurulur. Eserde bu kamplardan bir tanesinde yer alan savaşın yok ettiği ama ismi bilinmeyen nicelerinden biri olan yirmi üç yaşındaki bir askerın karşı grupta yer alan bir asker tarafından öldürülmesinin trajik hikayesi anlatılmaktadır. Kimliklerin, yer ve zamanın açıklanmaması ise öyküyü zamansız olarak evrensel bir boyuta taşır.

Çalışmanın metodolojisinden bahsetmek gerekirse öykü imgesel çerçevede incelenecektir. Öyleyse imge kavramını ana hatlarıyla açıklayarak çalışmanın eksenini oluşturacak unsur hakkında bilgi vermek faydalı olacaktır. İmge hem entelektüel hem duygusal, öznel ve nesnel öğelerin katıldığı, bireysel yahut ortak bir betimlemedir (Rousseau, 1994, s. 68). İmge okuru bireysel veya kolektif bir şekilde yeniden tasavvur etmeye sevk eder ve yeni bir tasarım meydana getirir. Bu kavram zihinde tasarlanan, bilinçte beliren nesne ve olaylardan (TDK, 2022) kaynağını alır, yer bakımından gerçek, tasarım bakımından kurgu olana işaret eder. İmge kavramının sınırları ve bir imgenin tahlili üzerine yapılan çalışmalar hayal gücünün sınırsızlığıyla eş oranlıdır. Öyleyse edebi bir metinde yaratılan her imge hem onu sunanın hem de onu okuyanın zihninde pek çok kez farklı şekillerde tekrar yaratılır. Bu bilgiler ışığında imgenin değişebilen ve kendi içinde tekrar farklı yaratımlara açık bir yapısı olduğunu söylemek mümkündür. Bu durumda imgelerin dışarıdan gelenin içeride olanı şekillendirdiği, içeride olanın ise dışarıyı yarattığı ve bu durumun tekrar edildiği bir yansıma merkezi (Gür, 2013, s. 43) oldukları söylenebilir.

Edebi anlatılarda ise imgeler sanatçının hayallerini, duygu ve ideolojilerini barındırır ve kendilerini bir nevi kelimelerin içine hapsederler. Sanatçı ise yarattığı imgelerle okurun onu keşfetmesini, saklandığı sözcüklerin arasından kendisini gün ışığına çıkartmasını bekler. Böylece okur, edebi metinler aracılığıyla, anlatıcının nasıl hissedip, düşündüğünü öğrenir. Bu özümseme ve devamında gelişen sentez sonucunda imge, herkesin işaret ettiği kelimelere daha özel ve derin anlamlar yükler. Çalışmanın çerçevesini belirlerken, öyküde su imgesinin tahlil edileceğini, sınırların daha kesin hatlarla çizilmesi gerekirse, incelenecek imgenin öykünün omurgasını oluşturan nehir imgesi olduğunu belirtmek gerekir. Dört elementten biri olan su Antonis Samarakis'in "Nehir" öyküsünde nehir formu üzerinden okuyucuya sunulur. Öykünün zaman zaman kıyasına bazen de üzerine kurgulandığı nehir anlatı boyunca pek çok farklı anlam barındırarak karşımıza çıkmaktadır. Öyküdeki olaylar nehre doğru ve nehirle birlikte seyir alır. Nehir, ete kemiğe bürünerek vücut bulmaktadır. Nehir öyküde pek çok farklı formda okura sunulur, anlatı boyunca okuru imgesel bir yolculuğun içine sürükler. Nehir imgesinin tahliline öyküye bir zemin sağlayan işlevinden bahsedilerek başlanacaktır. Bu işleviyle nehir anlatıya bir yer oluşturarak olayların dramatize edilmesi için sahne görevi görür ve kendi alanı ile sınırlı kalmayıp denizlere, göllere, daha büyük akarsulara dökülen suları temsil eder. Bir lokasyon olarak kullanılan nehrin kıyıları yani onun dış dünyaya eklenilen parçalarını ise düşman askerlerinin mevzileri oluşturur. Nehir burada ayırıcı bir rol oynar

düşman cephelerini iki grubu ayırmaktadır. Sınırları belirler, aslında bir taraftan farklı grupları ayırarak, onları birbirinden uzak tutma eylemini gerçekleştirmekte, her iki grubu da tehlikeden uzaklaştırmaktadır. Tehlikeli olan ise nehre girmek ve yaklaşmaktır. Belirlenen mesafeye riayet edildiğinde nehir tehlikeden uzaklaştırıcı yönünü muhafaza etmektedir. Öyleyse nehir imgesi kurgunun başında ayırıcı özelliğe sahip, kendisine yaklaşmanın hayati tehlike barındırdığı bir imge olarak verilmektedir. Bu yönüyle su imgesi ölmeye davettir; temel maddesel sığınaklardan birine kavuşmamızı sağlayan özel bir ölüme olan davettir (Bachelard, 2006, s. 67). Davete icabetin getirecekleri anlatıda açıkça gösterilir.

“Emir açıktı: Nehre girmek ve iki yüz metreden fazla yaklaşmak yasaktı. Emir hiçbir yanlış anlamaya yol açmayacak şekilde belirtiliyordu. Emre karşı çıkan askeri mahkemede yargılanacaktı.” (Samarakis, 2013, s. 19)<sup>1</sup>

Yukarıda yer alan cümlelerle başlayan öyküde, anlatının başlangıcında “medias res” metodu kullanılarak anlatım olay öyküsünün en vurucu noktasından başlatılır ve böylece öyküye askeri bir emir ile giriş yapılır. Nehrin her iki tarafında da askerleri kamufle eden ağaçlar vardır. Tabiat unsurlarından insanı himaye etmesi hususunda faydalanılır. Orman nehrin doğadaki eşlikçisidir. Askerler bir savaş ortamında bulunmalarına tezat şekilde ataletle kapılmış şekilde tasvir edilir. Nehrin durgunluğu askerlere sirayet etmiştir. Nehrin durgunluğu, imgesel açıdan zamanın yavaşlatılmasına ve karakterlerin bir nevi gerçek dünyadan uzaklaştırılmasına müsaade etmektedir. Bu durgunluk hali aynı zamanda savaşların zamanın akışını dondurup, insanı içine hapsedmesine işaret etmektedir. Nehrin yer aldığı coğrafya, ülke ve konumdan bahsedilmez. Aynı şekilde savaşın hangi milletler arasında vuku bulduğuna, milletlerin kimliklerine, karakterlerin isimlerine yer verilmez. Samarakis'in göstergelerinden bir tanesi olacak şekilde aslında aramızda bizden birisi olabilecek, günlük hayatın içinden anonim bir karakter kurgulanır. Kendisinden yer yer asker olarak bahsedilir. Karakterler isimsiz olsa da kimi zaman askeri unvanlar kullanılır. Zaman açısından bir tahlil yapıldığında tıpkı kimlikler ve yer gibi zaman da belirsizdir. Zaman göstergesi olarak yalnızca bahsi geçen savaşın iki buçuk senedir devam ettiği ve askerlerin nehir kıyısına geldiklerinin üzerinden ise üç hafta geçtiği ifadesi yer almaktadır.

“Üç hafta! Nasıl da geçmişti üç hafta! İki buçuk yıldır süren savaşta böyle bir dönem hatırlamıyorlardı. Nehre ilk geldiklerinde hava hala soğuktu. Son birkaç gün ise daha iyiye gidiyordu. Artık ilkbahar!” (Samarakis, 2013, s. 20)

Zamanın gösterim şekli askerlerin tahammül seviyesi ile ilişkilendirilir. Savaş içinde zaman mefhumunu kaybeden askerler için nehir kenarına geldikleri süreci gösteren üç hafta ise sabırsızlığın ve akan zamana olan başkaldırının gösterimidir. Yasakların kasvetli ruhuna tezat bir şekilde, doğa şartları da nehrin cazibesini arttırır. Kara kış artık yerini bahara bırakmıştır. Anlatıda doğanın uyanmasına, canlanmasına işaret eden bahar aynı zamanda doğanın bir parçası olan insanın da duygularının canlanmasını göstermektedir.

Tehlikeyi sembolize eden “Öteki” kıyıda düşman vardır zira onlar herkes tarafından “öteki” olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada hem coğrafya hem insan ötekileştirilmekte ve ötekiyle olan sınırı ise bahsi geçen nehir belirlemektedir. Öyleyse nehrin bir işlevi ise farklı, öteki olanla “beni” ayırmaktır. Emir kelimesi öykü boyunca tekrarlanarak leitmotiv olarak kullanılır. Bu şekilde emrin buyurgan etkisinin okuyucu tarafından duyumsanması sağlanır. Zaman zaman karşı kıyıda haberler gelir. Alınan bilgilere göre iki bölükleri vardır, fakat savaşmaya pek niyetleri yoktur. Kim bilir nasıl planları vardır! (Samarakis, 2013, s. 20) Bu şekilde anlatıcı, bir olgunun algılanmasındaki etkileşimler bütününe (Ulağı, 2006, s. 73) işaret edecek şekilde öteki imgesinin içeri anlatısında doldurur. Kişinin değer yargıları, bilinç altı, inançlarına göre şekillenen imge tam da bu sebeple değişken bir karaktere sahip olup bir algının sonucunda, aslında bir kurguyu yani gerçek olmayı meydana getirir. Öyleyse anlatıcının öteki hakkındaki düşüncelerini varsayımları ve gerçekliğinin teyit edilmediği bilgiler oluşturmaktadır. Öteki hakkında yapılan yorumlar bölük içinde devam ederken, anlatının başlangıcını oluşturan nehre girme yasağı devam etmektedir. Emir, öykü ilerledikçe askerler için nehri bir çekim merkezi haline getirir. Nehir tüm dinginliği ile ruhları ve bedenleri yorgun düşmüş askerleri serin sularında rahatlatmaya bir nebze de olsa dertlerinden uzaklaşmaya davet etmektedir. Davete ilk cevap veren isimsiz bir çavuştur.

<sup>1</sup> Çalışmada kullanılan, orijinal metni Yunanca olan “Potami” adlı öyküden yapılan alıntıların Türkçe’ye tercümesi tarafımdan yapılmıştır.

“İlk önce çavuş sessizce bir sabah erkenden kayboldu ve nehrin sularına daldı. Kısa bir süre sonra göğsünde iki kurşunla sürünerek bölüğüne döndü. Çok uzun yaşamadı.” (Samarakis, 2013, s. 20).

Anlatılanların ürpertici tonuna rağmen anlatıcı serinkanlı ifadesini elden bırakmaz. İlk askerin emre itaatsizliği ile anlatıdaki ilk kırılma anı yaşanır. Artık zincir çözülmeye başlamıştır. Ertesi gün iki asker daha gider, onları gören duyan olmaz. Nehir büyük bir tutkuya dönüşür. Askerler akan suyun sesini duyar ve karşı konulmaz şekilde onu arzular. Anlatıcı, yerini karakterin iç monologlarına bırakır.

“Bu iki buçuk yıl boyunca pislik içinde yaşamışlardı. Pek çok alışkanlıklarından mahrum kalmışlardı. İşte şimdi karşısına bu nehir çıkmıştı. Fakat tümenin emri...” (Samarakis, 2013, s. 21).

Uzaktan gelen nehrin sesi artık askere huzur vermemekte, tam tersine uykularının kaçmasına sebep olmaktadır. “Lanet olsun emre sonucu ne olursa olsun gidecekti.” (Samarakis, 2013, s. 24). İsimsiz asker karakterinin monologları anlatı boyunca yer yer anlatıcının sözünü keser, böylece bu monologlar isimsiz baş karakter ile özdeşleştirilir. Bu metotla karakterin düşünce ve istekleri daha açık bir şekilde anlaşılır. Her şeyi göze alan asker uykuya dalar. Bu aşamada ruhun dışı açılan pencereleri olan düşler (Jung, 2001, s. 18) devreye sokulur. Düşler alanında ise çarklar dönmeye başlar, semboller üretilerek olayın bilinç dışı tarafı rasyonel bir fikir formunda değil aksine sembolik bir imge olarak rüyalarda sergilenir.” (Jung, 2016, s. 17). Böylece rüyalar, karakterin bilinç dışı dünyasını gün ışığına çıkarması adına bir zemin sağlar.

“Sonunda o da yattı uyudu. Bir rüya gördü, bir kâbus. Nehri görüyordu. Nehrin önündeydi ve onu bekliyordu. .... Görünmez bir el tutar gibiydi. Sonra nehir bir kadına dönüştü. Esmer, genç bir kadın. O ise kadının önünde çıplak ona yaklaşıyordu. Sanki görünmez bir el onu tutuyordu.” (Samarakis, 2013, s. 20).

Nehir, askerin rüyasına dingin sularıyla akmaz, tersine karşısına düşlerinin en gizli yerinde kapkaralık bir kâbus olarak dikilir. Kâbus devam ederken su imgesi bir anda genç ve güzel bir kadına dönüşür. Burada ise nehir imgesi aşkı, kavuşulmak istenen sevgiliyi işaret eder. Fakat sanki görünmez bir el kendisini tutmakta ve genç, hayat dolu kadına ulaşmasını engellemektedir. Kurguda bahsi geçen görünmez el, askerin baskılanmış ruh halini yansıtmakta ve hayatın güzelliklerini, yaşama sevincini, aşkı, sembolize eden kadına ulaşmasını engellemektedir. Peki gerçek nerededir? Gökyüzünde mi yoksa suların dibinde mi; Rüyalarımızdaki sonsuzluk, gök kubbede de dalgaların altında da aynı ölçüde derindedir (Bachelard, 2006, s. 151).

Bu derinliğin içinde savrulan, bir çatışmadan çıkmışçasına yorgun bir halde uyanan asker, gün ağarmadan nehrin kıyısına ulaşır. Günün henüz ağarmamış olması ile karakterin bilinç – bilinçdışı uyku ile-uyanıklık arasında ikilemde kalmasına sebebiyet verir.

“Kıyıya ulaştığında durup baktı. Nehir! Demek ki bu nehir vardı. Bazı zamanlar, gerçekten var olmadığını düşünüyordu. Bir düş mü, yoksa bir grup yanılsaması mı?” (Samarakis, 2013, s. 21).

İkilemde kalmasının sebeplerinden bir tanesi ise yasak olmasının yanı sıra kendisine yüklenen anlamlarla nehrin varlığını idealize etmesidir. Öykü boyunca nehre doğru seyir izleyen karakter, artık nehirdedir, onunla bir başına ve karşı karşıyadır.

“Kıyıda ağaçlardan birine giysilerini, gövdesine de tüfeğini dayadı. Bir kez daha arkasına, aralarından biri görmesin “ötekilerden” biri farkına varmasın diye bakındı, sonra suya daldı.” (Samarakis, 2013, s. 21).

Karşı olma halinin bir olma – bütün olma haline dönüştürüldüğü an ise askerin kurşun yaralarıyla dolu vücudunu saran üniformasını çıkartıp, tüfeğiyle birlikte ağaca asması ile başlar. Bu bütün olma halinde, yakalanmak istemediği bu sefer yalnızca öteki kıyıda yer alan düşman askerleri değil, aynı zamanda kendi birliğinde yer alan silah arkadaşlarıdır. Bu aşamada karakter taraf fark etmeksizin tüm insanları aynı kümeye almakta, bireyselliğinin ayırımına varmaktadır. Samarakis'in öykülerindeki temel motiflerden olan yalnız bireyin zamanın acımasızlığı ve hoyratlığı karşısında savrulması burada da okurun karşısına çıkar ve bireye farkındalık için bir şans verilir. Artık ona eşlik eden tek varlık ise içinden süngerli bir el gibi geçerek iki buçuk seneyi silip atan (Samarakis, 2013, s. 21) nehirdir. İsimsiz kahraman, bir askerden küçük bir çocuğa dönüşür ve doğanın çağrısından ziyadesiyle memnun kalır (Triantou, 2016, s. 58). “Son iki buçuk yıl, içinde derin izler bırakmış, henüz yirmi üç yaşında bile olmayan bu asker, şimdi bir çocuktü. Sağda solda, her iki kıyıda onu selamlayarak, üzerinden geçen kuşlar uçuşuyordu.” (Samarakis, 2013, s. 21). İzlenimlerin ve çeşitli duyguların yükünü ancak su kaldırabilir. Su bütün kütesiyle kendisidir. O duygusal bir varlıktır

(Bachelard, 2006, s. 62). Böylece anlatıda bu aşamada su tüm varlığı ile bir arınma / temizlenme imgesi olarak kullanılmakta, karakterin hem ruhen hem bedenen iki buçuk senedir taşıdığı kirden onu arındırmaktadır. Henüz yirmi üç yaşını doldurmamış bu asker kâh yüz üstü, kâh sırt üstü yüzerek kendisini nehrin akıntısına bırakır ve bu haliyle hayat karşısında teslim olmuş bir portre çizer. Varlığı ile ritmik bir ahenktedir.

“Önünde akıntının sürüklediği bir dal parçası gidiyordu. Tek dalışta ona yetişmeye çalıştı. Ve başardı. ... Çok sevindi.” (Samarakis, 2013, s. 21).

Tuttuğu dal, yaşadığı karanlık dönemde akıntıya kapılan kendi hayatıdır sanki. Bu yüzden abartılı değildir, dalı tutmayı başardığı andaki saadeti. Karakter, böylece bir an için hayatının kontrolünü kendi eline aldığı hisseder. Fakat saadet dolu bu anlar pek uzun sürmeyecektir. Asker az ötesinde suyun üzerinde beliren bir kafa görür. İki çift gözün bakışları nehrin ortasında çarpışır. Tıpkı uyku ile uyanıklık arasında yaşadığı belirsizlik anı gibi bu sefer karşılaştığı kişinin kim olduğunun ayırımına varamamaktadır.

“Nasıl anlayabilirdi ki? Bir kafa görmüştü yalnızca, kendilerinden de olabilirdi, “ötekilerden de” (Samarakis, 2013, s. 22).

Sessizliği bir hapsirme sesi bozar. Kurguda kullanılan işitsel öge anlatıda harekete geçmeyi sağlar.

“Birden önceki karakterine büründü. İki buçuk senedir savaştan, tüfeği ağaca dayalı askere.” (Samarakis, 2013, s. 22).

Her iki asker kendi kıyısına doğru süratle yüzmeye başlar. Yazar tam da bu aşamada üslubunun kodlarına sadık kalarak hikâyeyi insana dokunan bir ters köşe ile sonlandırır ve bir anti kahraman yaratır.

“Tüfeği kaldırdı ve nişan aldı. Kafasına kurşunu isabet ettirmesi son derece kolaydı. “Öteki” sadece yirmi metre uzağındaydı... Dünyaya geldiği gibi çıplak... Tetiği çekemiyordu. İkisi de çıplaktı. Elbiseden çıplak. İsimden çıplak... Tetiği çekemiyordu. Nehir şimdi onları ayırmıyordu, aksine birleştiriyordu. Tetiği çekemiyordu.” (Samarakis, 2013, s. 22).

Karakter, derin suyun karşısında kendi görüşünü seçer. İster kımiltısız dibi ister akıntıyı ister kıyıyı, isterse sonsuzluğu görsün; anlaşılmaz bir hak olan görme ve görmeme hakkı elindedir. (Bachelard, 2006, s. 62) Seçimini “insanı” görmekten yana kullanır. Ötekinin çıplaklığı, ona insanoğlunun en saf ve savunmasız halini hatırlatacak ve bu çıplaklık insan olmanın bilincine varmasına sebebiyet verecektir. Suyu giren, suyla temas eden her şey gibi, artık o da değişmiştir. Su imgesi ile karaktere insan olmanın bilinci hatırlatılır. Su, arındırmakta ve tazelemekte ve yalnızca bir an için olsa bile bütünlüğü yeniden kurgulamaktadır.

“Tüfeğini indirdi. Başını eğdi ve sonuna kadar hiçbir şey görmedi, sadece karşı kıyıda tüfek sesi ile ürküp havalanan kuşları... Önce dizlerinin üzerine çöktü sonra da yüz üstü toprağa yığıldı.” (Samarakis, 2013, s. 22).

Karşı kıyıda asker ise kendisine bağışlanan hayatın karşısında, seçimini suyu kirletmekten yana kullanmış, korku, inançsızlık, hayatta kalma içgüdüleri ile tüfeğini çekmiştir.

“Nehir bunca yansıma ve bunca gölgeyle artık ağır bir sudur. Ağır su hiçbir zaman hafif bir suya dönüşmez, karanlık bir su hiçbir zaman aydınlanmaz. Suyun öyküsü, ölen bir suyun insansal öyküsüdür. Suyun yanındaki hayal, suyun ölülerini bularak kendisi de ölüverir, tıpkı suların altında kalan koca bir evren gibi.” (Bachelard, 2006, s. 58).

Öykünün sonunda nehir sessizliğe gömülür, konuşan kuşlardır, ya da yaprakların hışırtıları. Suların bağrından seslenen ise vicdan azabının sesidir. Onu susturmak ise onu ancak sessizliğin lanetiyle (Bachelard, 2006, s. 81) vurmakla mümkündür. Yazar da tam olarak bunu gerçekleştirir. İnsanoğlunu sessizlikle lanetler ve anlatı büyük bir sükût içinde son bulur, insana dair yolculuktaki seçim ise derin suyun karşısında okurun nihai kararına bırakılır.

#### 4. Sonuç

Yazar “Nehir” adlı öyküsünde savaşı anlatmakta isim, millet, savaş adı belirtmeyerek hikâyeyi evrensel bir boyuta taşımaktadır. Hümanist bir yazar olan Antonis Samarakis için önemli olan insandır.

Öykü okuru savaş sırasında insanların davranışlarındaki değişiklikleri, eylemlerinin sebeplerini düşünmeye davet etmektedir. Kurguda otorite ve birey ilişkisi ele alınmaktadır. Öyküyü oluşturan iki dünya bulunmaktadır. Bunlar doğa ve askerlerin dünyasıdır. Doğa ayrımcılıktan uzaklaşmayı, çocukluğu, insanlarla bir olmayı işaret eder. Askeri dünya ise güvenliği, çocukluktan kurtulmayı ve rekabeti vurgular (Sahinis, 1965, s. 194). Öykü boyunca karakterler bu iki dünya arasında seçim yapmak durumunda bırakılır.

Öykünün merkez noktasını oluşturan ve askeri emirle yasaklı bir yere dönüşen nehir, Samarakis'in karakterlerini savaşın dehşet dolu çehresinden uzaklaşmaya, aslında özgürleşmeye ve arınmaya davet eder. Bu noktada nehre girmek ya da girmemek karakterlerin seçimlerini gösterir. Bazı askerler bu davete isim ve kıyafetlerinden sıyrılarak katılır. Nehre giren askerlerin akıbeti ölümle sonuçlanır. Buna rağmen nehir arzu uyandırmayı sürdürür. Nehre giren askerlerin başına gelenlere şahit olmalarına rağmen diğer askerler nehre girme isteğinden vazgeçmez. Yazar askerleri nehre göndermeye devam ederek, bir noktada bu ölüm döngüsünün kırılacağı hissini yaratmaya çalışır.

Nehre girme yaşağının ihlali insanı merkez alan savaş karşıtı bir mesajdır. Bu eserin savaş karşıtı karaktere sahip olmasının bir başka sebebi ise insanoğlunun varlığına her daim ihtiyaç duyduğu doğayla karşı karşıya getirilerek bir seçim yapmaya zorlanmasıdır. Doğa bir mücadele alanı olarak değil, bireye ayna tutma, farkındalık sağlama alanı olarak gösterilir.

İsimsiz asker de yaşağı ihlal eder, nehre girer. İsimsiz, kıyafetsiz, sanki bir rüyada yüzer. Rüya ise, bir silahın patlamasıyla kabusu dönüşür (Karantonis, 1978, s. 79). Çünkü hikâyenin sonunda nehirde karşısına çıkan askeri, imkân olduğu halde öldürmemeyi seçen asker diğer asker tarafından vurularak öldürülür. Yazar bu noktada bir anti kahraman yaratır ve insanlığa olan umudunu karakterin öldürmeme seçimi ile dile getirir. Eğer karakterin amacının "insan" olarak kalmak olduğunu kabul edersek, ateş etmeyi reddetmesinin savaş karşıtı bir mesaj olduğunu ve mesajın amacına ulaştığını söylemek mümkündür. İsimsiz asker, insanlarla barış ve huzur içinde, savaşın dehşetinden uzak yaşama idealine sahip savaş karşıtı herkesin sembolü olabilir. İmkân olduğu halde öldürmemeyi seçen birini öldüren karakter ise insanların birbirine olan güvensizliğini, yabancılaşmasını ve ahlaki duyarsızlığı sembolize eder. İnisiatif alarak öldürmeyi ya da öldürmemeyi seçen karakterler ile yazar insanoğlunun aydınlık ve karanlık yönlerine dikkat çeker ve savaşa karşı hangi tarafta yer alacağına nihai kararını okura bırakır.

Su imgesi çerçevesinde ele alınan nehre imgenin yaratıcı ve değişebilir yönüne sınırlanarak, öykü boyunca pek çok kez farklı anlamlar yüklendiği tespit edilmektedir. Akıcı, karşısında engel tanımayan, kesintisiz devam eden yumuşatan, farklı ritimlere tek biçimle bir madde veren su (Bachelard, 2006, s. 206) bu öyküde nehir imgesi ile aslında başka sularla birleşmeyi, bir olmayı, ayrı olanı birleştirmeyi evrenin bir parçası olmayı göstermeyi amaçlamaktadır. İnsan tabiatı hakkında derin bilgiye sahip olan Antonis Samarakis, süslü ifadeler kullanmaktan kaçınarak mümkün olan en yalın şekilde okuru yer yer rahatsız edecek, kalbini sıkıştırarak, düşünmeye sevk edecek şekilde hikâyede vermek istediği savaş karşıtı mesaja odaklanmaktadır.

## 5. Extended Abstract

Antonis Samarakis is in the Post-War Generation of Modern Greek Literature. The subjects of the works in this Generation are the Second World War, the Greek Civil War, the Occupation and the Resistance. Chronologically, this generation is dated between 1945-1967 in the history of Modern Greek Literature.

Writers and poets describe social and political events. Many writers see writing a work about this period as a debt they have to pay to society. Poverty, migration from village to city, trauma of war, loneliness of the individual in modern society and existential concerns come to the fore in the works.

The works of Antonis Samarakis are simple and far from ostentatious, but their writing pierces the reader's heart like an arrow at the most unexpected moment. His characters are ordinary, nameless people of everyday life.

The short story "The River" comes from the first collection of short stories by Antonis Samarakis entitled "Wanted hope", published in 1954

The main message of the text is purely anti-war and is given through the tragic story of a 23-year-old soldier who is killed by a deliberately unidentified enemy.

Despite the Division's order, the soldier decides to swim in the river that separates the two rival camps.



The place, time and identity of the characters in the narrative are unknown.

Since this is a short story, in the limited context of which there isn't a lot of information, the narrative covers the events of just a few days, from a war that has been going on for two and a half years.

Throughout the story, the opposing group is referred to as the other. And the author shows us how the concept of the other is formed. Regardless of the nationality of the enemy, of the Other, whether it is a defensive or an offensive war, the state of war brings people to extremes, acquires them, pushes them into completely inhuman acts, and irreparably degrades them psychologically and emotional level

In this study, the water image will be examined. The river image will be studied by narrowing the boundaries of the image. So, the author wants to point to the universal, to all humanity

The river has many different meanings throughout the study. First of all, it is shown to the reader as the place where the event took place. Thus, it provides a place for the narrative. Afterwards, it is forbidden to enter the river. Thus, the river becomes an object of desire. The river enters the dreams of the soldier. And it reveals the subconscious of the character. River is a woman who can no longer be reached. Soldiers slowly begin to enter the forbidden river. Soldiers begin to die, one by one.

The soldier who entered the river is freed from all the weariness and sins of the war. Meanwhile, the soldier was integrated with nature and his belief in life was renewed.

The soldier on the other side, chose to pollute the water in the face of the life granted to him, and drew his rifle out of fear, disbelief and survival instinct. The river is now heavy and cloudy with this evil.

At the end of the story, the river is quiet, the birds talking, or the rustling of leaves. Calling from the bosom of the waters is the voice of remorse. It is only possible to silence him with the curse of silence (Bachelard, 2006, p.81). The author does exactly that. It curses mankind with silence and the narrative ends in a great lapse.

At the end of the story, the river is quiet, the birds talking, or the rustling of leaves. The one that calls out from the deep is the voice of remorse. To silence him is only possible with silence.

The author does exactly that. The story ends with a great silence. Antonis Samarakis emphasizes the virtue and good aspects of being human in this story. And it gives their characters an opportunity to show their dignity as human beings. But again, he shows the dark, wild side of man, who will risk everything to survive, with another human being that he created with his own hands. The final decision is left to the reader in great silence.

**Keywords:** Antonis Samarakis, The River, Modern Greek Literature, Story, The Image of the Water, Imagery in Literature

### Kaynakça

Bachelard, G. (2006). *Su ve Düşler/Maddenin İmgelemi Üzerine Deneme*. (O. Kunal, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Dermitzakis, B. (2000). *Afijimatikes Technikes Elliniki Pezografia Kai Dramatourgia*. Atina: Gutenberg.

Giosa, P. (2017). O Aionios Efivos. Mia Viomatiki Proseggisi Tis Prosforas Kai Tou Ergou Tou A. Samaraki Sto Thesmo Tis Voulis Ton Efivon. *Porfiras*(165), 207-211.

Gür, İ. (2013). Mevcut Varoluştan Alternatif Varoluşa Dönüşüm Sürecinde Portmodern Özne: Imge Bilinci. *Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları*(9), 33-56.

Jung, C. (2001). *Anılar Düşler Düşünceler*. (İ. Kantemir, Çev.) İstanbul: Can Yayınları.

Jung, C. (2016). *İnsan ve Sembolleri*. (H. M. İlgün, Çev.) İstanbul: Kabalıcı.

Karantonis, A. (1978). *24 Sigbroni Pezografioi*. Atina: Nikodimos.

Karvelis, T. (1988). *I Metapolemiki Pezografia. Apo Ton Polemo Tou 40' Os Ti Diktatoria Tou 67'*. Atina: Sokolis.

Kotzias, A. (1988). *Metapolemikoi pezographoi, kritika keimena*. Atina: Kedros.

Loutzis, N. (2017). Einai i Elpida, Lathos. *Porfiras*(165), 199-203.

Mastrodimitris, P. (2010). *"I anthropistiki dhrasi tou Antoni Samaraki os politiki kai os logotechni"*. *Apo tin logotechnia sti filologia. Themata tis neollinikis logotechnias kai tis spoudis tis*. Atina: Dhomos.

Moullas, P. (2000). *Skepsis gia tin pezografia mas*. Atina: Etairia Spoudon Neollinikou Politismou Kai Geikis Paideias.

- Niarchos, T. (2000). *Martiries gia ton Antoni Samaraki*. Atina: Kastaniotis.
- Rousseau, P. (1994). *Karşılaştırmalı Edebiyat*. (M. Yazgan, Çev.) Ankara: MEB Yayınları.
- Sahinis, A. (1965). *Antonis Samarakis, Neoi Pezografoi, Eikosi Xronia Neoellinikis Pezografiyas:1945-1965*. Atina: Estia.
- Samarakis, A. (1996). *Autobiografia 1919*. Atina: Kastaniotis.
- Samarakis, A. (2013). *Zitite Elpis*. Atina: Psiohogios.
- <https://sozluk.gov.tr/> [Accessed: 31 March 2022].
- Triantou, I. (2016). *Ksanadiavažontas ton Antoni Samaraki*. Atina: Oasis.
- Ulağlı, S. (2006). *İmgebilim "Öteki"nin Bilimine Giriş*. Ankara: Sinemis.
- Ziras, A. (2007). *Leksiko Neoellinikis Logotechnias Prosopa - Erga - Reumata - Oroi*. Atina: Patakis.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Lider-Üye Etkileşimi, Algılanan Kurumsal Destek ve Görev Performansı Arasındaki İlişki\*

Semih DERELİOĞLU\*\* 

## ÖZ

Lider üye etkileşimi ile görev performansı arasındaki ilişkide kurumsal destek algısının aracılık, kurumdaki hizmet süresi değişkeninin ise düzenleyici etkisini tespit edebilmek bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'nin Ege Bölgesinde yer alan bir büyükşehir belediyesinde görev yapan 346 memur üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilerek veriler toplanmıştır. Araştırmada ilk olarak lider üye etkileşimi, algılanan kurumsal destek ve görev performansı kavramları açıklanarak değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş ve hipotezler sunulmuştur. Sonrasında toplanan veriler SPSS 26.0 ve AMOS 21.0 programları ile analiz edilmiştir. Veri setinin geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör Analizleri (DFA) yapılmış, güvenilirliği için Cronbach Alpha katsayılarına bakılmıştır. Araştırma kapsamında aracılık ve düzenleyicilik testi Process Regresyon ile gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak; lider üye etkileşiminin görev performansı ilişkisinde çalışanların kurumlarından algıladıkları desteğin pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu ancak kurumdaki hizmet süresinin bu ilişkide düzenleyici etki oluşturmadığı tespit edilmiştir. Son olarak araştırmanın bulgularına göre; lider üye etkileşiminin görev performansına etkisinde algılanan kurumsal desteğin kısmen aracılık ettiği görülmüştür.

**Ahahtar Kelimeler:** Lider Üye Etkileşimi, Algılanan Kurumsal Destek, Görev Performansı

# The Relationship between LMX, Perceived Organizational Support and Task Performance

## ABSTRACT

The aim of this study is to examine the moderating effect of length of service and the mediating effect of perceived organizational support on the relationship between leader-member exchange and task performance. For this purpose, data were collected by conducting a survey on 346 white-collar workers working in a metropolitan municipality in one of the western provinces of Turkey. As part of the research, the concepts of leader member exchange, perceived organizational support, and task performance were explained, and the relationships among variables were examined. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS, ver. 26.0) and Analysis of Moment Structures (SPSS AMOS, ver. 21.0) were used. A confirmatory factor analysis (CFA) was conducted for the validity of the data set, and the reliability of the Cronbach alpha coefficients was verified. Process Regression was used for moderator and mediator testing. As a result; It has been determined that perceived organizational support has a positive and significant effect on the relationship between leader-member exchange and task performance, but the length of service does not have a moderating effect on this relationship. Finally, it was seen that perceived organizational support partially mediated the effect of leader member exchange on task performance.

**Keywords:** Leader-Member Exchange, Perceived Organizational Support, Task Performance

## 1. Giriş

Bireysel ve örgütsel düzeyde pek çok çıktıya etki ettiği bilinen liderlik kavramının sosyal bilimler literatüründe sıklıkla araştırmalara konu olduğu görülmüştür. Geleneksel liderlik kuramlarında, liderin takipçileri üzerinde etkileri incelenmiş ve liderin özellikleri üzerine odaklanılmıştır. Genel olarak geleneksel liderlik kuramlarında, liderin kurumsal hedeflerin başarılmasında önemli rolleri olan birey ve gruplar üzerinde benzer etkileri olduğu varsayımı görülmektedir (Sürücü, 2021). Lider-üye etkileşimi ise gerek lider ile her bir üyenin aralarındaki ilişkilere odaklanması yönüyle; gerekse liderin her bir astı ile aynı ilişki yapısını geliştirmediği vurgusuyla geleneksel liderlik teorilerinden ayrılmaktadır (Dulebohn vd., 2012)

Liderlerin temel amaçları buldukları kurumun başarısını hedeflenen noktaya çekmektir. Bu anlamda lider, kurumun performansına daha çok katkı sağlayan bireylerle farklı bir etkileşim içerisinde olmaktadır. Söz konusu etkileşim üyelerin motivasyonlarını arttırmakta ve performanslarını olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum performansı yüksek bireylerin daha da motive olmasını sağlarken; performansı

\* Bu çalışma Manisa Celal Bayar Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 22.03.2022 tarihli ve 2022/02 sayılı kararı ile uygun bulunmuştur.

\*\* Öğr. Gör. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, semih.derelioglu@cbu.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 27.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.10.2022

istenilen düzeyde olmayan işgörenlere yöneticileri/liderleri ile olan etkileşimi olumlu bir seviyeye taşımak için teşvik edici bir unsur olabilmektedir (Uludağ, 2019).

Bu araştırmada, lider-üye etkileşiminin çalışanın görev performansı üzerindeki etkisi Türkiye'nin Ege bölgesine yer alan bir Büyükşehir Belediyesinde incelenmiştir. Başka bir ifadeyle lider ve üye arasındaki etkileşimin, üyenin kurumun kendisinden beklediği görevleri yerine getirmesinde etkisi incelenmiştir. Literatür incelendiğinde, lider-üye etkileşimi ve görev performansı arasındaki ilişkide kurumsal performansın düzenleyici etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamış olup çalışmanın özgün bir değerinin olduğu ortaya konulmuştur. Çalışma kapsamında ilk olarak araştırmaya konu olan kavramlar ortaya konulmuş, örneklem dahilinde kamu kurumu çalışanlarından anket yöntemiyle elde edilen veriler istatistiksel yöntemler vasıtasıyla analiz edilmiş ve analiz sonuçlarının yorum ve tartışması yapılmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve ve Hipotezlerin Oluşturulması

### 2.1. Lider-Üye Etkileşimi

Lider ve üyeleri arasındaki etkileşim kalitesinin örgüte sağladığı bir dizi olumlu etkinin fark edilmesiyle birlikte lider-üye etkileşimi örgütsel davranış yazınında son derece popüler olmuştur (Yammarino vd., 2005). Bununla birlikte liderlikle ilgili pek çok kuram geliştirilmiş ve farklı bakış açıları sunulmuştur. Geleneksel liderlik kuramlarına bir alternatif olarak ortaya çıkan lider-üye etkileşimi (LÜE) kuramı, liderliği tek yönlü olarak liderin üyelerini etkilediği bir süreç değil, üyeler ile liderin karşılıklı olarak etkilendiği bir etkileşim sürecini ifade etmektedir (Graen ve Uhl-Bien, 1991). Söz konusu yaklaşım, temel olarak ilk defa Dansereau vd., (1975) tarafından “dikey ikili bağlantı modeli” olarak adlandırılmış, akabinde lider/yönetici ve üyeler/astlar arasındaki ilişki dikey bir etkileşim olarak değerlendirilerek “Lider-Üye Etkileşimi Kuramı” olarak kavramsallaştırılmıştır (Özutku vd., 2008).

Bireyler arası karşılıklı etkileşimin kaçınılmaz olduğu örgütsel süreçte, lider-üye etkileşimi, örgütsel süreç dahilinde liderin her bir üyesi ile farklı liderlik davranışları geliştirdiğini kabul etmektedir (Liden ve Graen, 1980; Dockery ve Steiner, 1990). Söz konusu LÜE kuramında lider-üyelerini “grup içi” ve “grup dışı” olarak iki grupta ele almaktadır. Lider-üye etkileşiminin formel düzeyde, görev bazlı olarak ilişkisi grup dışı (group out) olarak tanımlanmakta; buna karşın lider-üye etkileşiminin karşılıklı güvene dayalı, enformel ilişkilerin yoğun olduğu etkileşimler ise grup içi (group in) olarak tanımlanmaktadır (Liden ve Maslyn, 1998). Lider ile üye karşılıklı güvene dayalı bir ilişki oturtmadığı süreçlerde grup dışı ilişkiler egemen olmakta ve kurallara dayalı resmi denetim sistemi içerisinde bir etkileşim olmaktadır (Breland vd., 2007; Liden ve Graen, 1980).

Lider-üye etkileşiminin kalitesini; rekabet, dışa açıklık, lider/yönetici ile üye/ast özellikleri ve son olarak örgütsel özelliklerin etkilediğine yönelik bulgular mevcuttur (Cogliser ve Schriesheim, 2000). Lider ve üye arasında yaşanan etkileşimin örgütsel ortamda gerçekleşmesi, örgütsel etkilerin ele alınmasını önemli kılmaktadır. Bu anlamda liderin/yöneticinin gücü ve çalışma ortamı LÜE kalitesini etkilemektedir (Dienesch ve Liden, 1986). Liderin örgütsel hiyerarşide sahip olduğu pozisyonel kaynakları, astlara serbesti tanınması ve ödüllendirme gücü gibi bir takım kaynak dağıtma imkânı sunmaktadır. Liderler bu kaynakları astlara dağıtmak suretiyle etkileşimin kalitesini arttırabilmektedir (Sparrowe ve Liden, 1997). Liderin söz konusu güç kaynaklarına sahip olduğunu inanan astlar, lider ile yüksek kalitede etkileşim kurmak üzere motive olurlar (Cogliser ve Schriesheim, 2000).

Lider-üye etkileşimi ile ilgili alanyazın dikkate alındığında lider/yönetici ve üye/ast arası etkileşimin kalitesinin pek çok pozitif örgütsel çıktıya etki ettiği görülmektedir. Bu anlamda çalışanların yöneticileri tarafından destek görmeleri durumunda iş tatmini, kariyer gelişimi, kurumsal vatandaşlık ile görev ve bağlamsal performanslarının arttığına dair çalışmalar mevcuttur. Bununla birlikte lideri ile olumlu etkileşim içerisinde olan çalışanların örgütsel bağlılıklarının arttığı işgücü devrinin azaldığı ve örgütte sinerjik bir çalışma ortamının doğduğu saptanmıştır (Gerstner ve Day, 1997; Liden ve Graen, 1980; Vecchio ve Gobdel, 1984).

Buna göre araştırmanın ilgili değişkenlerine ait oluşturulan hipotez aşağıda yer almaktadır.

**H<sub>1</sub>:** Lider-üye etkileşimi ile görev performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur.

## 2.2. Algılanan Kurumsal Destek

Örgütsel süreçte işgörenlerin iş için sarf ettikleri çabanın takdir edilmesi ve refahlarının dikkate alınması kurumsal veya örgütsel destek olarak nitelenmektedir. İşgörenlerin kurumu tarafından örgüte sağladıkları katkının dikkate alındığına yönelik inançları ise algılanan kurumsal/örgütsel destek olarak ifade edilmektedir (Eisenberger vd., 1986; Krishnan ve Mary, 2012). İşgörenlerin kurumlarınca destek gördüklerini algılamaları durumunda çabalarının artacağı ve örgüt ile bağlarının güçleneceği ortaya konulmuştur. Bu sayede kurumun işgörelere verdiği değer onlarda bir karşılık bulacağını ifade etmişlerdir (Robbins ve Judge, 2018).

Eisenberger vd. (1986), işgörenlerin örgütsel destek algılamaları durumunda stres, gerginlik ve işten ayrılmaya yönelik niyetlerinin azaldığını tespit etmişlerdir. İşgörenlerin kurumlarından destek algılamaları durumunda örgütsel bağlılık, iş tatmini, örgütsel özdeşleşme, örgütsel vatandaşlık gibi olumlu örgütsel çıktılar elde edecekleri belirtilmiştir. Bununla beraber Rhoades ve Eisenberger (2002) tarafından yapılan çalışmada, işgörenler tarafından kurumsal destek algısının yüksek olması durumunda kendilerine atanmış sorumlulukları daha iyi yerine getirecekleri ve örgüte katkı sunacak bilgi ve becerileri edinmek üzere daha fazla çaba sarf edecekleri kabul edilmiştir.

Algılanan kurumsal destek, literatürde ilgi ve önemsenme ve ilgisizlik olmak üzere iki alt boyut altında incelenmiştir. İlgisizlik alt boyutunu, kurumda yer alan işgörenlerin kurumda ne oranda göz ardı edildiklerine dair algıları ile ilgilenmektedir. İlgi ve önemsenme alt boyutu ise, kurumda çalışan işgörenlerin kurum tarafından kendilerine ne oranda ilgi ve değer gösterildiğine dair algıları üzerine odaklanmaktadır (Yılmaz, 2014). Bhanthumnavin (2000)'e göre çalışanların, kurumları tarafından ilgi görmeleri ve önemsenmeleri onları stresle ve karşılaşacakları güçlüklerle başa çıkma noktasında önemli olacağı ve duygusal desteğin onların iş motivasyonunu ve çalışma yaşam kalitesini arttıracığı kabul edilmektedir.

Örgütten algılanan destek ile bireysel performans arasındaki ilişki Settoon vd. (1996); Wayne vd. (1997) tarafından yapısal eşitlik modellemesini kullanarak araştırılmıştır. Bu çalışmaların her ikisinde de yol analizi incelendiğinde algılanan kurumsal destek ile görev performansı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Buna karşın Byrne ve Hochwarter (2008), araştırmalarında görev performansı ile algılanan kurumsal desteğin ilişkili olduğuna yönelik bulgular sunmuştur. Benzer şekilde Munyon vd. (2013), yapmış oldukları araştırmada algılanan kurumsal desteğin çalışanların stresini azalttığı ve iş performansına bu sayede olumlu etkilerinin olduğu bulmuştur. Bunun yanında Riggle vd. (2009)'ın 20 yıl süreyle yapılmış algılanan kurumsal destek çalışmalarının meta analiz, sonuçlarını sundukları çalışmada algılanan kurumsal desteğin; örgütsel bağlılık, iş tatmini, görev performansı, bağlamsal performans ve işten ayrılma niyeti üzerine etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte işgörenler, çalıştıkları kurumda lider tarafından nasıl değerlendirildiklerine yönelik algılar oluşturmaktadır. Lider, üyelerin performansını yönlendirme ve değerlendirme sorumluluğuna sahip kişiler olduğundan dolayı kurumun birer temsilcisi kabul edilmektedir. Bu anlamda üyeler, lider ile olumlu etkileşimin kurumun desteğinin göstergesi olduğunu kabul etmektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Bu kuramsal ve görgül açıklamalar ışığında geliştirilen hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

**H<sub>2</sub>:** Lider-üye etkileşimi ile algılanan kurumsal destek arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur.

**H<sub>3</sub>:** Lider-üye etkileşimi ile görev performansı ilişkisinde algılanan kurumsal destek aracı değişken olarak rol oynar.

## 2.3. Görev Performansı

İşgörenlerin, iş ile ilgili kendilerinden beklenen veya beklentinin ötesinde görevleri yerine getirmeleri performans olarak nitelendirilmektedir. Bu anlamda görev performansı, işgörenlerin çalıştıkları örgütü amaçlarına ulaştırmak üzere kullandıkları yetkinlikleri olmaktadır (Hatipoğlu vd., 2019). Bireysel iş performansının önemli bir boyutu olan görev performansı, örgütün ürettiği mal ve/veya hizmeti doğrudan etkileyen beceri, davranış ve faaliyetlerdir (Koopmans vd., 2011; Motowildo vd., 1997). Görev performansı veya diğer adıyla "rol içi performans"; iş tanımlarında gerekleri belirtilen, ödüllendirme sistemine bağlı ve formal sürece göre işleyen davranışlar bütünü olarak ifade edilmektedir (Lary ve Anderson, 1991; Martin vd., 2016).

Weiss ve Cropanzao (1996) çalışanların performanslarının çeşitli unsurlardan etkilendiği varsayımını “Duyuşsal Olaylar Kuramı” çerçevesinde ele almıştır. Bu anlamda çalışanlar iş saatlerinde karşılaştıkları olaylardan duygusal olarak etkilenmekte ve bu da görev performanslarına etki etmektedir. Kell ve Motowidlo (2012), çalışanların kendilerinin kontrol edebildikleri veya edemedikleri durum ve davranışlardan performanslarının etkilendiğini belirtmiştir. Görev performansı, bu anlamda çalışanın kendisi ile ilgili faktörlerden etkilenebileceği gibi lider ve/veya örgüt ile ilgili faktörlerden de etkilenebilmektedir. Literatür incelendiğinde, lider-üye etkileşiminin görev performansını pozitif yönde etkilediğine dair pek çok çalışma bulunmaktadır (Martin vd., 2016; Rockstuhl vd., 2012; Gerstner ve Day, 1997; Rotundo ve Sackett, 2002). Söz konusu bilgilere göre, çalışmanın ilgili hipotezleri hazırlanmıştır.

**H<sub>4</sub>:** Algılanan kurumsal destek ile görev performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur.

**H<sub>5</sub>:** Lider-üye etkileşimi ile algılanan kurumsal destek arasındaki ilişkide kurumdaki hizmet süresi düzenleyici rol oynar. Bu etki sürecinde, kurumdaki hizmet süresi arttığında lider-üye etkileşimi ve kurumsal destek arasındaki ilişki daha yüksek seviyede gerçekleşecektir.

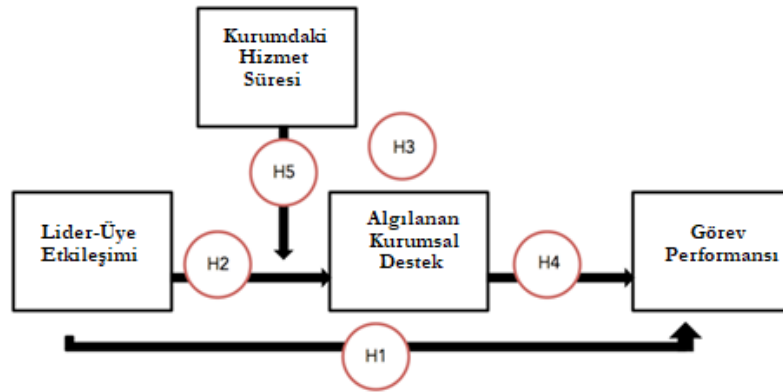
### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Modeli

Araştırmanın evrenini Türkiye’nin Ege Bölgesinde yer alan bir büyükşehir belediyesinde görev yapan memurlar oluşturmaktadır. İlgili büyükşehir belediyesinde; genel idare, avukatlık ve sağlık hizmetleri ile teknik ve yardımcı hizmetler memur personel olarak tanımlanmaktadır. Evreninin bir büyükşehir belediyesi seçilmesinin nedeni; mahalli seçimler nedeniyle belediyelerin yüksek performans göstermek istemesi ve çalışanların da performansa odaklı olmasıdır. Bu bağlamda ölçme araçlarının uygulanacağı bireyler amaçlı örnekleme yoluyla belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında incelenecek olan veriler anket tekniği ile Şubat 2022 ve Mart 2022 tarihleri arasında katılımcılara “Google Formlar” aracılığıyla elektronik ortamda uygulanmıştır. Söz konusu büyükşehir belediyesinden alınan bilgilere göre ilgili belediyede 423 memur (beyaz yakalı) personel bulunmaktadır. Yapmış olduğumuz çalışmada ise 346 kişiye anket uygulanmış ancak eksik ve/veya hatalı doldurulan 37 adet anket araştırma kapsamı dışında tutularak 309 anket ile analiz gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada aracı ve düzenleyici etkilerin araştırılmasında sıklıkla kullanılan, nicel araştırma desenlerinden “nedensel araştırma deseni” uygulanmıştır. Araştırmada yer alan alanyazın ve bu kapsamda öne sürülen hipotezler çerçevesinde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek üzere aşağıda yer alan araştırma modeli kurulmuştur (Bkz: Şekil 1.).



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

#### 3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma sürecinde kullanılmak üzere nicel veri toplama yöntemlerinden anket aracı tercih edilmiştir. Araştırmada katılımcılara ait kişisel bilgileri ölçen bir adet sosyo-demografik bilgiler formu ve üç farklı ölçek barındıran toplamda dört bölümden oluşan bir soru formu uygulanmıştır. Uygulama yapılan anket

üzerinde yer alan ifadeler 5'li likert tarzı ölçekle belirlenmiştir. Ölçekler ile ilgili bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Formun ilk bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve belediye'deki görev süresi gibi bilgilere yönelik altı adet soru bulunmaktadır. İkinci bölümde lider-üye etkileşimini ölçmeye yönelik 11 adet ifade yer almaktadır. Ölçekte yer alan maddeler; Liden ve Maslyn (1998), Gant vd. (1993), Babin ve Boles (1996), Jiang ve Klein (2002) ve Gillen vd. (2002)'in geliştirmiş oldukları ölçeklerin derlemesinden oluşmaktadır. Söz konusu ölçeğin uyarlanmasına yönelik geçerlilik ve güvenilirlik analizleri Giray ve Şahin (2012) tarafından yapılmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, Yılmaz (2014) tarafından Türkçeye uyarlanan Eisenberger (1986)'in geliştirdiği Algılanan Örgütsel/Kurumsal Destek (AÖD) ölçeği yer almaktadır. Burada, çalışanların kurumsal destek algılamalarına yönelik sekiz adet ifade yer almaktadır. Araştırmanın son bölümünde ise işgörenlerin görev performanslarını ölçen dokuz soru bulunmaktadır. Ölçek geliştirme çalışması Goodman ve Svyntek (1999) tarafından yapılan ve Türkçeye uyarlanması Özçelik (2017) tarafından yapılan görev performansı ölçeğidir.

### 3.2.1. Etik İzin

Bu araştırmanın izni, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 22.03.2022 tarihinde, E--050.01.04-275961/ sayılı yazı ve 2022/02/30 sayılı karar ile Etik Kurul Onayı alınmıştır.

## 4. Araştırmanın Bulguları ve Sonuçları

Araştırma verileri SPSS 26.0 ve AMOS 21.0 programı ile analiz edilmiş ve %95 güven aralığı dikkate alınmıştır. Ölçeklerin geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör Analizleri (DFA) yapılmış, güvenilirlikleri hesaplanmıştır. Ölçek güvenilirliğinin belirlenmesi için Cronbach Alpha katsayılarına bakılmıştır.

Cronbach alfa katsayısının, 0.80-1.00 aralığında olması durumunda, söz konusu ölçek "yüksek derecede güvenilir" olarak değerlendirilmektedir (Nunnally, 1967). Algılanan kurumsal destek ölçeği için 0,907 , kurumsal destek ölçeğinin alt boyutları olan ilgisizlik için 0,841 ve diğer alt boyut olan ilgi ve önemsenme için 0,881; lider-üye etkileşimi için 0,974 ve görev performansı için 0,932 hesaplanmıştır. Tablo1'de görüleceği üzere ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenilirlik düzeyleri çok yüksektir (Cronbach Alpha>0,800).

**Tablo 1.** Ölçek Faktörlerine İlişkin İlişkin Cronbach's Alpha Değerleri

Faktör	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
İlgisizlik	0,841	3
İlgi ve Önemslenme	0,881	5
Kurumsal Destek	0,907	8
Lider-Üye Etkileşimi	0,974	11
Görev Performansı	0,932	8

Ölçeklerin likert olarak kullanıldığı çalışmalarda elde edilen puanların normal dağılım kontrolü amacıyla kullanılan Kolmogrov-Smirnov veya Shapiro-Wilk testlerinde normal dağılımın sağlanması son derece zordur (Sipahi vd., 2010). Bu açıdan çarpıklık ve basıklık katsayılarının -3 ile +3 değerleri arasında dağılım göstermesi ile veri setinin normal dağıldığı kabul edilmektedir (Hopkins ve Weeks, 1990; Hosking, 1990; Groeneveld ve Meeden, 1984). Bu anlamda Tablo 2 incelendiğinde, çalışmamızda yer alan ölçek puanlarının normal dağıldığı görülmektedir.

Kurumdaki hizmet süresinin ordinal değişken olması ve parametrik olmayan teste tabi olmasından dolayı test tekniklerinden Pearson ve Spearman korelasyon analizi, Process Regresyon analizi uygulanmıştır. Bu analiz yöntemi, iki bağımsız değişken arasında doğrusal ilişkinin yönü ve kuvvetinin tespiti için gerçekleştirilen test yöntemidir. Araştırma kapsamında aracılık ve düzenleyicilik testi Process Regresyon ile analiz edilmiştir.

**Tablo 2.** Araştırma Kapsamında Kullanılan Değişkenlere Yönelik Betimleyici İstatistik Değerler

	Ortalama	Std. Sapma	Düzyey %	Çarpıklık	Basıklık
İlgisizlik	2,67	1,16	53,4	0,22	-0,78
İlgi ve Önemslenme	3,45	1,04	68,9	-0,36	-0,47
Kurumsal Destek	3,40	1,00	68,1	-0,18	-0,53
Lider-Üye Etkileşimi	3,95	1,02	78,9	-0,96	0,21
Görev Performansı	4,38	0,67	87,5	-1,37	2,56

#### 4.1 Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik yapılarını tespit etmek için yapılan frekans analizi neticesi göre araştırmaya katılanların %55,7'si erkek, %52,1'i lisans mezunu ve %89,0'u yönetici vasfı olmayan personeldir. Ankete cevap verenlerin %45,0'i 5-9 yıldır kurumunda çalışmakta, %45,3'ü 1-5 yıldır şu an bulunduğu pozisyonda çalışmaktadır.

**Tablo 3.** Demografik Özelliklerin Dağılımı

		n	%
Cinsiyet	Kadın	137	44,3
	Erkek	172	55,7
Eğitim durumu	İlk öğretim	3	1,0
	Lise	34	11,0
	Ön lisans	80	25,9
	Lisans	161	52,1
	Yüksek lisans	30	9,7
Görev	Doktora	1	0,3
	Yönetici	34	11,0
Kurumdaki hizmet süresi	Personel	275	89,0
	1 yıldan az	7	2,3
	1-5 yıl	101	32,7
	5-9 yıl	139	45,0
	9-13 yıl	22	7,1
	13-17 yıl	15	4,9
	17-21 yıl	5	1,6
21-25 yıl	5	1,6	
Pozisyonda çalışma süresi	25 yıldan fazla	15	4,9
	1 yıldan az	22	7,1
	1-5 yıl	140	45,3
	5-9 yıl	117	37,9
	9-13 yıl	18	5,8
	13-17 yıl	5	1,6
Toplam	17-21 yıl	1	0,3
	21-25 yıl	2	0,6
	25 yıldan fazla	4	1,3
		<b>309</b>	<b>100</b>

#### 4.2. Araştırmanın Geçerliliği

Doğrulatoryıcı faktör analizi (DFA), çeşitli değişkenlerden meydana gelen faktörlerin gerçek verilerle uyum derecesini, bir başka ifadeyle ne derece doğrulandığını belirlemeye yönelik bir analiz yöntemidir (Sümer, 2000; Cole, 1987). Doğrulatoryıcı faktör analizinde modelin sınanması aşamasında yeterliliğin tespiti için birçok uyum indeksi kullanılmaktadır.



**Tablo 4.** Ölçeklerin DFA Uyum İndeksleri

İndeks	Mükemmel Uyum Eşik Değeri	Kabul Edilebilir Uyum Aralığı	Kurumsal Destek	Lider-Üye Etkileşimi	Görev Performansı
X <sup>2</sup>	x	x	15,666	112,773	24,048
df	x	x	18	38	15
X <sup>2</sup> /df	≤ 3	≤ 5	0,870	2,968	1,603
RMR	≤ 0,05	≤ 0,08	0,034	0,023	0,010
GFI	≥ 0,95	≥ 0,90	0,987	0,938	0,981
AGFI	≥ 0,90	≥ 0,85	0,975	0,893	0,953
CFI	≥ 0,97	≥ 0,90	0,999	0,982	0,996
RMSEA	≤ 0,05	≤ 0,08	0,000	0,079	0,044

**Kaynak:** Hooper vd.. 2008

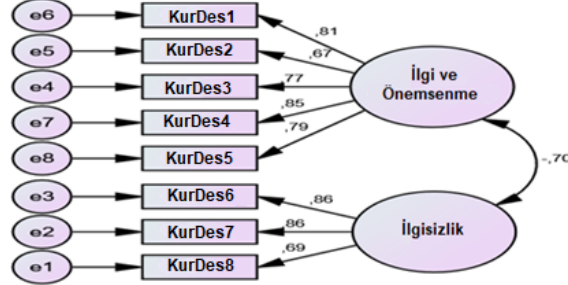
Kurumsal destek ölçeği DFA sonuçlarına göre; Kikare serbestlik derecesi uyum iyiliği ( $\chi^2/df=0,870$ ), Hata Kareler Ortalamasının Karekökü (0,034), Uyum İyiliği Endeksi (0,987), Düzeltilmiş Uyum Endeksi (0,975), Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (0,999), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (0,000) indeksleri sağlanmıştır. Ölçek veri ile uyumlu, geçerlidir. Lider-Üye Etkileşimi ölçeği DFA sonuçlarına göre; Kikare serbestlik derecesi uyum iyiliği ( $\chi^2/df=2,968$ ), Hata Kareler Ortalamasının Karekökü (0,023), Uyum İyiliği Endeksi (0,938), Düzeltilmiş Uyum Endeksi (0,893), Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (0,982), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (0,079) indeksleri sağlanmıştır. Ölçek veri ile uyumlu, geçerlidir.

Görev performansı ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi sonuçlarına göre; Kikare serbestlik derecesi uyum iyiliği ( $\chi^2/df=1,603$ ), Hata Kareler Ortalamasının Karekökü (0,010), Uyum İyiliği Endeksi (0,981), Düzeltilmiş Uyum Endeksi (0,953), Karşılaştırmalı Uyum Endeksi (0,996), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (0,044) indeksleri sağlanmıştır. Dolayısıyla ölçek veri ile uyumlu, geçerlidir.

**Tablo 5.** Ölçeklerin DFA Madde Faktör Yüklerinin Dağılımı

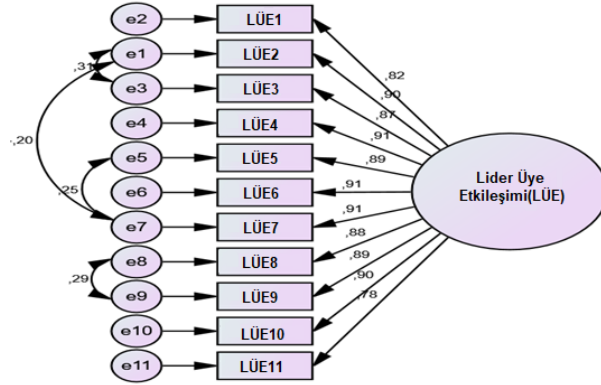
Alt boyut	Madde	$\beta$	sh.	t	p
İlgisizlik (Kurumsal Destek)	KurDes7	0,685			
	KurDes5	0,857	0,100	13,402	<b>0,000</b>
	KurDes3	0,856	0,094	13,391	<b>0,000</b>
İlgi ve Önemslenme (Kurumsal Destek)	KurDes4	0,766			
	KurDes2	0,666	0,088	11,664	<b>0,000</b>
	KurDes1	0,812	0,076	14,578	<b>0,000</b>
	KurDes6	0,850	0,075	15,305	<b>0,000</b>
	KurDes8	0,795	0,074	14,234	<b>0,000</b>
Lider-Üye Etkileşimi	LÜE2	0,895			
	LÜE1	0,816	0,046	19,876	<b>0,000</b>
	LÜE3	0,872	0,032	27,522	<b>0,000</b>
	LÜE4	0,905	0,041	25,101	<b>0,000</b>
	LÜE5	0,889	0,038	23,941	<b>0,000</b>
	LÜE6	0,911	0,039	25,488	<b>0,000</b>
	LÜE7	0,914	0,042	23,508	<b>0,000</b>
	LÜE8	0,884	0,042	23,678	<b>0,000</b>
	LÜE9	0,889	0,039	23,995	<b>0,000</b>
	LÜE10	0,902	0,035	29,045	<b>0,000</b>
	LÜE11	0,779	0,044	18,221	<b>0,000</b>
Görev Performansı	GörPerf9	0,784			
	GörPerf8	0,788	0,049	20,803	<b>0,000</b>
	GörPerf7	0,896	0,065	17,939	<b>0,000</b>
	GörPerf6	0,912	0,061	18,353	<b>0,000</b>
	GörPerf5	0,885	0,068	17,654	<b>0,000</b>
	GörPerf4	0,652	0,069	11,432	<b>0,000</b>
	GörPerf3	0,650	0,064	11,986	<b>0,000</b>
GörPerf2	0,569	0,072	10,273	<b>0,000</b>	

Kurumsal Destek ölçeği orijinal Türkçe çalışmasındaki 2 boyutlu yapı için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör yükü düşük madde bulunmadığı için ilgili ölçekten herhangi bir madde çıkarılmamıştır. İlgisizlik boyutu 3 maddeden oluşmakta, faktör yükleri 0,685-0,857 arasında değişmektedir. İlgili ve Önemsizlik boyutu 5 maddeden oluşmakta, faktör yükleri 0,666-0,850 arasında değişmektedir.



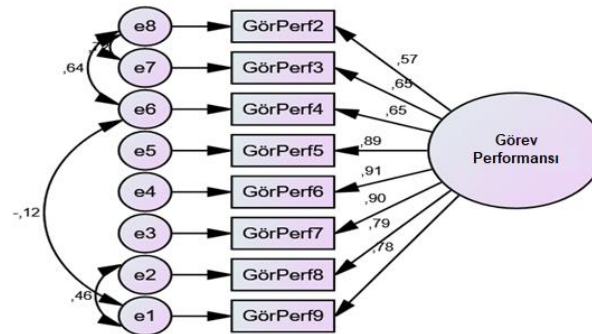
Şekil 2. Algılanan Kurumsal Destek DFA Diyagramı

Lider-Üye Etkileşimi ölçeği orijinal tek boyutlu yapı için DFA yapılmıştır. Ölçekten herhangi bir madde çıkarılmamış, faktör yükü düşük madde bulunmamaktadır. Ölçek 11 maddeden oluşmakta, faktör yükleri 0,779-0,914 arasında değişmektedir.



Şekil 3. Lider-Üye Etkileşimi DFA Diyagramı

Görev Performansı ölçeği orijinal tek boyutlu yapı için DFA yapılmıştır. İndekslerden RMSEA sağlanamaması nedeniyle faktör yükü diğerlerine göre düşük olan "GörPerf1" (1.madde) ölçekten çıkarılmış, indeks sağlanmıştır. Ölçek 8 maddeden oluşmakta, faktör yükleri 0,569-0,912 arasında değişmektedir. DFA sonuçlarına göre ölçeklerden elde edilen puanların betimleyici istatistikleri verilmiştir.



Şekil 4. Görev Performansı DFA Diyagramı

### 4.3. Korelasyon Analizi

Aracı ve düzenleyici değişkenlerin analizleri öncesinde çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon testi ile analiz edilmiştir. Tablo 6'da yer alan korelasyon analizi bulgularına göre; ilgisizlik puanı ile lider-üye etkileşimi ( $r=-0,413$ ), görev performansı ( $r=-0,248$ ) arasında negatif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmektedir ( $p<0,05$ ). İlgî ve önemsenme puanı ile lider-üye etkileşimi ( $r=0,579$ ), görev performansı ( $r=0,347$ ) arasında anlamlı ancak zayıf bir ilişki görülmektedir ( $p<0,05$ ). Kurumsal destek puanı ile lider-üye etkileşimi ( $r=0,553$ ), görev performansı ( $r=0,332$ ) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Lider-üye etkileşimi puanı ile görev performansı ( $r=0,332$ ), kurumda hizmet süresi ( $r=0,158$ ) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Görev performansı ile kurumda hizmet süresi ( $r=0,182$ ) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki görülmektedir ( $p<0,05$ ).

**Tablo 6.** Model Değişkenlerinin İlişki Analizi Sonuçları

		İlgisizlik	İlgî ve Önemsenme	Kurumsal Destek	Lider-Üye Etkileşimi	Görev Performansı	Kurumdaki Hizmet Süresi
İlgisizlik	r	1	-,702**	-,888**	-,413**	-,248**	-,067
	p		0,000	0,000	0,000	0,000	0,242
İlgî ve Önemsenme	r		1	,951**	,579**	,347**	0,064
	p			0,000	0,000	0,000	0,261
Kurumsal Destek	r			1	,553**	,332**	0,063
	p				0,000	0,000	0,270
Lider Üye Etkileşimi	r				1	,413**	,158**
	p					0,000	0,005
Görev Performansı	r					1	,182**
	p						0,001
Kurumdaki hizmet süresi	r						1
	p						

\*\* $p<0,01$ , \* $p<0,05$

Korelasyon analizinden elde edilen bulgulara göre;  $H_1$  kabul, lider-üye etkileşimindeki artış görev performansının artmasına neden olacaktır. Aynı şekilde  $H_2$  kabul, lider-üye etkileşimindeki artış algılanan kurumsal desteğin artmasına neden olacaktır.  $H_4$  kabul, örgütten algılanan destekteki artış görev performansının artmasına neden olacaktır.

### 4.4. Aracılık Etkisi Analizi

Araştırmada aracılık etkisinin ölçülmesi için geleneksel yöntem olarak kabul edilen Baron ve Kenny (1986)'nin önerdiği nedensel adımlar yaklaşımı yerine, daha geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edildiği düşünülen bootstrap tekniğine dayalı modern yaklaşım uygulanmıştır (Fritz ve MacKinnon, 2007; Shrout ve Bolger, 2002; Mallinckrodt vd., 2006). Bu yaklaşıma göre aracılık modeli analizlerinde odaklanılan temel nokta, dolaylı ve doğrudan etki değerlerinin Sobel testi yerine bootstrap güven aralığı ile hesap edilmesi ve bu değerlerin yorumlanmasıdır (MacKinnon vd., 1995; Hayes, 2018).

**Tablo 7.** İlgisizlik Boyutu Aracılık Modeli Sonuçları

Yol Testi	B	sh.	t	p	%95 Güven Aralığı		R <sup>2</sup> / F
					Alt	Üst	
LÜE>İlgisizlik	-0,413	0,052	-7,939	<b>0,000</b>	-0,515	-0,310	0,170 / 63,022
İlgisizlik>GörevPerformansı	-0,094	0,057	-1,644	<b>0,101</b>	-0,206	0,018	0,178 / 33,013
LÜE>GörevPerformansı							
Toplam etki	0,413	0,052	7,936	<b>0,000</b>	0,310	0,515	0,170 / 62,974
Direk etki	0,374	0,057	6,570	<b>0,000</b>	0,262	0,486	
Dolaylı etki	0,039	0,027			<b>-0,016</b>	<b>0,091</b>	

\* $p<0,05$  anlamlı yordama,  $n=2000$  Bootstrap Process, (%95 güven düzeyi alt sınır:Alt\*üst sınır:Üst)

Bootstrap yöntemine göre, orijinal veri setindeki gözlemler yinelenerek birbirinden farklı yeni bir gözlem seti meydana getirilmekte ve istatistiki hesaplamalar buna göre gerçekleştirilmektedir (Efron, 1987).

Söz konusu yöntemde, analizi sonucunda ulaşılan %95 güven aralığında alt ve üst limit değerleri kontrol edilerek aracılı ve düzenleyici etkinin varlığına karar verilmektedir (Sürücü vd. 2021; Gürbüz, 2019; Hayes, 2018).

Lider-üye etkileşimi ( $B=-0,413$ ), ilgisizlik üzerinde negatif yönlü, istatistiksel anlamlı etkilidir ( $p<0,05$ ). İlgisizlik boyutu ( $B=-0,094$ ), görev performansı üzerinde istatistiksel anlamlı değildir ( $p>0,05$ ). Lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerindeki toplam etkisi  $B=0,413$ ;  $[0,310;0,515]$ ), direk etkisi ( $B=0,374$ ;  $[0,262;0,486]$ ) istatistiksel olarak anlamlı iken dolaylı etki ( $B=0,039$ ;  $[-0,016;0,091]$ ) istatistiksel olarak anlamlı değildir. Buna göre lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerine etkisinde ilgisizlik boyutu aracılık etmemektedir.

**Tablo 8. İlgü ve Önemsenme Boyutu Aracılık Modeli Sonuçları**

Yol Testi	B	S.H.	t	p	Alt Limit	Üst Limit	R <sup>2</sup> / F
LÜE>İlgüÖnemsenme	0,579	0,047	12,429	<b>0,000*</b>	0,487	0,670	0,335 / 154,471
İlgüÖnemsenme>GörevPerformansı	0,163	0,063	2,584	<b>0,010*</b>	0,039	0,288	0,188 / 35,409
LÜE>GörevPerformansı							
Toplam etki	0,413	0,052	7,936	<b>0,000*</b>	0,310	0,515	0,170 / 62,974
Direk etki	0,318	0,063	5,037	<b>0,000*</b>	0,194	0,442	
Dolaylı etki	0,094	0,044			<b>0,013</b>	<b>0,184</b>	

\* $p<0,05$  anlamlı yordama,  $n=2000$  Bootstrap Process, (%95 Güven Düzeyi)

Lider-üye etkileşimi ( $B=0,579$ ), ilgi ve önemsenme üzerinde pozitif yönlü, istatistiksel anlamlı etkilidir ( $p<0,05$ ). İlgü ve önemsenme boyutu ( $B=0,163$ ), görev performansı üzerinde pozitif yönlü, istatistiksel anlamlı etkilidir ( $p<0,05$ ). Lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerindeki toplam etkisi ( $B=0,413$ ;  $[0,310;0,515]$ ), direk etkisi ( $B=0,318$ ;  $[0,194;0,442]$ ), dolaylı etkisi ( $B=0,094$ ;  $[0,013;0,184]$ ) istatistiksel olarak anlamlıdır. Aracılık etkisinin olup olmadığını tespit etmek üzere uygulanan yöntemlerden birisi VAF (Variance Accounted For) değeridir. Buna göre  $VAF<0,20$  aracılık etkisi yok,  $0,20\leq VAF\leq 0,80$  kısmi aracılık etkisi,  $VAF\geq 0,80$  tam aracılık ile ifade edilir (Sarstedt, vd., 2014).  $VAF=DolaylıEtki/ToplamEtki$  olarak hesaplanır.  $VAF1=0,094/0,413=0,228$ . Bu anlamda lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerine etkisinde ilgi ve önemsenme boyutu kısmi aracılık etmektedir.

**Tablo 9. Kurumsal Destek Aracılık Modeli Sonuçları**

Yol Testi	B	S.H.	t	p	Alt Limit	Üst Limit	R <sup>2</sup> / F
LÜE>KurumsalDestek	0,553	0,048	11,634	<b>0,000*</b>	0,460	0,647	0,306 / 135,355
KurumsalDestek>GörevPerformansı	0,150	0,062	2,418	<b>0,016*</b>	0,028	0,272	0,186 / 34,907
LÜE>GörevPerformansı							
Toplam etki	0,413	0,052	7,936	<b>0,000*</b>	0,310	0,515	0,170 / 62,974
Direk etki	0,330	0,062	5,326	<b>0,000*</b>	0,208	0,452	
Dolaylı etki	0,083	0,040			<b>0,007</b>	<b>0,164</b>	

\* $p<0,05$  anlamlı yordama,  $n=2000$  Bootstrap Process, (%95 Güven Düzeyi)

Lider-üye etkileşimi ( $B=0,553$ ), kurumsal destek üzerinde pozitif yönlü, istatistiksel anlamlı etkilidir ( $p<0,05$ ). İlgü ve önemsenme boyutu ( $B=0,150$ ), görev performansı üzerinde pozitif yönlü, istatistiksel anlamlı etkilidir ( $p<0,05$ ). Lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerindeki toplam etkisi ( $B=0,413$ ;  $[0,310;0,515]$ ), direk etkisi ( $B=0,330$ ;  $[0,208;0,452]$ ), dolaylı etkisi ( $B=0,083$ ;  $[0,007;0,164]$ ) istatistiksel olarak anlamlıdır.

$VAF2=0,083/0,413=0,201$ . Buna göre lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerine etkisinde kurumsal destek kısmi aracılık etmektedir. Dolayısıyla  $H_3$  kısmen kabul, lider-üye etkileşimi ile görev performansı ilişkisinde algılanan kurumsal destek kısmen aracı rol oynamaktadır.

#### 4.5. Düzenleyici Etki Analizi

Regresyon modeline, düzenleyici değişken ile bağımsız değişkenin çarpımından ulaşılan etkileşim terimi eklendiğinde eğer bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etki oluşturursa düzenleyici değişkenin ve

düzenleyici etkinin olduğu anlaşılmaktadır (Sharma, vd., 1981; Baron ve Kenny, 1986). Çalışmada düzenleyici model Process Regresyon model 1, aracılık model 4 ile analiz edilmiştir.

**Tablo 10.** Düzenleyici Etki Modeli Sonuçları

Model	Yol Testi	B	S.H.	t	P	Alt Limit	Üst Limit
1	LÜE>İlgisizlik	-0,548	0,109	-5,045	<b>0,000*</b>	-0,761	-0,334
	Kurum.HizmetSüresi(2)>İlgisizlik	0,022	0,137	0,157	<b>0,875</b>	-0,248	0,291
	Kurum.HizmetSüresi(3)>İlgisizlik	-0,063	0,171	-0,366	<b>0,714</b>	-0,400	0,274
	Etkileşim1	0,170	0,140	1,212	<b>0,227</b>	-0,106	0,446
2	Etkileşim2	-0,033	0,170	-0,192	<b>0,848</b>	-0,366	0,301
	LÜE>İlgiÖnemslenme	0,626	0,087	7,171	<b>0,000*</b>	0,454	0,797
	Kurum.HizmetSüresi(2)>İlgiÖnemslenme	-0,127	0,110	-1,154	<b>0,250</b>	-0,343	0,090
	Kurum.HizmetSüresi(3)>İlgiÖnemslenme	-0,006	0,138	-0,045	<b>0,964</b>	-0,277	0,265
3	Etkileşim3	-0,063	0,113	-0,554	<b>0,580</b>	-0,284	0,159
	Etkileşim4	0,028	0,136	0,207	<b>0,836</b>	-0,240	0,296
	LÜE>KurumsalDestek	0,596	0,086	6,934	<b>0,000*</b>	0,427	0,766
	Kurum.HizmetSüresi(2)>KurumsalDestek	-0,087	0,108	-0,806	<b>0,421</b>	-0,301	0,126
	Kurum.HizmetSüresi(3)>KurumsalDestek	0,020	0,136	0,145	<b>0,885</b>	-0,247	0,287
	Etkileşim5	-0,103	0,111	-0,925	<b>0,356</b>	-0,322	0,116
	Etkileşim6	0,030	0,134	0,222	<b>0,825</b>	-0,235	0,294

\*p<0,05 anlamlı yordama, n=2000 Bootstrap Process, (%95 güven düzeyi)

Kurumdaki hizmet süresi düzenleyici değişkeni kategorik değişkendir. Bu nedenle modele dahil edilebilmesi için Process Regresyon analizinde kategorik tanımlanmıştır. 1.grup olan 0-4 yıl referans alınmıştır. 2. (5-9 yıl), 3. (10 yıl ve üzeri) analizlerde kullanılmıştır.

Düzenleyici etkinin söz konusu olabilmesi için etkileşim teriminin (bağımsız değişken x düzenleyici değişken) anlamlı olması gerekmektedir. Kurumsal destek (Hem alt boyutlarda hem de toplam ölçekte) üzerinde lider-üye etkileşiminin etkisinde kurumda hizmet süresi düzenleyici role sahip değildir (Etkileşim terimleri için p>0,05). Buna göre  $H_5$  desteklenmemiş, kurumdaki hizmet süresi bu ilişkide düzenleyici bir etki göstermemektedir.

## 5. Tartışma ve Sonuç

Lider- üye etkileşimi teorisi, liderler ile üyeler veya yöneticiler ile astlar arasında kurumsal süreç içerisinde gelişen etkileşimi incelemektedir. Lider ile üye arasında karşılıklı güven, uyum ve saygı gibi yüksek nitelikte bir ilişkinin olması durumunda üyeler lider için ekstra rol davranışında bulunacak ve iç grup üyesi olarak nitelendirilecektir. Buna göre üyelerin iç grup üyesi olması durumunda liderden daha fazla ilgi ve destek göreceği ancak dış grup üyelerin ise standart rol ve sorumlulukları üstleneceği kabul edilmektedir. Alanyazın incelendiğinde; yöneticileri/liderleri tarafından desteklenen çalışanlar, çalıştıkları örgüte karşı duygusal bağlılık hissetmekte, sadakati artmakta ve örgütün amaçlarını yerine getirmek üzere ekstra çaba göstererek yüksek performans sergilemektedirler (Scandura ve Pellegrini, 2008; Bhal, 2006; Dyne vd., 2008; Martin vd., 2016).

Lider-üye etkileşimi, kurumdaki hizmet süresi, kurumsal destek algısı ve görev performansı değişkenlerinin bir arada çalışıldığı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda lider-üye etkileşimi ile görev performansı arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak, bu ilişkide kurumdaki hizmet süresinin düzenleyici ve kurumsal destek algısının aracı rolünü tespit etmek üzere Türkiye'nin Ege Bölgesinde bir büyükşehir belediyesinde çalışan 346 büro personeli üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışma neticesinde elde edilen bulgulara göre, lider-üye etkileşiminin görev performansı ilişkisinde çalışanların kurumlarından algıladıkları desteğin pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmakta, kurumdaki hizmet süresi bu ilişkide düzenleyici etki oluşturmaktadır.

Çalışmanın bir başka hipotezi, lider-üye etkileşimi görev performansı ilişkisinde algılanan kurumsal desteğin aracılık etkisiydi. (Settoon vd., 1996)'in algılanan kurumsal desteğin lider-üye etkileşimiyle birlikte iş çıktılarına olan etkisini incelendiği çalışmada söz konusu değişkenlerin arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Aynı şekilde (Stamper ve Johlke, 2003) algılanan kurumsal destek ile rol stresi ve iş çıktıları

üzerine yapmış olduğu çalışmada algılanan kurumsal destek ile görev performansının birbiriyle ilgisi olmayan konular olduğuna yönelik bulgular sunmuştur. Buna karşın çalışmamızın sonuçları Riggel vd., (2009)'nin çalışmalarında olduğu gibi algılanan kurumsal desteğin görev performansı üzerinde etki ettiği yönünde çıktılarını ile benzeşmektedir. Bu anlamda çalışmamızın analiz sonuçları; algılanan kurumsal desteğin görev performansı ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğunu göstermektedir.

Martin vd. (2016), lider-üye etkileşimi ve görev performansı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada 116'sı görev performansını kapsayan 262 örnek araştırma incelemişlerdir. Söz konusu meta analizi neticesinde lider-üye etkileşiminin görev performansına anlamlı ve pozitif bir etkisi bulunmuştur. Çalışmamızda bu bulgulara benzer olarak lider-üye etkileşimi ile görev performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerine etkisinde algılanan kurumsal desteğin alt boyutu olan "ilgisizlik" boyutunun aracılık etmediği; "ilgi ve önemsenme" boyutunun ise lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerine etkisinde kısmi aracılık ettiği bulunmuştur. Dolayısıyla lider-üye etkileşiminin görev performansı üzerine etkisinde kurumsal destek algısı kısmi olarak aracılık etmektedir. Lider-üye etkileşiminin, algılanan kurumsal desteğe etkisinde kurumdaki hizmet süresi hem alt boyutlarda hem de toplam ölçekte düzenleyici role sahip değildir.

Araştırma belirli bir örnekleme sınırlı olduğundan, çoğu çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da genellenebilirliği kısıtlıdır. Araştırmanın bir diğer kısıtı ise çalışmanın yalnızca bir ildeki kurum çalışanlarını kapsaması ve kamu sektöründe yapılmış olmasıdır. Araştırmada bir diğer sınırlılığı olarak verilerin katılımcılardan bir defada elde edilmesi (kesitsel bir nitelik sergiliyor) olarak gösterilebilir. Gelecek çalışmalarda, özel sektör çalışanları ile çalışmanın yapılması kıyaslanabilirlik açısından önemli faydalar sağlayacaktır.

## 6. Extended Abstract

The aim of this study is to examine the moderating effect of length of service and the mediating effect of POS on the relationship between LMX and task performance. For this purpose, data were collected by conducting a survey on 346 white-collar workers working in a metropolitan municipality in one of the western provinces of Turkey.

Leader-member exchange (LMX) has become extremely popular in the organizational behavior literature, with the realization of the many positive effects that the quality of interaction between the leader and its members provides to the organization (Yammarino et al., 2005). Leader-member interaction theory, which emerged as an alternative to traditional leadership theories, expresses an interaction process in which the members and the leader are mutually affected, not a process in which the leader affects the members unilaterally. Leader-member exchange theory, which emerged as an alternative to traditional leadership theories, suggests an interaction process in which the members and the leader are mutually affected, not a process in which the leader affects the members unilaterally (Graen & Uhl-Bien, 1991). In the organizational process, in which mutual interaction between individuals is inevitable, the leader-member exchange accepts that the leader develops specific leadership behaviours with each member in the organizational process (Liden & Graen, 1980; Dockery & Steiner, 1990). Within the organizational process, appreciation of employees' efforts for work and consideration of their well-being are described as organizational support. Perceived organizational support is defined as the belief of employees that the benefits they offer to the organization are considered by their organization (Eisenberger et al., 1986; Krishnan ve Mary, 2012). Eisenberger et al. (1986) observed that when employees perceive organizational support, stress, tension, and their intention to leave work decreases. Performance is defined as the fulfillment of duties by the employees beyond their job-related expectations. In this sense, task performance is the competencies that employees use to achieve their organizational goals (Hatipoğlu et al., 2019). The performance of the task may be affected by factors related to the employee himself, as well as factors related to the leader or the organization. In reviewing the literature, numerous studies show that leader-member interaction has a positive impact on task performance (Martin et al., 2016; Rockstuhl et al., 2012; Gerstner & Day, 1997; Rotundo & Sackett, 2002).

The research questions developed within the scope of the study are as follows: Does leader-member exchange affect task performance? Does leader-member exchange affect perceived organizational

support? Does perceived organizational support affect task performance? Does perceived organizational support have a mediating role in the effect of LMX on task performance? Does length of service have a moderating role in the effect of LMX on task performance?

In this study, a quantitative survey method was used and data were collected using a questionnaire technique. The individuals to whom the measurement tools will be used were determined based on the purposive sampling approach. The collected data were analyzed using SPSS, ver. 26.0 and AMOS, ver. 21.0 statistical package program. For the reliability levels of the questionnaires applied in the study, the Cronbach alpha factor was taken into account and descriptive statistics of the variables were established. A confirmatory factor analysis (CFA) was conducted for the validity of the data set, and the reliability of the Cronbach alpha coefficients was verified. Process Regression was used for moderator and mediator testing. Pearson and Spearman correlation analysis, process regression analysis, which is part of the testing techniques, has been applied because length of service is an ordinal variable and is subject to non-parametric tests.

As a result of the research, the support perceived by the employees from their organizations has a positive and significant effect on the task performance relationship of the leader-member interaction, and the length of service in the institution has a regulatory effect on this relationship. Research analysis indicates that perceived organizational support has a meaningful and positive relationship with job performance. However, it has been revealed that the "indifference" dimension, which is the sub-dimension of perceived organizational support, does not mediate the effect of leader-member interaction on task performance. On the other hand, it was found that the "interest and caring" dimension partially mediated the effect of leader-member exchange on task performance. Therefore, the perception of organizational support partially mediates the effect of leader-member interaction on task performance. In the effect of leader-member exchange on perceived organizational support, the length of service in does not have a moderator role in both sub-dimensions and overall scale.

**Keywords:** Leader-Member Exchange, Perceived Organizational Support, Task Performance

#### Kaynakça

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bhal, K. T. (2006). LMX-Citizenship Behavior Relationship: Justice as a Mediator. *Leadership & Organization Development Journal*, 27(2), 106-117.
- Breland, J. W., Treadway, D. C., Duke, A. B., & Adams, G. L. (2007). The Interactive Effect of Leader-Member Exchange and Political Skill on Subjective Career Success. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(3), 1-14.
- Bhantumnavin, D. (2000). Importance of Supervisory Social Support and its Implications for HRD in Thailand. *Psychology and Developing Societies*, 12(2), 155-166.
- Büyükoztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470- 483.
- Cogliser, C., & Schriesheim, C. A. (2000). Exploring Work Unit Context and Leader-Member Exchange: A Multi-Level Perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 21(5), 487-511.
- Cole, D. A. (1987). Utility of Confirmatory Factor Analysis in Test Validation Research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 584-594.
- Dienesch, R. M., & Liden, R. C. (1986). Leader-Member Exchange Model of Leadership: A Critique and Further Development. *The Academy of Management Review*, 11(3), 618-634.
- Dockery, T. M., & Steiner, D. D. (1990). The Role of the Initial Interaction in Leader-Member Exchange. *Group and Organization Studies*, 15(4), 395-413.
- Dulebohn, J., Bommer, W., Liden, R., Brouer, R., & Ferris, G. (2012). A Meta-Analysis of Antecedents and Consequences of Leader-Member Exchange: Integrating the Past with an Eye toward the Future. *Journal of Management*, 38(6), 1715-1759.

- Dyne, L. V., Kamdar, D., & Joireman, J. (2008). In-Role Perceptions Buffer the Negative Impact of Low LMX on Helping and Enhance the Positive Impact of High LMX on Voice. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1195-1207.
- Efron, B. (1987). Better Bootstrap Confidence Intervals. *Journal of the American Statistical Association*, 82(397), 171-185.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Fritz, M. S., & MacKinnon, D. P. (2007). Required Sample Size to Detect the Mediated Effect. *Psychological Science*, 18(3), 233-239.
- Gerstner, C. R., & Day, D. V. (1997). Meta-Analytic Review of Leader-Member Exchange Theory: c Review of Leader-Member Exchange Theory. *Journal of Applied Psychology*, 82(6), 827-844.
- Giray, M. D., & Şahin, D. N. (2012). Algılanan Örgütsel, Yönetici ve Çalışma Arkadaşları Desteği Ölçekleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, Aralık, 15(30), 1-9.
- Graen, G. B., & Uhl-Bien, M. (1991). The Transformation of Professionals into Self-Managing and Partially Self-Designing Contributors: Toward a Theory of Leadership-Making. *Journal of Management Systems*, 25-39.
- Groeneveld, R. A., & Meeden, G. (1984). Measuring Skewness and Kurtosis. *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician)*, 33(4), 391-399.
- Gürbüz, S. (2019). Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri (Cilt 37). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hatipoğlu, Z., Akduman, G., & Demir, B. (2019). Babacan Liderlik Tarzının Çalışan Görev Performansı ve Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 279-292.
- Hayes, A. F. (2018). Partial, Conditional, and Moderated Mediation: Quantification, Inference, and Interpretation. *Communication Monographs*, 85(1), 4-40.
- Hopkins, K. D., & Weeks, D. L. (1990). Tests for Normality and Measures of Skewness and Kurtosis: Their Place in Research Reporting. *Educational and Psychological Measurement*, 50, 717-729.
- Hosking, J. R. (1990). L-moments: Analysis and Estimation of Distributions using Linear Combinations of Order Statistics. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 52(1), 105-124.
- Riggle, J. R., Edmondson, R. D., & Hansen, D. J. (2009). A Meta-Analysis of the Relationship Between Perceived Organizational Support and Job Outcomes: 20 Years of Research. *Journal of Business Research*, 62(10), 1027-1030.
- Yammarino, J. F., Dionne, D. S., Chun, J. e., & Dansereau, F. (2005). Leadership and Levels of Analysis: A State-Of-The-Science Review. *The Leadership Quarterly*, 16(6), 879-919.
- Kim, H. J., Hur, W.-M., Moon, T.-W., & Jun, J.-K. (2017). Is All Support Equal? The Moderating Effects Of Supervisor, Coworker, And Organizational Support On The Link Between Emotional Labor and Job Performance. *BRQ Business Research Quarterly*, 124-136.
- Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., Schaufeli, W. B., Vet, H. C., & Beek, A. J. (2011). Conceptual Frameworks of Individual Work Performance: A Systematic Review. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 53(8), 856-866.
- Krishnan, J., & Mary, S. (2012). Perceived Organisational Support an Overview on its Antecedents and Consequences. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(4), 1-13.
- Lary, J. W., & Anderson, S. E. (1991). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and in-Role Behaviors. *Journal of Management*, 17(3), 601-617.
- Liden, R. C., & Graen, G. (1980). Generalizability of the Vertical Dyad Linkage Model of Leadership. *The Academy of Management Journal*, 23(3), 451-465.
- Liden, R. C., & Maslyn, J. M. (1998). Multidimensionality of Leader-Member Exchange: An Empirical Assessment Through Scale Development. *Journal of Management*, 24(1), 43-72.
- MacKinnon, D., Warsi, G., & Dwyer, J. H. (1995). A Simulation Study of Mediated Effect Measures. *Multivariate Behav Research*, 30(1), 41-62.



- Mallinckrodt, B., Abraham, W. T., Wei, M., & Russell, D. W. (2006). Advances in Testing the Statistical Significance of Mediation Effects. *Journal of Counseling Psychology*, 53(3), 372-378.
- Martin, R., Guillaume, Y., Thomas, G., Lee, A., & Epitroapaki, O. (2016). Leader–Member Exchange (Lmx) and Performance: A Meta-Analytic Review. *Personnel Psychology*, 69, 67-121.
- Motowildo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. *Human Performance*, 10(2), 71-83.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Özçelik, Z. (2017). Çalışanların Mesai İçi ve Dışı Boş Zaman Davranışlarının İş Performansı ve Ruhsal Sağlıkları Üzerindeki Etkisi. *Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Özutku, H., Ağca, V., & Cevrioğlu, E. (2008). Lider-Üye Etkileşim Teorisi Çerçevesinde, Yönetici-Ast Etkileşimi ile Örgütsel Bağlılık Boyutları ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Ampirik Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* (2), 193-210.
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review Of The Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714., 87(4), 698-714.
- Robbins, S., & Judge, T. (2018). *Essentials of Organizational Behavior* (14. b.). London: Pearson Education, Inc.
- Rockstuhl, T., Dulebohn, J. H., Ang, S., & Shore, L. M. (2012). Leader–Member Exchange (LMX) and Culture: A Meta-Analysis of Correlates of LMX Across 23 Countries. *Journal of Applied Psychology*, 97(6), 1097–1130.
- Rotundo, M., & Sackett, P. R. (2002). The Relative Importance of Task, Citizenship, and Counterproductive. Performance to Global Ratings of Job Performance: A Policy-Capturing Approach. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 66-80.
- Scandura, T. A., & Pellegrini, E. K. (2008). Trust and Leader—Member Exchange: A Closer Look at Relational Vulnerability. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(2), 101-110.
- Settoon, R. P., Bennett, N., & Liden, R. C. (1996). Social Exchange in Organizations: Perceived Organizational Support Leader-Member Exchange, and Employee Reciprocity. *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 219-227.
- Sharma, S., Durand, R. M., & Gur-Arie, O. (1981). Identification and Analysis of Moderator Variables. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 291-300.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in Experimental and Nonexperimental Studies: New Procedures and Recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422-445.
- Sparrowe, R. T., & Liden, R. C. (1997). Process and Structure in Leader-Member Exchange. *The Academy of Management Review*, 22(2), 522-552.
- Stamper, C. L., & Johlke, M. C. (2003). The Impact of Perceived Organizational Support on the Relationship Between Boundary Spanner Role Stress and Work Outcomes. *Journal of Management*, 29(4), 569-588.
- Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.
- Sürücü, L. (2021). Lider Üye Etkileşimi: Literatür Taraması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(1), 257-277.
- Sürücü, L., Şeşen, H., & Maşlakçı, A. (2021). SPSS, AMOS ve PROCESS Macro ile İlişkisel, Aracı/Düzenleyici ve Yapısal Eşitlik Modellemesi Uygulamalı Analizler (1. b.). Detay Yayıncılık.
- Uludağ, G. (2019). Lider Üye Etkileşiminin İşgören Performansına Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 719-739.
- Vecchio, R. P., & Gobdel, B. C. (1984). The Vertical Dyad Linkage Model of Leadership: Problems and Prospects. *Organizational Behavior & Human Performance*, 34(1), 5-20.
- Yılmaz, D. (2014). Dağıtılmış Liderliğin Örgütsel Güven ile Algılanan Örgütsel Destek ve Okul Başarıyla İlişkisi. *Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Yönetim Muhasebesi Başlığı Altında Yayınlanan Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Mustafa İYİBİLDİREN\* 

## ÖZ

**Problem:** Yönetim muhasebesi başlığı altında yapılan çalışmaların genel görünümü, üniversitelere ve yazarlara dağılımı nasıldır? Bu başlık altında ortaya konulan çalışmalar hangi kaynaklarda yayın imkanı bulmaktadır?

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı yönetim muhasebesi başlığı kullanılarak yapılmış yayınların görünümünü ortaya koyarak yeni hazırlanacak çalışmalara rehber niteliğinde olmaktır.

**Önemi:** Yapılacak çalışmalarda öncelikle alanla ilgili yapılan çalışmaların tespit edilmesi yani literatürün bilinmesi oldukça önemlidir. Yapılacak çalışmanın daha önce kimler tarafından çalışıldığı, hangi ülkelerin bu konularda öne çıktığı, yayının hazırlanmasından sonra hangi kanallarda yayın imkanı bulabileceği gibi sorular bu tarz çalışmalar ile cevaplanabilmektedir.

**Yöntemi:** Bu çalışmada bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Yönetim muhasebesi alanında 1980-2022 yılları arasında yayınlanmış çalışmalar ve bu çalışmalar arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

**Veri Toplama Tekniği:** Yönetim muhasebesi (management accounting) başlığı kapsamında yayınlanan akademik çalışmalar Web of Science veri tabanından çekilmiştir. Bu veri tabanından elde edilen veriler, VOSviewer yazılımı yardımı ile haritalama tekniğine göre analiz edilmiştir.

**Önemli Bulgular:** Yönetim muhasebesi başlığı kapsamında 988 yayın incelenmiş ve en fazla yayının 2020 yılında yapıldığı, bu alandaki en çok yayının işletme finansmanı ve yönetim bilim alanlarında yer aldığı tespit edilmiştir. Ülkelerin yayın dağılımına bakıldığında İngiltere, üniversiteler değerlendirildiğinde ise Güney Avustralya Üniversitesi ve MARA Teknoloji Üniversitesi lider konumundadır. Bu başlık altında en fazla yayın, 11 adetle Gary Spraakman tarafından yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yönetim Muhasebesi, Bibliyometrik Analiz, Haritalama Tekniği.

## Bibliometric Analysis of Academic Studies Published Under the Title of Management Accounting

### ABSTRACT

**Problem:** What is the general view of the studies conducted under the title of management accounting, and how is their distribution to universities and authors? In which sources do the studies under this title find the opportunity to be published?

**Purpose:** The aim of this article is to guide the studies to be prepared by revealing the appearance of the publications made using the title of management accounting.

**Importance:** In the studies to be done, it is very important to determine the studies related to the relevant field, that is, to know the literature. Questions such as who has practiced on the exercise to be done before, which countries stand out on these issues, and which channels will have the opportunity to broadcast after the preparation of the publication can be answered with such studies.

**Method:** In this study, bibliometric analysis technique was used. The publications published between 1980-2022 in the field of management accounting and the relations between these publications were analyzed.

**Data Collection Technique:** Academic studies published under the title of management accounting were obtained from the Web of Science database. The data acquired from this database were analyzed according to the mapping technique with the help of VOSviewer software.

**Important Findings:** Within the scope of management accounting, 988 publications were examined, and it was determined that the most publications were made in 2020, and the most publications in this field were in the fields of business finance and management science. When the publication distribution of the countries is considered, England is the leader, and when the universities are evaluated, the University of South Australia and MARA University of Technology are in the leading position. The most publications under this title were broadcasted by Gary Spraakman with 11 copies.

**Keywords:** Management Accounting, Bibliometric Analysis, Mapping Technique.

### 1. Giriş

İşletme faaliyetlerinin planlanması, örgütlenmesi, yürütülmesi ve kontrol edilmesi olarak tanımlanan yönetim fonksiyonunun vazgeçilmez bir parçası olan yönetim muhasebesi; bilgilerin işlenmemiş veri olarak toplanmasından başlayıp, ihtiyaca uygun rapor haline getirilmesi aşamasına kadar işletme

\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, miyibildiren@erbakan.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 28.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 11.11.2022

yöneticilerini odak noktasına koyarak yürütülen muhasebeleştirme sürecinin bütünü oluşturulan bir bilgi sistemidir (Büyükmirza, 2015, s. 29). Yönetim muhasebesinin, geçmişte meydana gelen durumu sayısal verilerle ortaya koyarak gelecek için planlar yapma ve planlanan ile gerçekleşen sonuçları karşılaştırıp kontrol işlevinin yerine getirilmesinde önemli bir rolü vardır (Ergin & Elmacı, 2015, s. 39).

1980 öncesi dönemde, bilgi-iletişim ağlarının günümüze göre yok denecek kadar az olması, ülkeler arası uzaklıklar gibi etkenler, işletmeleri faaliyetlerini sürdürdükleri yerel pazarlarda hayatlarını sürdürme ve karlılık elde etme amaçlarına yönelmiştir. Bu nedenle de işletmeler; yönetimin geliştirilmesi, etkinlik, verimlilik, maliyet düşürme, müşteri odaklı olma, yenilikçilik ve kalite gibi konulara önem verme ihtiyacı hissetmemişlerdir (Bhimani, Horngren, Datar, & Foster, 2008, s. 14).

1980'li yıllara gelindiğinde, işletmelerin farklı ülke pazarlarına girebilme imkanlarını elde etmeleri ile birlikte rekabet yerelden çıkararak uluslararası bir yapıya bürünmüştür (Drury, 2007, s. 11). Bu rekabet yapısına bağlı olarak; yönetim muhasebesi kapsamında değerlendirilen işletmelerde finansal kaynak tahsisinin optimize edilmesi ve sürekli maliyet kontrolü gibi faaliyetler daha aktif olarak kullanılmaya başlamıştır.

Günümüzde ileri üretim teknolojilerinin kullanılması, küresel rekabetin şiddetlenmesi ve ekonomilerde yaşanan durgunluk vb. nedenlerle yöneticilerin sorunlara çözüm bulabilmeleri için yönetim muhasebesi uygulamalarının önemi daha net olarak ortaya çıkmıştır.

Yönetim muhasebesindeki gelişmelere paralel olarak bu alanla ilgili yapılan çalışmalar da farklılıklar göstermiştir. Bu çalışmada, küresel boyutta hızını artırarak devam eden rekabet süreci bağlamında dünyada yönetim muhasebesi başlığı altında yerini alan makale çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı yönetim muhasebesi başlığı kullanılarak yapılmış yayınların görünümünü ortaya koyarak yeni hazırlanacak çalışmalara rehber niteliğinde olmaktır. Günümüzde yapılacak çalışmalarda öncelikle alanla ilgili daha önce ortaya konulan çalışmaların tespit edilmesi yani literatürün bilinmesi oldukça önemlidir. Yapılacak çalışmanın daha önce kimler tarafından çalışıldığı, hangi ülkelerin bu konularda öne çıktığı, yayının hazırlanmasından sonra hangi kanallarda yayın imkanı bulabileceği gibi sorular bu tarz çalışmalar ile cevaplanabilmektedir.

## 2. Yöntem ve Veri

Bu çalışmada yönetim muhasebesi (management accounting) başlığı altında ele alınan yayınlar bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Bibliyometrik analiz, literatürün geniş bir bakış açısıyla incelenmesine imkan sağlayan ve konu ile ilgili araştırma yapma düşüncesinde olan kişilere bir yol haritası sunan tekniklerden biridir denilebilir. Bibliyometrik yöntemler (örneğin, ortak alıntı analizi, bibliyografik birleştirme), bilimsel alanların yapısal görüntülerini oluşturmak için yayın veri tabanlarından bibliyografik verileri kullanır (Zupic & Čater, 2015, s. 430). Bibliyometrik analiz genel olarak iki amaç gözetilerek yapılmaktadır. Bunlar, performans değerlendirme ve bilimsel haritalamadır. Bilimsel haritalama, belirli disiplinlerin, bilimsel alanların veya araştırma alanlarının kavramsal, entelektüel ve sosyal olarak nasıl yapılandırıldığını tanımlayan bibliyometrik haritalar oluşturmayı amaçlamaktadır. Başka bir deyişle, bilimsel haritalama, bilimsel araştırmanın yapısal ve dinamik yönlerini göstermeyi hedeflemektedir (Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma, & Herrera, 2011, s. 1382). Bibliyometrik yöntemler içerisinde bilimsel haritalama yöntemi diğer yöntemlere göre oldukça yenidir. Bilimsel haritalama; disiplinlerin, alanların, uzmanlıkların, dokümanların, yazarların ve yazarın bulunduğu ülke ve kurumların birbirleri ile ilişkisini gösteren uzaysal bir temsili ifade etmektedir (Demir & Erigüç, 2018, s. 97).

### 2.1. Veri

Araştırmada kullanılan veriler 2022 yılı Mart ayı baz alınarak Web of Science veri tabanından elde edilmiştir. Bu veri tabanının seçilmesinin en büyük sebebi, analiz için gerekli olan verilerin kolay derlenebilmesi, bilimsel literatürde en fazla kabul gören ve oldukça sık kullanılan bir veri tabanı olmasıdır (Bozdemir & Çivi, 2019, s. 61). Ayrıca muhasebe alanında çok sayıda dergiyi Web of Science bünyesinde barındırdığı için analizde kullanılacak yeterli sayıda makaleye ulaşmak mümkün olmaktadır. Web of Science, analizlerde kullanılan paket programların ihtiyaç duyduğu veri formatında bilgi sağladığı için daha fazla analiz yapmaya imkan vermektedir (Koç & Karabınar, 2021, s. 182).

## 2.2. Analiz Yöntemi

Bilimsel bir alanı izlemek, yapısını ve gelişimin belirlemek için araştırma alanlarını sınırlandırmak gerekmektedir. Bu çalışmada yönetim muhasebesi (management accounting) kelimesinin taraması başlık (title) sınırlandırması ile gerçekleştirilmiştir. Başlık kapsamında yapılan aramalar, taranılan kelimenin sadece makale başlığında geçtiği çalışmaları ifade etmektedir. Bilimsel haritalama yöntemi, elde edilen verilerden yararlı yeni bir bilginin keşfi olarak da ifade edilmektedir. Bilimsel haritalama analizi, belirlenen anahtar kelime üzerinden (yazarlar, ülkeler, yayınlar vb.) yaygın bir şekilde yapılmaktadır (Demir & Erigüç, 2018, s. 97). Bu analizin farklı önemli yönleri bulunmaktadır: (1) verilerin kaynaklardan elde edilmesi, (2) analiz birimlerinin seçimi, (3) veri ön işleme, (4) analiz birimleri arasındaki ilişkileri normalleştirmek için kullanılacak benzerlik ölçüleri, (5) eşleştirme adımları (haritalama), (6) analiz yöntemi türleri, (7) görselleştirme teknikleri ve (8) sonuçların yorumlanmasıdır (Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma, & Herrera, 2011, s. 1383).

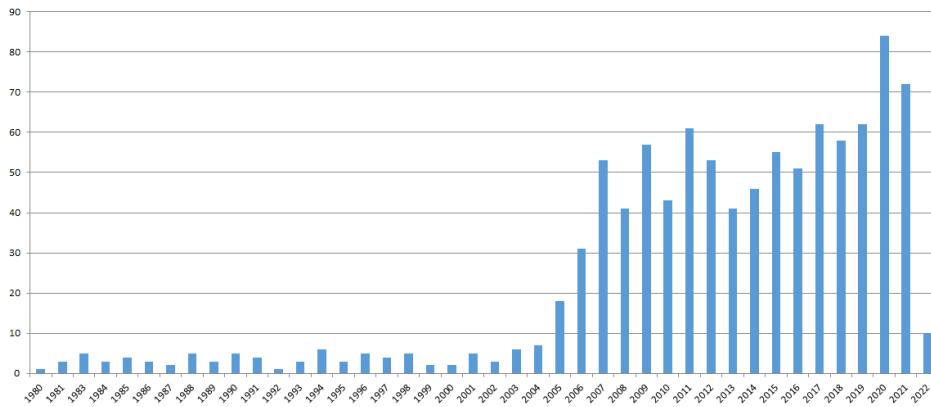
Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilecek bibliyometrik analiz için ilk olarak Web of Science kapsamında yer alan yayınlar temelinde tarama yapılmıştır. Bu taramadan elde edilen sonuçların bilimsel haritalama analizinin yapılması için çok sayıda yazılım geliştirilmiştir. Bu çalışmada da bu yazılımlardan bir tanesi olan VOSviewer programı kullanılarak elde edilen veriler görsel haritalama yöntemiyle belirli bir düzen içerisinde sunulmuştur.

## 3. Bulgular

Çalışmada ilk olarak Web of Science veri tabanında 1980-2022 yılları arasında “management accounting” (yönetim muhasebesi) başlığıyla ilgili olarak arama kayıtları derlenmiştir. Bu taramadan elde edilen bilgiler öncelikle genel görünüm açısından değerlendirilmiş daha sonra diğer başlıklar olan ülke, üniversite, yazar, kaynakça kapsamında analize tabi tutulmuştur.

### 3.1. Yönetim Muhasebesi Başlığı Altında Yayınlanan Çalışmaların Genel Görünümü

Öncelikli olarak yönetim muhasebesi başlığında yapılan yayınların yıllara göre dağılımına baktığımızda en fazla yayının 2020 yılında yapıldığı görülmektedir. 2020 yılını sırası ile 2021, 2019 ve 2017, 2018 ve 2009 yılları takip etmektedir. Özellikle 2005 yılından itibaren yönetim muhasebesi ile ilgili yayınların bir ivme kazandığı ve 2007 yılından itibaren yıllık ortalama 50 yayının üzerinde bir grafik çizdiği görülmektedir. Çalışma 2022 yılının başlarında yapıldığı için bu yıla ilişkin yayın sayısı daha az ortaya çıkmıştır.



Şekil 1. 1980-2022 Yılları Arasında Yayınlanan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

“Management accounting” (yönetim muhasebesi) konusunun Web Of Science veri tabanında araştırmalara konu edildiği alanlar Tablo 1’de gösterilmektedir. Bu tablo hazırlanırken en az 5 yayın yapılmış bilim alanları kriter olarak alınmıştır.

**Tablo 1.** Yönetim Muhasebesi Çalışmalarının Bilim Alanlarına Göre Dağılımı

Kategori	Yayın Sayısı
İşletme Finansmanı	525
Yönetim	298
İşletme	111
Ekonomi	69
Çevre Bilimleri	48
Yeşil Sürdürülebilir Bilim Teknolojisi	44
Çevre Çalışmaları	38
Yöneylem Araştırması	27
Çevre Mühendisliği	21
Eğitim Araştırmaları	17
Endüstri Mühendisliği	15
Sosyal Bilimler (Disiplinlerarası)	14
Kamu Yönetimi	10
Multidisipliner Bilimler	9
Metalurji Mühendisliği	7
Tarım Ekonomisi Politikası	6
Üretim Mühendisliği	6
Mühendislik (Multidisipliner)	6
Bilgi Bilimi (Kütüphane Bilimi)	6
Bilgisayar Bilimi (Bilgi Sistemleri)	5

Tablo1’de görüldüğü gibi yönetim muhasebesi başlığı en fazla işletme finansmanı alanında ele alınırken yönetim ve işletme alanları bunu takip etmektedir. Burada dikkat çeken bir nokta ise sosyal bilimlerdeki pek çok alanda ortaya konulan çalışmaların yanında mühendislik alanında yapılan çalışmalarda da yönetim muhasebesi başlığına rastlanmaktadır.

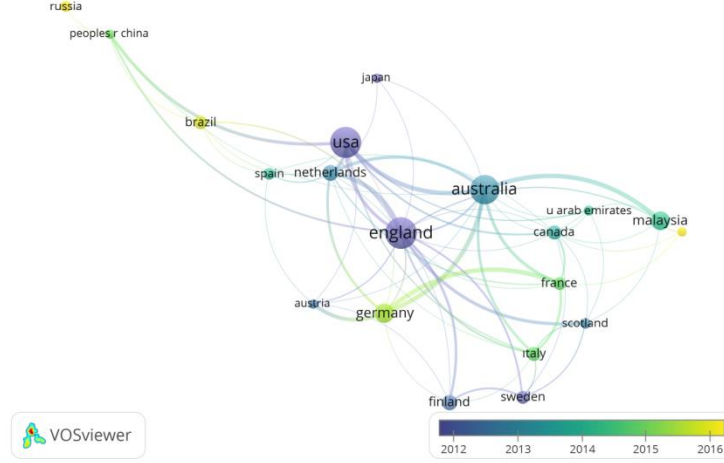
### 3.2. İncelenen Yayınların Ülkelere Göre Dağılımı

Çalışma kapsamında incelenen yayınların ülkelere göre dağılımına bakıldığında çok yazarlılık durumunun ülke bilgisini etkilediği görülmektedir. Çünkü bir yayın çok yazarlı ve yazarlar farklı ülkelerden ise aynı yayın için her ülke hanesine bu yayın yazılmaktadır.

**Tablo 2.** İncelenen Yayınların Ülkelere Göre Dağılımı

Ülke	Yayın Sayısı
İngiltere	115
ABD	110
Avustralya	101
Almanya	58
Malezya	54
Hollanda	43
Finlandiya	40
İtalya	37
Kanada	37
Brezilya	35
Fransa	33
İsveç	32
İspanya	29
Rusya	26
İskoçya	24
Birleşik Arap Emirlikleri	22
Avusturya	21
Çin	20
Endonezya	20
Japonya	20

Tablo 2’de yönetim muhasebesi başlığında en fazla yayın yapan 20 ülke bulunmaktadır. Tablo incelendiğinde yayınlanan çalışmaların en fazla İngiltere’den yapıldığı bunu sırası ile ABD ve Avustralya’nın izlediği görülmektedir. Almanya, Malezya ve Hollanda gibi ülkeler de sıralamanın üstünde yer almasına rağmen yayın sayıları 100’ün çok altında gerçekleşmiştir.



Şekil 2. İncelenen Yayınların Ülkelere Göre Dağılımı ve Bağlantı Haritası

Şekil 2’de çalışma kapsamına alınan bilimsel yayınların yazarlarının ülkelere göre dağılımlarının ağ haritası verilmiştir. VOSviewer programıyla yapılan analiz sonucunda elde edilen ağ haritası, analiz kapsamındaki yayınların yazarlarının ülkeleri arasındaki ilişki gücünü göstermektedir. Bu çalışma özelinde ağ haritası oluşturulurken bir ülkeye ait minimum yayın sayısı 20 olacak şekilde belirlenmiştir. Bu eşik değeri karşılayan ülkelerin her birinin diğer ülkelerle olan bağlantılarının gücü hesaplanmış ve harita oluşturulmuştur. Şekil 2’de görünen dairelerin büyüklüğü yönetim muhasebesi başlığı ile en çok yayın yapan ülkeleri göstermektedir. Buna göre, İngiltere en çok yayının olduğu ülkedir. İngiltere aynı zamanda diğer ülkelerin yayınlarıyla etkileşimi olan merkez ülke konumunda görünmektedir. İngiltere’yi sırasıyla Avustralya, ABD, Hollanda ve Almanya takip etmektedir. Rusya’nın bu bağlantılardan oldukça uzak olduğu ve diğer ülkelerle etkileşiminin çok zayıf olduğu sonucu da yine haritadan okunmaktadır. Şekil 2, ayrıca bize yayınların yıllara göre ülke bazlı yoğunlaşmasını da göstermektedir. İngiltere ve ABD merkezli yayınların, 2012-2013 yıllarında yoğunlaşırken; Almanya’nın sahip olduğu yayınların daha yakın bir tarih olan 2015-2016 yıllarında yoğunlaştığı, Brezilya’ya ait yayınların ise ağırlıklı olarak 2016 yılına ait olduğu görülmektedir.

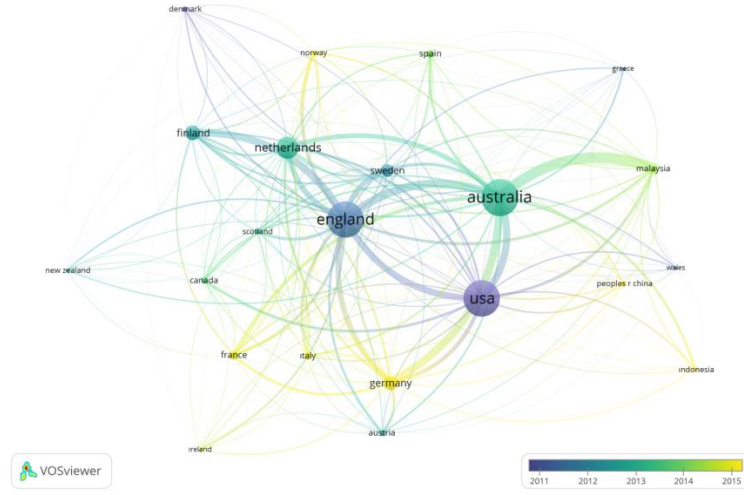
Ülkeler tarafından yapılan yayınların atıf sıralamasına bakıldığında tabloda değişiklikler olduğu gözlemlenmektedir. Tablo oluşturulurken kısıt olarak en az 5 yayını olan ve en az 150 atıf alan ülkeler sıralamaya dahil edilmiştir.

Tablo 3. Ülkeler Tarafından Yapılan Yayınların ve Bunlara Yapılan Atıfların Sayısı

Ülke	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı
Avustralya	101	3051
İngiltere	115	2992
ABD	110	2987
Hollanda	43	1737
Finlandiya	40	1134
Almanya	58	1076
İsveç	32	939
Fransa	33	633
İspanya	29	571
İtalya	37	489

Kanada	37	472
Avusturya	21	413
Malezya	54	403
İskoçya	24	389
Danimarka	18	379
Çin	20	344
Yeni Zelandada	13	265
Norveç	15	256
Endonezya	20	236
İrlanda	9	169

Tablodan da görüleceği üzere atıf sayısında Avustralya, İngiltere ve ABD ile takipçileri arasında oldukça büyük fark oluşmuştur. Burada aslında en etkin yayınların Hollanda merkezli olduğu ortalama atıf sayısından ortaya çıkmaktadır.



Şekil 3. Ülkeler Bazında Atıflarla İlgili Bağlantı Haritası

Ülkeler açısından atıflarla ilgili bağlantıların haritalama görseline bakıldığında atıf sayısı fazla olan ülkeler burada da ortaya çıkmaktadır. Özellikle İngiltere ve Avustralya'nın diğer ülkelerle olan bağlantılarının güçlülüğü kendini göstermektedir. Bunları ABD ve Almanya takip ederken öne çıkan diğer iki ülke ise Malezya ve Finlandiya'dır. Malezya'nın Avustralya ile Finlandiya'nın ise Hollanda ile olan ciddi bağlantıları dikkat çekicidir.

### 3.3. İncelenen Yayınların Üniversitelere Göre Dağılımı

İncelenen yayınların üniversitelere göre dağılımında, ülkelere dağılım sayısında etkili olan çok yazarlılık durumu burada da etkili olmaktadır. Web of Science veri tabanında "yönetim muhasebesi" başlığı altında 7 ve üzerinde çalışmaları yayınlanan üniversitelere bakıldığında 30 üniversitenin sıralamaya girdiği; en fazla yayının ise 20 adet olduğu görülmektedir.

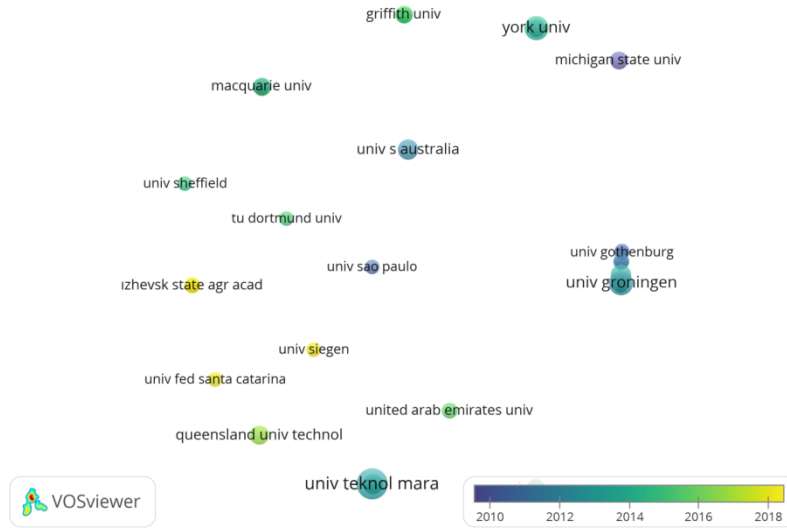
Tablo 4. İncelenen Yayınların Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite	Yayın Sayısı
University of South Australia	20
Universiti Teknologi MARA	20
University of Groningen	14
York University	14
The University of Manchester	11
The University of Edinburgh	11
Queensland University of Technology	10



Macquarie University	9
University of Essex	9
University of Southampton	9
Cardiff University	9
Griffith University	9
Michigan State University	9
Turku School of Economics and Business Administration	8
Aarhus University	8
University of Malaya	8
University of Turku	8
Izhevsk State Agricultural Academy	8
Vrije Universiteit Amsterdam	8
United Arab Emirates University	8
Gothenburg University	7
Kuban State Agrarian University	7
Monash University	7
Örebro University	7
London School of Economics and Political Science	7
University of Oxford	7
University of Technology Malaysia	7
TU Dortmund University	7
Federal University of Santa Catarina	7
University of São Paulo	7
The University of Sheffield	7
University of Siegen	7

Tablo 4 incelendiğinde; Avustralya'dan Güney Avustralya Üniversitesi ve Malezya'dan MARA Teknoloji Üniversitesi açık ara önde iken onları, Hollanda'dan Groningen Üniversitesi, Kanada'dan York Üniversitesi, Birleşik Krallık'tan Manchester Üniversitesi ve Edinburgh Üniversitesi takip etmektedir.



Şekil 4. İncelenen Çalışmaların Üniversitelere Dağılımı ve Yıllara Göre Yoğunlukları

Şekil 4'te çalışmaların üniversitelere dağılımları ve bu üniversitelere ait yayınların yıllara göre yoğunlukları verilmiştir. Burada MARA Teknoloji Üniversitesi'nin ağırlığı ortaya çıkmaktadır. Şekilde yoğun görülmeyen ancak tarafımızdan tespit edildiğine göre iki ayrı isim altında giriş yapıldığı için yayın sayısında MARA teknoloji Üniversitesi ile aynı olan Güney Avustralya Üniversitesi de yerini almıştır. Üniversitelerin yayınlarının yıllara göre yoğunlaşma düzeylerine bakıldığında pek çoğunun yayınlarının 2016 ve öncesi dönemde yoğunlaştığı; yayın sayısı nispeten daha az olan Izhevsk Devlet Tarım Akademisi,

Santa Catarina Federal Üniversitesi ve Siegen Üniversitesi'ne ait çalışmaların ise 2018 ve sonrası dönemde yoğun olarak yayımlandığı görülmektedir.

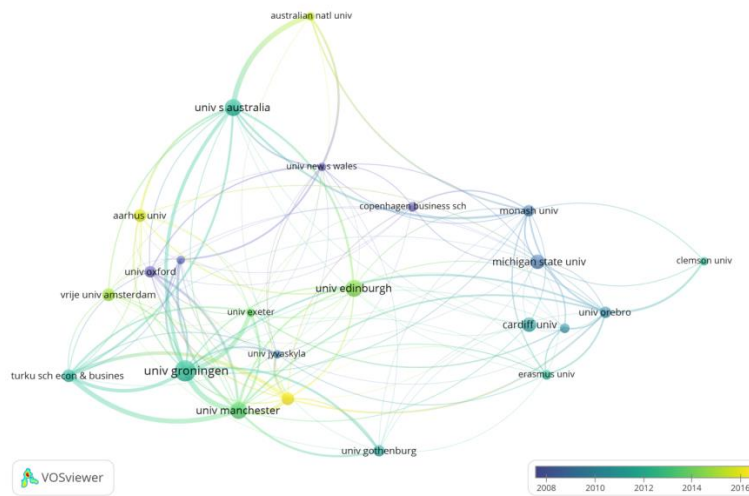
Üniversite açısından incelememize yayın sayısının yanında bir de atıf kriteri konulduğunda oluşan değişiklikler aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Buradaki analizde yayın sayısı olarak en az 5 yayını olma eşiği belirtilirken atıf sayısında da 150 ve üzeri olan üniversiteler sıralamaya dahil edilmiştir. Bir başka ifadeyle burada yer alan üniversitelerin hem 5 ve üzeri yayını hem de bu yayınlara yapılmış 150 ve üzeri atıf bulunmaktadır.

**Tablo 5. En Az 5 Yayını Olan ve 150 Üzeri Atıf Alan Üniversiteler**

Üniversite	Yayın Sayısı	Toplam Atıf Sayısı
University of South Australia	20	656
University of Groningen	14	445
The University of Manchester	11	509
The University of Edinburgh	11	235
Michigan State University	9	387
Turku School of Economics and Business Administration	8	492
Vrije Universiteit Amsterdam	8	318
University of Turku	8	217
Aarhus University	8	158
Monash University	7	858
Örebro University	7	442
University of Oxford	7	391
Gothenburg University	7	189
Erasmus University Rotterdam	6	423
University of Melbourne	6	237
University of New South Wales	5	471
University of Warwick	5	358
University of Jyväskylä	5	225
The Australian National University	5	188
University of Exeter	5	159

Tablo incelendiğinde yukarıda yayın sayısında zirvede olan MARA Teknoloji Üniversitesi'nin sıralamaya dahi giremediği oldukça dikkat çekicidir. Burada bir diğer dikkat çeken üniversite ise Monash Üniversitesi'dir. Bu üniversitenin 7 yayını olmasına karşın aldığı 858 atıfla en çok atıf alan üniversite konumundadır.

En az 5 yayını olan ve en az 150 atıf alan üniversitelerin birbirleri ile olan bağlantıları incelendiğinde aşağıda yer alan harita ortaya çıkmaktadır.



**Şekil 5. En Az 5 Yayını Olan ve 150 Üzeri Atıf Alan Üniversitelerin Bağlantı Haritası**

Bu haritaya göre; değerlendirme kapsamında listeye giren ve yayın sayısında önde olan üniversitelerin (Groningen Üniversitesi, Manchester Üniversitesi ve Güney Avustralya Üniversitesi) bağlantı kanalları olarak ta güçlü oldukları görülmektedir. Yayın sayısında üst sıralarda yer alan Edinburgh Üniversitesi ise bağlantı açısından daha gerilerde yer almaktadır.

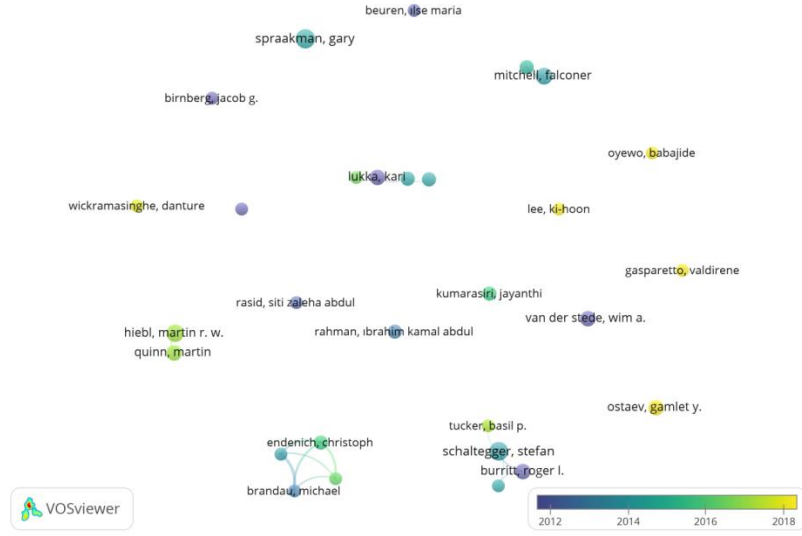
### 3.4. İncelenen Yayınların Yazarlara Dağılımı ve Atıf Sayıları

İncelenen 988 yayının kimler tarafından yazıldığına bakıldığında en az 5 yayını olan yazarlar Tablo 6'da sıralanmıştır.

**Tablo 6.** İncelenen Yayınların Yazarlara Dağılımı

Yazar	Yayın Sayısı
Spraakman, Gary	11
Schaltegger, Stefan	10
Hiebl, Martin R. W.	9
Mitchell, Falconer	8
Burritt, Roger I.	7
Lukka, Kari	7
Quinn, Martin	7
Ostaev, Gamlet Y.	7
Van Der Stede, Wim A.	7
Endenich, Christoph	6
Cinquini, Lino	6
Modell, Sven	6
Scapens, Robert W.	6
Kumarasiri, Jayanthi	6
Rahman, Ibrahim Kamal Abdul	6
Brandau, Michael	5
Hoffjan, Andreas	5
Trapp, Rouven	5
Qian, Wei	5
Suomala, Petri	5
Tucker, Basil P.	5
Beuren, Ilse Maria	5
Birnberg, Jacob G.	5
Gasparetto, Valdirene	5
Lee, Ki-Hoon	5
Oyewo, Babajide	5
Rasid, Siti Zaleha Abdul	5
Wickramasinghe, Danture	5
Xiao, Jason Zezhong	5

Tabloya göre en fazla yayın, 11 adetle Gary Spraakman tarafından yapılmıştır. Onu sırasıyla 10 yayın ile Stefan Schaltegger, 9 yayın ile Martin R.W. Hiebl ve 8 yayın ile Mitchell Falconer izlemektedir. Web of Science veri tabanında 5 ve üzeri sayıda yayını olan yazar sayısı 29'dur.



Şekil 6. En Az 5 Yayını Olan Yazarların Bağlantı Haritası

Yönetim muhasebesi başlığı ile 5 ve daha fazla yayın yapan yazarlar incelendiğinde; yayın sayısı fazla olan yazarların(Gary Spraakman, Stefan Schaltegger, Mitchell Falconer) çalışmalarının 2014-2016 yılları arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Yayın sayısı daha az olan yazarların(Valdirene Gasparetto, Ki-Hoon Lee, Babajide Oyewo ve Danture Wickramasinghe) yayınlarının ise daha yakın zamanda(2018 ve sonrası) kaleme alındığı görülmektedir.

Yazarların birbirleri ile olan bağlantılarına bakıldığında ise birkaç küme haricinde bir ilişkileri olmadığı tespit edilmiştir. Stefan Schaltegger, Roger Burritt ve Wei Qian arasında bir bağlantı varken Basil P. Tucker'ın de yine Stefan Schaltegger ile ilişkili olduğu görülmektedir. Bir diğer kümede; Christoph Endenich, Michael Brandau, Rouven Trapp ve Andreas Hoffjan arasında bağlantı vardır. İkili bağlantı olarak ise; Martin R.W. Hiebl ve Martin Quinn göze çarpmaktadır.

Yazarların yönetim muhasebesi başlığı altında yapmış oldukları çalışmaların aldığı atıflar yönünden değerlendirildiğinde tablo tamamen değişmektedir:

Tablo 7. İncelenen Yayınların Yazarlara Dağılımı ve Atıf Sayıları

Yazar	Yayın Sayısı	Toplam Atıf Sayısı
Lukka, Kari	7	477
Schaltegger, Stefan	10	416
Burritt, Roger I.	7	380
Modell, Sven	6	309
Hiebl, Martin R. W.	9	195
Scapens, Robert W.	6	183
Qian, Wei	5	164
Mitchell, Falconer	8	155
Van Der Stede, Wim A.	7	155
Quinn, Martin	7	126
Cinquini, Lino	6	89
Spraakman, Gary	11	86
Tucker, Basil P.	5	83
Birnberg, Jacob G.	5	77
Xiao, Jason Zezhong	5	73
Suomala, Petri	5	62
Lee, Ki-Hoon	5	51
Trapp, Rouven	5	50
Endenich, Christoph	6	49
Kumarasiri, Jayanthi	6	46

Brandau, Michael	5	44
Hoffjan, Andreas	5	41
Rasid, Siti Zaleha Abdul	5	35
Wickramasinghe, Danture	5	25
Ostaev, Gamlet Y.	7	16
Beuren, Ilse Maria	5	12
Oyewo, Babajide	5	9
Rahman, Ibrahim Kamal Abdul	6	7
Gasparetto, Valdirene	5	4

En fazla atıf alan yazar 7 tane yayınına 477 atıfla Kari Lukka olmuştur. Onu sırasıyla 10 yayınına olan 416 atıfla Stefan Schaltegger; 7 yayına 380 atıfla Roger Burritt ve 6 yayına 309 atıfla Sven Modell takip etmektedir.

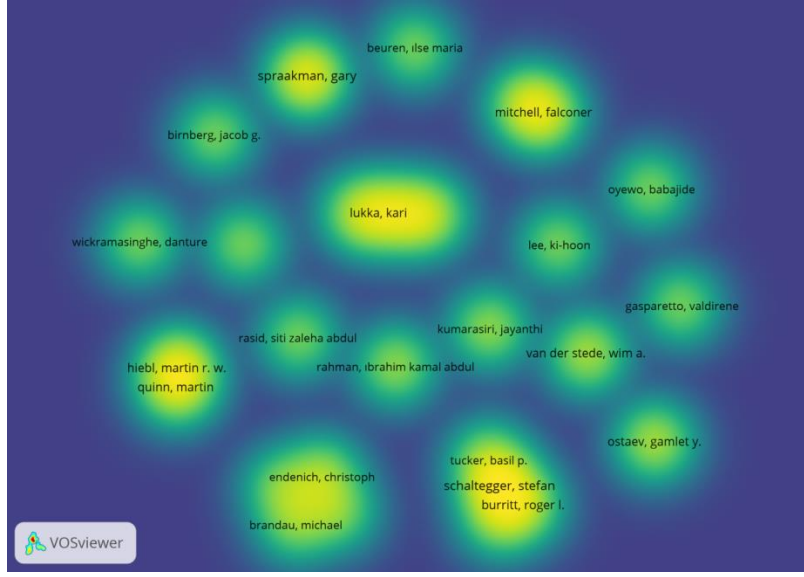
Toplam atıf sayısı açısından tablonun zirvesinde yer alan Kari Lukka'nın en fazla atıf alan yayınının 2010 yılında, tablonun da 4. Sırasında yer alan, Sven Modell ile birlikte kaleme alındığı görülmektedir. Lukka ve Modell (2010) bu çalışmada yorumlayıcı yönetim muhasebesi araştırmasının doğrulanması üzerine ortaya çıkan tartışmaları genişletmekte ve bunlara farklı bakış açısıyla katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Lukka ve Modell tarafından yapılan bu çalışma, atıf sayısına göre kurumların sıralamasında Turku Ekonomi Okulu'nu üst sıralara taşımada oldukça fazla katkı sağlamıştır.

Tablo 7'de yayın sayısı açısından da değerlendirildiğinde 2. Sırada yer alan Stefan Schaltegger tarafından yayınlanıp en fazla atıf alan çalışmanın ortak yazarları; Karen Maas ve Nathalie Crutzen'dir. Maas, Schaltegger ve Crutzen (2016) çalışmalarında şirketlerin; sürdürülebilirlik değerlendirmesini, yönetim muhasebesini, kontrolü ve raporlamayı nasıl entegre edebileceği sorusuna cevap aramış ve bu amaçla bu kavramlar arasındaki bağlantılar ile ilgili literatürü değerlendirerek elde edilen bulgulara dayanarak kapsamlı ve entegre bir çerçeve önerisinde bulunmuşlardır.

En fazla atıf alan yazarlar sıralamasında 3. Sırada yer alan Roger I. Burritt'in daha çok çevresel yönetim muhasebesi üzerine çalışmalar ortaya koyduğu ve en fazla atıf alan çalışmasını da Wei Qian ve Gary Monroe ile birlikte yine yerel yönetimlerde çevresel yönetim muhasebesi üzerine yaptığı görülmektedir. Qian, Burritt ve Monroe (2011), yerel yönetimler tarafından atık ve geri dönüşüm yönetimini iyileştirmek amacıyla çevresel yönetim muhasebesi uygulamasının durumunu tespit etmek amacıyla bu çalışmayı gerçekleştirmişlerdir. Çalışma kapsamında 12 yerel yönetim kuruluşunda vaka çalışması yöntemi uygulanarak bu kurumlardaki atık ve geri dönüşüm konularından sorumlu yöneticilerle görüşmeler yapılmıştır. Sonuç olarak daha önce yapılan araştırmaların aksine araştırılan yerel yönetimlerde artan miktarda çevresel yönetim muhasebesi bilgisinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu çalışma aynı zamanda Güney Avustralya Üniversitesi'nin atıf açısından zirvede yer almasına ciddi katkılar sağlamıştır.

En fazla yayını olan yazarlar listesinde üçüncü ve en fazla atıf alan yazarlar listesinde beşinci sırada yer alan Martin R. W. Hiebl, en fazla atıf alan çalışmasını Oro Lavia López ile birlikte gerçekleştirmiştir. López ve Hiebl (2015) çalışmalarında küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ) yönetim muhasebesi uygulamaları üzerine yoğunlaşmışlardır. Çalışma kapsamında son yıllarda yönetim muhasebesi literatüründe artan bir araştırma konusu olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerde yönetim muhasebesi incelenmiştir. Sonuç olarak KOBİ'lerde yönetim muhasebesi kullanımının daha büyük işletmelere kıyasla daha düşük oranlarda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Ayrıca çevresel, personel ve örgütsel faktörlerin KOBİ'lerde yönetim muhasebesi organizasyonunu nasıl önemli ölçüde etkilediği de bulgular arasında yer almaktadır.

İncelenen yayınların yazarlara dağılımında 11 yayınlı zirvede olan Gary Spraakman, atıf verisinin de analize dahil edilmesiyle listede ancak 12. Sırada yer alabilmiştir. Spraakman'ın en fazla atıf alan çalışması; Winifred O'Grady, Davood Askarany ve Chris Akroyd ile birlikte kaleme aldıkları yönetim muhasebesi mezunlarının bilgi teknolojisi yeterlilikleri üzerine yaptıkları araştırma olmuştur. Spraakman, O'Grady, Askarany ve Akroyd(2015) çalışmalarında işverenlerin, yönetim muhasebesi mezunlarından bilgi teknoloji alanında hangi bilgi ve becerileri aradıkları sorusuna cevap vermeye çalışmışlardır. Çalışma kapsamında saha araştırması yapılarak Yeni Zelanda'nın en büyük şirketlerinden bazılarının finans müdürleri ve departmanın diğer çalışanları ile görüşmeler yapılmıştır. Sonuç olarak aranan niteliklerin; bazı Microsoft araçlarında orta düzeyde yeterlilik olması ve bir kurumsal kaynak planlama sisteminin yapısı ve işlemlerine ilişkin yeterli bilgiye sahip olunması şeklinde ortaya çıkmıştır.



Şekil 7. En Fazla Atıf Alan Yazarların Yoğunluk Haritası

En fazla atıf alan yayınlara sahip yazarların haritasına bakıldığında atıf olarak önde olan yazarların yoğunluğu görülmektedir. Ayrıca yazarların birbirleri ile olan bağlantıları yine bu haritada da ortaya çıkmaktadır.

### 3.5. İncelenen Yayınların Kaynaklarına Göre Dağılımı

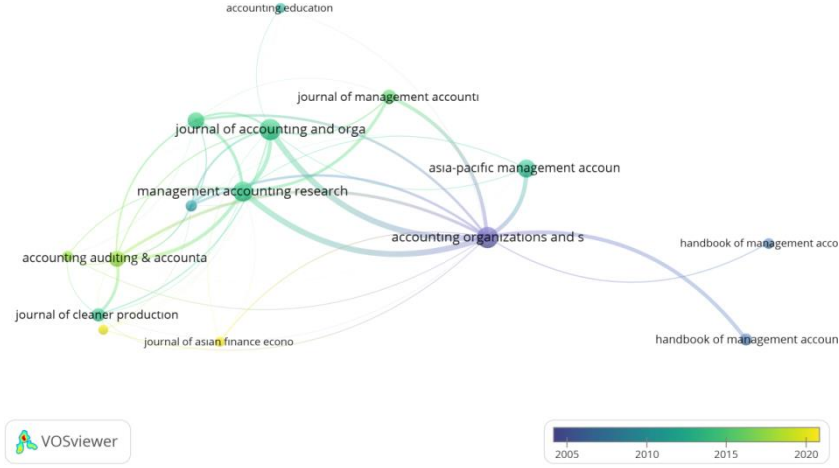
Çalışma kapsamında ele alınan yayınların dergilere dağılımına bakıldığında üç derginin (Accounting Organizations and Society, Journal of Accounting and Organizational Change ve Management Accounting Research) öne çıktığı görülmektedir. Burada kısık olarak, incelenen yayınlardan en az 10 tanesinin bu dergilerde bulunması şartı aranmıştır.

Tablo 8. İncelenen Yayınların Kaynaklara Göre Dağılımı

Dergi Adı	Yayın Sayısı
Accounting Organizations and Society	47
Journal of Accounting and Organizational Change	47
Management Accounting Research	42
Asia-Pacific Management Accounting Journal	34
Qualitative Research in Accounting And Management	29
Accounting Auditing & Accountability Journal	28
Journal of Management Accounting Research	21
Journal of Cleaner Production	19
Handbook of Management Accounting Research Vol 1	16
European Accounting Review	13
British Accounting Review	12
Handbook of Management Accounting Research Vol 2	12
Sustainability	11
Journal of Asian Finance Economics and Business	11
Accounting Education	11

Yönetim muhasebesi başlığı kapsamında çalışmaların yayınlandığı dergilerin birbirleri ile olan bağlantılarını içeren harita incelendiğinde; en fazla yayınlara öne çıkan, Accounting Organizations and Society, Journal of Accounting and Organizational Change ve Management Accounting Research adlı üç derginin burada da diğer kaynakları beslediği görülmektedir. Haritadan çıkan önemli bir bilgi de en fazla yayın yapan dergilerden bir tanesi olan Accounting Organizations and Society isimli dergideki yayınların

ağırlıklı olarak 2005 yılları çevresinde yoğunlaşmış olmasıdır. En fazla yayının bulunduğu diğer iki derginin ise daha güncel (2015) yayınlara ev sahipliği yaptı ortaya çıkmaktadır.



Şekil 8. Yönetim Muhasebesi Başlığı Kapsamında Çalışmaların Yayınlandığı Dergilerin Bağlantı Haritası

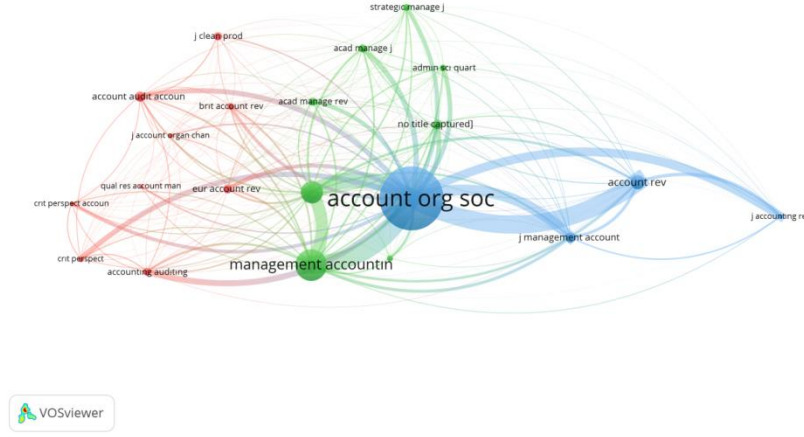
### 3.6. İncelenen Yayınların Kaynakça Analizi

Yönetim muhasebesi başlığı kapsamında ortaya konulan çalışmaların yayınlandığı dergilerin incelenmesinden sonra bu çalışmaların kaynakçalarında geçen dergi vb. kaynakların incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında ele alınan 988 yayının kaynakçaları tarandığında; 300 ve üzerinde atıf alan kaynaklar Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. İncelenen Yayınların Kaynakçalarında Yer Alan Kaynaklar ve Atıf Sayıları

Yayın Adı	Atıf Sayısı
Accounting, Organizations and Society	5631
Management Accounting UK ed.	2579
Management Accounting Research	1725
The Accounting Review	1083
Accounting, Auditing & Accountability Journal	753
Journal of Management Accounting Research	717
European Accounting Review	624
Academy of Management Review	600
Journal of Cleaner Production	598
The Academy of Management Journal	571
Accounting, Auditing & Accountability Journal	547
British Accounting Review	479
Strategic Management	462
Administração Pública e Gestão Social	452
Harvard Business Review	417
Critical Perspectives On Accounting	376
Critical Perspectives On Accounting	352
Journal of Accounting & Organizational Change	331
Journal of Accounting Research	316

Tabloya göre kaynakçalarda yer alan yayınların büyük çoğunluğunun dergiler olduğu yani dergilerde yer alan makaleler olduğu görülmektedir. Yönetim muhasebesi başlığı altında yayınlanan çalışmalara ev sahipliği yapan dergilerin aynı zamanda bu yayınların kaynakçalarında ciddi yer tuttuğu da dikkat edilmesi gereken bir noktadır.



Şekil 9. Kaynakçada Yer Alan Kaynakların Bağlantı Haritası

Kaynakçada yer alan kaynakların haritasına bakıldığında en fazla atıf alan Accounting, Organizations and Society dergisinin hem atıf sayısı olarak hem de bağlantıları açısından baskınlığı burada da görülmektedir. Bu derginin özellikle The Accounting Review dergisi ile çok fazla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu dergiyi, Catherine Gowthorpe tarafından kaleme alınan Management Accounting kitabı izlemektedir ki bu iki yayın arasında da yadsınamayacak düzeyde bir bağlantı vardır.

Yönetim muhasebesi başlığını taşıyan incelememize konu olan yayınların kaynakçaları, atıf yaptıkları yayınlar açısından incelendiğinde aşağıdaki tablo oluşmaktadır:

Tablo 10. İncelenen Çalışmalar Tarafından Atıf Yapılan Yayınlar ve Atıf Sayıları

Yayınlar	Toplam Atıf Sayısı
Chenhall Rh, 2003, Account Org Soc, V28, P127, Doi 10...	164
Johnson Ht, 1987, Relevance Lost Rise	122
Burnsj, 2000, Management Accountin, V11, P3, Dol...	103
Chenhall Rh, 1986, Account Rev, V61, P16	89
Otley D.T., 1980, Account Org Soc, V5, P413	88
Cadez S, 2008, Account Org Soc, V33, P836, Doi 10.101...	84
Dimaggio Pj, 1983, Am Sociol Rev, V48, P 147, Do 10.2...	78
Chenhall R. H., 1998, Management Accountin, V9, P1, ...	71
Luther, 2008, Brit Account Rev, V40, P2, Doi 10.1016/J...	68
Meyer Jw, 1977, Am J Sociol, V83, P340, Doi 10.1086/2...	61
Schaltegger, 2002, Aust Account Rev, V12, P39, Doi 10....	55
Baines A, 2003, Account Org Soc, V28, P675, Doi 10.10...	54
Norton D., 1996, Balanced Scorecard t	54
Bromwich M, 1990, Account Org Soc, V15, P27, Doi 1...	53
Scapens Rw, 2006, Brit Account Rev, V38, P1, Doi 10.10...	53
Chenhall Rh, 1998, Account Org Soc, V23, P243, Doi 10...	52
Ittner Cd, 2001, J Account Econ, V32, P349, Doi 10.101...	52
Langfield-Smith K, 1997, Account Org Soc, V22, P207, ...	51
Guilding C., 2000, Management Accountin, V11, P113	51
Gordon La, 1984, Account Org Soc, V9, P33, Doi 10.101...	50

Tablo 10'da, incelenen yayınlar tarafından 50 ve üzeri atıf verilen çalışmalara ilişkin veriler bulunmaktadır. Burada en fazla atıf alan yayının sahibi de olan Robert H. Chenhall isminin tabloda 4 kez yer aldığı görülmektedir. Bu yazara ait en fazla atıf alan çalışma; 2003 yılında Accounting, Organizations



and Society adlı dergide yayınlanan “Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future” isimli çalışması olmuştur. Chenhall(2003), bu çalışmasında yönetim kontrol sistemlerini ele almakta ve yönetim kontrol sistemlerinin amacı, yönetim kontrol sistemlerinin unsurları, bağlamsal değişkenlerin anlamı ve ölçümü ve teori geliştirme ile ilgili konuları incelemektedir.

988 yayın kapsamında en fazla atıf alan ikinci çalışma; Robert S. Kaplan ve H. Thomas Johnson(1987) tarafından kaleme alınan “Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting” isimli kitap olmuştur. Yüzden fazla atıf alan bir diğer yayın ise; John Burns ve Robert W.Scapens(2000) tarafından hazırlanan “Conceptualizing management accounting change: an institutional framework” isimli çalışmadır. Yazarlar bu çalışmalarında; yönetim muhasebesi sistemleri ve uygulamalarının organizasyonel kurallar ve rutinler oluşturduğu olgusundan yola çıkarak yönetim muhasebesinde ortaya çıkan değişiklikler çerçevesinde kurumsal bir çerçeve tanımlamaktadırlar.

En fazla atıf alan 10 yayına kısaca bakılacak olursa; Chenhall ve Morris’in(1986) birlikte kaleme aldıkları “The Impact of Structure, Environment, and Interdependence on The Perceived Usefulness of Management Accounting Systems”, yapısal yerleşmenin, algılanan çevresel belirsizliğin ve örgütsel karşılıklı bağımlılığın yönetim muhasebesi sistemleri tasarımı üzerindeki etkisini incelemiştir. 68 yöneticiden elde edilen veriler kullanılarak yapılan çalışma; bir yönetim muhasebesi sistemi tasarlanırken örgütsel karşılıklı bağımlılığın önemli olduğunu göstermektedir.

En fazla atıf verilen yayınlardan beşincisi olan ve Otley(1980) tarafından kalem alınan çalışmada; o dönemde olasılık teorisinin yönetim muhasebesinde kullanımının yoğunluğundan bahsedilmekte ve bu çalışmaların değerlendirilmesi yer almaktadır. Otley, bu çalışmaların hem algısal hem de birikimli olacak gelecekteki çalışmalar için uygun yönergeler önerdiğini, organizasyonel kontrol ve etkililik fikirlerine dayanan geliştirilmiş bir model ortaya koymaya çalıştığını ifade etmektedir.

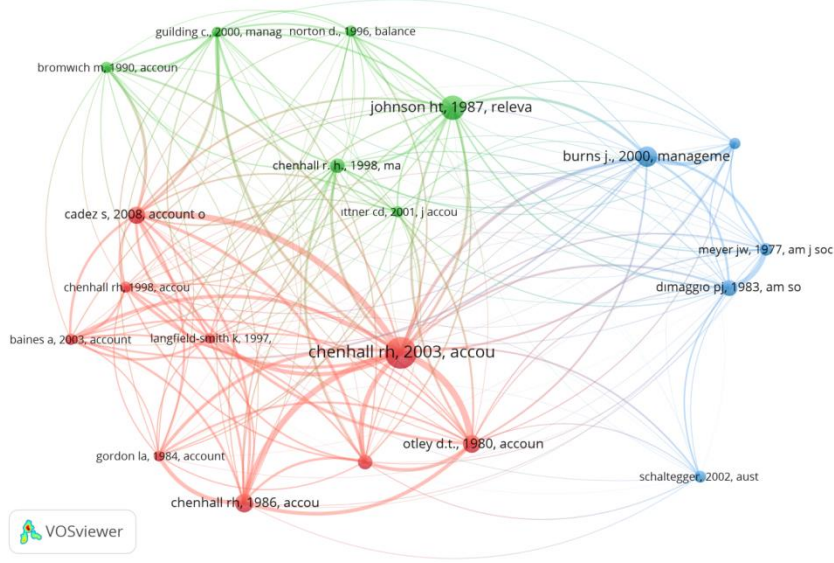
En fazla atıf alan bir başka çalışma yine olasılık teorisi ile ilgili olmuştur. Cadez ve Guilding (2008) tarafından yayınlanan çalışma; stratejik seçimler, pazar yönelimi ve şirket büyüklüğünün stratejik yönetim muhasebesinin iki farklı boyutu üzerindeki etkisini ve sırasıyla stratejik yönetim muhasebesinin şirket performansı üzerindeki aracılık etkisini incelemektedir. 193 büyük Sloven şirketinden oluşan bir örneklemden toplanan veriler kullanılarak elde edilen bulgular; olasılık teorisinin örgütsel performansın örgütsel bağlam ve yapı arasındaki uyuma bağlı olduğu şeklindeki önermeyi desteklemektedir.

Örgüt benzerliklerinden hareketle örgüt yapılarının incelendiği bir çalışma olan ve DiMaggio ve Powell (1993) tarafından yayınlanan çalışma en fazla atıf yapılan eserler arasında dikkat çekici bir yere sahiptir.

Chenhall en fazla atıf alan üçüncü çalışmasını Kim Langfield-Smith ile birlikte yapmıştır. Chenhall ve Langfield-Smith(1998) bu çalışmalarında; Avustralya imalat firmalarında geleneksel ve yakın zamanda geliştirilmiş yönetim muhasebesi uygulamalarının ne ölçüde benimsendiğini ve bu uygulamalardan elde edilen faydaları belirlemek için bir anket uygulamışlardır. Anketlerden elde edilen bulgular; geleneksel yönetim muhasebesi uygulamalarının benimsenme oranlarının yakın zamanda geliştirilen tekniklerden daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, faaliyete dayalı maliyetleme gibi daha yeni tekniklerin, önceki araştırmalarda elde edilen verilere göre daha yaygın olarak benimsendiği tespit edilmiştir. Ayrıca, geleneksel yönetim muhasebesi tekniklerinden elde edilen faydaların da, yeni tekniklerden elde edilen faydalardan daha yüksek olduğu katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Abdel-Kader ve Luther(2008), en fazla atıf alan listesinde yer alan Otley ve Cadez gibi olasılık teorisi temelinde bir çalışma ortaya koymuşlardır. Bu çalışma, İngiltere’nin en büyük sanayi sektöründen seçilen örneklem üzerinde bir dizi olası koşullu değişkenin yönetim muhasebesi uygulamaları üzerindeki etkisini incelemiştir. Elde edilen sonuçlar, yönetim muhasebesi uygulamalarındaki farklılıkların önemli ölçüde çevresel faktörler, müşteri hacmi, yerleşme ve işletme büyüklüğü ile açıklandığını göstermektedir.

En fazla atıf alan 10 yayın içerisinde örgüt yapılarını konu alan ikinci çalışma Meyer ve Rowan (1977) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada, örgüt yapılarında rasyonelleştirilmiş kurumsal kuralların detaylandırılması, örgütsel yapıların genişlemesi ve karmaşıklığının artmasından sorumlu tutulmaktadır.



Şekil 10. İncelenen Çalışmalar Tarafından Atıf Yapılan Yayınların Bağlantı Haritası

Şekil 10, atıf tablosunda yer alan yayınların birbirleri ile olan bağlantılarını göstermektedir. Burada Robert H. Chenhall isminin hem atıf sayısı bağlamında hem de bağlantı bağlamında yine öne çıktığı görülmektedir. Burada dikkatlerden kaçmaması gereken önemli bir nokta da bir birleri ile güçlü bağlantılara sahip olan çalışmaların genelde aynı kaynaklarda yayınlanmış olmasıdır.

### 3.7. İncelenen Yayınlar da Kullanılan Anahtar Kelimeler

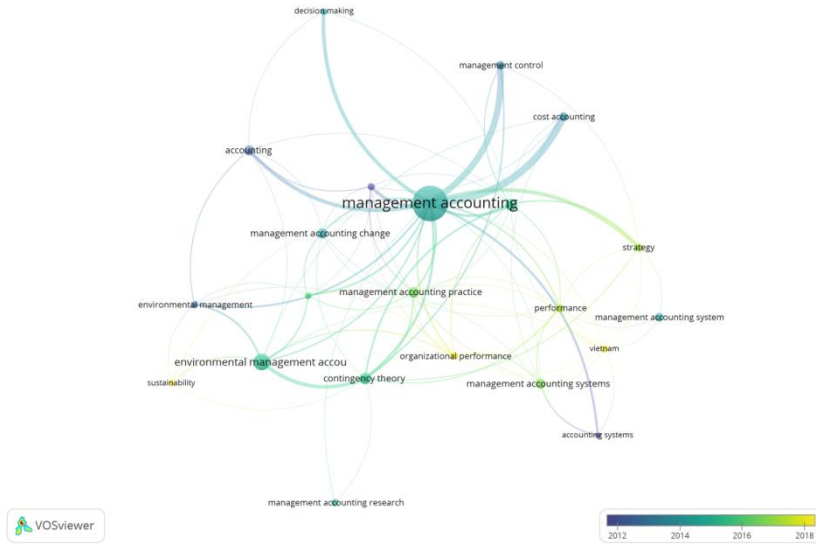
Yönetim muhasebesi başlığı altında yayınlanan çalışmalar, kullanılan anahtar kelimeler bağlamında incelemeye tabi tutulduğunda aşağıda yer alan Tablo 11 oluşmaktadır. Burada en az 8 defa geçen anahtar kelimeler kısıt olarak kullanılmıştır.

Tablo 11. İncelenen Yayınlar da Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelime	Kullanım Sayısı
management accounting	268
environmental management accounting	67
strategic management accounting	36
contingency theory	31
management accounting practices	28
accounting	25
management accounting systems	24
management accounting change	24
management control	18
cost accounting	18
management accounting system	18
strategy	16
performance	16
organizational change	14
environmental management	14
organizational performance	13
management accounting research	13
institutional theory	12
decision making	12
vietnam	11
accounting systems	10
sustainability	10
performance measurement	9

innovation	9
case study	9
environmental performance	9
balanced scorecard	9
control	8
information technology	8
organizational culture	8
egypt	8
management accountant	8
management accounting practice	8
change	8
firm performance	8

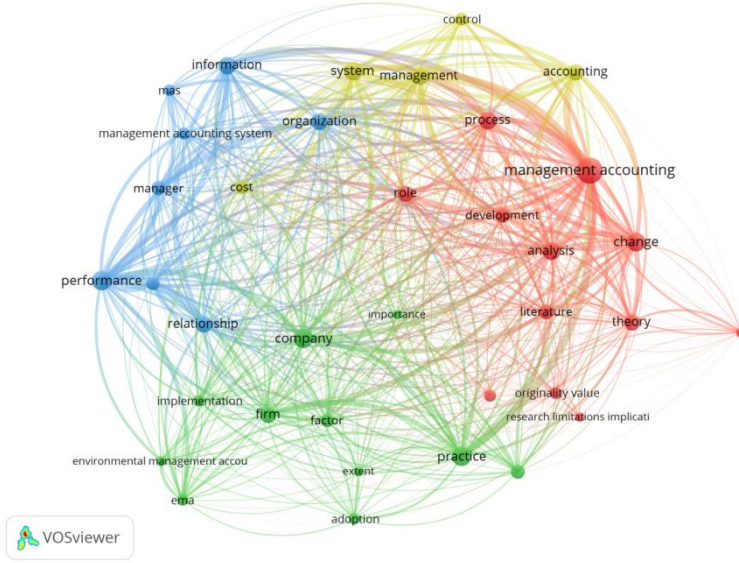
Tablo incelendiğinde yönetim muhasebesi anahtar kelimesinin son derece baskın olduğu; onu yine bağlantılı olarak çevresel yönetim muhasebesi ve stratejik yönetim muhasebesinin takip ettiği görülmektedir. Dikkat çeken bir ayrıntı ise olasılık teorisi ifadesinin son derece fazla kullanımının olmasıdır. Bunun temel sebebi, en fazla atıf alan çalışmalar içerisinde de görüldüğü gibi olasılık teorisi ile ilgili yayınların oldukça önemli bir yer tutmasıdır.



Şekil 11. Anahtar Kelime Bağlantı Haritasına

Anahtar kelime haritasına bakıldığında da yönetim muhasebesi ifadesinin hem kullanım sayısının fazlalığı hem de bağlantısının güçlülüğü görülmektedir. Yönetim muhasebesinin en güçlü bağlarının ise maliyet muhasebesi, yönetim kontrolü, muhasebe, karar verme ve strateji kelimeleri ile olduğu ortaya çıkmaktadır. Yıl bağlamında bakıldığında ise yönetim muhasebesi anahtar kelimesinin 2015 yıllarında yoğunlaştığı, ilişkili olduğu muhasebe temelli kavramların ise daha eski yıllarda yoğun kullanıldığı tespit edilmiştir. Çevresel yönetim muhasebesi, yönetim muhasebesi uygulamaları, olasılık teorisi ve strateji gibi kavramların ise 2016 ve sonrası dönemde daha yoğun kullanıldığı görülmektedir.

988 yayına ait özetler, anahtar kelimeler açısından incelendiğinde daha karmaşık ve iç içe bir yapı oluşmaktadır.



Şekil 12. İncelenen Yayınların Özetlerinde Yer Alan Anahtar Kelime Bağlantı Haritasına

Yönetim muhasebesi başlığı altında yayınlanan çalışmaların özet metinleri analiz edildiğinde doğal olarak yönetim muhasebesi anahtar kelimesinin en fazla kullanılan kavram olduğu tespit edilmiştir. Bu anahtar kelimenin özetlerde; değişim, teori, gelişme, analiz, süreç gibi yönetsel kavramlarla daha fazla birlikte kullanıldığı görülmektedir.



Şekil 13. İncelenen Yayınların Özetlerinde Yer Alan Anahtar Kelime Yoğunluk Haritasına

Özet metinlerin analizinden ortaya çıkan yoğunluk haritasında yönetim muhasebesi anahtar kelimesinden sonra en fazla kullanılan kavramların; performans, uygulama, firma ve bilgi gibi kelimeler olduğu görülmektedir.

#### 4. Sonuç

Yönetim muhasebesi uygulamalarının önemi; ileri üretim teknolojilerinin kullanılması, küresel rekabetin şiddetlenmesi ve ekonomilerde yaşanan durgunluk vb. sebeplerle daha net olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak yönetim muhasebesi alanında yapılan çalışmalarda da farklılıklar görülmektedir. Bu çalışmada, küresel boyutta hızını artırarak devam eden rekabet süreci bağlamında dünyada yönetim muhasebesi başlığı altında yerini alan makale çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir.

Bibliyometrik analiz, literatürün geniş bir bakış açısıyla incelenmesine imkan sağlayan ve konu ile ilgili araştırma yapma düşüncesinde olan kişilere bir yol haritası sunan tekniklerden biridir denilebilir. Araştırmada kullanılan veriler 2022 yılı Mart ayı baz alınarak Web of Science veri tabanından elde edilmiştir. Bu çalışmada yönetim muhasebesi (management accounting) kelimesinin taraması başlık (title) sınırlandırması ile gerçekleştirilmiştir. Başlık kapsamında yapılan aramalar, taranılan kelimenin sadece makale başlığında geçtiği çalışmaları ifade etmektedir. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilecek bibliyometrik analiz için ilk olarak Web of Science kapsamında yer alan yayınlar temelinde tarama yapılmıştır. Bu taramadan elde edilen sonuçların bilimsel haritalama analizinin yapılması için geliştirilen VOSviewer programı kullanılarak elde edilen veriler görsel haritalama yöntemiyle belirli bir düzen içerisinde sunulmuştur.

Çalışmada Web of Science veri tabanında 1980-2022 yılları arasında “management accounting” başlığıyla ilgili olarak arama kayıtları genel görünüm açısından değerlendirildiğinde; bu yayınların 2005 yılından itibaren bir hız kazandığı ve 2007 yılından itibaren ortalama yıllık 50 yayının üzerinde bir grafik çizdiği; 2015 yılından itibaren ise 50 yayının altına düşmediği görülmektedir. Yönetim muhasebesi başlığı altında en fazla yayın ise 84 yayınlı 2020 yılında gerçekleşmiştir. İncelenen yayınlar ülkeler açısından değerlendirmeye tabi tutulduğunda 100 yayın sınırını aşan İngiltere, ABD ve Avustralya’nın baskınlığı görülmektedir. Bu yayınların atıf sayılarında ise bu üç ülke sıralaması kendi içinde değişmekte ve Avustralya, İngiltere, ABD sıralaması oluşmaktadır. Ayrıca İngiltere, diğer ülkelerin yayınlarıyla etkileşimi olan merkez ülke konumunda görülmektedir.

İncelenen yayınların üniversitelere göre dağılımında 10 ve üzerinde yayın yapan 7 üniversite bulunmaktadır. Avustralya’dan Güney Avustralya Üniversitesi ve Malezya’dan MARA Teknoloji Üniversitesi 20 yayın ile listenin üst sırasında yer almaktadır. Üniversiteleri hem 5 ve üzeri yayın hem de bu yayınlara yapılmış 150 ve üzeri atıf ile değerlendirdiğimizde; yayın sayısında zirvede olan MARA Teknoloji Üniversitesi’nin sıralamaya dahi giremediği, Monash Üniversitesinin ise 7 yayınına aldığı 858 atıfla en çok atıf alan üniversite konumunda olduğu görülmektedir.

Yönetim muhasebesi başlığı altında tespit edilen 988 yayının yazarlarına bakıldığı zaman; Web of Science veri tabanında 5 ve üzeri sayıda yayını olan yazar sayısı 29 iken en fazla yayının Gary Sprakman tarafından yapıldığı, en fazla atıf alan yazarın 7 tane yayınına 477 atıfla Kari Lukka olduğu tespit edilmiştir. Yazarların birbirleri ile olan bağlantıları incelendiğinde ise birkaç küme haricinde bir ilişkileri olmadığı görülmektedir.

Çalışma kapsamında ele alınan yayınların dergilere dağılımında üç derginin öne çıktığı ve diğer kaynakları beslediği tespit edilmiştir. Yönetim muhasebesi başlığı kapsamında ortaya konulan çalışmaların kaynakçalarında geçen dergi vb. kaynaklara bakıldığında ise bu başlık altında yayınlanan çalışmalara ev sahipliği yapan dergilerin aynı zamanda bu yayınların kaynakçalarında ciddi yer tuttuğu ortaya çıkmaktadır. Kaynakçada yer alan kaynakların haritası incelendiğinde en fazla yayına sahip olan Accounting, Organizations and Society dergisinin hem atıf sayısı olarak hem de bağlantıları açısından baskın olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada incelenen yayınlar tarafından 50 ve üzeri atıf verilen çalışmalara ilişkin verilere bakıldığında; en fazla atıf alan yayının sahibi de olan Robert H. Chenhall isminin öne çıktığı görülmektedir. Chenhall, en fazla atıf alan çalışmada; yönetim kontrol sistemlerini ele almaktadır.

Son olarak ele alınan yayınlar anahtar kelimeler açısından değerlendirildiğinde; yönetim muhasebesi anahtar kelimesinin doğal olarak son derece baskın olduğu; onu yine bağlantılı olarak çevresel yönetim muhasebesi ve stratejik yönetim muhasebesinin takip ettiği görülmektedir. Anahtar kelimelerin birbirleri ile olan ilişkilerine bakıldığında ise yönetim muhasebesi ifadesinin hem kullanım sayısının fazlalığı hem de bağlantısının güçlülüğü görülmektedir. Yönetim muhasebesinin en güçlü bağlarının ise maliyet muhasebesi, yönetim kontrolü, muhasebe, karar verme ve strateji kelimeleri ile olduğu ortaya çıkmaktadır.

Ortaya konulan bu sonuçlar ile çalışmanın amacı olan; yönetim muhasebesi başlığı kullanılarak yapılmış yayınların görünümünü ortaya koyarak yeni hazırlanacak çalışmalara rehber olma hedefine ulaşıldığı düşünülmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda bu veriler ışığında hangi yazarlarla işbirliği yapılabileceği, hangi kanallarda yayın imkanı bulabileceği vb. konular dikkate alınarak buna göre bir planlama oluşturulabilecektir.

### 5. Extended Abstract

Management accounting can be defined as the planning, organization, execution, and control of business activities. Management accounting: It is an information system that constitutes the whole of the accounting process carried out by putting the business managers in the focus, starting from the collection of information as raw data to the stage of reporting it appropriately.

Management accounting is in a constant change depending on the developments in the world. Parallel to these developments, studies on this field have also shown differences. In this study, in the context of the competition process that continues at an increasing pace at the global level, the article studies that take their place under the title of management accounting in the world were examined with the bibliometric analysis method. The aim of this study is to guide the studies to be prepared by revealing the appearance of the publications made using the title of management accounting.

The data used in the research were obtained from the Web of Science database based on March 2022. For the bibliometric analysis to be carried out within the scope of this study, firstly, the publications within the scope of Web of Science were searched. The results obtained from this scan are presented in a certain order with the visual mapping method by using the VOSviewer program, which is one of the many software developed for scientific mapping analysis.

In the study, when the search records related to the title of "management accounting" in the Web of Science database between 1980-2022 were evaluated in terms of general view; these publications have gained momentum since 2005 and since 2007, they have drawn a graphic above an average of 50 publications per year; Since 2015, it is seen that it has not decreased below 50 publications. The highest number of publications under the title of management accounting took place in 2020 with 84 publications. When the examined publications are evaluated in terms of countries, the dominance of England, the USA and Australia, which exceeds the limit of 100 publications, is seen. In the citation numbers of these publications, the order of these three countries ranking changes within themselves and the order of Australia, England and the USA is formed.

In the distribution of the examined publications by universities, there are 7 universities that have 10 or more publications. University of South Australia from Australia and MARA University of Technology from Malaysia are at the top of the list with 20 publications. When we evaluate universities with 5 or more publications and 150 or more citations to these publications; It is seen that MARA Technology University, which is at the top in the number of publications, could not even enter the ranking, and Monash University is the university with the most citations with 858 citations to 7 publications.

When the authors of the 988-side identified under the title of management accounting are examined; While the number of authors who have 5 or more publications in the Web of Science database is 29, it has been determined that the most publications were made by Spraakman, Gary, and the most cited author was Lukka, Kari with 477 references to 7 publications.

In the distribution of the publications covered in the study to the journals, it is seen that three journals stand out and feed the other sources. When we look at the sources such as journals, etc. in the bibliography of the studies put forward under the title of management accounting, it is revealed that the magazines that host the studies published under this title also occupy a significant place in the bibliographies of these publications. When the map of the sources in the bibliography is examined, it has been determined that the Journal of Accounting, Organizations and Society, which has the most publications, is dominant both in terms of the number of citations and links. When we look at the data on the studies with 50 or more citations by the publications examined in this study; It is seen that the name of Robert H. Chenhall, who is also the owner of the most cited publication, stands out.

Finally, when the publications discussed are evaluated in terms of keywords; the management accounting keyword is extremely dominant; it is seen that it is followed by environmental management accounting and strategic management accounting in connection with it.

With these results, the aim of the study is It is thought that the aim of being a guide for new studies by revealing the appearance of publications made using the title of management accounting has been achieved. In future studies, in the light of these data, a planning can be created by taking into consideration the issues such as which authors can cooperate with, which channels can be broadcast, etc.

**Keywords:** Management Accounting, Bibliometric Analysis, Mapping Technique.

### Kaynakça

Abdel-Kader, M., & Luther, R. (2008). The Impact of Firm Characteristics on Management Accounting Practices: A UK-Based Empirical Analysis. *The British Accounting Review*, 40(1), 2-27.

Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2008). *Management and Cost Accounting* (4th Edition b.). UK: Prentice Hall.

Bozdemir, E., & Çivi, F. (2019). Standart Maliyet Yönteminin Görsel Haritalama Tekniğine Göre Bibliyometrik Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*-(81), 59-84.

Burns, J., & Scapens, R. (2000). Conceptualizing Management Accounting Change: An Institutional Framework. *Management Accounting Research*, 11(1), 3-25.

Büyükmirza, K. (2015). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi* (20. Baskı b.). Ankara: Gazi Kitabevi.

Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An Exploratory Investigation of an Integrated Contingency Model of Strategic Management Accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33(7-8), 836-863.

Chenhall, R. H. (2003). Management Control Systems Design Within Its Organizational Context: Findings From Contingency-Based Research And Directions For The Future. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2-3), 127-168.

Chenhall, R., & Langfield-Smith, K. (1998). Adoption and Benefits of Management Accounting Practices: An Australian Study. *Management Accounting Research*, 9(1), 1-19.

Chenhall, R., & Morris, D. (1986). The Impact of Structure, Environment, and Interdependence on The Perceived Usefulness of Management Accounting Systems. *The Accounting Review*, 61(1), 16-35.

Cobo, M., López-Herrera, A., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science Mapping Software Tools: Review, Analysis, and Cooperative Study Among Tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62, 1382-1402.

Demir, H., & Erigüç, G. (2018). Bibliyometrik Bir Analiz İle Yönetim Düşünce Sisteminin İncelenmesi. *İş ve İnsan Dergisi*, 5(2), 91-114.

DiMaggio, P., & Powell, W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.

Drury, C. (2007). *Management and Cost Accounting* (7th Edition b.). U.K.: Cengage Learning.

Ergin, H., & Elmacı, O. (2015). Maliyet ve Yönetim Muhasebesinde Yeni Açılımlar: Stratejik Yönetim Muhasebesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(3(3)), 17-50.

Kaplan, R. S., & Johnson, H. (1987). *Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting*. Boston: Harvard Business School Press.

Koç, A., & Karabınar, S. (2021). Muhasebe Eğitimi Alanındaki Uluslararası Bilimsel Çalışmaların Bibliyometrik Analizi ve Türkiye'nin Konumu. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13(24), 181-195.

López, O., & Hiebl, M. (2015). Management Accounting in Small and Medium-Sized Enterprises: Current Knowledge and Avenues for Further Research. *Journal of Management Accounting Research*, 27(1), 81-119.

Lukka, K., & Modell, S. (2010). Validation in Interpretive Management Accounting Research. *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 462-477.

Maas, K., Schaltegger, S., & Crutzen, N. (2016). Integrating Corporate Sustainability Assessment, Management Accounting, Control, and Reporting. *Journal of Cleaner Production*, 136, 237-248.

Meyer, J., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.

Otley, D. T. (1980). The Contingency Theory of Management Accounting: Achievement and Prognosis. *Accounting, Organizations and Society*, 5(4), 413-428.

Qian, W., Burritt, R., & Monroe, G. (2011). Environmental Management Accounting in Local Government: A Case of Waste Management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(1), 93-128.

Spraakman, G., O'Grady, W., Askarany, D., & Akroyd, C. (2015). Employers' Perceptions of Information Technology Competency Requirements for Management Accounting Graduates. *Accounting Education*, 24(5), 403-422.

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Çizgi Filmlerde Toplumsal Cinsiyet Rollerini, Kalıp Yargılar ve Karakterlerin Kurgu Dağılımı Üzerine Bir Analiz: TRT Çocuk Kanalı Örneği

Hülya SEMİZ TÜRKÖĞLU\*   
Süleyman TÜRKÖĞLU\*\* 

## ÖZ

Günümüzde ne kadar dijital teknolojiler etkin olsa da televizyon hala etkili iletişim araçlarından biri olarak gücünü sürdürmektedir. Televizyonda yayınlanan çizgi filmler dünyanın her yerinde birçok çocuğun hayatında her zaman önemli olmuştur. Çizgi filmler, çocukların cinsiyet rollerinin ve toplumsal gelişmelerinin belirlenmesinde çok etkili olmaları nedeniyle önemli medya ürünü olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada, çocuklar için çizgi filmlerdeki kadın/erkek karakterlerin temsili ve herhangi bir kalıp yargının olup olmadığı araştırılmıştır. Ayrıca Bandura'nın 'Sosyal Öğrenme Kuramı' ve Gerbner'in 'Yetiştirme Kuramı'ndan yararlanarak, TRT çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerde hangi cinsiyet ve karakterin öne çıkarıldığı ve bu karakterin ana karakter olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Elde edilen bulgular çerçevesinde, TRT Çocukta yayınlanan çizgi film karakterlerindeki cinsiyet rolü temsillerine odaklanılmıştır. Amaç doğrultusunda çizgi filmlerdeki karakterler cinsiyet rolleri ayrıntılarından içerik analizi yöntemi kullanılarak kategorize edilmiştir.

Tespit edilen 225 karakterin 139'u erkek, 86'sı ise kadın karakterlerden oluşmaktadır. Çizgi filmlerde bu karakterler, zeki, güçlü, maceracı, özgüvenli, duygusal, merhametli ve yardımsever özellikte olarak sunulmaktadır. Özellikle yayınlanan çizgi filmlerde kadın karakterlerin zeki/güçlü/maceracı/özgüvenli kategorisinde yer aldığı durumlarda hikâyenin ana karakteri oldukları da görülmektedir. Araştırma sonucunda TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerde kadın ve erkek karakterler arasında belirgin bir cinsiyet vurgusu, cinsiyet özelliklerinin öne çıkarıldığı görülmüştür. Yayınlanan 25 çizgi filmde, 8'inde ana karakterin kadın, 13'ünde ana karakterin erkek, 4'ünde ise ana karakterlerin hem kadın hem de erkek olduğu görülmektedir. Ayrıca yayın içeriklerinde Türk gelenek ve göreneklerine uygun konular işlendiği ve çocukların topluma uyumu aşamasında edinecekleri bilgileri bu çizgi filmler aracılığıyla edinmeleri sağlanmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Çizgi Film, Cinsiyet Rollerini, TRT Çocuk, Toplumsal Cinsiyet, Sosyal Öğrenme Kuramı, Yetiştirme Kuramı

## An Analysis on Gender Roles, Mold Jurisdictions, and the Fiction Distribution of Characters in Cartoons: The Example of TRT Children's Channel

### ABSTRACT

Although digital technologies are effective today, television still maintains its power as one of the effective communication tools. TV cartoons have always been important in the lives of many children all over the world. Cartoons are considered as important media products because they are very effective in determining the gender roles and social development of children.

In the study, the representation of male/female characters in cartoons for children and whether there are any stereotypes were investigated. In addition, by using Bandura's 'Social Learning Theory' and Gerbner's 'Cultivation Theory', it has been tried to determine which gender and character is featured in the cartoons broadcast on TRT children's channel and whether this character is the main character.

Within the framework of the findings, the focus was on the gender role representations in the cartoon characters broadcast on TRT Child. For the purpose, the characters in the cartoons were categorized using the content analysis method on the basis of gender roles.

Of the 225 identified characters, 139 are male and 86 are female. In cartoons, these characters are presented as intelligent, strong, adventurous, self-confident, emotional, compassionate and helpful. Especially in published cartoons, when female characters are in the category of intelligent/strong/adventurous/confident, it is also seen that they are the main characters of the story. As a result of the research, it has been seen that there is a distinct gender emphasis and gender characteristics between male and female characters in the cartoons broadcast on TRT Child channel. It is seen that the main character is female in 8 of the 25 cartoons, the main character is male in 13, and the main characters are both female and male in 4 of them. In addition, it is tried

\* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, hulyasemiz@istanbul.edu.tr

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, turkoglu@istanbul.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.08.2022

to ensure that the content of the broadcast covers topics suitable for Turkish traditions and customs, and that children acquire the information they will acquire during their adaptation to society through these cartoons.

**Keywords:** Cartoon, Gender Roles, TRT Child, Social Gender, Social Learning Theory, Upbringing Theory

## 1. Giriş

Bir mekanizma olarak değerlendirmemiz gerekirse, toplum ağır işleyen bir sistemdir. Toplumsal yapıdaki değişimlerin anlık biçimde gerçekleşmediğini, temelleri uzun yıllar önce ekilen tohumların filizlenmesi biçiminde birtakım değişikliklerin meydana geldiğini söylememiz mümkündür. Dolayısıyla, doğası gereği zaman alan bir süreç olarak öne çıkan toplumsal değişimlerin gerçekleşmesi günümüz çocuklarının içerisinde bulunduğu değer ortamından etkilenmektedir. Öte yandan, gelecek neslin toplumsal değişimine neden olmadan mevcut toplumsal düzenin korumasını sağlamak da bir bakıma mümkündür. Bunun için ilerleyen yıllarda toplumu oluşturacak bireylerin yani çocukların algılarına birtakım ön kabulleri, kalıp yargıları yerleştirmenin ve bu kalıp yargıların sorgulanmaksızın kabul görmesini sağlamanın toplumsal yapının korunması noktasında önemli olduğu söylenebilir.

Kültür kavramını bireyin çocukluk ve erişkinliğinde kendi kültüründe etkinlik kazanması ve eğitim sürecinde karşılaştığı bilinçli ve bilinç-dışı şartlanma olarak ifade eden Güvenç, diğer kültürel etkenlerin bir bileşkesi olarak toplumun bütünüyle değişikliğe uğraması ile kültürel değişimlerin yaşandığını belirtmektedir (Güvenç, 1994).

Çizgi filmler çocukların gerçeklik algısının şekillenmesinde, toplumsal yaşayışın öğrenilmesinde, toplumsal kalıp yargıların benimsenmesinde etkili içerikler arasında ön plana çıkmaktadır. Özellikle teknolojideki gelişmelerin daha yakından takip edildiği büyükşehirlerde çizgi filmler 24 saat erişilebilir içerikler haline gelmişlerdir. Dolayısıyla, çocukların gün içerisinde en çok maruz kaldığı içeriklerden birinin de çizgi film içerikleri olduğunu söylememiz mümkündür. Çizgi filmler, çocuklara hitap eden içerikler olsa da bu içerikleri tasarlayan kişiler incelendiğinde, var olan toplumsal yapının kültür yapıcılarının oldukları rahatlıkla görülebilmektedir. Ayrıca, çizgi filmin yayınlanacağı kurumun ideolojik eğilimleri, yayın politikaları da yine çizgi filmin içeriklerini doğrudan etkileyen bir süreç olarak öne çıkmaktadır.

Çocuklar geleneksel olarak cinsiyet rolleri, iyi ve kötü kavramları, yaşam tarzı ve belirli davranışlar gibi soyut fikirleri fantezi yoluyla öğrenirler (Fischer, 2010). Genellikle hayal ile gerçeği ayırt etmekte zorlanırlar. Çocuklar, televizyon karşısında geçirdikleri zamanlarda izledikleri içeriklerin özelliklerini de özümserler. Özellikle çizgi filmlerin yardımıyla, televizyondaki karakterlerin tasvirlerine duyarlı oldukları ortaya çıkmaktadır. (Eick, 1998).

Bu çalışmada, ülkemizde faaliyet gösteren ve resmi bir devlet kanalı olan TRT Çocuk kanalındaki toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl temsil edildiği, çocuklara cinsiyet rollerinin hangi özelliklerle yansıtılmaya çalışılmıştır. Çalışmada, daha önce yayımlanmış bir çalışmada ortaya konan kategorilerden yararlanılarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. “Okul Öncesi Döneme Yönelik Çizgi Filmlerde Yer Alan Değerlere Ait Sözel İfadelerin Sunumu: TRT Çocuk Kanalı Örneği” (Akıncı, 2014) isimli çalışmada TRT Çocuk Kanalı’nda okul öncesi kategorisinde yer alan çizgi filmlerde izleyiciye sunulan değerler ve bu değerlerin sunulma sıklıkları tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda incelenen çizgi filmlerde “Nezaket, Mutluluk, Özgüven, Cesaret, Temizlik, Yardımlaşma, Sorumluluk, Empati, Doğruluk (Dürüstlük), Sevgi, Arkadaşlık, Paylaşma, İşbirliği, Sabır” değerlerinin ön planda olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın örneklem seçiminde çizgi filmlerde kadın ve erkek karakterlerin bir arada bulunduğu çizgi filmler tercih edilmiştir. Tek insan karakteri üzerine kurulu olan yapımlar araştırmanın dışarısında bırakılmıştır. Bu çalışma, daha kapsamlı bir araştırmanın ön araştırması niteliğindedir. Çizgi filmlerin çocukların toplumsal cinsiyet kimliklerini nasıl temsil ettiğine odaklanmaktadır.

Bu çalışmanın elde edilecek sonuçlar neticesinde karakterlerin çözümlenmesine ve daha kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilmesine yönelik ilgiyi artıracakları öngörülmektedir.

## 2. Toplumsal Cinsiyet

Yabancı dillerde cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasındaki ayrım farklı kelimelere ile belirgin bir şekilde tanımlanmış olsa da dilimizde insanın doğuştan gelen biyolojik formunu cinsiyet, sonradan kazanılmış ve benimsenmiş değerleri toplumsal cinsiyet olarak tanımlamak mümkündür (Keller, 1987).

Bireyin doğuştan gelen birtakım özellikleri tek başına kişinin toplumsal cinsiyetini şekillendirme noktasında baskın bir unsur değildir. Toplumsal cinsiyet, bireyin yaşamını sürdürdükçe kalıp yargılar ve cinsiyet rolleri ile biçimlenmektedir. Bireyin bu kalıp yargılara ve cinsiyet rollerine yüklediği anlam ya da karşı duruşu toplumsal cinsiyetinin belirlenmesinde öne çıkan unsurlardır.

Cinsiyet farklılıklarını belirleyen, bireyin sonradan öğrenemediği, genetik yollarla doğuştan kendisine gelen ve değiştirilmesi mümkün olmayan kalıcı biyolojik özelliklerdir ve bireyin dış dünyadaki cinsiyet ayrımının yapılmasını sağlayan unsurlardır. Öte yandan toplumsal cinsiyet farklılıkları ise bireyin toplumsallaşma sürecinde maruz kaldığı, kültürün biyolojik cinsiyetine dayanarak attığı tutum ve davranışlardaki ayrım olarak öne çıkmaktadır (Dökmen, 2009).

Dolayısıyla, toplumsal cinsiyetin inşa edilme sürecini şekillendiren önemli unsurlardan birinin bireyin içinde bulunduğu toplumun dinamikleri ve toplumda cinsiyetlere atfedilen farklılıklar olduğu söylenebilir. Toplumsal cinsiyet, toplumun bireyi sosyal bir varlık olarak içinde erittiği, belirli bir anlayış doğrultusunda şekillendirdiği bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyetin sosyal bir süreç sonucunda meydana geldiği görüşüne bir örnek vermemiz gerekirse Oakley'in, toplumun en temel kurumlarından aile ve okulun kız ve erkek çocukları arasındaki farklılıkları inşa etmede rol aldığını belirtmektedir (Oakley, 2015) Öte yandan, toplumda yerleşmiş olan hâkim anlayışın dışında tutum ve davranışlara sahip olan bireyler dikkat çekmekte, toplum tarafından "farklı" olarak tanımlanmasına yol açmaktadır (Butler, 2005).

### 3. Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kalıp Yargılar

Cinsiyet rolleri, ebeveynlerin çocuklarına yönelik tutumlarıyla tanımlanır. Çocuklar hayatlarının ilk birkaç yılında ailelerinde toplumsal cinsiyet rollerine maruz kalırlar. Ebeveynler kızlar için "pembe", erkekler için "mavi" kıyafetler alırlar. Erkeklerle kıyasla kızlara daha hassas ve yumuşak davranmaktadırlar.

Daha sonra çocuklarına oyuncak alma tercihi gelir. Örneğin kız çocuklarına, en ufak bir incinme ihtimalini önlemek için oyuncak bebek ve ev oyunları alacaklardır. Öte yandan, erkek çocuklar top ve araba gibi açık hava oyunları oynamaya, yüzme veya top ile oynanan oyunlara gitmeye ve fiziki güç gerektiren diğer zorlu sporları yapmaya teşvik edilir. Erkekler, hegemonik erkekliğin bir sembolü olduğu için, küçük yaşlarda güreş ve dövüş sporları yapmaya eğilimlidirler.

Toplumun birtakım özelliklere sahip bireylere attığı, nasıl davranıp nasıl düşünmesi gerektiğini söyleyen kavrama rol denir (Gündüz Kalan, 2010). Toplumsal cinsiyet rolleri, kadın ve erkeklerin özel ve kamusal alanda sergiledikleri davranışların bütünüdür. Bireyler için biyolojik olarak dünyaya geldikleri cinsiyet kategorisi temelinde geçerli olan sosyokültürel beklentilerdir (Tong, 2012). Nitekim, toplumsal cinsiyet ile cinsiyetin ayrımını yapan feminist araştırmacı Oakley'de, toplumsal cinsiyet üzerinde biyolojik cinsiyetin etkili olduğunu ve toplumdaki kadın ve erkek şeklindeki iki ayrı koldan toplumsal cinsiyet inşasına nüfuz ettiklerini belirtmiştir (Oakley, 1989).

Toplumdaki toplumsal cinsiyet rolleri, biyolojik cinsiyetimize dayanarak nasıl davranmamız, konuşmamız, giyinmemiz kendimizi nasıl dış dünyaya sunmamız gerektiği anlamına gelir. Örneğin, kadınların daha nazik, uzlaşmacı ve şefkatli bir tutumda olmaları beklenir. Erkeklerin ise genellikle güçlü, cesur ve kendinden emin olmaları beklenir. Her toplum, kültürel olarak kendi içinde cinsiyet rolü beklentileri vardır. Ancak, bunların bazısı diğer toplumlarla benzerlik gösterirken bazısı farklılık gösterebilir. Dahası oldukça uzun bir zaman gerektirse de aynı toplum içindeki bir rol beklentisi zaman içinde değişim gösterebilir. Örneğin, önceleri ABD'de pembe renk erkeksi bir renk olarak kabul ediliyorken mavi renk ise kadınsı olarak kabul edilirdi. Bu durum zaman içinde değişmiş, mavi erkeklige çağrışımında bulunan pembe de kadınlığa atfedilen bir renk haline gelmiştir (Planned Parenthood, t.y.).

Bebekler dünyaya geldiklerinde belirli bir biyolojik cinsiyet ile tanımlanırlar, ancak toplumsal cinsiyeti henüz oluşmamıştır. Birey içinde bulunduğu toplumda büyüdükçe toplumun yapısını ve cinsiyet rol beklentilerini tanıdıkça toplumsal cinsiyeti nitelik kazanma aşamasına geçmektedir. Bu süreçte, "...aile, sosyal çevre, okul arkadaş grupları ve medya toplumsal cinsiyet rollerini pekiştiren beş ana unsur olarak öne çıkmaktadır. (Gündüz Kalan, 2010, s. 77)" Bu unsurlardan algılanan cinsiyet rolleri ve toplum yapısı bireyin toplumsal rol algısını biçimlendirir.

Kalıp yargılar herhangi bir konuya ilişkin daha önceden sahip olduğumuz yaygın inanışlar bütünü olarak ifade edilebilir. Belirli bir sosyal gruba, etnik kesime, dini gruba ya da cinsiyete yönelik genel bir toplumsal

beklentiyi yansıtır. Toplumda yeri olmadığı düşünülen kesimlere oldukça fazla biçimde geliştirilmektedir. Gündelik hayatta istenmeyen bir grubun üyesi ile karşılaşılınca sergilenmesi gereken davranışların bir bütünü olarak da düşünülebilir. Kalıp yargıların etkin olduğu önemli bir alan da cinsiyettir. Cinsiyet rollerini de biçimlendiren kalıp yargılar, günlük hayatta karşılaşılan cinsiyete yönelik geliştirilen ve üzerinde fazlaca düşünülmemiş yargılardır. Bununla birlikte diğer kesimlere yönelik kalıp yargılardan farklı olarak belirgin biçimde kutuplaşmış düşünceler oluşturur (Ellemers, 2017).

Toplumsal cinsiyet kavramı gündelik hayatımızın merkez noktasında yer almaktadır. Bireyin cinsiyetine göre hangi işleri yapabileceği, hangi koşullarda nasıl davranması gerektiği gündelik yaşamın içine karışmıştır. Bu bakış açısıyla yaklaşıldığında toplumsal cinsiyet kavramı toplumsal bir statü olarak işlev görmektedir (Muratoğlu Pehlivan, 2019).

Toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yargılarına boyun eğmeyi karşı koyan bireyler, tek tipleşme ve toplumun baskısı ile karşılaşmaktadırlar. Özellikle Türk toplumunda kadınların cinsiyet rolleri ve kalıp yargıların neden olduğu güçlüklerle mücadele ettiği bilinmektedir (Dökmen, 2009, s. 192). Esas itibarıyla ikinci kuşak feminizm akımının temelinde, kadınların birtakım ev işleriyle sınırlı kalması gerektiği, çalışmanın kadınlara göre olmadığı ve annelik dışında herhangi bir işle uğraşmamalarını kapsayan birtakım kalıp yargılar ile mücadele yer almaktadır (Görgün Baran, 2021).

Türk toplumunda oluşan kültürel ve değer yargıları üzerinden cinsiyete yönelik yaşam şartları oluşmaktadır. Bu şartlar eğitim düzeyi geliştikçe, ekonomik imkanlar arttıkça ve zamanla birlikte değişmektedir.

#### 4. Toplumsal Cinsiyet ve Medya

Medya, sosyal bir varlık olan insanın geçmişten bu yana en temel ihtiyaçlarından biridir. Radyo ve gazeteler ile başlayan süreç günümüzde dijital medya olanaklarıyla yürütülen devasa bir boyuta ulaşmıştır. Bununla birlikte, medyanın insan zihnini, toplumun kültürel değerlerini pekiştiren, değiştiren ve dönüştüren bir yönü de vardır.

Medya üzerine yapılmış toplumsal cinsiyet çalışmalarını Saygılıgil (2016), şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- 1- Medyanın toplumsal cinsiyet rollerini nasıl temsil ettiğine ilişkin çalışmalar
- 2- Medyanın farklı kadınlık ve erkeklik biçimlerinin inşasındaki rolü
- 3- Kadınların ve erkeklerin medya kullanımları/tüketimleri
- 4- Medyanın ekonomi politikası bağlamında medya sektöründe yer alan ve haber üretiminde ortaya çıkan cinsiyetçilik (s.148).

Toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yargılarının sıklıkla karşımıza çıktığı yerlerden biri de medyadır. Bu çalışmanın konusu oluşturan çizgi film ve çocuk teması altında üretilen içerikler değerlendirildiğinde medyanın çocuklar üzerinde toplumsal cinsiyet inşasında önemli bir rol üstlendiğini görüyoruz. Bireylerin toplumsal cinsiyet rollerini öğrenme süreci ailede başlamakla birlikte medyanın bu sürece olan etkisi de oldukça fazladır. Kitle iletişim araçları toplumsal cinsiyet rollerinin pekiştirilmesinde oldukça önemlidir (Renkmen, 2015).

Toplumsal cinsiyet rolleri ile medya arasında sıkı bir iletişim söz konusudur. Medya hitap ettiği toplumun temel kültürel değerlerine hâkim bir anlayışta olduğu için esasında toplumun günlük yaşantısının bir yansıması olarak düşünmemiz mümkündür. Dolayısıyla, medya toplumsal cinsiyet rolleri açısından toplumun aynası görevini üstlenmektedir (Saygılıgil, 2016).

Medya toplumsal cinsiyet rol ve kalıp yargılarının aktarılmasında olduğu kadar toplumsal cinsiyet eşitsizliğini vurgulama, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini artırma noktasında da yer almaktadır. Medyada kadın temsili konusunda özellikle sorunlar yaşanmaktadır. Kadına şiddet ve kadın cinayeti haberlerinde kadınları suçlayan bir dille habercilik yapıldığı ortaya konmuştur (Tahaoğlu & Akgül, 2018). Medyada kadına şiddetin sıradanlaştırıldığı, kadına yönelik şiddetin önemsiz bir olaymış gibi gösterildiği gündelik hayatın bir parçasıymış gibi sunulduğu anlaşılmaktadır.

Medyada yer alan içeriklerin üreticilerine bakıldığında toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin daha da derinleştiği görülür. 2014 verilerine göre medya faaliyetlerinde yazılı basın işiyle uğraşan kişilerin yüzde 81'i erkek iken yalnızca yüzde 19 kadın çalışan yer almaktadır. Benzer biçimde bu gazetelerin dijital varlıklarında da toplumsal cinsiyet eşitsizliği görülmektedir. Gazetelerin dijital varlıklarında yüzde 65,5

oranında erkek çalışan yer alırken kadın çalışanların oranı %36,5 düzeyinde kalmaktadır. Medyada yönetici yani içerik politikasının biçimlendiren, neyin yayınlanıp yayınlanmayacağına karar verenlerin sayısında ise durum daha da vahimleşmektedir. Yazılı basında yayın yönetmenlerinin tamamına bakıldığında erkek yöneticiler yüzde 90 oranında sektöre hâkimken kadın yöneticilerin sayısı yalnızca yüzde 10 düzeyinde kalmaktadır (Tahaoglu, 2014).

Medyanın kadın temsili konusundaki tutumu çizgi filmde cinsiyet temsili noktasında da farklı değildir. Dünya genelinde yapılan bir çalışma sonucunda aralarında Ben 10, Scooby Dooby Doo, Tom ve Jerry ile Pokemon vd. gibi evrensel izleyici kitlesine ulaşmış çizgi filmlerde kadın karakterlerin erkek karakterlere oranlara çok daha az yer aldığını ve erkek karakterlerin güçlü, cesur zeki ve baskın karakter özellikleriyle yer aldıkları tespit edilirken kadın karakterlerin fizyolojik olarak güçsüz, oldukça duygusal ve şefkatli ve mutlaka birine muhtaç şekilde temsil edildikleri gözlemlenmiştir (Ahmed & Wahab, 2014, s. 50-51).

Çizgi filmlerde cinsiyet karakterlerinin oluşmasında kadın-erkek ayrımı dikkat çekmekte bu karakterlerin duygusal yapılarının yanında görünüş, renk, kılık kıyafet ve davranışları da erkek karakterlere göre daha narin ve zayıf olarak kurgulanmaktadır.

#### 4.1. Sosyal Öğrenme Kuramı

Toplumsal cinsiyette görülen kalıp yargılar ve cinsiyet rollerini ele alan yaklaşımlar incelendiğinde Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı'nın bu çalışmanın konusuyla uyumlu olduğu görülmektedir.

Albert Bandura tarafından ortaya konan sosyal öğrenme kuramında, bireyin çevresindeki diğer bireylerin tutum davranış ya da duygusal tepkilerini gözlemlemenin, bunları modellemenin ve taklit etmenin önemini işaret etmektedir. Sosyal öğrenme kuramı hem çevresel hem de bilişsel faktörlerin bireyin öğrenme sürecini ve davranışlarını etkilemek adına nasıl bir etkileşim içinde bulduklarını anlatmaya çalışır (McLeod, 2016).

Sosyal Öğrenme kuramının en önemli varsayımı, bireyin çevresindeki kişileri ya da olayları kendi zihin yapısı ile analiz ederek hangi davranışın yapılabileceğini ayırt etme becerisine sahip olduğudur (Bayrakçı, 2013). Bununla birlikte, sosyal öğrenme kuramı salt biçimde bir taklitçilikten ibaret değildir. Bireyin zihni olayları analiz etme aşamasında devreye girerek kendisi için faydalı olan tutum ve davranışları belirli durumlarda kullanmak üzere değerlendirmektedir.

Bandura tarafından yapılan araştırmalar sonucunda, küçük çocukların sosyal ortamlarda tanık oldukları saldırganlık eylemlerini taklit ettiklerini görülmüştür. Bu nedenle, saldırgan davranışın zaman içinde modellendiği veya güçlendirildiği için ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Sosyal Öğrenme Kuramı'nın varsayımları şu şekildedir:

- 1- Her birey belli bir durum için bir tepkiler dağarcığı sağlayan bir öğrenme geçmişine sahiptir.
- 2- Her durumun genel ve ayırıcı uyaranları vardır ve her durum hem özel hem de ortama bağlı anlamlara sahiptir.
- 3- Gündüsel faktörler ya durumdan etkilenir ya da onları etkiler.
- 4- Eğer uygulama fırsatı varsa yeni tepkiler kazanılabilir
- 5- Davranış eğer olumlu sonuçlara yol açıyorsa kazanılır ve sürdürülür (Lott ve Maluso'dan aktaran Dökmen,2009, s.29).

Sosyal Öğrenme Kuramı'nda yer alan öğrenme biçimleri ikiye ayrılmaktadır: Bunlar, edimsel koşullanma ile model alma ve taklit olarak isimlendirilmektedir (Dökmen, 2009).

Edimsel Koşullanma öğrenmesinde birey toplumsal yaşantıda yapıp ettikleri neticesinde ödüllendirilirse, bu ödüllendirildiği davranışı yeniden sergileme eğiliminde bulunur. Buna karşın bireyin ödüllendirilmediği bilakis cezalandırıldığı davranışları ise yeniden yapması daha aza inmektedir. Model alma ve taklit olarak isimlendirilen öğrenme biçiminde ise birey çevresinde yer alan anne-baba, öğretmen ya da televizyondaki gördüğü kişileri model olarak kullanır ve onların bazı durumlardaki davranışlarını benzer durumlarda ortaya sergileme eğiliminde bulunur.

Model alma ve taklit ile öğrenme yönteminde değerlendirebileceğimiz ve televizyonda yayınlanan çocuk temalı içerikler model alma ve taklit ile sosyal öğrenme tanımına uymaktadır. Çocuk seyrettiklerinden etkilenmekte günlük yaşamında televizyondaki karakterlerin eylemlerini uygulamaya geçirmeye çalışmaktadır (Şentürk & Turgut, 2011).

Bandura (1977), modellemenin sadece basit bir taklit olmadığını açıkça belirtmektedir; Maruz kalmayı izleyen davranış, gözlem yoluyla uygun davranış kurallarının türetilmesinden, gözlemlenen davranış bağlamından ve davranışı izleyen ödüllerden kaynaklanır. Bandura'nın (1986,1994) sosyal bilişsel teorisi, daha önceki sosyal öğrenme modelini genişletti ve izleyicilerin medya şiddetinden saldırganlığı öğrenebileceği süreci açıklamak için yaygın olarak kullanıldı. Bu bakış açısına göre, yeni davranışlar ya doğrudan deneyimle ya da dolaylı olarak modellerin gözlemlenmesiyle kazanılır. Gözlemsel öğrenme dört alt süreç tarafından yönetilir: Dikkat, hafızaya atma (saklama) , davranış üretimi ve motivasyon. Bu süreç, gözlemcinin bilişsel becerileri ve yetenekleri, değerleri ve tercihleri gibi faktörlerin yanı sıra olayın belirginliği ve izleyiciye işlevsel değeri gibi faktörlerden etkilenir. Ayrıca izleyicilerin önyargılarından da etkilenir (Evra, 2004, s. 4).

#### 4.2. Yetiştirme Kuramı

Sosyal öğrenme kuramının model alma ve taklit etme yoluyla çocuğun toplumsal cinsiyetini şekillendirme noktasındaki önemine yukarıda değinilmiştir. Toplumsal cinsiyet oluşumundaki diğer önemli bir faktör de televizyondur. Televizyonun gerçeğin ne olduğunu söyleme, toplumun görüşlerini yansıtmaya özelliği düşünüldüğünde onun bu özelliği ABD'li sosyolog George Gerbner'in dikkatinden kaçmamıştır. Gerbner, televizyonun daha önce yapılan araştırmaların aksine doğrudan doğruya söyleyen bir mekanizmaya değil gerçekliği zaman içerisinde biçimlendirdiğine dikkat çekmektedir (Gerbner, 1996).

Gerbner, Gross, Morgan ve Signorielli (1980, 1982, 1986) tarafından savunulan yetiştirme kuramı, televizyonun düzenli ve uzun süreli olarak izlenilmesi halinde televizyon izlemek için ne kadar çok zaman harcanırsa, izleyicinin, özellikle kişinin etkileşimde bulunmadığı diğer gruplar hakkında bilgi almak gibi çok az doğrudan deneyime sahip olduğu alanlarda, gerçekliğin televizyonda aktarılan versiyonunun kabul edildiğini savunur (Evra, 2004).

Gerbner, önceki dönem etki araştırmacılarının yöneldiği medyanın mesajlarının anlık etkisine odaklanmamış uzun soluklu medya biçiminde medyanın biçimlendirme yönünü ele almıştır. Bununla birlikte, medyanın toplum üzerindeki etkisine insanların medyaya maruz kaldıkça değişen yaşantıları perspektifinden yaklaşmıştır (Potter, 2014).

Televizyondan topluma aktarılan içerikler doğrudan toplum üzerinde hemen ve kesin sonuçlar vermekten uzaktır. İnsanlar televizyonda gördüklerini önce kendi çevresinde bulunan bireylerle konuşmakta, onların görüşlerine değer vermekte bu mukayeseden sonra televizyonun yaydığı etkiyi zamanla bir yaşam pratiğine dönüştürme ya da kesin bir karşı duruşa çevirmektedirler (Özkan, 2017). Bununla birlikte, televizyonun toplumun aynası olma durumu çok daha fazladır. Yetiştirme teorisi, medyanın hâlihazırda toplumdaki tutumlardan yararlanarak aynı tutumları farklı bir görünüm adı altında sunduğunu öne sürmektedir. Teorinin temel ilkelerinden biri, televizyonun ve medyanın statükoyu geliştirmesi, buna meydan okumasıdır. Çoğu zaman izleyici, medyayı ne ölçüde özümlediklerinin farkında değildir (Davie, 2010).

Gerbner vd. (1994), televizyondan tekrar tekrar maruz kalınan benzer kapsamdaki içeriklerin bireyin dünya görüşünü bir damla gibi yavaş yavaş ancak düzenli olarak etkilediği. Bireyin benzer içeriklere maruz kalması neticesinde gerçekliği televizyondaki gibi algıladığını öne sürmektedir (Evra, 2004, s. 10)

Bu çalışma özelinde değerlendirildiğinde televizyon, hikâye anlatıcı konumuna geçerek doğrudan çocuklara hitap eden bir araç olarak öne çıkmasıdır (Özer, 2017). Hikâye anlatıcı konumuna geçen televizyon, tıpkı hikâyelerde olduğu gibi bir toplumda uzun yıllardır varlığını sürdürmesine neden olan o toplumun değerlerinden beslendiği ölçüde, mevcut değerleri, toplumdaki cinsiyet rollerini, kültürel göstergeleri aktardığı sürece uzun vadede kendine bir yaşam alanı bulmaktadır (Şenol vd. 2016).

#### 4.3. Çocuk, Televizyon ve Çizgi film

Çizgi filmler hem çocuklara hem de genç yetişkinlere hitap ettiği için verdiği mesajların izleyiciler üzerinde çok büyük ve kaçınılmaz etkileri vardır. Birçok klişe ve bilinçaltı mesaj bu nedenle izleyicilerin zihninde özümsemekte ve böylece düşünce ve davranış kalıplarını etkilemektedir. Örneğin, anneler her zaman ev işleri yapmak, çocuklarını büyütme, aileyi korumak, fedakârlık yapmak, onları motive etmele

yükümlüdürler. Bu cinsiyet ayrımcılığı eylemleri çok güçlüdür ve çocukların zihinlerinde derin etkiler bırakır.

Eğlence medyası anlatıları, çocukların algılarını ve davranışlarını şekillendirmede büyük bir potansiyele sahiptir (Strasburger ve diğerleri, 2013). Karakterler, ikna edici medya anlatılarının birincil bileşenidir (Lu vd., 2012).

Televizyon, çocuklar üzerinde tüketim kültürüne uyum sağlama, toplumsal cinsiyetin öğrenilmesi ve şekillendirilmesi, toplumsal kültürün ve iletişim biçimlerinin öğrenilmesi, şiddet davranışının öğrenilmesi gibi konularda etkilidir (Ertürk'ten aktaran Büyükbaykal, 2007).

Bugün hala her evde bulunması nedeniyle ve geniş kitlelere ulaşarak etkisini sürdüren televizyon, çizgi film kanalları ile özellikle küçük yaşta çocukların çok zaman geçirdikleri medya araçlarından biridir.

Televizyonda Çocuk Kanallarında gösterilen çizgi filmler çocukların hayatında önemli rol oynamaktadır. Günümüzde çizgi filmlerde öğrenme, bilgi sunma, iyi-kötü kavramları, arkadaşlık, rol model oluşturma gibi içerikler sunarak televizyon izleme nedeni olarak çocuklar ebeveynlere tarafından da yönlendirilmektedir.

Tıpkı dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de çocukların çizgi filmlere olan ilgisi yüksektir. Çocukların yaş düzeyleri, televizyon ile ne sıklıkla ve nasıl vakit geçirdikleri konusunda farklılaşmaktadır. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından yapılan çalışmada, 6-18 yaş arasındaki çocukların en çok izlediği televizyon içeriğinin %28,7'lik bir oranla çizgi filmler olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında yer alan ilköğretim düzeyindeki yaşları daha küçük olan (6-14) öğrencilerde ise çizgi filme olan ilgi %62 seviyesindedir (Radyo Televizyon Üst Kurulu, 2013). Dolayısıyla, çizgi filmlerde yer alan kadın ve erkek temsillerinin doğrudan çocukların toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirmesine, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını öğrendikleri bir alan olduğunun söylenmesi mümkündür. Bununla birlikte, çocukların televizyon izleme alışkanlıkları konusunda yorum yaparken bütün çocukların aynı medya okuryazarlık düzeyinde olmadığı, her bir bireyin farklı seviyelerde yer aldığını gözden kaçırmamak gereklidir. Medya okuryazarlığı dersini almış öğrencilerin televizyonda izledikleri programlar ve televizyon başında geçirdikleri zaman farklılık göstermektedir. Medya okuryazarlığı dersini almış öğrencilerin, televizyon programları başlamadan önce yer alan akıllı işaret uygulamasına medya okuryazarlığı dersi almayan öğrencilere göre daha çok dikkat ettikleri tespit edilmiştir (Semiz Türkoğlu, 2017)

Ülkemizde çocukların televizyon izleme alışkanlıkları üzerine yapılan bir başka çalışmada ise televizyon izlemesi kesinlikle uygun görülmeyen 3-24 ay aralığındaki çocuklara günlük 1,05 saat televizyon izlediği ortaya konmuştur. Buradaki temel sorun ebeveynlerin televizyonu çocukları oyalama aracı olarak görmesinden kaynaklanmaktadır (Akkuş vd., 2015).

Çocuklar için toplumsal cinsiyetin şekillendiren ana kaynak aile yaşantısıdır. Bununla birlikte, çocuk büyüdükçe çevresinde yeni rol modelleri aramaya yönelir. Bu yönelim arayışında medya her evde var olan en kolay araçtır. Televizyon sayesinde yeni rol modeller gözlemleyen çocuk zamanla rol modelin tutum ve davranışlarını kendi davranışlarına uyarlamaktadır (Muratoğlu Pehlivan, 2019). Dolayısıyla, televizyonda yer alan her içeriğin çocuğun toplumsal cinsiyetini şekillendirmesi bakımından önemlidir. Çocuklara yönelik reklamlar üzerine yapılan bir çalışmada, reklamların da toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını aynen aktardığı, erkek çocuklarının daha aktif, sportif faaliyetler içinde temsil edilirken kız çocuklarının ise şefkat ve merhamet duygusu daha ağır basan evcilik, bebek figürleriyle oynama gibi biçimlerde temsil edildiği ortaya konmuştur (Gündüz Kalan, 2010, s. 87)

Medyadaki karakterlerin vücut şekli, medya temsili ve sonraki çağrışımları da cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Çizgi filmlerde kadın karakterlerin zayıf olarak gösterilme olasılığı dört kat daha fazlaydı; kilolu kadın karakterlerin zeki olmayan veya mutsuz olarak sunulması daha olasıydı (Latner ve diğerleri, 2007). Çeşitli vücut şekillerine sahip karakterler yerine ağırlıklı olarak atletik ince (kadınlar için) veya kaslı (erkekler için) karakterlere maruz kalmak hem erkek hem de kız çocuklarında yetersiz vücut benlik algısına ve benlik saygısı eksikliğine yol açabilir. Her iki cinsiyet için de “iyi görümlü” olarak anılma gibi olumlu özellikler, ince karakterlere yöneliktir (Tzoutzou ve diğerleri, 2020).

Dünya genelinde çocukların çokça rağbet gösterdiği Sindrella ve Pamuk Prenses çizgi filmleri üzerine yapılan bir çalışmada da aynı şekilde toplumdaki cinsiyet rollerinin ve kalıp yargılarının aktarıldığına dikkat çekilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, kadın karakterlerin yaşam alanı yalnızca ev olarak tasvir edilmiştir.

Dış dünyanın kadın için uygun olmadığı, kendisine çizilen sınırların dışına çıkmak isteyen kadın karakterin kötülüklerle yüzleştiği ve bunun sonucunda cezalandırıldığı tespit edilmiştir (Şenol vd., 2016, s.84-85).

Aynı örneği ülkemiz için de verebiliriz. Bu açıdan bakıldığında çalışmada ele alınan örnek çizgi filmler bağlamında kullanılan karakterlerin cinsiyet dağılımında belli kimlikler üzerinden kurgulandığını ortaya koymak amaçlanmıştır.

## 5. Araştırma

Bu araştırmanın amacı, animasyon filmlerinde önde gelen olumlu ve olumsuz kadın karakterlerin tasvirlerinin karşılaştırmalı bir analizini yapmaktır.

Bu çalışmada, ülkemizdeki çizgi film kanallarından biri olan TRT Çocuk kanalındaki çizgi filmlerde cinsiyet rollerinin dağılımı konu edinilmiştir. Araştırmanın amacı, çizgi filmlerde cinsiyet temelinde karakterlerin sunumunu incelemektir. Bu doğrultuda nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerindeki ana karakterler üzerinden cinsiyet dağılımları nasıldır?
2. Kadın-erkek çizgi film karakterlerinin temsili ve cinsiyet rollerinde herhangi bir fark var mı?
3. Kadın-erkek çizgi film karakterlerinin en fazla hangi karakter özellikleri üzerinden kurgulanmaktadır?

### 5.1. Yöntem

TRT çocuk kanalındaki cinsiyet rollerinin dağılımını konu edinen bu çalışmanın evreni, incelenen tarihler arasında yayınlanan çizgi filmlerin tamamıdır. TRT Çocuk kanalının seçilmesinin nedeni ise çocukların en çok izlediği çizgi filmlerin TRT Çocuk kanalında yayınlandığını tespit edilmesidir (Güder, Ay, Saray, & Kılıç, 2017). Araştırmanın örneklem seçiminde ise literatürde amaçlı örnekleme, ölçüt örnekleme olarak adlandırılan örneklem seçimi uygulanmıştır Buna göre, TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerde insan niteliğindeki karakterlerin yer aldığı çizgi filmler örneklem olarak seçilmiştir. TRT Çocuk kanalının haftalık yayın akışının sabit biçimde her gün aynı içeriğin aynı saatte yayınlanması şeklinde olduğu tespit edilmiş, dolayısıyla araştırmanın kapsamı 1 Mart - 31 Mart 2022 tarihleri arasında yayınlanan çizgi filmlerdeki cinsiyet rollerinin dağılımının incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Kriterler ise; güçlü, cesur zeki, baskın karakter, fiziksel olarak cılız, duygusal ve merhametli, birisine bağımlı gibi karakter kriterleri ile analiz yapılmıştır.

### 5.2. Bulgular

TRT Çocuk, kamusal yayıncılık esasını itibarıyla yayın yapan TRT bünyesinde yer alan 14 kanaldan biridir. 24 Ekim 2008 Cuma günü deneme yayınına başlayıp 1 Kasım 2008 Cumartesi günü itibarıyla de normal yayın akışına başlayan TRT Çocuk, 'çocuk' temalı televizyon kanalı özelliğini taşımakta ve 24 saat yayın yapmaktadır.

TRT Çocuk, yayın ilkeleri bağlamında çocukların daha sağlıklı fiziki ve zihinsel gelişimini ve yayınlardan daha yarar gözetken program hizmeti sunma amacı gütmektedir (www.trtcocuk.net.tr, 2022). Bu amaç doğrultusunda yayın hayatına başlayan TRT Çocuk, hedef kitlesi konumundaki okul öncesi yaş grubu olan çocukların ve okul çağındaki çocukların televizyon izlerken bazı kazanımlarda elde etmesini hedeflemektedir. Ebeveynlik ve çocuk gelişimi alanında uzmanlar tarafından hazırlanan Ebeveyn Akademisi isimli internet sayfasında (<https://www.trtcocuk.net.tr/ebeveyn-akademisi>) çocuk gelişimi hakkında geniş bilgiler verilmektedir.





Resim 1. TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi İnternet Sayfası

Bu sayfada; Çocuk Gelişimi başlığı altında, Çocuklarda Obsesif Kompulsif Bozukluk, Dijital İçerikler Çocuğa Şiddeti Aşılır mı?, Çocuklar İçin Ev Etkinlikleri, Çocuğunuzun Zayıf ve Güçlü Yönlerini Öğrenin, Çocuklar Aynı Anda İki Dil Nasıl Öğrenir?, Çocuğa Nasıl Sorumluluk Kazandırılır?, Çocuğunuzun Kaygılarını Nasıl Yönetirsiniz?, 'Çocukluk Korkusu' mu Yoksa 'Fobi' mi?, Çocuk İçin Oyun Neden Çok Önemli?, Çocuklarda Duygusal Sağlık Oluşturma ve İyi Oluş Hali gibi konulara yer verilmiştir.

Okul ve Öğrenme başlığı altında ise Çocuğumu Nasıl Bir 'Kitap Kurdu' Yaparım?, Çocuklara Okuma Alışkanlığı Kazandırmanın Yolları, Medya Okuryazarı Çocuklar Yetiştirmek, Azaltın, Yeniden Kullanın, Geri Dönüştürün, Çocuklara Hikâyeyi Nasıl Okumalıyız?, Okul Dönemi Çocukları İçin Bağışıklık Önerileri, Çocuklar İçin Uygun Kitap Seçimi, Okul Fobisi (Kaygısı) Nasıl Giderilir?, Çocuğa Okul Nasıl Anlatılmalı?, Okuma Sevgisi Nasıl Kazandırılır? gibi konular işlenmiştir.

Ebeveyn Olmak başlığı altında, Çocukla Birlikte Yapabileceğiniz Pratik Tarifler, Çocuklarda Tatil Rutini Nasıl Oluşturulur?, Ebeveynler İçin A'dan Z'ye Güvenli İnternet Kullanımı, Çocukla Gidilebilecek Tatil Yerleri, İstanbul'da Çocukla Gezilebilecek Yerler, Nasıl Bir Ebeveynsiniz?, Çocuklar İçin 13 Doğa Etkinliği Önerisi, Çocuklarda Besin Alerjisine Dikkat!, Çocukla Mutlu ve Sağlıklı İletişimin Yolları gibi bilgilendirici paylaşımlar bulunmaktadır. Ayrıca uzman videoları menüsü altında çeşitli konularda uzmanların görüşlerine yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında TRT Çocuk kanalında 1 Mart – 31 Mart 2022 tarihleri arasında yayınlanan çizgi film içerikleri incelenerek, toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden karakterlerin kurgu dağılımı analiz edilmiştir. Çalışmada TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerde bulunan kadın ve erkek karakter dağılımları, oranları ve karakterlerin kişilik tipleri toplumsal cinsiyet bakımından incelenmiştir.

Tablo 1. TRT Çocuk kanalında 1 Mart-31 Mart 2022 Tarihleri Arasında Yayınlanan Çizgi Film İçerikleri

1	Akıllı Tavşan Momo	14	Kaptan Pengu ve Arkadaşları
2	Arı Maya	15	Kare Takımı
3	Aşlan	16	Kuzucuk
4	Bulmaca Kulesi	17	Max ve Maestro
5	Ciciki	18	Maysa ve Bulut
6	Dijital Tayfa	19	Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu
7	Doru	20	Niloya
8	Ege ile Gaga	21	Nils ve Uçan Kaz
9	Elif ve Arkadaşları	22	Pırl
10	Elif'in Düşleri	23	Rafadan Tayfa
11	Emiray	24	Vikingler
12	Heidi	25	Yade Yade
13	İbi	26	Z Takımı

TRT Çocuk kanalındaki çizgi filmlere yönelik gerçekleştirilen ön inceleme sonucunda bir aylık bazda toplam 26 çizgi film içeriğinin yayınlandığı tespit edilmiştir. Ön çalışma neticesinde tespit edilen Dijital tayfa isimli çizgi filmin Rafadan Tayfa'nın karakterlerinin aynen kullanıldığı tespit edilmiş, dolayısıyla Rafadan Tayfa için yapılacak çözümlemenin Dijital tayfa için de geçerli olacağı öngörülmüştür. Dolayısıyla Dijital Tayfa çizgi filmi de bu nedenle araştırmanın dışarısında bırakılmıştır. Böylece 25 çizgi film içeriği araştırma kapsamına alınmıştır. Bu çizgi filmlerde insan ve hayvan karakterler yer almaktadır. İncelenen çizgi filmlerin 18'inde insan karakterleri, 7'sinde ise hayvan karakterleri bulunmaktadır. Bu karakterler cinsiyet bazında değerlendirilmeye alınmıştır. Genel olarak tüm çizgi filmlerde karakterlerin cinsiyetleri net bir şekilde anlaşılırken özellikle Arı Maya çizgi filminde ana karakter olan Arı Maya'nın cinsiyeti anlaşılammaktadır. Arı Maya çizgi filmde genç bir arı olarak lanse edilmekte seslendirmesinde kullanılan erkek çocuk sesi nedeniyle Arı Maya'nın erkek karakter olduğu değerlendirilmiştir.

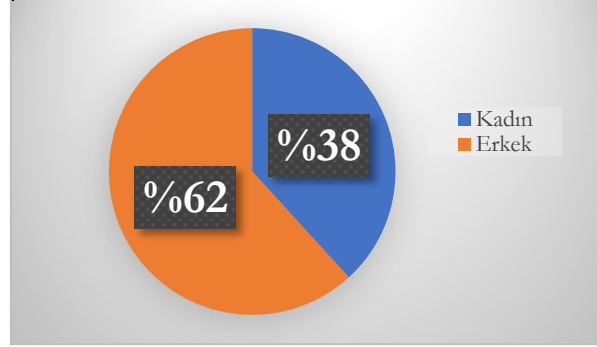


Resim 2. Arı Maya Çizgi Film Ana Karakteri

Tablo 2. TRT Çocuk Kanalında Yayınlanan Çizgi Filmlerde Bulunan Kadın ve Erkek Karakter Sayıları

	Çizgi Film İsmi	Kadın Karakter Sayısı	Erkek Karakter Sayısı	Çizgi Filmdeki Toplam Karakter Sayısı
1	Akıllı Tavşan Momo	8	8	16
2	Arı Maya	4	12	16
3	Aslan	2	3	5
4	Bulmaca Kulesi	1	2	3
5	Ciciki	4	6	10
6	Doru	3	10	13
7	Ege ile Gaga	-	1	1
8	Elif ve Arkadaşları	3	4	7
9	Elif'in Düşleri	4	2	6
10	Emiray	2	9	11
11	Heidi	4	2	6
12	İbi	17	27	44
13	Kaptan Pengu ve Arkadaşları	1	3	4
14	Kare Takımı	2	5	7
15	Kuzucuk	3	5	8
16	Max ve Maestro	1	3	4
17	Maysa ve Bulut	3	2	5
18	Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu	2	2	4
19	Niloya	5	5	10
20	Nils ve Uçan Kaz	5	3	8
21	Pırl	4	4	8
22	Rafadan Tayfa	3	7	10
23	Vikingler	2	7	9
24	Yade Yade	1	3	4
25	Z Takımı	2	4	6
	<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>139</b>	<b>225</b>

Tablo-2’de yer alan bilgiler, çizgi filmlerden bulunan karakterlerin cinsiyetlere göre dağılımı ve toplam karakter sayısına ilişkin bilgiler gösterilmektedir. Buna göre, TRT Çocuk kanalında yayınlanan 25 çizgi film içerisinde toplamda 225 karakter yer almaktadır. Bu karakterlerin cinsiyet açısından niceliği değerlendirildiğinde, 86’sının kadın ve 139’unun erkek olduğu tespit edilmiştir.



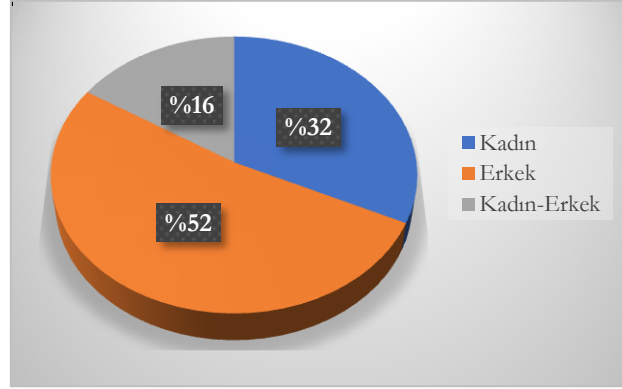
**Grafik 1.** TRT Çocuk Kanalında yayınlanan çizgi filmlerde bulunan erkek ve kadın karakter oranları

Grafik-1’de 30 günlük araştırma süresince TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerdeki erkek ve kadın karakterlerin toplam yüzdeleri ortaya konmuştur. Buna göre, TRT Çocuk kanalındaki çizgi filmlerde erkek karakterlerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Erkek karakterlerin toplam karakterler içerisindeki yüzdeleri oranı %62’dir. Kadın karakterlerin toplam karakterler içerisindeki oranı ise %38’dir.

**Tablo 3.** TRT Çocuk Kanalında Yayınlanan Çizgi Filmlerde Bulunan Cinsiyete Göre Ana Karakter Dağılımı

	Çizgi Film İsmi	Ana karakter		Çizgi Film İsmi	Ana karakter
1	Akıllı Tavşan Momo	Erkek	14	Kare Takımı	Kadın – Erkek
2	Arı Maya	Erkek	15	Kuzucuk	Erkek
3	Aslan	Erkek	16	Max ve Maestro	Erkek
4	Bulmaca Kulesi	Kadın – Erkek	17	Maysa ve Bulut	Kadın – Erkek
5	Ciciki	Kadın	18	Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu	Erkek
6	Doru	Erkek	19	Niloya	Kadın
7	Ege ile Gaga	Erkek	20	Nils ve Uçan Kaz	Erkek
8	Elif ve Arkadaşları	Kadın	21	Pırıl	Kadın
9	Elif’in Düşleri	Kadın	22	Rafadan Tayfa	Erkek
10	Emiray	Erkek	23	Vikingler	Erkek
11	Heidi	Kadın	24	Yade Yade	Kadın
12	İbi	Kadın	25	Z Takımı	Kadın – Erkek
13	Kaptan Pengu ve Arkadaşları	Erkek			

Tablo 3’te yer alan cinsiyete göre ana karakter dağılımına bakıldığında 8 çizgi filde ana karakterin kadın, 13 çizgi filmde ana karakterin erkek, 4 çizgi filmde ise ana karakterlerin hem kadın hem de erkek olarak bulunduğu görülmektedir.



**Grafik 2.** Çizgi filmlerde bulunan karakterlerin cinsiyet sayılarının oransal olarak dağılımı

Grafik 2’de bulunan cinsiyete göre ana karakter dağılımında 8 çizgi filde ana karakterin %32 ile kadın, 13 çizgi filmde ana karakterin %52 ile erkek, 4 çizgi filmde ise ana karakterlerin %16 ile hem kadın hem de erkek olarak bulunduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** TRT Çocuk Kanalında Yayınlanan Çizgi Filmlerde Bulunan Erkek ve Kadın Karakterlerin Kişilik Tipleri

	Çizgi Film İsmi	Ana karakter	Zeki-Güçlü-Maceracı-Özgüvenli	Duygusal-Merhametli-Yardımsöver
1	Akıllı Tavşan Momo	Erkek	X	X
2	Arı Maya	Erkek	X	X
3	Aslan	Erkek	X	X
4	Bulmaca Kulesi	Kadın - Erkek	X	X
5	Ciciki	Kadın	X	X
6	Doru	Erkek	X	X
7	Ege ile Gaga	Erkek	X	X
8	Elif ve Arkadaşları	Kadın	X	X
9	Elif’in Düşleri	Kadın	X	X
10	Emiray	Erkek	X	X
11	Heidi	Kadın	X	X
12	İbi	Kadın	X	X
13	Kaptan Pengu ve Arkadaşları	Erkek	X	X
14	Kare Takımı	Kadın - Erkek	X	X
15	Kuzucuk	Erkek	X	X
16	Max ve Maestro	Erkek	X	X
17	Maysa ve Bulut	Kadın - Erkek	X	X
18	Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu	Erkek	X	X
19	Niloya	Kadın	X	X
20	Nils ve Uçan Kaz	Erkek	X	X
21	Pırl	Kadın	X	X
22	Rafadan Tayfa	Erkek	X	X
23	Vikingler	Erkek	X	X
24	Yade Yade	Kadın	X	X
25	Z Takımı	Kadın - Erkek	X	X

Karakterlerin hangi özelliklere sahip oldukları incelendiğindeyse (Ahmed & Wahab, 2014) çalışmasındaki gruplandırma kullanılmıştır. Çizgi filmlerde kadın karakterlerin zeki, güçlü, maceracı ve özgüvenli kategorisinde yer aldığı durumlarda hikâyenin ana karakteri oldukları da görülmektedir. TRT Çocuk kanalında yer alan 225 karakterin cinsiyet ve karakter özelliklerine yönelik analizde kadın ve erkek karakterlerin hepsinin hem zeki, güçlü, maceracı, özgüvenli karakter tipinde hem de duygusal, merhametli, yardımsöver karakter tipinde olduğu tespit edilmiştir. Çizgi filmlerde karakterlerin kişilik tiplerinde cinsiyet ayrımı yapılmadan kurgulandığı tespit edilmiştir.

**Tablo 5.** Dolaylı ya da Doğrudan Aile Yapısının İşlendiği Çizgi Filmler

1	Aslan
2	Elif ve Arkadaşları
3	Elif'in Düşleri
4	Emiray
5	Heidi
6	Maysa ve Bulut
7	Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu
8	Niloya
9	Pırl
10	Rafadan Tayfa
11	Vikingler

Tablo 5'e bakıldığında dolaylı ya da doğrudan aile yapısının işlendiği çizgi filmler görülmektedir. Bu çizgi filmlerin bazı bölümlerinde kadın – erkek davranışlarına ilişkin genellikle toplumda yer etmiş bazı olguların işlendiği tespit edilmiştir. Örneğin 'Niloya' çizgi film kurgusunda konular Türk gelenek ve göreneklerine göre işlenmiş olup çocuklar üzerindeki etkisine bakıldığında Gerbner'in "Merkezileşmiş Hikâye Anlatım Sistemi" söylemi ile ilişkilendirilebilir. Çizgi filmde anne karakteri ev işleri ile ilgilenen, yemek yapan, sofrayı kurup ve temizlik yapan ev hanımı rolü ile işlenmektedir. Baba karakteri ise sabah erken evden çıkıp işe giden ve akşam işten eve dönen karakter olarak işlenmektedir. Ayrıca yine bu çizgi filmde aile üyelerine babaanne ve dede karakterleri eklenerek geniş aile kavramı işlenerek ataerkil toplumu anlatılmaktadır.

Toplumsal cinsiyet eşitliği kavramı kadın ve erkeğin, toplumsal yapı da yer alan aile hayatı, eğitim, çalışma hayatı vb. durumları özelinde eşitlik kavramını ifade etmektedir. (Mitchell ve Oakley, 1998). Toplumsal cinsiyet kavramı değerlendirildiğinde kadın ve erkek arasındaki eşitsizlik durumu oldukça önemlidir. Genel anlamda değerlendirildiğinde kadın erkek arasındaki eşitsizlik günümüz toplumlarında her türlü alanda karşımıza çıkmaktadır.

**Resim 3.** Niloya Çizgi Filminden Niloya'nın Anne ve Babaannesinin Mutfakta Yemek Hazırlama Görüntüsü



Resim 4. Rafadan Tayfa Çizgi Filmi 'Kadın İşi' İsimli Bölümünden Bir Kare

Rafadan Tayfa çizgi filminin 'Kadın İşi' bölümünde yaşlılara yardım haftası nedeni ile Basri amcaya yardım ettiklerini gören Rafadan Tayfa yapılan işleri küçümseyerek Sevim ve Hale karakterlerini kızdırlar. Bunu gören Rüstem abi de Rafadan Tayfaya bir ders vermek için onlara kadın işi olarak gördükleri ve küçümsedikleri işleri yaptırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında incelenen çizgi filmlerde sosyal öğrenme kuramında yer verilen taklit yoluyla öğrenme davranışı açısından önemlidir. Çocukların izledikleri çizgi filmlerin, gördükleri olumlu veya olumsuz davranışları öğrenmeleri ve rol model alma bakımından büyük etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Bandura tarafından ortaya atılan Sosyal Öğrenme Kuramı bireylerin taklit etme, model alma gibi özellikleri ile yakın çevresinden gördüğü olumlu ve olumsuz davranışları içselleştirmeleri şeklinde söylenebilmektedir. İnsanların sergiledikleri birçok davranış başka insanların davranışlarını gözlemleyerek kazandığını ifade etmiştir. Bandura bu durumu sembolik model türü olarak açıklamaktadır. Bu model türünde kişinin ahlaki yargıları ve doğru veya yanlış tanımlamaları televizyonda tasvir edilen bir karakter ya da davranış ile gelişmektedir (Bandura, 2006).

## 6. Sonuç

Covid-19 virüsünün ortaya çıkması ile birlikte 2020 yılından beri hayatımızda olan pandemi nedeniyle çocukların daha fazla süreler evde kaldığı düşünüldüğünde, televizyona ve dijital ortamlara olan ilginin daha da arttığı tahmin edilmektedir. Küçük olmaları nedeniyle zorunlu olarak evde kalan çocukların en çok tercih ettikleri eğlence aracının çizgi filmler olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, TRT Çocuk kanalında yayınlanan ve çocuklar tarafından çok izlenen çizgi filmlerin toplumsal cinsiyet rolleri açısından incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Çizgi film içerikleri toplumsal cinsiyet rollerinin kabul edilmesi, toplumsal cinsiyete yönelik kalıp yargıların çocuk zihninde yer etmesi bakımından etkiye sahiptir. Geçmişe kıyasla çizgi film içerikleri yalnızca televizyon üzerinden değil aynı zamanda internet ağından da erişilebilen içerikler haline gelmiştir. Dolayısıyla, çocuklar çizgi filme her an ulaşabilir konuma gelmişlerdir. Özellikle küçük yaşlarda başlayan telefon ve tablet cihazları kullanma becerisi de çocuğun kimsenin yardımı olmaksızın dijital mecrada istediği içeriklere ulaşabilme yetisine sahiptir.

Çizgi filmler, hedef kitlesi çocuklar olan içeriklerdir. Bununla birlikte çizgi filmleri üretenler de çocuğun içinde bulunduğu toplumun üyeleridir. Çizgi filmi tasarlayan, senaryosunu yazan kişiler de farkında olarak ya da olmadan toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını, toplumsal cinsiyet rollerini çocuklara aktaran çizgi filmler üretmektedirler.

Çizgi filmler, çocukların zihnini çeşitli içerikler sunarak etkileme eğilimindedir. Çizgi film karakterleri kalıplaşmış erkek ve kadın rolleri imgesiyle karşımıza çıkmaktadır. Çizgi filmlere aşırı maruz kalma nedeniyle, görünüş anlayışları, erkek ve kadınların davranış özellikleri ve algıları, çizgi filmlerdeki karakterlerin sunduğu gibi şekillenir. Bu yüzden çocuklar için çizgi film karakterlerinin cinsiyet aktarımında önemli bir araç olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Bu çalışmada, ülkemizde çizgi film alanında en çok izlenen çocuk kanalı TRT Çocuk özelinde toplumsal cinsiyet rollerinin çizgi filmlere yansımaları ele alınmıştır. Araştırmada çizgi filmler içerisinde kadın ve erkeklerin çizgi filmlerde hangi karakter özellikleriyle tasvir edildiği incelenmiştir.

Bu çizgi filmlerde tespit edilen 225 karakterin 139'u erkek, 86'sı ise kadın karakterlerden oluşmaktadır. Çizgi filmlerde bu karakterler, zeki, güçlü, maceracı, özgüvenli, duygusal, merhametli ve yardımsever özellikte olarak sunulmaktadır. Özellikle yayınlanan çizgi filmlerde kadın karakterlerin zeki, güçlü, maceracı ve özgüvenli kategorisinde yer aldığı durumlarda hikâyenin ana karakteri oldukları da görülmektedir. Araştırma sonucunda TRT Çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerde kadın ve erkek karakterler arasında belirgin bir cinsiyet vurgusu, cinsiyet özelliklerinin öne çıkarıldığı görülmüştür. Yayınlanan 25 çizgi filmde, 8'inde ana karakterin kadın, 13'ünde ana karakterin erkek, 4'ünde ise ana karakterlerin hem kadın hem de erkek olduğu görülmektedir. Ayrıca yayın içeriklerinde Türk gelenek ve göreneklerine göre konular işlendiği ve çocukların topluma uyumu aşamasında edinecekleri bilgiler bu çizgi filmler aracılığıyla verilmektedir.

İncelenen, Aslan, Elif ve Arkadaşları, Elif'in Düşleri, Emiray, Heidi, Maysa ve Bulut, Nasreddin Hoca Zaman Yolcusu, Niloya, Pırıl, Rafadan Tayfa ve Vikingler isimli çizgi filmlerde kültürel değerler ve aile yapısı işlenerek Gerbner'in merkezileşmiş hikâye anlatım sistemi söylemi karşımıza çıkmaktadır. Böylece çocuklar çizgi film üzerinden kitle toplumuna dâhil edilerek ataerkil toplum yapısı çocuk bilincine işlenmektedir.

Bu çalışmanın konusu olan TRT Çocuk kanalındaki çizgi filmlerde ise kadın ve erkek karakterler arasında belirgin bir cinsiyet vurgusu, cinsiyet özelliklerinin öne çıkarılmasına rastlanmamıştır. Bu çalışma çocukların kendilerine ve dünyaya ilişkin görüşleri üzerindeki olası etkilerini anlamak için medyada tasvir edilen klişeleri incelemek önemlidir.

## 7. Extended Abstract

Children often acquire these roles through advertisements, TV series and cartoons. In addition, the fact that cartoons provide a colorful and enjoyable visual transfer and the cartoon characters take place in various sectors makes it easier for children to prefer them more (Kalaycı, 2015: 246).

In this study, the distribution of gender roles in cartoons on TRT Çocuk, one of the cartoon channels in our country, is discussed. The aim of the research is to examine the presentation of the characters on the basis of gender in cartoons. In this direction, the quantitative research method has been used and answers are sought for the following questions:

1. What is the gender distribution of the main characters in the cartoons broadcast on TRT Çocuk?
2. Is there any difference in representation and gender roles of male and female cartoon characters?
3. On which character traits are the male-female cartoon characters mostly fictionalized?

It has been determined that the weekly broadcast flow of TRT Çocuk channel is to broadcast the same content at the same time every day, so the scope of the research has been determined as the examination of the distribution of gender roles in cartoons broadcast between March 1, 2022 and March 31, 2022 and containing the human element.

As a result of the preliminary examination carried out for the cartoons on TRT Children's channel, it was determined that a total of 26 cartoons were published on a monthly basis. As a result of the preliminary study, it has been determined that the characters of Rafadan Tayfa of the cartoon named Digital crew are used exactly, so it is predicted that the analysis to be made for Rafadan Crew will also be valid for the Digital crew. Therefore, the Digital Crew cartoon was excluded from the study for this reason. Thus, the contents of 25 cartoons were included in the research. These cartoons feature human and animal characters. There are human characters in 18 of the examined cartoons and animal characters in 7 of them. These characters were evaluated on the basis of gender.

There are 225 characters in total in 25 cartoons published. When the quantity of these characters was evaluated in terms of gender, it was determined that 86 were female and 139 were male. Accordingly, it is seen that male characters predominate in cartoons. The percentage of male characters in total characters is 62%. The ratio of female characters in total characters is 38%.

Looking at the distribution of main characters by gender in cartoons, it is seen that the main character is female in 8 cartoons, the main character is male in 13 cartoons, and the main characters are both female and male in 4 cartoons. When their proportional distribution is examined, it is seen that 32% of the main characters are female, 52% are male, and 16% are both female and male.

When examining the characteristics of the characters (Ahmed & Wahab, 2014), the grouping in the study was used. In cartoons, when female characters are in the category of intelligent, strong, adventurous and self-confident, it is also seen that they are the main characters of the story. In the analysis of the gender and character traits of 225 characters on TRT Children's channel, it has been determined that all of the male and female characters are both intelligent, strong, adventurous, self-confident, and emotional, compassionate and helpful. It has been determined that the characters in the cartoons are fictionalized without gender discrimination in personality types.

It is possible to say that the cartoons that children watch have a great effect on learning the positive or negative behaviors they see and taking role models. Social Learning Theory put forward by Bandura can be said that individuals internalize the positive and negative behaviors they see from their close environment with their features such as imitation and modeling. He stated that many of the behaviors that people exhibit are gained by observing the behaviors of other people. Bandura explains this situation as a type of symbolic model. Bandura states that the status of the model has effects on learning. In this type of model, a person's moral judgments and right or wrong definitions develop with a character or behavior depicted on television. (Bandura, 2006, p. 61)

Considering the fact that children, who are on the way to become an individual, shape their lives in line with the knowledge they have acquired in childhood, it is a fact that they form their character structures with the roles they see in the family, social environment and cartoons.

**Keywords:** Cartoon, Gender Roles, TRT Child, Social Gender, Social Learning Theory, Upbringing Theory

### Kaynakça

Ahmed, S., & Wahab, J. A. (2014). Animation and Socialization Process: Gender Role Portrayal on Cartoon Network. *Asian Social Science*, 44-53. doi:10.5539/ass.v10n3p44

Akıncı, A. G. (2014). Okul Öncesi Döneme Yönelik Çizgi Filmlerde Yer Alan Değerlere Ait Sözel İfadelerin Sunumu: TRT Çocuk Kanalı Örneği. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 16, ss: (429-445).

Akkuş, S., Yılmaz, Y., Şahinöz, A., & Sucaklı, İ. (2015). 3-60 Ay Arası Çocukların televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hsbfd/issue/7893/103899> adresinden alındı

Bandura, A. (2006). *Autobiography*. MG Lindzey & WM Runyan (Eds.), *A history of psychology in autobiography (Vol. 9)*. Washington DC: American Psychological Association.

Bayrakçı, M. (2013). Sosyal öğrenme kuramı ve eğitimde uygulanması. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(14), 198-210. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sakaefd/issue/11210/133874> adresinden alındı

Blackstone, A. (2003). Gender Roles and Society. *Human Ecology: An Encyclopedia of Children, Families*, (s. 335-338). içinde Santa Barbara: ABC-CLIO.

Butler, J. (2005). *Undoing Gender*. New York: Routledge.

Büyükbaykal, G. (2007). Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 0(28), 31-44. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22861/244105> adresinden alındı

Davie, G. (2010). *Cultivation Theory*. Mass Communication Theory: <https://masscommtheory.com/theory-overviews/cultivation-theory/> adresinden alındı

Dökmen, Z. (2009). *Toplumsal Cinsiyet*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Ellemers, N. (2017). Gender Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 275-298. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216011719> adresinden alındı

Evra, J. V. (2004). *Television and Child Development*. New York: Routledge.



Gerbner, G. M. (1996). *Cultural indicators: A research project on trends in television content and viewer conceptions of reality Philadelphia, PA: Cultural Indicators.*

Görgün Baran, A. (2021, Ocak 13). *Feminizmin Gelişim Serüveni: Dalga Yerine Kuşak Diyelim mi?* Ağustos 19, 2021 tarihinde KOÇ-KAM: <https://kockam.ku.edu.tr/feminizmin-gelisim-seruveni-dalga-yerine-kusak-diyelim-mi-aylin-gorgun-baran/> adresinden alındı

Güder, S. Y., Ay, A., Saray, F., & Kılıç, İ. (2017). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının İzledikleri Çizgi Filmlerin Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları Açısından İncelenmesi: Niloya Örneği. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 96-111.

Gündüz Kalan, Ö. (2010). Reklamda Çocuğun Toplumsal Cinsiyet Teorisi Bağlamında Konumlandırılışı: 'Kinder' Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 1(38), 75-89. [https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22852/244011#article\\_cite](https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22852/244011#article_cite) adresinden alındı

Güvenç, B. (1994). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Kalaycı, N. (2015). Toplumsal cinsiyet eşitliği açısından bir çizgi film çözümlemesi: Pepee., 40(177). *Eğitim ve Bilim*, 243-270.

Keller, E. F. (1987). The Gender/Science System: Or, Is Sex to Gender as Nature Is to Science. *Hypatia*, 37-49. Ağustos 18, 2021 tarihinde <https://www.jstor.org/stable/3810121> adresinden alındı

McLeod, S. (2016). *Albert Bandura's Social Learning Theory*. Ağustos 19, 2021 tarihinde [SimplyPsychology: https://www.simplypsychology.org/bandura.html](https://www.simplypsychology.org/bandura.html) adresinden alındı

Muratoğlu Pehlivan, B. (2019). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türk Çizgi Filmlerinde Anne ve Baba Temsili Üzerine Bir Çalışma. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1(2), 15-27. Ağustos 19, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/mekcad/issue/45570/614778> adresinden alındı

Muratoğlu Pehlivan, B. (2019). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türk Çizgi Filmlerinde Anne ve Baba temsili Üzerine Bir Çalışma. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1(2), 15-27. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mekcad/issue/45570/614778> adresinden alındı

Oakley, A. (1989). *Sex Gender and Society*. England: The Camelot Press.

Oakley, A. (2015). *Sex, Gender and Society*. New York: Routledge.

Özer, Ö. (2017). Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme. (27), 1-9.

Özkan, S. (2017). Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı bağlamında televizyon haber. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2(4), 129-141. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader/issue/31877/350402> adresinden alındı

Planned Parenthood. (tarih yok). *What are gender roles and stereotypes?* Ağustos 18, 2021 tarihinde [Planned Parenthood: https://www.plannedparenthood.org/learn/gender-identity/sex-gender-identity/what-are-gender-roles-and-stereotypes](https://www.plannedparenthood.org/learn/gender-identity/sex-gender-identity/what-are-gender-roles-and-stereotypes) adresinden alındı

Potter, W. J. (2014). A Critical Analysis of Cultivation Theory. *Journal of Communication*, 1015-1036. doi:<https://doi.org/10.1111/jcom.12128>

Radyo Televizyon Üst Kurulu. (2013). *Türkiye'de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması*. Ankara.

Renkmen, M. (2015). Evlilik programlarında hegemonik erkekliğin inşası, temsili ve ataerkil söylem. Ş. Yavuz (Dü.) içinde, *Toplumsal Cinsiyet ve Medya* (s. 247-286). Heyamola Yayınları.

Saygılıgil, F. (2016). *Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Semiz Türkoğlu, H. (2017). Çocukların Televizyon İzleme Davranışlarında Medya Okuryazarlığı Dersinin Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması. *İNÖNÜ Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 2(1), 27-46.

Şenol, D., Erdem, S., Uzun, Z., & Erdem, E. (2016). Toplumsal Cinsiyetin Bir Aktarım Aracı Olarak Çizgi Filmler: Sindirella ve Pamuk Prenses Örneği. *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi*, 2(2). doi:10.21798/kadem.2017225030

Şentürk, M., & Turgut, M. (2011). Televizyon Programları, Reklamlar ve Çocuklar. *Aile ve Toplum*, 7(27), 63-88. Ağustos 19, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/spcd/issue/21121/227503> adresinden alındı

Tahaoğlu, Ç. (2014, Mart 27). *Medyanın Künyesi: Kaç Kadın, Kaç Erkek?* Ağustos 20, 2021 tarihinde Bianet: <https://m.bianet.org/bianet/medya/154466-medyanin-kunyesi-kac-kadin-kac-erkek#:~:text=Gazete%20k%C3%BCnyelerinin%20y%C3%BCzde%2019%27u,%2C5%27i%20erkeklerden%20olu%C5%9Fuyor.adresinden%20alındı>

Tahaoğlu, Ç., & Akgül, E. (2018). *Toplumsal Cinsiyet Odaklı Habercilik Elkitabı*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı.

Tong, R. (2012). Gender Roles. *Encyclopedia of Applied Ethics (Second Edition)*, 399-406. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-373932-2.00307-0> adresinden alındı

Yaşın, C., & Cengiz, C. (2020, Nisan 21). *George Gerbner'in Yetiştirme Kuramı*. İletişim Ansiklopedisi: <http://yenimedya.info/2020/04/24/cultivation/> adresinden alındı

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Yerel Yönetimlerin Halkla İlişkiler Amaçlı Twitter Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri ve Belediye Başkanları Üzerine Bir Analiz

Ahmet TARHAN\*   
Sevgi KIRCA\*\*   
Engincan DOĞMUŞ\*\*\* 

## ÖZ

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile insanların hayatında önemli bir yer edinen sosyal medya platformları, günümüz koşullarında interaktif bir iletişim yapısının gelişim göstermesine aracılık etmektedir. Kamu kurumları da hedef kitlesini oluşturan vatandaşların büyük bir bölümünün yer aldığı sosyal medya platformlarında, etkileşim sağlayabilmek adına etkin bir biçimde yer almaktadır. Kamu tüzel kişiliğine sahip olan yerel yönetimler de vatandaşları ile ilişkilerini güçlendirmek, halkın desteğini almak ve kendisini doğru ifade edebilmek adına, sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duymaktadır. Araştırma kapsamında yerel yönetim birimlerinden büyükşehir belediyelerinin ve belediye başkanlarının, halkla ilişkiler bağlamında Twitter hesaplarını kullanma düzeyleri ve karşılıklı etkileşim durumunun ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu çerçevede TÜİK 2021 raporuna göre en fazla nüfusa sahip beş büyükşehir belediyesi ve belediye başkanlarının Twitter hesapları, 1 Ocak 2022 ve 31 Ocak 2022 tarihleri arasında incelenmiştir. Halkla ilişkiler bağlamında ilgili yerel yönetimlerin Twitter kullanımları; hesapların yapısı, paylaşım-etkileşim ve içerik olmak üzere üç kategori üzerinden içerik analizi yöntemi ile incelenerek değerlendirilmiştir. Buna göre belediyelerin ve belediye başkanlarının Twitter platformları arasında bir ilişki ağı olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra belediyelerin ve belediye başkanlarının Twitter platformunu aktif bir şekilde kullandığı ancak yapılan paylaşımların etkileşim odaklı anlayışın dışında, daha çok bilgilendirmeye yönelik olduğu gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Kamu Kurumu, Yerel Yönetimler, Büyükşehir Belediyeleri, Halkla İlişkiler, Etkileşim, Twitter

## Local Governments' Use of Twitter for Public Relations: An Analysis on Metropolitan Municipalities and Mayors

### ABSTRACT

Social media platforms, which have an important place in people's lives with the development of communication technologies, mediate the development of an interactive communication structure in today's conditions. Public institutions are also actively involved in social media platforms, where a large part of the citizens who make up the target audience, is to provide interaction. Local governments, which have a public legal personality, also need public relations through social media to strengthen their relations with their citizens, get the support of the public, and express themselves correctly. Within the scope of the research, it is aimed to reveal the level of use of Twitter accounts and the mutual interaction status of metropolitan municipalities and mayors from local government units in the context of public relations. Within this framework, Twitter accounts of the five metropolitan municipalities and mayors with the highest population according to the TÜİK 2021 report were examined between January 1, 2022, and January 31, 2022. In the context of public relations, Twitter usage of relevant public institutions has been evaluated by using content analysis method over three categories: account structure, sharing interaction, and content. Accordingly, it has been determined that there is a relationship network between the Twitter platforms of municipalities and mayors. In addition, it has been observed that municipalities and mayors actively use the Twitter platform, but the shares are more informative, apart from an interaction-oriented understanding.

**Keywords:** Social Media, Public Institution, Local Governments, Metropolitan Municipalities, Public Relations, Interaction, Twitter

### 1. Giriş

Son yıllarda gelişen ve hâlâ gelişmekte olan internet tabanlı teknolojiler, iletişim alanında da değişim ve dönüşümü kaçınılmaz kılmıştır. Günümüz toplumları, bu gelişmeler doğrultusunda ortaya çıkan iletişim araçları ile yoğun bir etkileşim içerisinde olup 'ağ toplumu' olarak adlandırılmaktadır. Ağ toplumu sosyal ve medya ağlarından meydana gelen bir altyapının, toplumun her kesimindeki hareket tarzını belirlediği modern bir toplum türünü ifade etmektedir (Dijk, 2018, s. 42). Nitekim We Are Social & Hootsuite'in

\* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, tarhan@selcuk.edu.tr

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, sevgicankirca@gmail.com

\*\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, engincdg@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 25.11.2022

(2021) ortaya koyduğu güncel verilere göre dünyada 4.88 milyar internet kullanıcısı bulunmaktayken, 4.55 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Kullanıcı sayısı her geçen gün artan sosyal medya platformlarında sadece bireyler değil, özel sektör kuruluşları ile birlikte kamu kuruluşları da hedef kitleleri ile etkileşimde bulunabilmek adına yer almaktadır.

Kamu kurumları açısından halkla ilişkiler faaliyetleri, kamu kurumu ve hedef kitle konumundaki vatandaşlar ile arasındaki ilişkileri geliştirmektedir. Kamu kurumlarının bilgilendirme, karar alma, politika oluşturma-iyileştirme ve kamusal faaliyetlerin biçimlendirilmesi süreçlerinde belirleyici rolü bulunan vatandaşlarla, etkin iletişim kurma noktasında halkla ilişkiler faaliyetleri önem taşımaktadır (Taşkiran, 2019, s. 121). Bu açıdan değerlendirildiğinde kamu kurumlarının; vatandaşlarıyla etkin iletişim kurmak, meşrutiyetini sağlamak, ulaşılabilir olmak ve kamu ile vatandaşlar arasındaki keskin sınırları ortadan kaldırmak için halkla ilişkiler faaliyetleri ile beraber karşılıklı etkileşime olanak sağlayan sosyal medya gibi mecralarda etkinliğini sürdürmesi önemli hale gelmiştir.

Özellikle sosyal medya platformlarından Twitter, yerel yönetimlerin mesajlarının kolay bir şekilde yayılmasına fırsat vermesiyle öne çıkmakta (Martín vd., 2015, s. 424) ve iletilen mesajların kullanıcıların tarafından nasıl algılandığının kontrol edilmesine de imkân tanımaktadır (Bonsón vd., 2012, s. 125). Dolayısıyla yerel yönetimlerde de sosyal medya ve özellikle Twitter kullanımı, önemli halkla ilişkiler araçlarından biri olabilmektedir.

Bu çalışmayla büyükşehir belediyelerinin ve belediye başkanlarının Twitter kullanımının yanı sıra, büyükşehir belediyelerinin başkanlarıyla ilişkisel olarak halkla ilişkiler amaçlı Twitter kullanım durumunun ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada, öncelikle kamu kurumları açısından halkla ilişkiler bağlamında sosyal medyaya değinilmiş, yerel yönetimlerde sosyal medya kullanımından bahsedilmiş ve Twitter platformu özelinde teorik bir zemine oturtulmuştur. Araştırma çerçevesinde Türkiye’de faaliyet gösteren en fazla nüfusa sahip beş büyükşehir belediyesi ve onların başkanlarının Twitter kullanımları içerik çözümlemesi tekniği ile analiz edilmiştir.

## 2. Kamu Kurumlarının Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı

Kamu kurumu kavramı Türk Dil Kurumu (2022) tarafından “belirli kamu hizmetlerini yerine getirmek amacıyla oluşturulan kamu tüzel kişisi” olarak ifade edilmektedir. Kamu kurumları, kendilerini var eden halka hizmet sunmak amacıyla halkın devlet bünyesindeki sermayesiyle oluşan, halkın yararına faaliyetler gerçekleştirmek üzere kurulan çeşitli devlet organlarıdır. Kamu kurumlarının başlıca muhatapları, hizmet sundukları ve iletişimde buldukları devlet vatandaşlarıdır (Taşkiran, 2019, s. 120). Bu açıdan değerlendirildiğinde “kamu yönetimi, bir taraftan yaptığı uygulamaların nedenini ve nasıl olması gerektiğini anlatmak durumundayken diğer taraftan halkın beklentilerinin ne olduğunu da dikkate almak zorundadır. Dolayısıyla kamu yönetiminin vazgeçilmez unsurlarından biri halkla ilişkiler etkinliğidir” (Yener, 2016, s. 141) denilebilir.

Kamu kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetleri, kamu kuruluşunun halkın desteğini sağlamak amacıyla yaptığı çift yönlü iletişim faaliyetlerine dayalıdır. Halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında, halkın kamu kurumlarına kamu kurumlarının da vatandaşa iletmek istediği mesajlar, karşılıklı ve dengeli iletişim kurulmasına olanak tanımaktadır (Yalçındağ, 1987, s. 57). Buna göre halkla ilişkiler, kamu kurumlarının vazgeçilmez bir unsurdur denilebilir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin amacı kuruluşların hedef kitleleri ile olan iletişimini daha sağlıklı, verimli bir hale getirmek (Kaya, 2021, s. 416) ve genel itibarıyla kurum ve kamusu arasında ilişkileri geliştirerek karşılıklı iyi niyeti oluşturmaktır. Bu noktada halkla ilişkiler faaliyetlerinin amaçları kamu kurumları açısından şu şekilde sıralanabilir (Mihçioğlu, 1970, s. 96-98):

- Kamuoyunun yönetime karşı olumlu tutumlar beslemesini sağlamak
- Kamuoyunun yönetim ile olan işlerini kolaylaştırmak
- Alınacak kararların yerinde olması adına kamuoyuna danışmak
- Yasalar ile ilgili bilgilendirmeler sunarak kamuoyunun bu yasalara uyum göstermesini sağlamak
- Çeşitli hizmetlerin sağlanmasında kamuoyunun iş birliğinde bulunmasını sağlamak
- Olabilecek yönetsel sorunlarda çözüme varmak için kamuoyunun fikir, tavsiye ve isteklerinden yararlanmak

Halkla ilişkiler kamu kurumlarında, en temel anlamda halk ile kamu kurumu arasında bir köprü işlevi görmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin günümüz koşullarında halkın bilgilendirilmesi ve beklentilerinin öğrenilmesi, gelişen teknolojiler ışığında çeşitli araç ve yöntemler ile zengin bir noktaya varmıştır (Doğan, 2020, s. 380). Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimle birlikte iki yönlü iletişim olanağı sunan araçlardan sosyal medya ağları “hem vatandaşları birtakım gelişmelerden haberdar etmede geleneksel medya yanında kullanılan bir araç olabilir hem de vatandaşların istek, öneri, beklenti, soru ve şikayetlerini öğrenme ve bunlara getirilen çözümlerin yine vatandaşlarla paylaşılmasına olanak sağlayabilir” (Tarhan, 2012, s. 85) bir konumda yer almaktadır. Günümüzün iletişim çağında esnek, katılımcı, paylaşımcı, şeffaf, bilgi ve iletişim odaklı bir yönetim modeli kaçınılmaz bir gerçektir (Eren & Durna, 2005, s. 159). Bu açıdan değerlendirildiğinde kamu yönetiminde sosyal medya gibi yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı devlet ile vatandaş etkileşimini artırmakta; yönetim sürecine vatandaşın katılımı sağlanmakta, devlet yönetimindeki işleyişlerde açıklık ve şeffaflık ön plana çıkmaktadır (Gümü, 2018, s. 191). Bu çerçevede kamu kurumları, vatandaşların gözünde meşruiyetlerini sürdürmede sosyal medya platformlarından yararlanmaktadır (Bergquist vd., 2017, s. 859). Genel perspektiften bakıldığında sosyal medya uygulamalarının, kamu kurumları üzerindeki etkisi dört alanda görülebilmektedir (Bonsón vd., 2012, s. 125-126):

- Kamu sektörü şeffaflığının iyileştirilmesi
- Politika oluşturma iyileştirilmesi
- Kamu hizmetlerinin iyileştirilmesi
- Farklı kamu kurumları arasındaki iş birliğinin geliştirilmesi

Sosyal medya, bireyler ile kurumlar arasında interaktif ve dinamik bir süreç ortamı yaratarak, hedef kitle konumunda yer alan bireyler ile kurumların karşılıklı olarak düşüncelerini iletmesine yardımcı olacak bir ortam hazırlamıştır (Kalfa ve Kocamaz, 2019, s. 10). Sosyal medyanın sunduğu olanaklar çerçevesinde halkla ilişkiler faaliyetleri de bir değişim ve dönüşüm yaşamaktadır. Hedef kitle ile iletişime iki yönlülük kazandıran sosyal medya, zaman mekân sınırlaması olmaksızın iletişimin hızını da arttırmıştır. Bu çerçevede kurumların yaşanan değişimlere uyum sağlaması açısından kurumlar için halkla ilişkilerin önemi daha da gözle görülür bir hal almıştır (Peltekoğlu, 2018, s. 336-337).

Sosyal medya, kamu tüzel kişiliğine sahip olan yerel yönetimlerde de önemli bir yer edinmektedir. Çünkü yerel yönetimler, demokratik yönetimlerde halka hizmet eden en yakın birimler olmalarıyla halkla ilişkiler faaliyetlerinin ön plana çıktığı birimlerdir (Demirtaş, 2012 s. 292). Bu açıdan sosyal medya, yerel yönetimlerin vatandaşlarıyla arasında daha fazla bilgi paylaşımı yapılabilmesine imkân tanımaktadır. Özellikle sosyal medya, halkla ilişkiler açısından iki yönlü simetrik iletişim çabaları olarak yerel yönetimlerin vatandaşlarıyla birlikte karar alabilme fırsatını sağlamaktadır. Dolayısıyla sosyal medya, yerel yönetimlerin kamusunun yönetime katılımını geliştirme imkanını sağlayabilmektedir (Graham & Avery 2013, s. 15).

Sosyal medya kanallarından birisi olan Twitter ise yapısı gereği, kişilerin fikirlerini beyan etmede kullanabileceği çeşitli fonksiyonlara sahiptir. Bu fonksiyonlar ise Twitter kullanıcılarının fikirlerini yazı, resim ve video ile sunabilecekleri tweetler, tweetlere yapılan geri dönüşler, retweet, takip etme ve beğenme gibi bir dizi Twitter işlevinden oluşmaktadır. Bu açıdan Twitter, diğer sosyal medya mecralarına nazaran politikacıların kamusu ile doğrudan etkileşim kurmasına daha fazla olanak tanımaktadır (Wukich, 2020, s. 3). Twitter mecrası özellikle, kamu kurumlarının yönetsel etkinlik, işlem ve sorumluluklarının ana akım ilkelere uygun biçimde kamularına meşruiyetlerini sağlamaları açısından hizmet etmektedir. Bu açıdan Twitter, kamu kurumlarının vatandaşları ile güven ortamı yaratmasına yardımcı olan bir halkla ilişkiler aracı olarak konumlandırılmaktadır (Ökten & Ağcasulu, 2021, s. 203).

Yerel yönetimler özelinde ise Twitter, bölge halkı ile samimi içten duyguların oluşturularak, devamlı iletişim halinde olma potansiyelini sağlamaktadır (Demirtaş 2012, s. 312). Bu açıdan Twitter, yerel yönetimler için kendini halka tanıtmaya olanağı sağlamak ve önemli mesajları iletme amacıyla halkla ilişkiler aracı olarak kullanılabilirken (Pekküçükşen & Yıldırım, 2021 s. 6727); aynı zamanda halkın istek, öneri, beklenti, soru ve şikayetlerini öğrenme fırsatı da sunmaktadır.

### 3. Literatürde Bulunan Yerel Yönetimlerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Çeşitli Araştırmalar ve Bulguları

Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler ve yerel yönetimlerde halkla ilişkiler amaçlı sosyal medya ile Twitter kullanımını ekseninde literatür incelendiğinde, son beş yılda gerçekleştirilen bazı araştırmalara ve önemli olduğu düşünülen bulgulara rastlanmıştır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir:

Uysal (2019) çalışmasında, İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri'nin Twitter kullanımını analiz etmiştir. Araştırma sonucunda, ilgili bütün büyükşehir belediyelerinin hepsinin aktif olmasının yanında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin diğer belediyelerden daha aktif olduğu belirlenmiştir.

Karakoç (2019), halkla ilişkiler çerçevesinde sosyal medya kullanımını Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin Facebook, Instagram ve Twitter hesaplarını doküman incelemesi metodu ile analiz etmiştir. Araştırma sonucunda, büyükşehir belediyelerinin halkla ilişkiler aracı olarak; Twitter, Facebook ve Instagram'ı aktif bir biçimde kullandığını tespit etmiştir. Büyükşehir belediyelerinin paylaşımlarını "kamuyu bilgilendirme modeli" çerçevesinde yaptıklarını tespit ederken, etkileşime geçme noktasında ise kullanıcılar ile belirli aralıklarla iletişime geçtikleri sonucuna ulaşmıştır.

Göçoğlu (2020), Yerel yönetimlerde sosyal medya kullanımı çerçevesinde büyükşehir belediyelerinin Twitter hesaplarının paylaşımlarını içerik analizi tekniği ile incelemiştir. Araştırma sonucunda, Antalya Büyükşehir Belediyesi haricindeki incelenen diğer büyükşehir belediyelerinin, Twitter paylaşımlarını bilgilendirme amaçlı kullandığını sonucuna ulaşmıştır. Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin Twitter paylaşımlarını etkileşim amacıyla kullandığını tespit etmiştir.

Çalhan (2020), Yerel yönetimlerde yönetime katılım açısından sosyal medya araçlarının kullanımı çerçevesinde Twitter üzerine yaptığı çalışmasında, Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin Twitter'ı tanıtım ve bilgilendirme amaçlı kullandıklarını tespit etmiştir. Ayrıca vatandaşların büyükşehir belediyelerinin paylaşımlarına ilgi gösterdiğini ancak büyükşehir belediyeleri içerisinde Eskişehir, Muğla ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin çok etkin olmasa da çift yönlü iletişimde bulunma çabasında olduğunu belirlemiştir.

Üste & Irk (2021), belediye başkanlarının ve belediyelerin Twitter etkinliğini İzmir örneklemini üzerinden analiz etmiştir. Sonuçlara göre, İzmir Büyükşehir Belediyesi ve başkanının Twitter'ı aktif şekilde kullandığını ancak vatandaşlar ile tek yönlü iletişimde bulunduğunu tespit etmiştir.

Güregen & Karöz (2021), İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri'nin Twitter hesaplarını ve paylaşımlarının içeriklerini içerik analizi yöntemiyle analiz etmiştir. Araştırma sonucunda incelenen büyükşehir belediyelerinin, Twitter hesap görünümlerinin pozitif bir görünüm sergilediğini tespit ederken, Twitter paylaşımlarının kamuyu bilgilendirmeye dönük olduğunu belirlemiştir.

Ökten & Ağcasulu (2021), büyükşehir belediyelerinin ve başkanlarının Twitter ağlarının kendi içlerindeki takip ilişkilerinin karşılaştırmalı incelemesini sosyal ağ analizi yöntemi ile analiz etmiştir. Büyükşehir belediye ve başkanlarının takip ilişkilerinin, Adalet ve Kalkınma Partisi belediyelerinde kurumsal, Cumhuriyet Halk Partisi belediyelerinde ise bireysel anlamda iş birliklerine yönelik ilişki ağı oluşturduğunu belirlemiştir.

Pekküçükşen & Yıldırım (2021), yerel yönetimlerin halkla ilişkiler faaliyetlerine ilişkin olarak sosyal medya kullanımına Twitter penceresinden odaklanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin covid-19 pandemi sürecindeki Twitter paylaşımlarını analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre incelenen büyükşehir belediyelerinin tümünün Twitter'ı halkı bilgilendirmek, kurumsal faaliyetlerin duyurulması ve belediye başkanlarının mesajlarını iletmek amacıyla kullandığını tespit etmiştir.

Demir (2021), İstanbul, Ankara ve İzmir belediye başkanlarının sosyal medya kullanımına ilişkin yürüttüğü araştırmasında, belediye başkanlarının sosyal medya kullanımı noktasında aktif olduğunu ve en çok paylaşımı Twitter platformu üzerinden yaptıklarını belirlemiştir. Paylaşılan içerikler kapsamında ise bilgilendirme ağırlıklı paylaşımların yanı sıra paylaşımlarında video, fotoğraf ve görsel tasarım unsurlarına sıkça yer verdiklerini gözlemlemiştir. İletişim noktasında ise belediye başkanlarının tek yönlü iletişimi tercih ettiğini tespit etmiştir.

#### 4. Yöntem

Belediyelerin Twitter kullanım düzeyleri ve belediyeler ile başkanlarının Twitter mecrasındaki hesaplarının karşılıklı etkileşim süreçlerini ortaya koymak adına araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın özellikle Twitter üzerinden gerçekleştirilmesinin nedeni teorik çerçevede vurgulandığı üzere Twitter'ın yerel yönetimler için önemli bir halkla ilişkiler aracı olmasıdır. Ayrıca Twitter'ın genel olarak siyasi amaçlar için bir araç olduğu algısının ötesinde yerel yönetimler için vatandaş iletişimi ve katılımı gibi potansiyellerinin vurgulanma ihtiyacı bulunmaktadır (Bonsón vd., 2019, s. 480).

Çalışmada kullanılan içerik analizi, metinsel içerikler ile bu içeriklerin kullanım bağlamlarına ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar ortaya koyabilmek adına (Krippendorff, 2004, s. 18), “iletişimin açıklanan içeriğinin yansız, dizgeli (sistematik) sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” (Berelson, 1952, s. 21-25'ten aktaran Aziz, 2020, s. 120-121) olarak ifade edilmektedir. İçerik analizinin kullanılması noktasında Twitter hesaplarının incelenmesi adına birtakım değişkenler ile işlevsel tanımlar belirlenerek kodlama cetveli oluşturulmuştur.

**Tablo 1. Twitter Hesaplarının Değerlendirme Formu**

DEĞİŞKENLER	İŞLEVSEL TANIMI
<b>Hesap Yapısına Yönelik Değişkenler</b>	Sosyal medya hesaplarının genel kimliğinin incelendiği yapı
Takip Ettikleri	Twitter hesaplarında takip ettikleri diğer hesapların sayısı
Takipçileri	Twitter hesaplarını takip edenlerin sayısı
Hesap Doğrulama Durumu	Twitter hesaplarının doğrulanma durumu
Web Sayfasına Yönelik Bilgi/Bağlantı adresi	Twitter hesaplarının web sitesine yönelik bilgi ve bağlantı adresinin varlığı
Hesap Açılış Tarihi	Twitter hesaplarının başlangıç tarihi
Kurumsal Logo	Twitter hesaplarındaki kurumsal logosunun varlığı
<b>Paylaşım ve Etkileşime Yönelik Değişkenler</b>	Twitter hesaplarının paylaşım ve etkileşim konularının incelendiği yapı
Orijinal Toplam Paylaşım Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal (hesabın kendisinden yapılan paylaşım) paylaşımların sayısı
Günlük Ortalama Paylaşım Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımların sayılarının ortalama günlük değeri
Hafta İçi ve Hafta Sonu Yapılan Paylaşımlar	Twitter hesaplarından yapılan paylaşımların hafta içi ve hafta sonuna göre dağılımı
Mesai Saatleri ve Mesai Saatleri Dışında Yapılan Paylaşımlar	Twitter hesaplarından yapılan paylaşımların mesai saatleri içerisinde ve mesai saatleri dışında yapılması
Görsel (Resim/Video) Paylaşım Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımların görsel (resim, video vb.) içerikli sayıları
Orijinal Olmayan Paylaşım Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal olmayan (hesabın, kendisi haricindeki kullanıcıların gönderilerini yayınladığı paylaşımlar) paylaşımların sayısı
Beğeniler	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlarının beğeni sayısı
Paylaşımlara Yapılan Geri Dönütler	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlara kullanıcılar tarafından cevap veya yorumların sayısı
Kullanıcılara Cevap Verme	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlara kullanıcılar tarafından gelen yorumlara yapılan geri dönüşler ile kullanıcıların ilgili kurumu etiketleyerek paylaştığı gönderilere yapılan geri dönüşlerin sayısı
Video Paylaşımlarının ve Canlı Yayınların İzlenme Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal video ve canlı yayın içerikli paylaşımlarının izlenme sayısı
URL İçeren Paylaşımların Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal URL (bağlantı linki) içerikli paylaşımlarının sayısı
Hashtag (Başlık Etiket) İçeren Paylaşım Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal Hashtag (başlık etiketi) içerikli paylaşımlarının sayısı
Tüm Paylaşımların Sayısı	Twitter hesaplarından yapılan orijinal ve orijinal olmayan paylaşımların sayısı
<b>İçeriğe Yönelik Değişkenler</b>	Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlara dönük olarak içeriklerin incelendiği yapı
Duyuru/Haber/Bilgilendirme	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlardan yeni duyurular, güncel haber ve kurum ile başkanına ilişkin bilgilendirme içerikli gönderiler
Gündem Konuları	Twitter hesaplarından yapılan dünya ve ülke gündemine ilişkin yapılan gönderiler
Hizmet	Twitter hesaplarından yapılan icraatlar hakkındaki gönderiler

Kültür Sanat/Spor	Twitter hesaplarından yapılan spor, kültürel ve sanatsal faaliyetlere ilişkin gönderiler
Özel Gün Kutlaması	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlardan özel gün içerikli gönderiler
Anma/Taziye Mesajları	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlardan başsağlığının iletildiği içeriğe sahip gönderiler
Canlı Yayın	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlardan canlı yayın içeriklerinin bulunduğu gönderiler
Diğer Mecralara Yönlendirme	Twitter hesaplarından yapılan orijinal paylaşımlardan diğer sosyal medyaları veya web sitesini dahil ettiği gönderiler
Diğer	Twitter hesaplarından içeriğe yönelik değişkenler kategorisi çerçevesinde belirlenmiş alanlara girmeyen diğer içeriklere sahip tweetler

**Kaynak:** Tarhan 2012, s. 90; Öztürk & Vardarlier, 2020, s. 43; Türk & Bayram 2020, s. 114-115' den uyarlanmıştır.

Tablo 1' de oluşturulan kodlama cetveli Tarhan'ın (2012, s. 90) çalışmasında büyükşehir belediyelerinin kurumsal Twitter hesaplarının biçimsel özelliğini analiz etmek amacıyla belirlediği ölçek, Öztürk ve Vardarlier'in (2020, s. 43) kamu kurumlarının sosyal medya kullanımlarının incelenmesinde kullandığı değişkenler ve Türk & Bayram'ın (2020, s. 114-115) halkla ilişkiler faaliyetleri çerçevesinde paylaşımlar ve etkileşimlerine ilişkin belirledikleri değişkenlere ek olarak, yeni birtakım değişkenler eklenmiş ve kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu noktada oluşturulan kodlama cetvelinde, Twitter platformunun kamu kurumu nezdinde detaylı analiz edilmesi açısından; hesap yapısı, paylaşım-etkileşim ve içerik olacak şekilde üç bölümlendirme yapılmış ve değişkenlerin işlevsel tanımları ifade edilmiştir.

Araştırma dahilinde temel amaç, Twitter platformunda yer alan belediyeler ile belediye başkanlarının birbirleri ile olan ilişki ağları ve bu doğrultuda halkla ilişkiler çerçevesinde kamularıyla etkileşimlerini incelemektir. Bu çalışmayla kamu kurumu yöneticileri ve akademisyenler için güncel bir perspektifin sunulması da amaç edinilmiştir. Amaçlar neticesinde aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur.

1. Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanlarının halkla ilişkiler amaçlı şekilde Twitter platformundaki hesaplarının görünümü nasıldır?
2. Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanlarının Twitter platformunda halkla ilişkiler amaçlı mesaj içeriklerinin konulara göre dağılımı nasıldır?
3. Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanları Twitter platformunu aktif ve etkileşim odaklı kullanabilmekte midir?
4. Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanlarının Twitter platformları arasında bir ilişki ağı bulunmakta mıdır?

Araştırmanın sınırlılığı noktasında ise iki durum çerçevesinde sınırlandırma yapılmıştır. Bunlardan ilki sosyal medya platform seçimini; diğeri çalışmanın yapıldığı tarihleri içermektedir. We Are Social & Hootsuite'in (2021) güncel olarak ortaya koyduğu çalışmada belirttiği Türkiye'de kullanılan sosyal medya araçlarının güncel kullanım istatistikleri dikkate alınmıştır. Buna göre vatandaşların ve kamu kurumlarının fikirlerini beyan edebilecekleri bir ortam olan ve Türkiye'de %73'lük bir oran ile yüksek kullanım derecesine sahip Twitter platformu oluşturmaktadır. Büyükşehir belediyeleri ile başkanlarının Twitter platformlarının incelendiği tarih ise araştırmanın yapıldığı en güncel tarihler olan 1 Ocak 2022 ve 31 Ocak 2022 tarihleri arasındadır.

Çalışmanın evreni Türkiye'deki kamu kurumlarıdır. Araştırmanın örnekleme 'olasılıksız' örnekleme türleri içerisinde yer alan 'amaçlı' örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme, araştırmanın amacına yönelik olarak en uygun olan yanıtı oluşturabilecek birey veya objelerin örnekleme seçilmesidir (Aziz, 2020, s. 52). Bu çerçevede araştırmanın örneklemini, Türkiye İstatistik Kurumu'nun 04 Şubat 2021 tarihinde yayımladığı rapora göre en fazla nüfusa sahip beş büyükşehir belediyesi ve onların başkanları oluşturmaktadır. Buna göre örnekleme aşağıda yer alan tabloda ifade edilmiştir:



**Tablo 1.** Büyükşehir Belediyeleri Nüfus Oranları ve Belediye Başkanları

Belediyeler	Nüfus	Belediye Başkanları
İstanbul	15 milyon 462 bin 452	Ekrem İmamoğlu
Ankara	5 milyon 663 bin 322	Mansur Yavaş
İzmir	4 milyon 394 bin 694	Tunç Soyer
Bursa	3 milyon 101 bin 833	Alınur Aktaş
Antalya	2 milyon 548 bin 308	Muhittin Böcek

**Kaynak:** TÜİK, 2021'den uyarlanmıştır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere Türkiye'de en fazla nüfusa sahip iller; İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya şeklinde olurken bu iller büyükşehir belediyesi statüsündedir. Belediye başkanları açısından ise İstanbul'un belediye başkanının Ekrem İmamoğlu, Ankara'nın belediye başkanının Mansur Yavaş, İzmir'in belediye başkanının Tunç Soyer, Bursa'nın belediye başkanının Alınur Aktaş ve Antalya'nın belediye başkanının Muhittin Böcek olduğu görülmektedir.

Kodlama cetvelinde belirlenen değişkenler doğrultusunda belediyelerin ve belediye başkanlarının Twitter hesapları incelenmiştir. İnceleme neticesinde verilerin kodlama işleminin yapılmasının ardından verilerin geçerliliği ile güvenilirliğinin belirlenmesi için ikinci kodlayıcı tarafından kodlama yapılmış ve Cohen'in kapa testi uygulanmıştır. Cohen'in kapa testi uygulandığından ötürü hesap yapısına yönelik değişkenler testin dışında tutulmuştur.

Cohen'in kapa testi, verilerin güvenilirliğini ortaya koymak adına iki veya daha fazla kodlayıcının verilerinin arasındaki tutarlılığı ve uyumu ölçen istatistiksel bir yöntemdir (Cohen, 1960, s. 37). Cohen'in kapa testi belirli bir formül çerçevesinde yürütülür ve bu doğrultuda katsayı değeri hesaplanır. Kapa katsayısı belirlenirken temelde iki farklı olasılık gözlemlenmektedir. Bunlardan ilki gözlemlenen uyumların toplam orantısı olan "Pr(a)" değeri iken, ikincisi gözlemlenen uyumların şansa bağlı olarak ortaya çıkma olasılığı olan "Pr(e)" değeridir. Bu doğrultuda Cohen'in kapa katsayı formülü,  $Katsayı (\kappa) = \frac{Pr(a) - Pr(e)}{1 - Pr(e)}$ 'dir (Kılıç, 2015, s. 142). Cohen'in Kapa Testinde kodlayıcıların tutarlık düzeyi 0 ile 1 katsayı değerleriyle ifade edilmektedir. Katsayı değerleri belirli uyum düzeylerini temsil etmektedir. Bu kapsamda Cohen Kapa katsayısı ( $\kappa$ ) <0,00 değerinde zayıf, 0,00-0,20 değerleri arasında önemsiz, 0,21-0,40 değerleri arasında makul, 0,41-0,60 değerleri arasında orta, 0,61-0,80 değerleri arasında önemli ve 0,81-1,00 değerleri arasında ise neredeyse mükemmel şekilde tutarlı olarak değerlendirilmektedir (Landis & Koch, 1997, s. 165). Araştırma çerçevesinde toplanan verilerin kapa değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Cohen'in Kapa Testi Analiz Tablosu

Değişkenler	Cohen Kapa Katsayı ( $\kappa$ ) Değeri									
	Büyükşehir Belediyeleri					Büyükşehir Belediye Başkanları				
	İstanbul	Ankara	İzmir	Bursa	Antalya	Ekrem İmamoğlu	Mansur Yavaş	Tunç Soyer	Alınur Aktaş	Muhittin Böcek
Orijinal Toplam Paylaşım Sayısı	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Hafta İçi Yapılan Paylaşımlar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Hafta Sonu Yapılan Paylaşımlar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Mesai Saatlerinde Yapılan Paylaşımlar	0,92	0,97	1	1	1	0,98	1	1	1	1
Mesai Saatleri Dışında Yapılan Paylaşımlar	0,92	0,97	1	1	1	0,98	1	1	1	1
Görsel (Resim/Video) Paylaşım Sayısı	1	0,88	1	0,99	0,99	0,95	1	1	1	1
Orijinal Olmayan Paylaşım Sayısı	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Beğeniler	0,91	0,93	0,93	0,92	0,92	0,93	0,88	0,88	0,91	0,96
Paylaşımlara Yapılan Geri Dönütler	0,89	0,88	1	0,89	0,94	0,92	0,84	0,90	0,89	0,95
Kullanıcılara Cevap Verme	1	1	1	0,98	1	0,85	1	1	1	1
Video Paylaşımlarının ve Canlı Yayınların İzlenme Sayısı	0,83	0,85	0,90	0,88	0,93	0,90	0,90	0,90	0,94	0,92
URL İçeren Paylaşımların Sayısı	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Hashtag İçeren Paylaşım Sayısı	0,93	0,90	1	1	0,98	0,91	1	1	1	1
Tüm Paylaşımların Sayısı	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Duyuru/Haber/Bilgilendirme	0,91	0,97	1	0,97	0,98	0,94	0,93	1	1	1
Gündem Konuları	0,92	1	1	1	1	0,93	1	1	1	1
Hizmet	0,90	0,89	1	0,93	0,97	0,98	0,96	1	1	1
Kültür Sanat/Spor	0,85	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Özel Gün Kutlaması	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Anma/Taziye Mesajları	1	1	1	1	1	0,97	0,95	1	1	1
Canlı Yayın	0,89	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Diğer Mecralara Yönlendirme	0,85	0,89	1	1	1	1	1	1	1	1
Diğer	1	1	1	1	1	0,90	1	1	1	1

Tablo 3'te görüldüğü üzere büyükşehir belediyelerinin ve büyükşehir belediye başkanlarının, değişkenlere ilişkin olarak verilerin cohen kappa katsayısı ( $\kappa$ ) değeri 0,81-1,00 değerleri arasında bulunmaktadır. Bu çerçevede verilerin arasındaki tutarlılık düzeyini neredeyse mükemmel şekilde olarak ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla kodlama sonucu elde edilen veriler birbirleriyle tutarlı olduğu söylenebilir.

## 5. Bulgular

İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya büyükşehir belediyeleri ile bu belediyelerin başkanlarının Twitter platformunda yer alan hesapları 1 Ocak ve 31 Ocak 2022 tarihleri arasında incelenmiş olup, güncel durum aşağıdaki tablo ile değerlendirilmiştir.

**Tablo 4.** Büyükşehir Belediyeleri ve Belediye Başkanlarının Twitter Hesap Varlık Durumları

Belediyeler	Hesap Varlık Durumu	Resmi Twitter Hesabı	Belediye Başkanları	Hesap Varlık Durumu	Resmi Twitter Hesabı
İstanbul B.B.	Var	istanbulbd	Ekrem İmamoğlu	Var	ekrem_imamoglu
Ankara B.B.	Var	ankarabld	Mansur Yavaş	Var	mansuryavas06
İzmir B.B.	Var	izmirbld	Tunç Soyer	Var	tuncsoyer
Bursa B.B.	Var	bursabuyuksehir	Alınur Aktaş	Var	Alinuraktas70
Antalya B.B.	Var	antalyabb	Muhittin Böcek	Var	BocekMuhittin

Tablo 4'te görüldüğü üzere İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya büyükşehir belediyeleri ile bu belediyelerin başkanlarının Twitter platformunda yer aldığı görülmektedir. Bir diğer noktada ise tabloda verilen resmi Twitter hesabı bilgileri, ilgili belediyeler ile belediye başkanlarının resmi Twitter platformuna erişim adreslerini oluşturmaktadır.

**Tablo 5.** Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Platformlarının Hesap Yapısına Göre İncelenmesi

Hesap Yapısına Yönelik Değişkenler	Büyükşehir Belediyeleri				
	İstanbul	Ankara	İzmir	Bursa	Antalya
Takip Ettikleri	200	26	91	131	13
Takipçileri	1.5 Mn.	979.4 B.	451.2 B.	293.9 B.	320.200 B.
Hesap Onaylanma Durumu	Onaylanmış	Onaylanmış	Onaylanmış	Onaylanmış	Onaylanmış
Web Sayfasına Yönelik Bilgi/Bağlantı Adresi	Var	Var	Var	Var	Var
Hesap Açılış Tarihi	Ocak 2011	Aralık 2011	Temmuz 2012	Ekim 2009	Kasım 2010
Kurumsal Logo	Var	Var	Var	Var	Var

Tablo 5'te görüldüğü üzere İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya büyükşehir belediyelerinin Twitter platformları 1 Ocak ve 31 Ocak 2022 tarihleri arasında hesap yapılarına göre analiz edilmiştir. Takip ettikleri açısından değerlendirildiğinde en fazla hesap takip eden belediyenin İstanbul olduğu görülürken en az hesap takip eden belediyenin ise Antalya olduğu görülmektedir. Belediyelerin sahip olduğu takipçi sayıları açısından değerlendirildiğinde ise en fazla takipçi sayısına sahip belediyenin İstanbul olduğu en az takipçi sayısına sahip olan belediyenin ise Bursa olduğu görülmektedir. Hesap onaylanma durumu açısından değerlendirildiğinde ise ilgili belediyelerin Twitter hesaplarının onaylanmış olduğu

görülmektedir. Bu noktada olası sahte hesaplardan gönderi paylaşımı ve buna bağlı dezenformasyon süreçlerinin önüne geçilmesi bakımından tedbirin alındığı görülmektedir. Bununla beraber ilgili belediyelerin hesap yapılarının resmi bir nitelik taşıması adına önemli bir görüntünün çizildiği de söylenebilir.

Web sayfasına yönelik bilgi veya bağlantı adresinin varlığı noktasında ilgili belediyelerin Twitter platformlarına bakıldığında ilgili bağlantı adresinin varlığı görülmektedir. Bu noktada özellikle sosyal medya kanallarından web sitesine yönlendirici bir iletişim öğesinin olması etkileşimin sürekliliği adına önem taşımaktadır. Hesap açılış tarihi açısından değerlendirildiğinde ise Twitter platformunda Ekim 2009 tarihi ile en erken Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin yer aldığı görülürken en geç hesap oluşturan belediyenin ise Temmuz 2012 tarihi ile İzmir Büyükşehir Belediyesi olduğu görülmektedir. Son değerlendirme kriterini oluşturan kurumsal logo çerçevesinde ise, ilgili tüm belediyelerin Twitter platformlarında kurumsal logolarının varlığı gözlenmiştir. Bu noktada özellikle kurumun kimliğini taşıyan bir unsurun bu platformda sunulması; resmîlik, kurumsallık ve tanınırlık adına kurum tarafından önemsendiği ifade edilebilir.

**Tablo 6.** Büyükşehir Belediye Başkanlarının Twitter Platformlarının Hesap Yapısına Göre İncelenmesi

Hesap Yapısına Yönelik Değişkenler	Büyükşehir Belediye Başkanları				
	Ekrem İmamoğlu	Mansur Yavaş	Tunç Soyer	Alinur Aktaş	Muhittin Böcek
Takip Ettikleri	551	394	573	825	372
Takipçileri	6.8 Mn.	5.7 Mn.	1.3 Mn.	135.6 B.	327.4 B.
Hesap Onaylanma Durumu	Onaylanmış	Onaylanmış	Onaylanmış	Onaylanmış	Onaylanmış
Web Sayfasına Yönelik Bilgi/Bağlantı Adresi	Var	Var	Var	Var	Yok
Hesap Açılış Tarihi	Kasım 2011	Şubat 2011	Aralık 2010	Nisan 2013	Ocak 2013
Kurumsal Logo	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok

Tablo 6'da görüldüğü üzere ilgili büyükşehir belediyelerinin başkanları olan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Tunç Soyer, Alinur Aktaş ve Muhittin Böcek'in Twitter platformları 1 Ocak ve 31 Ocak 2022 tarihleri arasında hesap yapılarına göre analiz edilmiştir. Takip ettikleri açısından değerlendirildiğinde en fazla hesap takip eden sayısına sahip büyükşehir belediye başkanının Alinur Aktaş olduğu görülürken, en az sayıda hesap takip eden büyükşehir belediye başkanının ise Muhittin Böcek olduğu görülmektedir. Büyükşehir belediye başkanlarının sahip olduğu takipçi sayıları açısından değerlendirildiğinde ise en fazla takipçi sayısına sahip büyükşehir belediyenin başkanının Ekrem İmamoğlu olduğu, en az takipçi sayısına sahip olan büyükşehir belediye başkanının ise Alinur Aktaş olduğu görülmektedir. Hesap onaylanma durumu açısından değerlendirildiğinde ise ilgili büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarının onaylanmış olduğu görülmektedir. Büyükşehir belediye başkanlarının doğrulanmış hesap yapısına sahip olması orijinal hesabın diğer kullanıcılar tarafından bilinirliği ve güvenilirliği açısından önem arz etmektedir.

Web sayfasına yönelik bilgi veya bağlantı adresinin varlığına bakıldığında ise Antalya Büyükşehir Belediyesi başkanı olan Muhittin Böcek haricinde tüm büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarında, web sayfasına yönelik bağlantı adresi bulunduğu görülmektedir. Bu noktada etkileşimin sürekliliği açısından web sayfasına yönelik bağlantı adresinin varlığı önem taşımaktadır. Hesap açılış tarihi açısından değerlendirildiğinde ise Twitter platformunda Aralık 2010 tarihi ile en erken Tunç Soyer'in yer aldığı görülürken en geç hesap oluşturan büyükşehir belediye başkanının ise Alinur Aktaş olduğu görülmektedir. Kurumsal logo çerçevesinde değerlendirildiğinde ise ilgili tüm büyükşehir belediye başkanlarının kurumsal bir logo kullanımına sahip olmadığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında ilgili belediyelerin 1209, belediye başkanlarının 547; toplamda ise 1756 adet tweeti incelenmiştir. Tweetler paylaşım-etkileşim ve içeriğe yönelik olarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler tablolarda detaylı olarak değerlendirilmiştir.

**Tablo 7.** Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Platformlarındaki Hesaplarının Paylaşım ve Etkileşimine Göre İncelenmesi

Paylaşım ve Etkileşime Yönelik Değişkenler	Büyükşehir Belediyeleri					TOPLAM
	İstanbul	Ankara	İzmir	Bursa	Antalya	
Orijinal Toplam Paylaşım Sayısı	79	217	35	127	373	<b>831</b>
Orijinal Olmayan Paylaşım Sayısı	27	107	72	62	110	<b>378</b>
Tüm Paylaşımların Sayısı	106	324	107	189	483	<b>1209</b>
Günlük Ortalama Paylaşım Sayısı	3.4	10.4	3.4	6.0	15.5	<b>38.7</b>
Hafta İçi Yapılan Paylaşımlar	67	183	27	101	321	<b>699</b>
Hafta Sonu Yapılan Paylaşımlar	12	34	8	26	52	<b>132</b>
Mesai Saatleri İçerisinde Yapılan Paylaşımlar	41	149	21	73	281	<b>565</b>
Mesai Saatleri Dışında Yapılan Paylaşımlar	38	68	14	54	92	<b>266</b>
Görsel (Resim/Video) Paylaşım Sayısı	76	210	31	86	176	<b>579</b>
Beğeniler	259313	113745	6067	7805	6742	<b>393672</b>
Paylaşımlara Yapılan Geri Dönütler	7200	2332	250	139	291	<b>10212</b>
Kullanıcılara Cevap Verme	0	1	0	39	183	<b>223</b>
Video Paylaşımlarının ve Canlı Yayınların İzlenme Sayısı	15086100	2364800	57600	202213	313682	<b>17711708</b>
URL İçeren Paylaşımların Sayısı	5	42	7	5	2	<b>61</b>
Hashtag (Başlık Etiket) İçeren Paylaşım Sayısı	8	38	2	46	165	<b>259</b>

Tablo 7’de görüldüğü üzere İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya büyükşehir belediyelerinin kurumsal Twitter hesapları paylaşım ve etkileşime yönelik olarak analiz edilmiştir. Tabloya göre, günlük ortalama paylaşım sayısı 15.5 ve tüm paylaşım sayısı 483 tweet ile en fazla paylaşımına sahip belediyenin Antalya Büyükşehir Belediyesi; günlük ortalama paylaşım sayısı 3.4 ve tüm paylaşım sayısı 106 tweet ile en az paylaşımına sahip belediyenin İstanbul Büyükşehir Belediyesi olduğu görülmektedir. Buna göre Twitter platformu ele alınan beş büyükşehir belediyesi içerisinde en az nüfusa sahip olan Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin, en fazla nüfus yoğunluğuna sahip olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi’ne göre daha aktif kullandığı söylenebilir.

Bir diğer değişken olan hafta içi ve hafta sonu yapılan paylaşımlara bakıldığında genel itibarıyla ilgili belediyelerin tümünün hafta içi daha fazla paylaşım yaptığı görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde hafta içi en çok paylaşım yapan belediye Antalya Büyükşehir Belediyesi iken; en az paylaşım yapan belediyenin İzmir Büyükşehir Belediyesi olduğu görülmektedir. Hafta sonu en çok paylaşım yapan belediye ise Antalya Büyükşehir Belediyesi iken; en az paylaşım yapan belediye İzmir Büyükşehir Belediyesi’dir. Mesai saatleri içerisinde ve mesai saatleri dışında yapılan paylaşım değişkenine bakıldığında ise ilgili belediyelerin tümünün mesai saatleri içerisinde Twitter platformunu daha etkin kullandığı gözlemlenmiştir. Buna göre mesai saatleri içerisinde en fazla paylaşım yapan belediye Antalya Büyükşehir Belediyesi olurken; en az paylaşım yapan belediye ise İzmir Büyükşehir Belediyesi’dir. Mesai saatleri dışında en fazla paylaşım yapan belediye Antalya Büyükşehir Belediyesi iken; en az paylaşım yapan belediyenin İzmir Büyükşehir Belediyesi olduğu gözlemlenmiştir. Bu çerçeveden bakıldığında sosyal medya kanalları, kurumların kamuları ile zaman sınırlaması olmaksızın iletişim kurmasına olanak tanımakta ve etkileşimin devamlılığını sağlamaktadır.

Görsel paylaşım sayısı ise orijinal paylaşım sayısı çerçevesinde değerlendirildiğinde ilgili belediyelerce görsel paylaşımın oldukça yoğun kullanıldığı görülmektedir. Paylaşımlara yapılan geri dönütler oldukça yoğun olmasına karşın kullanıcılara cevap verme oranı Antalya Büyükşehir Belediyesi haricinde diğer belediyelerce dikkate alınmamıştır denilebilir. Bu açıdan ilgili belediyelerin resmi Twitter platformlarını kamuları ile etkileşime yönelik kullanmadıkları söylenebilir.

URL paylaşımı içeren tweetler, orijinal toplam paylaşım sayısı dahilinde değerlendirildiğinde en çok URL içerikli tweet atan belediyenin Ankara Büyükşehir Belediyesi olduğu; buna karşın en fazla tweet sayısına sahip Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin ise en az URL içerikli tweet atan belediye olduğu görülmektedir. Genel anlamda ilgili belediyelerin URL içeren paylaşım yapmadığı söylenebilir. Hashtag içeren paylaşım sayısı değerlendirildiğinde Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin orijinal toplam paylaşım sayısı

bazında en çok hashtag kullanan belediye olduğu görülürken; İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin hashtag kullanımının oldukça az olduğu görülmektedir.

**Tablo 8.** Büyükşehir Belediye Başkanlarının Twitter Platformlarındaki Hesaplarının Paylaşım ve Etkileşimine Göre İncelenmesi

Paylaşım ve Etkileşime Yönelik Değişkenler	Büyükşehir Belediye Başkanları					TOPLAM
	Ekrem İmamoğlu	Mansur Yavaş	Tunç Soyer	Alinur Aktaş	Muhittin Böcek	
Orijinal Toplam Paylaşım Sayısı	104	54	105	137	117	517
Orijinal Olmayan Paylaşım Sayısı	2	3	2	21	2	30
Tüm Paylaşımın Sayısı	106	57	107	158	119	547
Günlük Ortalama Paylaşım Sayısı	3.4	1.8	3.4	5.1	3.8	17.5
Hafta İçi Yapılan Paylaşım	90	39	74	100	86	389
Hafta Sonu Yapılan Paylaşım	14	15	31	37	31	128
Mesai Saatleri İçerisinde Yapılan Paylaşım	46	20	51	56	46	219
Mesai Saatleri Dışında Yapılan Paylaşım	58	34	54	81	71	298
Görsel (Resim/Video) Paylaşım Sayısı	76	39	75	129	100	419
Beğeniler	4293300	1385100	290910	169186	92209	6230705
Paylaşımlara Yapılan Geri Dönütler	151639	16974	7719	2278	1359	179969
Kullanıcılara Cevap Verme	8	5	6	3	7	29
Video Paylaşımlarının ve Canlı Yayınların İzlenme Sayısı	35964300	5395600	996200	7057900	1004500	45118553
URL İçeren Paylaşımların Sayısı	8	6	8	1	1	24
Hashtag (Başlık Etiket) İçeren Paylaşım Sayısı	12	3	10	54	48	127

Tablo 8'de görüldüğü üzere büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesapları paylaşım ve etkileşime yönelik değişkenler çerçevesinde analiz edilmiştir. Buna göre orijinal toplam paylaşım sayısı 137 ve günlük ortalama paylaşım sayısı 5.1 olan Alinur Aktaş Twitter'ı yoğun kullanırken; orijinal toplam paylaşım sayısı 54 ve günlük ortalama paylaşım sayısı 1.8 olan Mansur Yavaş'ın ise Twitter'ı en az yoğunlukta kullandığı söylenebilir. Orijinal olmayan paylaşım sayısı değişkenine bakıldığında ilgili belediye başkanlarının genellikle orijinal paylaşım yaptıkları ve en fazla orijinal olmayan paylaşım sayısına Alinur Aktaş'ın sahip olduğu görülmektedir. Bu noktada ilgili belediye başkanlarının genellikle kendi paylaşımlarına yer vermeyi seçtiği dikkat çekmektedir.

Hafta içi ve hafta sonu yapılan paylaşımlar değişkenleri incelendiğinde görülmektedir ki ilgili belediye başkanlarının tümünün hafta içi daha fazla paylaşım yaptığı görülmektedir. Mesai saatleri içerisinde ve mesai saatleri dışında yapılan paylaşım değişkenlerine bakıldığında ise ilgili belediye başkanlarının mesai saatleri dışında daha fazla paylaşım yaptığı gözlemlenmektedir.

Görsel paylaşım sayısı değişkeni incelendiğinde ise orijinal paylaşım sayısı dahilinde ilgili belediye başkanlarının tümünün yoğunlukla görsel/video paylaşım yaptığı görülmektedir. Paylaşımlara yapılan geri dönütler oldukça yoğunken; kullanıcılara cevap verme oranının oldukça düşük olduğu analiz edilmiştir. Bu noktada ilgili belediye başkanlarının hesaplarını etkileşim odaklı kullanmadığı söylenebilir.

URL içerikli paylaşımların ilgili belediye başkanlarınca kullanımının az olduğu görülmektedir. Orijinal toplam paylaşım sayısı ve hashtag kullanım oranına bakıldığında %41'lik bir oranla Muhittin Böcek'in diğer belediye başkanlarına nazaran daha fazla hashtag kullandığı görülmektedir.

**Tablo 9.** Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Platformlarındaki Hesaplarının Paylaşımının İçeriğe Göre İncelenmesi

İçeriğe Yönelik Değişkenler	Büyükşehir Belediyeleri					TOPLAM
	İstanbul	Ankara	İzmir	Bursa	Antalya	
Duyuru/Haber/Bilgilendirme	76	180	33	77	160	526
Gündem Konuları	25	2	0	2	4	33
Hizmet	68	152	7	38	97	362
Kültür Sanat/Spor	6	36	9	5	8	64
Özel Gün Kutlaması	1	0	0	0	0	1
Anma/Taziye Mesajları	1	3	0	2	1	7
Canlı Yayın	16	79	2	8	0	105
Diğer Mecralara Yönlendirme	4	39	7	4	1	55
Diğer	2	6	0	6	13	27
<b>TOPLAM</b>	<b>199</b>	<b>497</b>	<b>58</b>	<b>142</b>	<b>284</b>	<b>1180</b>

Tablo 9’da görüldüğü üzere büyükşehir belediyeleri içeriğe yönelik değişkenler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Duyuru/haber/bilgilendirme içerikli paylaşımlara bakıldığında en fazla paylaşıma sahip belediyenin Ankara Büyükşehir Belediyesi olduğu görülürken; en az paylaşıma sahip belediyenin ise İzmir Büyükşehir Belediyesi olduğu gözlemlenmektedir. Gündem konularını içeren tweet paylaşımları incelendiğinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin en fazla gündem içerikli tweete sahip olduğu; İzmir Büyükşehir Belediyesi’nin ise hiç gündem içerikli tweet paylaşımında bulunmadığı görülmektedir. Hizmet içerikli tweet değişkenine bakıldığında Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin diğer büyükşehir belediyelerine nazaran daha yoğun kullandığı görülürken İzmir Büyükşehir Belediyesi’nin en az hizmet içerikli tweet paylaştığı incelenmiştir. Kültür sanat/spor değişkenine bakıldığında Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin diğer büyükşehir belediyelerine oranla daha fazla paylaşımda bulunduğu gözlemlenmiştir. Özel gün kutlamasına yönelik değişken incelendiğinde, büyükşehir belediyelerinin özel gün kutlamasına yönelik paylaşımlarda zayıf kaldığı görülmektedir. Buna göre büyükşehir belediyeleri içerisinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin bir paylaşım yaptığı görülürken; diğer büyükşehir belediyelerinin paylaşım yapmadığı gözlemlenmiştir. Anma/taziye içerikli değişken incelendiğinde ilgili belediyelerin bu değişken ile ilgili kısıtlı paylaşım yaptıkları incelenmiştir, en fazla mesaj atan belediye üç tweet ile Ankara Büyükşehir Belediyesi iken sıfır tweet ile İzmir Büyükşehir Belediyesi’nin hiç tweet atmadığı görülmüştür. Canlı yayın paylaşımlarına bakıldığında 79 tweet ile en fazla canlı yayın paylaşımı yapan belediye Ankara Büyükşehir Belediyesi iken; Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin ise hiç canlı yayın paylaşımı yapmadığı gözlemlenmiştir. Diğer mecralara yönlendirme değişkenine bakıldığında yine Ankara Büyükşehir Belediyesi 39 tweet ile önde yer almakta iken; bir tweet ile Antalya Büyükşehir Belediyesi’nin en az paylaşım yaptığı görülmüştür.

**Tablo 10.** Büyükşehir Belediye Başkanlarının Twitter Platformlarındaki Hesaplarının Paylaşımının İçeriğe Göre İncelenmesi

İçeriğe Yönelik Değişkenler	Büyükşehir Belediye Başkanları					TOPLAM
	Ekrem İmamoğlu	Mansur Yavaş	Tunç Soyer	Alınur Aktaş	Muhittin Böcek	
Duyuru/Haber/Bilgilendirme	48	23	70	93	70	304
Gündem Konuları	33	7	7	11	10	68
Hizmet	52	14	55	42	27	190
Kültür Sanat/Spor	3	1	3	6	2	15
Özel Gün Kutlaması	3	2	2	4	1	12
Anma/Taziye Mesajları	18	15	11	14	16	74
Canlı Yayın	17	0	5	0	3	25
Diğer Mecralara Yönlendirme	3	6	3	0	0	12
Diğer	11	2	5	4	10	32
<b>TOPLAM</b>	<b>188</b>	<b>70</b>	<b>161</b>	<b>174</b>	<b>139</b>	<b>732</b>

Tablo 10’da görüldüğü üzere büyükşehir belediye başkanlarının içeriğe yönelik değişkenler kapsamında değerlendirilmiştir. Duyuru/haber/bilgilendirme içerikli paylaşımlara bakıldığında en fazla paylaşımı yapan belediye başkanının Alınur Aktaş olduğu görülürken; en az paylaşımı yapan belediye başkanının Mansur

Yavaş olduğu gözlemlenmektedir. Gündem konularına yönelik tweet paylaşımları incelendiğinde, en fazla gündem içerikli tweeti Ekrem İmamoğlu'nun paylaştığı görülürken; belediye başkanlarından Mansur Yavaş ve Tunç Soyer'in aynı paylaşım değeri olan 7 paylaşım ile en düşük paylaşımı yaptıkları gözlemlenmektedir. Hizmet içerikli tweet değişkeni incelendiğinde Tunç Soyer'in 55 paylaşım ile, en fazla paylaşım sayısına sahip olduğu görülürken; onu Ekrem İmamoğlu'nun 52 paylaşım ile izlediği dikkat çekmektedir. İçeriğe yönelik değişkenlerden hizmet değişkeninde en düşük paylaşımı ise Mansur Yavaş yapmıştır. Kültür sanat/spor değişkeni incelendiğinde Alınur Aktaş'ın diğer büyükşehir belediye başkanlarına göre daha fazla paylaşım bulduğu gözlemlenirken; en düşük paylaşımı Mansur Yavaş'ın yaptığı görülmektedir. Özel gün kutlamasına yönelik değişken incelendiğinde, belediye başkanlarının bu değişken ile ilgili düşük düzeyde paylaşım yaptıkları incelenmiştir. Ancak yine de belediye başkanları içerisinde Alınur Aktaş'ın özel gün kutlaması içerikli değişken açısından en fazla paylaşım yapan büyükşehir belediyesi başkanı olduğu görülürken; en az paylaşım yapan büyükşehir belediyesi başkanının Muhittin Böcek olduğu gözlemlenmiştir. Anma/taziye içerikli değişken incelendiğinde büyükşehir belediye başkanlarının bu değişkene yönelik birbirlerine yakın düzeyde paylaşım yaptıkları görülse de en fazla paylaşımı yapan belediye başkanının Ekrem İmamoğlu olduğu görülürken; Tunç Soyer'in en düşük paylaşımı yapan belediye başkanı olduğu görülmektedir. Canlı yayın paylaşımlarına incelendiğinde Ekrem İmamoğlu'nun en fazla paylaşımı yapan belediye başkanı olduğu görülürken; Mansur Yavaş ve Alınur Aktaş'ın canlı yayın paylaşımı yapmadığı görülmüştür. Diğer mecralara yönlendirme değişkenine bakıldığında Mansur Yavaş'ın en fazla paylaşım yaptığı gözlemlenirken; Alınur Aktaş ve Muhittin Böcek'in diğer mecralara yönlendiren herhangi bir paylaşımında bulunmadığı görülmüştür.

**Tablo 11.** Büyükşehir Belediyeleri ve Başkanlarının Twitter Hesaplarının Paylaşım, Etkileşim ve İçeriğe Yönelik Değişkenlerin Karşılaştırmalı Tablosu

Paylaşım, Etkileşim ve İçeriğe Yönelik Değişkenler	Belediyeler					Belediye Başkanları				
	İstanbul B. B.	Ankara B. B.	İzmir B. B.	Bursa B. B.	Antalya B. B.	Ekrem İmamoğlu	Mansur Yavaş	Tunç Soyer	Alınur Aktaş	Muhittin Böcek
Orijinal Toplam Paylaşım Sayısı	79	217	35	127	373	104	54	105	137	117
Orijinal Olmayan Paylaşım Sayısı	27	107	72	62	110	2	3	2	21	2
Tüm Paylaşımların Sayısı	106	324	107	189	483	106	57	107	158	119
Hafta İçi Yapılan Paylaşımlar	67	183	27	101	321	90	39	74	100	86
Hafta Sonu Yapılan Paylaşımlar	12	34	8	26	52	14	15	31	37	31
Mesai Saatleri İçerisinde Yapılan Paylaşımlar	41	149	21	73	281	46	20	51	56	46
Mesai Saatleri Dışında Yapılan Paylaşımlar	38	68	14	54	92	58	34	54	81	71
Görsel (Resim/Video) Paylaşım Sayısı	76	210	31	86	176	76	39	75	129	100
Paylaşımlara Yapılan Geri Dönütler	7200	2332	250	139	291	151639	16974	7719	2278	1359
Kullanıcılara Cevap Verme	0	1	0	39	183	8	5	6	3	7
URL İçeren Paylaşımların Sayısı	5	42	7	5	2	8	6	8	1	1
Hashtag (Başlık Etiket) İçeren Paylaşım Sayısı	8	38	2	46	165	12	3	10	54	48
Duyuru/Haber/Bilgilendirme	76	180	33	77	160	48	23	70	93	70
Gündem Konuları	25	2	0	2	4	33	7	7	11	10
Hizmet	68	152	7	38	97	52	14	55	42	27
Kültür Sanat/Spor	6	36	9	5	8	3	1	3	6	2
Özel Gün Kutlaması	1	0	0	0	0	3	2	2	4	1
Anma/Taziye Mesajları	1	3	0	2	1	18	15	11	14	16
Canlı Yayın	16	79	2	8	0	17	0	5	0	3
Diğer Mecralara Yönlendirme	4	39	7	4	1	3	6	3	0	0

Tablo 11'de görüldüğü üzere büyükşehir belediyeleri ile başkanlarının resmi Twitter hesapları paylaşım, etkileşim ve içeriğe yönelik değişkenler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Orijinal toplam paylaşım sayısı,

orijinal olmayan paylaşım sayısı ve tüm paylaşım sayısını genel bir çerçevede değerlendirildiğinde; ilgili belediyeler, belediye başkanlarına göre daha fazla tweet paylaşımı yapmakla beraber retweet paylaşımını da sıkça gerçekleştirmiştir.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Ekrem İmamoğlu'nun orijinal toplam paylaşım sayısı karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; tüm paylaşım sayısı aynı olmasına karşın Ekrem İmamoğlu'nun 104 tweet ile kendi paylaşımlarına daha fazla yer verdiği görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde tüm paylaşım sayısı içerisinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin 27 orijinal olmayan paylaşım yaptığı görülürken; bu paylaşımların genel olarak belediye başkanı ve belediyenin diğer resmi Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlara ait olduğu analiz edilmiştir. Ankara Büyükşehir Belediyesi ve Mansur Yavaş'ın orijinal toplam paylaşım sayısı karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin Mansur Yavaş'a kıyasla Twitter platformunda daha etkin yer aldığı gözlemlenmiştir. Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin 107 tweet ile orijinal olmayan paylaşım yaptığı görülürken; bu paylaşımların ise genel olarak belediye başkanı ve belediyeye ait diğer resmi Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlar olduğu analiz edilmiştir. İzmir Büyükşehir Belediyesi ve Tunç Soyer'in orijinal toplam paylaşım sayısı karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; tüm paylaşım sayısı aynı olmasına karşın Tunç Soyer'in 105 tweet ile kendi paylaşımlarına daha fazla yer verdiği görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde tüm paylaşım sayısı içerisinde İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin 72 orijinal olmayan paylaşım yaptığı görülürken; bu paylaşımların ise genel olarak belediye başkanı ve belediyeye ait diğer resmi Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlar olduğu analiz edilmiştir. Bursa Büyükşehir Belediyesi ve Alınur Aktaş'ın orijinal toplam paylaşım sayısı karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin 189 tweet Alınur Aktaş'ın ise 158 tweet ile yaklaşık olarak aynı oranda tweet paylaşımında buldukları söylenebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde tüm paylaşım sayısı içerisinde Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin 62 orijinal olmayan paylaşım yaptığı görülürken; bu paylaşımların genel olarak belediye başkanı ve belediyeye ait diğer resmi Twitter hesaplarına ait paylaşımlara ait olduğu analiz edilmiştir. Alınur Aktaş'ın ise 21 tweet ile en fazla retweet yapan belediye başkanı olmasının yanında yapılan retweetlerin genel olarak belediyeye ait diğer resmi Twitter hesaplarına ve kendi parti grubuna ait bazı siyasi aktörlerin tweetlerini retweetlemiştir. Antalya Büyükşehir Belediyesi ve Muhittin Böcek'in orijinal toplam paylaşım sayısı karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin 373 tweet ile Muhittin Böcek'e göre Twitter platformunda daha etkin yer aldığı söylenebilir. Orijinal olmayan paylaşımlar incelendiğinde Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin diğer tüm belediyelere nazaran daha fazla paylaşım yaptığı görülürken; Muhittin Böcek'in orijinal olmayan paylaşımlara çok az yer verdiğini söylemek mümkündür.

İlgili belediye ve belediye başkanlarının hafta içi ile hafta sonu yaptıkları paylaşımlar incelendiğinde; yoğunlukla hafta içi günlerde paylaşımda buldukları görülmektedir. Mesai saatleri içerisinde ve mesai saatleri dışında yapılan paylaşımlar incelendiğinde; ilgili belediyelerin toplam 565 tweet ile yoğunlukla mesai saatleri içerisinde paylaşımda buldukları gözlemlenmiştir. Belediye başkanlarının ise toplam 298 tweet ile yoğunlukla mesai saatleri dışında paylaşım yaptıkları analiz edilmiştir. Bu durum halkla ilişkiler faaliyetleri çerçevesinde değerlendirildiğinde, belediyelerin %84'lük bir oranla genellikle hafta içi ve %68'lik bir oranla ise mesai saatleri içerisinde paylaşım yapmaları bir sosyal medya yöneticisinden faydalandıklarını göstermektedir. Belediye başkanlarının %75'lik bir oranla hafta içi ve %58'lik bir oranla ise mesai saatleri dışında paylaşımda bulunmaları Twitter hesaplarının kendi yönetimlerinde olduğu izlenimini vermektedir.

İlgili belediye ve başkanlarının görsel paylaşım sayısı hem belediyelerin hem de belediye başkanlarının orijinal toplam paylaşım sayısı çerçevesinde değerlendirildiğinde; belediyelerin 579 tweet ve belediye başkanlarının 419 tweet ile paylaşımlarının büyük çoğunluğunun video-resim gibi görsel unsurlarla desteklendiği dikkat çekmektedir.

Paylaşımlara yapılan geri dönütler ilgili belediyeler ve belediye başkanları açısından değerlendirildiğinde, tüm belediyelerin orijinal toplam paylaşım sayısı 831 iken aldığı geri dönütlerin toplamı 10212; belediye başkanlarının ise orijinal toplam paylaşım sayısı 517 iken 179969 geri dönüt aldığı görülmüştür. Buna göre belediye başkanlarının paylaşımlarının, belediyelere göre daha fazla geri dönüt aldığı söylenebilmektedir. Kullanıcılara cevap verme açısından incelendiğinde ise %63 oranla yoğunlukla Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin ve %28 oranla kısmen Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin kullanıcılara cevap verdiği; diğer belediyelerin ise kullanıcılara cevap vermediği gözlemlenmektedir. Antalya Büyükşehir Belediyesi başta



olmak üzere Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin halkla ilişkiler faaliyetleri çerçevesinde hedef kitleleriyle etkileşime açık olduğu görülmektedir. İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyelerinin paylaşımlarına yapılan geri dönüşler fazla olmasına karşın, hedef kitleleriyle etkileşime kapalı oldukları ve monolog bir dil benimsedikleri görülmektedir. Belediye başkanlarının ise kullanıcılara toplamda 29 adet cevap vermesiyle bir miktar geri dönüş yaptığı görülse de halkla ilişkiler faaliyetleri açısından hedef kitleleri ile olan etkileşimlerinin düşük düzeyde kaldığı söylenebilmektedir.

URL içeren paylaşımlar belediyeler ve belediye başkanları açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde, Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin diğer belediyelere göre daha çok URL içeren paylaşım yaptığı görülmektedir. Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin belediye başkanı Mansur Yavaş'ın ise belediye hesabına nazaran daha az URL içerikli paylaşım yaptığı dikkat çekmektedir. Diğer belediye ve belediye başkanlarının ise düşük düzeyde ve birbirlerine paralel bir pozisyonda URL içerikli paylaşımlar yaptığı gözlemlenmektedir.

Hashtag içeren paylaşımlar belediyeler ve belediye başkanları açısından karşılaştırmalı biçimde değerlendirildiğinde; Antalya Büyükşehir Belediyesi diğer belediyelere göre ön plana çıkmaktadır. Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin paylaşımlarında hashtag kullanımına sıklıkla yer vermesi belediye başkanı olan Muhittin Böcek'in paylaşımlarında da rastlanmaktadır. Buna göre Antalya Büyükşehir Belediyesi orijinal paylaşımlarının %51'inde hashtag kullanımına yer verirken Muhittin Böcek orijinal paylaşımlarının %41'ine hashtag kullanımını dahil etmiştir. Hashtag kullanımında Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin diğer belediyelere göre ikinci sırada yer almasının yanında belediye başkanı olan Alınur Aktaş ile benzer olarak paylaşımlarında hashtag kullanımına sıklıkla yer vermektedir. Bir diğer açıdan Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin Mansur Yavaş'a göre daha aktif bir şekilde paylaşımlarında hashtag kullandığı görülürken; İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile Ekrem İmamoğlu ve İzmir Büyükşehir Belediyesi ile Tunç Soyer'in paylaşımlarında birbirlerine paralel olarak düşük düzeyde hashtag kullanımı söz konusudur.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve başkanının içeriklere yönelik tweetleri karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde; İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ağırlıklı olarak duyuru/haber/bilgilendirme, gündem konuları ve hizmet konularında öne çıktığı görülürken Ekrem İmamoğlu'nun aynı şekilde duyuru/haber/bilgilendirme, gündem konuları ve hizmet konularına yönelik paylaşımlara ağırlık verdiği görülmektedir. Ankara Büyükşehir Belediyesi ve başkanının içeriklere yönelik tweetleri karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde; Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin ağırlıklı olarak duyuru/haber/bilgilendirme, hizmet, canlı yayın ve diğer mecralara yönlendirmeye yönelik paylaşım yaptığı görülürken Mansur Yavaş'ın duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularında benzer olarak yönelim gösterdiği görülmektedir. Mansur Yavaş'ın başkanı olduğu Ankara Büyükşehir Belediyesi'nden farklı olarak anma/taziye mesajlarına yönelim gösterdiği görülürken canlı yayına yönelik paylaşım yapmadığı dikkat çekmekte ve diğer mecralara yönlendirme ile gündem konularına daha az yer verdiği gözlemlenmektedir. İzmir Büyükşehir Belediyesi ve başkanının içeriklere yönelik tweetleri karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde; İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin ağırlıklı olarak duyuru/haber/bilgilendirmeye yönelik paylaşım yaptığı gözlemlenirken, Tunç Soyer'in benzer olarak duyuru/haber/bilgilendirme konusunda yönelim gösterdiği görülmektedir. Ayriyeten Tunç Soyer İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin paylaşımlarından farklı olarak, hizmet konularına yönelim göstermektedir. Bursa Büyükşehir Belediyesi ve başkanının içeriklere yönelik tweetleri karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde; Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin ağırlıklı olarak duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularında paylaşım yaptığı görülürken, Alınur Aktaş'ın belediyenin Twitter hesabıyla aynı ağırlıkla duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularında paylaşım gerçekleştirdiği görülmektedir. Antalya Büyükşehir Belediyesi ve başkanının içeriklere yönelik tweetleri karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde; Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularına yönelik daha fazla paylaşım yaptığı görülürken Muhittin Böcek'in aynı şekilde paylaşımlarının içeriklerinde duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularına ağırlık vermektedir.

## 6. Sonuç ve Tartışma

İletişim teknolojilerinin gelişimi doğrultusunda insanlık hayatında önemli bir yer edinmiş olan sosyal medya uygulamaları, günümüz koşullarında iletişimin etkinliği açısından yadsınamaz bir gerçeklik ile karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya uygulamaları devamlı değişen ve dönüşen bir yapıdadır, bununla

beraber yapılan çeşitli araştırma sonuçlarına göre de kullanıcı sayısı oldukça önemli bir düzeydedir. Geleneksel medya araçlarından farklı olarak, bireylerin içerik üreticisi konumunda yer aldığı ve karşılıklı etkileşime dahil olabildiği sosyal medya platformları; iletişimin zaman ve mekân gibi sınırlamalara tabi olmaksızın özgür bir şekilde var olmasını sağlamıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde günümüzde sosyal medya platformları, hedef kitle konumundaki bireylere ulaşmak için oldukça verimli bir ortamdır.

Kamu kurumları varlık sebebi olan vatandaşlarıyla ilişkilerini güçlendirmek, halkın desteğini sağlamak ve halka kendisini doğru ifade edebilmek adına halkla ilişkiler faaliyetlerinden yararlanmak durumundadır. Kamu kurumları nezdinde halkla ilişkiler faaliyetleri, vatandaş ile kamu kurumu arasındaki etkileşimi güçlendirmek ile beraber çeşitli amaçları da gerçekleştirmeye çalışmaktadır.

Bu noktada kamu kurumları halkla ilişkiler faaliyetlerini, vatandaşların büyük bir bölümünün aktif bir şekilde kullandığı sosyal medya platformlarını kullanarak da gerçekleştirme durumundadırlar. Özellikle, yapısı gereği halka en yakın kamu birimleri olarak nitelendirilebilecek belediyelerin, resmi Twitter hesaplarının bu çalışma kapsamında çeşitli boyutlarıyla analiz edilmesi uygun görülmüştür. Elde edilen bulgular sonucunda araştırmanın sorularından birini oluşturan, Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanlarının halkla ilişkiler amaçlı şekilde Twitter platformundaki hesaplarının görünümü nasıldır? sorusuna ilişkin olarak incelenen tüm belediyelerin ve başkanlarının Twitter hesaplarında halkla ilişkiler çerçevesinde iyi bir görünüm sergilediği görülmektedir. Büyükşehir belediyelerinin halkla ilişkiler doğrultusunda hesap görünümüne önem vermesinin pozitif bir ilk izlenim açısından önemli olduğu söylenebilir.

Araştırmanın ikinci sorusunu oluşturan, “Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanlarının Twitter platformunda halkla ilişkiler amaçlı mesaj içeriklerinin konulara göre dağılımı nasıldır?” sorusu değerlendirildiğinde ise, ilgili belediye ve belediye başkanlarının ağırlıklı olarak duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularını içeren paylaşımlarda buldukları gözlemlenmiştir. Bu açıdan ilgili belediyelerin ve başkanlarının Twitter platformunu daha çok kendilerini ifade etme noktasında kullandıkları söylenebilmektedir. Bu çerçevede Göçoğlu'nun (2020) çalışmasında büyükşehir belediyelerinin ağırlıklı olarak Twitter paylaşımlarını bilgilendirme, faaliyetleri ve etkinlikleri gösterme noktasında kullandığı sonucu ile örtüştüğü görülmektedir. Benzer şekilde Güregen & Karaöz'ün (2021) de çalışmasında Ankara, İstanbul ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri'nde Twitter paylaşımlarında içerik olarak bilgilendirmeye ağırlık verdiği görülmektedir. Pekküçükşen & Yıldırım'ın (2021) büyükşehir belediyelerinin Twitter hesaplarını incelediği çalışmasında da halkı bilgilendirmek, kurumsal faaliyetlerin duyurulması ve belediye başkanlarının mesajlarını iletme amacıyla kullanıldığı sonucu ile benzer sonuçlar bulunmaktadır. Ayrıca Karakoç'un (2019) çalışmasında büyükşehir belediyelerinin Twitter mecrasını halkla ilişkiler modellerinden “kamuoyu bilgilendirme” modeli çerçevesinde kullandığı sonucu ile benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir.

Araştırmanın üçüncü sorusunu oluşturan “Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanları Twitter platformunu aktif ve etkileşim odaklı kullanabilmekte midir?” sorusu değerlendirildiğinde, ilgili belediyeler ile başkanlarının tümünün Twitter platformunu aktif bir şekilde kullandıklarını söylemek mümkündür. Özellikle Demir'in (2021) İstanbul, İzmir ve Ankara Büyükşehir Belediyesi başkanlarının Twitter'da aktif olduğu ve tespiti ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Kamularıyla etkileşim kurma noktasında ise Antalya Büyükşehir Belediyesi ile Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin etkileşime dönük olduğu görülmektedir. Özellikle Göçoğlu (2020) çalışmasında benzer bir şekilde Antalya Büyükşehir Belediyesi'nin ve Bursa Büyükşehir Belediyesi'nin Twitter'ı vatandaşları ile etkileşime yönelik kullandığı görülmektedir. Geriye kalan belediyelerin ve tüm belediye başkanlarının etkileşime kapalı olduğu dikkat çekmektedir. Tarhan'ın (2012) çalışmasında tespit ettiği, büyükşehir belediyelerinin vatandaşlar ile etkileşime yönelik paylaşım yapmama durumunun ve vatandaşların karar süreçlerine dahil edilmesi noktasındaki eksikliğin, Antalya ve Bursa Büyükşehir Belediyeleri haricindeki diğer büyükşehir belediyelerinde halen devam ettiği dikkat çekmektedir. Hem aktiflik hem de etkileşim açısından, Üste & İrk'in (2021) çalışmasında İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin Twitter'ı aktif şekilde kullandığı ve tek yönlü iletişimi tercih ettiği sonucu ile bu çalışmada İzmir Büyükşehir Belediyesi özelinde bulunan sonuçlar birbirleriyle uyumaktadır. Demir'in (2021) İstanbul, İzmir ve Ankara Büyükşehir Belediyesi başkanlarının Twitter'da tek yönlü iletişim tercihinde bulunduğu tespitiyle benzer tespitlerin olduğu görülmektedir. Çalhan'ın (2020) çalışmasındaki İzmir

Büyükşehir Belediyesi'nin yeterli düzeyde olmasa da çift yönlü iletişimde bulunma çabasında olduğu tespiti ile bu çalışmadaki sonuçlar birbirinden ayrılmaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, kamu yönetimi, halkla ilişkiler ve sosyal medya konularına yönelik önemli çalışmalar perspektifinden bakıldığında, Doğmuş'un (2021) çalışmasında değerlendirdiği, kamu kurumlarının Twitter'da halkla ilişkiler bakımından aktif olduğu ve etkileşime geçme noktasında yetersiz kalmaları açısından benzer sonuçlar görülmektedir. Twitter'ın bilgilendirme amaçlı kullanılması ve takipçiler ile iletişime geçilmemesi bakımından Gümüş'ün (2018) çalışmasındaki kamu kurumlarının da benzer davranışları sergilediği görülmektedir. Bu noktada Karakoç'un (2019), incelemiş olduğu kamu kurumunun Twitter'ı aktif olarak kullanması çerçevesinde büyükşehir belediyeleri ve başkanları ile benzerlik gösterdiği görülürken; kurumun ara sıra kullanıcılar ile iletişime geçmesi bakımından İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyelerinden ayrıştığı görülmektedir. Erkek'in (2016) ve Ilgın'ın (2021) çalışmalarında incelemiş olduğu kamu kurumlarının Twitter'ı aktif kullanması ve Uysal'ın (2019) çalışmasında değerlendirmiş olduğu İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri'nin Twitter platformunda aktif olması açısından; büyükşehir belediyeleri ve başkanları ile benzer bir pozisyonda yer aldığı söylenebilir.

Araştırmanın dördüncü sorusunu oluşturan "Büyükşehir belediyeleri ve belediye başkanlarının Twitter platformları arasında bir ilişki ağı bulunmakta mıdır?" sorusu yapılan analizler çerçevesinde değerlendirildiğinde; ilgili belediyelerin ve başkanlarının Twitter hesaplarında bir ilişki ağı bulunduğu söylenebilmektedir. Buna göre ilişki ağı detaylandırıldığında görülmektedir ki;

- Belediyeler ile belediye başkanları Twitter platformlarında birbirlerini karşılıklı olarak takip etmektedirler. Bu çerçevede Ökten & Ağcasulu'nun (2021) çalışmasındaki sosyal ağ analizi yöntemiyle elde edilen sonuçlar ile benzer sonuçlar görülmüştür.
- Twitter paylaşımları incelendiğinde belediyeler ve başkanları birbirlerinin tweetlerini retweetleyerek karşılıklı olarak etkileşimde bulunmuşlardır.
- Belediyeler ve belediye başkanları paylaşımlarında ağırlıklı olarak duyuru/haber/bilgilendirme ve hizmet konularına yer vermiş ve ortak bir tutum sergilemişlerdir.
- Belediyeler ve belediye başkanları paylaşımlarında görsel unsurlara sıklıkla yer vermekle beraber; paylaşımlarını yoğunlukla hafta içi günlerde yapmışlardır.

İlgili maddelerin ışığında Twitter platformunda belediyeler ve belediye başkanları arasında bir ilişki ağı söz konusudur.

Belediyelerin ve belediye başkanlarının Twitter hesapları incelendiğinde, Twitter platformlarını aktif bir şekilde kullanmalarının yanı sıra genel anlamda paylaşımlarının etkileşim odaklı olmadığı, daha çok bilgilendirmeye dayalı bir anlayış izlediği görülmüştür. İlerleyen çalışmalarda ilgili belediyelerin ve belediye başkanlarının web sitelerinin de incelenerek, sosyal medya platformları ile karşılıklı olarak değerlendirilmesi önerilmektedir.

## 7. Extended Abstract

In the study, the use of social media in terms of public institutions was summarized in the context of public relations and scrutinized based on the Twitter platform. Although there are various studies in the literature on the use of social media by public institutions for public relations, there is no study in which municipalities and mayors are examined mutually. The study aims to fill a gap in the Turkish literature and present a current perspective on the subject.

Twitter, which is one of the social media channels, has various functions that people can use to express their opinions due to its structure. These functions consist of several Twitter functions such as tweeting, replying (to tweets), retweeting, following, and liking where Twitter users can present their ideas with text, pictures, and videos. In this respect, Twitter provides more opportunities for politicians to interact directly with the public than other social media channels. Twitter is positioned as a public relations tool that helps public institutions create an environment of trust with their citizens. The research was carried out to reveal the Twitter usage levels of municipalities and the mutual interaction processes of the Twitter accounts of municipalities and their mayors.

The main purpose of the research is to examine the relations between the municipalities and mayors on the platform Twitter and their interactions with the public within the framework of public relations. This study is also aimed at a current perspective for public administrators and academics. As a result of these aims, the following research questions were formed.

- Are metropolitan municipalities and mayors included on the Twitter platform?
- What is the topic distribution of the message content of metropolitan municipalities and mayors on the Twitter platform?
- Can metropolitan municipalities and mayors use Twitter platform actively and interactively?
- Is there a relationship network between the Twitter platforms of metropolitan municipalities and mayors?

Content analysis technique was used in the study. To examine Twitter accounts using content analysis, some variables and functional definitions were determined, and a coding scale was created. The research population of the study is the public institutions in Turkey. The sample of the study consists of the five metropolitan municipalities in Turkey with the highest population and their mayors.

Within the scope of the research, 1209 relevant municipalities and 574 mayors were examined: making it 1756 tweets in total. The tweets were analyzed in terms of sharing-interaction and content. The analyzes made are evaluated in detail in the tables.

As a result of the findings, when the research question "Are metropolitan municipalities and mayors included in the Twitter platform?" is evaluated, it has been observed that the relevant municipalities and mayors are on the Twitter platform. This situation shows that municipalities, which are seen as the closest units to the public, are not content with only traditional media in terms of communicating with their public but display an up-to-date and holistic approach.

When the research question "What is the distribution of the message content of metropolitan municipalities and mayors on the Twitter platform according to topics?" is evaluated, it has been observed that the relevant municipalities and mayors mainly share announcements/news/information and service issues. In this respect, it can be said that the relevant municipalities and their mayors mostly use the Twitter platform to express themselves.

When the "Can metropolitan municipalities and mayors use the Twitter platform actively and interactively?" question, which is the third question of the research, is evaluated, it is possible to say that all of the relevant municipalities and their mayors use the Twitter platform actively.

When the question "Is there a relationship network between the Twitter platforms of metropolitan municipalities and mayors?", which constitutes the fourth question of the research, is evaluated within the framework of the analysis; it can be said that there is a relationship network in the Twitter accounts of the relevant municipalities and their mayors. Accordingly, when the relationship network is detailed, it is seen that;

- Municipalities and mayors follow each other on Twitter platforms.
- When Twitter shares were examined, municipalities and their mayors interacted by retweeting each other's tweets.
- Municipalities and mayors mostly included announcement/news/information and service issues in their posts and displayed a common attitude.
- Although municipalities and mayors often include visual elements in their posts; they shared them posts mostly on weekdays.

In the light of the relevant articles, there is a network of relations between municipalities and mayors on the Twitter platform.

When the Twitter accounts of municipalities and mayors are examined, it is seen that, in addition to their active use of Twitter platforms, their shares are not interaction-oriented in general, but rather an information-based understanding. In future studies, it is recommended that the websites of the relevant municipalities and mayors should be examined and evaluated mutually with social media platforms.

**Keywords:** Social Media, Public Institution, Local Governments, Metropolitan Municipalities, Public Relations, Interaction, Twitter

**Kaynakça**

- Aktaş, A. (2021). <https://twitter.com/Alinuraktas70>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].
- Ankara Büyükşehir. <https://twitter.com/ankarabbld>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].
- Antalya Büyükşehir. <https://twitter.com/ANTALYABB>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].
- Aziz, A. (2020). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bergquist, M., Ljungberg, J., Remneland, B. & Rolandsson, B. (2017). From E-Government to E-Governance: Social Media and Public Authorities Legitimacy Work. *Proceedings of The 25th European Conference on Information Systems (ECIS)* içinde (s. 858-872). Guimarães, Portugal.
- Bonsón, E., Perea, D. & Bednárová, M. (2019). *Government Information Quarterly*, 36(3), 480-489. doi: 10.1016/j.giq.2019.03.001.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S. & Flores, F. (2012). Local E-Government 2.0: Social Media and Corporate Transparency in Municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123-132. doi: 10.1016/j.giq.2011.10.001.
- Böcek, M. (2021). <https://twitter.com/BocekMuhittin>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].
- Bursa Büyükşehir Belediyesi. <https://twitter.com/bursabuyuksehir>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].
- Cohen, J. (1960). A Coefficient of Agreement for Nominal Scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37-46. doi: 10.1177/001316446002000104.
- Çalhan, H. S. (2021). *Büyükşehir Belediyeleri Kurumsal Twitter Hesaplarında Kamu Değerlerinin Yansımaları: Analitik Hiyerarşi Süreci Yardımıyla Bir İçerik Analizi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, K. (2021). *Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: İstanbul, Ankara ve İzmir Belediye Başkanlarının Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Bir İnceleme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirtaş, M. (2012). Yerel Yönetimlerde Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarının Kullanımı: Üsküdar Belediyesi Örneği. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(4), 291-314.
- Dijk, J. V. (2018). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.) İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Doğan, A. (2020). Kamusal Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi: Maden İlçesi Örneğinde Bir Alan Araştırması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(2), 377-390. doi: 10.18069/firatsbed.755646.
- Doğmuş, E. (2021). Covid-19 Pandemi Döneminde Kurumsal Yönetişim ve Halkla İlişkiler Bağlamında Sosyal Medyanın Kullanımı: Türkiye Cumhuriyeti Bakanlıklarının Kurumsal Twitter Hesapları Çerçevesinde Bir Araştırma. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (9), 4-31.
- Eren, V. & Durna, U. (2005). Kamu Hizmetlerinin Daha İyi Görülebilmesi İçin Alternatif Bir Yönetim Yaklaşımı: Elektronik Devlet. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (32), 139-166.
- Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 141-150.
- Göçoğlu, İ. D. (2020). *Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Yerel Katılım: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerinden Bir Analiz*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Graham, M. & Avery, E. (2013). Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level. *Public Relations Journal*, 7(4), 1-21.
- Gümüş, N. (2018). Sosyal Medyanın Kamu Kurumları Tarafından Kamusal Pazarlama Aracı Olarak Kullanılması: 81 İl Valiliği Üzerinde Bir Araştırma. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(4), 189-212. doi: 10.11616/asbed.v18i41997.505870.
- Güregen, E. P. & Karoöz, Ç. (2021). Belediyelerin Twitter’deki Görünürlük Mücadelesi: İstanbul, Ankara ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (9), 72-102.
- İlgin, H. Ö. (2021). Diyalojik Halkla İlişkiler Boyutuyla Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: T.C. Sağlık Bakanlığı Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1168-1181. doi: 10.33206/mjss.844727.

- İmamoğlu, E. (2021). [https://twitter.com/ekrem\\_imamoglu](https://twitter.com/ekrem_imamoglu). [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].  
İstanbul Büyükşehir Belediyesi. <https://twitter.com/istanbulbd>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].  
İzmir Büyükşehir Belediyesi. <https://twitter.com/izmirbd>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].
- Kalfa, M. & Kocamaz, S. A. (2019). Sosyal Medyayı Kullanım Açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının Analizi. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 8-21.
- Karakoç, H. (2019). *Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Hesapları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, K. K. (2021). Planlı Dönem ve Halkla İlişkiler: Türk Kamu Yönetiminde Gerçekleştirilen Çalışmaların Eleştirel Bir Değerlendirmesi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 21(2), 399-420.
- Kılıç, S. (2015). Kappa Testi. *Journal Of Mood Disorders*, 5(3), 142-144. doi: 10.5455/jmood.20150920115439.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. United Kingdom: Sage Publications.
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1997). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. doi: 10.2307/2529310.
- Martín, A. S., Rosario, A. H., & Pérez, M. C. (2015). Using Twitter for Dialogic Communication: Local Government Strategies in the European Union. *Local Government Studies*, 41(3), 421-444. doi:10.1080/03003930.2014.991866
- Mihçioğlu, C. (1970). Halkla İlişkiler Nedir. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3(1), 91-108. doi: 10.1501/Egifak\_0000000307.
- Ökten, A. & Ağcasulu, H. (2021). #Takibetakip: Büyükşehir Belediyesi ve Başkanlarının Twitter Ağlarının Karşılaştırmalı İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 200-221. doi: 10.47107/inifedergi.875667.
- Öztürk, C. & Vardarlier, P. (2020). Sağlık Geliştirilmesi ve Sağlık İletişimi: Sağlık Kurumlarının Sosyal Medya Mecra Kullanımının İncelenmesi. *Modern Leisure Studies*, 2(1), 33-56.
- Pekküçükşen, Ş. & Yıldırım, B. (2021). Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediyelerinin Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(43), 6708-6731. doi: 10.26466/opus.898016.
- Peltekoğlu, F. B. (2018). *Halkla İlişkiler Nedir?*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Soyer, T. (2021). <https://twitter.com/tuncsoyer>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021]
- Tarhan, A. (2012). Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (35), 79-101.
- Taşkıran, H. B. (2019). Kamu Yönetiminde Vatandaş Katılımı ve Şeffaflığın Sağlanmasında Dijital İletişim Uygulamalarının Rolü. *Amme İdaresi Dergisi*, 52(1), 117-144.
- TÜİK. (2021). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500>. [Erişim Tarihi: 1 Ocak 2022].
- Türk Dil Kurumu. (2022). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>. [Erişim Tarihi: 14 Ocak 2022].
- Türk, E. & Bayram, A. (2020). Halkla İlişkiler ve Kurumsal Yönetişim Bağlamında Sosyal Medyanın Kullanımı: Türkiye'deki Siyasi Partilerin Facebook ve Twitter Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 106-128. doi: 10.31123/akil.619413.
- Uysal, Y. (2019). Ankara, İstanbul ve İzmir Büyükşehir Belediyeleri'nin Twitter Kullanımına Yönelik Eğilimleri ve Takipçilerinin Tepkileri Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 239-258. doi: 10.18037/ausbd.632001.
- Üste, A. N. & İrk, O. (2021). Belediye Başkanlarının ve Belediyelerin Twitter Etkinliklerinin Analizi: İzmir Örneklemini Üzerine Bir Değerlendirme. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 13(49), 271-280. doi: 10.15189/1308-8041.
- We Are Social & Hootsuite. (2021). Digital 2021 Turkey, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>. [Erişim Tarihi: 14 Kasım 2021].

Wukich, C. (2020). Connecting Mayors: The Content and Formation of Twitter Information Networks. *Urban Affairs Review*, 58(1), 1–35. doi: 10.1177/1078087420947182.

Yalçındağ, S. (1987). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler. *Halkla İlişkiler Sempozyumu - 87* içinde (s. 55–84). Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekoku Yayınları.

Yavaş, M. (2021). <https://twitter.com/mansuryavas06>. [Erişim Tarihi: 31 Ocak 2021].

Yener, M. L. (2016). Kamu Kurumlarının Halkla İlişkiler Bölümlerinde Örgütlenme Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Erişim İletişim Dergisi*, 4(4), 136-154. doi 10.17680/akademia.09655.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %40/%40/%20 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %40/%40/%20 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.



#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Investigation of Reasons for Preferring Small Houses Built in Konya\*

Hatice ÇINAR\*\*   
Kerim ÇINAR\*\*\* 

## ABSTRACT

Today, as a result of the changes in social, cultural and family life with globalization, the demands and needs of people have also changed. Due to reasons such as changes in lifestyle, shrinkage in the family, individualization and single-person living style, residences have been reduced spatially and the production of 'studio flats', the most common types of small residences produced as 1+0, 1+1, 2+1, has increased today. The focus of this study is the suitability of the small housing users produced in Konya to their lifestyles and why they prefer these houses. In the study, it is assumed that there will be differences in small housing type selections and small housing features according to the demographic characteristics of small housing users. Based on this assumption, a questionnaire was applied to 259 small house users in a studio-type house in the Selçuklu district of Konya. As a result of the research, it has been determined that single users mostly prefer 1+1 flat types, while married individuals prefer 2+1 flat types. It has been observed that as the number of households in the residence increases, the demand for 2+1 duplex flats increases. In addition, it has been determined that the users attach importance to the safety in the house according to the location of the house and their gender according to their marital status. It is thought that the results obtained from this study will guide designers and housing manufacturers at the beginning of small housing design by revealing the expectations and preferences, attitudes and behaviors of small housing users.

**Keywords:** Small Housing, User, User Preferences, Konya.

## Konya'da Üretilen Küçük Konutların Tercih Edilme Nedenlerinin İncelenmesi

### ÖZ

Günümüzde küreselleşmeyle beraber yaşanan toplumsal, kültürel ve aile hayatında yaşanan değişimler sonucu insanların talep ve ihtiyaçları da değişmiştir. Yaşam tarzındaki değişiklikler, ailedeki küçülme, bireyselleşme ve tek kişilik yaşama biçimi gibi nedenlerden dolayı konutlarda mekânsal olarak küçülmeye gidilmiş ve günümüzde 1+0, 1+1, 2+1 olarak üretilen küçük konut tiplerinden en yaygın kullanım gösteren 'stüdyo daire' konutların üretimi artmıştır. Bu çalışmanın odaklandığı problem Konya'da üretilen küçük konut kullanıcılarının yaşam biçimlerine uygunluğu ve bu konutları neden tercih ettikleri sorgulanmıştır. Çalışmada varsayılan küçük konut kullanıcılarının demografik özelliklerine göre, küçük konut tip seçimlerinde ve küçük konut özelliklerinde farklılıkların olacağı yönündedir. Bu varsayımdan hareketle, Konya'nın Selçuklu ilçesindeki stüdyo tipi konutta 259 küçük konut kullanıcılarına bir anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, bekâr kullanıcılarının en çok 1+1 daire tiplerini, evli bireylerin ise 2+1 daire tiplerini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Konuttaki hane halkı sayısı arttıkça 2+1 dubleks daire tipine talebin arttığı görülmüştür. Ayrıca kullanıcıların medeni durumlarına göre konutun konumuna ve cinsiyetlerine göre de konuttaki güvenliğe önem verdikleri tespit edilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların, küçük konut kullanıcılarının beklenti ve tercihlerini, tutum ve davranışlarını ortaya koyarak küçük konut tasarımının başlangıcında, tasarımcılara ve konut üreticilerine yol gösterici olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Küçük Konut, Kullanıcı, Kullanıcı Tercihleri, Konya.

### 1. Introduction

Housing is characterized as a place that reflects the socio-cultural structure of the society and where the individuals living in it behave freely. Today, rapidly developing technological and economic developments have also transformed the socio-cultural structure of society. The change in family structure, the tendency of household sizes to shrink due to social factors and other living conditions, as well as the inadequacy of traditional housing understanding against different user types and the inability to respond to demands, brings the concept of 'small house', an alternative approach in house construction.

\* Bu çalışma KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü Mimarlık Bölümünde tamamlanan "Küçük Konutlarda Antropometrik Verilere Dayalı Mekân-Donatı-Eylem İlişkisi" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

\*\* Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, haticecinar@selcuk.edu.tr

\*\*\* Prof. Dr., KTO Karatay Üniversitesi, kerim.cinar@karatay.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 01.10.2022



The concept of a "small house" is an approach that is defined primarily by the development of specific physical size measures and standards (Balamir, 1996). Small housing first appeared in America and gradually spread to other countries; loft spaces that appeal to high-income groups in western societies are generally the lifestyle preferred by artists, students, and academics; architecture in their period, aimed at alternative small households, the number of which is increasing in Europe and America. As a result, the value of household diversity emerged as a social attitude distinct from their practices (Baba, 2015). Since the 1970s, projects that promote socialization have been developed, particularly in response to the feelings of alienation and isolation that come with modern life, and in this context, new spatial organizations and alternative living environments (co-housing, shared housing, shared residences, hostels, tele-villages) aimed at facilitating daily life have been developed (Gülmez and Uraz, 2011).

Small housing was initially thought to meet the needs of low-income households most appropriately and economically, based on household income, number, and structure, as well as their social, economic, and occupational positions and needs, in our country. Small housing production was carried out in our country shortly after the Republic's proclamation to provide living space and shelter to civil servants and workers working in state institutions and organizations (Bakar and Yamaçlı, 2017; Cengizkan, 2000). These 'workers' houses' also provided shelter to families who traveled to Istanbul from the countryside to work (Sakaolu, 1994). As examples of the first workers' houses in Turkey, 'Atatürk Forest Farm, 'Turkish Coal Enterprises', 'Turkish Republic State Railways', 'Sümerbank' and similar public enterprises are significant in terms of having worker house settlements. Similarly, Silahtarağa Electricity Power Plant, one of the first service-producing industrial establishments in Istanbul in the first years of the Republic, and Tülomsaş Campus, which was built by Germany in 1894 to meet the need for repair of wagons and locomotives during the construction of the Anatolian-Baghdad railway line, are also the first examples of workers' houses. Bakar and Yamaçlı, 2017).

The production of this type of small social housing, such as workers' and civil servants' houses, has changed with contemporary life, and the small house has begun to be seen as a solution to changing society and individual life necessities, rather than a volume necessity. Globalization has resulted in the diversification of cultural life, the widening of the gap between rich and poor, the reduction of differences between societies, the spread of consumption cultures, the development of a uniform culture and lifestyle, and the emergence of differences, all of which have significantly altered the urban experience (Yaylı, 2012). It brought with it the reality of individual life in America and identification with Western culture, and it found a place in our culture over time. In other words, the construction of Turkey's first 1+1 building began in Istanbul, Turkey's largest city, by adopting the "Americanization" lifestyle (Talaş and Kaya, 2007). According to Görgülü (2003), studio-style apartments were initially designed for those who have separated or divorced from nuclear families, those who live alone, and young people who need to live away from their families for educational reasons. Later, small households with nuclear family alternatives (single-dwelling, single-parent families, dual-income families without children and friends sharing the house, etc.) added new dynamics to the use of small spaces (Gülmez and Uraz, 2011).

Today, the reasons for the preference of vertically rising housing typologies such as 'residence, studio, loft, apart' that respond to the new lifestyles and needs of people who appeal to different income groups are gathered under two main headings. The first is that it can be produced at low costs due to the size of the area it covers, and the second is that it can be an economical choice arising from the decrease in sales and rental values and that it responds to practicality that can respond to the changes in the searches and needs of individuals in the society with the changes in the social structure. Today, these houses, which are mostly produced for their second purpose, take their place in the housing market with the changing lifestyle of the individual. From this point of view, the reasons for the preference of this type of housing in the scale of the city of Konya today have determined the framework of this research.

Individual housing preferences change as a result of population growth and changing living conditions. As a result, determining the factors influencing household housing preferences has been an important issue for researchers. When studies on housing preferences are examined, it is discovered that the demographic characteristics of the households, the characteristics of the house, as well as the environmental characteristics, such as the location of the house, are all factors in the selection of the

house. The relationship between socio-demographic characteristics (such as gender, marital status, and the number of households) of especially small housing users and the location and security features of the houses they prefer was investigated within the scope of this study. Furthermore, attention has been paid to how the spatial characteristics of the apartment type, which differ in the interior, influence the reasons for preference. In this framework, research hypotheses were developed by taking environmental variables and the subjects' socio-demographic characteristics into account. The hypotheses listed below were developed as a result of similar studies on the subject (Garling & Friman, 2002; Edgü, 2003; Arifin & Dale, 2005; Üst, 2015; Işıkkaya, 2015) and were adapted to the researched subject.

In the light of the findings in the literature, the research hypotheses developed in accordance with the purpose and problem of this research are listed below:

- H1. 'Users' marital status affects the types of flats they choose'  
 H2. 'Users' household numbers affect the types of flats they prefer'  
 H3. 'There is a significant relationship between the importance that users attach to location according to their marital status'

- H4. 'There is a significant relationship between the importance that users attach to safety according to their gender'

To test the hypothesis, the research method developed per the purpose of the research and the findings are clarified below.

## 2. Material and Method

In the field study, which was specified as studio-type small residences in Konya Selçuklu region, a questionnaire was applied to test the validity of the hypothesis, which is the basis of the research. The research method is discussed below as the research limits, the characteristics of the subjects participating in the survey, survey design and statistical analysis.

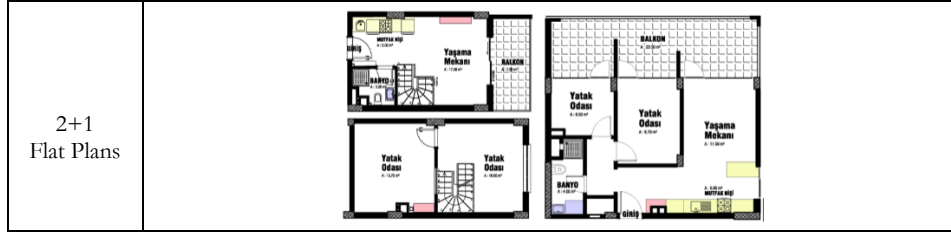
### 2.1. Limitations of the Study

The residential area to be selected for the research should have certain typical basic features that will allow users to compare their preferences and lifestyles. Therefore, instead of multivariate single buildings, it was deemed right to conduct research on multiple buildings with site characteristics. In this Konya-focused study, residences were selected in the same region to obtain comparable data, and the places where users lived at similar socio-economic levels were examined. The selected residential area is limited to Selçuklu district, where the most studio flat housing stock is located in Konya.

The schematic plans of the 1+0, 1+1 and 2+1 studio apartments, which include the architectural features of the selected housing typologies, are listed in Table 1 below.

**Table 1.** Schematic Plans of Selected Housing Typologies

1+0 Flat Plans	
1+1 Flat Plans	



## 2.2. Identification of Participants

This research was conducted with voluntary participants chosen by random sampling method among the determined residential users. Stratified sampling was used as a sampling technique in the studio flat residential area, which has 5 closed site campuses selected as the research area. It was resolved to use house-based sampling methods from the population group of 608 houses in total, and the sample was calculated as 236 with a 95% confidence level and a 0.05 margin of error. To reduce the sampling error in the face-to-face survey, a total of 273 surveys were conducted by keeping the sample size higher. Having examined the questionnaires, 24, which we observed incomplete and had low reliability, were excluded from the evaluation, and the study was conducted on 259 residential users.

## 2.3. Survey Design

The research hypothesis was measured via a questionnaire. The design of this questionnaire is based on the studies of Garling and Friman (2002), Edgü (2003), Arifin and Dale (2005), Üst (2015), Işıkkaya (2015), Sadıkoğlu and Özsoy (2016), whose validity and reliability have been tested in similar studies. The questionnaire form was handled in two dimensions. These;

1. General information about the user and the residence (demographic characteristics and questions about housing characteristics)
2. Information about space and housing preferences (space experiences, house images, questions about the factors in choosing a small house)

The survey questions were structured as closed and open-ended. The questions were produced as multiple choice and fill-in-the-blanks, which aim to reach the data directly, on the basis of ordering the options among each other according to priority (Comparative scale), and on the basis of numbering the options from 1 to 5 according to the level of satisfaction (Likert scale). The averages, variance analyzes and reliability coefficients of each of these elements were determined.

This study was found ethically appropriate by the Human Research Ethics Committee of KTO Karatay University with its decision dated September 15, 2020 and numbered 46409256-300.

The survey data were obtained in a 2-month period covering October-November 2020, by applying face-to-face to the residential users included in the research for a period of approximately 15 minutes, on weekdays and weekends, between 4.00-8.00 pm.

## 2.4. Statistical analysis

In order to test the hypothesis of this study, the percentage values, arithmetic mean and standard deviation values of the obtained data were calculated and Cronbach Alpha reliability tests of the data were performed. Single analysis of variance (ANOVA / T-test) was used to determine whether the differences/relationships between variables were statistically significant at the  $P < 0.05$  level. In addition, in order to make the data collected as a result of the survey objectively debatable in the evaluation of the field study; tables were produced, the results were determined as percentages and comparative evaluations were made. The data results obtained allowed both the discussion of the variables of the hypotheses and the general evaluation of the field. Statistical analyzes used in the working hypotheses are Confidence analysis, Chi-Square test of independence from descriptive statistics and T-Test analysis.

### 3. Findings

In this study, the research data acquired to analyze the reasons for the housing preference of small house users were tested with suitable statistical methods, and the reliability analysis and findings are given below, respectively.

#### 3.1. Reliability Analysis

In the literature, studies by Cronbach (1951), Karasar (2005), Kaplan and Saccuzzo (2009) and Panayides (2013) remarked that alpha reliability coefficients for all elements can be considered "reliable" when they are above 0.70. The general scale reliability of the scale of this study was determined as 0.870. According to this data, the data obtained in this study can be assumed at the "high confidence" level.

#### 3.2. General Findings Regarding User and Housing

In the study, under this title, the demographic characteristics of the user, which we aim to determine the general profile of the small house user, and the general characteristics of the small houses were examined. The frequency values of the data on the socio-demographic characteristics of the small house users retained in the research are given in Table 2.

**Table 2.** Demographic Characteristics of The Participants

Demographic characteristics of the participants		f	%
Gender	Male	141	54,4
	Female	118	45,6
	Total	259	100
Marital Status	Single	184	71,0
	Married	61	23,6
	Widow/ Separated/ Divorced	14	5,4
	Total	259	100,0
Household Size	1	142	55
	2	62	24
	3	30	11,6
	4	15	5,8
	5 and more	9	3,5
	Total	258	100
Occupation/ Business	Housewife	12	4,7
	Student	115	44,6
	Worker/Servant	2	,8
	Officer/Technician/Expert	28	10,9
	Army Officer (Military Specialist, Sergeant, Military Officer)	6	2,3
	Paid, Senior, Qualified Specialist (Lawyer, doctor, architect, engineer, academician etc.)	65	25,2
	Qualified self-employed specialist (lawyer, architect, pharmacist, financial advisor etc.)	5	1,9
	Self-employed (business owner, tradesman, etc.)	13	5,0
	Retired	5	1,9
	Unemployed, currently not working	7	2,7
Total	258	100,0	

*Note: f: Frequency Number, %: Percent Value*

According to Table 2 data, 54.4% of the small housing users living in Konya are men and 45.6% are women. As for their marital status, 71% are mostly single and 23.6% are married. According to the size of the household, which measures the number of people living in the residence, 55% consists of one person, 24% two, 11.6% three, 5.8% four and 3.5% five or more people. Looking at the occupation/business of the participants, it is seen that 44.6% of the participants are students, 25.2% are paid, senior, qualified

specialists and 10.9% are civil servants/technicians/experts. According to this ranking, it has been determined that the small housing users are primarily students, white-collar service sector employees are in second place, and blue-collar service sector employees rank third.

The arithmetic averages and frequency values of the data about the houses where the small house users live are shown in Table 3.

**Table 3.** Residential Characteristics of The Participants

Residential characteristics of the participants		f	%
Apartment type	1+0	28	10,8
	1+1	58	22,4
	1+1 duplex	107	41,3
	2+1	44	17,0
	2+1 duplex	22	8,5
	Total	259	100,0
Residential property	Owner	59	22,8
	Tenant	200	77,2
	Total	259	100,0
Residence Duration	1-6 months	59	22,8
	6-12 months	59	22,8
	1-3 year	89	34,4
	3 year and more	52	20,1
	Total	259	100,0

*Note: f: Frequency Number, %: Percent Value*

According to Table 3; 10.8% of the survey participants reside in 1+0 flats, 63.7% of them live in 1+1 and 1+1 duplex flats, and 2+1 and 2+1 duplexes. It has been specified that the residents cover 25.5% of the population. It is rather striking that the majority of people living in 1+1 duplex flats are 41.3%. This is due to the planning in the housing estates we have analyzed. It has also been seen that 77.2% of the users participating in the survey are tenants, and 22.8% of them own the property. When the duration of residence of the participants in a small house is reviewed, it is noticed that 118 (45.6%) are 1-12 months, 89 (34.4) 1-3 years, 52 (20.1%) 3 years and above. The data on the duration of life in the house includes data related to reasons due to satisfaction with the house or necessity. Therefore, there is a direct relationship between residential ownership and residence time.

### 3.3. Findings Regarding Space and Housing Preferences

In this section, the participants were asked questions about their evaluations of their space experiences, their house images, their thoughts on residential spaces, the renovations they made in the houses, and the importance of the factors in choosing a small house. The answers to these questions were transformed into frequency tables, and the results were analyzed.

**Table 4.** For What Purpose The Participants Would Like to Use it if There Was an Extra Room in Their House

Extra Room Usage Requests in the Residences of the Participants		f	%
Extra Room Usage	Study Room	150	60,5
	Bedroom	19	7,7
	Laundry Room	39	15,7
	Cellar	26	10,5
	Game Room	3	1,2
	Sport Room	4	1,6
	Other	7	2,8
	Total	248	100,0

*Note: f: Frequency Number, %: Percent Value*

When we examine Table 4, which displays the participants for what purpose they would like to use an extra room if they had one in their house, it seems that 60.5% needed a study room, 15.7% wanted a laundry room, 10.5% a cellar and 7,7 % need a bedroom. Other space needs, on the other hand, cover a low percentage of 5.6% in total. Considering these ratios, the need for the study room in the first place is since the majority of the residents are students. In the second and third places, we encounter interesting data which shows that they need to use space for storage purposes.

**Table 5.** Responses of The Participants to The Question “What is Your Home For You?”

How the participants felt about their home	f	%
Just a place to stay	43	11,6
A place all your own	80	21,6
Where you feel most comfortable	185	49,9
Reflects your personality	44	11,9
It is a status symbol	16	4,3
Other	3	,8
Total	371	100,0
<i>Note: f: Frequency Number, %: Percent Value</i>		

According to Maslow (1954), it is a physical need that ranks first in the hierarchy of needs, along with the needs for shelter, air, hunger, and thirst necessities (Maslow, 1954). The next stage is safety needs, then belongingness, respect, personal satisfaction and environmental control, and finally aesthetic concerns and the desire to learn. When Table 5 data is scrutinized in this question, which investigates the opinions of the participants about their houses, according to Maslow's hierarchy, 49.9% of the small house users stated their house as the place where they feel safe and most comfortable. In the second place, with a rate of 21.6%, they chose it as a place that belongs entirely to themselves. This option indicates that the participants are at the stage of personal satisfaction and environmental control. In the third stage, 11.6%-11.9% reflect their personality and only marked it as a place of shelter. Aesthetic concerns at the top of Maslow's hierarchy of needs are associated with the 'status symbol' option and represent 4.3% of small housing.

**Table 6.** Participants' Priorities at Home

Participants' priorities at home	f	%
Comfort	173	29,9
Soundness	103	17,8
Size	29	5,0
Price	29	5,0
Safety	126	21,8
External Beauty	18	3,1
View	55	9,5
Newness	38	6,6
Other	8	1,4
Total	579	100,0
<i>Note: f: Frequency Number, %: Percent Value</i>		

Table 6 examines the priority feature that comes to mind first among the reasons for preferring a small house; the comfort of the house is in the first place with 29.9%, the safety of the house ranks second with 21.8%, and finally, soundness of the house comes third with 17.8%. Then, 9.5% prioritized the view of the house. This is followed by the size and the price of the house at a rate of 5%. The external beauty of the house was chosen as the lowest priority with a rate of 3.1%. This also supports the judgment of aesthetic concerns as the lowest data, which we matched the 'status symbol' identified in Table 5, analyzing the thoughts of the participants about their residences.

In the data in Table 7, questions were asked to define the reasons for the participants preferred small housing and significant relations emerged.

**Table 7.** The Reasons Why The Participants Prefer The Small House

Reasons of Participants for House Preference		Very important		Important		Undecided		Slightly important		Not important at all		M	SD
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Location	Proximity to the workplace	129	55,1	69	29,5	13	5,6	6	2,6	17	7,3	4,23	1,15
	Proximity to school	109	49,3	58	26,2	17	7,7	7	3,2	30	13,6	3,95	1,39
	Closeness to family	36	17	52	24,5	40	18,9	28	13,2	56	26,4	2,92	1,46
	Easy access	141	61	68	29,4	6	2,6	3	1,3	13	5,6	4,39	1,02
Neighbor relationship	Economic levels	23	10,3	37	16,6	51	22,9	35	15,7	77	34,5	2,52	1,38
	Education levels	63	26,6	81	34,2	38	16	17	7,2	38	16,	3,48	1,38
	Family density	40	17,2	53	22,8	56	24,1	31	13,4	52	22,4	2,99	1,40
Safety	Site safety	179	71,3	53	21,1	10	4	3	1,2	6	2,4	4,58	0,83
	Earthquake resistance	188	79	26	10,9	11	4,6	3	1,3	10	4,2	4,59	0,96
	Reliable contractor	160	68,4	38	16,2	16	6,8	5	2,1	15	6,4	4,38	1,13
Housing Size	Small m <sup>2</sup>	44	19	60	26	65	28,1	34	14,7	28	12,1	3,25	1,26
	Fixed furniture in the residence	39	17,1	76	33,3	45	19,7	34	14,9	34	14,9	3,22	1,31
	Affordability	64	27,7	109	47,2	33	14,3	7	3	18	7,8	3,84	1,11
	Have investment value	43	19,4	60	27	50	22,5	18	8,1	51	23	3,12	1,43
	Singular life	75	32,6	65	28,3	48	20,9	18	7,8	24	10,4	3,65	1,29
	Suitability for children	53	23,6	40	17,8	30	13,3	25	11,1	77	34,2	2,85	1,61
Service and Others	Ease of buying/selling	69	30,8	50	22,3	36	16,1	13	5,8	56	1,25	3,28	1,56
	Too much advertising	20	9	27	12,2	58	26,2	45	20,4	71	32,1	2,46	1,30
	View	77	33,6	79	34,5	27	11,8	21	9,2	25	10,9	3,70	1,31
	Social opportunities	75	32,6	89	38,7	33	14,3	12	5,2	21	9,1	3,80	1,21
	Amount of green space	103	44,2	83	35,6	22	9,4	11	4,7	14	6	4,07	1,13
	Cleaning service	98	42,2	83	35,8	26	11,2	7	3	18	7,8	4,02	1,17
	Outdoor/indoor parking	91	40,1	60	26,4	25	11	16	7	35	15,4	3,69	1,45

Not: f: Frequency Number, %: Percent Value, M: Mean, SD: Standard Deviation  
Variable means are ranked from 1 to 5. A high value indicates positive responses.

According to the average value data in Table 7, in this question, in which we evaluate the factors of picking the small house, it is seen that safety is rather important with an average value of 4.27 at the most, in the preference of the users in the small house. On the other hand, it has been settled according to the average values that the site safety and resilience against earthquakes are important in terms of safety. It is noticed that the location is important with a value of 3.39 in the second place, and the ease of transportation for the users and proximity to the workplace are also important here. In the third place, service and others regarding housing were found to be important with 3.26. In the service section, the amount of green space and cleaning services are the most important for users. According to the data, it is observed that the data with the lowest level of importance has neighborhood relations with an average of 2.82. In the data in Table 7, questions were asked to define the reasons why the participants preferred small housing and certain significant relations emerged.

#### 4. Findings

Under this heading, the research hypotheses created in the light of the literature and the mean and standard deviation values of the analyzes of these hypotheses are formed. Whether the differences in the variables were statistically significant at the  $P < 0.001$  level was tested with the chi-square test of independence and single analysis of variance (ANOVA / T-Test). In addition, before testing the hypotheses, the appropriate analysis method was selected by looking at the normality distribution of the data. The parametric test method was preferred as the appropriate analysis method. Our data was calculated as  $0.565 > 0.005$  by performing the One sample ks test, Normality distribution test, and parametric tests were applied. According to these, the hypotheses and the results obtained are listed below, respectively.

**Table 8.** Chi-Square Results of Users' Marital Status and Apartment Type Comparisons

Marital Status		Apartment Type			Total	Chi-square	p
		1+0	1+1/1+1dub.	2+1/2+1dub.			
Single	f	24	118	42	184	9,345	,048
	%	85,7%	71,5%	63,6%	71,0%		
Married	f	1	40	20	61		
	%	3,6%	24,2%	30,3%	23,6%		
Other	f	3	7	4	14		
	%	10,7%	4,2%	6,1%	5,4%		
Total	f	28	165	66	259		
	%	100,0	100,0	100,0	100,0		

Note: \* is significant at the  $p < 0.001$  level and \*\* at the  $p < 0.05$  level.

According to Table 8, when single people participating in the research are examined, 71.5% of 1+1 flat types and 85.7% of 1+0 flat types in the research population are single persons. On the other hand, when married people were examined, it was observed that the flat type they chose was mostly 2+1 and they covered 30.3% of them. When the type of flats chosen by the people whose marital status is widowed/separated/divorced is examined; It was observed that 2+1 apartments in the research universe cover 6.1% and 1+0 apartments 10.7% of the apartment type. However, the Chi-Square test was performed in order to make a healthier interpretation. Accordingly, it is seen that the significance value seen in Table 8 is  $p = 0.048$ . Since this value satisfies the  $p < 0.05$  condition, the relationship between marital status and preferred flat type is significant. This result supports the hypothesis of 'Users' marital status affects the flat types they prefer' put forward in the H1 hypothesis.

**Table 9.** Chi-Square Results for The Comparison of The Number of Households and The Type of Flats They Live In.

Household Number		Apartment Type					Total	Chi-square	p
		1+0	1+1	1+1dub.	2+1	2+1dub.			
1	f	18	29	69	16	10	142	28,935	,024
	%	64,3%	50,0%	64,5%	36,4%	47,6%	55,0%		
2	f	5	14	24	16	3	62		
	%	17,9%	24,1%	22,4%	36,4%	14,3%	24,0%		
3	f	4	9	6	7	4	30		
	%	14,3%	15,5%	5,6%	15,9%	19,0%	11,6%		
4	f	1	6	4	3	1	15		
	%	3,6%	10,3%	3,7%	6,8%	4,8%	5,8%		
5 and more	f	0	0	4	2	3	9		
	%	,0%	,0%	3,7%	4,5%	14,3%	3,5%		
Total	f	28	58	107	44	21	258		
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		

Note: \* is significant at the  $p < 0.001$  level and \*\* at the  $p < 0.05$  level.

When we examine the values in Table 9, 64.3% of the 1+0 apartments and 64.5% of the 1+1 duplex apartments in the research were preferred by the people living alone, and 36% of the 2+1 apartments were preferred by the people living as two people. It is observed that it covers 4. While 19% of 2+1 duplex flats are occupied by three persons, it has been observed that those living as four persons generally prefer 1+1 flats. As the number of people in the household increases, the demand for 2+1 duplex flats increases. It is seen that there are statistically significant differences at the  $p < 0.001$  level between the evaluations of the number of households and the type of flats. This result supports the hypothesis put forward in the H2 hypothesis, "The number of users in the household affects the apartment types they prefer".



**Table 10.** Group Statistical Value Regarding The Comparison of Users' Marital Status And Location of The Residence

Marital Status	n	M*	SD	SE
Single	184	3,5505	1,10122	,08118
Married	61	3,1525	1,33274	,17064
Total	245			

Note: n: frequency number, M\*: mean, SD: Standard Deviation, SE: Standard Error

**Table 11.** T-Test Results on Comparisons of Users' Marital Status and Residence Location

Location	Variance Condition	Levene's Test Equation of Variance		T-Test Mean Equation			
		F	p	t	df	p	Average difference
		Bottom Limit	Upper Limit	Bottom Limit	Upper Limit	Bottom Limit	Upper Limit
	When the variances are equal	4,349	,038	2,317	243	,021	,39808
	When variances are not equal			2,107	88,744	,038	,39808

Note: F: ANOVA F value, p: significant value, t: T-test value df: degrees of freedom

When the importance given to location by the users in Table 10 is analyzed according to their marital status, it is seen that singles attach more importance than married people with an average of 3.55. To test the hypothesis that there is a significant difference between the importance given to the location of the residence according to the marital status of the users, firstly variance analysis was performed and it was determined that the variances were not homogeneous ( $P=0.038 < 0.050$  in the Levene's test). In Table 11, the Independent Samples T Test was applied and it is seen that the value in the Sig (Significance) column of the table is 0.038. Since the said value was less than 0.05, it was marked that the relationship between marital status and the level of importance given to the location of the residence was statistically significant at the  $p < 0.05$  level. A statistically significant difference was found between the importance people attach to location according to their marital status ( $P=0.038$ ). This result supports the hypothesis of "There is a significant relationship between the importance that users attach to location according to their marital status" put forward in the H3 hypothesis.

**Table 12.** Group Statistical Value on Comparisons of Users' Gender and Housing Safety

Gender	n	M*	SD	SE
Female	140	4,4122	,99834	,08437
Male	115	4,0990	1,20258	,11214
Total	255			

Note: n: frequency number, M\*: mean, SD: Standard Deviation, SE: Standard Error

**Table 13.** T-Test Results on Comparison of Users' Gender and Housing Safety

Safety	Variance Condition	Levene's Test Equation of Variance		T-Test Mean Equation			
		F	p	t	df	p	Average difference
		Bottom Limit	Upper Limit	Bottom Limit	Upper Limit	Bottom Limit	Upper Limit
	When the variances are equal	3,751	,054	2,272	253	,024	,31317
	When variances are not equal			2,232	221,412	,027	,31317

Note: F: ANOVA F value, p: significant value, t: T-test value df: degrees of freedom

In Table 12, when the level of importance given by the users to safety according to gender is examined, it is determined that women attach more importance than men with an average of 4.41. In order to test the hypothesis that there is a significant difference between the importance that users attach to safety

according to gender, first of all, variance analysis was performed and it was determined that it was homogeneous ( $P=0.054 > 0.050$  in Levene test). In Table 13, Independent Samples T Test was applied and the value in the Sig (Significance) column is 0.024. Since the said value was less than 0.05, it was observed that the relationship between gender and the level of importance given to safety was statistically significant at the  $p < 0.05$  level. It was found that there was a statistically significant difference between the importance that people gave to safety according to gender ( $P=0.024$ ). This result supports the hypothesis of "There is a significant relationship between the importance that users attach to safety according to their gender" put forward in the H4 hypothesis.

## 5. Discussion and Conclusion

The problem that the study focuses on is questioning the suitability of the users of the small square meter housing, which is produced as a 'studio flat' following the requirements of contemporary life and turned into an object that can be consumed at high prices. In order to test the hypotheses created for the purposes of the research, a face-to-face survey was conducted with 259 users of 5 houses with similar characteristics in Konya Selçuklu region. When we look at the results based on the questionnaire applied within the scope of the research, it offers some inferences about the small housing design and its users. These are the research hypotheses formed and tested in the light of the literature and the results obtained are summarized below:

When we look at the demographic characteristics of the small housing users, it has been specified that the genders are very similarly distributed, but the male users are slightly higher, the single individuals are in the majority, the single person living in the household and the students are the majority. It has been determined that the users mostly prefer 1+1 duplex apartments according to the housing characteristics, the tenants are the majority in the case of ownership, and the residence duration vary between 1 and 3 years. According to these data, it is important that the participants reflect the ages of the most productive periods of their working and productive lives because it has been seen that economic conditions, family structure and life cycle have an essential place among the data that make up the criteria for preference in various studies (Edgü, 2003, p.85). These results support the hypothesis of '*Users' marital status affects the flat types they prefer*' put forward in the H1 hypothesis. According to the results, it can be said that different types such as 1+0, 1+1 and 2+1 are effective when the demographic characteristics of the user, such as single, married and individuals with another marital status, prefer small housing. It has been determined that single users prefer 1+0 and 1+1 types, while married people prefer 2+1 flat types.

Family structure is one of the factors that directly affect the housing preferences and lifestyles of the users. In this direction, it supports the hypothesis (H2), '*The number of households of users affects the type of flats they prefer*', which was created by benefiting from the studies of Edgü (2003), Üst (2015) and Işıkkaya (2015). In the research, it was observed that the users living as one person preferred 1+0 and 1+1 flats, those living as two people generally lived in 2+1 flats and those living as 3 persons preferred 2+1 duplex flats. These findings are also supported by the results acquired in the study of Üst (2015). Similarly, Edgü (2003)'s study is supported by the idea of moving to a larger house as the number of family members increases, the desire to move from the residence to single-family houses increases and the need for the number of rooms is insufficient despite the increase in the number of people in working families. Işıkkaya (2015), on the other hand, emphasized that the phases of the family in the process of change are reflected in their housing preferences (Işıkkaya, 2015). In the research, the quality of the household was also analyzed and as a result, it was observed that individuals living alone preferred 1+0 apartments, families without children generally preferred 2+1 and 1+1 duplex apartments, and nuclear families picked 2+1 and 2+1 duplexes. According to these results, the study reveals that the number and quality of households affect the characteristics of the residence they live in.

The environment in which the residence is located and its surroundings in the city are vital preference criteria for the user. Rapoport (1969) accentuated that people generally want to live together with people who are socially similar to them (Rapoport, 1969). In the research, the majority of the users of the small house are students, and the fact that this type of housing is primarily concentrated in university environments indicates that the small house meets the housing demands of the students. In other words,

the housing supply met the housing need and demands of the population brought by the university. In the research, the qualities demanded by the small dwellings according to their preferences and behavioral characteristics were studied, and it was determined that the users gave the most priority to the location and safety of the residence. These results support the hypothesis of "There is a significant relationship between the importance that users attach to their location according to their marital status" put forward in the H3 hypothesis. According to the results obtained, it has been determined that single users attach more importance to the location of the house than married ones. It is also striking that the reasons for preferring the small house are the location features of the house, transportation and proximity to the workplace are important factors. These findings were obtained in the study of Garling and Friman (2002); residential area/residence area preferences are based on the importance of living values, especially in the residential environment; it is also compatible with the fact that the differences in the preference of residential areas are the result of household characteristics such as age, household structure, home ownership and settlement timing/processes.

In the study, it was considered vital to analyze an important factor of housing preference based on gender, and the hypothesis of "There is a significant relationship between the importance that users give to safety according to their gender", which was put forward in the H4 hypothesis, was supported. According to the results obtained, it has been settled that women attach more importance to the safety of the house than men. These findings are also compatible with the results obtained in the studies of Arifin and Dale (2005). In addition, the most reliable contractor was determined as the most important reason for the preference for users. Therefore, the choice of residence contains important indicators from the lifestyles of individuals or families to their daily lives. In this context, small houses have started to turn into consumption objects by the housing producers to differentiate the identity and status of the individual. Today, individuals want to isolate themselves from the rest of society with their lifestyles, socio-cultural characteristics and housing preferences, which they see as a status symbol. In this context, the residence is perceived as an object with distinctive potential with its location, size, security, neighborhood relations and other services, and it is seen as a necessary goal to be achieved to differentiate.

Finally, the results acquired from this study set out the expectations and preferences, attitudes and behaviors of the small housing users and guide designers and manufacturers by determining some criteria to be considered at the beginning of the small housing design. It is deemed to be a guide for designers and housing manufacturers to create criteria that will increase the satisfaction level of the user. Therefore, the data obtained from this study can be a reference for academicians and designers who are interested in the subject.

## References

- Arifin, L. S., & Dale, R. (2005). Housing needs of migrant women industrial workers in Surabaya: insight from a life story approach. *Habitat International*, 29(2), 215-226.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Baba, E. C. (2015). Loft: Modernizmden Postmodernizme Geçiş Sürecinde İstanbul'daki Yansımaları. *İstanbul: Yem Yayınları*.
- Bakar, S., & Yamaçlı, R. (2017). İşçi Evlerinin Tarihsel Gelişimi Bağlamında Eskişehir Tülomsaş İşçi Evleri Üzerinden Bir Değerlendirme. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(1), 34-49.
- Balamir, M. (1996). *Öteki olarak küçük hanehalkları*, der. E.M. Konut, Ötekilerin Konut Sorunları içinde, TMMOB Mimarlar Odası, 518- 532, Ankara.
- Cengizkan, A. (2000). Türkiye'de Fabrika ve İşçi Konutları: İstanbul Silahtarağa Elektrik Santrali. *ODTÜ MFD*, 20(1-2), 29-55.
- Edgü, E. (2003). *Konut tercihlerinin, mekânsal dizgin ve mekânsal davranış parametreleri ile ilişkisi*. Doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Garling, T. (2002). A psychological approach to the study of residential choice and satisfaction. *Residential environments: Choice, satisfaction, and behavior*.
- Görgülü, T. (2003). İstanbul'da çeşitlenen konut üretim biçimleri ve değişen konut alışkanlıkları. *Mimar: ist Dergisi*, yıl, 3, 50-56.

Işıkkaya, A. D. (2015). Loft Tipi Konutların Başkalaşım Süreci Bağlamında Türkiye'de Loft Kavramının Analizi: Levent Loft Örneği. *Megaron*, 10(2). doi: 10.5505/MEGARON.2015.42714.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara.

Maslow, A. (1954). *The instinctoid nature of basic needs*, Journal of personality.

Panayides, P. (2013). Coefficient alpha: Interpret with caution. *Europe's Journal of Psychology*, 9 (4), 687-696. doi: 10.5964/ejop.v9i4.653

Rapaport, A. (1969). *House Form and Culture*, Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall, Inc.

Sadıkoglu, H. & Özsoy, A. (2016). Üst Gelir Grubu Konut Tercihleri Olarak Rezidans Kullanımı. *İdealkent Dergisi*, 7(18), 226-245.

Sakaoğlu, N. (1994). Bekâr odaları. *Dünden bugüne İstanbul ansiklopedisi*, 124.

Talaş, M., & Kaya, Y. (2007). Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (22), 149-162.

Ünsal Gülmez, N., & Ulusu Uraz, T. (2011). Metropolde çeşitlenen hanehalkları ve konut. *İtüdergisi/a*, 9(1).

Üst, S. (2015). *Toplu konutlarda yaşama mekânları ile seri üretim mobilya etkileşimi üzerine bir araştırma*. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Yaylı, H. (2012). Küreselleşmenin Kentler Üzerine Etkisi: "İstanbul Örneği". *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(24), 331-356.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Turist Rehberlerine Yönelik Turist Nezaketsizliği ve Rehberlerin Nezaketsiz Davranışlara İlişkin Tepkileri\*

Nuray TETİK DİNÇ\*\* ID

Arzu BALIKOĞLU\*\*\* ID

Hasret ULUSOY MUTLU\*\*\*\* ID

## ÖZ

Bu çalışmada, turistlerin turist rehberlerine yönelik sergiledikleri nezaketsiz davranışların belirlenmesi ve rehberlerin bu davranışlar karşısında nasıl hissettiklerinin ve gösterdikleri tepkilerin neler olduğunun ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda verilerin elde edilmesi için nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiştir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Telefon ile görüşmeler yapılarak toplanan veriler, tematik analize tabi tutularak önce kodlanmış, ardından belirli temalar altında kategorize edilmiştir. Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin en fazla karşılaştıkları nezaketsiz davranışların “rehberi satın almış gibi davranmak”, “uyarıları dikkate almamak” ve “anlatılanları dinlememek” olduğu ve rehberlerin bu nezaketsiz davranışlar karşısında çoğunlukla “sinir bozukluğu”, “moral bozukluğu”, “öfke” ve “üzüntü” hissettikleri belirlenmiştir. Turist rehberlerinin nezaketsiz davranışlara yönelik turistlere gösterdikleri tepkileri içerisinde en sık tekrarlananların “nazikçe uyarmak”, “sert bir dille uyarmak” ve “umursamamak” olduğu ve bu tepkiler doğrultusunda turistlerde görülen davranış değişikliğinin ise çoğunlukla “aynı davranışa devam etmek”, “kabahatini anlayıp özenli davranmak” ve “hatasının farkına varıp özür dilemek” yönünde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerinin çoğunlukla “rehberinin modunun düşmesi”, “grup üyelerinin moralinin bozulması” ve “grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi” şeklinde olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberleri, Turist Nezaketsizliği, Nezaketsiz Davranışlar

## Tourist Incivility for Tourist Guides and Reaction of Tourist Guides Towards Uncivil Behaviours

### ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the uncivil behaviours of tourists towards tourist guides and to reveal how the guides feel and what their reactions are in the face of these behaviours. Qualitative research approach was preferred in order to obtain the data in line with the purpose of the research. A semi-structured interview form was prepared as a data collection tool. The data collected through telephone interviews were subjected to thematic analysis and first coded and then categorized under certain themes. As a result of the research, it has been determined that the most uncivil behaviours encountered by tourist guides are “pretending to buy the guide”, “ignoring the warnings” and “not listening to what is told” and the guides mostly felt “nervous breakdown”, “depression”, “rage” and “sadness” in the face of these rude behaviours. It was determined that the most frequently repeated reactions of tourist guides to tourists against uncivil behaviours are “kindly warning”, “warning with a harsh language” and “ignore” and in line with these reactions, the behavioral change seen in tourists is mostly “continuing the same behaviours”, “understanding the fault and acting with care” and “realizing and apologizing for the mistake”. In addition, it was determined that the effects of tourist incivility on group harmony and tour flow were mostly “demoralization of the guide”, “the demoralization of the group members” and “the reaction of the group members to these people”.

**Keywords:** Tourist Guides, Tourist Incivility, Uncivil Behaviours

### 1.Giriş

Turist rehberleri, meslekleri gereği turistler ile bağ kurarak birebir iletişim kuran turizm çalışanlarıdır. Turist rehberlerinin grup üyelerine karşı gösterdiği olumlu tutum ve davranışlar, onların memnuniyetlerini etkilemekte ve turun başarılı bir şekilde sonuçlanmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte tur süresince turist rehberlerinin olduğu kadar, grup üyelerinin de hem birbirlerine hem de turist rehberlerine karşı

\* Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu’nun 16.03.2020 tarih ve 2020/2 Sayılı Kararı ile uygun bulunmuştur.

\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, ntetik80@yahoo.com

\*\*\* Dr. Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, arzukilic@balikesir.edu.tr

\*\*\*\* Dr. Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, hasretulusoy@balikesir.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 02.10.2022

göstermekle yükümlü olduğu davranışlar bulunmaktadır. Ancak turistler, gerek kişilik yapıları nedeniyle gerekse yaşadıkları ve sahip oldukları kültürün etkisiyle kimi zaman saygı kurallarını ihlal ederek kaba ve nezaketsiz davranışlar sergileyebilmektedir. Turist nezaketsizliği olarak ifade edilebilen bu davranışlar, grup içerisinde huzursuz bir ortam yaratarak tur akışını bozabilmekte, turist rehberlerinin duygu halini ve dolayısıyla performansını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu noktada turist rehberleri, nezaketsiz davranışları ortadan kaldırmak ve bir başka olumsuz davranışla karşılaşmamak için o anki duruma uygun tepkilerde bulunabilmektedir. Bu bağlamda turist rehberleri ve turist rehberi adaylarının karşılaşabilecekleri nezaketsiz davranışların neler olabileceğini bilmeleri ve bu doğrultuda uygun davranış geliştirmeleri, mesleğin icrası, turun gidişatı, grubun/ortamın huzuru ve turun başarı açısından önem arz etmektedir.

İlgili alanyazında turizm sektörü çalışanlarına yönelik sergilenen müşteri nezaketsizliğinin ele alındığı çalışmalar bulunmasına (Alola vd., 2019; Aydın & Tezgel Çoban, 2020; Cheng vd., 2020; Torres vd., 2017; Ugwu vd., 2021; Wang vd., 2022) rağmen turist rehberlerine yönelik ulusal ve uluslararası alanyazında konuyu ele alan uygulamalı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple bu çalışmanın teorik ve uygulama anlamında alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca turistlerin turist rehberlerine yönelik sergiledikleri nezaketsiz davranışların belirlenmesinin, grup yönetimi ve tur yönetimi konusunda turist rehberlerine yol gösterici olacağına inanılmaktadır. Bunun yanı sıra turist rehberlerinin nezaketsiz davranışlar sonrasındaki hisleri ve tepkilerinin neler olduğunun ortaya çıkarılmasının, turist rehberleri ve turist rehberi adaylarına mesleğin icrası sırasında karşılaşabilecekleri durumlar konusunda ipucu vereceği, bu hususta rehberlerin ve rehber adaylarının daha bilinçli ve konuya ilişkin hazırlıklı olmalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Türk Dil Kurumu'na göre "başkalarına karşı saygılı ve incelikle davranma, incelik, naziklik" şeklinde ifade edilen nezaket kavramı (sozluk.gov.tr, 2022), "başkalarına karşı, onların hislerini ve sosyal normlarını göz önüne alarak, saygılı ve onurlu davranmak" olarak tanımlanmaktadır (Andersson & Pearson, 1999 s. 454). Nezaket kavramının karşısı olan nezaketsizlik veya kabalık ise genel olarak bir toplumun normları içinde kabul edilen nazik, kibar ve düşünceli davranışlarla örtüşmeyen davranışlardır (McWilliams, 2017, s. 44). Random House Dictionary nezaketsizliği "kaba olma durumu veya niteliği, kaba davranış veya yaklaşım" olarak; nezaketsiz kişiyi "terbiyesiz, saygısız, kaba, incelikten yoksun, seviyesiz, incitici" olarak ifade etmektedir. Genel itibarıyla nezaketsizlik, "kişilerarası ilişkilerde saygı normlarını ihlal ederek başkalarına karşı gösterilen kabalık ve saygısızlık" olarak tanımlanmaktadır (Andersson & Pearson, 1999, s. 455). İşyerinde nezaketsizlik ise günlük olarak yaşanan ve bireysel refahı olumsuz etkileyen stres unsurlarıdır (Arnold & Walsh, 2015, s. 363). İşyeri nezaketsizliğinin en yaygın bilinen ve alıntılanan tanımı, 1999 yılında Andersson ve Pearson tarafından yapılmıştır. Buna göre işyeri nezaketsizliği, "karşılıklı saygı kurallarının ihlali ile ortaya çıkan, hedefe zarar verme niyetinin belirsiz olduğu, düşük yoğunluklu sapkın davranış" olarak tanımlanmaktadır (Andersson & Pearson, 1999, s. 457).

Çalışanlar, genellikle iş arkadaşlarının veya yöneticilerinin kendisi ile ilgili şikayetleri ve hayal kırıklıkları nedeniyle stresli işyeri ortamına maruz kalmaktadır. Ayrıca çalışanlar, bu gruplar sebebiyle işyeri nezaketsizliği ile sıklıkla karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle hizmet odaklı organizasyonlarda müşteriler ile birebir iletişim halinde olan çalışanlar, müşteriler tarafından da nezaketsizlik örneği olarak hoş olmayan davranışlarla karşılaşmaktadır (Alola vd., 2019, s. 9). Üstelik bu organizasyonlarda müşteriler tarafından sergilenen nezaketsiz davranışlar, işletme içerisindeki iş arkadaşları ve yöneticiler tarafından sergilenen nezaketsiz davranışlardan çok daha sık görülmektedir (Amarnani, 2016, s. 5; Cho vd., 2016, s. 2893; Liu, 2017, s. 7; Sun, 2017, s. 11; Wen, 2018, s. 6).

Müşteri nezaketsizliğinin yaygınlığına katkıda bulunan faktörlerden biri, müşterilerin çalışanlarla bir defaya mahsus karşılaşma ve etkileşime girme durumunda olmasıdır (Amarnani, 2016, s. 5; Cho vd., 2016, s. 2893). Bu durum da müşterileri çalışanlara karşı nezaketsiz davranmaya yönlendirebilmektedir. Bir başka etken ise, müşterileri memnun etme, onları şımartma ve onlara istediklerini verme hizmet felsefesi (Yagil, 2008, s. 142) ile ortaya çıkan ve evrensel slogan haline gelen "müşteri her zaman haklıdır", "müşteri kraldır" ve "müşteri önce gelir" düşüncesidir (Yagil, 2008, s. 143; Van Jaarsveld vd., 2010, s. 1489; Han vd., 2016, s. 97; Wen, 2018, s. 6; Alola vd., 2019, s. 9; Park & Kim, 2020, s. 2). Bu nedenle, müşteri

nezaketsizliği özellikle hizmet ortamlarında oldukça yaygın hale gelen bir kavram olarak görülmektedir (Garcia vd., 2019, s. 203).

Müşteri nezaketsizliği, “karşılıklı saygı ve nezaket gibi sosyal normları ihlal ederek, bir çalışana psikolojik rahatsızlık veya zarar verme niyetiyle veya belirsiz bir niyetle, müşteri veya müşteri rolündeki biri tarafından gerçekleştirilen, şiddet içermeyen veya düşük yoğunluklu sapkın davranışlar” olarak tanımlanmaktadır (Bedi, 2011, s. 17; Sliter vd., 2010, s. 468; Liu, 2017, s. 31). Müşteri nezaketsizliğinin örnekleri arasında aşağıdakiler sayılabilmektedir (Dormann & Zapf, 2004; Van Jaarsveld vd., 2010, s. 1488; Bedi, 2011, s. 17; Zhan, 2011, s. 8; Koopmann vd., 2015, s. 34; Amarnani, 2016, s. 5; McWilliams, 2017, s. 50; Roter, 2018, s. 24; Shepard, 2018, s. 9; Wen, 2018, s. 5; Kim & Qu, 2019, s. 59):

- Çalışana küçümseyici şekilde, sırtarak veya gözlerini devirerek bakma,
- Çalışanla onu yetersiz hissettirecek şekilde konuşma,
- Zararsız görünen ancak incinmeye neden olan ince alay (örneğin bir kişinin görünüşü, davranışları veya işini yapma şekli hakkında) içerecek şekilde konuşma,
- Çalışanlarla kaba bir şekilde konuşma veya sert bir üslup kullanma,
- Çalışana sesini yükseltme veya öfkesini çalışandan çıkarma,
- Çalışanlara bağırma,
- Çalışanların sözünü kesme,
- Dinlememe,
- Küçümseyici veya aşağılayıcı sözler söyleme,
- Alaycı yorumlarda bulunma, zorlayıcı sorular sorma,
- Çalışanlardan aşırı veya mantıksız taleplerde bulunma,
- Kaba ve saygısız bir şekilde davranma,
- Çalışanın yeterliliğini sorgulama,
- Çalışanları görmezden gelme,
- Bir yetkiliyle veya müdürle konuşmak isteme,
- Başkalarının isteklerini görmezden gelme,
- Kapıları çarpma,
- Talimatları görmezden gelme,
- Profesyonellikten uzak terimler (abla, abi, bacı, vb.) kullanma.

Son yıllarda ilgili alanyazında müşterilerle ilişkili olumsuz davranışlara odaklanan çalışmalarda yer alan çok sayıda farklı terim; müşterilerden çalışanlara yönelik çeşitli olumsuz davranışları tanımlamak için kullanılmış ve birbirleriyle ilişkilendirilmiştir (McWilliams, 2017, s. 50). Kullanılan terimler arasında; “sapkın/anormal davranış” (Mills & Bonoma, 1979), “kötü muamele” (Skarlicki vd., 2008; Wang vd., 2011; Koopmann vd., 2015; Baranik vd., 2017; Hu vd., 2017; Garcia vd., 2019; Park & Kim, 2020), “işlevsiz davranış” (Harris & Reynolds, 2003; Fisk vd., 2010), “normatif olmayan davranış” (Grove vd., 1989) (aktaran; Fisk vd., 2010), “kötü niyetli davranış (jay-customer)” (Lovelock, 1994) (aktaran; Harris & Reynolds, 2004), “uygunsuz davranış” (Strutton vd., 1994), “etik olmayan davranış” (van Kenhove vd., 2003) sayılabilir. Terimlerin bu kadar çeşitli ve farklı olması, bu fenomeni araştıranların bakış açılarının ve pozisyonlarının çeşitliliğini de yansıtmaktadır (Harris & Reynolds, 2004, s. 340). Hangi kavramla açıklanırsa açıklansın, bu kavramların hemfikir olduğu nokta, çalışmada rahatsızlığa neden olan bir tür olumsuz müşteri davranışı olmasıdır (McWilliams, 2017, s. 50).

Taciz veya şiddet gibi saldırgan işyeri davranışlarıyla karşılaştırıldığında, müşteri nezaketsizliğinin daha düşük yoğunlukta olduğu, ancak kronik doğası nedeniyle çalışanların iş hayatında daha yaygın bir stres kaynağı olduğu ifade edilmektedir (McWilliams, 2017, s. 51). Örneğin, müşterinin teşekkür etmeyi ihmal etmesi veya cep telefonuyla konuşması küçük sorunlar gibi görünebilmekte, ancak zaman içinde kişinin refahı üzerinde ciddi bir etkiye sahip olabilmektedir (Sliter vd., 2010, s. 469). Müşteriler tarafından nezaketsiz davranışlara maruz kalan çalışanlar, büyük çoğunlukla hissettikleri olumsuz duyguları bastırmaya ve gizlemeye çalışmakta, mutlu bir surat ifadesi takınarak ve gülümseyerek hizmet etmeye çalışmaktadır

(Harris & Reynolds, 2003, s. 150; Hur vd., 2014, s. 398; Garcia vd., 2019, s. 204; Gaucher & Chebat, 2019, s. 2).

Nezaketsiz davranışlar, çalışanlarda bir takım duygusal ve psikolojik açıdan olumsuz çıktılara sebebiyet verebilmektedir. Bu çıktılardan en önemlisi ve en belirginini çalışanın yaşadığı strestir (Dormann & Zapf, 2004; Fisk vd., 2010; Kim vd., 2014; Sliter vd., 2012; Hu vd., 2017; Boukis vd., 2020), Müşteri nezaketsizliği ayrıca hem fiziksel (Hershcovis & Barling, 2010; Sliter vd., 2011), hem de psikolojik (Harris & Reynolds, 2003, s. 149; Arnold & Walsh, 2015) açıdan sağlık sorunlarına neden olabilmektedir. Bunlara ek olarak nezaketsizlik, çalışanda öfke duygusunun artmasına neden olmakta, dahası üzüntü, korku, hayal kırıklığı, kırgınlık, incinme, suçluluk ve utanç gibi bir dizi başka olumsuz duyguları da beraberinde getirmektedir (Harris & Reynolds, 2003, s. 150; Koopmann vd., 2015, s. 38; Roter, 2018, s. 22; Başer Hüner, 2019, s. 9; Garcia vd., 2019, s. 204). Nezaketsiz davranışlar çalışanlarda çeşitli davranışsal tepkilere de neden olabilmektedir. Walker vd. (2014), bir çalışanın; müşterinin nezaketsizliğine karşılık olarak müşteriye kaba veya saygısız davranarak yanıt verme davranışı gösterebileceğini ifade etmektedir. Benzer şekilde Kim & Qu (2019), özellikle müşteri nezaketsizliği nedeniyle tükenmişlik yaşayan çalışanların; nezaketsiz davranışlar karşısında hem müşterilerine hem de iş arkadaşlarına karşı kaba davranma eğiliminde olduklarını tespit etmiştir. Nezaketsizliğin sarmal etkisi nedeniyle çalışanlar, karşılaştıkları olumsuz davranışlar karşısında “kısasa kısas” ilkesi dahilinde “misilleme” veya “ödeşme” yoluyla benzer tepkiyi gösterebilmektedir (Groth & Grandey, 2012; Wen, 2018, s. 10). Kimi zamansa çalışanlar daha da sert tepkilerde bulunabilmektedir. Örneğin, Bedi (2011) çalışanların, nezaketsiz müşterilere karşı intikam alma duygularının ağır bastığını ve hatta bu davranışta bilfiil bulduklarını belirlemiştir.

Çalışanların nezaketsiz davranışlar karşısında gösterdikleri tepkilerden bir diğeri ise sabotaj olarak ifade edilen davranış biçimidir. Çalışanlar, hizmeti sunmayı reddetmek, hizmeti geciktirmek, hizmeti bozmak veya ürüne zarar vermek, ilişkileri zedelemek, müşteriye yanlış yönlendirmek veya müşteri taleplerini gerçekleştirmek için gereğinden fazla zaman ayırmak gibi müşteriye, işletmeye veya iş arkadaşlarına yönelik çeşitli tepkisel davranışlarda bulunabilmektedir (Skarlicki vd., 2008, s. 1335; Wang vd., 2011; Shepard, 2018, s. 17). Skarlicki vd. (2008) belirttiğine göre bu davranışlar genellikle çalışanların haksızlığa uğradıklarını ve bu durumun adaletsizlik olduğunu düşündüklerinde veya hissettiklerinde ortaya çıkmaktadır. Nitekim müşteri nezaketsizliği çalışanlar tarafından haksızlık olarak algılanmaktadır (Koopmann vd., 2015, s. 35; Amarnani, 2016, s. 7).

Müşteri nezaketsizliği çalışanlar açısından hem duygusal hem de davranışsal birtakım olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu konuda turizm sektörü alanında yapılmış pek çok çalışma, müşteriler tarafından maruz kalınan ve nezaketsizlik olarak ifade edilen kaba ve olumsuz davranışları çeşitli değişkenlerle ilişkilendirerek sonuçları üzerine odaklanmıştır. Müşteri nezaketsizliğinin tespit edilmiş en yaygın olumsuz sonucu duygusal tükenmişliktir (Dormann & Zapf, 2004; Cho vd., 2016; Hu vd., 2017; Alola vd., 2019; Gaucher & Chebat, 2019; Kim & Qu, 2019). Müşteri nezaketsizliği ayrıca çalışanın iş tatmininin düşmesine neden olmaktadır (Wilson & Holmval, 2013; Kim vd., 2014) Park (2014) olumsuz müşteri davranışlarının, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışını olumsuz etkilediğini belirlemiştir. Organizasyonel açıdan ele alındığında müşteri nezaketsizliği çalışanlarda işten ayrılma niyetini beslemekte (Han vd., 2016, s. 97; Alola vd., 2019), çalışanların işe devamsızlıklarını ve işe geç kalma oranlarını arttırmakta (Boukis vd., 2020), iş performansı ve iş veriminde ise azalışa neden olmaktadır (Cho vd., 2016). Müşteri nezaketsizliği ayrıca çalışanlarda yaratıcılığı azaltabilmektedir (Boukis vd., 2020).

Sonuç olarak müşteri nezaketsizliği, çalışanlar ile müşterilerin yoğun iletişim içerisinde bulunduğu (Sliter vd., 2012) hizmet sektörü için önemli bir sorundur. Çünkü karşılaşılan nezaketsiz davranışlar çalışanların motivasyonlarını kaybetmelerine, düşük performans göstermelerine, işe ve örgüte olan bağlılıklarının azalmasına, sadakatlerini yitirmelerine, işten ayrılma niyeti göstermelerine (Aydın & Tezgel Çoban, 2020, s. 50) ve duygusal tükenmişlik yaşamalarına (Dormann & Zapf, 2004) sebep olabilmektedir. Bu nedenle müşteri nezaketsizliği olgusunun, iş ve hizmet kalitesini etkilediği göz önüne alındığında dikkate alınması gereken önemli hususlardan biri olduğu görülmektedir. Turizm sektörünün yapı taşlarından olan ve turistlerle birebir iletişim ve etkileşim içinde olan turist rehberleri de turları esnasında bu türden nezaketsiz davranışlara maruz kalabilmektedir. Turist rehberlerinin turistlerle etkileşimi bağlamında olgu, “turist nezaketsizliği” adı altında ele alınmıştır.



### 3. Yöntem

Bu çalışmada, turist rehberlerinin karşılaştığı nezaketsiz davranışların belirlenmesi ve rehberlerin bu davranışlar karşısında neler hissettiklerinin ve bu davranışlara nasıl tepki gösterdiklerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıda yer alan sorulara cevap aranmıştır:

1. Turist rehberlerinin karşılaştığı nezaketsiz davranışlar nelerdir?
2. Turist rehberleri nezaketsiz davranışlar karşısında ne hissetmektedir?
3. Turist rehberleri nezaketsiz davranışlara nasıl tepki vermektedir?
4. Turistlerin sergilediği nezaketsiz davranışlar turun akışını nasıl etkilemektedir?

Araştırmanın amacı doğrultusunda mevcut durumun ortaya çıkarılması için nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiş ve durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum çalışması; sınırlı bir sistemi derinlemesine betimleyen ve inceleyen (Merriam, 2015), nasıl ve neden sorularını temel alan bir araştırma yöntemidir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 289). Durum çalışmaları; gerçek ortamda neler olduğunu tespit etme, sistematik bir şekilde verileri toplama, analiz etme ve sonuçları ortaya koyma yoludur (Davey, 2009).

#### 3.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ruhsatnamesine sahip olan ve mesleği icra eden eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yönteminin tercih edildiği çalışmada, 15 Eylül- 15 Aralık 2021 tarihleri arasında 44 turist rehberi ile görüşülmüştür. Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce araştırmanın bilimsel etik kurallara uygunluğu için, Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu'nun 16.03.2020 tarihli ve 2020/2 sayılı toplantısında etik kurul onayı alınmıştır. Lincoln & Guba (1985, s. 222) amaçlı örnekleme yönteminde, örneklem büyüklüğünün hesaplanması hususunda çalışmada elde edilen bilgilerin göz önünde bulundurulması ve örneklem seçiminde, örneklem grubundan yeni bir bilgi alınamadığında veri toplamaya son verilmesi gerektiğini belirtmektedir (Aktaran Merriam, 2015, s. 79). Bu bilgiler doğrultusunda veriler tekrara düşmeye başladığında sonlandırılmıştır.

#### 3.2. Veri Toplama Yöntemi

Yarı yapılandırılmış görüşme formu, araştırmanın amacına ve araştırma sorularına uygun olarak hazırlanmıştır. Soruların anlaşılabilir olmasına ve sorularda yönlendirici ifadeler olmamasına özen gösterilmiştir. Alanyazın taraması sonrasında, araştırma amacına uygun olarak hazırlanan görüşme soruları, turizm rehberliği alanında bilimsel çalışmaları bulunan beş alan uzmanının görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Veriler, telefon aracılığıyla gerçekleşen görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Katılımcıların izinleri doğrultusunda ses kaydı alınmıştır. Görüşme formunda cinsiyet, yaş ve medeni durum gibi demografik soruların yanı sıra aşağıda yer alan açık uçlu sorular da yer almaktadır.

1. Tura çıktığınız turist gruplarının milliyetleri nelerdir?
2. Mesleki tecrübeniz süresince hangi turist nezaketsizliği içeren davranışlarla karşılaştınız? Turist grubunun milliyetini de yazarak anlatır mısınız?
3. Nezaketsiz davranış karşısında neler hissettiniz?
4. Nezaketsiz davranış karşısında nasıl bir tepki gösterdiniz?
5. Gösterdiğiniz tepkinin sonucunda turistte nasıl bir davranış değişikliği meydana geldi?
6. Nezaketsiz davranış, grup uyumunu ve tur akışını etkiledi mi? Etkilediyse nasıl bir etkisi oldu?

#### 3.3. Verilerin Analizi

Öncelikle yapılan telefon görüşmeleri deşifre edilmiş ve veriler analize hazır hale getirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler tematik analiz ile analiz edilmiştir. Verilerin içinde tema ve örüntüler bulmak amacıyla analitik tekniklere odaklanılan tematik analizde, “olaydan olaya, ortamdaki ortama ya da durumdan duruma değişen kodlarla kategorilerin ya da tematik düşüncelerin nasıl temsil edildiği” ortaya çıkarılabilmektedir (Glesne, 2015, s. 259). Au (2007, s. 259) bu analiz yönteminde verilerden temaların oluşturulduğunu, verilerin eleştirel bir şekilde sentezlendiğini ve yorumlandığını ifade etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, oluşturulan temalar doğrultusunda açık kodlama yapılarak kategoriler belirlenmiş, uygun temalar altına yerleştirilmiştir. Güvenilirlik ve geçerlik, tüm araştırmalarda kavramsal

çerçeve oluşturulmasından, verilerin analiz edilip yorumlanmasına kadar her aşamayı ilgilendiren konulardır. Nitel araştırmalarda güvenilirlik, bulguların tekrar elde edilme konusu değil, toplanan veriler ile sonuçların tutarlı olması ile sağlanmaktadır. Nitel araştırmalarda iç geçerliliğin sağlanabilmesi için uzman incelemesi yapılmakta, dış geçerliliğin sağlanabilmesi için ise araştırma, okuyucu açısından düşünülüp ele alınmaktadır (Merriam, 2015, s. 200-218). Araştırmada toplanan verilerin tutarlılığı için veriler tüm araştırmacılar tarafından birlikte kodlanmış, sonuçlar tartışılmış ve uzlaşmaya varılmıştır. Araştırmanın iç geçerliliği uzman görüşüne başvurulmuş, dış geçerliliği ise okuyucuların anlayacağı bir biçimde verilerek tema ve kodların anlaşılmasıyla sağlanmıştır.

#### 4. Bulgular

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de sunulmuştur. Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan turist rehberlerinin %70,5’inin erkeklerden, %29,5’inin ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Medeni durumlarına göre ise katılımcıların %63,6’sının bekar %36,4’ünün ise evli olduğu belirlenmiştir. Yaş dağılımlarına bakıldığında, katılımcıların %75 oranı ile 26-35 yaş aralığında ve %11,4 oranı ile 46 yaş ve üstünde yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin mesleki tecrübe sürelerine göre dağılımlarına bakıldığında ise, katılımcıların büyük çoğunluğunun %40,9 oranı ile 1-5 yıl arası, %36,5 oranı ile 6-10 yıl arası deneyime sahip olduğu ve tecrübeli rehberlerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Turist Rehberlerinin Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Mesleki Tecrübe Süresi</b>		
Kadın	13	29,5	1 yıldan az	3	6,8
Erkek	31	70,5	1-5 yıl arası	18	40,9
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	6-10 yıl arası	16	36,5
<b>Medeni Durum</b>			11-15 yıl arası	2	4,5
Bekar	28	63,6	16-20 yıl arası	2	4,5
Evli	16	36,4	21 yıl ve üzeri	3	6,8
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>					
25 yaş ve altı	3	6,8			
26-35 yaş arası	33	75			
36-45 yaş arası	3	6,8			
46 yaş ve üstü	5	11,4			
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>			

Tablo 2’de turist rehberlerinin tura çıktıkları grupların milliyetlerine ilişkin frekans değerleri sunulmuştur. Bu verilere göre turist rehberlerinin ağırlıklı olarak tur gerçekleştirdikleri grupların %22,9’unun Türk, %6,7’sinin Hintli, %6,7’sinin İngiliz, %5,7’sinin Çinli, %5,7’sinin Amerikalı ve %5,7’sinin Avustralyalı olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Turist Rehberlerinin Tura Çıktıkları Grupların Milliyetlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
<b>*Tura Çıktılan Grubun Milliyeti</b>					
Türk	24	22,9	Romen	2	1,9
Hintli	7	6,7	Taylandlı	2	1,9
İngiliz	7	6,7	Tayvanlı	2	1,9
Avustralyalı	6	5,7	Japon	2	1,9
Çinli	6	5,7	Çek	1	1
Amerikalı	6	5,7	Filipinli	1	1
Alman	4	3,8	Hırvat	1	1
Malezyalı	4	3,8	Latin	1	1
Kanadalı	3	2,9	Hollandalı	1	1
Endonezyalı	3	2,9	Pakistanlı	1	1
Rus	3	2,9	Sırp	1	1

Koreli	3	2,9	Singapurlu	1	1
Arap	1	1	Slovak	1	1
Macar	2	1,9	Ukraynalı	1	1
Brezilyalı	2	1,9	Yeni Zelandalı	1	1
İspanyol	2	1,9	Lübnanlı	1	1
İtalyan	2	1,9	<b>Toplam</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

*\*Bu soruda birden fazla cevap verilebildiğinden dolayı toplam "n değeri" 44'den fazladır.*

Tablo 3'te görüldüğü üzere turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının altında "bilgi ve anlatıma yönelik nezaketsiz davranışlar", "tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar", "üstünlük sağlamaya yönelik nezaketsiz davranışlar", "düşmanca nezaketsiz davranışlar", "gerçeği yansıtmayan nezaketsiz davranışlar" ve "mahremiyete yönelik nezaketsiz davranışlar" olmak üzere 6 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin toplam 35 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 3'te turist rehberine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 111'dir.

Bilgi ve anlatıma yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 8 kod belirlenmiştir. 29 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %26,1'ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin "dinlememek (10), sözünü kesmek (7), bilgisini küçümsemek (3) ve bilgisini sınamak (3)" olduğu görülmüştür. Tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 5 kod belirlenmiştir. 17 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %15,3'ünü oluşturmaktadır. Tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması içerisindeki "uyarıları dikkate almamak (11) ve turu yönetmeye çalışmak (3)" ifadeleri en sık tekrarlanandır. Üstünlük sağlamaya yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 9 kod belirlenmiştir. 33 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %29,7'sini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin "satın almış gibi davranmak (12), egolu davranmak (5) ve küçümseyici söz ve davranışlarda bulunmak (5)" olduğu görülmüştür. Düşmanca nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 17 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %15,3'ünü oluşturmaktadır. Düşmanca nezaketsiz davranışlar alt teması içerisindeki "hakaret etmek (4) ve ulusal hassasiyet içeren konularda tahrik edici söylemlerde bulunmak (4)" ifadeleri en sık tekrarlanandır.

Gerçeği yansıtmayan nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 4 kod belirlenmiştir. 10 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %,9'unu oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin "haksız yere suçlamak (5), kendi kabahatini rehberin üzerine atmak (2) ve nedensiz olarak beğenmemek (2)" olduğu görülmüştür. Mahremiyete yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 2 kod belirlenmiştir. 5 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %4,5'ini oluşturmaktadır. Mahremiyete yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması içerisindeki "kişisel alanına saygı duymamak (4)" ifadesi en sık tekrarlanandır.

Turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlanan "rehberi satın almış gibi davranmak" kodu olduğu, 12 kez tekrarlandığı ve üstünlük sağlamaya yönelik nezaketsiz davranışlar alt temasının %10,8'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar alt temasında %9,9 oranıyla "uyarıları dikkate almamak" ve bilgi ve anlatıma yönelik nezaketsiz davranışlar alt temasında %9 oranıyla "dinlememek" kodları izlemektedir.

**Tablo 3.** Turist Rehberlerine Yönelik Sergilenen Nezaketsiz Davranışlara İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%	
<b>TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK NEZAKETSİZ DAVRANIŞLAR</b>	<b>Bilgi ve Anlatıma Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Anlatılanı dinlememek	10	9	
		Sözünü kesmek	7	6,3	
		Bilgisini küçümsemek	3	2,7	
		Bilgisini sınamak	3	2,7	
		Her şeyi biliyormuş gibi davranmak	2	1,8	
		Başka rehberlerle kıyaslamak	2	1,8	
		İyi anlatımları bile eleştirmek	1	0,9	
		Anlatım esnasında yok saymak	1	0,9	
		<b>Tur Yönetimine Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Uyarıları dikkate almamak	11	9,9
			Turu yönetmeye çalışmak	3	2,7
	Dikkat dağıtmak		1	0,9	
	Ayrıcalıklı davranılmasını beklemek		1	0,9	
	Mikrofonu ele geçirmeye çalışmak		1	0,9	
	Rehberi satın almış gibi davranmak		12	10,8	
	<b>Üstünlük Sağlamaya Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Egolu davranmak	5	4,5	
		Küçümseyici söz ve davranışlarda bulunmak	5	4,5	
		Ukala davranışlar sergilemek	4	3,6	
		Dalga geçmek	2	1,8	
		Yetersiz hissettirmesini sağlamaya çalışmak	2	1,8	
		Değersiz davranmak	1	0,9	
		Kendini üstün görmek	1	0,9	
		Mesleği küçümseyici bir tavır takınmak	1	0,9	
		<b>Düşmanca Nezaketsiz Davranışlar</b>	Hakaret etmek	4	3,6
			Ulusal hassasiyet içeren konularda tahrik edici söylemlerde bulunmak	4	3,6
	Emir vererek konuşmak		3	2,7	
	Üzerine yürümek/itmek		2	1,8	
	Sesini yükseltmek		2	1,8	
	Kaba bir üslupla konuşmak		1	0,9	
	Tartışmak		1	0,9	
	Haksız yere suçlamak		5	4,5	
	<b>Gerçeği Yansıtmayan Nezaketsiz Davranışlar</b>	Kendi kabahatini rehberin üzerine atmak	2	1,8	
		Nedensiz olarak beğenmemek	2	1,8	
Asılsız şikayetler uydurmak		1	0,9		
<b>Mahremiyete Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Kişisel alanına saygı duymamak	4	3,6		
	Fiziki özellikleri ile alay etmek	1	0,9		
		<b>Toplam</b>	<b>111</b>	<b>100</b>	

Tablo 4'te turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar sergileyen grupların milliyetlerine ilişkin frekans değerleri sunulmuştur. Bu verilere göre turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlarda bulunan turistlerin %45'inin Türk, %21,7'sinin Hintli, %5'inin Pakistanlı ve %5'inin Çinli olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Turist Rehberlerine Yönelik Nezaketsiz Davranışlar Sergileyen Grupların Milliyetlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
Türk	27	45	Slovak	1	1,7
Hintli	13	21,7	İspanyol	1	1,7
Pakistan	3	5	İsraili	1	1,7
Çinli	3	5	Arap	1	1,7
İngiliz	2	3,3	Bangladeşli	1	1,7
Fransız	1	1,7	Amerikalı	1	1,7
Çek	1	1,7	İtalyan	1	1,7
Hollandalı	1	1,7	Lübnanlı	1	1,7
Nepalli	1	1,7	<b>Toplam</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tablo 5'te turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin hissettiklerine ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin hissiyatları ana teması ile ilgili 15 kod belirlenmiştir. 57 kere tekrarlanmış olan bu ana tema içerisinde en sık tekrarlanan ifadelerin “sinir bozukluğu (10), moral bozukluğu (7) üzüntü (6), öfke (6), hayal kırıklığı (4) ve meslekten soğuma (4)” olduğu görülmüştür.

**Tablo 5.** Turist Nezaketsizliği Karşısında Turist Rehberlerinin Hislerine İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	n	%
<b>TURİST NEZAKETSİZLİĞİ KARŞISINDA TURİST REHBERLERİNİN HİSSİYATLARI</b>	Sinir bozukluğu	10	17,5
	Moral bozukluğu	7	12,3
	Öfke	6	10,5
	Üzüntü	6	10,5
	Hayal kırıklığı	4	7
	Meslekten soğuma	4	7
	Stresli	3	5,3
	Yetersiz ve tecrübesiz	3	5,3
	Yok sayılma	3	5,3
	Şaşkınlık	2	3,5
	Umutsuzluk	2	3,5
	Bıkkınlık	2	3,5
	Çaresizlik	2	3,5
	Huzursuzluk	2	3,5
	Kırgınlık	1	1,8
<b>Toplam</b>		<b>57</b>	<b>100</b>

Turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının altında “turiste yansıtılan tepkiler ve turiste yansıtılmayan tepkiler” olmak üzere 2 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin toplam 25 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 6’da turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 83’tür.

Turiste yansıtılan tepkiler alt teması ile ilgili 18 kod belirlenmiştir. 58 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının %69,7’sini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “nazikçe uyarmak (11), sert bir dille uyarmak (8), yanlış bildikleri şeyin doğrusunu anlatmak (6) ve nazikçe sözlü olarak cevap vermek (6)” olduğu görülmüştür. Turiste yansıtılmayan tepkiler alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 25 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının %30,3’ünü oluşturmaktadır. Turiste yansıtılmayan tepkiler alt teması içerisindeki “umursamamak (8), soğukkanlı davranmak (7) ve tepkisiz kalmak (6)” ifadeleri en sık tekrarlanandır.

Turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlananın “nazikçe uyarmak” kodu olduğu, 11 kez tekrarlandığı ve turiste yansıtılan tepkiler alt temasının %13,3’ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla turiste yansıtılan tepkiler alt temasında %9,6 oranıyla “sert bir dille uyarmak”, turiste yansıtılmayan tepkiler alt temasında %9,6 oranıyla “umursamamak” ve %8,4 oranıyla “soğukkanlı davranmak” kodları izlemektedir.

**Tablo 6.** Turist Nezaketsizliği Karşısında Turist Rehberlerinin Gösterdikleri Tepkilere İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%	
<b>TURİST NEZAKETSİZLİĞİ KARŞISINDA TURİST REHBERLERİNİN GÖSTERDİKLERİ TEPKİLER</b>	<b>Turiste Yansıtılan Tepkiler</b>	Nazikçe uyarmak	11	13,3	
		Sert bir dille uyarmak	8	9,6	
		Yanlış bildikleri şeyin doğrusunu anlatmak	6	7,2	
		Nazikçe sözlü olarak cevap vermek	6	7,2	
		Aynı davranış şekliyle karşılık vermek	4	4,8	
		Sorunun kaynağını öğrenmeye çalışmak	3	3,6	
		Turistle iletişimi kesmek	2	2,4	
		Turun liderinin kim olduğunu hatırlatmak	2	2,4	
		Yanlışını anlaması için diğer misafirleri yanına çekmek	2	2,4	
		Nazikçe yaptığını yüzüne vurmak	2	2,4	
		Aynı davranışları sergilemesi halinde gruptan atmak ile tehdit etmek	2	2,4	
		Beden dili ile karşılık vermek	2	2,4	
		Gruptan özür dilemesini sağlamak	2	2,4	
		Misafiri sakinleştirmeye çalışmak	2	2,4	
	Nazikçe istekleri geri çevirmek	1	1,2		
	Seyahat acentası ile görüşüp turu bırakmak	1	1,2		
	Sürelelere uymayan grup üyelerini depar yerinde bırakmak	1	1,2		
	Tartışma sonucu ağlamak	1	1,2		
	Umursamamak	8	9,6		
	Soğukkanlı davranmak	7	8,4		
	Tepkisiz kalmak	6	7,2		
	Anlayışlı davranmak	1	1,2		
	Ortamdan uzaklaşmak	1	1,2		
	Sabır göstermek	1	1,2		
	Sinirlenip belli etmemek	1	1,2		
	<b>Toplam</b>			<b>83</b>	<b>100</b>
		<b>Turiste Yansıtılmayan Tepkiler</b>			

Tablo 7’de görüldüğü üzere turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının altında “olumlu değişiklikler, olumsuz değişiklikler ve yön belirtmeyen değişiklikler” olmak üzere 3 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda Turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin toplam 14 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 7’de turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 61’dir.

Olumlu değişiklikler alt teması ile ilgili 4 kod belirlenmiştir. 25 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının %41’ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “kabahatini anlayıp özenli davranmak (12) ve hatasının farkına varıp özür dilemek (6)” olduğu görülmüştür. Olumsuz değişiklikler alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 29 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, Turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının %47,4’ünü oluşturmaktadır. Olumsuz değişiklikler alt teması içerisindeki “aynı davranışa devam etmek (18), rehberine tavır almak (3) ve rehberi acentaya şikayet etmek (3)” ifadeleri en sık tekrarlanandır. Yön belirtmeyen değişiklikler alt teması ile ilgili 3 kod belirlenmiştir. 7 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının %11,5’ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “susmak (4) ve modu düşmek (2)” olduğu görülmüştür.

Turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlananın “aynı davranışa devam etmek” kodu olduğu, 18 kez tekrarlandığı ve olumsuz değişiklikler alt temasının %29,5’ini oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla olumlu değişiklikler alt temasında %19,7 oranıyla “kabahatini anlayıp özenli davranmak” ve %9,8 oranıyla “hatasının farkına varıp özür dilemek” kodları izlemektedir.

**Tablo 7.** Turist Rehberlerinin Tepkileri Sonrasında Turistlerde Görülen Davranış Değişikliğine İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%
<b>TURİST REHBERLERİNİN TEPKİLERİ SONRASI TURİSTLERDEKİ DAVRANIŞ DEĞİŞİKLİĞİ</b>	<b>Olumlu Değişiklikler</b>	Kabahatini anlayıp özenli davranmak	12	19,7
		Hatasının farkına varıp özür dilemek	6	9,8
		Sakinleşmek	5	8,2
		Daha dikkatli dinlemek	2	3,3
	<b>Olumsuz Değişiklikler</b>	Aynı davranışa devam etmek	18	29,5
		Rehberle tavır almak	3	4,9
		Rehberi acentaya şikayet etmek	3	4,9
		Suratı asık bir şekilde gezmek	2	3,3
		Üste çıkmaya çalışmak	1	1,6
		Gönülsüz dinlemek	1	1,6
		Yapılan toplu etkinliklere katılmamak	1	1,6
	<b>Yön Belirtmeyen Değişiklikler</b>	Susmak	4	6,6
		Modu düşmek	2	3,3
		Suçluluk psikolojisi hissetmek	1	1,6
			<b>Toplam</b>	<b>61</b>

Tablo 8’de turist nezaketsizliğinin grup uyumunu ve tur akışını etkileme durumuna ilişkin frekans değerleri sunulmuştur. Bu verilere göre turist rehberlerinin %68,2’si turist nezaketsizliklerinin grup uyumunu ve tur akışını etkilediğini %31,8’i ise nezaketsiz davranışların tur programını etkilemediğini ifade etmiştir.

**Tablo 8:** Turist Nezaketsizliğinin Grup Uyumunu ve Tur Akışını Etkileme Durumuna İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%
Evet	30	68,2
Hayır	14	31,8
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Tablo 9’da görüldüğü üzere turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkileri ana temasının altında “grubun uyumuna yönelik etkisi ve turun akışına yönelik etkisi” olmak üzere 2 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin toplam 13 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 9’da turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 43’tür.

Grubun uyumuna yönelik etkisi alt teması ile ilgili 6 kod belirlenmiştir. 21 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkileri ana temasının %48,8’ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “grup üyelerinin moralinin bozulması (7) ve grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi (6)” olduğu görülmüştür. Turun akışına yönelik etkisi alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 22 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının %51,2’sini oluşturmaktadır. Turun akışına yönelik etkisi alt teması içerisindeki “rehberin modunun düşmesi (7), grup üyelerinin turist rehberine destek olması (6) ve tur ahenginin bozulması (6)” ifadeleri en sık tekrarlanandır.

Turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlananın “grup üyelerinin moralinin bozulması” ve “rehberin modunun düşmesi” kodları olduğu, 7 kez tekrarlandığı ve grubun uyumuna yönelik etkisi ve turun akışına yönelik etkisi alt temalarının %16,3’ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla grubun uyumuna yönelik etkisi alt temasında %14 oranıyla “grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi” ve %11,6 oranıyla “grup üyelerinin huzurunun bozulması” kodları izlemektedir.

**Tablo 9.** Turist Nezaketsizliğinin Grup Uyumuna ve Tur Akışına Yönelik Etkilerine İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%
<b>TURİST NEZAKETSİZLİĞİN İN GRUP UYUMUNA VE TUR AKIŞINA YÖNELİK ETKİLERİ</b>	<b>Grubun Uyumuna Yönelik Etkisi</b>	Grup üyelerinin moralinin bozulması	7	16,3
		Grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi	6	14
		Grup üyelerinin huzurunun bozulması	5	11,6
		Grup üyelerinin o kişiyi ikna etmeye çalışması	1	2,3
		Grup üyelerinin saygı çerçevesinde kalmak için daha özenli davranması	1	2,3
	<b>Turun Akışına Yönelik Etkisi</b>	Grup üyelerinin de nezaketsiz davranışlar sergilemeye başlaması	1	2,3
		Rehberin modunun düşmesi	7	16,3
		Tur ahenginin bozulması	4	9,3
		Grup üyelerinin turist rehberine destek olması	4	9,3
		Tur programının aksaması	3	7
		Rehberin anlatımı yüzeysel yapması	2	4,7
		Rehber değişikliği yapılması	1	2,3
		Grup üyelerinin turu sabote etmesi	1	2,3
		<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

### 5. Sonuç ve Öneriler

Müşteriler ile birebir iletişimin yoğun yaşandığı turizm sektöründe, turizm çalışanları; müşteri nezaketsizliği ile sık sık karşı karşıya kalmaktadır. Sektörün önemli çalışanlarından biri olan turist rehberleri de turları esnasında nezaketsiz davranışlara maruz kalabilmektedir. Çalışma hayatını olumsuz yönde etkileyen nezaketsiz davranışlar, diğer turizm çalışanlarını olduğu gibi turist rehberlerini de olumsuz yönde etkileyebilmekte, rehberlerde performans düşüklüğüne ve motivasyon kaybına sebep olabilmektedir. Bu nedenle turist nezaketsizliğinin, tur kalitesini olumsuz yönde etkilediği göz önüne alındığında, dikkate alınması gereken önemli hususlardan biri olduğu görülebilmektedir. Turist nezaketsizliği sorunu, turist rehberliği mesleği için önem arz eden bir konu olmasına karşın alanyazında turizm sektörü çalışanları bağlamında ele alınmış ancak turist rehberleri nezdinde konuyu ele alan uygulamalı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple araştırmada elde edilen sonuçlar, alanyazında turizm çalışanları üzerine yapılan uygulamalı çalışmaların sonuçları ile desteklenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında araştırmaya katılan turist rehberlerinin en fazla karşılaştıkları nezaketsiz davranışların; rehberi satın almış gibi davranmak, rehberin uyarılarını dikkate almamak, rehberi dinlememek ve rehberin sözünü kesmek olduğu tespit edilmiştir. Torres vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada, nezaketsiz davranışlar kapsamında müşterilerin aşağılayıcı yorumlarda bulunduğu, öfkelenildiği, sözlü saldırılarda bulunduğu, küçümseyici davranışlar sergilediği dile getirilmektedir. Bu bağlamda araştırma sonuçlarının benzerlik gösterdiği görülmektedir. Araştırmaya katılan turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar sergileyen grupların milliyetlerinin çoğunlukla Türk, Hintli, Pakistanlı ve Çinli olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların ağırlıklı olarak tur gerçekleştirdikleri grupların milliyetlerinin de Türk, Hintli, İngiliz, Çinli, Amerikalı ve Avustralyalı olduğu görülmektedir. Bu noktada araştırmaya katılan turist rehberlerinin yoğunlukla tur gerçekleştirdiği milliyetler ile nezaketsiz davranış sergileyen milliyetlerin benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ancak nezaketsiz davranışlar sergileyen grupların tekrarlanma sıklıkları ve tur gerçekleştirilen grupların milliyetleri karşılaştırıldığında, turist rehberlerinin; daha çok yerli turistler (iç pazar) ile gerçekleştirilen turlarda nezaketsiz davranışlara maruz kaldıkları dikkat çekmektedir.

Nezaketsiz davranışlara maruz kalan turist rehberlerinin bu davranışlar karşısında sinir bozukluğu, moral bozukluğu, üzüntü, öfke ve hayal kırıklığı yaşadığı; ayrıca meslekten soğuma duygusuna kapıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda turist rehberlerinin müşteri nezaketsizliği nedeniyle duygusal olarak yıprandığı ve bu durumun rehberlerin performansını ve hizmet kalitesini olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. Torres vd. (2017) müşteri nezaketsizliğine maruz kalan çalışanların daha stresli oldukları, hayal kırıklığına uğramış ve duygusal olarak tükenmiş hissettikleri sonucuna ulaşmıştır. Nitekim Dallimore vd. (2007) ve Skarlicki vd. (2008) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları da müşteri nezaketsizliği sonucu çalışanların olumsuz duygular hissettiğini doğrulamaktadır. Alola vd. (2019) ise çalışmalarında müşteri nezaketsizliğinin duygusal tükenme ve işten ayrılma niyetini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Sonuçlar, bu



araştırmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir. Diğer yandan Aydın ve Tezgel Çoban (2020) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu durum, bu araştırmanın sonuçlarından olan meslekte soğuma ibaresi ile zıtlık göstermektedir.

Turistlerin nezaketsiz davranışları karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilerin yoğunlukla turistleri nazıkçe uyarmak, turistleri sert bir dille uyarmak, turistleri umursamamak, durum karşısında soğukkanlı davranmak, turistlere yanlış bildikleri şeyin doğrusunu anlatmak, turistlere nazıkçe sözlü olarak cevap vermek ve durum karşısında tepkisiz kalmak yönünde olduğu görülmektedir. Grandey vd. (2004) ve Goussinsky (2011) tarafından yapılan çalışmada müşteri nezaketsizliği ile çalışan saldırganlığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, araştırmanın sonuçlarından biri olan turist rehberlerinin turistleri sert bir dille uyarması bağlamında ilişkilendirilebilir. Torres vd. (2017) çalışmalarında, çalışanların medeni olmayan davranışlara duyarlılığı ile müşteri nezaketsizliği arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacılar, çalışanların çalışanlara olan nezaketsizliğini (işyeri nezaketsizliği) hoşgörü ile karşılamadıklarını, ancak müşterilerin çalışanlara yönelik nezaketsiz davranışlarını hoşgörü ile karşılayabildiklerini dile getirmiştir. Nitekim turist rehberleri tarafından sergilenen turistleri nazıkçe uyarma, durum karşısında soğukkanlı davranma ve turist karşısında tepkisiz kalma davranışlarının nedeni turistleri hoşgörü ile karşılamaktan kaynaklı olduğu ifade edilebilir.

Turist rehberlerinin, turistlere gösterdikleri tepkiler sonrasında turistlerin davranışlarında olumlu, olumsuz ve yön belirtmeyen şekilde birtakım değişikliklerin olduğu tespit edilmiştir. Bu davranışların çoğunlukla aynı davranışı sergilemeye devam etmek, kabahatini anlayıp özenli davranmak, hatasının farkına varıp özür dilemek, susmak, rehberine tavır almak ve rehberi acentaya şikayet etmek şeklinde olduğu belirlenmiştir. Turistlerin nezaketsiz davranışlarını sürdürmeleri, turist rehberlerinin gösterdiği tepki sonrasında aynı davranışları sergilemeleri, kişilerarası sorunlardan çıkarak grup içerisinde huzursuzluğa sebep olabilmektedir. Nitekim araştırma sonucunda da turistlerin nezaketsiz davranışlarının grup uyumunu ve tur akışını etkilediği görülmüştür. Grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerin ise yoğunlukla grup üyelerinin moralinin bozulması, rehberin modunun düşmesi, grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi, grup üyelerinin turist rehberine destek olması ve tur ahenginin bozulması olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, turist nezaketsizliğinin grup uyumunu ve tur akışını olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçları doğrultusunda turist nezaketsizliğine maruz kalan turist rehberlerine, turist rehberi istihdam eden seyahat acentalarına, turist rehberliği eğitimi veren eğitim öğretim kurumlarına, mesleki kurum ve kuruluşlara ilişkin bazı öneriler geliştirilmiştir.

Turist rehberleri turun başarısını ve akışını olumsuz yönde etkilememek adına nezaketsiz davranışlar karşısında sakin ve serinkanlı kalabilmeli ve ülkesini temsil ettiğini unutmamalıdır. Nitekim turist rehberleri, tur yönetimi kapsamında krizi ve stresi yönetebilmeli ve öfke kontrolünü sağlayabilmelidir. Bu noktada turist rehberleri, bu konularda eğitimler almalı ve psikolojik olarak kendilerini rahatlatmak için uzman destekleri almalıdır. Bununla birlikte grup yönetimi bağlamında turist rehberlerinin üstlendikleri birtakım sorumluluklar bulunmaktadır. Tur süresince turist rehberleri, grup uyumunu pekiştirmek için grup üyelerinin birbirini tanımalarına ve kaynaşmasına katkıda bulunmalı ve bu bağlamda ortaya çıkabilecek nezaketsiz davranışların kısmi de olsa önüne geçmeye çalışmalıdır. Ayrıca turist rehberleri, tur gerçekleştireceği grubun milliyetine özgü kültürel özellikler hakkında tur öncesinde bilgi edinmeli ve grubun hassasiyet gösterebileceği durum ve konuların neler olabileceği hakkında fikir sahibi olmalıdır. Böylelikle turist rehberleri, grup içerisinde yaşanabilecek sorunların önüne geçerek nezaketsiz davranışların sergilenmesi ihtimalini de azaltabilir.

Turist rehberlerini istihdam eden seyahat acentaları, turları esnasında turist rehberleri ile sürekli iletişime geçmeli; turda yaşanan sorunlara anlık çözümler üreterek, tur akışının olumsuz yönde etkilenmesinin önüne geçebilmelidir. Bu noktada seyahat acentaları, çalıştıkları turist rehberlerini olumsuz durumlarda desteklemeli ve psikolojik olarak motive etmelidir. Ayrıca seyahat acentaları, turu gerçekleştiren grubun milliyetine özgü kültürel özellikleri göz önünde bulundurarak, bu kültürel özelliklere uyum sağlayabilecek turist rehberlerini tercih etmelidir. Turist rehberi yetiştiren eğitim öğretim kurumlarında, turist rehberlerinin turları esnasında turist kaynaklı yaşayabilecekleri olumsuz durumları (gerginlik, psikolojik yıpranma vb.) kontrol edebilme ve yönetebilmeleri için kriz yönetimi, stres yönetimi,

sorun çözme becerisi gibi konuları kapsayan “Turist Psikolojisi” ve “Turist Rehberi Psikolojisi” isimli dersler müfredatlara dahil edilebilir. TUREB (Turist Rehberleri Birliği) ve meslek odaları, turist rehberlerine hizmetiçi eğitim kapsamında psikoloji, kriz yönetimi, stres yönetimi, öfke kontrolü gibi konularda seminerler düzenleyebilir. Ayrıca kurum bünyesinde turist rehberlerine danışmanlık yapmak üzere psikolog bulundurabilirler.

Gelecekte konuya ilişkin çalışma yapmak isteyen araştırmacılar, bu araştırma kapsamında ortaya çıkan tema ve kodlardan yola çıkarak, müşteri/turist nezaketsizliği konusunda ölçek geliştirme çalışmaları yapabilir. Bunun yanı sıra araştırma konusu olan müşteri nezaketsizliği değişkeni ile işten ayrılma niyeti, duygusal tükenmişlik, işe doyumunu, işe bağlılık gibi değişkenler arasındaki ilişki ve etkileşimler incelenebilir. Araştırma, farklı bir meslek grubu üzerinde (seyahat acentası çalışanları, müze ve örenyeri çalışanları vb.) nitel bir çalışma şeklinde gerçekleştirilebilir.

## 6. Extended Abstract

Tourist guides are tourism workers who communicate with tourists one-to-one due to their profession. The positive attitudes and behaviours of the tour guides towards the group members affect their satisfaction and contribute to the successful conclusion of the tour. In addition to this, during the tour, there are behaviours that the members of the group, as well as the tour guides, are obliged to show towards both each other and the tourist guides. However, due to their personality structure and the influence of the culture they live and have, tourists can sometimes show rude and impolite behavior by violating the rules of respect. These behaviours, which can be expressed as tourist incivility, can create an uneasy environment within the group, disrupt the tour flow, and adversely affect the mood and thus the performance of the tourist guides. At this point, tourist guides can react appropriately to the current situation in order to eliminate rude behaviour and not encounter another negative behaviour. In this context, it is important for tourist guides and tourist guide candidates to know what rude behaviours they may encounter and to develop appropriate behaviours in this direction, for the execution of the profession, the course of the tour, the peace of the group/environment and the success of the tour.

Although there are studies in the literature dealing with customer incivility towards tourism sector employees (Alola et al., 2019; Aydın & Tezgel Çoban, 2020; Cheng et al., 2020; Torres et al., 2017; Ugwu et al., 2021; Wang et al., 2022), no applied research has been found in the national and international literature on tourist guides. For this reason, it is thought that this study will contribute to the literature in terms of theory and practice. Also, it is believed that determining the rude behaviour of tourists towards tourist guides will guide tour guides in group management and tour management. In addition, it is thought that revealing the feelings and reactions of tourist guides after rude behaviour will provide clues to tourist guides and tourist guide candidates about the situations they may encounter during the practice of the profession, and in this regard, it is thought that it will help guides and guide candidates to be more conscious and prepared for the subject.

In this study, it is aimed to determine the uncivil behaviours of tourists towards tourist guides and to reveal how the guides feel and what their reactions are in the face of these behaviours. The universe of the research consists of active tourist guides who have the license of the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey and who practice the profession. In the study, in which the purposeful sampling method was preferred, 44 tourist guides were interviewed between 15 September and 15 December 2021. The semi-structured interview form was prepared in accordance with the purpose of the research and the research questions. Data were collected through telephone interviews. Audio recordings were made with the permission of the participants. The phone calls made were deciphered and the data were made ready for analysis. The data obtained in the research were analyzed with thematic analysis. In the research, open coding was done in line with the themes created, and categories were determined and placed under the appropriate themes.

As a result of the research, it has been determined that the most uncivil behaviours encountered by tourist guides are “pretending to buy the guide”, “ignoring the warnings” and “not listening to what is told” and the guides mostly felt “nervous breakdown”, “depression”, “rage” and “sadness” in the face of these rude behaviours. It was determined that the most frequently repeated reactions of tourist guides to

tourists against uncivil behaviours are “kindly warning”, “warning with a harsh language” and “ignore” and in line with these reactions, the behavioral change seen in tourists is mostly “continuing the same behaviours”, “understanding the fault and acting with care” and “realizing and apologizing for the mistake”. In addition, it was determined that the effects of tourist incivility on group harmony and tour flow were mostly “demoralization of the guide”, “the demoralization of the group members” and “the reaction of the group members to these people”.

**Keywords:** Tourist Guides, Tourist Incivility, Uncivil Behaviours

### Kaynakça

- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avci, T. & Öztüren, A. (2019). Customer incivility and employees' outcomes in the hotel: Testing the mediating role of emotional exhaustion. *Tourism Management Perspectives*, 29, 9-17.
- Amarnani, R. K. (2016). *A self-esteem threat perspective on the downstream customer consequences of customer mistreatment*. Unpublished PhD. thesis, Australian National University.
- Andersson, L. M. & Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review*, 24(3), 452-471.
- Arnold, K. A. & Walsh, M. W. (2015). Customer incivility and employee well-being: testing the moderating effects of meaning, perspective taking and transformational leadership. *Work & Stress*, 29(4), 362-378.
- Aydın, Ş. & Tezgel Çoban, E. (2020). Konaklama işletmelerinde müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerindeki etkisi: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(1), 49-58.
- Baranik, L. E., Wang, M., Gong, Y. & Shi, J. (2017). Customer mistreatment, employee health, and job performance: cognitive rumination and social sharing as mediating mechanisms. *Journal of Management*, 43(4), 1261-1282.
- Başer Hüner, B. (2019). *Customer incivility and turnover intention of bank employees: The moderating role of perceived organizational support and big five personality traits*. Unpublished master's thesis, Middle East Technical University Business Administration, Ankara.
- Bedi, A. (2011). *We appreciate your business, not your abuse: Incivility by customers predicts revenge toward customers*. Unpublished PhD thesis, McMaster University.
- Boukis, A., Christos, K., Daunt, K. L. & Papastathopoulos, A. (2020). Effects of customer incivility on frontline employees and the moderating role of supervisor leadership style. *Tourism Management*, 77, 1-14.
- Cheng, B., Guo, G., Tian, J., & Shaalan, A. (2020). Customer incivility and service sabotage in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1737-1754.
- Cho, M., Bonn, M. A., Han, S. J. & Lee, K. H. (2016). Workplace incivility and its effect upon restaurant frontline service employee emotions and service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2888-2912.
- Dallimore, K., Sparks, B. & Butcher, K. (2007). The influence of angry customer outbursts on service providers' facial displays and affective states. *Journal of Service Research*, 10(1), 78-92.
- Davey, L. (2022). The application of case study evaluations. *Elementary Education Online*, 8(2), 1-3.
- Dormann, C. & Zapf, D. (2004). Customer-related social stressors and burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(1), 61-82.
- Fisk, R., Grove, S., Harris, L. C., Keefe, D., Reynolds, K., Russell-Bennett, R. & Wirtz, J. (2010). Customers behaving badly: A state of the art review, research agenda and implications for practitioners. *Journal of Services Marketing*, 24(6), 417-429.
- Garcia, P. R. J. M., Restubog, S. L. D., Lu, V. N., Amarnani, R. K., Wang, L. & Capezio, A. (2019). Attributions of blame for customer mistreatment: Implications for employees' service performance and customers' negative word of mouth. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 203-213.
- Gaucher, B. & Chebat, J-C. (2019). How uncivil customers corrode the relationship between frontline employees and retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 1-10.
- Goussinsky, R. (2011). Does customer aggression more strongly affect happy employees? The moderating role of positive affectivity and extraversion. *Motivation and Emotion*, 35(2), 220-234.

- Grandey, A., Dicketer, D. & Sin, H. (2004). The customer is not always right: Customer aggression and emotion regulation of service employees. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 397-418.
- Groth, M. & Grandey, A. (2012). From bad to worse: Negative exchange spirals in employee-customer service interactions. *Organizational Psychology Review*, 2(3), 208-233.
- Han, S. J., Bonn, M. A. & Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97-106.
- Harris, L. C. & Reynolds, K. L. (2003). The consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144-161.
- Harris, L. C. & Reynolds, K. L. (2004). Jaycustomer behavior: An exploration of types and motives in the hospitality industry. *Journal of Services Marketing*, 18(5), 339-357.
- Hershcovis, M. S. & Barling, J. (2010). Towards a multi-foci approach to workplace aggression: A meta-analytic review of outcomes from different perpetrators. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 24-44.
- Hu, H-H. S., Hu, H-Y. & King, B. (2017). Impacts of misbehaving air passengers on frontline employees: Role stress and emotional labor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1793-1813.
- Hur, W-M., Moon, T. W. & Han, S-J. (2014). The effect of customer incivility on service employees' customer orientation through double-mediation of surface acting and emotional exhaustion. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(4), 394-413.
- Kim, G., Ro, H., Hutchinson, J. & Kwun, D. J. (2014). The Effect of jay-customer behaviors on employee job stress and job satisfaction. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 15(4), 394-416.
- Kim, H. & Qu, H. (2019). The Effects of experienced customer incivility on employees' behavior toward customers and coworkers. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(1), 58-77.
- Koopmann, J., Wang, M., Liu, Y. & Song, Y. (2015). Customer Mistreatment: A Review of Conceptualizations and a Multilevel Theoretical Model. In J. R. B. Halbesleben, P. L. Perrewé, and C. C. Rosen (Ed.) *Mistreatment in Organizations* (pp. 33-79), Volume 13.
- Liu, J. (2017). *A multi-level dyadic restaurant employee-customer model of orientation, incivility, and satisfaction: An identity-based extension of belongingness theory*. Unpublished PhD thesis, Oklahoma State University.
- McWilliams, C. T. (2017). *Take It or Leave: Customer Incivility and Intention to Quit in New-Hire Frontline Hospitality Employees*. Unpublished PhD. thesis, Grand Canyon University.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama için Bir Rehber*. Turan, S. (Çev.), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mills, M. K. & Bonoma, T. V. (1979). Deviant consumer behavior: A different view. *Advances in Consumer Research*, 6, 347-352.
- Park, J. (2014). *Customer mistreatment and employee organizational citizenship behavior: An attributional approach*. Unpublished PhD. thesis, Washington State University.
- Park, J. & Kim, H. J. (2020). Customer mistreatment and service performance: A self-consistency perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 1-7.
- Roter, A. B. (2018). *The Dark Side of the Workplace: Managing Incivility*. USA: Taylor & Francis Group.
- Shepard, A. (2018). *Overt and covert retaliation of service employees against customers who mistreat them*. Unpublished PhD. thesis, Wayne State University.
- Skarlicki, D. P., van Jaarsveld, D. D. & Walker, D. D. (2008). Getting even for customer mistreatment: The role of moral identity in the relationship between customer interpersonal injustice and employee sabotage. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1335-1347.
- Sliter, M. Sliter, K. & Jex, S. (2012). The employee as a punching bag: The effect of multiple sources of incivility on employee withdrawal behavior and sales performance. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 121-139.
- Sliter, M. T., Pui, S. Y., Sliter, K. A. & Jex, S. M. (2011). The differential effects of interpersonal conflict from customers and coworkers: Trait anger as a moderator. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(4), 424-440.

- Sliter, M., Jex, S., Wolford, K. & McInnerney, J. (2010). How rude! Emotional labor as a mediator between customer incivility and employee outcomes. *Journal of Occupational Health Psychology, 15*(4), 468-481. sozluk.gov.tr (Erişim Tarihi: 28 Mart 2022).
- Strutton, D., Vitell, S. J. & Pelton, L. E. (1994). How consumers may justify inappropriate behavior in market settings: An application on the techniques of neutralization. *Journal of Business Research, 30*, 253-260.
- Sun, C. (2017). *A multilevel affective process model of service employees' reactions to customer mistreatment*. Unpublished PhD. thesis, Chinese University of Hong Kong.
- Torres, E. N., van Niekerk, M., & Orlowski, M. (2017). Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 26*(1), 48-66.
- Ugwu, F. O., Onyishi, E. I., Anozie, O. O., & Ugwu, L. E. (2021). Customer incivility and employee work engagement in the hospitality industry: Roles of supervisor positive gossip and workplace friendship prevalence. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 5*(3), 515-534.
- Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D. & Skarlicki, D. P. (2010). The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of Management, 36*(6), 1486-1504.
- Van Kenhove, P., De Wulf, K. & Steenhaut, S. (2003). The relationship between consumers' unethical behavior and customer loyalty in a retail environment. *Journal of Business Ethics, 44*(4), 261-278.
- Walker, D. D., Van Jaarsveld, D. D. & Skarlicki, D. P. (2014). Exploring the effects of individual customer incivility encounters on employee incivility: The moderating roles of entity (in) civility and negative affectivity. *Journal of Applied Psychology, 99*(1), 151-161.
- Wang, M., Liao, H., Zhan, Y. & Shi, J. (2011). Daily customer mistreatment and employee sabotage against customers: Examining emotion and resource perspectives. *Academy of Management Journal, 54*(2), 312-334.
- Wang, Y., Wang, T., & Gui, C. (2022). A meta-analysis of customer uncivil behaviors in hospitality research. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 31*(3), 265-289.
- Wen, Y. (2018). *Investigating the effect of customer incivility on employee incivility via employee burnout in the hospitality industry*. Unpublished master's thesis, The University of Guelph.
- Wilson, N. L. & Holmvall, C. M. (2013). The development and validation of the incivility from customers scale. *Journal of Occupational Health Psychology, 18*(3), 310-326.
- Yagil, D. (2008). When the customer is wrong: A review of research on aggression and sexual harassment in service encounters. *Aggression and Violent Behavior, 13*, 141-152.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. genişletilmiş baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zhan, Y. (2011). *Influences of customer mistreatment on employees' emotional well-being: the moderating roles of on-line and off-line emotion regulation strategies*. Unpublished PhD. thesis, University of Maryland.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %30/%35/%35 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %30/%35/%35 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Tarihsel Bir Çerçevde Ekonomik Coğrafya'nın Değişen ve Dönüşen Boyutları

Ömer ŞEN\* 

## ÖZ

20.yüzyıl ortalarına kadar çeşitli süreçler dâhilinde keskin değişimler yaşayan ekonomik coğrafya disiplini son yarım asırda kendisine özgü bir zemin oluşturabilmiştir. Ekonomik coğrafyanın konuları ve bu konuları ele alış biçiminde çeşitli değişimler olmuştur. Yapılagelen klasik tanımların günümüz ekonomik coğrafyasını kapsayıcı bir şekilde açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu çalışma ekonomik coğrafyanın icra sahası olan mekânın; son çeyrek asırda ortaya çıkan sanal/dijital mekânların gerçek mekânlarını da içine alacak şekilde geniş bir yelpazeye yayılmasını odağına almaktadır. Dijitalleşme, ağlar arası etkileşimler ve bilgi toplumu tabanlı yapısı gibi çok daha karmaşık bir mekân anlayışı üzerinden tarihi bir altyapı ile ekonomik coğrafyayı açıklamayı amaçlamaktadır. Araştırmada, kapsamlı bir literatür taraması çerçevesinde nitel araştırma yöntemlerinden yorumlayıcı araştırma tekniği kullanılmıştır. Çalışmada konunun ana çerçevesini oluşturacak kuramsal bir araştırma sınırı oluşturulmuş, bu kuramsal çerçeve açıklanabilir ve farklı aşamalarda esnetilebilir bir araştırma stratejisine dönüştürülmüştür. Son olarak ele alınan konu okuyucuya gerekçeleri ve açıklanabilirliği ile raporlaştırılmıştır. Çalışmada günümüzün değişen paradigmaları ile örtüşen yeni mekân anlayışının yeni bir ekonomik coğrafya çerçevesi çizdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ekonomik mekânsal örüntüyü oluşturan parçaların sosyal bilimlerin ve bilhassa beşeri coğrafyanın diğer araştırma konuları ile sıkı bir bağlantı içinde olması ekonomik coğrafyanın yeni yaklaşımlarının çok daha geniş bir perspektiften değerlendirme gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Ekonomik Coğrafya, Mekân, Değişim, Dönüşüm.

## Changing and Transforming Dimensions of Economic Geography in a Historical Framework

### ABSTRACT

The discipline of economic geography, which experienced sharp changes in various processes until the middle of the twentieth century, has been able to form a unique basis for itself over the past half century. There have been various changes in the topics of economic geography and the way it deals with these issues. The current classical definitions are insufficient to explain today's economic geography in an inclusive way. This study focuses on the spread of space, which is the execution area of economic geography, over a wide range of virtual /digital spaces that have emerged in the last quarter century to include real spaces. This study aims to explain the infrastructure and economic geography through a much more complex understanding of space such as digitalization, inter-network interactions and information society. It has been concluded that this new understanding of space draws a new economic geography framework. In the framework of a comprehensive literature review, an interpretive research technique was used as one of the qualitative research methods. In the study, a theoretical research boundary was established to form the main framework of the subject, and this theoretical framework was turned into a research strategy that can be explained and stretched at different stages. Finally, the topic discussed has been reported to the reader with its reasons and explainability. In the study, it was concluded that the new understanding of space, which coincides with the changing paradigms of today, creates a new economic geography framework. The fact that the parts that make up the economic spatial pattern are in close connection with other research topics of the social sciences and, in particular, human geography, reveals the need to evaluate new approaches to economic geography from a much broader perspective.

**Keywords:** Economic Geography, Space, Changing, Transformation.

### 1. Giriş

Ekonomik faaliyetler, insan merkezli tüm faaliyetlerde olduğu gibi bir mekânda gerçekleşmek zorundadır. Söz konusu mekân; mikrodan makroya bir ölçek aralığında olabileceği gibi son çeyrek asırda ortaya çıkan sanal/dijital mekânların, gerçek-reel mekânlarını da içine alacak şekilde geniş bir yelpazeye yayılmış olabilir. İşte ekonomik coğrafya ana hatlarıyla ekonomik faaliyetlerin -genellikle eşit olmayan-mekânsal dağılımının sebep ve sonuçları üzerinde durmaktadır. Çünkü medeniyetin ortaya çıkışından bu yana, insan faaliyetleri ve yaşam standartları hem kıtalar hem de bölgeleri arasında eşit olmayan bir şekilde dağılmıştır (Braudel, 1979, s. 17).

Tanıımı biraz daha genişletecek olursak; ekonomik coğrafya, bölgeler içindeki ve bölgeler arasındaki eşit olmayan gelişimin nedenlerini ve sonuçlarını açıklayan (Aoyama vd., 2012, s. 1), insanların ekonomik

\* Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, omersen@gantep.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 04.11.2022

faaliyetlerine mekânsal çevrenin etkisinin tahlilini yapan (Courtin & Maillet, 1962, s. 162), ekonomik aktivitelerin lokasyonu ve dağılımı ile yerel ve bölgesel ekonomik gelişme süreçleri ve dengesiz coğrafi kalkınma ile ilgili sorularla ilgilenen (Mackinnon & Cumbers, 2007, s. 30) insan faaliyetinin mekânda eşit olmayan bir şekilde dağılmasını ve çok çeşitli ekonomik yığınlar oluşturmasını açıklayan (Lafourcade, 2009, s. 44), ekonomik kalkınmada merkezi bir noktada olan (Sukoo & Margo, 2004, s. 2982), yeryüzü kaynakları ile insanın ve insanın kendini idame ettirdiği meslekler arasındaki dağılımı ve ilişkileri araştıran coğrafi bir çaba (Garratsen & Martin, 2010, s. 129), ekonomik faaliyetlerin mekânsal konfigürasyonunu inceleyen ve açıklamaya çalışan (Anderson, 2012, s. 52), nüfus ile ekonomi ve kaynaklar arasındaki ilişkilerle insanların hayatlarını kazanmaları bakımından yerden yere olan farklılık ve benzerlikler üzerinde duran (Tümertekin & Özgüç, 1997, s. 33), ekonomik olguların küresel ve bölgesel dağılışı ile ilgilenen (Doğanay, 2013, s. 23) coğrafyanın bir alt dalıdır.

Bütün bu alt tanımlamaları kapsayıcı olmak üzere: farklı mekânsal büyüklüğe sahip coğrafi ünitelerdeki reel/gerçek ve gerçek olmayan sanal/dijital ekonomik mekânların (onların gerçek-reel- dünyadaki mekânlarının) ekonomik faaliyetlerinin dağılımı, bu dağılımın sebep olduğu eşitsiz kalkınma ve büyüme parametrelerinin coğrafi yansımalarının coğrafya biliminin temel yaklaşım kalıpları çerçevesinden inceleyen coğrafyanın alt disiplinine ekonomik coğrafya denir.

Bu noktada üç temel unsur karşımıza çıkmaktadır. Birincisi insan, diğeri onun tercihleri ile oluşmuş ekonomik sistemler ve son olarak da bu ekonomik sistemlerin tercihleri ve önceliklerinin ortaya çıkardığı doğal ve beşeri çevreyi kullanımı ve biçimlendirmesi. Nihayetinde bu zincir bir ekonomik coğrafya ekosistemi oluşturmakta ve birbirlerini karşılıklı olarak etkileyip dönüştürmektedir.

Bu çalışma, yöntemin açıklandığı ikinci bölüm ile devam edecektir. Üçüncü bölümde ekonomik coğrafyanın karmaşık kökleri tarihsel bir çerçeveye oturtulma çabasını içermektedir, dördüncü bölümde ekonomik coğrafyanın tarihsel tanımlamaları üzerinden mevcut durumdaki konumunu tanımlamaya çalışılacaktır. Takip eden bölümde ekonomik coğrafyanın yeni boyutları ele alınırken yenilenebilir tanımları ile örtüşen kısımları açıklanacaktır. Sonuç bölümünde tüm bu teorik tartışmanın sonucunda elde edilen varsayımlar ve sonuçlar ortaya konulacaktır.

## 2. Yöntem

Nitel araştırmalar, odağına aldığı araştırma problematiğini kendi bağlamında, yorumlayıcı bir yaklaşımla inceler (Baltacı, 2019, s. 369) ve nicel araştırmadan farklı olarak araştırmaya teori ve denence ile başlamaz (deduktif), araştırma sonunda kavram ve teoriler oluşturur (induktif) (Karataş, 2015, s. 79). Araştırmada kapsamlı bir literatür taraması çerçevesinde nitel araştırma yöntemlerinden yorumlayıcı araştırma tekniği kullanılmıştır. Yorumlayıcı paradigma açısından araştırmanın amacı, doğal ortamda kavramların ve kuramların nasıl konumlandığının deneyimlenmesidir (Demir, 2019, s.7).

Bu çalışmada araştırma deseni üç aşamadan oluşturulmuştur. Çalışmanın ana çerçevesini oluşturacak kuramsal bir araştırma sınırı oluşturulmuş, bu kuramsal çerçeve açıklanabilir ve farklı aşamalarda esnetilebilir bir araştırma stratejisine dönüştürülmüştür. Son olarak ele alınan konu gereklileri ve açıklanabilirliği ile raporlaştırılmıştır.

## 3. Ekonomik Coğrafyanın Gri Kökleri

Ekonomik coğrafya ne zaman ve nerede başladı? Bu soruya kesin bir yanıt aramak oldukça zor bir çaba olarak görülmektedir. Ekonomik coğrafyanın akademik bir yaklaşım olarak coğrafya bilimine dâhil olması ancak 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Coğrafya bilimi; dolayısıyla insan, ne kadar eskiye götürülebilirse ekonomik coğrafya anlayışı da o kadar eskiye götürülebilir. Nitekim Barnes (2001), Hz. Havva'nın cennet bahçesinde meyve toplamasını ilk ekonomik coğrafi hareket olarak görebilir miyiz sorusu ile biraz da ironik olarak konuya değinmektedir. Kutsal kitapta belirtildiği gibi Hz. Adem ve Hz. Havva'nın yasak meyveyi yiyerek dünyaya gönderilmeleri ekonomik faaliyetleri başlatan ilksel neden olabilir mi? Ya da Etiyopya'nın kuzeydoğusunda Kızıldeniz kıyısında bulunan ve yaklaşık 2,5-3 milyon yıl öncesine tarihlendirilen ilk insan yapımı taş aletler ekonomik coğrafyanın başlangıcı olabilir mi? Nitekim Harris (1983), bu bölge için erken taş eser oluşumlarının yaygın doğası nedeniyle, bir endüstriyel kompleks olarak tanımlamanın kesinlikle mümkün olduğunu ifade eder. Yoksa son buzul çağından sonra avcı-toplayıcı toplumun tarımsal üretime ve yerleşik hayata geçişini mi başlangıç olarak almalıyız.



Elbette bir malın değiş tokuşu ya da o malın bir bölgeden başka bir bölgeye taşınması veya aynı malın farklı bölgelerde üretimi ve ticaretinin yapılmasını bir başlangıç noktası seçecek olursak bu bize tarihin netleşmemiş buğusu içinde net olmayan fikirler ve tarihler verir. Bu sebeple ekonomik coğrafyanın başlangıcı sorusunu daha somut verilerle destekleyebileceğimiz ayrı bir disiplin olarak belirmeye başladığı - belki buna akademik anlamda bir başlangıç da diyebiliriz- 19.yüzyıl olarak almak daha sağlıklı olacaktır. Her ne kadar bu noktada yine net bir başlangıç noktası veremesek de. Ancak buradaki belirsizlik bilimin geçerli normları içerisinde kabul edilebilir hatta bir yönüyle bilimsel tartışmalara kapı aralaması sebebiyle istenilen bir durumdur. Tarih ve dolayısıyla bir disiplinin tarihi Kuhn'un (1996) da ifade ettiği gibi sadece bir zaman dizimi ve anlatı deposu olarak görülmediği takdirde, şu anda bize egemen olan bilim imgesinde esaslı bir dönüşüme yol açabileceğini belirtmektedir. Yukarıda da bahsedildiği gibi ekonomik coğrafya tarihini 19. yüzyıldan başlatmak mümkündür ancak bundan önce dünya ekonomisini ve ekonomik coğrafyasını köklü bir şekilde değiştiren bir dizi gelişmeye değinilmelidir.

18. yüzyıla kadar ekonomi bugünkü anlamından tamamen farklı olarak çok küçük ölçekli ve tamamen geçim odaklı yapılan üretimleri kapsayan dar anlamlı bir terimi ifade etmekteydi. Ancak modern ekonominin en önemli figürlerinden biri olan Adam Smith (1723-1790), en bilinen eseri *Ulusların Zenginliği*'nde (1776) kişisel çıkarlar için hareket eden bireylerin aynı zamanda ulusal çıkarları da bilinçdışı olarak tetiklediğini yani daha büyük anlamda bir organizma olarak ekonomiyi oluşturduklarını fark etmiş ve bunu piyasanın "görünmez eli" olarak ifade etmiştir. Aynı yıl ABD'de 13 koloni Büyük Britanya Krallığı'ndan ayrı olarak bağımsızlıklarını ilan ettiklerini açıklamış, yine aynı çeyrek yüzyılda Fransız İhtilali ile birlikte mutlak monarşi yerini cumhuriyete bırakmıştır ve İngiltere'de Sanayi Devrimi ile ekonomik coğrafi görünüm Tarım Devrimi'nden sonra yaşadığı en büyük dönüşüme uğramıştır. Çok kısa sürede gerçekleşen ve her biri çok önemli bir dönüşüme işaret eden bu olaylar ekonomi kavramını da farklı bir boyuta taşımıştır.

18. yüzyılın son çeyreği, günümüze kadar etkilerini hemen her alanda hissettirecek olan sanayi devriminin baş döndürücü üretim artışlarının ilk adımlarının görüldüğü zamana tekabül eder. Hızla büyüyen kentler ve üretim, bu kentlerin ortaya çıkardığı yepyeni bir ekonomik coğrafya manzarası. Artan sanayileşmiş/kentleşmiş nüfusu beslemek için üretimi artıran bir kırsal nüfus, ucuz, bol üretim ve ihracat ve bunun yanında İngiltere'den tüm dünyaya teknik ihracat. Hobsbawm (1996), bu durumu: "bilebildiğimiz kadarıyla, ilgili bütün istatistik kanıtlar, 'kalkışa' damgasını vuran ani, keskin, neredeyse dikine bir yükselişin ancak o tarihlerde ortaya çıktığını göstermekteydi, deyim yerindeyse ekonomi, uçuşa geçmişti" diyerek tanımlamaktadır. Pamuklu dokuma ile İngiltere'de başlayan devrim, demiryolları ve ağır sanayiye geçiş ile tamamlanmıştır. Bu dönem, ekonomik coğrafyanın odağındaki eşitsiz kalkınmanın da temelini atıldığı dönemdir. 18. yüzyılın ilk yarısına doğru dünya ekonomisinde İngiltere baskın unsur olarak ekonomik coğrafya sahasında yerini almıştır. 19. yüzyılın ilk on yılında Avrupa ve Amerika'da nüfusu bir milyonu aşan tek kent Londra'dır. Sadece yarım asır öncesinde neredeyse aynı nüfusa sahip olan Paris'in nüfusu ise aynı dönemde 650 bin'dir. ABD ve Batı Avrupa kısmen sanayi yarışına dahil olabilmışlerdir. Tek istisna yüzyılın ortalarına kadar Almanya'da görülen hızlı sanayileşme ve ekonomik gelişimdir.

Renner (1950), her ne kadar literatürde çok sözü edilmese de Ekonomik coğrafyayı, 18. yüzyılın sonlarında, Immanuel Kant'ın Almanya'daki "Ticari (Merkantal) Coğrafya" olarak adlandırdığı bir coğrafyanın varlığına işaret ettiği zaman başladığını öne sürmektedir. Bu başlangıç kabul görmese de ekonomik coğrafyanın başlangıcı sorunsalında göz ardı edilmemesi gereken bir noktaya işaret etmektedir. Ancak genel kabul başlangıç noktası olarak 19. yüzyıla işaret eder. Ekonomik coğrafyanın 19. yüzyıldaki tarihsel temellerinin nereden itibaren alınabileceğine dair sorulan sorulara verilebilecek birkaç farklı yanıt söz konusudur (Şen, 2016, s. 23). Bunlardan ilki ve muhtemelen doğru olanı Von Thünen'in 1826 yılında yayımlanan *İsolated Stated* kitabı ile başlayanıdır. Sanayi Devrimi'nin ekonomik coğrafyada mekânsal planlamaları da beraberinde getirmesi kaçınılmaz bir sonuç olarak beklenirken bu planlama örneği ilk olarak Almanya'da ortaya çıkmıştır. Büyük arazi sahibi ve ekonomist Von Thünen, 1826 yılında yayımladığı "İsolated State" ile tarımsal üretim yapan çiftçilerin maksimum karı elde ederken fiyatlar, mekânsal kullanım ve ulaşım şartlarını optimum seviyede düzenlemeyi amaçlamıştır. Von Thünen, sadece konum

teorisi üzerinde değil, bir bütün olarak ekonomik coğrafya üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir (O'Kelly & Bryan, 1996, s. 459).

İngiliz sömürgeciliğinin doğurduğu ve öncülüğünü George G. Chilsom'un yaptığı Ticari Coğrafya geleneği, akademik anlamda ve daha çok anglo-sakson anlayış temelinde ilk kökleri kabul edilebilir. Chisholm, 1889 yılında Londra'da yayımlanan ve ilk İngilizce ekonomik coğrafya kitabı sayılan "Handbook of Commercial Geography" eserinde coğrafyanın ekonomik yönünden çok ticaretin coğrafi esaslarına değinmiştir. Nitekim kitabının önsözüne "Ticaretin dayandığı büyük coğrafi gerçek şudur: dünyanın farklı bölümlerinin farklı ürünler vermesi veya aynı ürünleri eşit derecede elverişsiz koşullar altında tedarik etmesidir. Dolayısıyla ticaretin iki büyük sonucu vardır: ilki, herhangi bir yerde meta çeşitliliğini artırmak; ikincisi, ulaştırma tesislerine göre, ticaretin yapıldığı farklı yerlerde herhangi bir emtia elde etmenin avantajlarını az çok eşitlemektir" cümlesi ile başlar. Bununla birlikte ekonomik coğrafya esaslarını özellikle dağılım esaslarını –yeteri kadar olmasa da- kullanmıştır. "Emtiaların; üretim, dağıtım ve değişim ile ilgili genel faktörler", "doğrudan veya dolaylı olarak iklime bağımlı ürünler" gibi konu başlıkları eserini ekonomik coğrafyaya yaklaşırsa da genel anlamda bir ticari istatistik kataloğu özelliği gösterir. Ancak şunu mutlaka ifade etmek gerekir ki Chilsom, ekonomik coğrafyayı o günün şartlarında elle tutulur somut bir alana taşımıştır. Barnes'ın (2001) da ifade ettiği gibi zamanının ekonomik ve politik koşullarına cevap vermekle kalmamış, aynı zamanda ekonomik coğrafya için yeni bir disiplin alanı oluşturma gibi zorlu bir görevle de uğraşarak ekonomik coğrafyaya yadsınamaz bir katkı sağlamıştır.

1882 yılında Alman coğrafyacı W. Gotz "Ekonomik Coğrafya'nın Görevi" (Die Aufgaben der Wirtschaftlichen Erdkunde) adlı makalesinde ekonomik coğrafya kelimesin ilk defa kullanarak ticari coğrafya ile ekonomik coğrafya arasında bir yol ayrımı yapan ilk coğrafyacısıdır. Aynı yıl "Suyolu Manzaralı Tuna Bölgesi" kitabını da yayımlayan Gotz, Reindl'in (1913) ifadesiyle çalışmalarında belirli bir örnek kullanarak coğrafya ve ekonomi arasındaki ilişkileri ayrıntılı olarak açıklamıştır. Gotz, ekonomik coğrafyayı dünya üzerindeki malların doğal ortam üzerine yaptığı doğrudan etkiyi inceleyen bilimsel bir araştırma olarak tanımlamaktadır.

19. yüzyılın sonlarına doğru dünya hızlı bir şekilde bir tarım toplumu olmaktan sanayi toplumu olmaya doğru kayarken bu durum Malthus, Simith, Mill, Ricardo gibi isimlerin çizdiği sınırların mevcut durumda yeni ortaya çıkan ekonomik atmosferi açıklamada yetersiz kalmaktaydı. Özellikle Almanya'da ortaya çıkan ve Capel'in (1981) ifade ettiği gibi coğrafya ve tarih biliminin, Almanya'nın milliyetçilik ve emperyalizm çağında ticari ve askeri nedenlerle yararlı olan bağımsız bir ulus ve coğrafya olarak tanınması için gerekli görülen konular olarak son derece etkili olduğu görülüyordu. Bu anlayış evrensel bir ekonomi yasasını kabul etmiyor, Fellman'ın (1986) ifadesiyle: ekonomik durumu anlamak için, coğrafyadan farklı şekilde etkilenen, tarih tarafından değiştirilen ve hükümet eylemiyle dönüştürülen toplumların geçmiş gelişiminin sürekli değişen aşamaları hakkında tümevarımsal bir anlayış ortaya koyuyordu.

1893 yılında ilk defa Pennsylvania Üniversitesi, Wharton Ekonomi ve Sosyal Bilimler Okulu'nda ekonomik coğrafya programı açılmıştır. Ancak büyük bir Amerikan üniversitesinde kurulan ilk ekonomik coğrafya bölümü 1898'de California Üniversitesi'nde açılmıştır (Fellman, 1986, s. 320).

1913 yılında ABD'de J. Russell Smith'in Endüstriyel ve Ticari Coğrafya (Industrial and Commercial Geography) eseri ilk ekonomik coğrafya ders kitabı olarak, iktisadın içinde bir nesne olmaktan öteye gidemeyen ekonomik coğrafyayı özne haline getirme çabası olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanayi coğrafyası<sup>1</sup> ve Ticari Coğrafya<sup>2</sup> olarak iki bölümden oluşan kitabının girişinde Russel (1913) amacının dünyayı insanlığa yararlılığı açısından yorumlamayı amaçladığını öncelikli alanın dünyanın fiziki durumundan ziyade insan faaliyetlerini etkilediği için yeryüzünden etkilenen insan faaliyetleri olduğunu belirtmektedir. Kitabın yayımlanmasından bir yıl sonra Robinson (1914), bu kitap, "ekonomik coğrafyanın

<sup>1</sup> Bu bölüm 17 alt bölümden oluşmaktadır: (1) değişen ortamımız; (2) tarımın yeri ve doğası; (3) tahıllar; (4) nişasta gıdaları; (5) hayvan endüstrisi; (6) sebze, meyve ve şarap endüstrileri; (7) şeker; (8) çeşniler ve tütün; (9) balıkçılık; (10) üretimin temelleri; (11) orman endüstrisi denemeleri ve kâğıt; (12) elyaf, tekstil ve giyim; (13) deri ve kauçuk; (14) makine, gemi yapımı ve metal endüstrileri; (15) kimyasal hammaddeler ve imalat; (16) maden endüstrileri; (17) sanayi ve kaynakların genişlemesi.

<sup>2</sup> Bu bölüm 16 alt bölümden oluşmaktadır: (1) Ticaretin Kanunları (2) dünya karayolu - okyanus ve gemileri; (3 ile 12. Bölüm) dünyanın belirli bölgelerinin, özellikle deniz yoluyla başlıca ticaret yolları; (13) ticaret merkezi ve gelişimi; (14) ticaret merkezinin çalışması; (15) ticaret dengesi ve bunun endüstriyel kalkınma ile ilişkisi; (16) coğrafi faktörlerin ulusların ticaret politikası üzerindeki etkisi.

fiziksel veya doğa bilimlerinden ziyade sosyal bir bilim olduğunu düşünen herkes tarafından memnuniyetle karşılanmalıdır” diyerek ekonomik coğrafyaya getirilen bu yeni yaklaşıma vurgu yapmıştır. Nitekim bu eser dünya üzerindeki farklı alanların özelliklerine eğilmekten ziyade ticari-sanayi faaliyetlerin coğrafya ile olan ilişkisini irdelemek üzerine bir çabadır

1925’de Clark Üniversitesi’nde Dr. Wallace W. Atwood başkanlığında bir ekip ilk ekonomik coğrafya dergisini yayınlamışlardır. Günümüze kadar faaliyetine devam eden ve coğrafyanın ekonomik yönüne değinmek amacıyla kurulan dergi, büyük bir boşluğu dönemin gerçekleriyle örtüşen bir tarzda doldurduğu söylenebilir. Derginin destek alacağı herhangi bir topluluk olmamasına rağmen tamamen aboneliklere ve Clark Üniversitesi tarafından finanse edilmesine ve bağımsız statüsüne rağmen hayatta kalması, yerine getirdiği ihtiyacın bir kanıtıdır (Murphy,1979, s. 40). Derginin ilk sayısında altı makale yedi kitap incelemesi yer almıştır<sup>3</sup>.

Dünyayı büyük bir ikinci savaşa doğru götüren olayların yaşandığı olağanüstü şartlar altında August Lösch, 1939 sonbaharında yayımlanan Konum Ekonomisi (The Economics of Location) kitabında Thünen’in fazla kurgusal ve homojen olan izole devletini ve Weber’in En Az Maliyet ve Kuruluş Yeri Teorisini çok daha özgün bir yapıda ele alıp geliştirmiş ve Genel Denge Teorisi ile ekonomik coğrafyanın önemini gözler önüne sermiştir. Sheppard’ın (2006) ifadesiyle Lösch, coğrafyanın iki açıdan önemli olduğunu gösterdi: Birincisi, morfogenezdır; ekonomik mekanizmalar, coğrafi alt tabaka farklılaşmamış olsa bile (yani sınırsız tekdüze bir düzlük) mekânsal olarak farklılaşmış bir ekonomik manzara oluşturabilir. Lösch, söz konusu olabilecek bütün konumların karşılıklı cereyan eden ilişkilerini soyutsal olarak ortaya koyan ilk ekonomik coğrafyacıdır. 1939 yılındaki ilk baskının önsözünde Lösch tüm ekonomik faaliyetlerin coğrafi olarak görüntülenmesini önerdiğini, ekonomik bölgelerin doğasının ilk genel analizini geliştirdiğini ifade etmekte, bunlarla ilgili olarak kitabın ilk iki bölümünün<sup>4</sup> de eserinin çekirdeğini oluşturduğunu belirtmektedir.

1950 sonrası ekonomik coğrafyada önceki yarım asırdan mekanikleşme yoluyla ayrıma gidilmekteydi. Bölgesel ve konum bazlı, lokasyona vurgu yapan çalışmalar gittikçe azalmakta, bunun yerini coğrafyanın temeli olan mekân kavramını öteleyen bir sayısalci/kantitatif bir yaklaşım benimseniyordu. 1950’lerin ortalarından 1970’lerin ortalarına kadar, coğrafyacılar Lösch ve diğer Alman lokasyon teorilerinin mekânsal örüntülerini bir dizi istatistiksel model ve nicel yöntemler çerçevesinde kullandılar ve bunu yer analizi ile bir takım geometrik modellemeler ile gerçekleştirdiler (Garretsen & Martın, 2010, s. 130; Coe vd. 2010, s.110). Bu dönem geleneksel ile yeninin bir çatışma sahası olmakla birlikte Scott’ın (2004) ifade ettiği gibi ekonomik coğrafyanın bir bütün olarak coğrafyada kendini iddialı bir alt disiplin olarak ortaya çıkmasında biçimlendirici bir anlatı olarak özellikle önemliydi. 1970’lerde dünya her biri önemli sonuçlar doğuran ekonomik ve siyasal krizler yaşanmaya başlamış ve bu krizlerin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri hemen her alanda olduğu gibi ekonomik coğrafyada da kendini hissettirmiştir. Mevcut ekonomik sisteme yönelik eleştirilerin dozunun artması ile ekonomik coğrafyacılar da bu eleştirilere kulak vermişler ve ekonomik coğrafya konuları mekânsal eşitsizlikler, yoksulluk gibi konulara kayarak Marksist bir yaklaşım görülmeye başlanmıştır.

1980’lerde ise Marksist yaklaşımın sadece tek boyutlu bakış açısını sorgulanır hale getiren iletişim devrimi ile birlikte gelen bir küreselleşme olgusu ile karşılaşmıştır. Bu dönemde küreselleşme olgusu ilginç bir şekilde bölgeselleşme olgusunu da geliştirmiştir. Bir yandan ortaya çıkan küresel sermayeli devasa şirketler devlet denetimlerini aşındırmakta, uluslararası ticaretin klasik normlarını değişime zorlamakta diğer yandan ekonomik ve siyasal bölgesel işbirliklerini doğurmakta ve mevcut olanları da dönüşüme uğratmaktaydı. Ekonomik coğrafya çalışmalarının merkezi noktasındaki gelişmişlik farkları daha dramatik

<sup>3</sup> Birinci Sayının makaleleri: 1.Coğrafyanın Kereste Arzıyla İlişkisi 2.Buğdayın Potansiyel Arzı 3. Montreal’in Tahıl Ticareti 4.Kanada Kömür Kaynakları 5.Kamusal Alan için Arazi Politikası 6.İskandinav Ülkelerinde, Özellikle İsveç’te Nüfusun Ekili Arazi Dağılımı Arasındaki İlişki

<sup>4</sup> Kitabın birinci bölümünün ana başlığı Lokasyondur. Alt başlıkları: A. Yer Probleminin Sistemik Sunumu 1. Yer Probleminin Anlamı 2. Belirli Yerler 3. Bölgesel Sınırlar B. Seçilmiş Yer Sorunları 4. Endüstriyel Konum Teorisi 5. Tarımsal Konum Teorisi 6. Yerleşim Yeri ve Nedenleri 7. Kuşak Oluşum Yeri ve Nedeni 8. Genel Konum Kalıpları Sorunu. Kitabın ikinci bölümünün alt başlığı ise Ekonomik Bölgelerdir. Alt başlıkları: A. Basit Koşullar Altında Ekonomik Bölgeler 9. Pazar Alanı 10. Piyasalar Ağı 11. Ağlar Sistemi 12. Sistem Ağı B. Zorlu Koşullar Altındaki Ekonomik Bölgeler 13. Bazı Yeni Faktörler 14. Pazar Alanlarının Daha Fazla Kısıtlanması 15. Gerçeğe Ekonomik Bölgeler

bir şekilde artış göstermiştir. 1960 yılında dünyanın en zengin yüzde 20'si ile en yoksul yüzde 20'si arasındaki gelir uçurumu 1/30 iken bu oran 1990 yılında 1/60'a, 2000 yılında ise 1/75'e yükselmiştir (www.tasam.org, 2022). Bu gelişmeler ekonomik coğrafyada inceleme konularını da başka boyutlara taşımıştır. Yeni sanayi odakları, endüstriyel kümelenmeler, yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı, feminist ekonomik coğrafya gibi yeni araştırma konuları gündeme gelmiştir. Bu konular içinde dil, din, cinsiyet, gelenekler gibi yeni konular yerini almıştır. 1980'lerden itibaren, Kültürel Dönüş (cultural turn/shift) veya Kuramsal Dönüş (institutional turn) olarak adlandırılan bu dönüşüm (Amin & Thrift, 2000, s. 5; Barnes, 2001, s. 536), ekonomik coğrafyayı geleneksel ekonomik analizlerden uzaklaştırarak sosyo-kültürel ve siyasal bilimlerden iç görüler kullanarak daha disiplinler arası bir yaklaşıma dönüştürmüştür. (Boschma & Frenken, 2006, s. 281).

2000'lerin ekonomik coğrafyasında konunun iktisat içindeki yerinin sorgulanmasını sağlayan etkiyi Krugman'ın yaptığını söylemek mümkündür. Yeni Ekonomik Coğrafya adını verdiği yaklaşımında şu temel soruya cevap aramaktadır: Üretim, niçin ve ne zaman diğer bölgeleri görece gelişmemiş bırakarak birkaç bölge üzerinde yoğunlaşmıştır (Krugman,1991, s. 490). Aslında bu teorinin yapmak istediği ekonomik faaliyetlerde özellikle iktisatçılar tarafından ihmal edilen mekânın başka bir ifadeyle coğrafyanın rolünün mikro ekonomik teorilerle açıklanma çabasıdır. Konum ve mekân konusu ekonomik coğrafya için zaten gündemde iken ekonomistler tarafından da coğrafya lehine gündeme tekrar oturmuştur. “Merkezkaç” ve “Merkezci Kuvvetler” diye isimlendirdiği iki zıt çekim alanının, Baldwin'in (2005) ifadesiyle eş zamanlı olarak işleyen ve sonuç dengesinde ekonomik aktivitelerin coğrafi dağılımını belirlediğini ifade eder. Aslında yeni olmayan “eski reçeteleri bir araya getirerek yeni bir reçete olan” (Ekinci & Ersungur içinde, Ottaviona ve Thisse, 2004, s. 2576) ve Marshallcı geleneğin mekân anlayışına dayanan Yeni Ekonomik Coğrafya'yı önemli kılan esas nokta, ekonomik coğrafyada mekânı Newton fiziğinden (olayların meydana geldiği bir zemin olmaktan) çıkarıp bizzat ekonomik olaylardan etkilenen ve etki eden canlı bir organizma olarak ele almasıdır (Ottaviona & Thisse, 2004, s. 121).

Ekonomi ve coğrafyanın yakınlaşması anlamına da gelen Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı, karşılıklı bir takım argümanları da beraberinde getirmiştir. Ekonomik coğrafyacılar coğrafi iktisadi ve genellikle iktisadi, aşırı basit, pazar yanlısı ve her şeyi ekonomik süreçlere indirgemekle itham ederken (Sheppard, 2006, s. 250), iktisatçılar özelinde coğrafi ekonomistler ekonomik coğrafyacıların ana akım biçimindeki iktisadi terk etmeleri ve iktisat dışında iktisadi bilgileri takip etmeleri gerektiğini savunmaktadırlar (Amin & Thrift, 2000, s. 6). Her ne şekilde olursa olsun ekonomi ve coğrafya bir arada kalarak ve aralarında tartışma yaratan konu ve onları ele alma biçimlerini zaman içinde küçük fay kırılmaları ile düzeltmelerini beklemek şaşırtıcı olmayacaktır.

#### 4. Ekonomik Coğrafyayı Tanımlamak?

Aristoteles (2017, s. 11), Metafizik isimli eserinde “bütün insanlar doğal olarak bilmek isterler” cümlesi ile başlamaktadır. Ekonomik coğrafyanın ne olduğu sorusu cevabı her zaman kolay olmayan bir sorudur. Ekonomik coğrafya gibi sürekli değişen ve birçok bilimin çalışma sahasında dolaşan bir disiplin için daha da zor olmaktadır. Nitekim özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren gerek tarihi, gerekse de odaklandığı konuların keskin değişimi ile ekonomik coğrafya çalkantılı bir dönem geçirmiştir. Bu karmaşayı Aoyama vd. (2012), kısmen çoklu köklerine, heterodoks metodolojilerine ve diğer sosyal bilim disiplinleriyle örtüşen çeşitli çıkarlarına bağlamaktadırlar.

Coğrafya, ekonomik süreci anlama ve mekânla birlikte anlamlandırmada kilit bir rol oynasa da ekonomik coğrafya konuları ele alma biçimi ile aynı zamanda disiplinler arası bir çalışma sahasıdır. Günümüzde gittikçe daha fazla çok merkezli (policentric) bir yapıya bürünen ekonomik coğrafya çalışmaları, kentsel planlama, sosyoloji, kalkınma çalışmaları, antropoloji, çeşitli biçimlerden bahsetmemekle birlikte, politik, kentsel, feminist, sosyal ve kültürel coğrafya (eğer varsa, yakın kurumsal akrabaları) gibi ortak alanlarla karşılaşmıştır (Foster vd., 2007, s. 301). Bu durum disiplini çok eklemli ve zengin bir bakış açısı kazandırarak dinamik, değişken, yeniliklere açık bir hale getirmekle birlikte aynı zamanda alana coğrafi bir bilim olarak bir sınır çizmeyi de güçleştirmektedir. Birçok farklı bilim dalı ve onların alt disiplinleri ekonomik coğrafya konusu ile ilgilenirse de isminden de anlaşılacağı gibi ekonomik coğrafyanın iki ana eksenine sahiptir: ekonomi ve coğrafya.

Temel olarak iki disiplin -ekonomi ve coğrafya- ekonomik coğrafyanın iki başlığını oluşturur. Ekonomistler ekonomik faaliyetlerin kendisi üzerinde dururken onun gerçekleştiği mekânı da sınırlı bir bakış açısıyla olay örüntülerine dâhil ederler. Oysa coğrafya, onu eşsiz kılan insan odaklı bakış açısını merkeze alarak mekânla birlikte değerlendirir. Bu iki bilim dalının birbirlerine en fazla yaklaştığı bu saha aynı zamanda bir takım problemleri de beraberinde getirmektedir. Esasen insanın ekonomik etkinlikleri coğrafyanın fenomenleri ile biçimlenirken ilerleyen bir düzlemde bu defa coğrafyanın (doğanın) fenomenleri insanın ekonomik etkinlikleri ile değişime uğratılır. Dolayısıyla mantıksal olarak ekonomi coğrafya olmadan imkânsızdır ve coğrafya ekonomi olmadan tamamlanamamıştır (Keasbey, 1901, s. 84). Günümüzde giderek daha fazla çok merkezli konulara kayan ekonomik coğrafya alanına Foster vd.'nin de (2007, s. 303) belirttiği gibi çeşitli sınır geçişlerinin endemik olduğu disiplinler arası diğer alanlar da olduğu gibi ekonomik coğrafya için de kesin sınırlar belirlemek neredeyse imkânsızdır.

### 5. Ekonomik Coğrafyanın Yeni ve Yenilenebilir Boyutları

Ekonomik coğrafya nasıl yapılacak, hangi araçlar kullanılacak, ekonomi ve coğrafya ekonomik coğrafyayı nasıl paylaşacaklar, konulara nasıl yaklaşılabilecek, merkezinde ne olacak soruları bize konu başlığımız olan ekonomik coğrafyada yeni ve yeni olabilecek boyutları verecektir.

Ekonomik faaliyetler, üç şeyden birini yapan tüm insani eylemleri içerir: (1) mal ve hizmet üretmek, (2) bir ekonomik araçtan diğerine mal ve hizmet aktarmak, (3) mal ve hizmetleri tüketim eylemleriyle faydaya dönüştürmek (Anderson, 2012, s. 52). Bu insani eylemler sonucu ortaya çıkan ekonomik faaliyetlere bir madde daha eklemek gerekirse bu muhakkak dijital/sanal mekânların ekonomisi olmalıdır. Bilgi temelli bir dünyada ekonomik coğrafyanın çağdaş yapısını anlamak bağlamında yeni tanımlamaları incelemek önem arz etmektedir. Yapılagelen klasik tanımların günümüz ekonomik coğrafyasını açıklamada yetersiz kaldığı ortadadır. Alaeddinoğlu ve Zeydin (2007, s. 851), tam da bu noktaya işaretlerle klasik coğrafya anlayışlarındaki mekânı salt geometrik birtakım yapılardan ibaret gören anlayışlar, toplumsal süreçlerin aktif bir elemanı olması dolayısıyla, yerini artık ekonomik, toplumsal, psikolojik, siyasal vb mekânlara bırakmış olduğundan bahsederler. Bu noktadan hareketle klasik ekonomik coğrafya tanımına sanal/dijital mekânların ve alternatif ekonomik coğrafya yaklaşımlarının da dâhil edilmesi zorunlu ve gereklidir. Yeni ekonomik alanlar, bilgi ve iletişim teknolojileri ile yeni üretim, iş ve inovasyon sistemleri küreselleşmenin ortaya çıkardığı alanlardır (Park, 2005, s. 25).

Gerçekte var olmayan örneğin sosyal medya platformları, online alışveriş siteleri gibi mekânların gerçek hayatta mutlak bir varlıkları ve bu varlığın da beraberinde getirdiği bir ekonomik mekân ve ekonomik yapı mevcuttur. Bu dijital dünya gerçek dünyanın sosyo-kültürel yapısını da derinden etkilemektedir. Bu etki beşeri coğrafyayı ve asıl konumuz olan ekonomik coğrafyayı da yeniden tanımlamaya ve konumlandırmaya doğru itmektedir.

Örneğin 2004 yılında ABD'de Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulan sosyal paylaşım şirketi Facebook'un bugün (2021 Aralık) dünya genelinde 71.000 kişi istihdamı vardır ve bu sanal faaliyetin 2021 yılı geliri 117 milyar dolar (www.statista.com, 2022) ile devasa bir ekonomik coğrafi yapı oluşturduğu ortadadır. Dijital/sanal mekânların ekonomik coğrafyası son yaşanan küresel salgın ile bir başka mecra da yeniden değerlendirileceği bir öngöründen fazlasını içermektedir. 2019 yılı martında küresel bir hal alan pandemi süreci mekânsal ve lojistik temelli ekonomik bağlantıları yeniden sorgulamamızı gerektirmektedir. Burada şu soru akla gelebilir: insanlık tarihinde görülen pandemilerde de siyasal kültürel sosyo-politik dönüşümler gerçekleşmiş ve bu durum pandemi sürecinden sonra normalleşmemiş midir? Salgınların dünyayı veya bir kısmını sosyo-kültürel, politik, düşünsel ve ekonomik olarak dönüştürdüğü bir gerçektir ancak günümüz dünyasının geçmiş dönemlerden ayıran çok önemli bir fark var ki bu iletişim ve ulaşımda yaşanan muazzam dönüşüm ve bunu çok daha ileri bir boyuta taşıyan internet çağında olmamız. Böyle bir dönemde yaşanan salgın ekonomik coğrafya tanımına dijital ekonomik coğrafya tanımını da eklemektedir ve bunun sonucu olarak dijital ekonomik mekânlar tanımını da beraberinde getirmektedir. Evsel üretimle başlayıp atölye tarzı üretime oradan fabrikasyona doğru değişen ekonomik üretim merkezlerine evlerden internet yoluyla üretim ve ticaret yapan mekânlara doğru ilginç ve daha önce tecrübe edilmemiş bir durum ortaya çıkmaktadır. E-ticaret ile başlayan süreç artık bireylerin yasal prosedürlerden çok daha rahatça

kaçabilecekleri, denetimi ve yaptırımını zor ve karmaşık bir evsel üretim ve pazarlama ekonomisi oluşturmaktadır.

Geleneksel ekonomik coğrafyada mekânlar, çok büyük oranda ekonominin ana şekillendirici etkisi altında gelişirken bununla birlikte tarihsel sosyal kültürel ve politik aktörlerden de etkilenecek; Park'ın (2005) belirttiği gibi bu yeni ekonomik alanlar zaman içinde, toplumdaki ajanlar arasında mekân üzerinden sürekli ağ oluşturma ve toplumun sosyal, kültürel ve politik yapısına yerleşme (embeddedness) süreçleriyle dinamik bir hal almaktadır. Ekonomik coğrafyayı küreselden yerele herhangi bir coğrafi birimde akademik ya da diğer boyutlarda icra etmek ekonominin şekillendirici etkisinin yanında yukarıda bahsedilen ağların çizdiği çerçevede oldukça karmaşık bir beşeri ve fiziki coğrafya bileşenlerini bir araya getirmektedir. Bu etki, ekonomilerin esasen bütünleşik doğasından kaynaklanmaktadır ve hakim ekonomik değerlerin hem nedeni hem de sonucu olan sosyal değer sistemi tarafından şekillendirilmektedir (Hodder & Lee, 2015, s. 96). Ekonomik coğrafyacıların rolü, tüm bu karmaşıklıkta düzeni algılamak, birbiriyle ilişkili karar alma ağlarını çözmek ve ekonomik manzaranın evrimini yönlendiren bazı temel ilkeleri ortaya çıkarmaktır (Anderson, 2012, s. 71). Günümüz dünyasının bu karmaşık yapısında ekonomik coğrafyaya etki eden faktörler önümüzdeki süreçte bir iç düzenleme sürecine girebilir veya aktörlerden bazıları daha etkin olurken bazıları daha arka plana düşebilir.

Modern yaklaşımlarda ekonomik coğrafyanın etki alanını (üretim ve tüketim merkezleri) gerek boyutları gerekse organizasyon yapılarında ciddi değişimler Aslan'ın (2007) belirttiği ulusal sınırların ötesinde bir ekonomik bağ; yüksek iktisadi verimlilik getiren buluşlarla yaşanan yoğun teknolojik ve sosyal değişim, artan oranda bilgi akışı ve paylaşımı, yeni ekonominin ve ekonomik coğrafyanın karakteristik özellikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Beşeri sermayeyi şekillendirmede rolü olan fiziki sermaye, yanına sosyal sermayeyi de eklemektedir. Kapital ekonominin çok aktörlü ekonomik yapısı dijitalleşme, ağlar arası etkileşimler ve bilgi toplumu tabanlı yapısı çok daha karmaşık bir mekân anlayışını beslemektedir.

## 6. Sonuç

Ekonomik coğrafyanın akademik olarak bir başlangıç tayini konusunda farklı görüşler vardır. Ekonomik Coğrafya farklı mekânsal büyüklüğe sahip coğrafi ünitelerdeki reel/gerçek ve gerçek olmayan sanal/dijital ekonomik mekânların (onların gerçek-reel- dünyadaki mekânlarının) ekonomik faaliyetlerinin dağılımı, bu dağılımın sebep olduğu eşitsiz kalkınma ve büyüme parametrelerinin coğrafi yansımalarının coğrafya biliminin temel yaklaşım kalıpları çerçevesinden inceleyen coğrafyanın alt disiplini. Ekonomik Coğrafya, ekonomik süreci anlama ve mekânla birlikte anlamlandırmada kilit bir rol oynasa da, konuları ele alma biçimi ile aynı zamanda disiplinler arası bir çalışma sahasıdır. Temel olarak iki disiplin -ekonomi ve coğrafya- ekonomik coğrafyanın iki başlığını oluşturur. Ekonomistler ekonomik faaliyetlerin kendisi üzerinde dururken onun gerçekleştiği mekânı da sınırlı bir bakış açısıyla olay örüntülerine dâhil ederler. Oysa coğrafya, onu eşsiz kılan insan odaklı bakış açısını merkeze alarak mekânla birlikte değerlendirir.

Yapılagelen klasik tanımların günümüz ekonomik coğrafyasını açıklamada yetersiz kaldığı ortadadır. Ekonomik coğrafyayı küreselden yerele herhangi bir coğrafi birimde akademik ya da diğer boyutlarda icra etmek ekonominin şekillendirici etkisinin yanında bahsedilen ağların çizdiği çerçevede oldukça karmaşık bir beşeri ve fiziki coğrafya bileşenlerini bir araya getirmektedir.

Bu ekonomik mekânsal örüntüyü oluşturan parçaların sosyal bilimlerin ve bilhassa beşeri coğrafyanın diğer araştırma konuları ile sıkı bir bağlantı içinde olması ekonomik coğrafyanın yeni yaklaşımlarının çok daha geniş bir perspektiften değerlendirme gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu durumu ekonomik coğrafyanın zaten karmaşık yapısını daha da karışık bir hale getireceği kabulü yerine bunun bir açılım olarak değerlendirip ekonomik coğrafyayı daha etkin ve etkili hale getirecek bir dizi yeniliğe götüreceği fikrini işlemek daha akıllıca olacaktır.

## 7. Extended Abstract

Economic activities, as with all human-centered activities, must take place in a space. The field in question can be on a large scale, from micro to macro, as well as spread over a wide range, including the actual spaces of virtual spaces that have appeared in the last quarter century. Economic geography focuses mainly on the causes and consequences of the -often unequal- spatial distribution of economic activities.

In this study, interpretive research technique was used as one of the qualitative research methods within the framework of a comprehensive literature review. The aim of the research from the point of view of the interpretive paradigm is to experience how concepts and theories are positioned in the natural environment (Demir, 2019, p. 7).

The inclusion of economic geography in the science of geography as an academic approach took place only in the nineteenth century. The science of geography can be traced back as far as human history. Therefore, the understanding of economic geography can also be taken back that far.

The question of what is economic geography is a question that is not easy to answer. It is even more difficult to define a discipline such as economic geography that is constantly changing and entering the field of study of many sciences. As a matter of fact, economic geography has undergone a turbulent period, especially since the second half of the twentieth century, with a sharp change in both its history and the issues it focuses on. Aoyama et al. (2012) attribute this confusion, in part, to its multiple roots, heterodox methodologies, and various interests that overlap with other social science disciplines.

Although geography plays a key role in understanding the economic process and deciphering it together with space, economic geography is also an interdisciplinary field of study with the way it deals with issues.

In the field of economic geography, which is increasingly shifting to multicenter issues today, Foster et al. as noted by (2007, p. 303), it is almost impossible to establish precise boundaries for economic geography, as well as for other interdisciplinary areas where various border crossings are endemic.

Economic activities include all human actions that do one of three things: (1) produce goods and services, (2) transfer goods and services from one economic intermediary to another, and (3) convert goods and services into benefits through acts of consumption (Anderson, 2012, p. 52). If it is necessary to add one more item to the economic activities that have arisen as a result of these humanitarian actions, this should definitely be the economy of digital/virtual spaces. It is important to study new definitions in the context of understanding the contemporary structure of economic geography in an information-based world. It is obvious that the current classical definitions are insufficient to explain today's economic geography.

Proceeding from this point, it is necessary to include virtual / digital spaces and alternative approaches to economic geography in the definition of classical economic geography. New economic areas, Information and Communication Technologies, as well as new production, business and innovation systems are areas that globalization has created (Park, 2005, p. 25).

Places that don't really exist, such as social media platforms and online shopping sites, have an absolute presence in real life. There is an economic space and an economic structure that this asset brings with it. This digital world also deeply affects the socio-cultural structure of the real world. This effect pushes towards redefining and positioning human geography and economic geography, which is our main subject.

The role of economic geographers is to perceive the order of all this complexity, to solve interrelated decision-making networks, and to reveal some basic principles that guide the evolution of the economic landscape (Anderson, 2012, p. 71). The factors affecting the economic geography in this complex structure of today's world may enter into an internal regulation process in the coming period. Some of the actors become more active, while others may fall into the background.

Physical capital, which has a role in shaping human capital, also adds social capital to it. It feeds a much more complex understanding of space with Dec multi-actor, digital, inter-network interaction of the capital economy and an information society-based structure. The fact that the parts that make up this economic spatial pattern are in close connection with other research topics of the social sciences and, in particular, human geography, reveals the need to evaluate new approaches to economic geography from a much broader perspective. Instead of accepting that this will make the already complex structure of economic geography even more complicated, it would be wiser to treat this situation as a new opening and process the idea that it will lead to a number of innovations that will make economic geography more effective and effective.

**Keywords:** Economic Geography, Space, Changing, Transformation.

**Kaynakça**

- Amin, A. & Thrift, N. (2000). What Kind of Economic Theory for What Kind of Economic Geography? *Antipode*, 32: 4–9. DOI:10.1111/1467-8330.00117
- Anderson, P. W. (2012). *Economic Geography*. Routledge.
- Aoyama, Y., Murphy, J. T. & Hanson, S. (2012). *Key Concepts in Economic Geography*, Sage Publication.
- Aristoteles (2017). *Metafizik*. (A. Arslan, Çev.). Divan Kitap.
- Aslan, Ö. (2007). Yeni Ekonomi: Özellikleri ve Endüstrileri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 52, 299-318.
- Baldwin, R. E. (2005). Industry Location: The Causes. *Swedish Economic Policy Review*, 12, 11-29.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Abi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Barnes, T. (2001). In The Beginning Was Economic Geography –A Science Studies Approach To Disciplinary History. *Progress in Human Geography*, 25(4), 521–544.
- Boschma A. R. & Frenken K. (2006). Why Is Economic Geography Not An Evolutionary Science? Towards An Evolutionary Economic Geography, *Journal of Economic Geography*, 6, 273-302. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbi022>
- Boschma A. R. & Martin R. (2010). The Aims and Scope of Evolutionary Economic Geography, *Papers in Evolutionary Economic Geography (PEEG)* 1001, Utrecht University, Department of Human Geography and Spatial Planning, Group Economic Geography, revised Jan 2010.
- Braudel, F. (1991). *Maddi Medeniyet ve Kapitalizm* (M. Özel, Çev.), Ağaç Yayıncılık.
- Capel, H. (1981). *Institutionalization of Geography and Strategies of Change. in Geography, Ideology and Social Concern*, ed. D. R. Stoddart, pp. 37-69. Totowa, Barnes and Noble.
- Coe, N. M., Kelly, P. F., & Yeung, H. W. C. (2010). *Economic Geography: A Contemporary Introduction*, Blackwell Publishing Ltd.
- Courtin, R. & Mailet, P. (1962). *Economie Geographique*. Dalloz.
- Demir, E. (2019). *Notlarım: Bilimsel Araştırma Paradigmaları*. [https://www.researchgate.net/publication/331223767\\_Bilimsel\\_Arastirma\\_Paradigmaları](https://www.researchgate.net/publication/331223767_Bilimsel_Arastirma_Paradigmaları) 1-17
- Doğanay, H. (2013). *Türkiye Ekonomik Coğrafyası*. Pegem Akademik Yayıncılık.
- Ekinci E. D. & Ersungur, Ş. M. (2013). Yeni Ekonomik Coğrafya ve Teorik Modelleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 17(3), 205-224.
- Fellmann, J. D. (1986). Myth and Reality in the Origin of American Economic Geography, *Annals of the Association of American Geographers*, 76(3), 313-330
- Foster, J., Muellerleile, C., Olds, K. & Peck, J. (2007). Circulating Economic Geographies: Citation Patterns And Citation Behaviour In Economic Geography, 1982–2006, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32(3), 295-312.
- Garretsen, H. & Martin, R. (2010) Rethinking (New) Economic Geography Models: Taking History and Geography More Seriously, *Spatial Economic Analysis*, 5(2), 127-160.
- Harris, J. W. K. (1983). Cultural beginnings: plio-pleistocene archaeological occurrences from the afar, Ethiopia. *The African Archaeological Review* 1, 3–31.
- Hobsbawm, E. (1996). *The Age of Revolutions 1789-1848*, First Vintage Books Editions.
- Hodder, B.W. & Lee, R. (2015). *Economic Geography*. Routledge.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Keasbey, L. M. (1901). The Study of Economic Geography, *Political Science Quarterly*, 16(1), 79-95
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography, *Journal of Political Economy* 99(3), 483-499.
- Kuhn, T. (1996). *The Structure of Scientific Revolutions*. University of Chicago Press; 3rd edition.
- Lafourcade, M. (2009). New Economic Geography: The Role of Transport Costs. *Master's paper*, Université de Valenciennes.
- Lösch, A. (1954[1940]). *The Economics of Location*, 2nd edn, (Trans. W. Stolper). Yale University Press.



- Mackinnon, D. & Cumbers, A. (2007). *An Introduction to Economic Geography. Globalization Uneven Development and Place*. Pearson.
- Murphy, R. E. (1979). Economic Geography and Clark University, *Annals of the Association of American Geographers, Special Issue: Seventy-Five Years of American Geography*, 69(1), 39-42.
- O'Kelly, M. & Bryan, D. (1996). Agricultural Location Theory: Von Thunen's Contribution to Economic Geography. *Progress in Human Geography*, 20(4), 457-475.
- Ottaviano, G. I. P. & Thisse, J. F. (2004). *Agglomeration and Economic Geography*. In V. Henderson and J. F. Thisse (Eds.). *Handbook of Regional and Urban Economics*, 4, Elsevier.
- Park, S. O. (2005). *Network, Embeddedness, and Cluster Processes of New Economic Spaces in Korea*, (Ed.) Richard Le Heron and James W. Harrington, *New Economic Spaces: New Economic Geographies*, Routledge.
- Renner, G. T. (1950). Some Principles and Laws of Economic Geography, *Journal of Geography*, 49(1), 14-22.
- Reindl, J. (1913). Wilhelm Götz, *Geographische Zeitschrift*, 19. Jahre 9. H. pp. 481-487
- Robinson, E. V. (1914). Industrial and Commercial Geography by J. Russell Smith, *Journal of Political Economy*, 22(5), 498-501
- Scott, A. (2004). A Perspective of Economic Geography, *Journal of Economic Geography*, 4, 479-499
- Smith, A. (2014). *Milletlerin Zenginliği* (H. Deren, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Smith, R. J. (1913). *Industrial and Commercial Geography*. Henry Holt & Co.
- Sheppard, E. (2006). *The Economic Geography Project 11-23, Economic Geography Past, Present and Future* (Editors Bagchi-Sen, S. Smith, H. L.) Routledge, 260.
- STATISTA (2022) <https://www.statista.com/statistics/268604/annual-revenue-of-facebook/>
- Şen, Ö. (2016). Ekonomik Coğrafya Bağlamında Gaziantep İlinde Endüstriyel Kümelenme Analizi. Yayınlanmamış doktora tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sukkoo, K. & Margo, R. A. (2004). Historical Perspectives on U.S. Economic Geography, *Handbook of Regional and Urban Economics*, 4, 2981-3019.
- TASAM (2020) [https://tasam.org/tr-TR/Icerik/211/kuresellesmenin\\_boyutlari\\_ve\\_etkileri](https://tasam.org/tr-TR/Icerik/211/kuresellesmenin_boyutlari_ve_etkileri)
- Tümertekin E. & Özgüç N. (1997). *Ekonomik Coğrafya Küreselleşme ve Kalkınma*. Çantay Kitapevi.
- Working Paper (2003) 9594 National Bureau of Economic Research 1050
- Yıldız, M. Z. & Alaeddinoğlu, F. (2007). Küreselleşme çağında değişen mekân algılayışları, 38. İcanas (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi) 10-15 Eylül 2007-Ankara/Türkiye: Bildiriler Kitabı.

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Potsdam Konferansı Sırasında İngiltere’de Meydana Gelen Hükûmet Değişimi Ekseninde Türk Dış Politikası

Mehtap BAŞARIR\* 

## ÖZ

Potsdam Konferansı (17 Temmuz-2 Ağustos 1945), Sovyet Rusya’nın Türkiye’den Boğazların statüsünde değişiklik ve toprak talebinde bulunmasından sonra düzenlenmiştir. Japonya’nın kayıtsız şartsız teslimi çerçevesinde toplanan söz konusu konferans başlamadan hemen önce İngiltere’de (5 Temmuz 1945) genel seçime gidilmiştir. İngiltere’de oylar sayılırken dünyanın kaderini belirleyen konferans Potsdam’da Üç Büyüklerce (ABD Başkanı Truman, İngiltere Başbakanı Churchill ve SSCB Lideri Stalin) çalışmalarına başlamıştır. İngiltere’de tamamlanan oy sayımı neticesinde Muhafazakâr Parti’nin yerine İşçi Partisi iktidar koluğuna yerleşmiş, böylece konferansta İngiltere’yi temsil eden Başbakan Winston Churchill’in yerini seçimlerden hemen sonra yeni Başbakan Clement Attlee devralmıştır. Sovyet Rusya’nın Türkiye üzerinde emperyalist taleplerini açığa vurduğu bir zaman diliminde İngiltere’de meydana gelen bu iktidar değişimi Türk siyasetçilerinin ve karar alıcılarının dikkatini çekmiştir. Nitekim Sovyet Rusya’nın emperyalist taleplerinin muhatabı Türkiye, İkinci Dünya Savaşı boyunca müttefikliğini sürdürdüğü İngiltere’de sol görüşlü bir partinin iktidar koluğuna oturmasının getirdiği kaygıyla bir dış siyaset yürütmüştür. Ciddi tehdit algısı içerisindeki Türkiye, Sovyetler karşısında yalnız kalmak yerine ortak bir blok kurmak üzere özellikle İngiltere’nin desteğini arzulamış ve bu doğrultuda iktidar koluğuna oturan İşçi Partisi’nin takinacağı tutumu da tartmıştır. Bu çalışmanın amacı, İngiltere’de meydana gelen iktidar değişiminin Türk karar alıcıları üzerinde nasıl bir refleks geliştirdiğinin tespitidir. Çalışma amaca bağlı olarak Milli Kütüphane Süreli Yayınlar Şubesi’nde, doküman tarama metoduyla dönemin ulusal basınında yer alan başyazarların değerlendirmeleri; Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Dışişleri Bakanlığı Türk Diplomatik Arşivi; Avam Kamarası Zabıtları ve konuyla ilgili tetkik eserler üzerinden elde edilen bilgiler üzerine inşa edilmiştir. Sonuçta anlaşılmaktadır ki İngiltere’deki iktidar değişikliğini Türkiye basın üzerinden partiler değişse de İngiliz dış politikası değişmez biçiminde kamuoyuna sunarken; Londra Büyükelçisi vasıtasıyla Sovyet Rusya’nın talepleri karşısında müttefikinin izleyeceği dış politikasının iz düşümlerini öğrenmeye çabalamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İşçi Partisi, Muhafazakâr Parti, Winston Churchill, Clement Attlee, Ernest Bevin, Stalin, Türk Boğazları.

## Turkish Foreign Policy on the Axis of the Change of Government in England during the Potsdam Conference

### ABSTRACT

Soviet Russia demanded a change in the status of the *Straits and territory* from Turkey, and the *Potsdam Conference (July 17- August 2, 1945)* was held following this request. Just before the conference, which was held within the framework of the “unconditional surrender of Japan”, a *general election* was held in England (July 5, 1945). While the votes were counted in England, the conference that determined the fate of the world and attended by “the big three (US President Truman, British Prime Minister Churchill and USSR Leader Stalin)” in Potsdam started. As a result of the vote count in England, “*the Labor Party*” took the seat of power instead of “*the Conservative Party*”, so the new Prime Minister *Clement Attlee* took over the place of Prime Minister *Winston Churchill*, who represented England at the conference, right after the elections. This change of power, which took place in England at a time when Soviet Russia revealed its imperialist demands on Turkey, attracted the attention of Turkish politicians and decision makers. Turkey, the addressee of the imperialist demands of Soviet Russia, was concerned about the sitting of a left-wing party in the seat of power in England, with which it was an ally during the Second World War, and conducted its foreign policy with concern. Faced with the perception of serious threat, Turkey especially sought the support of England to establish a common bloc instead of being alone against the Soviets. In this direction, Turkey has weighed the attitude of the Labour Party, which has always been in the seat of power. The aim of this study is to determine “*how the power change in England developed a reflex on Turkish decision makers*”. Depending on the purpose, the study was built on the following sources: “*The evaluations of the editorial writers in the National Library Periodicals Branch, using the document scanning method, in the national press of the period; Presidency of the Republic of Turkey State Archives Ministry of Foreign Affairs Turkish Diplomatic Archive; Information obtained from the Minutes of the House of Commons and related research works.*” As a result, it is understood that Turkey presented the change of power in England to the public through the press as *British foreign policy does not change even if the parties change*. However, Turkey, through its London Ambassador, tried to learn the projections of its ally's foreign policy in the face of Soviet Russia's demands.

**Keywords:** Labour Party, Conservative Party, Winston Churchill, Clement Attlee, Ernest Bevin, Stalin, Turkish Straits.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Kayseri Üniversitesi, mehtapbasarir@kayseri.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 15.11.2022

## 1. Giriş

İkinci Dünya Savaşı'nın Almanya'nın teslimiyle Avrupa'da sona ermesinin ardından Sovyet Rusya, Türkiye'ye yönelik emperyalist fikirlerini Yalta Konferansı'nda açıktan ifade etmeye başlamıştır. Sovyet Lideri Stalin, Yalta Konferansı'nda (4-11 Şubat 1945) çağdışı kaldığını söylediği Montrö (Montreux) Sözleşmesi'nin günün şartlarına bağlı olarak yeniden düzenlenmesini ve bunu yaparken de ülkesinin çıkarlarının dikkate alınması gerektiği üzerinde durmuştur (Arslan, 2021). İngiliz Başbakanı Churchill ise Montrö Antlaşması'nın gözden geçirilmesine sempati duyduğunu ancak Sovyetlerin kesin önerilerini açıklamadığını hatırlatarak, bağımsızlığının ve toprak bütünlüğünün garanti altına alınacağına dair Türkiye'ye bir güvence vermesini istemiştir. Stalin böyle bir güvencenin verilmesi gerektiğini kabul etmiştir. Churchill böylece Sovyetler Birliği'nin Türk topraklarını veya üslerini işgal etmek niyetinde olmadığı sonucuna varmıştır. Ana hatlarıyla İngiltere "hayati stratejik çıkarlarıyla çelişmediği süreç" Sovyet Rusya'nın herhangi bir makul talebine karşı çıkmama kararı almıştır. Boğazların revizyonu İngiltere'nin bölgesel stratejik çıkarlarını olumsuz etkileyecek olsa da hayati olarak etkilemeyecektir. Bu nedenle İngiltere iki ülkenin gelecekteki ilişkilerini tehlikeye atmamak adına Sovyetlerin Boğazlardan serbest geçiş iddiasını makul karşılamıştır (Tamkin, 2009). Sovyetlerin Montrö Sözleşmesi'ne ilişkin önerilerinin Londra'da üç ülkenin dışişleri bakanları tarafından ele alınmasına ve ortak düşmana savaş ilan eden ülkelerin Birleşmiş Milletler (BM) Konferansı'na davet edileceğine yönelik karara Yalta Konferansı'nda varılmıştır (Hasanlı, 2011). Bu kapsamda Yalta'da Montrö Sözleşmesi'nin revizyonu konusunu açan Stalin, Dışişleri Bakanı Molotov'a her şeyin kanun çerçevesinde ve bilhassa da Birleşmiş Milletler (BM) yoluyla yapılarak, İngiltere'nin tepkisinin çekilmemesi gerektiğini belirtmiştir (Çuyev, 2010). Doğrudan doğruya bir harp konferansı biçiminde toplanan Yalta Konferansı'nda, Avrupa zaferini biran evvel kazanmak amacı üzerine yapılan konuşmalara ilave olarak Türk Boğazlarının bir şekilde ele alınması savaş sonrası uluslararası politikanın şekillenmesi açısından dikkat çekicidir. Sovyet Rusya'nın, İkinci Dünya Savaşı başarısından hareketle Montrö Sözleşmesi'nin revizyon talebi, Çarlık rejiminden kalma emperyalist siyasetiyle ilişkilendirilebilir.

Stalin Yalta'da Türkiye'nin egemenliğinin ihlal edilmeyeceğine dair güvence verilmesini kabul etmiş olsa da (Hasanlı, 2011) Montrö Antlaşması'nın revizyonu yolunda ilk adımı, 19 Mart 1945'te atmıştır. Belirtilen tarihte Molotov, Türkiye'nin Moskova Büyükelçisi Selim Sarper'e 17 Aralık 1925 tarihinde imzalanan Türk-Sovyet Dostluk ve Tarafsızlık Antlaşması'nın<sup>1</sup> kıymetini takdir etmekle beraber özellikle İkinci Dünya Savaşı sürecinde meydana gelen "derin değişiklikler" nedeniyle yeni şartlara uymayan antlaşmayı feshetmek arzusunda bulduklarını beyan etmiştir (Gürün, 1999). Sovyet Rusya'nın "derin değişiklikler" tabiriyle ne kastettiğini Sovyetler Birliği Komünist Partisi Merkez Komitesi Sekreteri M. Malenkov'un şu sözleriyle açıklayabiliriz: "Dostlarımızın güçlü olduğumuz için bize saygı duyduğu bir sır değil. Dostlarımızın bize ancak güçlü olduğumuz sürece saygı duyacakları her zaman akılda tutulmalıdır. Zayıflara saygı duyulmaz. Ve dahası, zayıfların ezildiği birçok kez kanıtlanmıştır. Uygarlığın son şansı olan bir örgüte (BM) girmeden önce "egemen" tabirinin siyasal tartışmalarda nasıl ele alındığından emin olmalıyız" (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1316, c1321). Malenkov'un sözlerinden, elde ettiği savaş kazanımı gücünün farkında bulunan Sovyet Rusya'nın birtakım arzularını harekete geçireceği anlaşılmaktadır. Nitekim Molotov'un 1945 Haziranı'nda Türkiye'ye verdiği notalarla, Rus generallerin "Karadeniz'den çıkış kapısı" nitelendirdiği Boğazları Türklere birlikte korumayı ve Türkiye'ye ait Ağrı'yı Ermeniler; Batum'a sınır olan toprakları Gürcüler için talep etmesi, savaşın galibiyeti pozisyonunu harekete geçirmesinden başka bir şey değildir. Molotov'un dahi zamansız ve gerçekleştirilmesi imkânsız bir öneri biçiminde değerlendirdiği Sovyet talepleri (Çuyev, 2010; Başarı, 2019) Türk-Sovyet ilişkilerinde bir dönüm noktası kabul edilmektedir.

<sup>1</sup> 1917 İhtilali'nden ve özellikle 1921 ve 1922 yıllarından sonra Almanya'yı Batı bloğundan çekip uzaklaştırmak, Sovyet Rusya'nın dış politikada ana hedefidir. 1925'te Almanya'nın; İngiltere, Fransa, İtalya, Belçika, Polonya ve Çekoslovakya ülkeleriyle imzaladığı Locarno Antlaşması'nı kendi aleyhine bir set niteliğinden Sovyet Rusya, Türkiye ile 17 Aralık 1925'te Paris'te tarafsızlık, saldırmazlık ve karşılıklı danışma antlaşmasını imzalamıştır. Sovyet Rusya'yı Türkiye'ye yakınlaştıran Locarno Antlaşması iken; Türkiye'yi Sovyet Rusya'ya çeken Milletler Cemiyeti'nin Musul meselesindeki tutumudur. Bu antlaşma birkaç kez yenilenmiş ve 20 yıldır süregelen Türkiye ile Sovyet Rusya arasındaki ilişkilerin temelini oluşturmuştur (Erden, 2017).

Sarper, yeni bir Sovyet-Türk anlaşması için ortak bir zemin elde etmeyi amaçlayan Sovyetlerin Ankara Büyükelçisi Vinogradov ile 1945 ilkbaharında gayriresmî müzakerelere girişmiştir. Görüşmelerin ana amacı yeni bir anlaşma taslağı üzerinde mutabakata varmak olarak öne çıkmıştır. Görüşmelerde Sarper'in Türkiye-İngiltere ve Sovyet Rusya arasında üçlü bir ittifaktan veya Sovyet Rusya ile Türkiye arasında yapılacak bir ittifaka İngiltere lehine çekince koymaktan bahsetmesi ise çok karşılık bulmamıştır. Sarper ve Vinogradov arasındaki bütün görüşmeler İngilizlerden gizli tutulmuş ve bu konuda taahhüde gidilmiştir (Gürün, 1999). Sovyetlerin Türkiye ile gerçekleşen görüşmeleri gizli tutulmasındaki amacı bir taraftan İngiltere'nin gardını kullanmasına izin vermemek bir taraftan da Türkiye'nin niyetini çözerek Boğazlarla ilgili taleplerini bir şekilde kabul ettirmektir. Almanya karşısında elde ettiği zaferle (Stalingrad) İkinci Dünya Savaşı'nı Avrupa'da sona erdiren güç konumundaki Sovyetlerin, bu etkin prestijini kullanarak feshedileceğini söylediği 1925 Antlaşması'nın muhatabı Türkiye'yi Boğazlarla ilgili beklentilerini gözden geçirmeye mecbur bırakmak amacıyla belirsizlik ortamına çektiğinden bahsedilebilir. Sarper-Vinogradov arasında gerçekleşen özel görüşmelerde Moskova ile ilişkilerini içtenlikle geliştirmeye çalışan Türkiye'nin ittifak önerisine İngiltere'yi dâhil etme isteği veya yapılacak ittifaka İngiltere lehine bir çekince koyma gayreti göze çarpmaktadır.

Haziran 1945 döneminde Sarper-Molotov görüşmeleri yeniden başlamıştır. Bu görüşmelerde Sarper Molotov'un iki ülke arasındaki ilişkileri düzenlemek üzere yeni antlaşmanın esasları hakkında bir bilgilendirme yapmadığını ancak Türkiye'nin feshedilen anlaşmanın yerine yeni bir antlaşma imzalamak isterse bu durumun kendilerine bildirmesini talep ettiğini ifade etmiştir. Sarper, fesih kararının aslında sürpriz olmadığını ve Rusların fesih olunan anlaşmanın yerine yeni bir dostluk ve tarafsızlık ve belki de bir ittifak antlaşması yapacaklarına fakat adı ne olursa olsun Boğazlar meselesini istedikleri biçimde halletmek amaçlarına dikkat çekmiştir (Erden, 2017).

1925 Antlaşması'nın yerini alacak antlaşması için Stalin 1940'tan beri uykuda kalan hırslarını yeniden gözden geçirmiş ve "maksimum" veya "ideal" şartlarını belirlemiştir. Buna göre Stalin Boğazların ülkesi lehine revizyonunu, yeni rejimi uygulamak üzere Boğazlar bölgesinde askeri üsler ile Kars ve Ardahan'ın iadesini istemiştir. Sovyetlerin Kars ve Ardahan üzerinde hak talebini Molotov'un inançla savunmamasından yola çıkan Sarper, Boğazlarla ilgili müzakereler için adı geçen toprakların pazarlık amacıyla bir koz olarak öne sürüleceğine inanmıştır. Bu koz sonraki müzakerelerde Sovyetlerin iyi niyetini göstermesi adına gösterişli bir şekilde vazgeçilebileceği bir hırs biçiminde özetlenmiştir (Tamkin, 2009).

Sovyet Rusya'nın baskı ve tehditleri sebebiyle içine düştüğü sınır harbinden çıkmanın yollarını arayan Türkiye öncelikle 22 Haziran 1945'te Moskova'nın bütün taleplerini geri çevirmiştir (Hasanlı, 2011). Türk Dışişleri Bakanlığı, Montrö'nün değiştirilmesini amaçlayan görüşmelerin pratik sonuçlar vaat etmediğini de ilan etmiştir. İngiltere'nin Ankara Büyükelçisi Maurice Peterson da ilk kez böylece Sarper-Vinogradov görüşmelerinden haberdar edilmiştir (Tamkin, 2009). Türkiye aynı zamanda kendi konumunun korunmasına yönelik hem İngiltere hem de Amerika üzerinde etkin bir politika yürütmeye çalışmıştır. Bu süre zarfında Yakın Doğu'daki çıkarlarını korumak isteyen İngiltere, Sovyetlerin İran'a ve Balkan ülkelerine yönelik adımlarından rahatsızlık duymaya başlayınca Amerikan Hükûmeti'ne müracaatta bulunmuştur. İngilizler, Sovyetlerin Yalta Konferansı kararlarına muhalif bir politika sergilediği üzerinde durarak Potsdam Konferansı öncesinde Amerika'yla ortak bir politika hazırlamaları gerektiğini belirtmiştir (Hasanlı, 2011).

Sovyetlerin Türkiye ve İran hakkında izlediği politikayı eleştirenlerin içerisinde hâlihazırda İngiliz sömürgesi Hindistan da bulunmaktadır. Hatta Türk-Rus ihtilafı karşısında Hindistan basını, Türk Başkonsolosluğu'na başvurarak makale ve beyanat talep etmiş ancak beyanat gelmeyince gazeteler kendi tepkilerini ortaya koymuştur. Rusya'nın Türkiye ve İran'a karşı takındığı düşmanca tavır üzerine Hindistan Müslümanları siyasi partisinin oy birliği ile kabul ettiği protesto kararını içeren gazete makalesi Hindistan Türk Başkonsolosluğu'na gönderilmiş, haberin içeriği Türk Hükûmeti'ne de iletilmiştir. Alınan protesto kararında gerek Boğazlar gerekse doğu sınırı hakkındaki Rus istekleri kesinlikle reddedilmiş; bunun hem Türkiye hem de Orta Doğu ülkelerinin toprak bütünlüğüne ve bağımsızlığına ciddi tehlike oluşturduğu açık bir şekilde ifade edilmiştir. Ancak muhtemel bir savaşta Hint Müslümanlarının Türkiye ve Orta Doğu ülkelerine yardım edecekleri beyan edilmiş ve İkinci Dünya Savaşı'nın en buhranlı davası olan Alman-Japon birleşmesine ancak ve ancak Türkiye'nin ve Hint Müslümanlarının engel olduğu açıklanarak Türkiye

takdirle anılmıştır. Türkiye'nin Hindistan Başkonsolosu, Hint aydınlarının Türkiye'ye yönelik ilgisinden faydalanılarak, Türkiye hakkında siyasi, iktisadi, kültür ve diğer meselelerle ilgili her türlü fikir ve görüşün rahatlıkla Hint kamuoyuna aktarılabilceğini ifade etmiştir (TDA, 534/37195-148306-5). Sovyet Rusya'nın bir bakıma Türkiye'yi yalnızlaştırma politikasına karşın Hindistan basınında Türkiye lehine yönelik yapılan yayınlar, Türkiye'nin kendisini anlatacağı ve müttefiki İngiltere'ye de davasını aktarabileceği bir platform sunması yönüyle önemsenmiştir.

Ayrıca Potsdam Konferansı öncesinde Türkiye, Molotov'un önerilerini açıklayarak Amerika ve İngiltere'nin, Sovyet isteklerinden haberdar olmalarını ve bu sayede milletlerarası antlaşmalara, ilkelere uyması konusunda Sovyetleri ikna edebilmelerini sağlamayı amaçlamıştır. Türkiye bu amaç çerçevesinde kamuoyu oluşturmak isterken, Potsdam Konferansı sırasında Muhafazakârların aksine İşçi Partisi'nin oy çoğunluğuyla İngiltere'de iktidara gelmesini dikkatle izlemiştir. Sovyet baskısına karşı İngiliz desteğini almak isteyen Türkiye, İngiltere'de sol eğilimli hükümetin iktidara gelmesinden endişelenmiş ve yeni hükümetin politikasını mercek altına almıştır. Bu çalışma, söz konusu iktidar değişikliğine ilişkin şu araştırma soruları üzerine kurgulanmıştır:

i. Potsdam Konferansı esnasında iktidara gelen İşçi Partisi Başkanı Başbakan Attlee dış politikada Sovyet Rusya'ya karşı nasıl bir politika sergilemiştir?

ii. Sovyet Rusya'nın Türkiye üzerindeki emperyalist taleplerine İngiltere'nin yeni hükümetinin bakış açısı nasıldır?

iii. İngiltere'deki iktidar değişikliği Türkiye'de nasıl değerlendirilmiştir?

## 2. Potsdam Konferansı (17 Temmuz- 2 Ağustos 1945) ve Üç Büyükler

Yalta (Kırım) Konferansı'nda Üç Büyükler Avrupa'da istiladan kurtarılan ülkeler ile eski Mihver güdümünde olan ülkelerde uygulanacak ortak siyasetin ana prensiplerini tespit edip kararlaştırmışlardır. Ne var ki uygulamada Rusya'nın kurtardığı ülkelerde kurulan geçici hükümetlerle; İngiliz ve Amerikalıların kurtardığı yerlerde kurulan hükümetler arasında büyük farklar meydana çıkmıştır. Rusya'nın askeri işgali altında bulunan yerlerde Nazi ve faşistlere karşı daha radikal tedbirler alınarak sola; Anglosakson işgali altında bulunan ve İngiliz emniyet bölgesine mensup ülkelerde ise sağa eğilimli hükümetler kurulmuştur. Yönetim anlayışı üzerine ortaya çıkan bu farklılıklar Avrupa'nın iki bölgeye taksim edilmekte olduğu kanaatini ortaya sermiştir. İngilizler, Sovyetlerin: Doğu, Merkezi Avrupa ile Yakın Doğu ülkelerini nüfuzları altına alarak bir blok oluşturmak istemesine kanaat getirirken; Ruslar da İngilizlerin: Batı ve Güney Avrupa ile Orta Doğu'da bir blok vücuda getirmekte olduğunu düşünmüştür. Basında çıkan bölge anlaşmaları; Üç Büyüklerin herhangi bir saldırı ihtimaline karşı kendi müdafaa hudutları üzerinde kurmaya teşebbüs ettikleri müdafaa bölgeleridir. Müdafaa bölgelerinin hedefi saldırı değil, bölgedeki barışı korumaktır. Amerika ve Sovyet Rusya kendi sınırları üzerinde bulunan ülkelerle bu tarz bölge anlaşmaları yapmıştır. İngiltere de benzer şekilde Batı Avrupa'da ve Akdeniz'de aynı siyaseti takip ederek, kendi menfaatlerinin müdafaaasına yarayacak anlaşmalar yapmıştır (Sertel, 1945c). Sovyet Rusya'nın İngiltere'nin bir Batı Bloku yaratıyor suçlamalarını özellikle Moskova'da gündeme getiren İngiliz Dışişleri Bakanı Ernest Bevin meseleye şöyle yaklaşmıştır: "Dost canlısı komşular istiyorsun. Ben de sokağımda dost canlısı komşular istiyorum. Onlara sahip olma hakkım var, ama seni yaralayacak hiçbir şey yapmayacağım. Majestelerinin Hükümeti, sizi bilgilendirmedikleri hiçbir şey yapmayacaktır. Size her şeyi anlatacağız" (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1349). Bevin bu sözleriyle hem neden Batı Bloku oluşturduklarına dair genel bir açıklama yapmış hem de iki ülkenin birbirine güven duyması gerektiğinin altını çizmiştir.

Yalta Konferansı'ndan sonra belirginleşen bu ideolojik farklılıklar, Potsdam'da görüşülecek başlıca meselelerin ülkelerin birbirlerine dönük endişelerinden kaynaklandığını ortaya sermiştir. Buna göre Tan gazetesinde yazar M. Zekeriyâ Sertel (1945e) Potsdam Konferansı'nda: "Balkanlar, Boğazlar, Yunanistan, Orta Doğu vb. gibi meseleler ile Almanya'nın müstakbel idare şekli ve Avrupa'nın barış meselelerinin" (s. 1-2) değerlendirileceğini belirtmiştir.

Sertel'in Potsdam'da ele alınacağını belirttiği Boğazlar meselesi 22 Temmuz'da Truman'ın başkanlığı altında resmi biçimde değerlendirilmiştir. Söz konusu oturumda Churchill, Montrö Sözleşmesi'nin gözden geçirilmesinden yana olduğunu ancak Sovyet Hükümeti'nin tutumunu öğrenmek istediğini belirtince Dışişleri Bakanı Molotov üç madde sıralamıştır: i. Montrö Sözleşmesi günün şartlarına uygun düşmediği için feshedilmelidir. ii. Karadeniz'den yegâne giriş ve çıkış yolu olan Boğazlar rejiminin belirlenmesi yetkisi

Türkiye ve Sovyetler Birliği’nde kalacaktır. iii. Karadeniz ve Boğazların güvenliğinin sağlanması için Türk askeri üslerinin yanı sıra Boğazlarda Sovyet askeri üsleri de tesis edilecektir. Sovyet taleplerinin açıklanmasından sonra Churchill, Türkiye’nin sıralanan bu maddeleri kesinlikle kabul etmeyeceğini; Truman ise düşüncesini açıklamadan önce Sovyet önerilerini inceleyeceğini söylemiştir (Hasanlı, 2011; Bilge, 1992). Boğazların revizyonuna yönelik Sovyet Rusya lehine verdiği desteği yineleyen Churchill, Molotov’un Türkleri alarma geçiren politikasından dolayı Boğazlarla ilgili yeni bir sözleşmesinin imzalanmasında güçlükler yaşanabileceğini dile getirmiştir. Churchill Potsdam’da öne sürülen üsler sorununu, Stalin ile kendisi arasında Tahran, Moskova ve Yalta toplantılarında tartışılan her şeyin çok ötesinde “tamamen taze” bir istek şeklinde değerlendirmiştir. Aslında Churchill’in bu şaşkınlığı, İngilizlerin, 1940’ta Sovyetlerin üs iddialarına ilişkin Alman raporlarını asla kabul etmediğini teyit etmiştir. 1945’in ikinci yarısında ve 1946’nın başlarında sorgulanan Alman mahkûmlarının ifadelerine ve ele geçirilen Alman arşivlerine ilişkin araştırmalara kadar İngilizlerin Boğazlarla ilgili Sovyet emellerinin sürekliliğini açıkça onaylamadıkları ortaya çıkmıştır (Tamkin, 2009).

23 Temmuz oturumunda yeniden Boğazlar meselesi masaya getirilmiş ve bu noktada Stalin, Birinci Dünya Savaşı dönemindeki duruma geri dönülerek: Kars’ın Ermenistan’a, Ardahan’ın ise Gürcistan sınırlarına bırakılması<sup>2</sup>, Boğazlarda Sovyet üssü taleplerini ve serbest geçişle alakalı güvence isteklerini dillendirmiştir. Stalin’in açıklamalarından sonra Truman toprak sorununu Türkiye ve Sovyet Rusya arasında bir sorun nitelendirerek iki ülke arasında halledilmesi gerektiğini; ancak Karadeniz sorununu birçok ülkeyi ilgilendiren mesele olarak değerlendirdiğini belirtmiştir (Hasanlı, 2011).

Barışı sağlama yükümlülüğünün özellikle Amerika’ya düşmesinden yola çıkan hem Sovyet Rusya hem de İngiltere, bu ülkeyi kazanmak istemiştir. Bütün endişesi yeniden kapitalist bir taarruza maruz kalmamak olan Stalin, Amerika’yı kazanmak amacındadır. Yine Churchill de Amerika olmaksızın İngiltere’nin tek başına dünya siyasetini elinde bulunduramayacağına kanaat getirmiştir. Sertel, harbi kazanmak için harcadığı çabayı hâlihazırda barışı sağlamak için harcayacak olan Amerika’ya tüm bu nedenlerden dolayı Potsdam’da daha fazla iş düşeceğini belirtmiştir (1945e). Aslında bir bakıma Truman’ın dünyaya barış ve huzur getirmek sorumluluğunu taşımasına rağmen sınır değişikliği talep eden Sovyetlerin toprak talepleri iddiasına kayıtsız kalarak bu meselenin Moskova-Ankara arasında çözülmesi yorumu Sovyetlere hareket serbestliği sunması anlamına gelmektedir. Diğer taraftan Boğazlara uluslararası statü kazandırılması, emperyal amaç güden Sovyetlerin pek de yanaşacakları bir adım olmamakla birlikte Türkiye de bağımsızlığına gölge düşürecek uluslararası bir yönetime sıcak bakacak konumda değildir.

Boğazlar meselesi kapsamında bir sinir harbi içerisine çekilen Türkiye diplomatik açıdan Sovyet Rusya ile sıkıntılı bir dönem geçirse de Türk basınında Üç Büyüklerin dünyayı istikrara kavuşturacaklarına dair makaleler yer almıştır. Ulus gazetesinde yazan Esat Tekeli’ye göre, barış ülküsüne gönülden bağlı olan ülkeler, realitelerini prensiplere uydurarak: barışı ve insanlığın güvenini teminat altına almak üzere çalışacaklardır (1945b). Benzer şekilde bir başka gazetede Japonya’nın ezilmesine yardım sağlayacak Stalin’in Batı devletleriyle kuracağı devamlı iş birliği sayesinde dünyayı istikrara kavuşturacağı ve böylece dünya barışına katkı sunacağı öne çıkarılmıştır (Tan, 18 Temmuz 1945). Fark edileceği üzere Potsdam Konferansı’nın başarısı Üç Büyüklerin iş birliğine bağlıdır. İkinci Dünya Savaşı’nda Almanya’yı yenilgiye uğratan Üç Büyüklerin önceliği Avrupa’da devamlı ve istikrarlı bir barışın sağlanmasıdır.

Üç Büyüklerin barışı ve istikrarı sağlama yükümlülüğü gündemde tutulsa da Potsdam Konferansı sırasında İngiliz seçimlerinden çıkan sonuç Üç Büyüklerin içerisinde yer alan Churchill’in tarihi sorumluluğunu sona erdirmiştir. Seçim neticesine göre Potsdam Konferansı’nda Churchill’in yerini İşçi Partisi lideri Clement Attlee almış ve Japonya’ya bir ultimatom verilmiştir. İlaveten Amerikan Başkanı

<sup>2</sup> Molotov Sarper’e sunduğu notalarda adı geçen vilayetlerin “bir zaaf anında” 1921’de Türkiye’ye bıraktıklarını ifade etmiştir. Bu nokta, İngiliz uzmanlarca değerlendirilmiş ve 1921’de Kars ve Ardahan’ın zorla bırakıldığı Sovyet iddialarının asılsız olduğu kavranmıştır (Derinçil, 2014). Rus taleplerinde yer edinen iki vilayeti Türkiye’ye bırakan 1921 Antlaşması’nın fatih ve mağlup tarafından değil, Birinci Dünya Savaşı’nda yenilgiye uğratılmış Türkiye ve mezkûr savaştan çok iyi çıkmamış talihsiz bir Rusya tarafından belirlendiğinin altını çizen Bevin, bu toprakların dayatılan bir sınır olmadığını General Stalin’in de bizzat onayı bulunmasına dayandırmıştır. Adı geçen iki vilayette bir milliyet sorunu olmadığına vurgu yapan Bevin, Sovyet Rusya’nın yanlış gerekçelerle sık sık basında polemik yaparak ve yanlış anlamalar üreterek uluslararası barışa yönelik tehlike yaratmasını Avam Kamarası’nda eleştirmiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1355).

Truman Müttefiklerin bu harbe girmekle asla bir toprak kazancı elde etmek amacı gütmediklerini Berlin’de son bir defa daha teyit etmiştir (Fenik, 1945c).

Potsdam’da Montrö’ye yönelik Sovyet itirazları yinelense de Başkan Truman’ın “İç Su Yollarında Serbest ve Sınırsız Seyrüsefer” konulu raporu üzerinden Boğazlar meselesi başka yöne evrilmiştir. Böylece İngiltere, Sovyetlerin Boğazlarda askeri üs talebine alternatif olarak Truman’ın uluslararasılaştırma söylemini öne çıkarmıştır. Amerika’nın öne sürdüğü uluslararasılaştırma politikası özellikle İngiltere’de Sovyet Rusya’nın Boğazlar üzerindeki taleplerine ne şekilde direnileceğini düşünen karar alıcıların elini rahatlatmıştır. Nitekim Sovyet Rusya Boğazlar üzerindeki taleplerinin bir benzerini Cebelitarık, Süveyş ve Panama Kanalı özelinde de isteyebilirdi. Böyle bir gerçeklik ekseninde Attlee Hükümeti Çanakale Boğazını kontrolü altında tutmak isteyen Rusya’ya yönelik Amerika’nın Boğazların uluslararasılaştırma önerisini dikkate alarak Türkiye politikası üzerine yeniden düşünmeye başlamıştır (Tamkin, 2009).

Boğazlar konusunda İngiltere’nin tutumunu Avam Kamarası’nda değerlendiren Dışişleri Bakanı Bevin, Türkiye ve Rusya’yı birlikte müttefik olarak düşünmeye ya da Montrö Sözleşmesi’nin revizyonunu kendi aralarında değerlendirmelerine izin vermeye hazır bulduklarını söyleyerek yapılacak revizyonda iki hususa dikkat çekmiştir. Buna göre belirli bir gücün belirli bir noktada üsleri olmasının dünya barışına katkı sağlayacağından pek emin olmadığını öne çıkaran Bevin aynı zamanda yapılacak revizyonda, su yollarının uluslararası yönünün göz önünde tutulması gerektiğini belirtmiştir. Ancak ne olursa olsun Kuril Adalarından uydu devletlere kadar uzanan bir bölgeye sahip, dünyanın en büyük ve sağlam kara gücü Sovyet Rusya ile İngiltere’nin bir savaşa sürüklenmesine yol açacak herhangi bir koşul görmediğini de beyan etmiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1356). Bevin’in bu konuşmasından yola çıkarak İngiltere’nin Sovyetleri bütünüyle karşısına almaktan çekindiği ancak Montrö’nün tadil edilebileceği fikrine sıcak yaklaştığı anlaşılmaktadır. Boğazlar konusunda revizyona sıcak bakan İngiltere’yi savaş sonrasında endişeye sevk ederek politika değişikliğine iten nedenlerin arkasında Rusya’nın Akdeniz’e inmek ve yerleşmek yönündeki adımları etken olmuştur.

Potsdam’da ele alınan Boğazlar meselesi hakkında İngiltere Ankara Büyükelçisi Peterson vasıtasıyla Başbakan Saracoğlu’nu, Truman’ın Boğazların uluslararası hale getirilmesiyle ilgili teklifleri hakkında bilgilendirmiştir. Doğrudan kendisini ilgilendiren bir konunun Türkiyesiz müzakere edilmesine olumsuz yaklaşan Saracoğlu, taleplerine ilişkin Ruslara herhangi bir vaatte bulunup bulunulmadığını da sormuştur (Hasanlı, 2011). İngiliz Hükümeti, Boğazlar meselesinde Türkiye’nin egemenliğinin ve güvenliğinin ihlal edilmemesi şartıyla yapılacak değişikliklerin kabul edileceği, Amerika ile iş birliğini destekleyecekleri ve sorunların Sovyet Rusya ile ilişkileri iyileştirilerek çözülmesi gerektiği konusunda, Türk yetkililerle mutabakata varmıştır. Ancak Potsdam Konferansı’nda Stalin, Truman ve Attlee tarafından 2 Ağustos’ta imzalanan belgede Türkiye, Boğazlar ve Türk-Sovyet ilişkileri konularında bir cümle dahi yer almamıştır (Hasanlı, 2011).

İngiltere’nin yeni başbakanı Attlee’nin iktidara gelmesi, izlenecek Türkiye politikası açısından önem taşımıştır. Attlee’nin enternasyonalizmi, İngiltere’nin dünya sahnesinde oynadığı güçlü rolü görme arzusuna dönüşmüştür. Bu nedenle Doğu Akdeniz ve Orta Doğu’dan çekilmek, İngiliz liderliğinin kolektif dünya görüşü ile bağdaşmamıştır. Attlee, İngiltere’nin bir dünya gücü olarak ayakta kalması ve gücünü yeniden ortaya koyması için Doğu Akdeniz ve Orta Doğu’da prestijini sürdürmesi gerektiğine ikna olmuştur (Tamkin, 2009). Bu bağlamda İngiltere, Sovyetlerin İran’da bulunan ordusunu mümkün mertebe geç çekmek istemesinden kaynaklı olarak etki alanını Akdeniz’e genişletebileceğinden endişe duymaya başlamıştır.<sup>3</sup> Bevin, İran meselesini<sup>4</sup> Rusya ile İngiltere arasında bir rekabet meselesi olarak görmediğini

<sup>3</sup> Hasanlı’ya göre, 1945 Haziran ayı boyunca İran Azerbaycanı ile Sovyet Azerbaycanı’nın birleştirilmesine dair Sovyet planları Türkiye’ye karşı toprak iddialarıyla eş zamanlı yürütülmüştür. Coğrafi açıdan Kars ve Ardahan’ın İran Azerbaycanı, Güney Kafkasya Cumhuriyetleriyle sınırının bulunması Sovyet toprak taleplerinin gerçekleştirilmesi açısından önemli avantajlar sağlayabilirdi (2011).

<sup>4</sup> Önemli bir hammaddeye (petrol) sahip İran üzerinde Amerika, İngiltere ve Sovyet Rusya’nın çok hayati çıkarları olduğu gerçeğini gizlemeyen Bevin, 1906-1907 İran Anayasası’nı temel alarak Üç Müttefikten oluşan üçlü bir komisyonun bölgeye gidip azınlık dilleri ve Türkistan sorunu üzerine bir taslak hazırlayabileceğine yönelik önerisinin gerçekleşmediğini belirtmiştir. Oysa küçük bir ülkeyi büyük Müttefikler arasındaki tartışmaların kurbanı yapmamak ve işleri düzenlemek için Üçlü Komisyon’un meseleye eğilmesini tam da atılacak adım biçiminde nitelendirmiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1358).

ancak İran Azerbaycanı hareketinin mevcut karakterinden endişe ettiğini itiraf etmiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1357).

Sovyet Rusya'nın yayılmacı politikası ekseninde bulunan Türkiye ise Truman'ın Potsdam'da Boğazlarla ilgili ortaya attığı uluslararası statü önerisini pek tatmin edici bulmadığından 20 Ağustos'ta Dışişleri Bakanlığı aracılığıyla İngiltere ve Amerika Büyükelçilerine birer nota sunmuştur. Bu notada Boğazların savunulması ve geçiş serbestliği konusunda Amerika'dan güvence istenmiştir. Türkiye, Sovyet taleplerinin doğurduğu gerginliğin azaltılması ve egemenliğinin sağlanması kaydıyla Boğazların yönetimine uluslararası bir statü kazandırılmasından yana olabileceğini aynı notada ifade etmiştir. Rusya'nın Türkiye'de dost bir rejim kurma planı bulunduğu öngörüsüyle hareket eden Amerika da politika değişikliğine giderek 22 Eylül'de toplanması planlanan Dışişleri Bakanları Konseyi'nde Boğazlar konusunun müzakere edilmesine karşı olduğunu belirtmiştir. Türkiye'ye yönelik Sovyet talepleri ve Sovyetlerin Orta Doğu ve Akdeniz'e artan ilgisi Amerika'nın Boğazlarla ilgili tutumunu değiştirmiştir. 1945 sonbaharında Amerikan Kongre üyeleri Türkiye'ye gerçekleştirdikleri ziyarette herhangi bir devletin kendi topraklarında diğer bir devletin üs kurmasının Amerika tarafından kabul edilmeyeceğini vurgulamışlardır. Arkasından Türkiye'nin 20 Ağustos tarihli notasına verdiği cevapta Amerika, Boğazlarda Sovyet Rusya'ya askeri üs verilmesini öngörmediği gibi uluslararası denetime ilişkin önceki önerisini de geri çekmiştir (Hasanlı, 2011).

Bevin de Türkiye'nin uydu devlete dönüştürülmesini istemediği konusunda dürüstlük sergilemiştir. Bağımsız bir ülke olmasını istediği Türkiye ile Sovyet Rusya arasındaki dostluk antlaşmasının yenilenmesine olumlu yaklaşan Bevin bu konuda atılacak adımı, 1939 Türk-İngiliz ittifak anlaşmasıyla çelişmeyecek doğru tutum şeklinde öne çıkarmıştır. İki ülke arasında dostluk antlaşmasının gerçekleşmesi için elinden gelenin en iyisini yapacağını Londra'da bulunan Sovyet Dışişleri Komiser Yardımcısı Andrey Vişinski'ye tekrarlayan Bevin, Stalin'in bir savaş niyeti gütmenden mevcut meseleleri dostane bir şekilde halletmek istediğinden şüphe duymayacağını altını çizmiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1357).

Dikkat edileceği üzere Amerika, Sovyet Rusya'nın Türkiye'yi uydu bir devlet konumuna getirebilme ihtimalinden; İngiltere ise Akdeniz ve Yakın Doğu'ya yönelik ilgisinden dolayı Boğazlarla ilgili tutum değişikliğine girmiştir. İngiltere'deki tutum değişikliği Potsdam Konferansı sırasında iktidara gelen İşçi Partisi'nin politikası etrafında şekillenmeye başlamıştır.

### 3. 1945 Seçimleri ve İşçi Partisi'nin İktidarı

1945 Temmuz'u İngiliz siyasal hayatında önemli bir tarih olmuştur. Potsdam Konferansı esnasında İngiliz seçimleri İşçi Partisi'nin<sup>5</sup> ezici çoğunluğu ile neticelenmiş ve dolayısıyla Churchill temsil ettiği parti ile iktidar mevkinden uzaklaşmıştır. Muhafazakârların sadece 192 milletvekili elde ettiği seçimde İşçi Partisi 393 milletvekili ile parlamentoda iktidar mevkine gelmiştir. Avrupa harbini zaferle bitiren ve İngiltere'ye bu noktada şan ve şeref kazandıran Churchill'in seçimi kaybetmesi, İngiliz halkında savaşla beraber muhafazakâr partinin de görevini tamamlamış olduğu kanaatinin dışı vurumu şeklinde yorumlanmıştır (Fenik, 1945d).

Tasvir gazetesinde çıkan imzasız "Churchill ve Attlee" başlıklı bir makaleye göre İkinci Dünya Savaşı'yla birlikte meydana gelen zihni değişiklik yeni dünya düzenini inşa ederken, insanların söz sahibi olmak istemesini de beraberinde getirmiştir. Makalenin devamında savaşı önlemek için yeni bir dünya nizamının gerekliliğini ileri süren İngiliz işçileriyle savaşı kanun dışı telakkî eden halkın aynı noktada

<sup>5</sup> 1900 yıllarında İngiltere'de "İşçi Temsilcileri Komitesi" adı altında faaliyete başlayan ve 1906'da İşçi Partisi adını alan bu parti ancak Birinci Dünya Savaşı'nın patlamasıyla gelişmiştir. Nitekim ilk topyekûn harp, bir taraftan medeniyetleri devirirken diğer taraftan yeni fabrikalar doğurmuştur. Böylelikle gittikçe büyüyen gittikçe kuvvetlenen İşçi Partisi 1945 Temmuz'unda iktidara gelmiştir. Churchill, türlü cephelerde harp yapmış olan asker ordusundan oy beklerken; Attlee Manchester'daki ve diğer sanayi bölgelerindeki işçi ordusunun oylarını toplu bir şekilde sağlamış ve Muhafazakârların iki mislinden fazla milletvekili kazanmıştır; (Fenik, 1945d). Seçim hazırlığı etrafında muhafazakârların Churchill'i neşeli günlerindeki tebessümüyle gösteren afişlerinde (Tekeli, 1945a): "Başladığı işi bitirmesi için ona yardım ediniz, millîye rey veriniz" ifadesi kullanılırken; işçilerin afişlerinde ise bir asker, bir bahriyeli, bir tayyareci gösterilerek "vazifelerini bitirmek için (yani harp sonrasını kazanmak için) onlara yardım ediniz" (s. 1, 3) denilmiştir. Aslında seçimlerde İngilizler, iç politika ve iç meselelerde daha başka yenilikler ve ilerlemeler aramışlardır. Attlee halka hitabında bu nokta üzerinde durmuş harpten doğan yaraları sarmak, yıkılan evleri yeniden kurmak zorunda olduklarını, memlekette yüksek ve herkes için varılması en mükemmel bir hayat seviyesi sağlamaya mecbur bulduklarını söylemiştir. İşçi Partisi hem dış barışı hem iç barışı ve hatta dünya barışını İngiliz halkına vadedmiştir. Bu nedenle yeni hükümetin vasfı her şeyden önce bir barış hükümeti olmasını gerektirmiştir (Fenik, 1945a).



buluşması, Attlee'yi iktidara taşıyan başlıca neden olarak ileri sürülmüştür. Makalede “İnsanlığa hürriyet ve demokrasi içinde gelişme imkânı vermekte samimi görünen İşçi Partisi doğal olarak emperyalist baskı siyasetinin de düşmanı olmak durumundadır” yorumu öne çıkmıştır (TDA, 534/37092-148864-9). Böylece Türk Hükümeti bir bakıma emperyalist baskı siyasetinin düşmanı olacağını beklediği Attlee iktidarının Sovyet talep ve isteklerini de aynı kefedede değerlendirmesini ummuştur.

Savaş sırasındaki azmi, iradesi, zekâsı, fedakârlığıyla kahraman ve milletlerarası bir simaya sahipken; savaş sonrasında iyi bir sulh adamı olamayacağı kanaati oluşturan ve bu nedenle Attlee karşısında seçimi kaybeden Churchill ise aşağıdaki konuşmayı yapmıştır (Tan, 27 Temmuz 1945): “İngiliz milletinin kararı 26 Temmuz’da tasnif edilen oylarla tespit olunmuş bulunmaktadır. Bu sebeple çok daha karanlık günlerde bana verilen görevi iade ettim. Japonya’ya karşı işe devam etmem için bana yetki verilmediğinden dolayı üzgünüm. Bununla beraber bütün planlar hazırlanmış olduğundan, ümit edildiğinden çok daha süratli neticeler beklenebilir. Yeni hükümet dışarıda ve içeride muazzam mesuliyetler yüklenecektir. Yeni hükümetin üstlendiği önemli sorumlulukları başarıya ulaştırmasını hepimiz ümit etmeliyiz” (s. 1).

İçinde bulunduğu sorumluluğun farkındalığıyla hareket eden Attlee de “Dünyada barış ve refahın kurulmasında demokrasimizin büyük yardımı olacaktır” (Ulus, 27 Temmuz 1945) sözleriyle önceki hükümet dönemindeki dış siyasetin sürdürüleceğini ifade ederek Churchill’i teyit etmiştir.

Fenik’e göre İngiltere aynı politikada devam edecek, fakat Sovyetlerle biraz daha sıkı bir iş birliği yapacaktır. Böylece Attlee’nin iş başına gelişinin birçok meselede Sovyetlerle anlaşmayı kolaylaştıracağını ve İngiltere’nin tarihî menfaatlerine uygun bazı istekleri kolaylıkla tahakkuk ettireceğine inanan Fenik, İşçi Partisi’nin de milletlerin hak, hürriyet ve bağımsızlıklarını prensipte müdafaya alarak aynı hızla ve aynı şekilde Potsdam’a katkı sağlayacağını belirtmiştir (1945d). Attlee’nin söz konusu açıklamaları, İşçi Partisi yetkililerinin milletlerarası işleri Amerika ve Sovyetler Birliği ile ahenk içerisinde idareye devam edeceğini ifade etmektedir. Özellikle de Rusya ile yürütülecek samimi iş birliği ile iki ülke arasındaki güvensizliğin ve şüphenin ortadan kaldırılması iktidarda bulunan İşçi Partisi’nden beklenen adımlardır.

Avam Kamarası’nda söz alan Hutchinson, Attlee Hükümeti’nin Rusya’yla uzlaşarak bir iş birliği politikası benimsemesini, 25 yıllık şüphe ve güvensizliğin önündeki engelleri aşmasını ve böylece Avrupa’nın rehabilitasyonu için demokratik bir temelde çalışmasını istemiştir. Hutchinson’a göre hükümetin, özellikle de Dışişleri Bakanı’nın görevi, İngiliz halkı için bu uyumu sağlamaktır ve bu noktada hükümet başarılı olacaktır (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1322).

Rusya da İngiltere’nin tarihinde yeni bir safha açıldığını dolayısıyla İşçi Partisi’nin faşizmin son döküntülerini söküp atacağını ve bunu İngiltere-Sovyet Rusya dostluğunu devam ettirerek yapacağını ifade etmiştir (Tan, 28 Temmuz 1945). Yeni hükümetin Dışişleri Bakanı Bevin, Rusya’ya emniyet telkin etmek için kartların masa üzerine açılacağını ve her şeyin açıkça konuşulacağını söylemiştir. Böylece Attlee Hükümeti, Rusya’ya karşı Yakın ve Orta Doğu’da ikiyüzlü bir siyaset takip etmeyecek dolayısıyla iş birliği esasına dayanan emniyet ve güven üzerine inşa edilecek bir politika sergileyecektir. (Sertel, 1945f). Bu bağlamda Attlee’nin iktidarı döneminde Dışişleri Bakanı olarak görev yapacak Bevin takip edecekleri politikayı şöyle sıralamıştır (Sertel, 1945b):

1. Hindistan, diğer dominyonlar statüsüne kavuşturulacaktır. Hindistan Bakanlığı kaldırılacak ve Hindistan işleri dominyonlar bakanlığına bağlanacaktır.

2. Rusya ile Avrupa’da ve dünyada yeni barış düzeninin kurulması noktasında samimi bir iş birliği kurulacaktır. Rusya’ya karşı küçük devletleri alet olarak kullanılmayacağı taahhüt ediyoruz. Bütün bu şartlar masa üstüne konacak ve açık bir siyaset takip edilecektir.

3. Fransa sola gidiyor. Bu sayede Fransa ile aramızda karşılıklı itimat sağlanacaktır.

4. İtalya’ya karşı sanki Mussolini hala iktidar mevkindeymiş gibi muamele edilmeyecek sollarla iş birliği yapılacaktır.

5. Yeryüzünde nerede olursa olsun faşizmin kökü kazanacak hiçbir tarafta faşistlere hoşgörü gösterilmeyecektir.

Dünyanın rehabilitasyonu için tüm alanlarda, Amerika yönetiminin bütün departmanlarının İngiltere’yle görüştüğünü belirten Bevin, insan ruhunun mutluluğunun, başka herhangi bir alanda elde edilen zaferden üstün olduğuna vurgu yaparak, özgür ulusların bağımsızlığını büyüterek ileri taşımak ve yaşam standartlarını korumak için kendilerine bir şans verilmesini istemiştir. Bevin İngiltere’nin insanlığın yararına

yetiyecek büyük demokrasi bitkilerini Amerika'nın yanı sıra Sovyet Rusya'nın katılımıyla hazırlamayı arzu ettiğini de söylemiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1365, c1366).

İşçi Partisi'nin iktidarı Türk basınında dikkat çeken gelişmeler arasında yerini almıştır. Kamuoyunu en çok ilgilendiren nokta İşçi Partisi'nin dâhilî ve sosyal politikasından ziyade dış politikasıdır. Yeni bir fikir ve programla iktidara geçen işçilerin, milletlerin hürriyetini ve toprak bütünlüğünü ilgilendiren meselelerdeki hareket yolu ne olacaktır sorusu, Potsdam Konferansı'nın devam ettiği bir sırada bütün zihinleri yormuş ve türlü yorumlara yol açmıştır (Tekeli, 1945a).

İngiltere'deki gelişmeleri izleyen Türkiye yeni hükümetin politikalarını Dışişleri Bakanı Bevin üzerinden de takip etmiştir. Bu doğrultuda hürriyet ve serbest seçimle iktidara gelen sosyalizmin bir mensubu olarak Avam Kamarası'nda konuşan Bevin, bütün Avrupa'nın hatta dünyanın sosyalizme kaymasından memnun olsa da bu geçişin her ülke için açık siyasi mücadele yoluyla ve demokratik kaidelerin dürüstçe uygulanmasıyla olabileceğini öne sürmüştür. Ancak sosyalizm veya devletçilik perdesi arkasından baskıcı idarelerin ortaya çıkabilmesi ihtimaline karşın Bevin, Avrupa ülkelerindeki idarenin bir an önce demokratik kontroller prensibine dayanması gerektiğinin altını çizmiştir. Sosyalizmin gıdasının ancak hürriyet olduğunu belirten Bevin hürriyetçi sosyalizmi müdafaa ederek irticayı temsil eden komünizmi kendi davası adına itaate davet etmiştir (TDA, 534/37092-148864-17). İşçi Partisi bu ifadelerle Sovyet Rusya ile ne şekilde bir iş birliği yapacağını ortaya koymuştur. Ancak yine de takip edilecek politikanın ne olacağına dair Potsdam kararları dikkatle beklenmiştir.

Potsdam Konferansı'nda Almanya'nın işesi ve idaresi, harp tazminatı konularından başka Polonya'nın batı sınırları dışındaki siyasi hudutları gibi meseleler görüşülmüş ise de yayınlanacak tebliğ kamuoyu nazarında önemini korumuştur (Tekeli, 1945a). Yayınlanacak tebliğ özellikle de toprak bütünlüğüne ve bağımsızlığına tehdit algılayan Türkiye için son derece kıymetlidir. Bu noktada İngiltere'de gözlem yapan Vatan gazetesi yazarı Ahmet Emin Yalman, Türkiye'nin maruz kaldığı Rus emperyalizmini ve hatta dünyanın nüfuz bölgelerine ayrılmasını, Muhafazakârların Britanya İmparatorluğu'nu olduğu gibi muhafaza etmek inadına bağlamıştır. Diğer taraftan Yalman, tamamen uyanmış ve ayaklanmış âlem, sol liberaller ile İşçi Partisi'nin nüfuz tahakkümüne karşı politikalar üreteceğini ve bu siyasetin müşterek emniyete hasret duyan Türkiye için özellikle hayırlı olduğunu savunmuştur (Yalman, 1945). Anlaşılacağı üzere Temmuz 1945'te İşçi Partisi'nin ilk kez çoğunluk olarak seçimi kazanması ve kendi programını uygulama fırsatı bulması savaş sonrası tüm dünyada görece bir siyasal uzlaşma döneminin başlangıcını çerçevelemektedir. Böyle bir dönemde Türkiye, Çarlık dönemi emperyalist tutkuların gündeme gelmesinden hareketle İşçi Partisi'nin sürdüreceği dış siyaseti kaygı ile seyretmiş ve iki ülke arasındaki temasları geliştirmeye çalışmıştır.

2 Ağustos 1945'te sona eren Potsdam Konferansı'ndan sonra Londra Büyükelçisi Ruşen Eşref Ünaydın, Dışişleri Bakanı Bevin ile görüşeceğine dair Dışişleri Bakanlığını bilgilendirmiştir (TDA, 534/37398-150257-89). Görüşmede Bevin sözü İşçi Partisi başkanıyken 40'a yakın Türk öğrencinin İngiltere'de aldığı eğitimden Türkiye'nin memnun olup olmadığına ve Türk-İngiliz dostluğuna getirmiş, hükümet ve milletçe bu dostluğa önem verildiğini ifade etmiştir. Ardından Potsdam Konferansı gündeme gelince Bevin bazı kararlara varıldığını ve bu kararların açıklandığını ifade ederek teferruata girmekten çekinmiştir. Ünaydın, yayınlananların dışında Türkiye'yi alakadar eden mevzulara değinilip değinilmediğini, bildirecekleri bir durum olup olmadığını sorunca Bevin "Bu iş evvelce mevzubahis edilmiştir. Bundan malumatınız vardır" diyerek konuyu kapatmaya çalışmıştır. Görüşmenin devamında Ünaydın'ın, Potsdam görüşmelerinden birkaç hafta önce Dışişleri Bakanı Hasan Saka'nın Churchill dönemi Dışişleri Bakanı Anthony Eden'le görüştüğünü ve konferanstan sonra Türkiye'ye bilgi vereceğini hatırlatması üzerine Bevin şöyle demiştir (TDA, 534/37398-150257-90): "Evvelce hükümetinize bildirilmiş olandan başka bildirilecek yeni bir şey yoktur. O, bildirilen konferansta daha evvelce mevzubahis edilmiştir. Ben oradayken sizin meselenize hiç temas edilmedi. Bildiğime göre Ruslar doğrudan doğruya sizlerle konuşacaklarmış. İş şimdi bu haldedir. İleride, vaziyete göre sizinle yine konuşuruz. İş şimdi uykudadır. Uyuyan şeyi bırakmalı uyusun" (s. 2).

Uyuyan şeyin uyanmasından endişe duyan Türkiye'nin Sovyet Rusya'nın talepleri karşısında haklılığının dostu İngiltere'nin açık biçimde anladığını belirten Ünaydın, Bevin'in sağlam ve kuvvetli bulunmasını arzu ettiği Türkiye için iyi temennilerde bulunduğunu da ifade etmiştir (TDA, 534/37398-150257-90). Anlaşılan

o ki Bevin, Boğazlarla ilgili Türkiye’ye bir nevi sükûnet önermiş ve yine Sovyet taleplerini tamamen reddeden bir politika sergilememiştir.

Londra Büyükelçiliğinden Dışişleri Bakanlığına gönderilen şifreli telgrafta İngiltere’de haftalık çıkan *Cavalcade* dergisinin 4 Ağustos 1945 tarihli nüshasında “Başbakan Attlee’nin Potsdam Programı” başlıklı yazının Türkiye ile alakalı bölümü ise şu şekilde tercüme edilmiştir (TDA, 534/37092-148865-8): “Yunanistan ve Türkiye meselelerinde Attlee, Kremlin’in taleplerini tadil etmesini istemiştir. Washington’da işlerin iç yüzüne vakıf bulunanların fikirlerine göre Stalin bu her iki meselede taviz verecektir. Özellikle Sovyetlerin Türkiye’ye karşı mevcut talepleri tadil olunacak ve Rus-İngiliz menfaatleriyle bağdaşan asgari bir seviyeye indirilecektir” (s. 1).

İngiltere Orta Doğu’daki çıkarlarını korumak üzere Yunanistan ile Türkiye’nin güvenliğini bir arada düşünerek hareket etmeyi planlarken; Türkiye olası bir Sovyet işgali durumunda askeri yardımın zayıf da olsa tek somut garantisi olarak İngiliz ittifakına sarılmaya devam etmiştir (Tamkin, 2009).

#### 4. İngiliz İşçi Partisinin İktidarı ve Türkiye

Sovyet tehdidi ve baskısına maruz kalan Türkiye, İkinci Dünya Savaşı ortamında savaş dışı kalarak insanlığa hizmet ettiği vurgusunu basını vasıtasıyla ön plana taşımıştır. Savaş dönemi boyunca millî sınırlar içinde kalan Türkiye’nin ancak böyle gerçekten hür olacağına ve insanlık dâvasına daha fazla hizmet edeceğine inanan *Ulus* gazetesi yazarı Suat Kemal Yetkin, ülkesinin herhangi bir şekilde maceraya atılmamış bulunmasını Üç Büyüklerin dikkatine sunmuştur. Neticede zorbalığı boğmak için birleşmiş olan Üç Büyüklerin, özellikle başka milletlerin bağımsızlığına saygı duyması lüzumunu dile getiren Yetkin, Potsdam’da bu gerçeklikten hareket ederek insanlığa hizmet edeceklerini beklemiştir (Yetkin, 1945).

Türk basınında dile getirilen iyimser anlayışın dışında, Potsdam Konferansı sırasında dünyanın nüfuz bölgelerine dönüştürüleceğine dair *Economist* gazetesinde bir haber yayınlanmıştır. Gazetenin haberine göre Balkanlarda kurduğu Slav blokuna karşı güneyde bir Türk-Yunan blokunun kurulmasından endişe duyan Sovyet Rusya nüfuz bölgesinde böyle bir bloğun oluşmasını çıkarları gereği istememiştir. Sertel içinde istila ve istismar kokusu bulunduran nüfuz bölgeleri tabirini eski bir diplomasi tabiri nitelendirerek, büyük bir devletin nüfuz bölgesine giren küçük devletlerin siyasi ve iktisadi bağımsızlıklarının daima tehlike içerisinde kalacağını söylemiştir (Sertel, 1945c).

Bir diğer gazete *Observer* ise bazı Balkan memleketlerinin İngiliz seçimlerinin neticelerine büyük önem verdiklerini, eğer İşçi Partisi iktidar mevkinde olacak olursa, Sovyet nüfuzunun Balkanlarda daha çok artacağını; Muhafazakâr Parti kazanırsa da Sovyetlere karşı İngiltere’nin önderliği altında bir nüfuz bölgesi oluşturulacağını öne çıkarmıştır (Fenik, 1945b). *Observer* gazetesi daha da ileri giderek, bazı Türklerin de böyle düşündüğünü yazmıştır. Türkiye’de çıkan bütün gazetelerin yayınlarını yakından takip ettiğini söyleyen Fenik şimdiye kadar hiçbir gazetede böyle bir yazıya denk gelmediğine şu şekilde açıklık getirmiştir (1945b):

“Türkiye’de her gazeteci ve hele siyasi meselelere dair yazı yazan her arkadaş, İngiliz dış politikasındaki ana hatların partilerin geçici tesirlerine tabi olmadığını bildiği kadar; Türk dış politikasının ana hattının daima hürriyet ve bağımsızlığa dayanan barış fikri üzerinde toplandığını bilir. Türkiye İkinci Dünya Savaşı sürecinde (Almanların bir taraftan Stalingrad’a, diğer taraftan Kahire kapılarına dayandığı, İtalyan’ın ve Almanya’nın kayıtsız ve şartsız teslim oldukları zamanda olduğu gibi) fırsatlardan istifade etme yönlü bir politika hiçbir zaman takip etmemiştir. Savaş döneminde toprak bütünlüğünü öne çıkaran Türkiye, toprak talebinde bulunmadığı gibi komşularıyla dost geçinmek istediğini daima tekrar etmiş ve bunun belgelerini de her zaman göstermiştir” (s. 1-3).

İngiliz gazetelerinin, Rusların Balkanlarda bir Slav bloku kurma noktasında ısrarcı tutumları karşısında Türkiye’nin Yunanistan’la birlikte İngiliz nüfuz bölgesine düşeceğinden bahsetmeleri ve Türkiye ile Yunanistan’da bazı kimselerin hatta bunu temenni eder gibi göründüğünü söylemeleri Türk basınında eleştirilmiştir. Bu noktada Sertel de Türkiye’nin istiklalini gölgelendirecek bir harekete yanaşmayacağını ve dolayısıyla herhangi bir ülkenin nüfuz bölgesine girmesinin düşünülmemeyeceğinin altını çizmiş ve İngiliz nüfuz bölgesine düşeceğimizi belirten İngiliz basınına da istiklalimize karşı saygısızlık etmekle eleştirmiştir. Ayrıca nüfuz bölgesi siyasetinin devrini tamamladığını öne çıkaran Sertel’e göre Potsdam’da toplanan Üç Büyükler, büyük küçük bütün milletlerin hükümlerine haklarına, toprak bütünlüğüne ve bağımsızlıklarına

saygı göstererek ve bunları emniyet altına alarak dünya barışına hizmet edebileceklerdir (1945c). Yakın ve Orta Doğu ülkelerinin sulhunu, saadetini ve refahını İngiltere ve Rusya'nın bu bölgede tam ve sıkı iş birliğine dayandıran Sertel, Türkiye'nin selametini iki büyük devletin rekabeti arasında değil, iş birliğinde görmüştür (Sertel, 1945f).

Sertel, İngiltere ve Sovyet Rusya arasında iş birliğinin Türkiye'nin lehine olduğunu hatta Ruslarla ittifaka kadar varan sıkı bir anlaşmaya taraftar olduklarının okuyucuları tarafından bilindiğini belirtmiştir. Bu minval üzere Sertel bir taraftan İngiltere ile müttefik kalmakla beraber diğer taraftan Rusya ile de ittifaka kadar giden bir anlaşma yapılarak, iki taraf arasında Türkiye'nin bir köprü vazifesi görebileceğini böylece hem Türkiye hem de Yakın ve Orta Doğu için devamlı ve istikrarlı bir barışın sağlanacağını iddia etmiştir. Fikirlerinin tarihi gerçeklere, coğrafi duruma, Atatürk'ün siyaset ve vasiyetine uygun olduğunu savunan Sertel, bu düşüncelerinden dolayı Rus dostu, komünist hatta Rus ajanı olarak itham edildiğini ifade etmiştir. Böyle suçlamalara maruz kalan Sertel, İngiltere'de Muhafazakâr Parti seçimi kaybedip de İşçi Partisi iktidar mevkiye gelince öteden beri bütün yayınlarında Rus düşmanlığı yapan Hüseyin Cahit Yalçın'ın dahi kendi görüşüne gelerek: Türkiye ile Rusya ve İngiltere arasında üçlü bir ittifak anlaşmasından bahsetmeye başladığına vurgu yapmıştır. Sertel bu noktada Yalçın'dan şöyle bir alıntı yapmıştır (1945a): “Ruslar için düşünülebiyecek tehlike Türkiye'nin başka devlet veya devletlerle ittifak ederek kendisine hücum etmesidir. Bu devlet de ancak İngiltere olabilir. Şu hâlde Rusların endişe ve şüphesini tatmin edecek tek çare Türkiye-İngiltere ve Rusya arasında bir ittifak yapmaktan ibarettir. İngiltere, Rusya'nın da Türkiye'nin de müttefikidir. Bundan dolayı Boğazlar meselesini ortadan kaldırmak için Rusya'nın Türkiye'yi de ihtiva edecek diğer bir ittifak anlaşması imzalamasına hiçbir mâni düşünülemez” (s. 1-2). Aslına bakılırsa Moskova Büyükelçisi Sarper, Ankara'da görüştüğü Moskova Büyükelçisi Vinogradov'a Türkiye-İngiltere ve Sovyet Rusya arasında üçlü bir ittifaktan veya Sovyet Rusya ile Türkiye arasında yapılacak bir ittifaka İngiltere lehine çekince koymaktan bahsetmişti fakat bu konuşmalardan İngiltere habersizdi. Aynı olası ittifak taleplerinin bu kez Türk basını üzerinden tekrar edilmesi kamuoyu oluşturulması anlamında değerlendirilebilir. İktidara gelen İşçi Partisi'nin sol görüşlü de olsa İngiliz siyasetinden ayrılmayarak, Sovyetlere karşı yumuşak davranmayacağı ihtimaliyle Türkiye, Sovyetlerle bir ittifak yapılırsa müttefiki İngiltere'nin bir şekilde imzacı taraf olmasında ısrarcı davranmıştır. Bu ısrar etrafında Tanin gazetesinde H. Cahit Yalçın kaleme aldığı birçok makalesinde Türk menfaatıyla İngiliz menfaatinin örtüştüğünü savunmuştur.

Yalçın makalesinde, İngiliz işçilerinin parti sıfatıyla hükûmete gelmelerinin yeni olduğunu ancak işçi liderlerinin savaşın başlangıcından beri hükûmet içinde nezaretler işgal etmek suretiyle dış siyasetin bütün yükümlülüklerine esaslı biçimde katıldıklarını ve Churchill'den ayrılmadıklarını belirtmiştir (Yalçın, 1945a). İngiltere Başbakanı Attlee'nin: “Bütün dünya milletlerinin refah ve rahata kavuşmasından yanayız. Biz harbi ebediyen bertaraf edecek bir emniyet yaratmak istiyoruz” (s. 1) şeklindeki açıklamasının bütün küçük ve mazlum milletler üzerinde bir neşe ve ferahlık hissi uyandırdığını belirten Yalçın, böylece en faşist en mürteci bahanelerle kurulan emniyet sahalarının ve nüfuz bölgelerinin temizlenerek, mazlum milletlerin hürriyetlerine kavuşturulacaklarına vurgu yapmıştır (Yalçın, 1945b).

Çarlık dünyasının emperyalist fikirlerine tutunan Sovyet Rusya'nın bir Karadeniz devleti sıfatıyla ileri sürdüğü emniyet hedeflerini ve İngilizlerin Akdeniz'deki menfaatlerini göz önünde tutacak Büyük Devletlerin uzlaşsıncı tavrıyla Türkiye'nin haklarını koruyacağına inanan Yalçın, bu uzlaşmada İngiliz menfaatlerinin ön plana çıkacağından emindir. Sovyet notalarının aslında “emniyet ihtiyacı” adı altında bir zapt ve istila amacı taşıdığını söyleyen Yalçın'a göre, Rusların emperyalist politikaları bir taraftan Türkiye'nin hayat ve istiklalini tehdit etmekte; diğer taraftan İngiltere'nin Akdeniz'deki hayati menfaatleri için bir tehlike yaratmaktadır. Karadeniz'de bir tehlide maruz kalmama görüntüsü altında topraklarının güvenliğini sağlamak prensibini öne çıkaran Sovyet Rusya ise Boğazlarda ve Türkiye üzerinde hâkimiyet tesis etme amacını gizlemiştir (Yalçın, 1945e). Bu şartlar altında dahi Boğazlar meselesi halledilirken birinci derecede önem verilecek noktanın İngilizlerin Akdeniz'deki menfaatlerinin muhafazası olacağını söyleyen Yalçın, Türkiye'nin ürkecek bir durumda bulunmadığına dikkat çekmiştir. Dolayısıyla Boğazların Türk hâkimiyetinde kalması İngiliz menfaatleri bakımından en iyi garantidir. Bu garanti prensibi kapsamında İngilizler Ruslarla, Boğazlara dair anlaşmak istedikleri zaman Türk hâkimiyet ve istiklalini kayıtsız şartsız masun tutmalı ve Türk haklarını sağlamalıdır (Yalçın, 1945e). Aslında Yalçın'a göre, Ruslar Karadeniz'deki

Rus kıyılarını müdafaa ihtiyacından dolayı değil sırf hâkimiyet ve hegemonya hırsı için Boğazları istemektedir. Yalçın Rusların, Bizans İmparatorluğu'nun mirasına konmak ve bütün Orta Doğu'ya hâkim olmak amacıyla Boğazları ve Türk topraklarını bir atlama taşı gibi kullanmak niyeti gütmeye başladığı takdirde Türkiye-İngiltere-Rusya arasında üçlü bir ittifak antlaşmasının yapılabileceğini ortaya sermiştir (Yalçın, 1945f).

Yalçın Potsdam Konferansı döneminde İngiltere'nin izlediği siyaseti beynelmilelciliğe eğimli görmüş; Rusya'nın ise Boğazları açıp kapamak ve müdafaa etmek işlerini Türkiye ile paylaşmayı düşündüğünü belirtmiştir. Yalçın'a göre, Boğazlar işgal ettiği coğrafi konumu itibarıyla tabii tutulacağı rejime göre Avrupa Türkiye'sini Asya Türkiye'sinden ayrı, yalnız bırakabilir ve adeta olgun bir meyve gibi Avrupa Türkiye'sini Balkan Slavlarının avucuna da düşürebilirdi (Yalçın, 1945d). Yalçın'ın öne çıkardığı hassasiyet kısa zaman sonra İngiliz siyasetinde de kendini göstermiştir. İngiltere, muzaffer Sovyetlerin Boğazlar üzerindeki revizyon isteğini başlangıçta olumlu karşılarsa da söz konusu isteklerin basit bir revizyonun çok ötesinde olması sebebiyle bölgesel çıkarlarına odaklanmıştır. Artık Boğazlardaki Türk kontrolü İngilizler için hayati bir stratejik kaygı değildi ancak Boğazlar üzerinde kurulacak olan Sovyet üsleri İngiliz çıkarlarına yönelik geniş bir tehdit doğurabilirdi.

Özellikle Bulgaristan'ın Sovyet Rusya'nın uydusu olması bir savaş durumunda buradan Doğu Trakya'ya saldırmasına ve sonunda Boğazların kontrolünü ele geçirmesine yol açabilirdi. Bununla birlikte, mevcut koşullar altında, en azından Sovyet Rusya'nın ilerlemesini geciktirebilecek ve böylece Ege'deki İngiliz savunmasının inşa edilmesi ve geliştirilmesi için ek zaman tanıyabilecek Türkiye, muhtemelen böyle bir eyleme karşı çıkacak tek güçtü. Bu şartlar altında İngiltere, Bulgaristan, Romanya ve Yugoslavya'daki Sovyet bloğuna yanıt olarak inşa edilmesi gereken Yunanistan ve İtalya'nın dâhil edileceği Akdeniz'deki ülkelerin oluşturduğu bloğa Türkiye'yi de bağlamaya çalışmıştır. Böylece İngiltere'nin Türkiye'ye yönelik bakışı değişmiş ve artık Sovyet karşıtı siper olarak Orta Doğu bölgesinde Türkiye'nin stratejik önemini artırılması önemsenmiştir (Tamkin, 2009). İngiltere'nin tek başına Rusların Boğazlara fiziksel olarak hâkim olma iddiasına karşı koyacak durumda bulunmaması ise Amerika'yla birlikte hareket etmesine yol açmıştır.

İngiltere ve Amerika'nın çıkarları doğrultusunda Potsdam'da çıkan karar Boğazlar rejiminin iki taraflı anlaşmalarla tadil edilemeyeceğine yöneliktir. Rusya Montrö Sözleşmesi'ni tadil ettirmek yani Boğazlarda üs kurmak, Boğazların açılıp kapanmasını Rusya ile Türkiye arasındaki uzlaşmalara tabii tutmak arzusunda ve teklifinde ısrar edecek olursa karşısında Türkiye'yi yalnız bulmayacaktır. Türkiye'nin yanında İngiltere menfaati yer almaktadır. Amerika'nın tavır ve hareketi ise Londra'dan farklı olmayacaktır çünkü iki ülkenin politikalarında bir ayrılık düşünülemez. Amerika'nın da taarruz ve istila emellerine set çekmek, imzalanmış antlaşmalara hürmet göstermek hususunda Türkiye ve İngiltere'den ayrılmayacağı Türk basını kanalıyla kamuoyuna aktarılmıştır (Yalçın, 1945c). Böylece iki ülkenin çıkarları Sovyet Rusya'ya karşı Anglo-Amerikan birlikteliğini ortaya çıkarmış devam eden süreçte de bir ideolojik kutuplaşma beraberinde yaşanmıştır. Bu durumda Türkiye'nin, Amerika'yla birlikte hareket eden İngiltere ile Sovyetler Birliği arasındaki rekabette stratejik ülke haline geldiğini belirtebiliriz. Sovyet Rusya'nın emperyalist açılımı Türkiye'yi batı bloğuna yakınlaştıracak ve ilişkiler dikkatle inşa edilecektir. Nitekim Boğazların herhangi bir şekilde Sovyet Rusya'nın eline geçmesi hem Amerika'nın hem de İngiltere'nin çıkarlarına terstir.

Türkiye de İngiltere'yle olan ilişkisini önemsemıştır. Londra Büyükelçiliği'nden Dışişleri Bakanlığına gönderilen şifreli telgrafta, Bevin'in eşiyile birlikte katıldığı büyükelçilikteki öğlen yemeğinde Londra Büyükelçisi Ünaydın'a samimiyet ve yakınlık gösterdiği öne çıkarılmıştır. Büyükelçilikteki öğle yemeğinde Bahriye Birinci Lordu Alexandre ile İngiltere'nin Ankara Büyükelçisi Peterson, Brezilya, Yunanistan ve İran Büyükelçileri, Saray Teşrifat Müdürü ve eşi de davetliler içerisinde yerini almıştır (TDA, 534/37398-150257-48). Londra Büyükelçisi Ünaydın'ın Dışişleri Bakanlığına gönderdiği şifreli telgrafa göre; kendisiyle mülakat yapan tarafsız bir devletin elçisine Bevin genel durum hakkında aşağıdaki açıklamayı yapmıştır (TDA, 534/37170-148366-44):

"Ben gençken birkaç zaman tayfalık yaptım. Beni bazen güverterde bir işe verirdiler o vakit ... dikkatimi çekmiştir. Tanımadık bir limana dolaşılıp girileceği veya ufuk iyice ayırt edilmediği zaman kaptanın ilk yaptığı iş, makine süratini kısmak veya geziyi durdurmaktır. Onun gibi şu anda İngiltere Devleti gemisi de bir fırtına ortasında seyahat ediyor, seyrini ağırlaştırıyor ancak kayalara çarpacak değildir. Limana varmak zamanının biraz gecikmekte olmasının mahzuruna hem İngilizler tahammül etmelidir hem de aynı

istikamette seyahat eden ve hatta içlerinden bazıları da seyahat bedelini ödemiş bulunan yolcular tahammül etmelidirler” (s. 1). Bevin’in bu konuşmasından Türkiye’ye tahammül düştüğü anlaşılmaktadır.

Londra Büyükelçiliği’nden Dışişleri Bakanlığı’na 2 Kasım 1945’te gönderilen telgrafta İngiliz Dışişleri Bakanı Bevin’in Cumhuriyet Bayramı münasebetiyle Türkiye hakkında samimi bir beyanatta bulunduğu ifade edilmiştir (TDA, 534/37398-150257-41). Cumhuriyet kutlamalarına Bevin eşile katılmıştır. 800’e varan misafirler arasında resmi görevli davetlilerden başka İngiltere’nin Türkiye’deki eski Büyükelçilerinden ve tanınmış Türk dostlarından Sir George Clark, Sir Percy Lorrain, Amiral Kelly de yer almıştır. Ortalık sakinleştiği zaman Bevin, Kültür Bakanıyla özel görüşmesinde İngiltere’nin iktisadi bakımdan hâlihazırda zor zamanlardan geçtiğini söylemiştir. Ünaydın, İşçi Hükümeti’nin halkın refah düzeyinin artırılmasına, zenginliklerin adil biçimde paylaşılmasına ve medeniyetlerin nimetlerinden bütün insanların istifade etmesine yönelik programının öne çıktığını ifade etmesinin ardından Bevin’in açıklamalarını şu şekilde özetlemiştir (TDA, 534/37398-150258-21):

Bevin: “Akdeniz ve Orta Doğu ülkeleri hepsi: Mısır, Irak, Filistin, Suriye, Lübnan da bizim için çok önemlidir. Bu ülkelerde de hayat standardının yükselmesi, iktisadi ve içtimai yenilikler vücuda gelmesi bizim en ileri isteklerimizdir. Türkiye’yi de refah, saadet ve zenginlik içerisinde görmek isterim. Bu nedenle Orta Doğu ve Türkiye’nin gelişimi için çalışacağız” (s. 5) şeklinde sözlerini sürdürürken, Atasemiliter Albay Enver Aka emniyet sağlamadan bu beyanatın gerçekleşmesini olanaksız nitelendirmiştir. Bunun üzerine Bevin, emniyeti kendisinin temin edeceğini net biçimde ifade etmiş ve yakın zamanda Türkiye’yi ziyaret edeceğini de sözlerine ilave etmiştir. Türkiye’den çok şey beklediklerini söyleyen Bevin, Akdeniz havzası içerisindeki ülkelerle dünya emniyeti açısından yakından alakadar olacaklarını ifade etmiştir. Bevin üç büyük devlet arasında ise şöyle bir ayırım yapmıştır: “Rusya’nın orduları, Amerika’nın milyonları çoktur. Biz ne Rusya kadar çok ordu ne de Amerika kadar çok zenginlik sahibiyiz. Fakat bizim de ruhumuz ve manevi kudretimiz vardır. O ruh kuvvetlidir, zengindir. Biz ona güveniyoruz ve onunla başaracağız. 1940’ta bütün kıymetleri tek başımıza biz o ruhla müdafaa ettik. Atom bombasının ve modern silahların bu manevi kıymetler karşısında çok az önemi vardır. Biz daima o ruhla muvaffak olacağız” (s. 11).

Ayrıca Cumhuriyet kutlamasında Bevin, Yunanistan’a sempatisi olduğunu, orada sıkıntının geçeceğine inandığını ve bu düşüncelerinin fırsat anında Yunanistan’a iletilmesini de bildirmiştir (TDA, 534/37398-150258-21). Bevin’in sözlerinden, İngiltere’nin Yunanistan’da olası Sovyet yanlısı bir hükümetin iktidarından çekindiği ve Yunanistan’ın Sovyet Blokuna girmesinin özellikle Orta Doğu ve Akdeniz’deki İngiliz çıkarlarına açık tehdit içerebileceğinin farkındalığıyla hareket ettiği açıktır.

Ünaydın, Dışişleri Bakanı Hasan Saka’ya gönderdiği telgrafta, Londra’dan ayrılacağı için veda ziyaretinde bulunduğu Foreign Office’te Bevin’in Türkiye’nin siyasi durumu hakkında (TDA, 534/37398-150258-21): “Şu anda gerçi sıkıntılı zamanlar geçirmekte isek de bir ışık vardır. İşlerin yakın zamanda daha düzgün ve memnunluk verici bir biçimde gelişeceğini söyleyebilirim. Hükümetinize bunu bildirin” ifadelerini kullandığını iletmiştir (s. 1). Son olarak Ünaydın, Down Street’de Başbakan Attlee ile görüşmüştür. Bu görüşmede Türkiye hakkında dostane mesajlar veren Attlee, dünyada olduğu gibi İngiltere’de de iktisadi sıkıntı bulunduğunu söyleyerek sözü sıkıntı içerisinde bulunan Yunanistan’a getirmiştir. Dışişleri Bakanlığı’nı bilgilendiren Ünaydın, görüşmeleri şöyle yorumlamıştır (TDA, 534/37398-150258-21):

“Yunanistan hakkında izlediği siyaseti açıklayan İngiltere bunu yapmakla Türkiye’ye duyduğu emniyet ve yakınlığı da ortaya sermiştir. Orta Doğu bölgesinde yer alan ülkelerin hayat standardının yükselmesi talebi İngiltere’nin istila ya da fütihat siyaseti gütmeyeceğinin bir ifadesidir. Orta Doğu bölgesinde dost ve destekleyici bir İngiltere ortaya çıkmaktadır. Bu siyaset etrafında İngiltere Türkiye’ye kıymet vermekte ve Orta Doğu ülkeleriyle Türkiye arasında iş birliği ahengi ve ilişkisi kurmak istegindedir. Türkiye’ye yardım vaadinde bulunan İngiltere iktisadi sıkıntı devresinde bulunduğunu saklamamıştır. Özellikle Dışişleri Bakanları Konferansı, üç büyük müttefik arasında, İngiltere ile Rusya arasında birbirlerine karşı ihtiyatlı bir siyaset cephesi almak gereğini ortaya koymuştur. İngiltere kendi imparatorluğunun hayat yolu üzerinde bir büyük su geçidi olan Akdeniz’le bir geniş kara geçidi olan Orta Doğu’da kendine dost bir âlem yetiştirip takviye etmekte daha fazla gecikmenin kendi menfaatleri açısından tehlikeli olduğunun farkına varmıştır. Karadeniz’den Akdeniz’e doğru, Balkanlardan Boğazlara ve Akdeniz’e doğru, Azerbaycan ve İran içinden Orta Doğu’ya doğru artmasından ve sarkmasından çekindiği bir nüfuzun önünde Türkiye’nin inanılır ve

güvenilir bir kale vücuda getirebileceği fikri Attlee Hükümeti'nin arzusudur. Doğu Akdeniz seddini gerçekleştirebilmek çarelerini arayan, Balkanlara kuzeyden iyice yerleşmek istercesine nüfuz eden Sovyet Rusya'ya karşı demokrasi ve hürriyet rejimi bakımından Romanya ve Bulgaristan işlerinde Amerika ile görüş birliği sergileyen İngiltere, Orta Doğu'da da Sovyet Rusya tehdidinde karşı yekpare ve yardımlaşır siyaset izlediğinin ve bu siyasette Türkiye ve Yunanistan'ın kıymet teşkil ettiğinin farkındadır" (s. 14-18).

Savaşın yorgun çıkan ve ekonomik bakımdan sıkıntı yaşayan İngiltere'nin Orta Doğu ve Akdeniz üzerindeki geleneksel politikasına devam edeceğini belirtmesi Rus tehdidinde maruz kalan Türkiye üzerinde olumlu etki yaratmıştır. Bu nedenle Türkiye, İngiltere'yle olan bağlarını gevşetmemiştir.

Avam Kamarası'nda söz alan Cocks (Broxtowe) hâlihazırda Orta ve Güneydoğu Avrupa genelinde ve Orta Doğu üzerinden, gerici çevrelerin, Rusya ile İngiltere arasında kaçınılmaz bir savaş olacağına yönelik söylentiler yaydığına işaret etmiştir. Bu tarz söylentilere inanmayan Cocks, Avrupa ve Asya'nın barışçıl yapıcı bir çözüme kavuşmasının ve BM'nin tüm anlayışının tamamen başarılı olmasının ancak Rusya, Amerika ve İngiltere arasındaki bir dostlukla sağlanacağını mümkün görmüştür. Rusya'nın hedeflerini ve davalarını açık bir dille anlattığında korkuların dağıtılacağına ve anlaşmalara varılabileceğine inanan Cocks, yapıcı bir barışın sağlanabilmesi için en üst düzey kişilerle (Attlee, Bevin, Stalin ve Molotov) doğrudan müzakerelere girilmesini arzu etmiştir (HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1338).

Cocks iyimser arzular içerisinde bulunsa da Sovyet Rusya kanalından Türkiye'nin toprak bütünlüğüne ve bağımsızlığına dair beklenen olumlu adım gelmemiştir. Bevin 21 Aralık 1945'te Moskova'da Stalin'le görüşmüştür. Bu görüşmede Stalin 1921 antlaşması öncesi sınırlar ve Boğazlara yönelik üs taleplerini yinelemiştir. Ünaydın'dan sonra Londra Büyükelçiliği görevine getirilen Cevat Açıkalın Foreign Office Türkiye masası sorumlusu O. Sargent'e Bevin-Stalin görüşmesinde Türkiye'nin gündeme gelip gelmediğini sormuştur. O. Sargent, Moskova'da Türkiye meselesinin açılmadığını ancak savaş niyetinde bulunmayan Sovyetlerin sadece çıkış yapacak yumuşak noktalar aradıklarını belirterek İngiltere'nin Türkiye'ye ilgisiz kalmadığının altını çizmiştir (Deringil, 2014). Türkiye'nin İngiltere ve Sovyet Rusya arasındaki rekabette alacağı pozisyonla önemli bir ülke haline geldiği fark edilmektedir. İngiliz Başbakanı Attlee'nin Boğazlar konusunda Türkiye'ye verdiği desteğin altında Türkiye'nin İngiltere açısından Orta Doğu ve Akdeniz'deki çıkarlarının savunulmasında özverili bir siper olarak kıymetlendirilmesi yatmaktadır.

## 5. Sonuç

Öncelikle savaşın tamamıyla sona ereceğinin belirginleştiği dönemde, kurulacak yeni düzenin şekillenmesinde aktif rol üstleneceğinden dolayı İngiltere'deki hükümet değişimi dikkatli izlenmesi gereken bir durumdur. Hükümet değişikliğine bağlı İngiltere özelinde politikalarda ortaya çıkacak yaklaşım farklılıkları; uluslararası ilişkilerde stratejilerin değişmesine, değişen stratejilere bağlı yeni pozisyon alımlarına neden olabilecektir. Potsdam Konferansı esnasında seçim galibiyeti alan İşçi Partisi Başkanı Başbakan Attlee'nin dış politikada Sovyet Rusya'ya karşı nasıl bir politika sergileyeceğine yönelik birinci araştırma sorusu kapsamında yapılan değerlendirmede aşağıdaki hususlar göze çarpmaktadır. Bu kapsamda ilk etapta İngiltere'de İşçi Partisi'nin hükümeti kurması, Attlee'nin başbakan olmasıyla beraber Rusya ile muhtemel bir yakınlaşma beklentisini ortaya çıkartmış ve bu açıdan merak uyandırmıştır. Ne var ki İngiltere'nin sosyalizm veya devletçilik perdesi arkasında baskıcı idarelerin ortaya çıkabileceği ihtimali kapsamında demokratik kontrollere vurgu yapması ve hürriyetçi bir sosyalizmin altını çizmesiyle beraber; özgürlükler açısından Rusya ile farklı düzlemde durduğunu uluslararası alana beyan ettiği anlaşılmaktadır.

Savaş sonrası Rusya'nın yeni düzen içerisinde Boğazların konumunu ve Türkiye'nin doğu sınırını hemen tartışmaya açması, Türkiye'yi yeni tesis edilecek düzen içerisinde ülkenin nasıl bir konumda kalması gerektiği noktasında fikri ve diplomatik bazda arayışa itmiştir. İkinci araştırma sorusunu doğuran bu iklimle bağlı olarak şu sonuçlardan bahsedilebilir. İngiltere'deki hükümet değişiminin uluslararası politikalarda ortaya çıkarttığı ilk etaptaki bilinmezlik, Türkiye diplomasisinde ivedilikle yeni hükümetin bilhassa Rusya taleplerine dair benimsenecek politikalarının öğrenilmesi için girişimlerde bulunmayı gerekli kılmıştır. Yapılan yazışmalar, verilen demeçlerden anlaşılmaktadır ki İngiltere'deki yeni hükümet, Rusya'nın Boğazların yeni düzendeki statüsü üzerindeki taleplerini su yollarının uluslararası yönünün göz önünde bulundurulması, uyum düzeninin sağlıklı işlemebilmesi noktalarından ileriye ötelemek ve sonraya bırakma tandanslı bir anlayışla değerlendirmektedir.

Üçüncü araştırma sorusu kapsamında yapılan değerlendirme de ise Türk basınında gerek Sertel gerek Yalçın’ın kaleme aldığı gerekse imzasız çıkan yazılarla, talepler ve hükümet değişimi ile gelişen yeni durumun ortaya çıkartabileceği yeni kavrayışlar üzerine kamuoyuna projeksiyonlar çizildiği gözlenmektedir. Bu projeksiyonlarda Türkiye’nin çıkarlarının Rusya ve İngiltere’yle birlikte hareket edilebilecek bir ortamın tesis edilebilmesinde yattığı; diplomasinin de iş bu zemini tesis etmek üzere harekete geçmesi gerektiği ön plana çıkartılmaktadır.

Nitekim Türkiye’nin bu süreçte Üç Büyüklerden Amerika ve İngiltere’nin, Rusya’nın özellikle Boğazların statüsü ile ilgili talepleri karşısında ortaya koyacağı yaklaşımını öğrenmek için diplomatik çevrelerden bilgi topladığı gözlenmektedir. Elde edilen bilgiler göstermektedir ki Boğazlar, Üç Büyüklerin güçlerinin sınırlarını test ettikleri bir platformdur. Anlaşılmaktadır ki bu platformun yapısı, savaş sonrası süreçte Üç Büyüklerin nüfuz alanlarının şekillenmesi ve uyum döneminin tesis edilmesi noktasında öncelikli olarak sonraya bırakılması gereken ve aynı zamanda ilerleyen dönemlerde cereyan edecek gelişmelere göre yeniden gündeme taşınacak güçlerin konjonktürel manada kendilerini test edecekleri bir boyut içerisindedir. Bu test ediş içerisinde, Üç Büyükler arasında başlayan ideolojik kutuplaşmada Amerika ve Sovyet Rusya’nın yükselen güçleri karşısında İngiltere’nin azalan statüsüne rağmen Türkiye’nin İngiliz ittifakına sarılmaya devam ettiği belirtilebilir.

## 6. Extended Abstract

The subject of this study is the anxiety caused on Turkish politics by *the power change in England* during “*the Big Three Conference held in Potsdam*”. Elections, an integral part of democracy, which caused a change of power in England, took place on 5 July 1945. These elections were held after the Second World War ended in Europe with the surrender of Germany. *The Big Three* came together in Potsdam to ensure the surrender of Japan in the Far East. The completion of the vote count and the announcement of the election results took time under the conditions of the period. For this reason, the *Leader of the Conservative Party, Prime Minister Winston Churchill* attended the last conference of the Allies but could not bring it to an end. Upon the announcement of the election results, *Labor Party Leader Clement Attlee immediately returned to Potsdam as the new Prime Minister of England* and defended British interests. The Labor Party's coming to power has caused a concern in Turkey. Since Soviet Russia's demand for a change *in the status of the Straits and the return of some lands* was on the agenda, the coming to power of a left-wing party in England created a pressure on Turkish decision makers. ***Explaining how this situation affects Turkish foreign policy, constitutes the aim of the study.*** Turkey is concerned about whether a left-wing party sitting in the seat of power in England will follow a policy close to Soviet Russia in foreign policy. For this reason, Turkey tried to understand the attitude of England through the London Ambassador. It is understood from the reports sent by the London Ambassador “*Ruşen Eşref Ünaydın*”; Trying to continue the traditional British foreign policy by describing the imperialist tendencies of Soviet Russia on the Straits as dangerous, *Attlee* acts with the awareness that friendly Turkey can be a reliable fortress for the protection of his country's interests in the Near East and the Mediterranean. Soviet Russia's “*aiming to have sole sovereignty in Eastern Europe and the Balkans, its desire to create zones of influence by supporting socialist movements in Western European countries such as France and Italy, and its attempts to expand its sphere of influence to the Mediterranean through its army in Iran*” classified as dangerous by Britain and the USA. While the USA, which wanted to have a say in the establishment of the post-war order, wanted democratic governments to be established by elections in Eastern Europe and the Balkans, Soviet Russia followed a different policy. Turkey, which was threatened by the imperialist policy of Soviet Russia and wanted to establish a common bloc against the Soviets, which would include the United Kingdom and the United States, had now firmly determined its side. *In this context, “the acceptance that the USA followed a common policy with England against the Soviet Russia threat in the Middle East, and that Turkey and Greece constitute a value in this policy, were reflected in the documents that provided data for the study”.* Soviet Russia was initially described by the USA as “friendly and compatible ally with the West” after the war. However, in the end, it is understood that the imperialist policy insistence of Soviet Russia shaped the international political balances. This period, which is referred to as the Cold War in the literature, also affected Turkish foreign policy. In this context, under the influence of these conditions,



Turkey, which is located in the “Western Bloc” established against the Soviets, has displayed a passive attitude by following a policy in line with the wishes of the USA.

**Keywords:** Potsdam Conferense, 1945 United Kingdom General Election, Turkish Foreign Policy.

### **Kaynakça**

#### **Arşiv Belgeleri**

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Dışişleri Bakanlığı Türk Diplomatik Arşivi;

Türk Diplomatik Arşivi (TDA); Yer No: 534/37092-148864-17, Tarih: 23 Ağustos 1945.

TDA; 534/37092-148864-9, 28 Temmuz 1945.

TDA; 534/37092-148865-8, 5 Ağustos 1945.

TDA; 534/37170-148366-44, 25 Ekim 1945.

TDA; 534/37195-148306-5, 25 Ağustos 1945.

TDA; 534/37398-150257-41, 2 Kasım 1945.

TDA; 534/37398-150257-48, 7 Eylül 1945.

TDA; 534/37398-150257-89; 4 Ağustos 1945

TDA; 534/37398-150257-90; 9 Ağustos 1945.

TDA; 534/37398-150258-21, 12 Kasım 1945.

#### **Resmi Yayınlar**

Records of the House of Commons (Avam Kamarası Zabıtları);

HC (House of Commons) Deb (Debate) 21 February 1946 (The Full Date) vol (volume) 419 c. (Column) 1316.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1321.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1322.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1338.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1349.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1355.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1356.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1357.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1358.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1365.

HC Deb 21 February 1946 vol 419 c1366.

#### **Sürelî Yayınlar (Gazeteler):**

Tan. (1945, 18 Temmuz).

Tan. (1945, 27 Temmuz).

Tan. (1945, 28 Temmuz).

Tanın. (1945, 28 Temmuz).

Ulus. (1945, 27 Temmuz).

#### **Kitap ve Makaleler**

Arslan, Gürbüz (2021). “Yol Ayrımını Derinleştiren Süreçte Türk-Sovyet İlişkilerinde Meydana Gelen Gelişmeler (19 Mart 1945- 7 Kasım 1945)”. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*. 9 (27), 139-191.

Başarı, Mehtap (2019). “Sovyet Rusya’nın 1925 dostluk ve tarafsızlık antlaşması’nın feshine yönelik türkiye’ye verdiği notaların türk basınına yansımaları”. *Belgi Dergisi*. 2 (18), 1417-1448.

Bilge, Suat (1992). *Güç komşuluk: Türkiye-sovyetler birliği ilişkileri 1920-1964*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Çuyev, Feliks (2010). *Molotov anlatıyor*. (Çev: Ayşe Hacıhasanoğlu- Suna Kabasakal). Yordam Kitap.

Deringil, Selim (2014). *Denge oyunu: İkinci dünya savaşında türkiye’nin dış politikası*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Erden, Ömer (2017). *Türkiye’nin doğu sınırının oluşumu*. Atatürk Araştırma Merkezi.

Gürün, Kamuran (1999). *Türk-Sovyet ilişkileri (1920-1953)*. TTK Yayınları.

Hasanlı, Cemil (2011). *Tarafsızlıktan soğuk savaşa doğru türk sovyet ilişkileri (1939-1953)*. (Çev: Ali Asker). Bilgi Yayınevi.

Tamkin, Nicholas (2009). *Britain, Turkey and the soviet union, 1940–45*. Palgrave Macmillan.

#### Sürelî Yayın Makaleleri

Fenik, Mümtaz Faik (1945a, 28 Temmuz). “Attlee Kabinesinin Karakteri”. *Ulus*.

Fenik, Mümtaz Faik (1945b, 26 Temmuz). “İngiliz Seçimlerinin Neticeleri”. *Ulus*.

Fenik, Mümtaz Faik (1945c, 31 Temmuz). “Üçler Konferansı Etrafında”. *Ulus*.

Fenik, Mümtaz Faik (1945d, 27 Temmuz). “Churchill'den Attlee'ye Geçen İktidar”. *Ulus*.

Sertel, M. Zekeriya (1945a, 4 Ağustos). “Akliselim İçin Yol Birdir”. *Tan*.

Sertel, M. Zekeriya (1945b, 28 Temmuz). “İngiltere ve Dünya Siyasetinde Bir Dönüm Noktası”. *Tan*.

Sertel, M. Zekeriya (1945c, 24 Temmuz). “Türkiye Kimsenin Nüfuz Bölgesine Giremez”. *Tan*.

Sertel, M. Zekeriya (1945d, 17 Temmuz). “Üç Büyükler Konferansı”. *Tan*.

Sertel, M. Zekeriya (1945e, 21 Temmuz). “Üç Büyükler”. *Tan*.

Sertel, M. Zekeriya (1945f, 29 Temmuz). “Yeni Hükümetin Yakın ve Orta Şark Siyaseti”. *Tan*.

Tekeli, Esat (1945a, 3 Ağustos). “Potsdam Konferansının Sonu”. *Ulus*.

Tekeli, Esat (1945b, 21 Temmuz). “Prensip, Realiteler”. *Ulus*.

Yalçın, H. Cahit (1945a, 28 Temmuz). “Dünya Tarihinde Bir Değişiklik”. *Tanin*.

Yalçın, H. Cahit (1945b, 29 Temmuz). “İngiltere'deki Değişiklik Karşısında Sovyetler Birliği”. *Tanin*.

Yalçın, H. Cahit (1945c, 4 Ağustos). “Potsdam'da Görülen İşler”, Boğazlar Meselesinde Türk-İngiliz Birliği”. *Tanin*.

Yalçın, H. Cahit (1945d, 3 Ağustos). “Potsdam'da Boğazlar Meselesi”. *Tanin*.

Yalçın, H. Cahit (1945e, 31 Temmuz). “Türk Hakları Rus-İngiliz Rekabetinden Müteessir Olamaz”. *Tanin*.

*Tanin*.

Yalçın, H. Cahit (1945f, 1 Ağustos). “Türkiye-İngiltere-Rusya Arasında Üçüzlü Bir İttifak Bütün Zorlukları Ortadan Kaldırabilir”. *Tanin*.

Yalman, Ahmet Emin, (1945, 29 Temmuz). “Doğan Güneş”. *Vatan*.

Yetkin, Suat Kemal, (1945, 23 Temmuz). “Daha İyi Günlere Doğru”. *Ulus*.

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Bir Şâkirdin Kaleminden Osmanlı Ticârî Coğrafyası

Ülkü YANCI\* 

### ÖZ

Osmanlı Devleti'nin eğitim sisteminde modernleşme dönemi ile birlikte Batı etkisi hissedilmeye başlanmış, çağın gereklerine ayak uydurabilmek adına pek çok yeni eğitim kurumu açılmıştır. Sultan Abdülhamid'in destekleriyle açılan Hamidiye Ticaret Mekteb-i Âlisi de bu okullardan biridir. Okul ticari hayattan uzak olan Osmanlı vatandaşlarını bu hayata dâhil edebilmek ve özellikle Sanayi Devrimi sonrası tüm dünyada yaşanan değişikliklere adaptasyonu sağlamak için açılmıştır. Çoğu araştırmada yükseköğretim düzeyinde açılan ilk ticaret mektebi olarak tanımlanan okulun ders programında coğrafya, tarih, hesap, iktisat, kimya, hukuk ve fizik derslerinin yanında ticari hayatın uluslararası boyutu da düşünüldüğünden olsa gerek Rumca, Fransızca, Arapça, İtalyanca ve İngilizce gibi lisan dersleri de yer almıştır. Bu çalışmada mektebin üçüncü ve dördüncü sınıfında verilen Ticari Coğrafya dersi için yazılmış olan "Memâlik-i Osmaniye'nin Coğrafya-yı Ticâriyesi" adlı eser konu edilmiştir. Eser, Ticaret Mektebinde bu adla bir ders olmasına rağmen ders kitabı olarak okutulacak bir eserin bulunmaması üzerine Ticaret Mektebi son sınıf öğrencilerinden Hüsrev Manolyan tarafından kaleme alınmıştır. Çalışmada söz konusu eser çok hacimli olmaması nedeniyle günümüz Türkçesine uyarlanarak aktarılmış, ayrıca Osmanlı Devleti'nde coğrafya biliminin gelişimi, Ticaret Mektebinin kısa bir tarihçesi ve eserin müellifi hakkında bilgilere yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı Devleti, Ticaret Mektebi, Coğrafya.

## Ottoman Commercial Geography From a Students' Pen

### ABSTRACT

In the education system of the Ottoman Empire, the western influence began to be felt with the modernization period, and many new educational institutions were opened in order to keep up with the requirements of the age. Hamidiye Commercial School, which was opened by the support of Sultan Abdulhamid, is one of these schools. The school was opened in order to include the Ottoman citizens, who were far from commercial life, and to adapt to the changes experienced all over the world, especially after the industrial revolution. The curriculum of the school, which is defined as the first commercial school opened at the higher education level in most studies, includes language courses such as Greek, French, Arabic, Italian, and English, as the international dimension of commercial life is considered in addition to geography, history, calculus, economics, chemistry, law, and physics courses. In this study, the subject is the work named "The Commercial Geography of the Ottoman Lands" written for the Commercial Geography course given in the third and fourth grades of the school. The work was written by Hüsrev Manolyan, one of the senior students of the Commercial School, after there was no work to be taught as a textbook, though there was a course with this name in the Commercial School. In the study, since the work in question was not very voluminous, it was adapted to modern Turkish, insights about the development of geography in the Ottoman Empire, a short history of the Commercial School, and the author of the work are also given.

**Keywords:** Ottoman State, Commercial School, Geography.

### 1. Giriş

İnsanoğlu var olduğundan beri yaşadığı coğrafyayı tanıma ihtiyacı hissetmiş, hayatını bulunduğu bölgenin coğrafi şartlarına göre şekillendirmiştir. Kültürlerin ve medeniyetlerin oluşmasında coğrafya çok etkili bir faktör olmuş, bulunulan coğrafya hayatın her alanını muhakkak etkilemiştir. Coğrafya bilgisine olan ihtiyaç insanlık tarihi kadar eski olsa da bir bilim olarak coğrafyanın ortaya çıkışı Antik dönem Yunan medeniyetine dayanır. Eski Yunan bilim adamlarından Heredotos ( M.Ö. 484?- M.Ö. 430-420), bölgesel coğrafya kavramını ortaya atmış, o dönemde bilinen dünyanın bir tasvirini yaparak dünya üzerindeki halklar hakkında açıklamalarda bulunmuştur. Strabon (M.Ö. 63- M.S. 23?), onun fikirlerini devam ettirmiş, Eratosten ( M.Ö. 276- M.Ö. 194) ve Batlamyus (M.S. II. yüzyıl) ise haritacılık alanında çalışmalar yaparak matematiksel coğrafyaya öncülük etmişlerdir (Oruç, Tokcan, Demirkaya, 2006). Ortaçağ İslam Dünyası'nda coğrafya ilmine dair ilk çalışma Harezmi (öl. 847) tarafından yazılan Sûretü'l- Arz adlı eserdir. Bu eserde genel olarak Batlamyus'un coğrafyaya dair görüşlerinin genişletilerek ele alındığı görülür. Antik Yunan coğrafya bilgilerinin bu şekilde İslam Dünyası'na aktarıldığı ve sonrasında Ortaçağ İslam Dünyası'nda coğrafya ilmine dair pek çok eserin yazıldığı bilinmektedir. İbn Hurdazbih ( 820?- 920?),

\* Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, u.yanci@hotmail.com  
Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 14.11.2022

Makdîsi (946-1000), İstahrî (10. yüzyıl), İbn Havkal (10. yüzyıl) ve İdrîsî (1099-1166) gibi isimler Ortaçağ İslam Dünyası'nda coğrafya üzerine önemli çalışmaları olan bilim adamlarıdır ( Karakaş Özür, 2019).

Osmanlı Devleti'nde coğrafya çalışmaları başlangıçtan itibaren, bahsedilen İslâm coğrafyacılarının oluşturduğu bu zengin ve elverişli zemin üzerinde gelişme fırsatını bulmuştur. Kuruluş dönemi Osmanlı coğrafyacılığı bir taraftan şark eserlerinin tanınması, tercümesi ile şekillenirken bir taraftan da yollar, seyahatnameler ve bazı şehirlere dair monografi türünde orijinal eserlerin telifi gerçekleştirilmiştir. 17. asırdan itibaren ise, Kâtib Çelebi (ö. 1657), Ebubekir Efendi ve Evliya Çelebi'nin (ö. 1684?) eserleriyle Osmanlı coğrafyacılığı zirveye ulaşmıştır ( Ak, 2004; Ak, 1993). Klasik dönemde Osmanlı'nın coğrafyaya olan ilgisi denizlerde üstün olma gayreti ile de ilgilidir. Zira Hint Okyanusunda etkin olma mücadelesi özellikle 17. yüzyılda Osmanlı deniz coğrafyacılığının gelişmesine katkı sağlamış bu dönemde Seydi Ali Reis, Piri Reis gibi ünlü isimler önemli çalışmalara imza atmışlardır ( Adıvar, 1991).

Osmanlılar 15. ve 16. yüzyıllarda Avrupa ülkelerinde harp teknolojisi, madencilik, haritacılık, pusula, saatçilik hususlarındaki gelişmeleri yakından takip etmişler, aynı zamanda tıp, astronomi, coğrafyaya dair bilgileri de aktarmışlardır (Gümüşçü, 2010 ). Ancak 17. yüzyıldan itibaren bilimde ve eğitim kurumlarında İslam geleneğinden Batı geleneğine doğru bir geçiş aşaması yaşanmaya başlamış coğrafya bilimine olan alaka da bu yönde gelişme göstermiştir. Bu açıdan bakıldığında Osmanlı bilimi İslam bilim geleneğinin etkisinde olduğu ilk dönem ve Batı bilim geleneğinin etkisinde olduğu ikinci dönem olarak birbirinden ayrılmalıdır (İhsanoğlu, 2010). Bunun nedeni Avrupa'da yaşanan bilimsel gelişmelere kayıtsız kalınmamasıdır. Bilimsel gelişmeler Batı'dan aktarılırken ister istemez tercüme faaliyetleri hız kazanmıştır. 19. yüzyılda yapılan tercüme faaliyetleri esasen Osmanlı bilim dünyasında coğrafyaya dair ilginin artması anlamına da gelmektedir. Üstelik Osmanlı'nın son yüzyılında kaleme aldığı coğrafya çalışmaları basit bir dille yazılmış ve bu durum halkın bu bilime olan ilgisini de artırmıştır (Üstüner, 2019 ).

Sanayi Devrimi ile anlaşılan bir husus ülkelerin kalkınmasında coğrafyanın ne kadar ehemmiyetli olduğu gerçeğidir. Ayrıca askerî alandaki gelişmeler tüm dünyada coğrafya biliminin gelişmesine sebep olmuştur. Bundan dolayı da Osmanlı Devleti'nde coğrafya dersi ilk olarak askerî okullarda okutulmuş, modernleşme döneminde kurulan pek çok okulda da coğrafya dersi verilmiştir (Aytürk, 2020, Sönmez, 2018).

19. yüzyılın başlarından itibaren modern bilimler arasında anılmaya başlanan coğrafya biliminin (Karakaş Özür, 2019) Osmanlı eğitim kurumlarında yer alması yukarıda bahsedildiği üzere oldukça geç tarihlere rastlar. Zira klasik dönemde eğitimin merkezinde yer alan medreselerde coğrafya dersine yer verilmemiştir. Osmanlı medreselerinde coğrafya eğitimine Dârülhilafeti'l- Aliyye Medresesi'nin kuruluşu ile başlanmıştır. Dolayısıyla coğrafya ilminin medrese müfredatına girmesi ancak 1915-1924 yıllarında mümkün olabilmıştır (İzgi, 1997). Yine de 17. yüzyılda mühendishanelerin, 19. yüzyılda ise çeşitli düzeylerdeki okulların ders programlarında coğrafya ilmi ders programlarına girmiştir. Özellikle II. Meşrutiyet döneminde Osmanlı eğitim faaliyetlerinin yoğunlaşması ile ilkokuldan yüksekokula eğitimin her aşamasında coğrafya derslerine yer verilmiştir (Oruç, Tokcan, Demirkaya, 2006). 19. yüzyılda Osmanlı eğitim sisteminde pek çok değişikliğin yaşandığı bilinmektedir. Çağın gerisinde kalmamaya çalışan devlet, vatandaş için faydalı olan bilimlerin kullanılmasını esas almış ve tarih, coğrafya, doğa bilimleri gibi alanları eğitim programına alarak bu faydayı en üst seviyeye taşımaya çalışmıştır (Türk, 2007). Zira bu dönemde Osmanlı eğitim modernleşmesinin iki hedefinden ilki pragmatik ve doğa bilimlerini içeren bir müfredatla eğitimi sunabilmektir<sup>1</sup> (Somel, 2010).

1839 yılında açılan ve bugünkü ortaokula denk gelen rüşdiye okulları programına 1848 yılında coğrafya dersi ilave edilmiştir. 1891 yılında ilkokul seviyesindeki ibtida okullarında 2. ve 3. yılda Muhtasar Coğrafya-yı Osmanî dersi ikişer saat okutulmuştur. (Yeşiltepe, 2010). Yedi yıllık eğitim veren bugünkü lise eğitimine denk gelen idadîlerde ise haftalık coğrafya dersi şu şekilde verilmiştir: Birinci sınıfta haftada iki saat, ikinci sınıfta haftada bir saat "Coğrafya", üçüncü sınıfta haftada iki saat "Coğrafya-yı Osmanî", dört, beş ve altıncı sınıfta haftada ikişer saat "Coğrafya-yı Umûmî" dersleri. Rüşdiye ile yükseköğretim arasında bir okul olarak 1868'de açılan Sultanilerin de sınıf-ı taliye kısmında coğrafya dersi verilmiştir (Baltacı, 1999). Coğrafya dersinin Osmanlı eğitim kurumlarında yer alması ile birlikte alanla ilgili çeşitli ders kitapları

<sup>1</sup> Somel, Osmanlı eğitim modernleşmesinin ilk hedefinin genel eğitimi bütün vilayetlerde yaymak olduğunu dile getirmektedir (Somel,2010).

hazırlanmaya başlamış, ayrıca küre ve haritalar hazırlanarak ya da satın alınarak okullarda kullanılmak üzere gönderilmiştir (Yeşiltepe, 2010).

Yukarıda kısa bir izahı yapıldığı üzere Coğrafya bilimi en erken devirlerinden beri Osmanlılarda var olmasına ve hatta erken dönemlerden itibaren bu alanda önemli eserler yazılmasına rağmen bir coğrafya tarihi henüz tam olarak yazılamamıştır. Bu durum, Osmanlı Türkçesi'nin coğrafyacılarımız tarafından bilinmemesi ile yakından alakalı olmalıdır. Ayrıca eski Yunan bilim ve coğrafya bilimi tarihini ve hatta Ortaçağ İslam coğrafyacılarını derinlemesine bilmeden de bir coğrafya tarihi yazmak mümkün görünmemektedir (Gümüşçü, 2010). Bu çalışma ile bu alana küçük de olsa bir katkı sağlamak amaçlanmıştır. Çalışmada Hamidiye Ticaret Mektebi'nin kısa bir tarihçesi aktarıldıktan sonra çalışmaya konu olan eserin müellifi hakkında bilgiler verilmiş ve sonrasında eser günümüz Türkçesine uyarlanmıştır.

## 2. Hamidiye Ticaret Mektebi

Osmanlı Devleti, çöküş sürecine girdiğinde Batıda yaşanan ticarî ve sanayi alanındaki gelişmelerin gerisinde kalmamak adına memleket içerisindeki imkânları kullanmaya yönelmiş; 1838 tarihli İngiliz Ticaret Antlaşması başta olmak üzere dış güçlere verilen tavizlerden sonra ticari anlamda kalkınmak için yeni iktisadî fikirler üzerinde düşünmeye başlamıştır. Klasik dönem Osmanlı toplumunda Müslüman ahali memuriyet ve askerliğe yönelmiş, gayrimüslimlere ise bu kapı kapalı olduğundan onlar ticaretle uğraşmış ve bu alanda zaman içerisinde bir hayli ilerlemişlerdir. Tanzimat'tan sonra gayrimüslimler ticari faaliyetlerine kat be kat arttırarak devam ederken Müslüman ahali çocuklarını mülkî ve askerî okullara yönlendirmiştir. Zira gayrimüslim çocukları ticarî hayatın içerisinde büyümüşler ve bu avantajlarını Tanzimat Fermanı'ndan sonra sağlanan serbest ortamda devam ettirme imkânı bulmuşlardır. Osmanlı Devleti bu durumu fark ederek bir ticaret okulu kurma girişiminde bulunmuştur (Özkul, 2007). Türk işletme tarihinin gelişme çizgisi de, izah edilen bu ihtiyaç neticesinde gelişmiştir. Bu zaruret özel kesimin örgütlenmesini gündeme getirir ve 1882'de İstanbul Ticaret Odası, Cemiyet-i Ticariye adı ile kurulur. Devlet işletmecisi yetiştirme eksikliğini ise 1883 yılında Hamidiye Ticaret Mektebi'ni kurarak gidermek ister (Güvemli ve Güvemli, 2018). Aslında bu hususta ilk girişimi 1860 yılında bir gazete ilanında görmek mümkündür. Söz konusu ilanda İstanbul'da bir Ticaret Mektebi açılmak istendiği ve Ticarethane Dairesinde açılacak olan bu mektepte okumak isteyenlerin mektep müdürleri Hayriye Tüccarından Balmumcuzade Eşref Efendi ile Avrupa Tüccarından Kirilos ve Minas Efendilerin elinden alacakları ilmühaber ile müracaatta bulunabilecekleri belirtilmiştir (Ergin, 1997). Ancak bu ilk girişim bir netice vermemiş ticaret üzerine eğitim vermesi düşünülen bu okulun açılışı için 1883 yılını beklemek gerekmiştir.

Osmanlı tebaası olan gayrimüslimler ise ticari hayatta yukarıda bahsedilen avantajlarının yanında bu işin eğitim ayağına da önem vermişler ve Osmanlı Devleti bünyesinde ticaret okulları açmayı başarmışlardır. Bu okullardan ilki 1831 yılında eğitim hayatına başlayan Heybeliada Rum Ticaret Mektebi, ikincisi ise 1857 yılında İzmir'de açılan Aroni Ticaret Mektebidir (Özkul, 2019). Yani gayrimüslimler Osmanlı Devleti bünyesinde ticaret eğitiminde de ilk adımı atmışlar idi. Devletin özellikle Müslüman vatandaşlarını ticaretle uğraşmaya yönlendirmek için 1860 yılında açmayı planladığı okul ise ancak dördüncü girişimde 1883 yılında Sultan II. Abdülhamid'in destekleri ile açılabilen Hamidiye Ticaret Mekteb-i Âli adlı okuldur. Sultan Abdülhamid'in, okulun kuruluşuna maddi destek sağlamasından dolayı mektep bu adla açılmış (Güvemli, 2005), okulun adı 1914 yılında Ticaret Mekteb-i Âlisi şeklinde değiştirilmiştir (Özkul, 2016). Böyle bir okulun açılmasındaki temel amaç II. Meşrutiyet döneminden sonra iktisadî milliyetçilik düşüncesinin Osmanlı ülkesinde baskın olmaya başlaması ve o dönemde devletin ilerlemesinin ticaret, ziraat ve sanayinin gelişmesiyle mümkün olabileceğinin anlaşılması olarak buna yönelik ticaret bilgisi hakkında donanımlı ve uzman gençler yetiştirmektir (Özkul, 2016). Türkiye'de yükseköğretim düzeyinde işletmecilik eğitimi veren ilk kurum Hamidiye Ticaret Mekteb-i Âlisidir (Özkul, 2019).

Ticaret Mektebi, Paris Ticaret Okulu model alınarak Fransız etkisiyle açılan bir mekteptir. Mektep nizamnamesinde açılış nedenleri, öğrenci kabulünün nasıl olacağı, hangi derslerin okul müfredatında yer alacağı gibi hususlar teferruatlı bir şekilde açıklanmıştır. Nizamnamenin yedi sayfası mektepte verilecek derslerle ilgili olup bu mufassal programa göre verilen eğitim idadi ve fenni olarak ikiye ayrılmıştır. Mektepte hesap, tarih, coğrafya, iktisat, kimya, hukuk ve fizik dersleri verilmiştir. Ayrıca lisan dersleri de Rumca, Fransızca, Arapça, İtalyanca ve İngilizcedir. Ergin, o dönemde Ticaret Nazırı Suphi Paşa

tarafından gayet teferruatlı olarak hazırlanan bu programın uygulanmasının çok mümkün olmadığını dile getirmektedir (Ergin, 1997).

Mektep ekonomik nedenlerden dolayı istenilen başarıyı yakalayamamış açılışından bir müddet sonra Ticaret Nezareti'nden alınarak Maarif Nezareti'ne bağlanmıştır. Mektebi nizamnamesinde belirtildiği üzere öğrencilerden ücret alınmaktadır. Ancak çok öğrenciden bu ücretin tahsis edilemediği anlaşılmış, hatta okul müdürü Grati Efendi okul masrafları için piyango bileti satışı başlatmış bu sırada usulsüzlük yapmış olduğu suçlamasından dolayı hakkında soruşturma başlatılmıştır. Bu türlü ekonomik zorluklar mektepten istenilen verimin alınmamasına yol açmıştır. 1894 yılında ise Maârif Nezâreti tarafından başka bir binada yeniden kurulan mektebin ders programı da değiştirilerek eğitime başlamıştır. II. Abdülhamid tahttan indirilince mektebin de adı değişmiş yeni adı Ticaret Mekteb-i Âlisi olmuştur. 1915 yılından itibaren mektep ikiye ayrılmış mektebin ilk aşamasına Kısm-ı Evvel ikinci aşamasına ise Kısm-ı Sani adı verilmiştir. Dönemin eğitim anlayışına uygun olarak kızlar için de mektep binası dâhilinde bir “İnas Ticaret Şubesi” açılmıştır. 1920 tarihinde yeniden Ticaret Nezâreti'ne bağlanan mektebin Kısm-ı Sani bölümü 1925 yılında Sultanahmet'teki Ziraat Orman ve Maadin Nezâreti binasına taşınmıştır. Bu tarihte mektebe “Ulum-ı Âliye-i Ticariye mektebi” adı verilmiştir (Erdoğan, 2016).

Mektepte okutulan dersler arasında Coğrafya-yı Ticariye adındaki ders mektebin üçüncü ve dördüncü sınıflarında okutulmaktadır. Bu derslerin içeriğinde “umûmî coğrafya, Osmanlı coğrafyası ve dünya ticarî coğrafyası hakkında malumat, Memalik-i Osmaniye'nin tarihi ve ticarî coğrafyası, ticarî mahsuller ve bunların kullanımı, ticaret nazarından dünya iklimleri yer almaktadır. Ayrıca Memalik-i Osmaniye, ecnebiye ve dünyanın çeşitli mahallerindeki mali, sanayi, zirai ve ticari müesseseleri, ticaret limanları, ticaretgâh mahalleri, sanayi merkezleri, ihraç ve ithalat nakliye vasıtaları” (Erdoğan, 2016) hakkında bilgiler verilmektedir.

### 3. Hüsrev Manolyan

Osmanlı arşiv belgelerinde çalışmaya konu olan risalenin yazarı Hüsrev Manolyan'a ait bilgilere sınırlı da olsa rastlanmıştır. 1884 yılında eğitim hayatına başlayan Hamidiye Ticaret Mektebi 1897 yılında ilk mezunlarını vermiştir. Manolyan bu ilk mezunlardandır. Osmanlı arşivinde bu ilk mezunların listesinin yer aldığı bir belgeye rastlanmış ve bu belgede mezunların istihdam edilebileceği yerler de listelenmiştir. Bu listede Manolyan'ın İzmir'e, ikinci listeye göre de bir mekteb-i idadi müdürlüğüne yerleştirilebileceği belirtilmiştir (BOA, .MF.MKT., 94/163, Erdoğan, 2016). Sicill-i ahval defterlerinde ise biraz daha teferruatlı bilgilere yer verilmiştir. Bu belgeler ışığında edinilen bilgilere göre Hüsrev Manolyan, Manoil Efendi'nin oğludur. H. 1282/ M. 1865-1866'da Kayseri Sancağı'na tabi Germir Köyü'nde dünyaya geldiği tezkere-i Osmaniyesi'nde kayıtlıdır. Zikredilen köyün ve Giresun kasabasının Ermeni mekteplerinde okuduktan sonra İstanbul Hamidiye Ticaret Mektebi'ne girmiştir. Bu okulda sorumlu olunan tüm dersleri başarıyla verdikten sonra şahadetname almıştır. Türkçe, Fransızca, İngilizce ve Ermenice okuyup yazabilmektedir.

Manolyan, çalışmaya konu olan “Memalik-i Osmaniye'nin Coğrafya-yı Ticariyesi” adlı eserinden başka bir de “İngilizce Muallimi” (İ.B.B. Atatürk Kitaplığı, No: Mc\_Osm\_ K.00091) namındaki eserini Dersaadet'te tab ve neşr ettirmiştir. Bu eseri H. 23 Cemaziyelahir 1305/M. 7 Mart 1888 tarihinde Fransızca'dan İngilizce'ye sonra da Türkçe'ye tercüme etmiştir. Manolyan bu eserini dönemin İngiliz Kraliçesi Victoria'ya takdim etmek istemiştir. Osmanlı arşivinde bu hususa dair R. 23 Nisan 1304/ M. 5 Mayıs 1888 tarihli belgede “Kraliçe Victoria'ya takdim olunmak üzere Hüsrev Efendi'nin hazırladığı İngilizce Muallimi adlı eser hakkında müellife verilen cevap: Devletlü efendim 16 Nisan 1304 tarihli tabirât-ı behiyelerinde ifade olunduğu veçhle haşmetli kraliçe Viktorya hazretlerine takdim olunmak üzere gönderilen iki nüsha “İngilizce Muallimi” nam eserleri vasıl olmuş ve gayretleri şayan-ı takdir bulunmuş ise de sefaret-i seniyye bu misillü takdimeler tedrif tavassut (aracılık) edilemeyeceğinden maettessüf iadelerine mecburiyyet görüldüğünün beyanıyla ...” ifadeleri yer almaktadır. Bu ifadelerden de anlaşıldığı üzere eser, Ticaret Nezareti vasıtasıyla İngiltere Kraliçesi'ne takdim edilmek istenmiş ancak nezaret bu türlü girişimlere aracılık edilemeyeceğini bildirmiştir (BOA, HR. SFR.3, 348-34).

Hüsrev Manolyan, H. 1311/M. 1893-1894 tarihinde 30 yaşında iken 400 kuruş maaş ile Mersin Rüsumat Müdüriyeti'ne mütercim ve manifesto memuru olarak tayin edilmiştir. İskenderun Rüsumat Nezareti'nden yazılan mülâhazaya atf ile Adana Vilayeti Valiliğinde ve Rüsûmât-ı Emanet Celilesinde

vazifesini layıkıyla yerine getirdiği tasdik edilmiştir. Ancak Manolyan, 15 Zilkade 1313/M. 28 Nisan 1896 tarihinde görevinde tenkisata gidilerek yani daha düşük dereceli bir memuriyete getirilerek aynı müdüriyette estimatorluk<sup>2</sup> görevine getirilmiştir (Sicil Defterleri, no: 69, s. 89. İ.B.B. Atatürk Kitaplığı, Müteferrik Evrak, 55273).

#### 4. Memâlik-i Osmâniye'nin Coğrafya-yı Ticâriyesi

Eser, 31 sayfadan müteşekkildir. Kapak sayfasında “Memâlik-i Mahruse-i Şahane Fi Sene 1300” tarihi yer almakta olup İstanbul’da Kavafyan Matbaası’nda H. 1302/M. 1884-1885 tarihinde basıldığı bilgisi verilmiştir. Osmanlı arşivinde 24 Rebiülahir 1303/ M. 30 Ocak 1886 tarihli belgede “*Hamidiye Ticaret Mektebi dördüncü sınıf şakirdanından Hüsrev Manolyan Efendi'nin Memâlik-i Mahrûse-i Şabanenin Ahvâl-i Ticâriyesine dair cem ve tertib eylediği risalenin üç nüshası hazret-i bilafetpenahiye takdim olunmak üzere mekteb-i mezâkir müdüriyetinden tanzim ve ita edilen tezkere ile beraber leffen irsal kâhındığı*” ifadeleri yer almaktadır (BOA, İ. DH., 978-77235). Buradan da anlaşıldığı üzere söz konusu eserin üç nüshası Hamidiye Ticaret Mektebi müdüriyeti tarafından Ticaret Nezaretî’ne gönderilerek dönemin padişahı II. Abdülhamid’e takdim edilmiştir. Belgede ayrıca Hamidiye Ticaret Mektebi’nin fevkalade başarılarından söz edilmiş, Hüsrev Manolyan’ın gayreti de takdir edilerek gönderilen eserlerin saray kütüphanesine yerleştirildiği ifade edilmiştir.

Eserin kapak sayfasında “işbu eser-i naçizanem Hamidiye Ticaret Mektebi Âlisi Müdürü İzzetlü F. Grati Efendi’nin Huzur-i Âlilerine takdim olundu” ifadesine yer verilmiştir. Sönmez, çalışmasında eserin müellifi olarak Grati Efendi’yi göstermiş olsa da bu doğru değildir (Sönmez, 2018). Eser, Manolyan tarafından kaleme alınmış olup dönemin Hamidiye Ticaret Mektebi Müdürü Grati Efendi’ye ithaf edilmiştir. Mektebin kuruluşunda da payı olan ve ilk müdür olan Grati Efendi aslında Avusturya-Macaristan vatandaşı bir Musevidir. Uzun yıllar mektebin müdürlüğünü yürüten ve hatta mektep bünyesinde açılan sağır ve dilsizler okulunun da müdürlüğünü yapan Grati Efendi, memuriyet hayatında adının yolsuzluklara karışması nedeniyle görevine devam edememiştir (Erdoğan, 2016).

Eserin kapak sayfasında içindekiler kısmı verilmiştir. Eserin orijinalinde verilen konu başlıkları şu şekildedir: Hudud-ı Arazi ve Ahali, Taksim-i İdare, Mizac-ı Hava, Hasılat-ı Nebatiyye, Hayvaniyye ve Madeniyye, İcar ve İnhisar, Turûk-ı İhtilatiyye, Demiryol ve Telgraf, Sefain-i Tüccariyye, Ticaretce Mühim Olan Limanlar ve Bazı Dâhili Şehirler, Ticaret-i Osmaniye, Sanayi. Çalışmada bu başlıklar altında verilen bilgiler günümüz Türkçesi’ne uyarlanarak aktarılacaktır.

Eserin başında bir mukaddimeye yer verilmiştir. Mukaddime kısmı Osmanlı Devleti’nde ticaretin geliştirilmesi için çaba sarf edildiğinden bahisle başlamaktadır. Ardından Manolyan, ticaretin gelişimine katkı sağlamak amacıyla eğitim hayatına başlayan Hamidiye Ticaret Mektebi-î Âli’sinin bir öğrencisi olmaktan iftihar duyduğunu belirtmiştir. Bu kısımda yazar, niçin bu eseri yazmaya ihtiyaç duyduğunu da açıklamıştır. Manolyan, “*malum olduğu üzere âlem-i matbuât-i Osmaniye’de memalik-i Osmaniye’nin coğrafya-yı ticariyesine dair oldukça malumatı havi eser bulunmadığından bu noksanı âcişane ikmal etmek için iş bu muhtasar coğrafya risalesini bi’t-tertib tab’ına iclisar ettim*” diyerek hâlihazırda Osmanlı ticari coğrafyasını içeren bir kitabın olmadığından bahsetmiş bu boşluğu bir nebze olsun doldurmak üzere böyle bir işe cesaret ettiğini dile getirmiştir. Zira yukarıda da bahsedildiği üzere Hamidiye Ticaret Mektebi’nde bu adla bir ders bulunmaktadır. Okulun bir öğrencisinin burada bulunan boşluğu görerek bu boşluğu gidermek adına bir çaba içine girmesi ayrıca dikkati şayandır. Mukaddime kısmı Sultan Abdülhamid Han’a dua cümleleri ile hitam bulmuştur.

Çalışmanın ilk bölümünde devletin sınırları ve ülke dâhilinde yaşayan nüfus hakkında bilgi verilmiştir. Verilen bilgiler şu şekildedir:

<sup>2</sup> Gümrük beyannamelerinde yazılı eşyanın fiyatını orijinal fatura, katalog, evrak ve vesikalarla tetkik ve eşyanın kıymetini tahmin eden memura verilen unvandır. (Pakalın, 1993)

**Tablo 1.** Devlet-i Osmaniye'nin Bi'l-cümle Arazisi (Osmanlı Devleti'nin Tüm Arazisi)

	Yüzölçüm (Km <sup>2</sup> )	Nüfus
Avrupa	338.000	11.500.000
Asya	1.889.000	17.500.000
Afrika	3.262.000	20.000.000
Toplam	5.489.000	49.000.000

**Kaynak:** Hüsrev Manolyan, *Memâlik-i Osmaniye'nin Coğrafya-yı Ticâriyesi*, Kavafyan Matbaası, İstanbul H. 1302, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı, Demirbaş no: 0.00480/01.

İş bu 49 milyon nüfusun yarısı Türk ve geri kalanı Arap, Ermeni, Rum, Bulgar, Yahudi, Süryani, Keldani, Kürt, Arnavut, Laz, Çerkez, Gürcü ve Tatar'dan ibarettir.

Devletin idari taksimatı şu şekildedir: Teşkilat-ı Vilayet Nizamname-i ahîri ahkâmınca Osmanlı memleketleri 32 vilayete ve üç müstakilen idare olunmakta olan mutasarrıflıklara ayrılmıştır. Osmanlı Avrupa'sı yedi vilayeti içermektedir ki şunlardır: İstanbul, Edirne, Selanik, Yanya, Manastır, İşkodra ve Kosova. Asya Kıtası 23 vilayeti içermektedir ki şunlardır: Cezair-i Bahrisefid, Hüdavendigâr, Karesi, Aydın, Kastamonu, Ankara, Konya, Sivas, Trabzon, Dersim, Erzurum, Bitlis, Van, Hakkâri, Diyarbakır, Mamuratilaziz, Adana, Halep, Suriye, Musul, Bağdat, Hicaz ve Yemen. Müstakilen idare olunan mutasarrıflıklar ise Kudüs-i Şerif, Zor ve Cebel-i Lübnan Mutasarrıflıklarıdır.

Bunların dışında ayrı tutularak idare olunan Rumeli-i Şarkî, Girit vilayetleri, Mısır Hidiviyeti, Sisam Beyliği dahi Osmanlı memleketlerinden sayılmakta olup Bulgaristan Beyliği ve geçici olarak Avusturyalılar tarafından idare olunan Bosna Hersek vilayetleri ile İngiltere Devleti tarafından idare olunan Kıbrıs Adası dahi Osmanlı memleketlerinden sayılmaktadır.

**İklim:** Osmanlı memleketleri iklim açısından üç bölgeye ayrılır. Bunlar, mıntaka-i hâre (sıcak iklim bölgesi) mıntaka-i karib-i hâre (sıcağa yakın iklim bölgesi) ve mıntaka-i mutediledir (ılıman iklim bölgesi).

Trablusgarp, Mısır, Hicaz, Yemen, Eyalet-i Fırat ve Dicle Ovaları sıcak bölge dâhilindedir. Adalar Denizi sahilleri ile adaları ve Tarsus Dağları'nın güneyine düşen sahil ovaları ve Küçük Asya'da Konya'dan Çanakkale Boğazı'na uzanan dağ silsilesinin batısına düşen semtler ve bu semte düşen bazı noktaların sıcaklık ortalamaları şu şekildedir: İzmir 32 derece, Tarsus 35 derece, Musul 34 derece. Rumeli-i Şarkînin Selanik tarafına düşen kısmı ve Küçük Asya'nın yukarıda zikrolunan noktalarından başka bölgeler yani bütün Karadeniz sahili, İstanbul, Erzurum, Sivas, Trabzon vesaire bölgeler ılıman iklim bölgesi dâhilindedirler.

**Arazi Hasılatı:** Osmanlı memleketlerinde ziraatın yüksek dereceye ermesine müsait bir arazi var olsa da toprakların ancak onda ikisi ekilmiş arazidir. Senelik hasılat da ancak memleket dâhilinde kullanılıp dışarıya nakil olunmamaktadır. Aşar ve ekili arazinin senelik getirisi 1 milyar 500 milyon Frank kıymetine erişir. Eğer toprak layıkıyla imar olursa devlet şimdiki varidatının iki mislini yalnız aşardan alır.

**Bitki Hasılatı:** Ülkenin en mühim mahsulatı aşağıda zikredilen ürünlerdir: Buğday, arpa, çavdar, darı, yulaf, pirinç. Bu ürünler Osmanlı memleketlerinin her tarafında yetiştirilir. Hububat hasılatı yıllık 30 milyon kiloya ulaşır. Yıllık 300 milyon Frank tutmakta olan pamuk hasılatı başlıca Serez, Aydın, Manisa, Adana, Halep, Musul ve Nablus'ta yapılmaktadır. Keten ve kenevir Suriye'de ve Kürdistan'da yetiştirilir. Afyon sıcak mahallerde yetiştirilir ve özellikle Karahisar'dan yıllık 200 milyon franklık afyon ihraç olunmaktadır.

Kök boya, çivit, cehri,<sup>3</sup> kırmızı zambak, kire<sup>4</sup> Rumeli ve Anadolu'nun batı kısmında sıklıkla yetişir. Tütün, Akdeniz sahillerinde ve Muş ovalarında muhtelif çeşitleriyle sıklıkla yetiştirilir. En âlâsı Suriye'de ve Selanik Vilayetinin kuzey tarafında yetiştirilir.

Osmanlı memleketlerinde diğer memleketlerde olduğu gibi rejî idaresi teşkil olduğundan beri devlet hazinesi evvelki senelerden beş- altı misli ziyade istifade etmektedir. Ülkede sıklıkla rağbet edilir cinsinden her çeşit meyve hâsıl olur. Selanik ve Ankara Vilayetleri bağlarının üzümleri, Kayseri ve özellikle Şam'ın kaysısı, Yafa'nın portakalı, İzmir'in incir ve narı, Trabzon'un erik, armut ve kirazı, Amasya'nın elması meşhurdur.

<sup>3</sup> Altın ağacı, alacehir, boyacı diken ve akdiken olarak da adlandırılan bir boya bitkisi.

<sup>4</sup> Anadolu'da yetişen muhtelif geven çeşitlerinin gövdelerinden sızıp havada katılaştıran, beyaz yahut krem renkli plaka veya şeritler halinde bulunan yapışma kabiliyeti az bir zambak cinsidir.



Ülkede kereste ihracına uygun pek çok orman mevcuttur. Rumeli ve Anadolu'da 2500 kadem<sup>5</sup> irtifaında kestane, 2600-4000 kadem irtifaında meşe, dişbudak, gürgen, çınar ve çam ağaçları bulunur.

**Hayvan Hasılatı:** Osmanlı ülkesinde her çeşit sığır bulunur. (At, bargir ve kısrak) Rumeli ve Anadolu'da deve, Asya'da koyun, her tarafta ve özellikle Rumeli ve Acem hududunda sekiz- on milyon kadardır.

Arı ve ipek böceği hasılatı ehemmiyetlidir. İpek böceği başlıca Bursa, Edirne, İzmir, Amasya, Suriye ve Beyşehir'de ve arı Ankara vesaire bazı mahallerde yetiştirilir.

**Maden Hasılatı:** Osmanlı ülkesi madence birinci derecede sayılabilir. Çünkü madenleri layıkıyla ortaya çıkarılmamışken bile sıklıkla görülmüştür.

Nefis taşlardan zümrüt, Arabistan'da bulunur. Süleymanî taşı, Bulganî taşı gibi akikler Karadeniz sahillerinde bulunan dağlarda ve pek güzel çeşidi Yemen'de bulunur.

Kıymetli madenden altın, Doğu Balkanlar'da ve Selanik kuzeyinde bulunan Vardar Nehri'nin ve mezkûr nehrin doğu tarafına düşen Karasu Nehri'nin kumlarında, Kürdistan Dağları'nın eteğinde ve Erbil doğusuna düşen derelerin kumlarında bulunur. Platin, Kastamonu Karum madeninde bulunur. Gümüş, Doğu Balkan ile Adalar Denizi'nin doğu cihetinde Gümüşhane'den Ankara'ya kadar uzanan dağlarda, Keban madeninde, Bulgar Dağı'nda, Hakkâri ve Diyarbakır'da bulunur. Fakat çok işletilmemiştir. Demir, diğer madenlerden daha ucuz olup Balkanlar arasında bulunan Samokov'da, Karadeniz sahil dağlarında ve özellikle Ereğli şarkında ve Tarsus Dağları batı silsilesinde âlâ çeşitten bulunur. Bakır, Tokat, Hakkâri ve Şarkî Balkan Dağları'nda bulunur. Yalnız Tokat bakır madenleri yıllık iki milyon kilogram hasılat vermektedir. Mermer Balkanlar'da, kurşun Doğu Balkan ve Arabistan'da ekseriya gümüş ile karıştırılmış olarak bulunur. Civa Sortika'da ve Bosna civarında, şap Kütahya ve Karahisar-ı Şarkî'de, vapur kömürü Hakkâri ve Van vilayetlerinde, Beyrut civarında, özellikle Ereğli'de bulunur. Ereğli maden kömürünün tam bir asır ihtiyaca kâfi edeceği hesap edilmiştir. Petrol, Musul ile Bağdat arasında durgun sular üzerine çıkmış ve Halep civarında arz üzerine çıkmış halde bulunur. Tuz, halis kaya tuzu Çerkeş'te Fırat Ovası'nın şarkında ve Konya Gölü gibi tuzlu göllerden ve Sivas Vilayetinde bulunan tuzlu pınarlardan çıkarılır.

**Deniz ve Nehir Yolculuğu:** Osmanlı memleketlerinin mevkii Adriyatik Denizi, Yunan Denizi, Adalar Denizi, Akdeniz, Karadeniz, Şap Denizi,<sup>6</sup> Basra Körfezi gibi korunaklı ve ticaretçe en mühim olan denizlerle çevrilidir. En mühim nehirleri şunlardır:

Tuna: 2600 mil uzunluğunda bu nehir tamamen Osmanlı sınırları dâhilinde değil ise de ülke için büyük ehemmiyeti vardır.

Fırat: 1760 mil uzunluğunda fakat ancak 1250 mili gemi yolculuğuna uygundur. Basra Körfezi'ne dökülür.

Dicle: 1100 mil uzunluğundadır. Fırat nehri ile birleşmesinden hâsıl olan nehre Şattularap denilmektedir.

Kızılırmak: 700 mil uzunluğunda olup Karadeniz'e dökülür.

Bunlardan başka birkaç büyük nehir daha var ise de gemi yolculuğuna uygun değildir. Bu nehirlerden ancak Tuna Nehri'nde vapur işlemekte olup Fırat Nehri'nde dahi vapur işletmek için yeni Lynch ismiyle bir İngiliz şirketi teşkil olundu.

**Ulaşım:** Osmanlı memleketlerinin ticaretine hizmet edecek yolların yapımı için şu son senelerde pek çok ilerleme olmuştur.

Bugün itibariyle Osmanlı memleketlerinde posta yolları 45000 kilometreye ulaşmıştır. Avrupa'da Bulgaristan Sırp, Bosna Hersek, Arnavutluk, Rumeli posta yolları; Anadolu'da Samsun'dan Sivas'a, Kayseri, Bağdat, Giresun'dan Karahisar'a, Diyarbakır, Harput, Ankara'dan İzmir ve Bursa'ya şose yolları vesaire kervan ve araba yolları mevcuttur. Anadolu'da eşya nakli için deveden faydalanılır. Bu develerin miktarı 150 bine ulaşmaktadır.

Şimdi Osmanlı memleketlerinde işleyen demir yollarının uzunluğu 1500 kilometreye ulaşmıştır. Bunlar da Selanik, İzmir, Varna, Köstence ve İzmir demiryollarıdır. Telgraf hududu 40000 kilometre uzunluğunda 27 bin adede ulaşmıştır.

<sup>5</sup> Ayak. Adım. Metrenin üçte biri kadar olan uzunluk. On iki parmak uzunluğu, yarım arşın.

<sup>6</sup> Kızıldeniz. Deniz üzerinde halk arasında şap denilen mercan kayalıkları bulunmaktadır. Bu nedenle Şap Denizi olarak da adlandırılmaktadır. (Bilge, 2002)

**Sefâin-i Ticariye (Ticaret Gemiciliği):** Osmanlı Devleti'nin ekserisi yelken gemisi olarak 350 bin tonilato<sup>7</sup> miktarında 3000' den fazla ticaret gemisi vardır. Fakat teessüfle görülmektedir ki vapurlar pek az olduğundan bütün limanları ecnebi vapurları tutmuştur. Tüm limanlara yıllık giren ve çıkan ticaret gemisi 60 milyon tonilato civarında 50 bin paradan ibarettir.

**Ticaretçe Mühim Olan Limanlar:** Osmanlı Devleti'nin Avrupa ve Asya'da sahip olduğu sahil 10440 kilometre uzunluğunda olup bunun 4190 kilometresi Avrupa'da ve 6250 kilometresi Asya'dadır. Bütün limanlar halk için açık olup ticaret gemileri Osmanlı Mısır, İngiliz, Fransız, Nemçe, Alman, Rus ve Rum bayraklarıyla seyahat etmektedirler. Başlıca limanları şunlardır:

**Bâr yahut Antivari:** Adriyatik Denizi sahilinde ve İşkodra'nın batı cihetinde ve 35 kilometre uzaklığında Arnavutluk, İşkodra ve Karadağ hasılatına iskeledir.

**Dıraç:** Yunan Denizi sahilinde oldukça ehemmiyetlidir.

**Parga:** Yunan Denizi sahilinde bir kaya üzerinde kâin olup hasılatı bulunan şarap, meyve, zeytinyağı, tütün karşısında bulunan Korfu Adası'na nakl ve ihraç olunmaktadır.

**Preveze:** Yunan Denizi'nde pek işlek ve âlâ bir limandır. Çeşitli milletlerin ticaret gemisi aralıksız giriş çıkış yaparlar.

**Makri:** Adalar Denizi sahilinde ve Gelibolu'dan yüz kilometre kuzeybatıda bir limandır.

**Dedeğaç:** Bugün Edirne'nin iskelesidir.

**Kavala:** Adalar Denizi sahilindedir. Başlıca ihracatı tütün olup yıllık 12 milyon kilogram ihraç olunur.

**Selanik:** 150000 nüfusu vardır ve güzel bir körfez nihayetinde bulunup deniz ticaretinde Osmanlı Avrupa'sının ikinci şehridir. Mevkiî dağlık fakat çok verimlidir. Ormanlarında çoğunlukla meşe, çam ağaçları bulunur.

Şarabına pek rağbet edilir. Yalnız tütün ziraatından yıllık 20 bin aile geçinmektedir. Ticareti ipek, pamuk, tütün, yün, keten, kenevir, mısır, buğdaydır. Yıllık 2 milyon 500 bin kıyye<sup>8</sup> yapağı hâsıl olur. Şu son senelerde ithâlâtı pirinç, kahve, mensûcât<sup>9</sup> ve şarap olmak üzere 45 milyon 700 bin franka ulaşmıştır.

İngilizlerin Selanik ile alışverişi yıllık 15 milyon franka ulaşır. Ondan sonra Fransız'ın diğer milletlere nispetle ihracatı çok ve ithalatı azdır.

Sanayi bu şehirde an be an ilerlemektedir. Bugün on kadar müskirat<sup>10</sup>, pamuk ipliği vesair akmeşe-i haririye<sup>11</sup> fabrikaları vardır. Bu şehir Vardar Nehri ve Metroviçe'ye<sup>12</sup> kadar giden şimendifer vasıtasıyla Rumeli dâhilinin büyük kısmıyla ticaret eder.

**Volo:** Adalar Denizi sahilinde yeni şehrin iskelesidir. Başlıca ihracatı buğday, susam, revgan<sup>13</sup>, zeytinyağı, yün, koza, ipek, tütün, deri, kuruyemiş, balmumu ve süngerdir.

**İstanbul:** Marmara Denizi'nde 1250000 nüfusu hâvî olup Devlet-i Aliyye'nin payitahtıdır. 857 sene-i Hicriyesinde Fatih Sultan Mehmed Hazretleri Rumlar'dan feth eylemiştir. İstanbul gerek ticaretinin ehemmiyeti ve gerek mevki ve vaziyetinin güzelliği cihetiyle dünyanın meşhur şehirlerinden biridir.

Limanının başlangıcı Karadeniz Boğazı'nın başlangıcı olup Eyüp'e doğru 1600 metre arasında ve 6800 metre uzunluğunda uzayan ve büyük gemi içine alabilir. İstanbul İskelesi güney Rusya'nın, Acemistan'ın, Orta Asya'nın, Afrika'nın, Batı Avrupa'nın ve iki Amerika'nın tabii ambarı hükmündedir. Rusya İmparatoru Büyük Petro "İstanbul'a hâkim olan cihan sultanıdır" demiştir.

Ticaretçe bu gün İstanbul Avrupa'nın üçüncü mertebede iskelesidir. Şöyle ki birinci Liverpool, ikinci Londra, üçüncü İstanbul'dur. Yıllık olarak limanına giren ve çıkan gemi 6 milyon tonilato civarında 30 bin parayı aşmaktadır.

**Silivri:** Rumeli iskelelerinden madud olup İstanbul'a 6 saat güneybatı cihetinde bulunup senede bir defa büyük panayırı vardır.

**Tekfur Dağı:** Marmara Sahili'nde büyük bir iskeledir. İhracatı hububat, tütün, susam ve yündür.

<sup>7</sup> Gemilerin alabileceği yükü belirtmek için kullanılan 1 tona eşit birim.

<sup>8</sup> Okka. Eskiden kullanılan bir ağırlık ölçüsü. Kıyye-i atika da denir. Şimdiki 1282 gram.

<sup>9</sup> Dokunmuş şeyler, dokumalar. (Devellioğlu, 2005)

<sup>10</sup> İçilmesi ve kullanılması Allah tarafından men'edilmiş sarhoşluk veren şeyler.

<sup>11</sup> İpek. (Bozkurt, 2020)

<sup>12</sup> Kosova'nın kuzeyinde bir şehir.

<sup>13</sup> Yağ.

**Gelibolu:**10000 nüfusu ihtiva edip Çanakkale Boğazı'nın Avrupa cihetinde kuzey ve batı limanlarına iskeledir. Mahsulü üzüm, çiçek, susam, kenevir vesairedir. Ticaretçe oldukça ehemmiyetlidir.

**Bandırma:** Marmara'da Balıkesir iskelesidir. Koza, susam, yün ihracatı külliyyetlidir.

**Gemlik:** Bu namda bir körfez üzerindedir. Harp gemileri inşa olunur. Tersanesi, zeytinyağı fabrikaları vardır. İhracat ürünleri zeytin, yağ, zeytinyağı ve kozadır.

**Mudanya:** Bursa'nın 12 kilometre ve batı cihetinde bulunup ticaretçe mühim bir iskeledir.

**İzmit:** İzmit Körfezi'nden bulunup Anadolu'nun üç büyük iskelesinden biri addolunur. İpek fabrikaları vardır.

**Trablusgarp:** Akdeniz sahilinde 23000 nüfusu vardır. İthalat ürünleri şeker, kahve, çivit, biber, çuka, demir, çelik İngiliz ve İsveç basmaları, pirinç, darı ve meşindir. İhracat ürünleri ipek, sünger, sabun, zeytinyağı, pamuk, yün, çiçek, limon, portakal ve her çeşit meyvedir.

**Girit:** Osmanlı memleketlerinin Akdeniz'de bulunan adalarının hepsinden güzeldir. Üçte ikisi Rum olmak üzere 20000 nüfusu vardır. Girit Adası seçkin bir vilayet olup yıllık devlete maktu' verir. Ticaret ve sanayice pek ilerlemiştir. İthalatı hububat, pirinç, pamuk bezi, sebze, salamura balık ve ihracatı zeytin, meyve, ipek, sabun vesairedir. Başlıca limanları Hanya: Önceleri âlâ liman idi. Bugün yarı yarıya haraptır. Resmo: Zeytinyağı ticareti bu limanda külliyyetlidir. Kandiye: Burada pek çok sabun imal olunur.

**Girit Adası** etrafında olan İspaniya Adacığı, latif limanları, mermer ve bileği taşlarıyla ünlüdür. Sevda Adacığı âlâ limanı, memlahaları ve istihkamatıyla meşhurdur.

**Rodos:** Bu namda bir ada üzerinde bir iskeledir. Yıllık ithalatı ve ihracatı 20 milyon franka ulaşır.

**İsporad<sup>14</sup>:** İsporad, Simi, Harki, İstampali ve Tilos adalarıdır. Bu adaların tamamı yılda Suriye'ye, Afrika'ya, Rumeli sahillerine 3 milyon frank kıymetinde sünger ihraç ederler.

**Sisam:** Akdeniz'de bu ada vilayet-i mümtaze dâhilindedir.

**Sakız:** Akdeniz'in gayet güzel adalarından biridir. İhracatı limon, portakal, zeytin, sakız, fasulye ve incirdir. İthalatı zahire, un, kereste vesairedir. Dağlarında rastuk taşı, demir, binalar için âlâ taşlar bulunur. Fakat hiç imal olunmamıştır. İthalat ve ihracat 3 milyon frankı aşkındır.

**Midilli:** 15000 nüfusu vardır. Bu adada sabun, zeytinyağı fabrikaları vardır. Yıllık 120 bin kantar zeytinyağı hâsıl olur. Dağlarında mermer ve akik taşları mevcut olup ormanlarında kereste külliyyetlidir.

**İzmir:** Asya'nın birinci iskelesidir. Midilli ile Karaburun arasında bir körfez nihayetinde bulunup ithalatı şeker, kahve, esliha-i nariye<sup>15</sup>, çuka, akmeşe-i haririyye, kadife, isparmeçet<sup>16</sup>, saatler, kösele, sahtiyan<sup>17</sup> modaya müteallik şeyler ayakkabılar, fağfuri mamulati, meşrubat, salamura, yer elması, çelik, kereste ve urbalar; ihracatı meyve, yün, pamuk, haşhaş, zeytin, yapacağı, susam en meşhur addolunan halı ve seccadeler, deriler, kitre, zahire, balmumu, ipek, koza, sünger, kök boya, gülsuyu, afyon, palamut, peynir ve sülük ki senevî ithalat ve ihracat 60 milyon franka ulaşır. Ticaretinin yarısını İngiliz ve geri kalanını Fransız, Avusturya- Macaristan ve vesair milletler ile yapmaktadır.

**Kuşadası:** İzmir'in 66 kilometre cenubunda Iskala Nova Körfezi'nde mühim bir iskeledir. Kahve, pirinç, keten, kenevir ticareti külliyyetlidir.

**Ataliya<sup>18</sup>:** Ataliya Körfezi'nde Anadolu iskelelerinden ticaretçe mühim bir liman olup fakat şimdi evvelki ehemmiyetini kaybetmiştir. Hasılatı zahire, haşhaş tohumu, afyon, kitre, halı, kilim, seccade, meyan kökü, çivit, fındık, salep, katran; ihracatı buğday, nohut, kereste, anison, çevgan vesairedir.

**Mersin:** Tarsus Anadolu içerilerinin ikinci iskelesidir. Ticaretçe pek ehemmiyeti vardır. İhracatı buğday, susam, sülük, pamuk, mazi, sarı mum külliyyetlidir.

<sup>14</sup> Avrupa kaynaklarında Güney Sporadlar adıyla geçen bu adalar, Menteşe Adaları olarak bilinmekte olup bazı kaynaklarda Oniki Ada adıyla da adlandırılmıştır. Ege'nin güneydoğusunda Batı Anadolu sahillerinin önünde uzanan ve Rodos Adası'nın merkez olduğu Menteşe Adaları grubunda yer alanlar; Rodos (Rhodes), Batnoz (Patmos), Lipsos, İlyeroz (Leros), Kilimli-Kelemez (Kalimnos), İstanköy (Kos), İstanbulya (Stampalia), İncirli (Nisiros), Sömbeki (Simi), İlyaki (Piskopis, Tilos), Herke (Kalki), Kerpe (Skarpanto), Kaşot (Kassos) ve Meis adalarıdır. (Mengeş, 2017).

<sup>15</sup> Ateşli silahlar.

<sup>16</sup> Okyanuslarda yaygın olan bir balina türü. Yağı sanayi ürünlerinde kullanılmaktadır.

<sup>17</sup> Boyanmış ve cilalanmış deri. (Devellioğlu, 2005)

<sup>18</sup> Antalya. Şehrin ismi, Bergama Kralı II. Attalos'a ithafen Antalya şehri Antik çağlarda Attaleai adıyla anılmıştır. Benzer şekillerde şehre Atalia, Adalia isimleriyle de anılır. Ortaçağ Batı kaynaklarında Satalia, Arap ve Türk kaynaklarında ise Antâliyye, Adalya şeklinde geçer (Emecen, 1991).

İskenderun: Bütün Suriye ve Halep vilayetinin iskelesidir. İthalatı pamuk mensucâtı, ihracatı yün ve pamuktur. Yazın havası pek sıcak olduğundan şehirde oturulmaz.

Lazkiye: Akdeniz sahilinde gayet mühim bir iskele olup külliyyetli ihracatı tütün (her yerde makbul) susam, arpa ve yündür.

Trablusşam: Akdeniz'de Hama iskelesidir. Başlıca ihracatı zeytinyağı, tütün, ipek, sünger, sabun, pamuk, yün, portakal, limon ve meyvedir.

Keefe: Akka'dan iki saat güneyde Akka Limanı makamında olup hasılatı ve ihracatı zeytin, pamuk ve susamdır.

Burgaz: Karadeniz'de zahire ticaretiyle Varna kadar ehemmiyetlidir.

Köstence: Bu liman demir yolu ile Çernavoda'ya ilhak olduğundan beri çok ehemmiyet kazanmıştır.

Ereğli: Karadeniz'de Anadolu sahilinde kereste, balmumu, ipek, kıl vesaire ticareti yapılır.

İnebolu: Karadeniz sahilinde Kastamonu'nun iskelesidir. Posta vapurları buraya uğrarlar. Kayık ve gemi inşası için tersanesi vardır.

Sinop: Karadeniz sahilinde kerestece büyük ticaret mevküdür.

Samsun: Samsun körfezinde Anadolu içerilerinin birinci iskelesi ve Bağdat postasının merkezidir. İthalatı pamuk ve çerçiliğe dair malzeme, çokça canfes<sup>19</sup>, şeker, kahve, ispermeçet<sup>20</sup>, biber, meşrubat, çelik ve demir, sabun, meşin, gaz vesairedir. İhracatı yün, koyun ve keçi derisi, Amasya ipeği, balmumu, kitre, Merzifon yerli şalları, kereste, un buğday, arpa, çavdar, mısır, buğday, elma ve çoğunlukla tütündür. Yalnız tütünden bir buçuk milyon frank hasılatı vardır.

Giresun: Trabzon'dan 4 mil batı cihetinde ve Vona Burnu'nun nihayetinde bilinen iskeledir. İhracatı fındıktır ki yıllık 4-5 milyon franga ulaşır.

Trabzon: Karadeniz sahilinde Asya'nın en büyük ve en mühim ticari mevküinden biri ve Acemistan'ın iskelesidir. İthalat ve ihracatı yıllık 100 milyon franktan fazladır.

Yenbağ<sup>21</sup>: Bahr-i Ahmer'de<sup>22</sup> Medine-i Münevvere'nin limanıdır. İhracatı harman hana, karanfil ve çivittir.

Cidde: Hicaz İskelesidir. 20000 nüfusu vardır. Yemen ve Afrika batı sahilinde Zengibar, Çin ve Hint ticaretlerinin merkezidir. İhracatı Hana Kahvesi, misk, safran, bakam<sup>23</sup>, çivid vesairedir.

Hadide: Yemen Vilayeti'nin merkezi ve iskelesidir. Başlıca ihracatı kahve, sedef, sahtiyan, balmumu, fildişi, günlük<sup>24</sup>, zamk, sakız vesairedir.

Basra: Basra namındaki körfezin sonunda ve Şat Nehri sahilinin sağ tarafında geniş bir limandır. 500 tonlatalık gemiler girebilir. Çarşı ve pazarları gayet mükemmel ve muntazam, Osmanlı memleketlerinin, Acemistan'ın ve Hindistan'ın merkezi olup Bağdat'ın dahi iskelesidir. Külliyyetli ihracatı gül suyudur.

### **Osmanlı Devleti'nin Ticarete Mühim Olan Başlıca Dâhili Şehirleri**

Edirne: 100.000 nüfusa sahip ve Meriç Nehri üzerinde bulunan bir şehirdir. Şarap, koza, zahire, balmumu, meşin ve deri üzerine Fransa ile külliyyetli ticaret eder. Şehrin içinde peşkir ve kaba çuka fabrikaları mevcuttur. Edirne'ye demiryolu işleyeliden beri fevkalade ehemmiyet arz etmiştir.

Dimetoka: Edirne Vilayeti dâhilinde 15 bin nüfusu bulunan bir şehirdir. Fağfuri<sup>25</sup>, ipek ve yün imalatı kâr haneleriyle şöhret kazanmıştır. Koza, zahire ihracatı çoktur. Bir önceki yılda beldede 450 bin kıyye tütün hâsıl olup bunun ¾ kısmı dışarıya ihraç olunur.

Bursa: 35.000 nüfusu olup Anadolu'nun büyük şehirlerinden biridir. Keşiş dağı'nın eteğinde, ipek ve koza ticareti külliyyetlidir. Bu şehirde ipek dokuması çok ilerlemiştir.

Adana: 55.000 nüfusu vardır. Mersin'den 50 kilometre mesafede bulunup Avrupa ve özellikle Fransa ile ticaret yapmaktadır. Meşhur ürünleri susam, keten, kenevir vesairedir. Arazisi ziyadesiyle verimlidir.

<sup>19</sup> İnce dokunmuş, parlak ve üzerinde desen bulunmayan ama açık koyulu iki renk gibi görünen ipekli kumaş.

<sup>20</sup> Balinalardan, özellikle de ispermeçet balinasının başından elde edilen, mum yapımında ve kozmetiklerde kullanılan ak renkli bir tür yağ.

<sup>21</sup> Suudi Arabistan'ın Kızıldeniz kıyısında liman şehri. Yenbu' olan şehrin adı eserde bu şekilde geçmektedir. (Bilge, Küçükaşçı, 2013).

<sup>22</sup> Kızıldeniz. (Bilge, 2002).

<sup>23</sup> Baklagillerden, anayurdu Meksika olan, odunundan kırmızı boya elde edilen bir ağaç.

<sup>24</sup> Fındıkgillerden olup kışın yapraklarını dökmeyen boyu yirmi metreye kadar uzayabilen bir ağaç türüdür.

<sup>25</sup> Çin işi porselen. (Develioğlu, 2005).

Tarsus: 30.000 nüfusu vardır. Fransa ile ticareti mühimdir. Denizden 12 kilometre ve kendi iskelesi Mersin'den 25 kilometre mesafededir. Konya ve civarındaki beldelerin antreposu (deposu) olup çarşı ve pazarının mükemmeliyeti ve Mersin ve Adana'ya olan şose ve araba yolları cihetiyle Osmanlı memleketlerinin mamur beldelerinden olup ihracatı külliyyetli pamuk, susam, buğday, balmumu, deri, yün, kereste, halı, hububattır. İthalatı dokuma ve masnuattır<sup>26</sup>.

Ankara: 35.000 nüfusu vardır. Bu vilayette bir nevi keçiden tiftik namıyla bir yün hâsıl olur ki buna emsal yün pek az yerde bulunur. Bu üründen yıllık 4 milyon kilogram yabancı memleketlere ihraç olunur. Başka ihracatı afyon, bal vesairedir.

Kayseri: 30.000 nüfusu vardır. Erciyes Dağı eteğinde bulunup ihracatı külliyyetli olarak cehri, yün ve kitredir.

Erzurum: 60.000 nüfusu vardır. Bu şehir deniz kenarından 5895 kadem yüksekliğindedir. İthalatı İngiliz basmaları, Fransız ve Macar pamuk mensucâtı, şeker, kahve, çay, kalay, kurşun, demir, bakır, gaz, meşin, çam, isparmeçet, fağfuridir. İhracatı pamuk, yün, keçi kılı, balmumu, kitre (inek, koyun, at) gayet makbul kereste ve çiriştir<sup>27</sup>. Sanayi bu şehirde oldukça ileride olup sahtiyan-ı adi, sabun, isparmeçet ve bez fabrikaları vardır.

Bitlis: 30000 nüfusu vardır. Bu şehir Erzurum, Bağdat, Şam, Halep ve Diyarbakır'ın merkezi bulunduğu ticareti pek mühimdir. Mahsulü her nevi meyve, zahire, koyun, keçi ve inek derileri, balmumu, kitre, tiftik, keten, demir, pamuk ve baldır.

Van: 30.000 nüfusu vardır. Van Gölü'nün sahilindedir. Şimdi bir şirket bu gölde vapur işletmektedir. İhracatı keçi derisi, şarap, yün, tiftiktir.

Sivas: 20.000 nüfusu vardır. İhracatı koyun, pamuk ve yün dokuması, fağfuri ve derilerdir.

Harput: 30.000 nüfusu aşkındır. Bu şehir bir dağ üzerinde inşa olunmuştur. İhracatı pamuk, hububat, ipek, haşhaş, zeytinyağı, şarap ve koyundur.

Halep: 120.000 nüfusu vardır. İthalatı pamuk ve yün dokuması, çuka, demir, bakır, şeker, hububattır. İhracatı boya, halı, yün, pamuk, ipek, kuru üzüm, haşhaş ve kitredir.

Şam: 200.000 nüfusu aşkın olup arazi gayet verimlidir. İhracatı her nevi hububat, sumak, anason, kuruyemiş, balmumu, iyi cins atlar, damasko<sup>28</sup> ve kotoni adı verilen kumaşlar, koyun ve keçi derileridir.

Bağdat: 80.000 nüfusu aşkındır. Bu şehir Arabistan, İran ve Hindistan ticaretinin merkezidir. Bıçakçılık bu şehirde birinci mertebededir.

### Osmanlı Memleketlerinin Ticareti

Osmanlı memleketlerinde ticaretin şu beş altı sene zarfında an be an genişlemekte olduğu görülmektedir. Mamafih bazı eksikliklerin bulunduğunu itirafa mecburuz. Ticaretin genişlemesine yardımcı olabilecek şeyler yani dâhili sanayimizin ve umur-i nafianın<sup>29</sup> ilerlemesi ki bunlar dahi büyük sermayedarlarımız olmadığından doğal olarak yabancı sermayelerinden istifadeye bağlıdır. Henüz talep edilecek derecede değildir.

Ülkenin arazi ve mevkiinin müsaadesiyle beraber dâhili sanayimiz de ilerlemiş olsa idi Osmanlı memleketlerinin ticaretiyle rekabet eden az memleket bulunacaktı. Bugün dış ticaretimiz yabancıların elinde gibidir.

Osmanlı memleketlerinin dışarıdan aldığı maddeler aşağıdakilerdir:

İpek, yün ve pamuk mensucâtı, çukalar ve moda müteallik akmeşe kadifeler, şapkalar dantelalar, kundura ve botlar, fağfuriden mamul çeşitli meşrubat kâseleri, çerçiliğe dair eşyalar, basmalar, şeker, kahve, ecza-yı nâriye<sup>30</sup>, esliha-i nâriye, camlar, her çeşit alkollü içecek, makineler, isparmeçet, gaz, pirinç, tuzlanmış balıklar, un, kâğıttan yapılmış evde kullanılan süs eşyaları, çakılar, bıçaklar vesaire vesaire. Dışarıya ihraç eylediği maddeler şunlardır: Hububat, temel maddeler, kök boya, cehri, kitre, koza, pamuk, yün, tiftik, koyun ve keçi derileri, balmumu, kereste, halı, kilim, seccade, şallar, kuruyemiş, fındık, keten, kenevir, afyon, haşhaş, zeytinyağı, susamdır ki bu ticaret yıllık 2 milyon franka ulaşır.

<sup>26</sup> Sanatkârane yapılan şeyler. (Devellioğlu, 2005).

<sup>27</sup> Mart ve Nisan aylarında yetişen sebze olarak da kullanılan bir ot.

<sup>28</sup> Şam şehrinin Yunanca adıdır.

<sup>29</sup> Osmanlı Devleti'nde Bayındırlık Bakanlığı'na verilen isimdir.

<sup>30</sup> Yanıcı kimyasal maddeler.

İthalat: 960.000.000

İhracat: 1.040.000.000

Yekûn: 2.000.000.000

Osmanlı memleketlerinin bu ticaretine iştirak eden evvela İngiltere 950 milyon Frank, Fransa 500 milyon Frank, Avusturya 100 milyon Franktır. Bunlardan sonra Yunan, Rusya, İtalya ve Belçika ile cüzi miktardır.

### Sanayi

Ülkenin bazı yerlerinde halı, seccade, oya, şerit kaytan, sırma kılaktan<sup>31</sup> iplik, çekmece takımı, çini taklitleri imalatı, çömlekçilik, sabunculuk, çubukçuluk, davulculuk kemale varmış sanayidendir.

Bundan otuz kırk sene önce ülkenin pamuk ve yün dokumaları ülke içine kâfi geldikten sonra dışarıya bile ihraç olunuyor idi. Şimdi ise iç sanayi eski derecesini kaybetmiştir. Bunun sebebi ise evvela sanayiın teşvik olunmaması, sonra ihracat vergisinin fazla olmasıdır. Eğer bu iki noktaya dikkat olunmuş olsa idi şimdiye kadar haylice ilerleme olur idi. Önceleri Halep, Diyarbakır, Bursa, Musul ve İşkodra'da yüz bini aşkın fabrika ve işyeri var idi. Şimdi ise pek azalmıştır. 1243 senesinde İngiltere'den Osmanlı ülkesine dâhil olan pamuk ve yün dokuması dört yüz bin liraya ulaşırdı. Yerli metanın azalmasıyla bu miktar seneden seneye artarak şimdi yedi sekiz milyon lirayı aşmaktadır.

Osmanlı ülkesinin pamuk mamulâtı cüzi ise de beğenilirliği cihetiyle Avrupa'nınkilerle rekabet edebilir. İstanbul ve Rumeli'de pamuk bezi ve çevre, Halep ve Aydın'da havlu ve tül bent.

Yün mamulâtı dahi takdir olunmuştur. İstanbul ve Filibe'de fes ve kaba çuha, Ankara'da tiftik şalı ve sof, ipek destgahları<sup>32</sup> başlıca Bursa'da peştamal, canfes, boyun bağı, mendil, Beyrut ve Şam'da ibrişim ve iplik destgahları vardır.

Şekercilik ve reçelcilik İstanbul'da ve Suriye'de âlâ bir mertebededir. Sabun, zeytinyağı ve gülsuyu fabrikaları İstanbul, Edirne, Filibe, Rumeli, Lazkiye, Antakya ve Girit'te bulunur. Ateşli silah imalatı ülkede ileridedir. Başlıca imal yerleri İstanbul, Edirne, Erzurum ve Zeytun'dadır. Çakı, bıçak, makas Rumeli'de imal olunur.

Boyacılık Edirne, Halep ve Musul'da meşhurdur. Kuyumculuk, cevahircilik başlıca İstanbul, Beyrut ve Şam'dadır. Fağfuri taklitleri İstanbul ve Diyarbakır'da, çanaklar ve testiler Dimetoka ve Çanakkale'de bulunur. Kayık, mavna<sup>33</sup> ve gemi inşaaı için İstanbul'da Trabzon, Giresun, Sinop, Samsun ve İnebolu gibi sahil yerlerde tersane bulunur.

### 5. Sonuç

Osmanlı Devleti modernleşme döneminde klasik dönemde var olan eğitim kurumlarına çok sayıda yeni okullar eklemiş, aydınlanma dönemi sonrası tüm dünyada yaşanan bilimsel gelişmelere uzak kalmamak, memleketi çağın gerisinde bırakmamak için büyük bir mücadele vermiştir. Hamidiye Ticaret Mektebi Âlisi bu mücadelenin bir sonucudur. Okulda verilen eğitimde ticarete başarıyı yakalamanın coğrafya bilgisinden ayrı olamayacağı gerçeğinin farkına varılması hem dünya hem memleket dâhilindeki coğrafi durumu öğretmeye yönelik derslerin müfredata alınması ile sonuçlanmıştır. Ticaret mektebi öğrencisi için elbette öncelikle memleketin coğrafi durumu, ticari hayatta nasıl bir potansiyele sahip olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Bundan mütevellid okulda Ticari Coğrafya dersleri verilmiş ancak bu derste okutulacak bir ders kitabının hâlihazırda bulunmaması mektebin son sınıf öğrencilerinden Manolyan Efendi'yi bir ders kitabı hazırlamaya yönlendirmiştir. 1884-1885 (H. 1302) tarihinde basılan eserde Osmanlı Devleti'nin mevcut ticari potansiyeli her yönüyle ele alınmıştır. Buna göre 5.489.000 kilometrekarelik Osmanlı coğrafyasında bu tarihte 49 milyon nüfus yaşamaktadır. Sıcak, sıcağa yakın ve ılıman iklim bölgelerine sahip Osmanlı coğrafyasında çok çeşitli bitkiler yetiştirilmekte, hayvancılık, madencilik, gemi ticareti yapılmaktadır. Bu hususlarda Osmanlı coğrafyası önemli bir potansiyele sahiptir. Devlet, Avrupa ve Asya'da toplam 10.440 kilometre uzunluğunda sahile sahip olup bütün limanları halka açıktır. Ticaret gemileri ise Osmanlı, Mısır, İngiliz, Fransız, Nemçe, Alman, Rus ve Rum ülkeleri arasında seyahat

<sup>31</sup> Kılâb denilen eğirme çarkıyla pamuk ipliği üzerine bükülüp sarılan gümüş veya altın veyahut ipek veya pamuk karışık tellere verilen ad (Pakalın, 1993).

<sup>32</sup> İşyeri, tezgâh.

<sup>33</sup> Yakın kıyılara ya da limanın uzaklarında demirlemiş gemilere yük götürüp getiren güvertesiz, büyük tekne.

etmektedir. Çok geniş bir araziye sahip olan memlekette İstanbul başta olmak üzere ticarete çok mühim yere sahip olan pek çok şehir bulunmaktadır. Eserde Osmanlının ithalat ve ihracat ürünleri, bu ürünlerden elde edilen gelirler de ayrıca ele alınmış, hangi ülkelerle ticari ilişkiler olduğu açıklanmıştır. Sanayi hususunda memleketin ihracat vergisinin fazla olması, sanayinin teşvik olunmaması gibi nedenlerle istenilen seviyenin yakalanamadığı dile getirilmiştir. Osmanlı ülkesinin tüm ticari potansiyelini ortaya koyan bu eser bugüne o dönem Osmanlı ticari coğrafyasını yansıtırken, o dönemde Ticaret Mektebi öğrencilerine de çok mühim bir rehber vazifesi görmüştür.

## 6. Extended Abstract

The Ottoman Empire entered a period of military decline since the late 18<sup>th</sup> century and tried to make innovations in many areas in order to get rid of this decline. In this study, a publication that is the product of this innovation effort has been examined. When the effect of the industrial revolution was felt all over the world and affected the Ottoman Empire, the state tried to get rid of the negativities of the revolution economically. Because with the industrial revolution, commercial commodities have changed, and the effort to find a market area has led the countries of the world towards the colonial war. The merchants of the country were in a difficult situation when the Ottoman lands, which were in a good market situation with its wide geography, combined with the conveniences provided by the capitulations to foreign countries. In the Ottoman geography, the people who were engaged in commercial life were mostly non-Muslim Ottoman subjects. In order to include the Muslim segment in commercial life in terms of a solution to this situation and to find a solution to the current economic problems, the state started to look for solutions, and with the thought that these solutions could not be without education, it entered into the thought of establishing a trade school.

The idea of establishing a trade school within the borders of the Ottoman Empire goes back to the 1860s. According to the news in the press at that time, it is planned to establish a trade school in the Trade Office building in Istanbul. However, this first attempt did not yield any results. It was necessary to wait for the year 1883 for the opening of this school, which was thought to provide education on trade. In 1883, Sultan II. With the support of Abdulhamid, a school called Hamidiye Ticaret Mekteb-i Âli was opened. The school was modelled after the Paris Commercial School and opened with French influence. In addition to calculus, history, geography, economics, chemistry, law and physics courses, language courses such as French, Arabic, Italian, and English were also taught at the school.

It is understood that the Hamidiye Commercial School tried to give lessons to improve the commercial life. One of these courses is the commercial geography course. It is not possible to know the commercial life of the country and the world without the knowledge of geography. With this understanding, such a course was included in the school curriculum, but the lack of a resource as a textbook led one of the senior students of the school, Hüsrev Manolyan, to carry out a study to fill this gap. It is also remarkable that a student of the school was involved in such a study.

Manolyan's *Memâlik-i Osmâniye'nin Coğrafya-yı Ticâriyesi* (Commercial Geography of the Ottoman Lands) consists of 31 pages and has been adapted to today's Turkish in this study, since it is not very voluminous. With such a study, it was aimed to provide information about the commercial geography of the Ottoman Empire at that time, and to contribute to the geography history and economic history to be made later.

Manolyan's study was written in 1884-1885. At that time, the Ottoman geography was 5,489,000 square kilometres and had a population of 49 million. In the country, where the climatic conditions can be classified as hot, close to warm and temperate, many varieties of plants grow, and it has an important potential in areas such as animal husbandry, mining and ship trade. The country, which has a very wide coastline, has the advantage of establishing commercial relations with the whole world with its important ports. In the work, information was given about the import and export products of the Ottoman Empire, and explanations were made about what these products were, where they were in the country and how much income they brought. In the work, it is aimed to reveal the potential commercial situation of the Ottoman geography, thus, it is aimed to make an important contribution to the students of the Commerce School. However, it is understood that the trade school could not achieve the desired success. Because the

school could not achieve success because of financial impossibilities and, according to some researchers, it had a curriculum that was difficult to implement in the Ottoman country at that time.

This study mainly aimed to transfer the work entitled *Memâlik-i Osmâniye'nin Coğrafya-yı Ticârîyesi* by Hüsrev Manolyan, one of the senior students of the Commercial School, by adapting it to today's Turkish, however, a brief history of geography and the Commercial School in the Ottoman Empire, who Hüsrev Manolyan was and why his work was related to the subject. By giving information about what he wrote, it was aimed to emphasize the history of geography and the late commercial potential of the Ottoman Empire.

**Keywords:** Ottoman Empire, Commercial School, Geography.

### Kaynakça

#### Arşiv Kaynakları

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı, Demirbaş no: 0.00480/01

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı, Mc\_Osm\_ K.00091.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığı, Müteferrik Evrak, 55273.

Sicil Defterleri, no: 69.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi (BOA)

BOA, HR. SFR.3., 348-34.

BOA, İ. DH., 978-77235.

BOA, . MF.MKT., 94/163.

#### Tetkik Eserler

Adıvar, A. (1991). *Osmanlı Türklerinde ilim*. Remzi Kitabevi.

Ak, M. (1993). Coğrafya Osmanlılar dönemi. *İslam Ansiklopedisi*, C.8, 62-66.

Ak, M. (2004). Osmanlı coğrafya çalışmaları. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 2(4), 163-211.

Aytürk, E. (2020). *Osmanlı Devleti'nde coğrafya eğitimi (1839-1922)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Baltacı, C. (1999). Osmanlı Devleti'nde Eğitim ve Öğretim, *Türkler Ansiklopedisi*, C 11, 446-462.

Bilge, M. L. (2002). Kızıldeniz. *İslam Ansiklopedisi*, C. 25, 557-559.

Bilge, M.L. & Küçükbaşçı, M. S. (2013). Yenbu. *İslam Ansiklopedisi*, C. 43. 421-423.

Bozkurt, N. (2020). İpek. *İslam Ansiklopedisi*, C. 22, 361-362.

Devellioğlu, F. (2005). *Osmanlıca- Türkçe ansiklopedik lügat*, Aydın Kitabevi.

Emecen, F. (1991). Antalya. *İslam Ansiklopedisi*, C. 3, 232-236.

Erdoğan, A. (2016). *Hamidiye ticaret mektebi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ergin, O. N. (1997). *Türkiye maarif tarihi*, C. 3, Eser Matbaası.

Gümüşçü, O. (2010). Osmanlılar'da Coğrafya Bilimi. Y. Unat (Ed) *Osmanlılarda bilim ve teknoloji makaleleri* içinde (s. 593-646). Nobel Yayın.

Güvemli, O. (2005). Türkiye'de ticaret liselerinin kuruluş öyküsü. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 28, 16-23. <http://journal.mufad.org/attachments/article/548/4.pdf>

Güvemli, O. & Güvemli, B. (2018). "Türk işletme tarihi üzerine". *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Özel Sayı. 5-46.

İhsanoğlu, E. (2010). *Osmanlılar ve bilim kaynakları ışığında bir keşif*. Etkileşim Yayınları.

İzgi, C. (1997). *Osmanlı medreselerinde ilim*, C. 2, İz Yayıncılık.

Karakas Özü, N. (2019). Epistemolojik sınırları ve ilişkileri bağlamında Osmanlıda üç bilim: kozmografya, astronomi ve coğrafya. *Dört Öge*, 16, 113-136. <http://dergipark.gov.tr/dortoge>.

Mengeş, Y. (2017). "İkinci Dünya Savaşı'nda Menteşe (Rodos, 12 ada ve Meis) Adaları". *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 34, 279-318.

Oruç, Ş. & Tokcan, H. & Demirkaya, H. (2006). *Yapılandırıcı yaklaşıma bir örnek: Osmanlı dönemi coğrafya ve coğrafya öğretimi kişileri- eserler- kitaplar- makaleler- ders örnekleri*. Beyaz Kalem Yayınları.

Özkul, A. S. (2007). Ticaret mektebinde verilen eğitim üzerine bir inceleme: "usûl-i ticaret dönemi (1883-1916)". *Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 5-42.



Özkul, A. S. (2016). Servet-i Fünûn Mecmuası'nda yayımlanan ticaret mektebi yazıları üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 323-338.

Özkul, A. S. (2019). Türk yükseköğretimindeki ilk işletmecilik okulunda verilen eğitimin teorik ve pratik boyutları: 1916 tarihli müfredat programı bağlamında bir inceleme. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7 (18), 107 – 122.

Pakalın, M. Z. (1993). *Osmanlı tarih deyimleri ve terimleri sözlüğü*. C. 1-2, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Somel, S. A. (2010). *Osmanlıda eğitimin modernleşmesi (1839-1908) İslamlaşma, otokrasi ve disiplin*. İletişim Yayınları.

Sönmez, N. (2018). *19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda basılmış coğrafya kitaplarına göre İstanbul ve muhtasar coğrafya-yı musavver isimli eserin transkripsiyonu* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türk, İ. C. (2007). Osmanlı devleti ilköğretim okulları coğrafya müfredat programları – coğrafya öğretim usulleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 201-212.

Üstüner, A. (2019). Klasik çağ sonrası Osmanlı coğrafya çalışmaları. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 17(33), 41-104.

Yeşiltepe, D. S. (2010). *Osmanlı döneminde coğrafyanın müfredatta yer alması ve hazırlanan ilk ders kitapları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Ağ Toplumlarında Gündelik Yaşamın “Kusursuzluğu”

Ebru GÜZEL\* 

### ÖZ

Her geçen yıl internetin ve ona bağlı mobil araçların yaygınlaşması, dijital sosyal ağlara erişebilirliğin zaman ve mekandan bağımsız doğası, gündelik yaşamın rutin/akışını da değiştirmektedir. İnternet teknolojilerinin gelişimi sonucunda yaşanan kültürel ve toplumsal değişim Manuel Castells'e göre, “ağ toplumu”nu yaratmıştır. Gerçek ile sanalın birbirine karıştığı ağ toplumlarında yaşama ilişkin algı da dönüşmüştür. Baudrillard'a göre bu hipergerçeklik çağında gerçeklikten söz edilemeyeceği için taklit de yerini benzeşime bırakmıştır. Bireylerin benlikleri de katılımcısı oldukları sosyal medya platformunun habitusuna göre şekillenmektedir. Arkadaşlık kurma, mesajlaşma, albüm oluşturma ya da profesyonel bir iş ağına katılım amacıyla bu çevrimiçi sosyal ağların ortak unsuru profillere yansıyan “kusursuz” imajlardır. Burada bireyler, ister öz-sergileme isterse de bilgi paylaşımı amacıyla onlardan beklendiği gibi kusursuz bir performans sahnelenmektedir. Kusursuzluğun kültürel olarak ivme kazanması gündelik yaşam pratiklerini de değişime uğratmaktadır. Sosyal ağlar yoluyla gerçekliğin, benliğin ve kültürel değişimin araştırıldığı bu çalışmada kusursuzluk fenomenine odaklanılmıştır. Sosyal medya kullanımında dünya liderliğine aday Türkiye’de, gündelik yaşama dair araştırmaların doygunluğu da düşünülerek, yeni bir sorunsal olarak “kusursuzluk fenomeninin” çevrimiçi örüntüler üzerinden araştırılmasının iletişim antropolojisi alanındaki çalışmalara da katkı sağlanacağı öngörülmektedir. Araştırmada alanyazını taraması sonucu elde edilen bilgiler sonuç bölümünde eleştirel bir perspektifle yorumlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Ağ Toplumu, Benlik, Kültürel Değişim, Kusursuzluk.

## “The Flawlessness” of Daily Life in Network Societies

### ABSTRACT

With each passing year, the prevalence of internet and mobile devices, the time and space independent nature of access to online social networks, changes the routine/flow of daily life. According to Manuel Castells, as a result of the development of internet technologies, the cultural and social change experienced has created the "network society". In network societies where the real and the virtual are mixed, the perception of life is also transforming. According to Baudrillard, since it is not possible to talk about reality in this era of hyperreality, the term fake is left to simulation. The selves of individuals are also shaped according to the habitus of the social media platform of which they are participant. Whether it's for making friends, texting, creating an album or joining a professional business network, the common feature of these online social networks is the “flawless” images reflected in the profiles. Whether for self-presentation or information sharing, individuals here stage a perfect performance. The cultural acceleration of flawlessness also changes daily life practices. In this study, which investigates reality, self and cultural change through social networks, the focus is on the phenomenon of flawlessness. Considering the saturation of researches about daily life in Turkey, which is candidate for the world leadership in the use of social media, it is predicted that the investigation of the new problematic “phenomenon of flawlessness” through online patterns will also contribute to the studies in communication anthropology. In the research, the information obtained as a result of the literature review was interpreted with a critical perspective in the conclusion section.

**Keywords:** Social Media, Network Society, Self, Cultural Change, Flawlessness.

### 1. Giriş

Küreselleşen iletişim ve enformasyon teknolojilerinin örgütlemesiyle değişen toplumsal yapı gündelik yaşam pratiklerini de dönüştürmüştür. İnsanı, toplumu ve sosyal ilişkileri yeniden şekillendiren bazı ekonomik, kültürel ve toplumsal hareketler ve dijital dönüşümün neticesinde, Castells’in tanımıyla (2001); “ağ toplumları” oluşmuştur. İnternet aracılığıyla sürekli sosyal ağlara bağlı olmak, yeni bir davranış örüntüsü meydana getirmiştir. Gündelik yaşamın tüm sıradan, kusurlu, sorunlu, noksan ya da olağan haline tezat dijital dünyada “kusursuzluk” ivme kazanmıştır.

İletişim ağlarının sistematik çapta örgütlenişi geç 19. yüzyıl ve erken 20. yüzyılda sualtı kablo sistemlerinin gelişmesi, uluslararası haber ajanslarının kurulması ve elektromanyetik tayf tahsisleriyle ilgili uluslararası örgütlerin oluşmasıyla mümkün olmuştur. Yirminci yüzyılda iletişim holdingleri, gazetelerin ekonomik temellerindeki değişim, medya ürünlerinin uluslararası arenada dolaşımı ve yeni teknolojilerin

\* Doç. Dr., Fenerbahçe Üniversitesi, ebru.guzel@fbu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 02.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 27.10.2022

gelişimi enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yöndeşme temelini yaratmış, iletişimin küreselleşmesine katkı sağlamıştır. (Thompson, 2008, s. 245).

Günümüzde yoğun bir küresel ilginin odağı olan mobil cihazlar aracılığıyla her an, her yerde çevrimiçi olabilen bireylerin dijital kimliklerini inşa ettikleri en popüler yer, sosyal medyadır. Kullanıcılar bu sanal ortamlarda kendileri, çevresi ya da sosyal ilişki ve konumlarına dair kusursuz imajlar oluşturmaktadır. Sahnelenen bu kusursuzluk performansı, Bourdieu'den ilhamla (2014), sosyal medya platformlarının habituslarına göre şekillenmektedir. Örneğin Instagram'da filtrelili paylaşımlar yoluyla bedenler kusursuzlaştırılmakta, mükemmel iş ve kariyer bağlantıları LinkedIn ile cilalanmakta, kamusal alanın sözcüleri Twitter ile cesaret bulmakta, eski dostlar ya da yeni topluluklar Facebook aracılığıyla bir araya gelmekte, en eğlenceli sahne performansları TikTok ile ödüllendirilmekte ya da boş zaman deneyimleri YouTube ile en mükemmel biçimde yaşanmaktadır. Her bir çevrimiçi sosyal ağın habitusuna göre şekil alan kullanıcılar için ortak özelliğın kusursuzluk olduğu söylenebilmektedir.

Bireyler, artık öz-gerçekleştirmek ile ilgilenmedikleri gibi dijital benliklerini gündelik yaşamda da sürdürebilmek amacıyla dış görünüşü ve koşullarını iyileştirmeye çalışmaktadırlar. Geleneksel cinsiyet rolleri bağlamında kadınlar her daim güzel, çekici ve seksi olmak zorundadırlar; güzellik filtreleri ile yaratılan imajlar gündelik yaşamda yüz ve dudak dolgunluğu, botoks ya da kaş tasarımından oluşan estetik uygulamalarına olan ilgiyi arttırmıştır. Estetik, kozmetik ve güzellik uygulamaları ve modaıya uygun bir stil ile simgesel sermayeye sahip olmak isteyen birey, bu şekilde katılımcısı olduğu sosyal medya platformunda özgül faydalara erişim de sağlayabilmektedir. Takipçi sayısını arttırmak, organik bir hesaba sahip olmak, etkileşim, mavi tik ile tanınmış kişi statüsüne yükselmek gibi yöntemlerle şöhrete ulaşmak birer kazanım sayılmaktadır. Üstelik bir meslek sahibi olmakla eşdeğer görülen "sosyal medya fenomenliği" sayesinde bir habitustan bir diğeriine geçilerek ekonomik, toplumsal ya da kültürel sermaye elde etme şansı yakalanabilmektedir.

Sosyal ağların Goffman (2014) ile çözümlenmesi yoluyla, kimlik inşa sürecinde toplumsal yapılanmanın öneminin fark edilmesi sağlanmaktadır. Goffman'ın benliğın bireyden değil de eylemlerinin toplamından oluştuğı görüşü, benlik oluşumunda bireyin adeta saf dışı bırakıldığına işaret etmektedir. Bireyin kim olduğundan ziyade neyi göstermesi gerektiğii çevrimiçi sosyal ağın kurallarınca yapılanmaktadır. Dolayısıyla bu ağlarda ideal bir yaşam, pozitif duygular, çoklu beceriler, altın oranlar, yüksek farkındalıklar ve alkışlanacak performanslar sahnelenmektedir. Oysa Fuchs (2020)'un yorumuyla; sosyal medya dolayimli biçimlerin gündelik yaşama nüfuz ettiğii bir yapıda metalaşma kaçınılmazdır. Sosyal ağların büyüğü altında bireyler belki de hiç olmadıkları kadar özseverlik ve kusursuzluk duygularıyla kısıktırılırken sömürüye ve metalaşmaya da maruz kalmaktadırlar.

Öyleyse gerçekte kusursuzluk idealinin kendisi kusurluyken, kusursuzluk neden kültürel bir ivme kazanmıştır? Bu noktada akla ilk gelen düşünce; kusursuzluk idealinin küresel düzeyde, ekonomik, ekolojik, politik ve ideolojik bunalım yaşayan toplumlarda bir kamuflaj işlevi görüp görmediğidir. Ağ topluluklarında özellikle gençlerin, ister mükemmel bir oyun skoru elde etmek istesin isterse de mükemmel bir paylaşım ile yüksek bir beğeni, günün önemli bir bölümünü (ve her yıl artan oranda) ekranda geçirmesi, kusursuzluk idealinin bu ağlar yoluyla toplumlara aşılındığını göstermektedir. Refah ve konfor kadar mobil cihazlara da birer haz nesnesi olarak bağlanan bireyler, kusursuzluk simülasyonu yaşamaktadırlar. Gündelik yaşamın sıradanlığı kusurları, endişeleri ve sorunlarından kaçıldığı yer olarak çevrimiçi sosyal ağlarda, kusursuzluk oyununun kuralları da bu ağları kuran dev şirketlerce belirlenmektedir.

Bu çalışmada, sosyal medya dolayimli gündelik yaşamın dönüşümünü anlamak amacıyla, 7/24 mobilleşebilen bir kültürde sosyal ağlardaki kusursuzluğın izi sürülmüştür. Araştırmanın kavramsal ve kuramsal bağlamda omurgası oluşturulmuş, sosyal medya platformlarına özgü habitus farklılıklarına rağmen kusursuzluk arayışı ve neden(ler)i anlaşılımaya çalışılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak ağ, benlik ve kusursuzluk kavramlarının kültürel olarak yapılanışı teorik bir perspektifle ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, "kusursuz kullanıcı deneyimi"nin pazarlama alanındaki lokomotif güç olması unsuru, bir teknoloji devi olan Google ile örneklendirilmiştir. Şirketler, markalar, sosyal medya ağları ve kullanıcıları saran kusursuzluk fenomeninin kültürel bir değışim olarak ele alındığı bu çalışmanın sonuç bölümünde elde

edilen teorik bilgiler gündelik yaşam pratikleri bağlamında yorumlanmıştır. Son olarak iletişim antropolojisi alanındaki çalışmalara bir katkı sunacağı düşünülen bu araştırmanın, popüler bir söylem olarak toplumlara empoze edilen “kusursuz avatarlar” ile “kusursuz metaevren” sorunsalını da tartışmaya açacağı öngörülmektedir.

## 2. Ağ, Benlik ve Kusursuzluk

İksel toplumlarda dünyayı anlamlandırmak amacıyla kullanıldığı kadar kültürleri birbirlerine bağlamayı sağlayan, belki de en eski ve en geniş ağ, mitler olarak değerlendirilebilir. Ağlar, doğal esnekliğe ve uyarlanabilir özelliklere sahiptirler, hızla değişen bir ortamda hayatta kalmak ve gelişim gösterebilmek amacıyla düzenleme araçları olarak olağanüstü işlev görmektedirler (Castells, 2020, s. 30). Günümüzde ağlara dayalı toplumsal yapının değişiminde internet etkin bir rol oynamıştır. “Ağ (*network*), gevşek örgütlenme biçimlerinde ya da sosyal yaşamda insanları birbirine bağlayan resmi ya da resmi olmayan sosyal bağlardır. ... Bazı sosyologlar açısından ağlar, insan işbirliğinin çok eski biçimleri olsa da, bilgi teknolojisi ağ oluşturmanın lehine birçok yeni fırsatlar yaratması nedeniyle çağdaş toplumun örgütleyici yapısı haline gelmiştir” (Giddens & Sutton, 2020, s. 243). Sosyal ağlar, web tabanlı bir sistem içinde kullanıcılarına açık ya da yarı açık profil ve liste oluşturmayı ve diğer kullanıcılara da bu bağlantıları göstermeyi sağlamaktadır (Boyd & Ellison, s. 2007) Bu bağlamda ilk sosyal ağ, SixDegrees (1997)’dir. Arayüzlerini zaman içinde sürekli geliştiren Facebook, MySpace, Orkut Friendster gibi toplumsal paylaşım ağları (*social network sites*) arkadaşlık, mesajlaşma gibi amaçların ötesinde gündelik yaşamın rutini/akışını değiştirmektedir (Toprak vd., 2014, s. 26).

Castells, internetin ayrıcalıklı bir araç haline gelerek kültürel pratiklerin dönüşümüne yol açmasını internetin belirli bir kültürel ifade ile sınırlı olmayışıyla açıklamaktadır. Ona göre internetteki iletişim, hayali bir dünyada, sahte kimlikler üzerinden ve izole edilemeyen bir alana gömülüdür. Castells, ücretsiz müzik paylaşımı, çevrimiçi video oyunları, oyun oynarken sosyalleşebilme, radyo dinleme, gazete ve kitap okuma, elektronik yayıncılık ve bilimsel dergilere erişim, açık kaynak sanat ve anlık mesajlaşma gibi internetin gelişimiyle ilgili örneklediği uygulamalar içinde ve kablosuz teknoloji sayesinde, ağ kurmayı sağlayan mobil internetin, ağırlıklı olarak gençler tarafından dünyadaki en yaygın kullanılan uygulama olduğunu belirtmektedir (267- 273).

Aslında internet teknolojilerinde yaşanan tüm bu gelişmelerin perde arkasında, 1960’lı yılların sonu ve 1970’lerin ortalarında yaşanan üç bağımsız sürecin rol oynadığı dile getirilmektedir: “Enformasyon teknolojisi devrimi”, “devletçilik ve kapitalizmin ekonomik krize girmesi ile çevrecilik” ve “insan hakları ve feminizm gibi kültürel toplumsal hareketler”. Bin dokuz yüz seksenli yıllardan itibaren ise bu süreçler arasındaki etkileşim ve tetiklediği tepkimeler, “enformasyonel/küresel” adıyla yeni bir ekonomi, “gerçek sanallık” tanımıyla yeni bir kültür ve “ağ toplumu” kavramıyla da yeni bir toplumsal yapı oluşturmuştur (Castells, 2001, s. 372).

Poster’e göre (2017); teknolojik yeniliklerde tehlike içeren şey, değişimin artan etkinliği, yeni tüketim biçimleri ya da serbest zaman ortamları değil, kültür ve kimliğin inşasında yarattığı geniş çaplı değişimdir. Dolayısıyla “sanal gerçeklik” ve “gerçek zaman” kültür oluşturmada ikinci medya çağının gücünü göstermektedir. Onun açısından medyanın dönüştürdüğü kimlikler, kültürün gittikçe artan düzeyde simülasyonel olmasından kaynaklanmaktadır. Bu koşullarda gerçeklik de çokludur. Poster, ikinci medya çağında etkileşim mekanizmaları eleştirisiyle özne oluşum sürecini de irdelemektedir. Sonuç olarak öznenin dağılmasıyla birlikte sanal toplumların gerçek toplum niteliklerine sahipmiş gibi algılanmasından dolayı sanal ve gerçeğin çapraz sıralamada birbirlerini yansıttıklarını dile getirmektedir (111-124).

Farklı bir görüşe göre; çağımızda, internet ve sosyal ağlar kar amaçlı büyük şirketler tarafından dikte edildiğinden, değişen mahremiyet nosyonu, arkadaşlık, kimlik ve şöhret gibi konulardan dolayı milyonlarca insanın günlük yaşamında kullandığı sosyal ağlar sadece şirketler olarak değil, kültürel formlar olarak da değerlendirilmelidir (Netchitailova, 2017, s. 3). Kimlik ve benliğin başkalarıyla etkileşim içindeyken sürekli inşa edildiği sosyal ağlarda, bir çeşit onay mekanizması devreye girmektedir. Sosyal ortamlardaki benlik sunumları sırasında gözlemlene eyleminde bulunan bireyler hangi özelliklerini göstermek ya da gizlemek

istiyorlarsa onu ortaya çıkaran ya da örten bir izlenim yönetimi stratejisi uygulamaktadırlar (Marwick & Boyd, 2011, s. 123). Sosyal ağlarda, itibar, başarı, bilinirlik ya da rol model oluşturmak gibi yüksek değerleri hedefleyen ve sosyal ağların yapısal taktikleriyle başkalarının izlenimlerini taklit etme çabası güden kişilerin sayısı azımsanmayacak ölçüdedir. Ancak medya ürünlerine artan erişim sebebiyle bireyler gündelik yaşamın mekan ve zaman algısından uzaklaşarak bir proje olarak oluşturdukları benliklerini otobiyografik bir anlatı forumunda inşa ettikleri sürece daha az kontrolüne sahip oldukları bir sisteme bağımlı hale gelmektedirler (Thompson, 2008, s. 324-326). Aynı zamanda bu ağlarda bireyler, bir izleyici olarak içsel dünyalarında kendileriyle özdeşleştirdikleri kusursuz imgeleri taklit ederek sanal benliklerini sürdürmek uğruna ciddi bir iktidar mücadelesi vermektedirler.

Benlik sunumuyla ilgili alanyazındaki araştırmalar arasında öne çıkan Mead'e göre (1934); "ben/P", bir organizmanın diğerinin tutumlarına karşı cevabıyken "benlik" ise, ne biyolojik doğamızın ne de zihnin ürünü olup gündelik yaşamın toplumsal bir eseridir. O halde diğeri ile ilişki ve deneyim olmadan ben ve benlik algısının sentezlenmesi de mümkün görünmemektedir. "Benlik duygusunun ortaya çıkması, kişisel kimliğin oluşması için gerekli bir başlangıçtır" (Giddens & Sutton, 2017, s. 286). Gündelik yaşam, öznelarasıdır; yani bireyler bu kültür dünyasında ortak etkiler yoluyla ve karşılıklı olarak anlama nesnesi olarak işlev görmektedirler (Schutz, 1978). O halde sosyal ağlarda benliğin sunumu toplumsal bir ön koşulken ve bireyler bu sunum için en yüksek potansiyeli gösterme kaygısı yaşarken benlik bütünlüğünden nasıl söz edilebilir?

Thompson'a (2008, s. 324-326); göre benlik, bireyin kendisine hazır olarak sunulan sembolik materyallerden yararlanarak oluşturduğu sembolik bir projedir. Üstelik bu sembolik kaynaklara erişim eşit değildir, hatta bir ölçüde bireylerin kendi yaşamlarının maddi koşullarına bağlıdır. Yazarın yorumuyla iletişim medyasının gelişiminin benliğin yapım sürecinde olağanüstü bir etkisi bulunmaktadır; medyanın gelişiminden önce bireylerin benlik yapımında kullandığı sembolik materyaller yüz yüze etkileşim ve mekan ile sınırlıydı. Enformasyon ve iletişimin dolaylı biçimlerinin gündelik yaşama nüfuz ettiği bir dünyada, birey, dolaylanılmış ilettilere daha fazla açık hale gelmesi sebebiyle benlik bütünlüğünü kaybetmiş, dağılmış ve merkezlesmiştir: "Benlik aynalı odalarda yansıyan imajlar gibi her an kayan sonsuz işaretler oyunu haline gelmiştir" (318-349).

Görünen o ki parçalanmış bir benliği, kırık bir antika fincanın parçalarını birleştirir gibi yeniden bütünlemek için kusurlar olabildiğince makyajlanmaktadır. Sosyal medyada bir anonim hesaptan fenomenliğe geçiş kusurları gizleyen bir algı yaratmakta, sıradanlığı sıkıcı sayan "*normalisboring*" etiketi ile gündelik yaşam her gün biraz daha şöhrete bulanmaktadır. Tıpkı benlikler gibi kimlikler de silinmeye hazır eski kayıtların üzerine kolayca yenilerinin kaydedilebildiği videokasetlere benzemekte, ekrandaki imgelerle yeniden biçimlenmediği sürece sıradanlaşmaktadırlar (Bauman, 2017, s. 133). Böylelikle bir sosyal medya hesabını sıradanlıktan biricikliğe taşıyacak olan şey; lüks yaşam, başarı, zenginlik, statü, kariyer, güzellik, şöhret; pahalı bir tatil, fit bir beden, mükemmel bir eş, çocuk vb. gibi kusursuzlaştırılmış ama aynı zamanda nesneleştirilmiş göstergelerdir.

Goffman'a (2014); göre insan, bir yanıyla performans sergileyen oyuncu, diğer yanıyla da bu performansı en kusursuz özelliklerle iletmeyi amaçlayan bir karakter biçiminde iki parçadan oluşmaktadır. Goffman açısından sahnelenen benlik, sahnede belli bir karakteri canlandıran bireyin başkalarına yansıttığı bir imajdır. Bu noktada Goffman her ne kadar bu imajın bireyle ilgili olarak o kişiye bir benlik atfetmesini sağladığını söylese de aslında benliğin bireyin kendisinden değil, onun tüm eylemlerinin toplamından oluştuğunu vurgulamaktadır. Yazara göre altı çizilmesi gereken şey benliğin sahnenin bir nedeni değil, ürünü olduğudur (234-235).

Yinelemek gerekirse sahnelenen benliğin kültürel sistemler ile oluşması, değişmesi ve dönüşmesi sonucunda ortada performansın kendisi kalmaktadır. Kullanıcılar ise sanal uzamda kendilerini rollerine kaptırarak yeni bir benlik üretmektedirler. Ağların yapısal olarak bireylerin birbirlerine ortak normlar ve değerlerle bağlandıkları toplumsal sermaye biçimleri olduğu düşünüldüğünde (Fukuyama, 2009, s. 284), yaşamın tüm sorunlarına karşı kitlelerin burada kusursuz bir dünya idealiyle örgütlendiği görülmektedir. O halde kusursuzluk nedir?

Herhangi bir şeyin mükemmel olarak tanımlanması onun kusurunun olmadığı anlamına gelmektedir. Bireyler birbirleriyle iletişim kurarken yargı ve onay mekanizmaları sebebiyle eleştirilmekten korktukları için en iyi performans sergilemek istemektedirler. Ancak bu en iyi olma/görünme hali çevrimiçi sosyal ağlarda kusursuzluk oyununa dönüşmüştür. Kusursuzluk mükemmelliğe refere etmekte, bireyler olumsuz yargılardan kaçarak mükemmel bir görünümle kusursuzluğu hedeflemektedirler. Bireylerin kusursuzluğu başarma çabası mükemmeliyetçilik olarak tanımlanmakta, mükemmeliyetçilik de bireylerin ulaşamaz standartları kendilerine empoze etme eğilimleriyle ilgili olarak, aynı zamanda hatalardan kaçınmaya çalışırken olumsuz yargılara ilişkin kaygılar da sergiledikleri çok boyutlu bir kişilik yapısı olarak ifade edilmektedir (Burns, 1980; Frost, Marten, Lahart, & Rosenblate, 1990; Hewitt & Flett, 1991; Akt. Çepikurt vd., 2020, s. 56).

Curran ve Hill (2019) açısından mükemmeliyetçilik, kültürel değişimin bir görüngüsüdür. Amerika, Kanada ve Birleşik Krallık ülkelerinde, rekabetçilik ve bireyselliği vurgulayan neoliberal politikaların yönetime girmesiyle insanların kendilerini ve yaşam tarzlarını mükemmelleştirmek için kışkırtıldıklarını dile getirmektedirler. Araştırmanın bulgular bölümünde; öncekilere oranla genç nesillerin sosyal olarak daha yüksek düzeyde mükemmeliyetçi olduğu saptanmıştır. Gençlerin sosyal ilişkilerinde daha fazla talepkâr ve birbirlerini daha sert yargılamaya meyilli oldukları ve sosyal onayı mükemmeliyetçilik ile güvence altına almayı tercih ettikleri yorumlanmıştır (410-420).

Twenge ve Campbell'e (2015); göre internet, devasa bir özseverlik çarpanı işlevi görme potansiyeline sahiptir. İnternette özseverliğin özellikle de gençler arasında rekor seviyelerde yayılmasının nedenini beş madde ile açıklamaktadırlar:

1. İnternet bireysel özseverliğin güçlenmesine fırsat vermektedir. Örneğin özsever bireyler kendilerine ait bir YouTube kanalı ya da bir web sitesini şişirilmiş benlik algısını pekiştirmek için kullanmaya daha eğilimlidirler.
2. İnternet özsever davranışları teşvik etmektedir. Örneğin MySpace platformunda bir kullanıcı günün büyük bir bölümünü sanal imajını güzelleştirmeye harcayabilmektedir. Rekabete dayalı dijital ortamlarda kullanıcılar fark edilmek ve öne çıkmak için her yolu deneyebilmektedir.
3. İnsanlar internet kullanımına bağımlı hale gelmekte ve bu bağımlılık iyi ya da kötü şöhretle bağlantılı olabilmektedir.
4. "Normal" davranışların standardı değişmektedir. Artık mahrem düşünce ve anların kamuya açılması, kışkırtıcı giyim tarzı ve kaba söylemler yoluyla sosyal davranış normları özsever bir yapıya bürünmektedir.
5. İnternetin geniş bir erişim alanının olması, özseverliği de pireler ve vebaların yayılımı kadar etkin bir biçimde yayılmasına olanak tanımaktadır. Özellikle de genç neslin özseverlik özellikleri rekor seviyeye çıkabilmektedir (369-371).

Diğer araştırmalara benzer nitelikteki görüşleriyle Baudrillard da (2018), ağlar, ekranlar ve yeni teknolojiler boyunca kendi özgürleşmesinin son aşamasına ulaşmış modern bireyi "kusursuz özne" ironisiyle hicvetmektedir. Modern bireyin hem sonsuza dek bölünebilme hem de bölünmezlik özelliği ile hem tek hem de sonsuz bir kimliğe adanmış halini fraktal bir özneye dönüştüğü iddiasıyla eleştirmektedir. Diğer olamayan bir özne olarak (!) "mükemmel olma hali"nin modern bireyin statüsüne gölge düşürmediğinin de altını çizmektedir. Sonunda böylesi bir sanallıkta ve medya evreninde kendi iradesine avlanan birey olanaklarını da tüketmektedir. Baudrillard'a göre, medyanın tüm biçimlerinde görülen ve gönüllü köleliğe benzettiği bu benlikler (ya da bir sonraki bölümün konu başlığı "*homo pefektus*"lar), en nihayetinde kendini ağlara serpiştirmekten başka şey yapamaz hale gelirler (5-53):

"Birey, her bir televizyon ya da bilgisayar ekranının ardında, her gün karşı karşıya kaldığı her bir teknik işlemde bütün işlevleriyle test ediliyor, deniyor, parçalara ayrılıyor, hırpalanıyor ve ondan cevap vermesi bekleniyor –bu fraktal özne, bakışın, bedenini gerçek

dünyanın körelmesi pahasına kendini ağların içine serpiştirmekten başka şey yapamaz hale geliyor" (53-54).

### 3. Sosyal Ağların İnsanı: "*Homo Perfektus*"

Sosyal medyayı tanımlayan "sosyal" terimi, kültür, iletişim, demokrasi, enformasyon, alan, emek, gözetim, iktidar gibi bir dizi kavramla ilişkilidir. Tüm bilişim sistemleri ve web uygulamaları ile medya biçimleri, toplumsal bağlamlarından kaynaklanan insan bilgilerini depolayıp iletmelerinden dolayı sosyal olarak değerlendirilebilir. Örneğin Amazon bir iletişim aracından çok enformasyon aracıyken Facebook yorum duvarları ya da forumlar gibi iletişim özelliklerine sahip bir platformdur. 2015 yılındaki en fazla erişim sağlanan web sitelerinin 2000 yılındaki popüler olanlardan farkı artık bu platformların, sosyal ağ siteleri (Facebook, Instagram), video paylaşım siteleri (YouTube), wikiler (Wikipedi) ve mikrobloglar (Twitter, Weibo) oluşmasıdır. "Sosyal ağ siteleri kullanıcılar tarafından oluşturulmuş içerik için paylaşım siteleri, bloglar, mikrobloglar ve wikiler, diğer tüm medya gibi, enformasyon olarak terimin geniş anlamında sosyal" (Fuchs, 2020, s. 20-21) olması sebebiyle bu tanımlıdır.

Çevrimiçi sosyal ağların kendilerine özgü habitusları bulunmaktadır. Bir sosyal medya ağının habitusuna dayanan kullanıcılar, o habitusa içkin eylem ve pratiklerde bulunmaktadırlar. Bourdieu'nun kavramsal seti olan, alan, habitus ve sermaye nosyonlarının sosyal medyaya uyarlanarak bu desenin çözülmeye çalışıldığı araştırmalar bir hayli fazladır. Bourdieu'nun perspektifiyle yaklaşıldığında sosyal ağlardaki kitlesel hareket tarzı hem o alana ait habitusu hem de yapıyı yeniden üretmektedir.

Bourdieu'nun (2014) tanımlamasıyla habitus, bireysel ya da öznel olanın kolektif olarak yapılandırıldığı, toplumsal olarak inşa edilmiş, pratikle edinilmiş, yapılanmış ve yapılandırıcı yatkınlıklar sistemidir. Kendi ifadesiyle "toplumsallaşmış bir öznellik" ya da "bedene dönüşmüş olan toplumsallık" olarak açıklanmaktadır. Alan, habitusu yapılandırdığı gibi habitus da enerji yatırmaya geçecek, anlamlı ve değerli bir dünya olarak alanın kurulmasını sağlamaktadır. Bourdieu bir diğer kavramı olan sermayeyi ise kültürel, ekonomik ve toplumsal olarak üç türe ayırmakla birlikte simgesel sermayenin diğerlerinden farklı olarak algı kategorileriyle kavranması gerektiğinin altını çizmektedir. Sosyal medya ile ilişkilendirilebilen toplumsal sermayeyi ise bir bireyin ya da bir grubun az çok kurumlaşmış karşılıklı tanınma ya da tanınmalara sahip olması sayesinde elde ettiği gerçek ya da potansiyel kaynakların toplamı, "böylesi bir ağın harekete geçirmeye olanak sağladığı sermaye ve güçlerin toplamı" şeklinde açıklamaktadır. (108-118).

Sosyal ağların habituslarınca domine edilen kitlesel davranışlarda simgesel sermaye ve toplumsal sermaye biçimleri en gösterişli şekillerde sergilenmektedir. Söz konusu sermaye türüne mükemmel bir biçimde sahip olmak bir sosyal medya platformunda elde edilen özgül faydalara erişimi belirlemektedir. Bilgelik, seçkinlik, güzellik, estetik, farkındalık, zindelik, esenlik, zenginlik, mutluluk gibi değerler ve duygular eksiksiz bir biçimde gösterilmektedir. Özellikle de dış görüşüne dair tüm göstergeler simgesel sermayenin yapısı gereği algılarla işlerlik kazanmaktadır. Kendi kişisel medyasını oluşturmak suretiyle ister bir haber kanalı olarak isterse de kişisel markalama şeklinde faaliyet gösterebilir, bilinirliği milyonları bulan kullanıcılar "sosyal medya fenomeni" statüsüyle ekonomik sermayeye de erişebilmektedir. Video, fotoğraf ya da metin paylaşımlarında bir veya birden fazla sosyal ağın habitusuna göre şekil alan kullanıcılar arasından kusursuzluğu hedefleyenler daha büyük bir sermaye elde edebilme fırsatı yakalayabilmektedir. Kısacası kullanıcılar, bir sosyal ağın habitusuyla özdeşleşerek ya da diğer kullanıcı profillerini izleyerek davranış ve pratikleri sessizce içselleştirmekte, uygun sermaye türlerine yatırım yaparak öne çıkmaya çalışmaktadırlar. (Güzel, 2019, s. 98):

"Kaldı ki bir profil: (1) Facebook hesabında ilkokul arkadaşlarıyla iletişim kurarak, (2) Twitter'da siyasi görüşlerini aktararak, (3) Instagram'da özel yaşantısını özçekim (*selfie*) ile dijital taşıyarak, (4) LinkedIn'de mesleki özellikleriyle rekabet ederek dört (ve isterse daha fazla) farklı kimliği aynı anda sergileyebilmektedir. Bir profilin dört farklı sanal kimliği ve sermaye türünü kullanması sonucu elde ettiği sanal statü, platformlara özgü

habituslara göre şekillenmekte ve bu oluşum dijital habitusu sosyal ağların aktörüne dönüştürmektedir" (Güzel, 2019, s. 98).

Bu noktada Bourdieu, toplumsal gerçekliğin de hem alanlarda hem de habituslarda, hem eyleyicilerin içinde hem de dışında yaratıldığı hususunun altını çizmektedir. Habitus için ürünü olduğu toplumsal dünya ile ilişkiye girdiğinde sudaki balık benzetmesini yapmaktadır: "Suyun ağırlığını hissetmez ve etrafındaki dünyayı çok doğal sayar" (2014, s. 119). Buradan da anlaşılacağı üzere sosyal ağlarda kullanıcılar da suyun dışını göremeyen balıklar gibi alandaki sanal gerçeklik neyse onu yaşamaktadırlar. Kusursuz akıllı cihazlarının, kusursuz fotoğraf özelliği olan kameraları sayesinde kusursuz profiller yaratmaktadırlar. Kaldı ki küresel çapta popüler olan sosyal medya ağlarında sermaye ilişkileri beğeni (*like*) üzerine kuruludur. Son yıllarda kişisel kamusal alan olarak da anılan Twitter, ister narsistik bir biçimde kullanıcısının kendisini tanıtmayı sağlayan bir platform olarak isterse de siyasal değişimin katalizörü olarak görülsün, kullanıcılar birbirlerini beğenerek dolaşımı daha fazla harekete geçirmektedirler (PaBmann vd., 2016, s. 435). Örneğin LinkedIn'in deneyim alanlarında sıralanan yıldızlı özgeçmişler, yetenekler ya da faaliyetler Instagram'ın özsever kimliklerini aratmamaktadır. Birbirlerinden farkı habituslarına içkin olarak belirlenir; bir sosyal medya platformunda kültürel ya da ekonomik sermaye daha fazlayken bir diğerinde simgesel sermaye daha fazla olabilmektedir. Simgesel sermayenin belki de en yoğun yaşandığı Instagram'da, kendine aşırı hayranlık duyacak ölçüde özseverlik duygusu hakimdir ve kusursuzluk rekabeti hemen göze çarpmaktadır. Aslında sosyal ağların bedelsiz içerik üreticileri ya da gönüllü işçileri için Instagram, karamsar ve kötücül bir dünya algısından kaçmak için sığınılan kusursuz bir arka bahçeye benzemektedir (Güzel, 2019, s. 30). Bu kusursuzluk oyununun ödülü ise, alanların mantığındaki gibi güç ilişkisini değiştirmek için girişilen mücadelenin "kazanımı" olmaktır. Oyunun akıbeti, sermayenin yapısı, yatınlıkları sergileme becerisi ve rakiplerden farklılaşma çabasına dayansa da alandaki benzeşme özelliği sebebiyle suyun içindeki balıklar gibi gerçek dünya algısı giderek bulanıklaşmaktadır.

Suyun içindeki dünyada gerçekliğin bir hakikat ya da kökenden yoksun olarak modeller aracılığıyla üretildiğini söyleyen Baudrillard için sudaki yaşam hipergerçeklik ve simülasyon kavramlarıyla açıklanmaktadır. Harita ile arazi arasındaki ideal birliği örnekleyerek gerçek ile gerçeğin simüle edilmiş modellerinin üst üste bindiğine dikkati çekmektedir. Artık gerçek ile ayna/yansımasının olmaması sebebiyle sentetik bir şekilde üretilmiş sonsuz sayıda benzeşimler bulunmaktadır. Üstelik bunlar içerisinde gerçeği gerçek olmayandan ayıran düş gücü de ortadan kalkmıştır: "Gerçek ya da hakikate özgü perspektifle bir ilişkimizin kalmadığını gösteren bu farklı bir uzama geçiş olayıyla birlikte, tüm gönderen sistemlerinin tasfiye edildiği bir simülasyon çağına girilmiştir." Aynı yörünge çevresinde dolanan modellere dayalı, ama farklılık simülasyonu yaratan hipergerçeklikler çağında artık taklitten dahi söz edilemeyeceğinin altını çizmektedir. Burada aslı yerine göstergeleri ya da işlemsel bir ikizi koyulmuş bir caydırma oyunundan bahseden Baudrillard, gerçeği, programlanabilen ve göstergeleri kanserli hücreler gibi çoğalarak dört bir yana savuran kusursuz bir makineye benzetmektedir (2011, s. 13-14).

"Sanal gerçeklik pek de bilincin saptırılması anlamına gelmez, çünkü onun bizzat kendisi, doğal dünyadan tamamen yabancılaşma bilincini taşır" (Zerzan, 2012, s. 261). Yörüngesini, onun için yaratıldığı iddia edilen, mükemmel bir sanal evrene çevirmeye alıştıran insan için kusursuz avatarlar da, onun işlemsel ikizi ya da süper benliğinin göstergeleridir. "Peki ya *homo perfectus*? Mükemmel/kusursuz insan olabilir mi? Söylemekte sakınca yok, kusursuz insan kusurunu bilendir" (Güvenç, 2010, s. 320). Süper, mükemmel veya kusursuz benlikler yeni medya ortamlarında içselleştirildikçe dış dünyanın da bir o kadar kusurlu, sorunlu ve belirsizliklerle dolu olduğu çelişmesine düşmemek elde değil. Birkaç yıla toplam gelirinin yarım trilyon dolara ulaşacağı öngörülen sosyal medya endüstrisinin geleceğini kusursuzluğa programladığını tahmin etmek zor olmasa gerek. Basit bir Google taraması sonucu sıralanan kusursuz kullanıcı deneyimi önerileri, şirketlerin de kusursuzluğa mobilize olmak için kolları sıvadığının bir kanıtı gibi durmaktadır.



#### 4. Kusursuz Kullanıcı Deneyimi

Toplam dünya nüfusunun yüzde 62.5'inin (4.95 milyar) internet ve 5.31 milyarının mobil telefon kullandığı ve insanların neredeyse günde 7 saatini çevrimiçi geçirdiği bir çağda, nüfusun yüzde 58.4'ü her hafta çevrimiçi alışveriş yapmaktadır (WeareSocial, 2022). Mobil cihaz kullanımının artmasıyla da her an ve her yerde gündelik ihtiyaçlarını çevrimiçi gidermeye aday kullanıcılar için müşteri deneyimi (*customer experience*), insan deneyimi (*human experience*), kullanıcı deneyimi (*user experience*) gibi tanımlar "kusursuz kullanıcı deneyimi" olarak güncellenmiştir. Donald A. Norman, kullanıcı etkileşiminin pek çok bileşeni ve tasarımın önemine değindiği, *Gündelik Şeylerin Tasarımı* (1998) adlı temel kitabında; kullanılabilirlik, duygusal bağlılık, ürün çekiciliği ve faydanın yanı sıra çevrimiçi kusursuz kullanıcı deneyim için sürdürülebilirlik, güvenilirlik, sistem analizleri ve kullanıcı dostu arayüzler gibi pek çok hizmete odaklanmıştır. Artık bir markanın fiziki koşulları kadar internet sitesinin tasarımından sosyal medya hesaplarına kadar her ayrıntı özenle tasarlanmaktadır.

Bu bağlamda Google'ın markalara önerisi de kusursuz mobil deneyimdir. Küresel düzeyde ve her yıl artan oranlarda internet kullanıcılarına ulaşıldıkça e-ticaret yarışında ipi "mobilin ustaları"nın göğüslediği vurgulanmaktadır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerin yüzde 40'ının mobil cihazlar üzerinden gerçekleşmesinden dolayı, "*Masterful Mobile Web*" olarak geçen ve Türkçeye "kusursuz mobil web" olarak çevrilen sitede, mobilde ustalaşma teknikleri salık verilmektedir: "Şimdi Kusursuz Mobil adlı yeni bir Google sitesinde perakende, finans ve seyahat sektörlerinde faaliyet gösteren bu önde gelen markaların (ve diğerlerinin) kullandığı en iyi uygulamaların tümüne ilişkin genel bir bakış sunuluyor" (Cassells & Demidova, 2019). (Şekil 1)



Şekil 1. Think with Google TR, Twitter paylaşımı.

Kaynak: <https://twitter.com/thinkwithgoogle>

*Think with Google*, dijital pazarlama tekniklerini sunduğu, markaların başarı hikayelerine yer verdiği, makaleler, Web seminerleri, videolar ile bilgi grafiğinin bulunduğu bir arama motorudur. Ana ekranı içgörüler, pazarlama stratejisi, pazarlamanın geleceği ve araçlar menüsünden oluşmaktadır. Koronavirüs pandemisi döneminde hız kazanan trendler ve tüketici davranışları ve harcamalarındaki değişiklikten ötürü sitede en çok "dijital dönüşüm" ifadesi vurgulanmaktadır. Bu amaçla da markalara, ajanslara tüketicilerin satın alma yolundaki "karmaşık dünyasını (*messy middle*)" düzene sokacak "dijital veri odaklı" stratejiler önerilmektedir. Google'ın tüketici analizleri ekibi, arama motorları, sosyal medya ve yorum siteleri gibi çevrimiçi kaynaklarda bireylerin bu "tetikleyici" ve "satın alma" arasındaki karmaşık dünyasında iki tür bilincin devreye girdiğini açıklamaktadır: "Keşif" ve "değerlendirme" (Rennie, 2020). Kontrolü elde

tutmanın yolunun da “müşteri eşleştirme”, “kitle analizi”, “yeniden pazarlama” ve “site arama” gibi Google araçlarından geçtiği önerilmektedir:

“Bu araç pazarlamacıların offline veya online birinci taraf verilerini kullanarak Google Arama, Gmail, YouTube ve Görüntülü Reklam Ağı üzerinden potansiyel müşterilerine ulaşmalarına ve onlarla etkileşim kurmalarına olanak tanıyor. İsveçli perakendeci Stayhard, geçen yaz Yeniden Pazarlama Kitlelerini kullanarak, daha önce videolarını izleyen etkileşimli kitleyle yeniden bağlantı kurdu ve site trafiğini geçen yıla göre yüzde 55 oranında artırdı” (Coffey, 2020).

Türkiye'deki mobil deneyim oranlarına bakıldığında; akıllı telefon kullanıcılarının oranı yüzde 77, akıllı telefon üzerinden en az bilgisayardan olduğu kadar sık ürün ve hizmet satın alan kullanıcıların oranı ise yüzde 47'dir (*Think with Google*, 2022). Kullanıcılara hızlı, kolay, ulaşılabilir, güvenilebilir ve sürdürülebilir bir mobil deneyimi yaşatmak için daha fazla şirket, web sitesini mobil uyumlu hale getirerek dijital platformlara yatırım yapmaktadır. Türkiye'de tüketicisine mükemmel müşteri deneyimi yaşatan firmalar, her yıl Müşteri Deneyim Endeksi araştırması sonuçlarına göre Şikayetvar tarafından ödüllendirilmektedir (DHA, 09. 03. 2022). Haziran 2015 yılında açılan *Think with Google TR* Twitter hesabında, oyun dünyasındaki güncel gelişmelerden Google arama verilerine kadar her türlü içeriğe yer verilmektedir.

Diğer açıdan tıpkı Facebook gibi Google da reklamcılık ajansı olarak görülümekte, özellikle de ekonomi politiği kullanıcı bilgilerinin metalaştırılarak reklam ajanslarına satması sebebiyle eleştirilmektedir. Google, kullanıcılarının verileri ve aktivitelerinin ekonomik denetimini sağladığı ve bu sayede kullanıcılarını metalaştırdığı, sömürdüğü ve gelir oluşturmak adına kullanıcıları ve verilerini internet üreten tüketici metası olarak reklamcı müşterilerine sattığı iddiasıyla eleştirilmektedir (Fuchs, 2017, s. 73-74). Google, Facebook ya da Twitter, kusursuz kullanıcı deneyimi imajı çizmelerinin yanı sıra dev medya şirketleridir. Dolayısıyla kusursuzluğun da bir pazarlama tekniği olarak kullanımı şirketlerden bireylere değin, ağların bütününe yayılmıştır. Bu oyalamaca içinde ücretsiz uygulama ve hizmetlerin karşılığında da kullanıcıların gönüllü emek, zaman ve dikkatinin sömürüldüğü tartışılmaktadır.

Fuchs (2020)'ün yorumuna göre; çevrimiçi arama reklamcılığında en büyük paya sahip Google ya da Facebook'u haberleşme şirketleri olarak değil, dünyanın en büyük reklam ajansları olarak görmek gerekmektedir. Kullanıcılarının ilgileri, faaliyetleri, iletişimleri, ağları ve işbirliklerini ekonomik olarak gözetlenmek sureti ve hedefli reklamcılık yoluyla sattığını dile getirmektedir. Fuchs, Google'ın ağ oluşturmuş üretici güçlerin sosyalleşmesini geliştirirken bunu kullanıcıları sömürmek için yıkıcı güçler olarak kullandığını, ayrıca gizlilik sorunları için hassasiyet göstermediğini de öne sürmektedir. Dikkat ve görünürlüğü merkeze koyan ve katılımcı olmadığını iddia ettiği sosyal medyaya büyük firmaların hakim olmasını, bu sömürünün gerekçesi olarak açıklamaktadır. *Think with Google*'daki gibi övgü yazıları, pazarlama stratejileri, işletme guruları ya da eleştirel olmayan akademisyen görüşlerinin sosyal medyanın kapitalist yönlerini gölgelediğinin de altını çizmektedir. Fuchs'a göre, şirketleşmiş sosyal medya, kullanıcılarının karşılığı ödenmemiş emeklerini reklamcılara meta olarak satılmasını sağlamakta, reklamcılık, ekonomik gözetim ve sermaye birikimi hedeflemektedir (219-262).

Görüldüğü üzere sömürü mekanizmaları, eğlence, gösteriş ve oyun mantığıyla dijital ortamlara sokulmakta, sosyal medya küresel boyutta, kusursuz bir deneyim alanı kılıfıyla pazarlamaktadır. Sadece Google ve Facebook değil, Twitter, YouTube, Instagram, Weibo, LinkedIn, Pinterest, WhatsApp gibi platformların da sermaye birikim modellerinin -öyle görünmeseler- de sömürü ve tahakküm ilişkileriyle yürüdüğü iddia edilmektedir (Fuchs, 2020, s. 352-353):

“Twitter'ın sermaye birikim modeli üç mekanizma kullanır: Sponsorlu *twee*ler, sponsorlu eğilimler, sponsorlu hesaplar. Sponsorlu hesaplar özellikle hedefli kullanıcı grupları tarafından yürütülen aramalar için arama sonuç listesinin en tepesinde beliren reklamcılık *twee*leridir. ...

Twitter, ekonomik olarak güçlü aktörlerin sıradan kullanıcılar üzerinde daha fazla ayrıcalığa sahip olduğu sınıf yapılı bir dikkat ekonomisi geliştirebilir. Eğer büyük bir reklam bütçesine sahip büyük bir şirketseniz, sizin için Twitter'da dikkat satın almak kolaydır. ...

Twitter kullanıcıları ücretsiz çalışır, daha sonra belirli kullanıcı gruplarına reklam olarak hedeflenerek reklamcılara meta olarak satılacak *tweet* ve günlük verisi oluşturularak artı değer oluştururlar" (Fuchs, 2020, s. 352-353).

Böylece sermaye birikimi sosyal ağlara gönüllü içerik üreten ve karşılığında kusursuzluk simülasyonu ile ödüllendirilen kullanıcılar tarafından gerçekleştirilmektedir. Başka bir deyişle iddia edilen ücretsiz emek ile kazanç arasındaki uçurum kusursuzca yapılandırılmıştır. Kullanıcıların bu platformların gönüllü dijital emekçisi olması sosyal medyanın hegemonik yapılanışının da bir göstergesi sayılmaktadır. İnternet, sosyal sermayeye dayalı yeni bir hegemonya türünün ortaya çıkışını kolaylaştırmış; Instagram ve Whatsapp'ı satın alarak genişleyen Facebook gibi şirketler Web 2.0'in hegemonik bir güç merkezi olarak işlev görmüştür (Neudert, 2016, s. 57-58). Sonuç olarak kullanıcılar da bir yandan markaların dijital rekabet ortamında gelirlerini arttırmak amacıyla kusursuz deneyimin faileri olarak yüceltilirken diğer yandan da bu tahakküm araçlarında kendilerini sergileyerek edilgenleştirilmektedirler.

## 5. Sonuç

Kültürel dönüşümün baş döndürücü bir hızla ilerlediği sosyal medyada kusursuzluk simülasyonu yaşanmaktadır. Metroda, otobüste, parkta, yürürken, koşarken, direksiyon başında, maçta, sofrada, plajda ya da günbatımında her an çevrimiçi olan insanlar, kusursuzluk idealini gündelik yaşama yansıtmaktadır. Sosyal medya ağları, popüler mekanlarla dolu caddelerde, lüks bir markanın mağazasının önünde ya da bir yoga matının üstünde, zenginlik, güzellik, gençlik, zindelik ve mutluluğunu paylaşan bir kitle yaratmıştır. Genelde gençlerden oluşan ve büyük şehirlerde yaşayan bu kitlenin kadınları günün modasını, üstünde *crop* sutyen, çorap tayt ve spor ayakkabısı, kulağında dizi sıra küpe, göz kapağında kuyruklu *eye-liner*, teninde dövme ya da ellerinde protez tırnaktan oluşan göstergeler şeklinde paylaşmaktadır.

Akıllı cihazlarının ekranlarında WhatsApp gibi uygulamalar açık yürüdüğü için bir gençle kaldırımda çarpışmamak için hizalanmak zorunda kalmak, gündelik yaşama yansıyan yeni bir davranış biçimidir. Sahil yollarında rahat giysileri içinde volta atarken genelde rahatsız olduğu gözlenen yüz ifadeleri, söz konusu Instagram hikayesi olduğunda anında yumuşatılmaktadır. Gerçeği kusursuzlaştıran üç kameralı Iphone telefonlar, güzellik filtreleri, kadrajlama ve sosyal medyanın fantastik paylaşımları sayesinde seri üretilmiş insan tipleri yaratılmıştır. Sosyal ağlarda değişen bir başka pratik de artık bir kullanıcının birden fazla platformda kusursuz profillerle varoluşudur.

Sosyal medyanın eleştirel yaklaşımlar eşliğinde çözümlenmesi, sosyal ağları hegemonik ve hiyerarşik ilişkiler minvalinde değerlendirmeyi de olanaklı kılmaktadır. Bourdieu'nun habitus, alan ve sermaye kavramsallaştırması, Fuchs'un sosyal ağların sahibi dev şirketler, sermaye birikimi ve dijital emek vurgusu ile tamamlanmaktadır. Fuchs'un, reklamcılara meta olarak satıldığını iddia ettiği kullanıcıların bedelsiz dijital emeği, sosyal medya platformlarının habitus ve sermaye biçimine göre şekillenmektedir. Örneğin bir Instagram hikayesinde kullandığı aracın amblemini göstererek simgesel sermaye elde etmeye çalışan ya da takipçilerinin niteliği ve sayısına göre sosyal sermayeye sahip olduğunu gösteren kullanıcılar, Instagram'ı Twitter'dan ayıran habitusu gereği, genelde kendi bedenleri üzerinden yetkinliklerini sergileme çabasına girişmektedirler. Öte yandan belirli bir meslek alanında uzmanlaşmış bir profil kültürel sermayesini sosyal medyaya aktarırken, hem habitusu dolayısıyla çevrimiçi örüntüyü etkilemekte, hem de katıldığı ağın habitusundan etkilenmektedir. Hegemonik sosyal ağların içinde bir habitustan diğerine koşan bireyler bu canlandırma oyununa kendilerini o kadar kaptırırlar ki, Bourdieu'nun deyişiyle; suyun dışını görmeyen balıklara dönüşmektedirler. Sosyal onay, konfor ve refahı güvence altına almak ya da yaşamsal sorunlar ve kusurları yok etmeye çalışmak amacıyla, sosyal medyanın sunduğu simülakr evreninde bir nevi plasebo etkisine razı olurlar. Dahası sınıflı toplum yapısının bir izdüşümü neticesinde mikrodan-megaya uzanan

şöhret hiyerarşisinde en yüksek konuma erişmek amacıyla sosyal medya yönetiminde de profesyonelleşirler.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç, sosyal medyadaki kusursuzluk trendinin karamsar ve kötücül bir dünya algısını bertaraf etmesidir. Instagram’ın kusursuz penceresi, iklim değişikliği, salgın hastalıklar, doğal afetler ya da ekonomik kriz gibi art arda gelen felaketlerden kaçılarak sığınılan bir arka bahçe algısı yaratmaktadır. Ağ toplumlarında günün önemli bir bölümünü sosyal medyada geçiren bireyler bu yolla gündelik yaşamı ayrıcalıklı bir hale getirmektedirler. Bu noktada sosyal ağlara olduğu kadar kusursuzluğun göstergelerine de bağlılık duyulup duyulmadığı sorusu akla gelmektedir.

Sözün sonu Baudrillard’a teslim edilecek olunursa, avantajlarını reddetmemekle birlikte sosyal medya, hegemonik ve hiyerarşik bir hipergerçeklikler evreni olarak değerlendirilmektedir. Özgürlük sanrısıyla gönüllü köleliğe teslim olunan bu çevrimiçi ortamlarda, birey ya da makalede geçen adıyla *homo perfectus* kendini ağlara serpiştirmekten başka şey yapamaz hale gelmiştir. Dahası gündelik yaşamı akıllı cihazlar aracılığıyla kolaylaştırırken kusursuz, sonsuz ve akışkan imgelerle dolup taşan ağ toplumları, yerini “avatar toplumları”na bırakmaya hazırlanmaktadır. Bir başka ifadeyle kusursuzluk simülasyonunu, ultra kameralar, filtreler, göstergeler ve sayılarla elde etmeye çalışan insan, şimdi meta-evren vaadi ile bir fildişi kulede yaşamaya özendirilmektedir. Metaevren, gündelik yaşamı tamamen ekrana taşıyan dev şirketlerin yatırımlarıyla büyürken, dikkatin ve emeğin sonuna kadar emileceği ve daha çok kişisel verinin firmalara satılacağı dillendirilen bu ütopyik (belki de distopyik) evrende Facebook, yeni bir sermaye birikimini “Meta” adıyla duyurdu. Kaldı ki gündelik yaşamın sanal dünyalarla “kusursuz” birleşimi olarak anılan metaevren, bu çalışmada vurgulanan çevrimiçi sosyal ağlardaki kusursuzluk fenomeninin sanki henüz bir fragman olduğu iddiasıyla köpürtülmektedir. Metaevren ile ilgili bilgi kirliliği de yabana atılmadan düşünüldüğünde, kusursuz bir gerçeklik olarak pazarlanmasının gölgeleyeceği ya da gün ışığına çıkartacağı asıl gerçekler ise yeni tartışmaların konusunu oluşturacaktır.

## 6. Extended Abstract

The global and yearly increasing usage of social media has subjected a change on daily life, and the phenomenon of flawlessness has gained cultural momentum. Social media plays a triggering role on flawlessness being a 24/7 daily life practice. A flawless life that is filled with ideals like success, happiness, self confidence, courage and beauty has become a goal on social media platforms. The authenticity of flawless posts on social networks are not questioned, these types of posts are rewarded with likes, praise, prestige, celebrity status. Perfect bodies are displayed on Instagram, perfect careers on LinkedIn, perfect dance shows on TikTok, perfect tweets on Twitter or perfect videos on YouTube. Flawlessness, a fixed indicator on different social media platforms, crosses over from the online world and reflects on daily life. Users who have social media with unlimited internet carry the ideal of flawlessness everywhere, on the street, at home, behind the wheel, in bed, or on the stop.

Individuals challenge smart mobile devices, unlimited access to the internet, social networks, innovational apps, and the perfect user experience claims by social media corporations, with flawless posts. In an age where cultural and emotional corruption keeps increasing, contagious illnesses bring psychological issues like fear and uncertainty. People who are gripped by economic bottlenecks, and exposed to fake, distorted news and post-truth statements are abandoned a little more each day with climate, food and energy crises. Furthermore, it is to be remembered that the real danger in the digital world, by Poster’s perspective, is not the new way of consumption or free time settings, it is building a new identity and culture. A simulational culture and virtual identities being created by an indicator system, pulls individuals away from daily life by isolating them from the real world and its problems, taking them to the cyber world and alienating them. It is thought that the ideal of flawlessness is being imposed to masses on online environments for this purpose. flawlessness is virtually mythicized on social media. Consequently, an individual that loses their own being in a world where reality does not exist, keeps on building their identity with indicator systems.

In this study on social media usage as a daily life practice, defined by Castells as “network society”, the focus is on the phenomenon of flawlessness. In this sense, the phenomenon of flawlessness has been

examined in the conceptual and abstract context. As part of the study, the concepts web, self and flawlessness have been mentioned primarily. "Super beings" in the hyperreality universe created by social webs have been expressed by the "homo-perfectus" irony. In the next part, Google's, which adapts the ideal of flawlessness to the marketing field, "Masterful Mobile Web" (flawless user experience) app is included. How "social" social webs are, in light of Fuchs's opinions, has been discussed, and the fact that the platforms that take their users' digital labour and sell it to advertisers as meta are owned by big corporations, has been stressed. In other words, it has been tried to express that flawlessness is being used as a marketing technique, and social media users have comprehended flawlessness as a lifestyle. While people market themselves on social media like a perfect product, using their content they have produced for free, social media corporations' funds and gains have been put in question. Also the fact that users' digital labour is based on volunteering shows that social media is structured in hegemonia, which has also been put on display.

Social webs have their own habitus and capital shapes, and the desire to have symbolic, cultural and economic capital is realized with flawless posts. For example, the habitus particular to Pinterest has boards that stand out with subjects like art, aesthetics and design which are perfectly up for display for likes. Another example that has its own digital habitus is Instagram, in which flawlessness is shown with bodies, relationships, families, houses or careers. Generally, symbolic capital for women is tried to acquire with a thin, fit and sexy" body, a pretty face, trademark clothing and a luxurious life. The way to achieve cultural and economic funding on YouTube or Instagram is to have a content creator account based on popular topics like health, food, sports and self improvement, and to post videos, live streams, host seminars or lectures.

In conclusion, the flawlessness simulation is thought to shadow the problems, doubts, and mediocrity of real life and users are turned to this hyperreality's players, in order to gain different capitals like social approval, status, glory and wealth. At this point, the sustainability of the positive life promised by social networks in a chaotic world seems to depend on the success of metaverse. How perfectly metaverse and avatar identities are marketed today is a different matter of discussion.

**Keywords:** Social Media, neTwork Society, Self, Cultural Change, Flawlessness.

### Kaynakça

- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Oğuz Adanır, Çev.). (6. Bs.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2018). *İmkansız Takas*. Ayşegül Sönmezay (Çev.). 3. Bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite*. Sinan Okan Çavuş (Çev.). İstanbul: Can Yayınları.
- Bourdieu, P. (2014). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. Nazlı Ökten (Çev.). 7. Bs. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Boyd D. M. & Ellison N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210-230.
- Burns, D. D. (1980). The perfectionist's script for self-defeat. *Psychology Today*, 14(6), 34-52.
- Cassells, S. & Demidova, O. (2019). How the mobile masters can help you drive conversions. *Think with Google*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-145/marketing-strategies/app-and-mobile/how-mobile-masters-can-help-you-drive-conversions/>, (Accessed: 20 February 2022).
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür – Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*. (Ebru Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2001). *The Information Age: Economy, Society and Culture, End of Millenium*. New York: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2020). *İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler*. Tuğba Asrak (Haz.). Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Coffey, P. (2020). Consumer behaviours are changing: 3 ways first party data can help you stay on top. *Think with Google*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-145/marketing-strategies/data-and-measurement/how-first-party-data-can-help-/>, (Accessed: 20 February 2022).

Curran, T. & Hill, A. P. (2019). Perfectionism Is Increasing Over Time: A Meta-Analysis of Birth Cohort Differences from 1989 to 2016. *American Psychological Association*, Vol. 145, No. 4, 410 – 429. <http://dx.doi.org/10.1037/bul0000138>, (Accessed:12 March 2022).

Çepikkurt, F., Ayaz, Y. S., Ada, E. N. & Kızıldağ Kale, E. (2020). Investigation of Physical Appearance Perfectionism and Social-Physical Anxiety in College Students. *International Journal of Recreation and Sports Science*, 4(1), 55-64, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1261683> (Accessed:12 March 2022).

DHA, 09. 03. 2022. Şikayetvar 'kusursuz müşteri deneyimi yaşatan' 96 markayı ödüllendirdi. *Demirören Haber Ajansı*. <https://www.dha.com.tr/ekonomi/sikayetvar-kusursuz-musteri-deneyimi-yasatan-96-markayi-odullendirdi-2035618>, (Erişim Tarihi: 01 Mart 2022).

Frost, R. O., Marten, P., Lahart, C. & Rosenblate, R. (1990). The Dimensional of Perfectionism. *Cognitive Therapy and Research*, 14 (5), 449-468.

Fuchs, C. (2017). Google Kapitalizmi. Filiz Aydoğan Boschele (Ed.). Çağla Çavuşoğlu (Çev.). *İçinde Yeni Medya Kuramları*. İstanbul: Der Yayınları, 71-83.

Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. (Diyar Saraçoğlu & Kalaycı İlker (Çev.)). 2. Bs. İstanbul: NoteBene Bilişim.

Fukuyama, F. (2009). *Büyük Çözüm: İnsan Doğası ve Toplumsal Düzenin Oluşturulması*. Hasan Kaya (Çev.). 2. Bs. İstanbul: Profil Yayıncılık.

Giddens & Sutton, (2020). *Sosyolojide Yeni Kavramlar*. Ali Esgin (Haz. ve Çev.). 4.Bs. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Goffman E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Barış Cezar (Çev.). 3. Bs. İstanbul: Metis Yayınları.

Güvenç, B. (2010). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Boyut Yayınları.

Güzel, E. (2016). "Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus". *Gümüşhane İletişim Fakültesi Dergisi*. Gümüşhane, 4 (1): 82-103.

Güzel, E. (2019). *Eşitlikteki Çocuk #tween*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.

Hewitt, P. L., & Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 456–470.

Marwick, A. E. & Boyd, D. (2011). "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience". *New Media and Society*, 13 (1): 114-133.

Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

Netchitailova, E. (2017). "Postmodern Gerçeklikler". *İçinde Yeni Medya Kuramları*. Filiz Aydoğan Boschele (Çev. ve Ed.). İstanbul: Der Yayınları, 111-130.

Neudert, L. M. (2016). The Internet as a Hegemonic Locus of Power: On the Case of Facebook Facebook Hegemon. *Gnovis Journal*, 17 (1), 47-61. [https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/1043003/20170113\\_gnovis\\_facebook%20hegemon.pdf?sequence=1](https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/1043003/20170113_gnovis_facebook%20hegemon.pdf?sequence=1), (Accessed: 01 April 2022).

Norman, D. A. (1988). *The Design of Everyday Things*. Cambridge, MA: The MIT Press.

PaBmann, J., Boeschoten, T. & Schafer, M. T. (2016). İyi Laf Yapmak: Twitter'da Retweet Kartelleri ve Hediye Ekonomisi. (K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann Der.). *İçinde Twitter ve Toplum* (435-450). İstanbul: Kafka Yayıncılık.

Poster, M. (2017). "Flaneur, Aylak ve Empatik İşçi". *İçinde Yeni Medya Kuramları*. Filiz Aydoğan Boschele (Ed.). Ömer Aydınlioğlu (Çev.). İstanbul: Der Yayınları, 1-19.

Rennie, A. (2020). How people decide what to buy lies in the 'messy middle' of the purchase journey. Think with Google. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/tr-tr/icgoruler/tuketici-yolculugu/satin-alma-aliskanliklari-ve-karar-verme-asamasi/>, (Accessed: 20 February 2022).

Schutz, A. (1978). Phenomenology and Social Sciences, in *Phenomenology and Sociology*. T. Luckmann (Ed.). NY: Penguin Books.

Think with Google (2022). [https://masterfulmobile.withgoogle.com/intl/tr\\_tr/](https://masterfulmobile.withgoogle.com/intl/tr_tr/), (Accessed: 25 March 2022).

Thompson, J. B. (2008). *Medya ve Modernite*. Serdar Öztürk (Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Toprak, A., Yıldırım, A., Eser, A., Binark, M., Börekçi, S. & Çomu, T. (2014). *Toplumsal Paylaşım Ağları Facebook: "görülüyorum öyleyse varım!".* 2 Bs. İstanbul: Kalkedon.

Twenge, J. M. & Campbell, W. K. (2015). *Asrın vebası: Narsisizm İleti.* O Korkmaz (Çev.). 3. Bs. İstanbul: Kaknüs.

We are social (2020). Digital in 2020. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>, (Accessed: 20.February 2022).

Zeran, J. (2012). *Gelecekteki İkel.* Cemal Atilla (Çev.). 4. Bs. İstanbul: Kaos Yayınları.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Determination of Digital Density Efficiency by Data Envelopment Analysis: EU Member States

Esra Gökçen KAYGISIZ\* 

## ABSTRACT

This study aims to determine the digital intensity levels, which are an indicator of the digital transformation performance of the countries. With this scope, the digital intensity efficiency levels of the European Union member countries were calculated by data envelopment analysis (DEA). The input-oriented Charnes Cooper and Rhodes (CCR-O) Model has been used to determine the digital intensity of the countries. The input criteria of the DEA model were obtained from the digital skills data in The Digital Economy and Society Index-2021 (DESI), and the output criteria were obtained from the digital intensity data of the same index. Digital content creation communication and collaboration, online information and communication, information and data literacy, problem-solving, and safety skills are input criteria for digital skills. Very low, low, high, and very high data were used as output criteria for digital intensity. According to the findings, Hungary, Spain, Slovakia, and Ireland are not at the full efficiency level. It is also stated in the study that input variables should be directed to reach the full efficiency level of the countries that are not at the full efficiency level. Accordingly, it was observed that Hungary, Spain, Ireland and Slovakia are not at the full productivity level. It can be said that these countries have digital skills but their digital intensity is not high. In this respect, it can be concluded that they do not make use of these skills sufficiently.

**Keywords:** Digital Skills, Digital Intensity, DESI, EU Member States

## Veri Zarflama Analizi ile Dijital Yoğunluk Etkinliğinin Belirlenmesi: AB Ülkeleri

### ÖZ

Bu çalışma ülkelerin dijital dönüşüm başarımının bir göstergesi olan dijital yoğunluk düzeylerinin belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Avrupa Birliği üye ülkelerin dijital yoğunluk etkinlik seviyeleri veri zarflama analizi (VZA) ile hesaplanmıştır. Ülkelerin dijital yoğunluk etkinlik düzeylerinin tespit edilmesinde çıktı odaklı Charnes Cooper ve Rhodes (CCR) Modeli kullanılmıştır. VZA modelinin girdi kriterleri Dijital Ekonomi ve Toplum İndeksi-2021 (DESI) içinde yer alan dijital beceriler veri setinden, çıktı kriterleri ise aynı indeksin işletmeler için dijital yoğunluk veri setinden elde edilmiştir. İletişim ve işbirliği, enformasyon ve veri okuryazarlığı, problem çözme, dijital içerik yaratma, güvenlik ve çevrimiçi bilgi ve iletişim becerileri girdi kriterleri olarak kullanılmıştır. Çok düşük, düşük, yüksek ve çok yüksek çıktı kriterleri olarak kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre Macaristan, İspanya, Slovakya ve İrlanda'nın tam etkinlik düzeyinde olmadıkları söylenebilir. Tam etkinlik düzeyinde olmayan ülkelerin tam etkinlik düzeyine ulaşabilmek için hangi girdi değişkenlerine yönelmeleri gerektiği çalışmada ayrıca belirtilmektedir. Bu doğrultuda Hungary, Spain, Ireland ve Slovakia'nın tam verimlilik düzeyinde olmadıkları görülmüştür. Bu ülkelerin dijital becerilere sahip oldukları ancak dijital yoğunluklarının yüksek olmadığı söylenebilir. Bu doğrultuda söz konusu ülkelerin dijital becerilerden yeterince yararlanamadıkları sonucuna varılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Beceri, Dijital Yoğunluk, DESI, AB Üye Ülkeleri

### 1. Introduction

Information and communication technologies (ICT) have led to advancements in this era and caused digitalism. Digitization has led businesses and countries to invest in technology and use these investments effectively. To extent to which businesses include technologies such as customer relationship management and Enterprise Resource Planning software, complex website management, artificial intelligence, cloud computing, and the things of internet, which are among today's common technologies, is called Digital Intensity (DI).

DI is related to the technology usage capacity of a business or country, and it is essential for the competitiveness of the businesses and the country in which they operate. The higher effectiveness of digital intensity of a business or country indicates the higher the digital competitiveness of that business or country. But digital investments are not only enough for high DI effectiveness levels. So individual's technology usage and adaptability capacity are critical to achieving the targeted DI level. Therefore, it can be said that DI activity is related to effectively using individuals' digital skills.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, esra.kaygisiz@giresun.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 02.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.11.2022



The term DS means the skills of individuals in basic information literacy, software, hardware, and network. It is the usage of information technologies in the context of working, learning, social networking, and amusement in a confident, creative and critical usage (Ferrari et al., 2012). They refer to abilities such as using technology effectively, constant communication with customers and employees and being close to customers to gain a competitive advantage through differentiation (Toduk, 2014). DS is essential for employees to add value to the organizations they work for and to adapt to the digital transformation in the organization quickly. Additionally, the high DS level of the employees accelerates the digital transformation of the enterprises as it will make it easier for them to adapt changing that come with the transformation and increase the organization's competitiveness. Without DS, a country's transformation into a digital economy will remain a remote possibility (Maji & Laha, 2021). So DS is not essential for organizations to develop but also crucial in a digital world of industry and digital society (OECD, 2020).

This study aims to evaluate the digital intensity efficiency of EU member states with the DEA analysis. The input-oriented Charnes Cooper and Rhodes (CCR-O) Model has been used to determine the digital intensity of the EU states. Online information and communication skills; basic information and data literacy skills; basic communication and collaboration skills, and basic digital content creation skills are used as inputs of DS. The very low, low, high, and very high are used as the outputs of DI. The input and output datasets were gained from The Digital Economy and Society Index (DESI) that the EU published in 2021.

## 2. Conceptual Framework

### 2.1. Digital Skills

It is known as digitalization has constantly been changing in recent years, and these changes have a driving power in every sector. Therefore, qualified persons are needed to keep up with this change created by ICT, to use, develop, update and benefit from its services. Fast and widespread digitalization has transformed countries, organizations, and especially individuals by making DS a critical attribute for the current workforce with new skills that are called DS.

In other words, as digitalization influences, all stages of humanity and business, an employee with DS is required at all levels of an organization (Leahy & Dolan, 2014). As Westerman (2016) pointed out, "digital transformation needs a heart" and a vast majority of all jobs require at least DS on a fundamental level (Kane et al., 2015; Blount et al., 2016; Kluzer et al., 2020). DS provides businesses to be effective and efficient at R&D, marketing, sales, and distribution channels, enabling them to have an advantage over innovative competitors for quality, speed, and cost before, during, and after the production process (Schwab, 2017) and they drive organizations' competitiveness and innovation capacity (Van Laar, 2019). For that reason, individuals' DS in information and communication technology and their adaptation to technological developments in the businesses they work and in the societies in which they exist are of strategic importance for the economic and social growth of the countries. Also, the absence of DS can severely impact national production and the capability to innovate and adopt new technologies (Said, 2021). So DS is required at different levels for each individual, regardless of demographic characteristics, whether they are ICT professionals or not. They are also crucial in obtaining technology investments' expected benefit and efficiency.

DS subject is a new subject of academic literature, so the number of academic studies is limited. But the subject is interesting for international organizations, so some reports are based on international comparisons. The summary of these reports is below.

**Table 1.** Definitions of Digital Skills

Source	Skills
Ecorys UK (2016) Digital skills for the UK economy	Basic digital literacy skills, DS for the general workforce, DS for the ICT professions.
UNESCO Broadband Commission for Sustainable Development (2017) DigComp 2.1 (2017) (The Digital Competence Framework for Citizens-EU)	Basic functional skills, Generic DS, Higher level skills Information and data literacy; communication and collaboration; digital content creation; safety; problem-solving
OECD Skills Outlook 2019	Basic DS for citizens, e-business skills for entrepreneurs, professional DS for jobs in the technology sector, advanced DS for engineers, DS for policymakers and civil servants.
McKinsey The Future of Our Now (2020)	Technological skills, digital citizen skills, classical skills
PIAAC (2021) (Survey of Adult Skills)	Information-processing skills, literacy, numeracy, and problem-solving,
CEDEFOP (2021) (The European Skills and Jobs Survey)	Basic, moderate, and advanced skills
DESI (2021) (The Digital Economy and Society Index)	Basic skills; online information and communication; information and data literacy; communication and collaboration; digital content creation; safety, software domain, and problem-solving skills

Source: Created by the author

As seen from Table 1, the term "DS" is negotiable because measuring the skill is a combination of arduous and complex processes. These frameworks and indexes classify DS to usage levels as academic studies. For example, Wedlake et al. (2019) categorize the DS as communication, creation, gateway, information, online living, privacy and security skills with device ownership, and lifelong learning. According to Motyl et al. (2017), DS consists of all technology-linked skills, from main skills for all employees to special skills for ICT professionals. Van Laar et al. (2017) describe DS as a core that is technic, communication, teamwork, critical thinking, problem-solving, creativity skills, and conceptual that are ethical and cultural awareness, resilience, self-control, and lifelong learning. Also, each of these skills mentions the transfer of knowledge, mental and functional skills, and social and behavioral factors consisting of approaches, feelings, senses, views, and wishes (Ilomäki et al., 2011). Cunningham et al. (2022) classify DS as *basic* (usage of automated devices, sending-receiving e-mail, preparing for digital presentations, using basic spreadsheet functions, searching, managing, and storing digital and content), *intermediate* (using software for analytics, accounting, project management, marketing, social media, and big data analytics, web, and graphic design), and *advanced* (computer programming, cloud computing, managing network, AI, data science, cyber security, web development, search engine optimization) levels.

In line with these views, basic skills are considered fundamental to having DS. In the digital age, it is expected that everybody must have the basic skills required for daily life and employability routines. Concept also means the widely available and familiar technology applications. However, it should be noted that basic skills may change with the development of ICT. For example, twenty years ago, creating a website or using spreadsheets had been accepted as advanced skills, and their importance levels were very high but today, these skills are accepted as only basic skills. Also, traditional industries increasingly using digital technologies across different occupational categories will require new DS (Bashir & Miyamoto, 2020). So that with the development of ICT, different DS should be born, the importance-level of skills is changing and should change, and some of today's skills should die. Employees with a variety of digital competence and highly specialized degrees will require for both ICT and emerging ICT-intensive sectors, and it is a determinant of digital intensity.

DS is one of the main pillars of business strategy in increasing the competitiveness of employees by using ICT to access information and increase efficiency in business processes. It is about both using digital technologies and conveying to businesses what they need to know to handle the challenges and use the opportunities of the digital age (Friederici, 2022). It is also a person's competence determinant in applying ICT. Employees with DS will have a higher potential to adopt new technologies in the manufacturing sector (Marinas et al., 2021). DS is effective in 33% of digital transformation (Corejova & Chinoracky, 2021). So, the DS of the 21st century is the proficiency of ICT to deal with analytical and emotional tasks in organizations (Claro et al., 2012).

The increment in DS is significant for the economies of businesses and countries. For this reason, the national DS rising strategy is urgently need for improved labor participation, international competitiveness, female empowerment, and inclusive and fair access to digital economy gains (Chetty et al., 2017).

Thriving in e-business intensity, employees need DS, and businesses need digital-skilled employees. The skilled women workforce is essential to gain a competitive advantage for businesses and countries. Because according to The Gender Skills Gap Report 2021, women have less DS than men, and gender gaps are more likely in fields that require disruptive DS (Global Gender Gap, 2021). Men are four times more likely than women to know computer programming, and they are 25% times more likely to know how to use digital technology for essential purposes (UNESCO, 2019). The rate of women in the cloud-computing workforce is 14%, engineering is 20%, and data and AI-based workforce is 32% (WEF, 2021). With this view, OECD (2019) says that women work in more ICT task-intensive jobs, on average than men in most OECD countries. Therefore, when women's ICT skills increase, they will quickly adapt to these professions and be productive.

## 2.2. Digital Intensity

Digital intensity (DI) explains the relationship between the advanced usage of digital technologies and higher productivity. It is a measure to describe the ratio of digital applications and devices used in the routine to the entire applications and devices used in the routine (Gaskin et al., 2012) but measuring it is challenging because digitalization is a complex process and multifaceted phenomenon (Liu, 2021). It combines digital technologies with products, services, and processes to increase industrial and economic performance, gain a competitive advantage from existing resources, and reach extra capacity (Koch & Windsperger, 2017; Tamannum, 2021). It is assessed based on the technological components of digitalization, the human capital required to embed technology in production, and how digital technology impacts how businesses interface with the market (OECD, 2018). Their high DI determines the characteristics of digital businesses, which develop business activities, make different business models, and produce expansion and activities (Herman, 2022).

DI is also a measure of how much an organization invests in digital innovations. It identifies and explores how many digital opportunities businesses have identified and explored and also shows the community's skills to link rising and developing technologies (Nwankpa & Datta, 2017). DI has a tremendously positive effect on digital transformation, and technology-based acquisitions and digital investments have a highly positive effect on digital intensity (Mucha & Seppälä, 2021). DI provides communities and businesses with the necessary framework and potential to tap into to address the differences brought on by digital transformation and increase their efficiency. The degree of DI can illustrate how a state can mount and completely implement digital resorts into its activities (Datta & Nwankpa, 2021). However, DS changes and diversifies as the digital densities of businesses and countries increase in parallel with ICT. Therefore, ICT is driving an attractive force in the relationship between DS and DI.

## 2.3. The Digital Economy and Society Index

DESI measures the DS and DI of EU member states by indicators since 2014. Generally, DESI outlines significant indicators of EU member states' digital performance. It tracks their transformation across connectedness, human capital, internet use, digital technology integration, and automated public services dimensions (DESI, 2021). These dimensions are as follows;

*Connectivity* evaluates the distribution of broadband framework and capacity by fixed and mobile ADSL, broadband speed, and prices.

*Human Capital* measures the skills needed to adapt to the innovations brought by digital technology by internet users' skills, advanced skills, and development. DS is a sub-dimension of human capital and measures the skills required to be valuable possibilities suggested by digital society (Kamberidou & Pascall, 2020).

*Use of internet* describes various online actions, such as using online content.

*Integration of digital technology* calculates businesses' digitalization and e-commerce capacities.

*Digital public services* measure electronic administration, e-government, and public health.

Telecom sector, broadband take-up and coverage, broadband speeds and prices, mobile market, internet usage, audiovisual & media content, take-up of internet services, e-government, e-commerce, e-business, women in digital, ICT specialist, e-health, security and privacy, ICT sector, EU research and development programs, background variables, discontinued indicators and DS are the indicators that are divided into thematic groups that show some of the five critical dimensions of DESI. These indicators compare progress between European countries, and multiple interactive charts support states to check themselves (DESI, 2021).

DESI was used in some studies, especially for benchmarking the capabilities of countries. But they generally compare countries according to DESI dimensions or GDP per capita in EU economies (Vyshnevskiy et al., 2020; Parra et al., 2021; Yalçın, 2021; Turuk, 2021). Kiseľáková et al. (2021) examined the internet density of Hungary, Poland, the Czech Republic, and Slovakia. They found that Hungary, Poland, and Slovakia had the minimum intensity rates of digital technology; the human capital and connectivity dimensions are the frequently expressed dimensions of the DESI in these states (Kiseľáková et al. (2021). Chaaben & Mansouri (2017) used the i-DESI index for Tunisia to compare EU countries with the same indicators of DESI and measured the level of economic, digital, and social development of Tunisia. They found a score of 0.39 which shows that Tunisia is digitally poor performed comparing to the average of the EU member states (Chaaben & Mansouri (2017). Bánhidi et al. compared the Digital Economy in Russia with common-weights DEA models by DESI. According to this study, Russia is part of the last third of EU countries in digital intensity (Bánhidi et al., 2019).

### 3. Methodology

#### 3.1. Units of Analysis

This research aims to establish the effectiveness of digital intensity in countries. The EU full member states are the sample of this research. Because their datasets about DS and DI are accessible. The 27 countries have been determined as decision-making units (DMU). The tables of the digital capabilities of these countries for 2021 were used to determine the digital intensity levels of 2021

Input and output criteria are selected from DESI 2021 index. Input criteria are indicators of DS indicator group. Below are indicators showing the capacity of the technological adaption of individuals between 16-74.

*Communication and collaboration skills* refer to communicating over the internet via e-mail, video calling, messaging, social networks, conveying political and personal opinions, and taking part in online consultations.

*Information and data literacy skills* involve reading online news sites, newspapers, or news magazines, verifying the information and resources written in these channels, and searching for health information.

*Problem-solving skills* indicate downloading and installing applications; changing the application's settings or device; online purchases in the past year; online learning resources used; use of internet banking, including capabilities for job search or job submission.

*Digital content creation skills* involve using a word processor and spreadsheet software; editing photo, video, or audio files; copying or moving files across folders, devices, or the cloud; creating files containing text, images, tables, charts, animations, or sound; editing, analyzing, structuring dataset, and writing code in a programming language.

*Safety skills* mean being able to check the website's safety, read and understand privacy statements, restrict access to current geolocation, limit access to profiles or content on social networking sites, refuse to allow the use of personal data for advertising purposes, prevent cookies, and change internet browser settings.

*Online information and communication skills* include a minimum of one variable from the information and data literacy and communication and collaboration skills.

Output criteria are one of the indicators called DI score for Enterprises of the e-business indicator group. As an output criteria DI indicator that is about how many of the technologies as using ERP and

CRM software, having a website, having a website with some complex functions, supplying a portable device to at least 20% of its employees, persons employed, which were provided a portable device by their employer, using two or more social media, using and buying sophisticated or intermediate cloud computing services, using AI technologies are used by enterprises (Leogrande et al., 2022). Regarding the number of uses of these technologies by businesses, countries were graded according to four clusters. Their digital intensity is calculated as very low (scores 0-3), low (scores 4-6), high (scores 7-9), and very high (scores 10-12) (DESI, 2021).

### 3.2. Data Envelopment Analysis

In this study, Data Envelopment Analysis is used to calculate efficiency values based on inputs and outputs and output-oriented DEA was preferred. DEA is a non-parametric mathematical programming method that provides information about the relative efficiency of decision-making units (Polat et al., 2022). The main reason for this preference is to ensure maximum output in determining the digital intensity activities of countries. Output-oriented CCR analysis (Charnes Cooper and Rhodes) aims to maximize the ratio of outputs to inputs (Kara, 2022). In addition, weighted data are used in calculations (Charnes et al., 1978).

The objective function of the output-oriented CCR model is in Equation 1, and the Dual model is in Equation 2.

$$\min e_k = \sum_{i=1}^m v_i x_{ik} \tag{1}$$

$$\sum_{i=1}^m v_i x_{ij} - \sum_{r=1}^s u_r y_{rj} \geq 0 \quad j = 1, \dots, n$$

$$\sum_{r=1}^s u_r y_{rk} = 0$$

$$u_r, v_i \geq 0; \quad r = 1, \dots, s; \quad i = 1, \dots, m$$

$$\text{Max } Z_k \tag{2}$$

$$\sum_{j=1}^n \varphi_{jk} x_{ij} - x_{ik} \leq 0$$

$$z_k y_{rk} - \sum_{r=1}^s \varphi_{jk} y_{rj} - x_{ik} \leq 0$$

$$\varphi_{jk} \geq 0; \quad r = 1, \dots, s; \quad i = 1, \dots, m; \quad j = 1, \dots, n$$

Six input and four output variables were used to calculate the digital density efficiency level of the countries. The indices and parameters of the DEA model are as follows:

Indices:

i	Digital skills input	i = 1, ..., m (m=6)
r	Digital intensity output	r = 1, ..., s (s=4)
j	Countries	j = 1, 2, ..., n (n=27)

Parameters:

$v_i$  : "i" weight given to Digital skills input.

$u_r$  : "r" weight given to Digital intensity output.

$x_{ik}$  : "k" score of the "i" Digital skills input of the decision unit.

$y_{rk}$  : "k" score of the "r" Digital intensity output of the decision unit.

$v_i x_{ij}$  : "j" Countries weighted input score.

$u_r y_{rj}$  : "j" Countries weighted output score.

### 3.3. Results

To determine the DI efficiency of the countries, a DEA model was created based on the DS of individuals. The input variables of the DEA model were determined as individuals' digital abilities, and the output variables were accepted as the digital intensity scores of the countries. The output-oriented CCR model was applied in the empirical research. The features of the CCR-O model are in Table 2.

**Table 2.** Features of the DEA Model

Model Features	
Model Name	Efficiency analysis of DS on e-businesses' digital intensity (EU Member States)
Model Type	CCR-O
Model Orientation	Output-Oriented
Model Efficiency Type	Tech
Model RTS	Constant
Model Description	The Charnes Cooper and Rhodes Model is called CCR.

The raw data of the input and output variables in the DEA model are in Table 3. The input variables are; online information and communication skills (I1), information and data literacy skills (I2), communication and collaboration skills (I3), digital content creation skills (I4), safety skills (I5), and problem-solving skills (I6). The output variables are: Very low (O1), low (O2), high (O3), and very high (O4). The data of the input variables were obtained from the DS Indicator group of DESI. The data of the output variables were obtained from the e-Business Indicator group of DESI.

**Table 3.** Raw Data of Inputs and Outputs

DMU Name	I1	I2	I3	I4	I5	I6	O1	O2	O3	O4
Austria (AT)	1.40	82.10	89.52	72.62	75.53	90.64	34.64	36.88	22.49	5.97
Belgium (BE)	1.87	84.25	90.84	64.16	63.63	93.82	33.69	38.09	25.92	2.28
Bulgaria (BG)	8.63	64.34	72.07	43.29	48.17	64.85	73.91	17.66	7.58	0.83
Cyprus (CY)	5.94	87.74	89.45	61.67	69.65	82.49	33.15	41.07	22.95	2.81
Czechia (CZ)	1.48	87.30	87.27	65.27	74.87	95.07	45.97	33.50	16.92	3.59
Denmark (DK)	0.22	96.70	98.73	72.32	84.37	98.82	20.08	36.71	33.22	9.97
Estonia (EE)	1.44	88.74	88.54	66.19	67.13	95.27	45.20	35.93	16.54	2.31
Finland (FI)	0.55	96.23	96.12	83.43	91.10	98.83	17.78	35.42	36.29	10.49
France (FR)	0.78	82.56	90.33	76.83	75.05	95.26	51.92	34.29	13.04	0.73
Germany (DE)	1.82	75.6	86.02	62.32	65.81	89.09	40.10	34.73	20.90	4.25
Greece (EL)	4.99	75.93	76.08	61.29	59.17	83.55	60.75	22.17	13.98	3.07
Hungary (HU)	4.55	85.38	87.48	57.04	66.10	85.49	64.21	24.05	10.11	1.57
Ireland (IE)	3.26	96.28	98.53	77.20	82.18	95.25	34.91	36.52	23.79	4.76
Italy (IT)	3.95	70.42	78.83	55.06	57.64	82.83	39.19	40.77	17.73	2.298
Latvia (LV)	1.80	86.68	89.11	65.49	64.48	94.38	60.73	25.50	11.87	1.88
Lithuania (LT)	5.42	85.42	84.33	61.84	59.01	88.82	42.20	36.38	17.65	3.75
Luxembourg (LU)	0.76	86.82	95.23	76.8	75.01	93.97	44.93	33.59	19.37	2.09
Malta (MT)	1.42	84.90	86.56	70.47	74.92	89.81	26.87	33.32	30.21	9.59
Netherlands (NL)	0.15	93.67	94.89	81.64	86.68	98.90	23.96	39.41	34.46	2.15
Norway (NO)	0.24	97.94	99.00	85.68	86.37	98.90	22.38	39.41	31.30	6.89
Poland (PL)	5.01	80.66	79.31	55.52	51.59	84.90	58.47	27.10	12.07	2.34
Portugal (PT)	2.87	76.14	80.02	60.86	71.40	83.40	47.10	32.34	17.53	3.012
Romania (RO)	10.79	64.58	81.31	39.30	46.30	59.27	76.53	17.32	5.52	0.61
Slovakia (SK)	2.95	82.90	85.67	70.99	61.58	89.53	55.73	27.71	13.97	2.57
Slovenia (SI)	3.78	85.54	86.26	66.99	57.28	88.75	43.65	31.29	20.31	4.72
Spain (ES)	2.71	87.23	93.20	72.33	76.4	89.28	39.56	35.02	21.95	3.46
Sweden (SE)	0.54	91.52	94.79	75.98	77.04	98.13	13.61	38.96	37.93	9.48

The correlation relationship between the input and output variables used in the DEA model is shown in Table 4. It is seen that the relationship between all input variables and output variables is significant. The correlation relationships are as follows:

- The relation between I1 and O1 is positive, and the relations between I1 and the other outputs are negative. The highest correlation is between I1 and O1 (0.717).
- The relation between I2 and O1 is negative, and the relations between I2 and the other outputs are positive. The highest correlation is between I2 and O1 (- 0.727).
- The relation between I3 and O1 is negative, and the relations between I3 and the other outputs are positive. The highest correlation is between I3 and O1 (- 0.719).
- The relation between I4 and O1 is negative, and the relations between I4 and the other outputs are positive. The highest correlation is between I4 and O1 (- 0.752).

- The relation between I5 and O1 is negative, relations between I5 and the other outputs are positive. The highest correlation is between I5 and O3 (0.788).
- The relation between I6 and O1 is negative, relations between I6 and the other outputs are positive. The highest correlation is between I6 and O1 (- 0.728).

**Table 4.** Correlation Between Variables

Var.	Mean	Std. Dev.	I1	I2	I3	I4	I5	I6	O1	O2	O3	O4
I1	2.94	2.61	1									
I2	84.36	8.86	- 0.718**	1								
I3	88.13	7.06	- 0.698**	0.884**	1							
I4	66.77	11.07	- 0.864**	0.848**	0.830**	1						
I5	69.20	11.87	- 0.800**	0.820**	0.845**	0.885**	1					
I6	89.23	9.49	- 0.935**	0.867**	0.768**	0.889**	0.783**	1				
O1	42.64	16.52	0.717**	- 0.727**	- 0.719**	- 0.752**	- 0.787**	- 0.728**	1			
O2	32.78	6.63	- 0.663**	0.613**	0.626**	0.651**	0.651**	0.696**	- 0.867**	1		
O3	20.58	8.79	- 0.680**	0.718**	0.712**	0.743**	0.788**	0.679**	- 0.969**	0.734**	1	
O4	3.98	2.90	- 0.503**	0.562**	0.503**	0.542**	0.608**	0.492**	- 0.774**	0.422*	0.805**	1

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Twenty-seven countries were used as the empirical sampling area. The OSDEA program was used to test the efficiency scores of the countries' DI. The DI levels of countries are shown in Table 5 according to DEA results. According to this table, it has been determined that a total of 23 countries are at full efficiency level and Hungary, Ireland, Slovakia, and Spain are not at full efficiency level.

**Table 5.** Digital Intensity Efficiency Levels of Countries

Country	Objective Value	Efficient
Austria (AT)	1	Yes
Belgium (BE)	1	Yes
Bulgaria (BG)	1	Yes
Cyprus (CY)	1	Yes
Czechia (CZ)	1	Yes
Denmark (DK)	1	Yes
Estonia (EE)	1	Yes
Finland (FI)	1	Yes
France (FR)	1	Yes
Germany (DE)	1	Yes
Greece (EL)	1	Yes
Hungary (HU)	0.996957321	
Ireland (IE)	0.904194571	
Italy (IT)	1	Yes
Latvia (LV)	1	Yes
Lithuania (LT)	1	Yes
Luxembourg (LU)	1	Yes
Malta (MT)	1	Yes
Netherlands (NL)	1	Yes
Norway (NO)	1	Yes
Poland (PL)	1	Yes
Portugal (PT)	1	Yes
Romania (RO)	1	Yes
Slovakia (SK)	0.994652724	
Slovenia (SI)	1	Yes
Spain (ES)	0.966601649	
Sweden (SE)	1	Yes

For Hungary, Ireland, Slovakia, and Spain to reach the full efficiency level, there must be changes in the scores of the input and output variables. These values are accepted as the countries' targets shown in Table 6.

**Table 6.** Projection Values of Input and Output Values

DMU Name	I1	I2	I3	I4	I5	I6	O1	O2	O3	O4
HU	4.551	77.992	82.827	57.045	58.743	83.408	64.408	24.132	10.929	1.580
IE	3.266	86.907	92.957	70.048	74.357	95.252	38.617	40.390	26.317	5.270
SK	2.958	81.542	85.676	61.530	61.584	89.532	56.038	27.860	14.155	2.583
ES	2.713	81.591	85.936	66.287	73.403	89.280	40.928	36.234	22.710	3.580

According to Table 6, countries should do the following to reach full efficiency.

- Hungary needs to reduce the I2 (approximately 10%), the I3 (approximately 5%), the I5 (approximately 12%), and the I6 (approximately 3%) to reach full efficiency. Accordingly, approximately a 1% increase will be achieved in the O1, O2, and O4, and approximately 8% in the O3.
- Ireland needs to reduce the I2 (approximately 10%), the I3 (approximately 5%), the I4 (approximately 10%), and the I5 (approximately 10%) to reach full efficiency. Accordingly, approximately a 10% increase will be achieved in the O1, O2, O3, and O4.
- Slovakia needs to reduce the I2 (approximately 2%) and the I4 (approximately 14%) to reach full efficiency. Accordingly, approximately a 1% increase will be achieved in the O1, O2, O3, and O4.
- Spain needs to reduce the I2 (approximately 7%), the I3 (approximately 8%), I4 (approximately 9%), and the I5 (approximately 4%) to reach full efficiency. Accordingly, approximately a 4 % increase will be achieved in the O1, O2, O3, and O4.

Reference countries are determined for countries to reach their digital densities to full efficiency level. Reference countries and Lambda ( $\lambda$ ) values are in Table 7.

**Table 7.** Lambdas ( $\lambda$ ) and Peer Groups of Countries

DMU Name	BG	CY	CZ	DE	IT	LV	MT	NL	PL	PT	RO	Peer Groups
HU	0.37		0.02		0.07	0.53					0.06	BG, CZ IT, LV, RO
IE		0.007			0.48		0.39	0.15				CY, IT, MT, NL
SK	0.07			0.25		0.46	0.007		0.19	0.0002		BG, DE, LV, MT, PL, PT
ES	0.03				0.21		0.13	0.19		0.45		BG, IT, MT, NL, PT

As a result of the DEA model analysis, the weights of the input and output variables are shown in Table 8.

**Table 8.** Weights of Input and Output Variables

Country	I1	I2	I3	I4	I5	I6	O1	O2	O3	O4
AT	0.04526	0	0	0	0.00218	0.00850	0.01076	0.01256	0	0.0274051
BE	0.03601	0	0	0	0.00256	0.00819	0.00840	0.00996	0.01264	0.0041442
BG	0.04253	0	0	0	0.00216	0.00814	0.01036	0.01195	0	0.0271377
CY	0.01764	0	0	0	0	0.01085	0.00752	0.01038	0.01411	0
CZ	0.04567	0	0.00574	0	0.00187	0.00305	0.01041	0.01235	0	0.0297644
DK	0.03399	0	0	0.00055	0	0.00963	0.00372	0.01869	0	0.0239638
EE	0.04317	0	0.00789	0	0.00236	0.00083	0.01038	0.01217	0.00231	0.0237283
FI	0.02508	0	0	0	0	0.00997	0.00048	0.01296	0	0.0507278
FR	0.04482	0	0	0	0.00216	0.00842	0.01065	0.01244	0	0.0271386
DE	0.04597	0	0	0	0.00222	0.00863	0.01092	0.01276	0	0.0278347
EL	0.04146	0.00503	0.00247	0	0	0.00266	0.01159	0.00818	0	0.0370054
HU	0.04788	0	0	0.01376	0	0	0.01059	0.01155	0	0.0264122
IE	0.01834	0	0	0	0	0.01098	0.00770	0.01029	0.01426	0.0032630
IT	0.04270	0	0.00051	0	0.00251	0.00779	0.01059	0.01288	0	0.02582003
LV	0.04412	0	0	0	0.00213	0.00829	0.01048	0.01225	0	0.026716876
LT	0	0	0.00301	0.00146	0.01110	0	0.00644	0.01404	0	0.0578303



LU	0.053465	0	0	0	0.00083	0.00953	0.01065	0.01016	0.00774	0.0142242
MT	0.035478	0.0111	0	0	0	0	0.00379	0.01719	0	0.0338671
NL	0.073826	0.0105	0	0	0	0	0	0.02524	0	0.0023180
NO	0.050219	0	0	0	0	0.00998	0.00736	0.01305	0.00829	0.0088627
PL	0.037778	0	0.00291	0	0.00261	0.00523	0.01034	0.01201	0	0.0296500
PT	0.045446	0	0	0	0.00219	0.00853	0.01080	0.01261	0	0.0275167
RO	0.035024	0	0	0	0	0.01049	0.00959	0.01486	0.00142	0
SK	0.038268	0	0.00315	0	0.00257	0.00517	0.01056	0.01189	0	0.0317790
SI	0.033269	0	0	0	0.00672	0.00550	0.00966	0.00973	0.00850	0.0213639
ES	0.023511	0	0	0	0	0.01087	0.00842	0.01014	0.01363	0.0035108
SE	0.031272	0	0	0	0	0.01001	0.00352	0.01865	0	0.0237315

According to Table 8, the input and output variables used to maximize the CCR-O objective function are as follows:

- I1 is not considered for calculating Lithuania's efficiency level but I1 is used calculating the efficiency level of other countries.
- I2 is used for calculating the efficiency level of Greece, Malta, and the Netherlands but I2 is not considered for calculating the efficiency level of other countries.
- I3 is used for calculating the efficiency level of Czechia, Estonia, Greece, Italy, Lithuania, Poland, and Slovakia but I3 is not considered for calculating the efficiency level of other countries.
- I4 is used for calculating the efficiency level of Denmark, Hungary, Lithuania, Italy, and Lithuania but I4 is not considered for calculating the efficiency level of other countries.
- I5 is not considered for calculating the efficiency level of Cyprus, Denmark, Finland, Greece, Hungary, Ireland, Malta, Netherlands, Norway, Romania, Spain, and Sweden but I5 is considered for calculating the efficiency level of other countries.
- I6 is not considered for calculating the efficiency level of Hungary, Lithuania, Malta, and the Netherlands but I6 is considered for calculating the efficiency level of other countries.
- O1 is not considered for calculation of the efficiency value of the Netherlands but it is used for calculating the efficiency level of other countries.
- O2 is used for calculating the efficiency level of all countries.
- O3 is used for calculation of the efficiency value of Belgium, Cyprus, Estonia, Ireland, Luxembourg, Norway, Romania, Slovenia, and Spain but it is not considered for calculating the efficiency level of other countries.
- O4 is not considered for calculation of the efficiency value of Cyprus and Romania but it is used for calculating the efficiency level of other countries.

#### 4. Conclusion

DS of individuals has a strategic role in increasing the DI activities of the businesses and countries where they work and in accelerating the digital transformation processes. In other words, investing in digital technologies to increase DI, and increase DS is related to the strategic actions of countries and it is a characteristic of strong organizations and countries with high DS (D'Aveni, 1989). According to the results of this study, it has been concluded that the DI of 24 EU member states is effective. These results are compatible with the value of digital skills grew between 2016 and 2021 by an amount equal to 14.28% in Europe (Leogrande, 2022). However, Hungary, Ireland, Slovakia, and Spain which cannot reach full efficiency levels. Studies that cluster EU countries according to their digital skills indicate that Hungary, Spain and Slovakia are in the same DS group (Aniela et al., 2019; Leogrande, 2022). These results confirm the conclusion that while Europe outperforms other world regions in digital skills on average, significant intra- and inter-country disparities persist (Kessel, et al., 2022).

According to Corejova & Chinoracky (2021) a high potential for digital transformation was observed at the turn of 2010/2011 in Hungary. But the structural changes in skills, occupations are not sufficient today's digital transformation (Cserhati & Pirisi, 2020). Hungary underperforms in digitization and is well below the EU average (Endrodi-Kovacs & Stukovszky, 2022). When information and data literacy

(approximately 10%), communication and collaboration (approximately 5%), safety (approximately 12%), and problem-solving (approximately 3%) skills in Hungary are reduced, the output of high will rise. So the DI of Hungary will reach the expected full efficiency level. The rise of Hungary's digital intensity will make a more significant contribution to national exports (Trască et al., 2019) and increase its competitive power with other EU countries in digital transformation and will adapt Industry 4.0. In this context, it can be said that women have information and data literacy, communication and collaboration, safety, and problem-solving skills, but these abilities are not used effectively enough in Hungary. In other words, the digital abilities of women are too high for Hungary's current digital intensity level. In addition, Hungary should take precedence in Bulgaria, Czechia, Italy, Latvia, and Romania to achieve full efficiency.

When information and data literacy (approximately 10%), communication and collaboration (approximately 5%), digital content creation (approximately 10%), and safety (approximately 10%) skills in Ireland are reduced, all outputs will rise. In other words, it can be said that women in Ireland have more skills in information and data literacy, communication and collaboration, digital content creation, and safety than in current technology usage. Despite the ups and downs of the Irish economy, there are gradual dramatic changes in the evolving picture of women in the IT sector (Trauth, 1995; Synnott et al., 2020; Trauth & Connolly, 2021). With this scope Ireland can achieve full efficiency level as well, Cyprus, Italy, Malta and the Netherlands need to prioritize the reference levels.

For Slovakia to reach full efficiency, information and data literacy needs to be reduced by about 2% and digital content creation skills by 14%. Accordingly, all output levels will increase by 1%, and the DI of Slovakia will increase. In this case, it can be said that the information and data literacy and digital content creation skills of women in Slovakia are above the current digital density. Slovaks have a good level of digital skills (Ondrejko, 2015) and there was a decrease in basic digital skills in 2020 (Stofkova et al., 2022).

Malta, Bulgaria, Germany, Latvia, Poland and Portugal should prioritize reference levels in order for Slovakia to reach full productivity levels.

For Spain to reach full efficiency, information and data literacy needs to be reduced by 7%, communication and collaboration by 8%, digital content creation by 9%, and safety skills by 4%. Accordingly, all output levels will increase by 4%, and this country will use the criteria that determine the DI level more effectively. Also, low-educated women are however more disadvantaged than men as regards digital skills in Spain (Prieto & Valenduc, 2016) and the gender gap in basic and pervasive DS is minimal, but women are significantly disadvantaged in more complex and less generalized tasks (Martinez-Cantos, 2017). So Spain should take precedence Malta, Bulgaria, Italy, the Netherlands, and Portugal to reach full efficiency level and give importance for women education.

In general, the information and data literacy skills of women in all countries except Greece, Malta, and the Netherlands are complete. Also, the digital content creation skills of women in Denmark, Hungary, Italy, Lithuania, Poland, and Slovakia are complete, too. With this context, it can be stated that these abilities are common in the EU compared to other abilities. The information and communication skills are not effective except in Lithuania, so it can be said that women in these countries are not fully skilled in seeking health-related information; reading online news sites, newspapers or news magazines, activities related to online fact-checking information and its sources, sending/receiving e-mails, telephoning/video calls over the internet; instant messaging, participating in social networks, expressing opinions on civic or political issues on websites or in social media, taking part in online consultations or voting to define civic or political issues.

According to their arrangement on DESI, Ireland is 10<sup>th</sup>, Spain is 12<sup>th</sup>, Slovakia is 22<sup>th</sup>, and Hungary is 26<sup>th</sup>. These countries have more digital skills than the other EU countries, but their DI efficiency levels are low. So they should prefer that instead of improving women's digital skills, they should increase their use of technologies that determine DI. As Krchová and Höesová (2021) pointed out although digital transformation is fundamentally changing the content and nature of jobs and the skills needed to perform them, in many developed economies, there is still a significant gender gap in the access, use, and ownership of digital technologies, which limits the equitable use of the benefits of digital transformation. This opinion is in line with the view that, although Europeans have the right and sufficient technological

infrastructure, they do not have the necessary digital skills to take full advantage of digital transformation (Porubčinová & Novotná, 2020).

This study is limited to EU member countries only, and it is among the limitations. This is because other countries' DS and DI data are not accessible. The research datasets have been obtained from the DESI index for 2021. The number of studies that used DESI is insufficient. So it is a limitation for referencing and comparing the results. It is recommended that countries considering expanding their operations worldwide increase their digital intensities and digital skills enabling the use of digitalization tools. Also it is suggested to evaluate the existence of a difference between men and women and whether these differences affect DI effectiveness. DI effectiveness can be compared before and after the Covid-19 pandemic.

## References

- Aniela, B., Marian, Z. & Badea, D. N. (2019). Economic growth and digital skills: An overview on the EU-28 country clusters. *Annals of the Constantin Brâncuși. University of Târgu Jiu, Economy Series*, vol. 6, 78-85, December. <https://ideas.repec.org/a/cbu/jrnlec/y2019v6p78-85.html>
- Bánhidí Z., Dobos I. & Nemeslaki A. (2019). Comparative analysis of the development of the digital economy in Russia and EU measured with DEA and using dimensions of DESI. *St Petersburg University Journal of Economic Studies*, Vol. 35, iss. 4, 588–605. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2019.405>
- Bashir, S. & Miyamoto, K. (2020). Digital skills: Frameworks and programs. World Bank1 April 2020 <https://documents1.worldbank.org/curated/en/562351611824219616/pdf/Digital-Skills-Frameworks-and-Programs.pdf>
- Blount, Y., Abedin, B., Vatanasakdakul, S., & Erfani, S. (2016). Integrating enterprise resource planning (SAP) in the accounting curriculum: A systematic literature review and case study. *Accounting Education*, Vol. 25 No. 2, 185-202.
- Broadband Commission for Sustainable Development (2017). Working group on education: Digital skills for life and work, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259013>
- European Centre for the Development of Vocational Training-CEDEFOP (2021). The European skills and jobs survey (ESJS). [https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/working-papers?search=&year=&country=&language=All&sort\\_order=DESC&items\\_per\\_page=24&page=1](https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/working-papers?search=&year=&country=&language=All&sort_order=DESC&items_per_page=24&page=1)
- Chaaben, N. & Mansouri, F. (2017). Digital economic and social evolution of Tunisia. Proceedings of the Joint International Conference, Monastier di Treviso, Italy, 24–27 May 2017, University of Primorska Press.
- Charnes, A., Cooper, W. W. & Rhodes, E. (1978). Measuring the efficiency of decision making units. *European journal of operational research*, 2(6), 429-444.
- Chetty, K., Aneja, U., Mishra, V., Gcora, N., & Josie, J. (2017). Bridging the digital divide: Skills for the new age. G20-Insights. [https://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2017/05/Digital\\_Bridging-the-digital-divide-skills-for-the-new-ageII-.pdf](https://www.g20-insights.org/wp-content/uploads/2017/05/Digital_Bridging-the-digital-divide-skills-for-the-new-ageII-.pdf)
- Claro, M., Preiss, D. D., San Martín, E., Jara, I., Hinostroza, J. E., Valenzuela, S., Cortes, F., & Nussbaum, M. (2012). Assessment of 21st century ICT skills in Chile: Test design and results from high school level students. *Computers & Education*, 59(3), 1042-1053. doi:10.1016/j.compedu
- Corejova, T. & Chinoracky, R. (2021). Assessing the potential for digital transformation. *Sustainability*, 13, 11040. <https://doi.org/10.3390/su131911040>
- Cunningham, W., Moroz, H., Muller, N., & Solatorio, A. (2022). The demand for digital and complementary skills in Southeast Asia. Policy Research Working Paper 10070. World Bank Group. Social Protection and Jobs Global Practice May 2022
- Datta, P. & Nwankpa, J. K. (2021). Digital transformation and the COVID-19 crisis continuity planning. *Journal of Information Technology Teaching Cases*. Vol. 11(2) 81–89. <https://doi.org/10.1177/2043886921994821>
- D'Aveni, R. A. (1989). The aftermath of organizational decline: A longitudinal study of the strategic and managerial characteristics of declining firms. *The Academy of Management Journal*, Vol. 32, No. 3, pp. 577-605.

Ecorys UK. (2016). Digital skills for the UK economy. *Department for Digital, Culture, Media & Sport, Department for Business, Innovation & Skills*. <https://www.gov.uk/government/publications/digital-skills-for-the-uk-economy>

Endrodi-Kovacs, V. & Stukovszky, T. (2022). The adoption of industry 4.0 and digitalization of Hungarian SMEs. *Society and Economy* 44 (2022) 1, 138–158. Doi: 10.1556/204.2021.00024

Fernández-Portillo, A., Almodóvar-González, M., & Hernández-Mogollón, R. (2020). Impact of ICT development on economic growth. A study of OECD European union countries. *Technology in Society*, Volume 63, November, 101420. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101420>

Ferrari, A., (2013). DIGCOMP: a framework for developing and understanding digital competence in Europe, Punie, Y., Brečko, B. (Eds.) Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies <https://data.europa.eu/doi/10.2788/52966>

Ferrari, A., Punie, Y. & Redecker, C. (2012). Understanding digital competence in the 21st century: An analysis of current frameworks. Ravenscroft, A., Lindstaedt, S., Kloos, C.D., Hernández-Leo, D. (Eds). 21st century learning for 21st century skills. EC-TEL 2012. Lecture Notes in Computer Science, vol 7563. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-33263-0\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-642-33263-0_7)

Friederici, N. (2022). The digital transformation of small business support. *Caribou Digital UK*, Mastercard Center for Inclusive Growth, Strive Community.

Gaskin, J., Yoo, Y., Lyytinen, K. & Pentland, B. (2012). The effects of digital intensity on combinations of sequential and configural process variety. Completed Research Paper. Thirty Third International Conference on Information Systems, Fort Worth Orlando 2012.

Herman, E. (2022). The interplay between digital entrepreneurship and sustainable development in the context of the EU digital economy: A multivariate analysis. *Mathematics*, 10, 1682. <https://doi.org/10.3390/math10101682>

Ilomäki, L., Kantosalo, A., & Lakkala, M. (2011). What is digital competence? In Linked portal. Brussels: European Schoolnet. <http://linked.eun.org/web/guest/in-depth3>

Kamberidou, I. & Pascall, N. (2020). The digital skills crisis: Engendering technology—empowering women in cyberspace. *European Journal of Social Sciences Studies*, 4, 33.

Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D. & Buckley, N. (2015), Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*. Deloitte University Press 14.

Kara, K., (2022). Relationship between domestic logistics opportunity efficiency and international logistics opportunity efficiency based on market potential: Empirical research on developing countries. *Journal of Management, Marketing and Logistics*, 9(2), 79-89. <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2022.1555>

Kisefaková, D., Širá, E., & Šofranková, B. (2021). Digital performance in V4 countries. *Journal of Management and Business: Research and Practice*, 13(2). doi:10.54933/jmbrp-2021-13-2-1

Polat, M., Kara, K., & Yalcin, G. C. (2022). Clustering countries on logistics performance and carbon dioxide (CO2) emission efficiency: An empirical analysis. *Business and Economics Research Journal*, 13(2), 221-238. <http://dx.doi.org/10.20409/berj.2022.370>

Kluzer S., Centeno C. & Keeffe, O. W. (2020) DigComp at work: the EU's digital competence framework in action on the labour market: A selection of case studies European Commission. Joint Research Centre, Publications Office, 2020, <https://data.europa.eu/doi/10.2760/17763>

Krchová, H. & Höesová, K. S. (2021). Selected determinants of digital transformation and their influence on the number of women in the ICT sector. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. Volume 8 Number 4 (June) [http://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.4\(31\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2021.8.4(31))

Koch, T. & Windsperger, J. (2017). Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy. *Journal of Organization Design*, 6(6), 1–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s41469-017-0016-z>

Leahy, D. & Dolan, W. (2014). Digital skills for employment. Passey, D., Tatnall, A. (Eds) Key competencies in ICT and informatics. implications and issues for educational professionals and management. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, vol 444. Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-45770-2\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-662-45770-2_16)

Leogrande, A., (2022). High level digital skills in Europe. *Preprint*, July 2022. DOI: 10.5281/zenodo.6791168

Leogrande, A., Magaletti, N., Cosoli, G., Giardinelli, V. & Massaro, A. (2022). ICT Specialists in Europe. *Preprints*, 2022030088 (doi: 10.20944/preprints202203.0088.v1

Liu, H. (2021). Economic performance associated with digitalization in Canada over the past two decades. *Economic and Social Reports Catalogue* no. 36-28-0001 Vol. 1, no. 2, February DOI: <https://doi.org/10.25318/36280001202100200001-eng>

Maji, S. K. & Laha, A. (2021). The role of digital skill in mitigating digital divide: evidences from Asia-Pacific region. *Rajagiri Management Journal*. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-05-2021-0035>

Marinas, M., Dinu, M., Socol, G. A. & Socol, C. (2021). Economic computation and economic cybernetics. *Studies and Research*. 2, Vol. 55, 23-41.

Martinez-Cantos, L. A. (2017). Digital skills gaps: A pending subject for gender digital inclusion in Catalonia. *European Journal of Communication*, Volume 32, Issue 5, October, 419-438. <https://doi.org/10.1177/0267323117718464>

McKinsey (2020). The future is now: Closing the skills gap in Europe's public sector. <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/the-future-is-now-closing-the-skills-gap-in-europes-public-sector>

Motyl, B., Baronio, G., Uberti, S., Speranza, D., & Filippi, S. (2017). How will change the future engineers' skills in the industry 4.0 framework? A questionnaire survey. *Procedia Manufacturing*, 11, 1501-1509.

Mucha, T. & Seppälä, T. (2021). Estimating firm digitalization: A method for disaggregating sector-level digital intensity to firm-level. *MethodsX* 8, 101233. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2021.101233>

NCES (National Centre of Educational Statistics). The Methodology of the Survey of Adult Skills (PIAAC) and the Quality of Data. In the Survey of Adult Skills: Reader's Companion. <https://nces.ed.gov/surveys/piaac/pstreproficiencylevel.asp>

Nwankpa, J. K. & Datta, P. (2017) Balancing exploration and exploitation of IT resources: The influence of digital business intensity on perceived organizational performance. *European Journal of Information Systems*, 26:5, 469-488, DOI: 10.1057/ s41303-017-0049-y

OECD (2019), OECD Skills Outlook 2019: Thriving in a digital world, OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>.

OECD (2020). Going Digital integrated policy framework. OECD Digital Economy Papers, No. 292, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/dc930adc-en>.

Ondrejko, A. (2015). Digital skills and digital divide in context of the digital agenda for Europe focused on Slovakia. 13th International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA). doi:10.1109/iceta.2015.7558503

Said, B. A. (2021). Assence of advanced digital skills gap in Kenya using the design reality gap research framework. [Master's Dissertation, University of Nairobi], <Http://Erepository.Uonbi.Ac.Ke/Handle/11295/155820>

Schwab, K. (2017). Dördüncü Sanayi Devrimi, Dicleli, Z.(Ed.). Optimist.

Stofkova, J., Poliakova, A., Stofkova, K.R., Malega, P., Krejrus, M., Binasova, V., & Daneshjo, N. (2022). Digital skills as a significant factor of human resources development. *Sustainability*, 14, 13117. <https://doi.org/10.3390/su142013117>

Synnott, J., Harkin, M., Horgan, B., McKeown, A., Hamilton, D., McAllister, D., Trainor, C., & Nugent C. (2020). The digital skills, experiences and attitudes of the Northern Ireland social care workforce toward technology for learning and development: Survey study. *JMIR Med Educ*; 6(2):e15936 doi: 10.2196/15936

Parra, J., Pérez-Pons, ME., & González, J. (2021). Study Based on the incidence of the index of economy and digital society (DESI) in the GDP of the Eurozone economies. Distributed Computing and Artificial Intelligence, 17th International Conference. DCAI 2020. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 1242. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-53829-3\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-030-53829-3_16)

- Prieto, L.A. & Valenduc, G. (2016). Digital skills and labour opportunities for low-skilled woman. COST Action IS 1202. The Dynamics of Virtual Work. Working Paper 6
- Porubčinová, M. & Novotná, I. (2020). Work 4.0 competencies in the female optics. Research papers faculty of materials science and technology in Trnava. DOI 10.2478/rput-2020-0009
- Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC) (2021). Survey of Adult Skills), [www.oecd.org/skills/piaac/publicdataandanalysis](http://www.oecd.org/skills/piaac/publicdataandanalysis).
- Tamannum, R. (2021). Nordic countries digital intensity and digital maturity – The Impact of COVID-19 in the ICT Sectors. [Master's dissertation, Åbo Akademi University]. <https://www.doria.fi/handle/10024/180905>
- Toduk, Y. (2014). 2023 Lideri-Dijital Çağın Liderlik Sırları. Doğan Egmont Yayınları.
- Trască, D. L., Stefan, G. M., Sahlian, D. N., Hoinaru, R., & Serban-Oprescu, G. (2019). Digitalization and business activity. the struggle to catch up in CEE Countries. *Sustainability* 2019, 11, 2204; doi:10.3390/su11082204
- Trauth, E. M. (1995). Women in Ireland's information industry: Voices from inside. *Éire-Ireland*, 30(3), 133–150. doi:10.1353/eir.1995.0008
- Trauth, E. M. & Connolly, R. (2021). Investigating the nature of change in factors affecting gender equity in the it sector: a longitudinal study of women in Ireland. *MIS Quarterly* Vol. 45 No. 4, 2055-2100 DOI: 10.25300/MISQ/2022/15964
- Turuk, M. (2021). An overview of eigital entrepreneurship in Central and Eastern European countries. Wu, R. M. & Mircea, M. (Eds.). E-business - higher education and intelligence applications. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.87341>
- UNESCO. (2019). *I'd blush if i could: closing gender divides in digital skills through education*. UNESCO Equals Skills Coalition. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223>
- Van Kessel, R., Wong, B.L.H., Rubinić, I., O'Nuallain, E., & Czabanowska, K. (2022) Is Europe prepared to go digital? Making the case for developing digital capacity: An exploratory analysis of Eurostat survey data. *PLOS Digit Health* 1(2):e0000013. <https://doi.org/10.1371/journal.pdig.0000013>
- Van Laar, E. (2019). What are E-ssential skills? A multimethod approach to 21st-century digital skills within the creative industries. [Doctoral dissertation, University of Twente]. <https://www.caict.nl/wp-content/uploads/2019/11/Dissertation-Ester-van-Laar.pdf>
- Van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk J.A. G. M., & de Haan, J. (2020). Determinants of 21st-century skills and 21st-century digital skills for workers: A systematic literature review. *SAGE Open*. January-March, 1–14. DOI: 10.1177/2158244019900176
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J. A. M., Van Dijk, J. A. G. M., & De Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Vyshnevskiy, O., Stashkevych, I., Shubna, O. & Barkova, S. (2020). Economic growth in the conditions of digitalization in the EU countries. *Studies of Applied Economics*. Vol. 38 No. 4 (2020): Special Issue: The recent economic trends and their impact on marketing. DOI: [http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20\(1\).4041](http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).4041)
- Wedlake, S., Lothian, K., Keyes, D. & Coward, C. (2019) Digital skill sets for diverse users: A comparison framework for curriculum and competencies. Seattle: Technology & Social Change Group, University of Washington Information School. <https://digital.lib.washington.edu/researchworks/handle/1773/43467?show=full>
- Westerman, G. (2016). Why digital transformation needs a heart. *MIT Sloan Management Review*, Vol. 58 No. 1, 19-21.
- World Economic Forum (WEF). (2021). Global Gender Gap Report). World Economic Forum Centre for the New Economy and Society. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2021.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf)
- Yalçın, E.C. (2021). Efficiency measurement of digitalization on EU countries: a study based on data envelopment analysis. *International Journal of Management, Knowledge and Learning*. Volume 10 (2021) 323–333 <https://www.doi.org/10.53615/2232-5697.10.323-333>

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların alışmadaki katkı oranları %100 şekindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**ıkar atışması Beyanı / Conflict of Interest**

alışmada herhangi bir kurum veya kişi ile ıkar atışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.



**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu alışmada Yksekğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Ynergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Dini Yapıların Dönüştürülmesinde Mevcut Yapı Bileşenlerinin Yeni İşlevdeki Karşılıkları: Kilise ve Cami Dönüşümleri

Canan SOLAK\*   
Şerife Ebru OKUYUCU\*\* 

### ÖZ

İlk çağlardan bu yana insanlar; barınma, yaşama, toplanma, çalışma gibi gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla sanatsal, zanaatsal, teknik, estetik ve ekonomik ölçütleri dikkate alarak, dönemin onlara sağladığı imkânlar ve elde olan malzemelerle gereksinimlerini karşıladıkları mekânlar oluşturmuştur. Değişen koşullar, ihtiyaçlar, sosyal ve toplumsal yapı değişimleri, siyasi olaylar, kentsel yenileme, kültürel aktiviteler, ticari işlevler, eğitim gibi etkenler sonucunda insanlar oluşturdukları mekânlar üzerinde zamanla dönüşümler veya yeniden işlevlendirmeler gerçekleştirmeye başlamış, bu şekilde yapı dönüşümleri ortaya çıkmıştır. Yapı dönüşümünün bilinçli bir şekilde yapılması, yapının sürdürülebilirliği açısından olumlu sonuçlanırken, bilinçsiz yapılan dönüşümler yapının yok olmasına neden olmuştur. Çalışmanın amacı; dini yapıların dönemin koşulları doğrultusunda, dönüştürülme sürecinin ve bu dönüşümler sonucunda dönüştürülen yapılarıdaki yapı bileşenlerinin, işlev karşılıklarının, fonksiyonel, teknik ve estetik açıdan olumlu veya olumsuz etkilerinin incelenmesidir. Çalışmada veri toplama yöntemlerinden, gözlem ve içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında, örnek olarak seçilen dönüştürülmüş ve yeniden işlevlendirilmiş dini yapıların teknik, fonksiyonel ve estetik analizleri; mimari projeler, kullanıcı görüşleri ve gözlem aracılığıyla yapılmıştır. Teknik, fonksiyonel ve estetik bağlamda analizlerin yapılabilmesi için, altlık olarak yapının mimari özelliklerine ve yapıyı oluşturan elemanların mimari özelliklerine ilişkin içerik tabloları hazırlanmıştır. Alan çalışması olarak, Saatli Kilise Camii, Çınarlı Camii kilise-cami yapı dönüşümlerinin sosyo-kültürel araştırmaları ile elde edilen verilere dayanarak yapıların dönüşüm öncesi ve sonrası analizleri yapılmıştır. Mevcut yapıların, Restorasyon projelerinin teknik analizlerinin yanı sıra, mekân içerisinde, mevcut bileşenlerinin işlev karşılıklarının teknik, estetik ve fonksiyonel açıdan olumlu veya olumsuz analizleri yapılmıştır. Öncelikle yapılar ile ilgili envanter fişleri hazırlanmış ve içerik analizi yöntemi ile yapının dönüşüm öncesi ve sonrası analizleri tablolar halinde sunulmuştur. Çalışma sonucunda, yapılan dini yapı dönüşümlerinin dönemin siyasi, ekonomik ve sosyal şartlar ile doğru orantılı olarak çeşitlilik gösterdiği ancak bazı yapıların ihtiyaç çerçevesinde dönüştürüldüğü, bazı yapıların ise zorunlu olarak dönüştürüldüğü saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kilise Mimarisi, Cami Mimarisi, Dini Yapı, Dini Yapı Dönüşümü

## Conversions of Existing Building Components in New Function in Transformation of Religious Buildings: Church and Mosque Transformations

### ABSTRACT

Since ancient times, people; In order to meet their needs such as housing, living, gathering and working, they created spaces where they met their needs with the opportunities provided by the period and the materials at hand, taking into account artistic, craft, technical, aesthetic and economic criteria. As a result of factors such as changing conditions, needs, social and social structure changes, political events, urban renewal, cultural activities, commercial functions, and education, people started to perform transformations or re-functions on the spaces they created over time, and building transformations emerged in this way. While the conscious transformation of the building resulted in a positive result in terms of the sustainability of the building, unconscious transformations caused the buildings to disappear. The aim of this study is to examine the transformation process of religious buildings in line with the conditions of the period, and the structural components, functional equivalents, functional, technical and aesthetic positive or negative effects in the transformed buildings as a result of these transformations. Observation and content analysis methods, which are among the data collection methods, were used in the study. Within the scope of the study, the technical, functional and aesthetic analyzes of the converted and re-functional religious buildings selected as examples; architectural projects were made through user opinions and observation. Content tables regarding the architectural features of the building and the architectural features of the elements constituting the building have been prepared as a base in order to make analyzes in technical, functional and aesthetic contexts. As a field study, the analysis of the buildings before and after the transformation was made based on the data obtained from the socio-cultural researches of the church-mosque building transformations of the Saatli Church Mosque, Çınarlı Mosque Mosque. In addition to the technical analyzes of the existing buildings and restoration projects, positive or negative analyzes of the functional equivalents of the existing components in the space were made in terms of technical, aesthetic and functional. First of all, inventory slips related to the buildings were prepared,

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, cananaltundag1113@gmail.com

\*\* Doç. Dr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, ebruokuyucu@hotmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 02.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 20.11.2022



and with the content analysis method, the pre- and post-transformation analyzes of the building were prepared in tables. As a result of the study, it was determined that the religious building transformations varied in direct proportion to the political, economic and social conditions of the period, but some buildings were transformed within the framework of need, and some buildings were necessarily transformed.

**Keywords:** Church Architecture, Mosque Architecture, Religious Building, Building Transformation

## 1. Giriş

İlk çağlardan bu yana insanlar; barınma, yaşama, toplanma, çalışma gibi gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla sanatsal, zanaatsal, teknik, estetik ve ekonomik ölçütleri dikkate alarak, dönemin onlara sağladığı imkânlar ve elde olan malzemelerle gereksinimlerini karşıladıkları mekânlar oluşturmuştur. Değişen koşullar, ihtiyaçlar, sosyal ve toplumsal yapı değişimleri, siyasi olaylar, kentsel yenileme, kültürel aktiviteler, ticari işlevler, eğitim gibi etkenler sonucunda insanlar oluşturdukları mekânlar üzerinde zamanla dönüşümler veya yeniden işlevlendirmeler gerçekleştirmeye başlamış, bu şekilde yapı dönüşümleri ortaya çıkmıştır.

Kültürlerin, yaşam koşullarının sürekli değişim içerisinde bulunduğu bir ortamda korumanın temel amacı (Avrami vd., 2000); geçmişten bugüne gelebilen kültürel mirasların, özgünlüklerinden ödün vermeksizin, zamanla farklılaşan değer ve değer yargularıyla ortak bir payda oluşturarak sağlıklı yaşam çevrelerinin oluşumunu sağlamaktır (Kiper, 2006). Tarihi yapıların korunması, koruma kapsamında bu yapıların sürdürülebilirliği için yeni işlevlere adapte edilmesi önemli bir yaklaşımdır. (Yaldız, Asatekin, 2016).

İnan (2013), kültürel olayların ve tarihi yaşantıların, geleneksel olarak devam edebilmesi için yapıların dönüştürülmesi gerektiğinden bahsetmiş, yapı dönüşümleri esnasında yapının mimari kimliğinin değişmesinin, toplumun tarihsel kimliğine zarar verilmesine yol açabileceğine değinmiştir. Konuyla ilgili Altınoluk (1998), tarihi yapıların gelir kaynağı olarak düşünülmesi yerine nesilden nesile aktarılması gereken öz benlik ve kültürel zenginlik olarak düşünülmesinin doğru olacağını ifade etmiştir.

Tarihi süreç içerisinde, farklı kültürler üzerine medeniyet inşa eden toplumların, fethettikleri bölgelerdeki yapıları, çeşitli işlevler yükleyerek yeniden kullanmaları ya da kullanılamaz haldeki yapıların, malzemelerini kullanarak ihtiyaç doğrultusunda yeni yapı inşa etmeleri, yaygın bir uygulama olmuştur. Yapı türleri arasında, ibadet amaçlı kullanılan yapıların, bölgeyi fetheden toplumun, kültürel ve dini değerlerine uygun olarak dönüştürüldüğü ve tarihsel süreçte bu duruma örnek teşkil edecek pek çok uygulama olduğu, yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konmuştur. Bazı yapıların farklı toplum ve kültürlerce birçok kez yeniden dönüştürüldüğü görülmüştür.

Küçük ve Eyüpgiller, (2017) çalışmasında belirttiği gibi; Osmanlı Devleti'nde yapı dönüşümü olarak bilinen ilk uygulama, 14. yüzyılda, devletin kurucusu Osman Bey'in (1258-1326) mezarı için gerçekleşmiş olup; bu uygulamalar 15. yüzyılda İstanbul'un fethiyle hız kazanmıştır. Fethedilen yerlerdeki en büyük kilise, fethin sembolü olarak, diğer kiliseler ise ihtiyaç doğrultusunda kiliseden camiye dönüştürülmüştür. İstanbul'un batısındaki kırsal bölgede yer alan Rum kiliseleri ise gerçekleşen dönüşümden etkilenmemiş, işlevlerini sürdürmeye devam etmiştir. Bu bölgedeki dönüşüm, nüfus mübadelesinden (1923-1930) sonra, boş ve işlevsiz kalan kiliselerin cami olarak kullanılması ile başlamıştır.

Yıldız (2016)'ın makalesinde incelenen örneklere göre; geçmişten günümüze tarih boyunca, dini yapı dönüşümleri sadece dini yapıdan bir başka dini yapıya dönüştürülmekle sınırlı kalmamıştır. Kiliseden camiye, kiliseden müzeye, kiliseden konuta, camiden kiliseye, camiden hastaneye, camiden sinagoga dönüşüm, çağın gereksinimleri, azınlık ve çoğunluk olarak halkın ayrılması durumu, fethedilen bölgede güç göstergesi olarak görülmesi gibi nedenlerle yapılmıştır. Dini yapılar, buldukları bölgenin inanç ve kültürünü yansıtan, yapı karakterini belirleyen en önemli mimari unsuru oluşturmuş ve bu sebeple korunmaya değer yapılar arasında gösterilebilmiştir.

Dini yapılarda koruma, yapının bulunduğu bölgeye ve zamanın şartlarına bağlı olarak çeşitlilik gösterebilmiştir. Bir bölgenin dini inancı; zaman içerisinde siyasi, sosyal ve kültürel etkenler dolayısıyla değişiklik gösterebilmiş, bölge halkının azınlık- çoğunluk durumu oluşturmasında, dini yapıların yıkılmasında, yağmalanmasında, dönüştürülmesinde veya yeniden işlevlendirilmesinde etkili olabilmektedir. Örnek olarak, Hristiyan halkının çoğunlukta olduğu bir bölgede inşa edilen kilise ve sinagogların, zamanla o bölgede yaşanan savaşlar ve savaş sonrası yapılan nüfus mübadeleleri sonucunda, yapıların dönüştürülmesi veya tahrip edilmesine neden olabilmektedir. Bu durum, Hristiyan halkının bölgede azınlık

durumuna düşmesi veya tamamen bölgeyi terk etmeleriyle inşa ettikleri dini yapıların kullanılmaması, tahrip edilmesi veya ihtiyaçlar çerçevesinde dönüştürülmesine olanak sağlamıştır.

Dünya tarihinde Pagan yapılarından beri, farklı kültürler üzerine medeniyet kuran toplumlar mevcut dini yapıları kendi ibadethaneleri olarak kullanmaları yaygın olarak görülmektedir. Müslüman olmayan toplulukların ibadethanelerini, cami ve mescide çevirdiği durumu örnekleyen pek çok uygulama olduğu bilinmektedir. Örnek olarak İspanya'daki Kordoba Katedrali ilk önce bir pagan tapınağı üzerine inşa edilmiştir. 6. Yüzyılda inşa edilen bu yapı Katolik kilisesi olarak Vizigotlar tarafından yapılmıştır. 711-784 yılları arasında Emevilerin İber yarımadasını fethinden sonra iç mekân ikiye bölerek hem cami hem kilise olarak kullanılmıştır. 784 yılında bir kısmı yeniden inşa edilerek tamamı cami işlevinde Müslümanların ibadet yeri olmuştur. Günümüzde kilise olarak kullanılan yapı 1236 yılında camiden kiliseye dönüştürülmüştür (Demir, 2020).

Düzenli (2020), insanlık tarihi boyunca farklı zaman ve yöntemlerle gerçekleşen dini yapıların dönüştürülmesi meselesini, insanlık tarihinin ortak bir mirası olarak yorumlamaktadır. Düzenli (2020), Pagan mekanların başka pagan tapınaklarına, bunların Hristiyan mekanlarına, Hristiyan mekanların Müslüman mekanlarına, Müslüman mekanların Hristiyan mekanlarına dönüşümünün, farklı yüzyıllarda sosyal, politik, dini değişim ve dönüşümlerin bir sonucu olduğunu vurgulamıştır.

Dini yapıların dönüştürülmesinin, mimari karşılığı her dönemde farklı okunmaktadır. Dönemin mimarları, sanat tarihçileri, siyaset tarihçileri dönüşümleri farklı açılardan ele alarak, kimileri bu dönüşümlerin zorunlu olduğunu savunurken, kimileri ise yapıya kaba müdahale olarak algılamıştır.

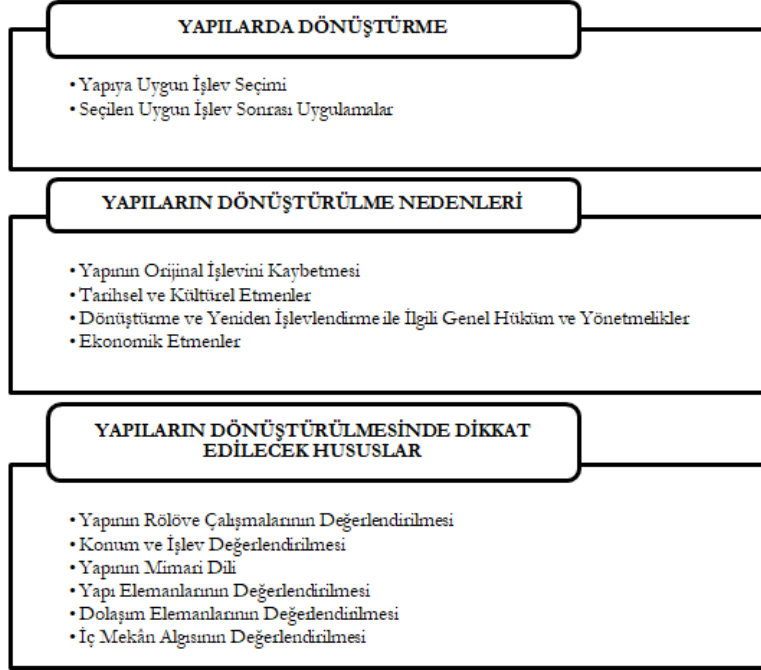
Düzenli'ye (2020) göre, kiliseler bir gayr-i müslim memleketini fethetmenin sembolü olma; ilâhi nizamın yeniden tesisi; yeni fethedilen bir şehirde, yeni tesis edilen işlevlerin karşılanabilmesi; demografik yapı değişimleri gibi nedenlerden ötürü kiliseden camiye dönüştürülmüştür. Bu nedenler ise, her yapı ölçeğinde farklılaşabilmektedir. Düzenli'ye göre (2020) İstanbul'da halen ayakta olan, ismine ya da yaklaşık konumuna ulaşılabilen kırk adet kilise camiye çevrilmiştir.

Çalışmanın amacı, dini yapıların dönüştürülmesi sürecinin değerlendirilmesi ve bu dönüşümler sonucunda dönüştürülen yapılardaki yapı bileşenlerinin işlev karşılıklarının fonksiyonel, teknik ve estetik açıdan olumlu veya olumsuz etkilerinin irdelenmesidir. Yüzyıllardır süre gelen yapı dönüşümleri ve yeniden işlevlendirmeler sonucunda, yer yer olumlu ve olumsuz sonuçlarla karşılaşmıştır.

Yapıların dönüştürülme sürecinde; yapının iyi analiz edilmesi, işlevlendirmenin bir temele dayandırılarak yapılması, yapıların koruma durumlarının değerlendirilmesi gibi etkenlere dikkat edilerek yapılan dönüşümler olumlu sonuçlanırken, yapının gelişmiş güzel dönüştürülmesi, işlevin yapıya uygun seçilmemesi, yapının orijinal yapı kimliğine zarar verilmesi ile birçok yapı olumsuz yapı dönüşümüne maruz kalmıştır. Yeniden işlevlendirme başarılı olduğunda, (Aydın vd, 2009), binanın yeni işleviyle yaşamını devam ettirmesi sağlanmış olacak, binanın kullanıcıları deneyimledikleri mekanlardan memnun kalacak ve verilen yeni işlev toplumsal/kentsel bir gereksinimi karşılamış olacaktır. Yeniden işlevlendirme üzerine yapılmış birçok çalışmanın yanı sıra dini yapıların dönüştürülmesi özelinde detaylı bir çalışmanın olmaması, çalışmayı önemli kılmıştır. Dini yapıların dönüştürülme süreci, tarihi yapılardan farklı bir boyutta ele alınmıştır. Geleneksel tarihi yapılar, kendi işlevlerinden çok daha farklı işlevlere dönüştürülebilirken, dini yapılar yapı kimliği dolayısıyla genellikle bulunduğu bölgenin çoğunluk durumuna ve halkın inancına yönelik başka bir ibadet mekânına dönüştürülmüştür.

Çalışma aşamasında; Dini yapı dönüşümlerinde genellikle hangi faktörler etkili olmuştur? Dönüştürülen dini yapılardaki bileşenler hangi işlevlere karşılık vermiştir? Dönüştürülen dini yapıdaki yapı bileşenleri işlev karşılıklarına uygun olarak yapı bütünlüğünü korumuş mudur? Dini yapı dönüşümlerinde yapı analizi bileşenlerine dikkat edilmiş midir? (...) gibi sorulara cevaplar aranmıştır. Alan çalışması olarak seçilen Saatli Kilise Camii ve Çınarlı Camii ele alınmış ve kilise-cami yapı dönüşümlerinin, sosyo-kültürel araştırmaları ile elde edilen verilere dayanarak yapıların dönüşüm öncesi ve sonrası mimari analizleri yapılmıştır.

Dini yapıların dönüştürülme sürecine ilişkin alt bileşenler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1. Yapıların Dönüştürülme Süreci**

## 2. Dini Yapılarda Dönüştürme Sonrası Yapı Analizi Kriterleri

Toplumun ihtiyaçları doğrultusunda inşa edilen yapılar zamanla siyasi, sosyal ve ekonomik faktörlerin etkisi ile değişime uğramakta, yıkılmakta veya çeşitli bozulmalar yaşamaktadır. Yapıların yaşadığı olumsuz etkiler sonucunda, işlevini ve kullanıcılarını yitirmiş ancak fiziksel yapı bütünlüğünü korumuş yapılar, dönüştürülerek veya yeniden işlevlendirilerek halkın ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İşlevlendirilen mevcut yapının önceki işlevinden farklı bir işlevde kullanılabilir olması yapının teknik, estetik ve fonksiyonel açıdan analizinin yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Tuluk vd. (2010), Trabzon'da camiye ve mescide dönüştürülen 7 adet kilise ve şapeller (1461-1665) ile ilgili bir çalışma ortaya koymuş ve dini yapıların dönüştürülmesi sürecinde yapıların mimari özelliklerindeki değişimleri, dönüşümleri analiz etmişlerdir. Çalışma kapsamında, yapılarda gerçekleştirilen her fiziksel müdahale detaylı bir biçimde aktarılmıştır.

Demir (2020) çalışmasında, Trabzon kentinde yer alan 7 kilisenin camiye dönüştürülmesi kapsamında, yapıların mimari analizini yapmıştır. Kiliseden camiye dönüştürülme sürecinde; yapıların özgün halinin mimari özelliklerini ve dönüştürüldükten sonraki mimari özelliklerini; plan, kesit ve cephe ölçeklerindeki dönüşüm, işlevsel dönüşüm bileşenleriyle analiz etmiştir.

Dönüştürülen yapıların; ilerleyen dönemlerde herhangi bir problem oluşturmaması, yapının işlevin gerektirdiği şekilde topluma hizmet edebilmesi, işlev ve yapı uyumunun sağlanması açısından analiz bileşenleri öncelik oluşturmaktadır. Özellikle kültürel açıdan süreklilik arz eden dini yapıların, bölgenin inanç sisteminin değişmesi ile birlikte, yapının değişen bölge halkının inançlarına uygun olarak dönüştürülmesine ve kullanıcıya hizmet verebilmesine ilişkin mimari ölçekte analiz edilmesi önemlidir.

Fakıba (2012) çalışmasında, tarihi yapının, yeni işlevin ve kullanıcıların gereksinimlerine teknik açıdan cevap verme kapasitesini incelenme bağlamında teknik analiz, yeniden işlevlendirme ile kullanıcı gereksinimlerine cevap veren mekânsal düzenin işlevsel anlamda başarılı olup olmadığı bağlamında işlevsel analiz, renk, form ve doku kriterlerinin uyumu bağlamında estetik analiz yapmıştır.

İç mekân müdahaleleri kapsamında ele alınan teknik analizler, yapıda var olan aydınlatma, havalandırma ve ısıtma gibi teknik donanımın, tarihi yapıya verilen yeni işlevin ve kullanıcıların gereksinimlerini karşılayıp karşılayamadığını; işlevsel analiz, mekânın içerisinde barındırdığı işlevlerin ne ölçüde elverişli olduğunu ve kullanıcılar tarafından ne ölçüde kullanılabilirliğini, estetik analiz ise, mekânın güzellik ve teşvik edicilik bakımından nasıl algılandığını ölçmektedir. (Fakıba, 2019).

Bu bağlamda, çalışmanın analiz bileşenleri; teknik analiz, estetik analiz ve fonksiyonel analiz olarak üç başlıkta değerlendirilmiş ve aşağıda verilen sorulara cevap aranmıştır.

- Mevcut yapı kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilecek durumda mıdır?
- Mevcut yapının durumu, verilecek yeni işlevin gereksinimlerini karşılayabilecek durumda mıdır?
- Mevcut yapının teknik, estetik ve işlevsel değerleri, yeni işlevin avantaj ve dezavantajlarını belirlemede etken olabilmiş midir?

### 2.1. Fonksiyonel Analiz

Mevcut yapıya verilen işlev sonrası analizlerin başında gelen fonksiyonel (işlevsel) analiz, mekân-kullanıcı ilişkisi açısından önemli bir bileşeni oluşturmaktadır. Aydın vd., (2010) çalışmasında, dönüştürülecek olan mevcut yapının, verilecek olan yeni işlevin gerektirdiği ihtiyaçları karşılayabilecek durumda olup olmadığının, yapı dönüştürülmeden önce kontrolünün sağlanmasının önemli olduğunu altını çizmiştir. Bu durum yapı dönüşümlerinde işlevsel sürdürülebilirlik açısından önemli bir etkeni oluşturmaktadır. Mevcut yapının mekânsal durumunun belirlenmesi, dönüştürülecek olan yeni işleve uygunluğu ve kullanıcı memnuniyeti ön planda tutulmalıdır. Aydın vd. (2010), fonksiyonel analiz bileşenlerine uyum sağlanmasıyla mevcut yapıda koruma-kullanım dengesinin sürdürülebilirliğinin sağlandığını belirtmiştir. Özkan (2007) tarafından belirlenen, yapı işlevinin kullanıcıya cevap vermesi, kullanıcı gereksinimlerinin karşılanması, işlevin çevre ve iç mekan özelliğine uygun olarak seçilmesi, yapı içinde malzeme ve donatıların doğru kullanımı gibi faktörler, Cansever (1997) tarafından belirlenen, yapının biçimlenişinin esas alınarak, işlevin gerekçelerine uygun yapılması, işlevin bir amaca hizmet etmesi, yapı ile yapı bölümlerinin birbiri ile etkileşimi, yapının işlevinin kullanıcı isteklerine cevap vermesi, yapının çevre ile uyumu gibi faktörler, Leonhardt (1998) tarafından belirlenen, yapı işlevinin kullanıcı gereksinimlerine uygun olarak seçilmesi, kullanıcı memnuniyeti ve konfor sağlama gibi faktörler, fonksiyonel analiz bileşenlerinin altlığını oluşturmuştur. Yapılan Literatür araştırması sonucunda, fonksiyonel analiz kavramının alt başlıkları oluşturulmuştur. Fonksiyonel Analiz Bileşenleri Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Fonksiyonel Analiz Bileşenleri

• Biçim-İçerik	• Yapı-Çevre Uyumu
• Mekan Organizasyonu	• Konfor
• Kullanıcı-Mekan Uyumu	• Kullanıcı Memnuniyeti
• Yapı-İşlev Uyumu	• Kullanıcı Gereksinimlerini Karşılama
• Yapı Bütünlüğü	• Mekan Donatılarının Doğru Kullanımı

### 2.2. Teknik Analiz

Mevcut yapının, dönüştürülmeden önce teknik analizinin incelenmesi, yapıya uygulanacak olan yeni işlevin belirlenmesinde ve yapıya uyarlanmasında daha etkili olmaktadır. Fakıbaba (2012) mevcut yapının dönüştürülmeden önce; tarihi değerinin, koruma durumunun, yapısal özellikleri hakkında Rölöve ve Restitüsyon çalışmalarının incelenmesinin yapının detaylı tanınmasında etkili olacağını belirtmiştir. Rölöve çalışmasını, mevcut yapının çizimleri ve fotoğrafları, Restitüsyon çalışmasını ise mevcut yapının ilk halini yani eklentilerin yapılmadığı halinin çizimleri oluşturmaktadır. Mevcut yapı hakkında detaylı bilgi edinmek için Rölöve çalışmasının yapılması, önceki Rölöve çalışmalarının incelenmesi, yapının mimari bileşenlerinin gözden kaçırılmaması için önem arz etmektedir. Restitüsyon çalışması ile yapıya eklenen veya çıkarılan bölümlerin hangi oranda yapıldığı veya yapılabileceği hakkında detaylı bilgi edinilebilmektedir.

Fakıbaba (2012), mevcut yapıda Rölöve ve Restitüsyon çalışması ile yapılan mimari analizin, yapının plan ve cephe detaylarıyla oluşturduğu mimari dili ortaya koyduğunu söylemiştir. Mimari yapısı ve kültürel öğeleri nedeniyle korunması gereken yapılarda, yeni işlevin mevcut yapının tarihi-kültürel yapısına zarar vermeden yapılması gerekmektedir. Bu tür tarihi binaların, nesiller boyu aktarılması için binanın işleve değil işlevin binaya ayak uydurması gerekmektedir. Ahunbay (2009), 1. Grup olarak adlandırılan tarihi yapılar üzerinde herhangi bir müdahalenin yapılmaması gerekmektedir. Çeşitli doğal veya yapay etkenler, yangın, bakımsızlık, yağmalama gibi olaylardan etkilenen 1. Grup bir yapının orijinal haline uygun yeterli verinin

bulunmaması halinde 2. grup yapı olarak gruplandırılmış ve bu yapılarda, yeni bir iç düzenleme yapılmasına izin verilebilmiştir.

Mevcut yapıya yeni işlev verilirken dikkat edilmesi gereken bir diğer etken; yapının mevcut hacmi ve bölümlerinin, yeni işlev ve gerektirdiği bölümlendirmelerle uyum sağlayacak olabilmesidir. Fakıbaba (2012), mevcut yapı üzerindeki mekân müdahalelerini gerçekleştirirken, mekânı oluşturan elemanların döşeme, duvar ve çatı gibi elemanlarına yapılan herhangi bir müdahale ile mekânın sahip olduğu tarihi-kültürel kimliği yok etmemesi gerektiğinin altını çizmiştir. Özkan (2007) tarafından belirlenen, yapının düşey ve yatay strüktür elemanlarının doğru kullanımı, tesisat sisteminin ve havalandırma sisteminin doğru çalışması, yapıda doğru akustik sağlanması, mekan malzemelerinin doğru kullanımı, malzeme ve doku uyumunun sağlanması gibi faktörler; Leonhardt (1998) tarafından belirlenen , yapıların strüktür sistemlerinin sağlam olması, yapıların kullanıcıya güven vermesi, malzeme seçiminin iyi olması, tesisat, klima ve akustik koşullarıyla kullanıcı memnuniyetinin sağlanması gibi faktörler; Fakıbaba (2019) tarafından belirlenen, yapı ve yapı bölümlerinin, hacminin birbiri ile uyumu, aydınlatma sistemlerinin doğru ve yeterli düzeyde kullanımı, konfor şartlarının sağlanması, yapı eklentilerinin ya da çıkarmalarının doğru yapılması gibi faktörler, teknik analiz bileşenlerinin altlığını oluşturmuştur. Yapılan Literatür araştırması sonucunda, teknik analiz kavramının alt başlıkları oluşturulmuştur. Teknik Analiz Bileşenleri Tablo 3' de verilmiştir.

**Tablo 3.** Teknik Analiz Bileşenleri

• Strüktür Sistemi	• Aydınlatma Sistemi
• Kullanıcıya Güven Vermesi	• Dolaşım Sistemi
• Biçim-İçerik Uyumu	• Kullanıcı Memnuniyeti
• Tesisat Sistemi	• Akustik Sistemi
• Havalandırma-Isıtma Sistemi	• Mekanda Malzemelerin Doğru Kullanımı

### 2.3. Estetik Analiz

Dönüştürülen mevcut yapının, teknik ve fonksiyonel açıdan kullanıcılarına hizmet etmesinin yanı sıra estetik açıdan da kullanıcıyı memnun etmesi gerekmektedir. Fakıbaba (2012), bir yapının mimari bir yapıt olabilmesi için; kullanılabilirlik, sağlamlık ve bunların yanı sıra birtakım değerleri içermesi gerektiğinden aynı zamanda bu değerlerin kullanıcılarını etkilemesi ve görsel zevk vermesi gerektiğinden bahsetmiştir. Mevcut yapının tasarımı, kullanılan malzemeler, malzemelerin birbirleri ile uyumu, seçilen renkler, dekoratif öğeler gibi etkenlere dikkat edilerek seçilmesi ve uygulanması ile oluşmaktadır. Fakıbaba (2012), estetik kavramının genel anlamının 'duyulara seslenebilme' olduğunu söylemiştir. Mevcut yapının estetik bileşenleri karşılması, kullanıcıların estetik algılarını tatmin edebilmesi, mekân-kullanıcı-algı üçlüsünde bir bağ kurmasında etkili olabilmektedir. Aydın (1986) çalışmasında, bu etkenlerin alt başlıkları olarak; renk için; sıcak-soğuk, canlı-donuk, aktif-pasif, dinamik-durgun, ilginç-sıkıcı, ferah-kasvetli, uyumlu-uyumsuz, gibi özellikleri incelemiştir. Form için; (Yıldırım vd., 2007) geometrik-serbest, durgun-dinamik, alışılmış-şaşırtıcı gibi kavramları incelemiştir. Doku için; (Yıldırım vd., 2017) pürüzlü-pürüzsüz, etkili-etkisiz, uyarıcı-sakin gibi değerleri ele almıştır. Temiz (2009), fiziksel olarak görme eyleminin gerçekleşmesi ve Arslan vd. (2018), yapının iç mekânının algılanması için ışığa ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Arslan vd. (2017), ışık ve aydınlatma, yapının bütünüyle estetik algılanmasının gerçekleşmesi açısından önemli bir bileşeni oluşturmuştur. Aydın (1986) tarafından ifade edilen, renk (sıcak-soğuk, canlı-donuk, dinamik-durgun, ilginç-sıkıcı, ferah-kasvetli, uyumlu-uyumsuz) form (geometrik-serbest, durgun-dinamik, alışılmış-şaşırtıcı, sınırlı-belirsiz, somut-soyut) , doku (pürüzlü-pürüzsüz, etkili-etkisiz, uyarıcı-sakin, sert-yumuşak, rahat-sıkıcı, kaba-ince) gibi faktörler; Leonhardt (1998) tarafından ifade edilen , oran (yükseklik-genişlik, açıklık-kapalılık, ışıklı- gölgeli), düzen, simetri, eğim, genişlik, derinlik, çevreyle uyum gibi faktörler; Lang (1987) tarafından ifade edilen, şekil, oran, ritm,, düzen, hiyerarşi, renk, zıtlık, algı, anlam gibi faktörler, estetik analizin altlığını oluşturmuştur.

Yapılan Literatür araştırması sonucunda, estetik analiz kavramının alt başlıkları oluşturulmuştur. Estetik Analiz Bileşenleri Tablo 4'de verilmiştir.

**Tablo 4.** Estetik Analiz Bileşenleri





• Oran	• Ölçek	• Simetri	• Mekan Organizasyonu
• Renk	• Doku	• Algı	• Işık
• Biçim	• Denge	• Uyum	• Çizgisel Organizasyon
• Düzen	• Vurgu	• Zıtlık	• Derinlik
• Form	• Ritm	• Şekil	• Birlik

Alan çalışması kapsamında kiliseden camiye dönüştürülen yapıların, dönüşüm sürecindeki mimari değişimi elde edilen analiz bileşenleri bağlamında analiz edilmiştir.

### 3. Dini Yapı Dönüşüm Örnekleri

Tarihi süreçte toplumların siyasi, sosyal ve ekonomik boyuttaki değişimleri ve gelişimleri bağlamında dini yapı dönüşümleri gerçekleştirilmiştir. Dönüştürülen yapıların bir kısmı yeni işlevde kullanılmaya devam ederken, bir kısmı işlev değişikliği ve yapı dönüşümlerine maruz kalmış, bir kısmı ise kullanılamaz hale gelerek sürdürülebilirliğini kaybetmiştir. Çalışmanın bu bölümünde Balıkesir’de incelenen kilise-cami yapı dönüşüm örneklerinin sürdürülebilirliği; yapıların teknik, estetik ve fonksiyonel analizleri ile detaylandırılarak incelenmiştir. Yapı dönüşümlerinde, yapı gereksinimlerini karşılamak, yanlış yapı dönüşümleri yapmamak adına teknik, fonksiyonel ve estetik analizlerin yeri oldukça önemli olmuştur. Teknik analizlerde; yapının strüktür sistemi, aydınlatma-tesisat-akustik sistemleri, kullanıcı memnuniyeti gibi etkenler göz önünde bulundurulmuştur. Fonksiyonel analizlerde, kullanıcı gereksinimlerini karşılama, biçim-içerik, mekân organizasyonu, yapı-işlev uyumu, yapı bütünlüğü ve yapının sürdürülebilirliğini sağlamak gibi etkenler göz önünde bulundurulmuştur. Estetik analizlerde; renk, oran, denge, düzen, biçim, form, ölçek, doku, ritim, simetri, birlik, algı, zıtlık, uyum, şekil ve vurgu gibi faktörlere dayanılarak analizler yapılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen Hagios İoannes Kilisesi’nin, Saatli Camii’ye dönüştürülmesine ve Hagios Georgios Kilisesi’nin, Çınarlı Camii’ye dönüştürülmesine ilişkin yapılara ait görseller Tablo 5’de yer almaktadır.

**Tablo 5.** Yapı Dönüşüm Örnekleri

YAPININ ADI	YAPIM TARİHİ	YAPI GÖRSELİ	
Hagios İoannes Kilisesi	1870		
Hagios Georgios Kilisesi	18. yy - 19.yy		

(<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/balikesir/gezilecekyer/saatli-kilise-camisi>, Kişisel Arşiv).

### Hagios İoannes Kilise-Camii (Saatli Camii) Yapı Analizi Bulguları

**Yapının Tarihçesi;** Saban (2010) tarihli yüksek lisans tezinde, yapının 1870 yılında Balıkesir’in Ayvalık ilçesinde bulunan Rumlar tarafından Hagios İoannes Kilisesi olarak inşa edildiğinden bahsetmiştir. Yapının batı tarafında bulunan çan kulesinin, günümüzde saat kulesi olarak kullanılmasından dolayı yapıya saatli cami denildiği, yöre halkı ile yapılan sohbet esnasında belirtilmiştir. 1924 yılında yaşanan mübadeleden sonra bölgede Müslüman halkının artması, ibadet gereksinimleri ve etrafta başka cami olmaması dolayısıyla 1928 yılında camiye dönüştürülmüştür. 1944 yılında Ayvalık’ta meydana gelen deprem sonrasında kilisenin

çan kulesi yıkılmış, tamir edilerek üzerine saat yerleştirilmiş ve cami adını bu saatten almıştır. Saatli Camii 2000-2005 yılları arasında restorasyon geçirmiştir, restorasyon geçirmesinin ardından, 2003 yılında Ayvalık'ta çıkan fırtına sonucunda caminin minaresi yıkılmış ve kubbenin güney kısmının yıkılmasına sebep olmuştur. Yapının kubbesinin, yeniden restore edilerek orijinal haline uygun hale getirildiği belirtilmiştir. Tablo 6'da yapıya dair bir envanter fişi sunulmuştur.

**Tablo 6.** Hagios İoannes Kilise-Camii (Saatli Camii) Yapı Envanter Fişi

<b>Yapının Eski Adı</b>	Hagios İoannes Kilisesi
<b>Yapının Günümüzdeki Adı</b>	Saatli Camii
<b>Yapının Yapım Yılı</b>	1870
<b>Yapının Dönüştürme Tarihi</b>	1928 Sonrası
<b>Yapının Dönüştürülme Nedeni</b>	Nüfus Mübadelesi (1924)
<b>Yapının Plan Tipi</b>	Üç Nefli Tek Apsisli Bazilikal Plan Tipi
<b>Yapının Eski İşlevi</b>	Kilise Mimarisi
<b>Yapının Yeni İşlevi</b>	Cami Mimarisi
<b>Yapı Dönüşümünden Sonra Yapıya Yapılan Eklentiler</b>	Caminin Güney cephesine; Mihrap ve Minber, Kuzeybatı köşesine Saat kulesi, Güneybatı köşesine Minare eklenmiştir. Yapının mimari bütünlüğü korunmuştur.
<b>Yapının konumu</b>	Fevzi Paşa Mahallesi, Cami Sokak, no:4 Ayvalık/Balıkesir

(Saban, 2010).

**Yapının Teknik Analizi;** Hagios İoannes Kilise-Cami, doğu batı doğrultusunda uzanan, zemin katı Bazilikal planlı, üst katı Yunan Haçı planlı, dikdörtgen ve dönüştürülmüş bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dikdörtgen yapı avlunun ortasında bulunan, yapının kuzeybatısında sonradan eklenen şadırvan ve güneybatısında iki şerefeli sonradan inşa edilen minare yer almıştır. Saban 2010 tarihli çalışmasında, minarenin 2003 yılında çıkan fırtınada yıkıldığından ve yeniden inşa edildiğinden bahsetmiştir. Camiye giriş, yapının batı cephesinden altı basamakla yükseltilerek yapılmıştır. Aynı zamanda, cami girişi kilisede Narteks bölümüne denk gelmektedir. Narteks bölümünde, girişin her iki tarafı kapatılarak pencereler oluşturulmuştur. Narteksin; kuzeyi çan kulesine çıkışı sağlayan, güneyi galeri katına çıkışı sağlayan dönel merdivenlerden oluşmuştur.

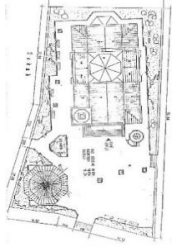
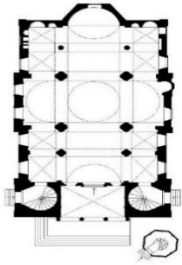
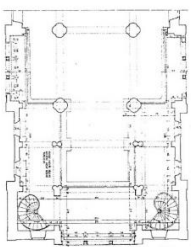
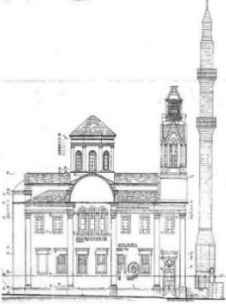
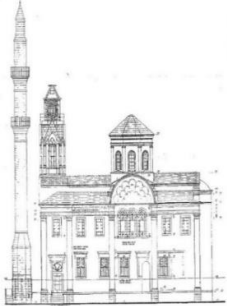
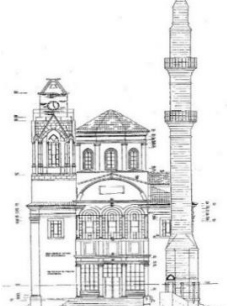
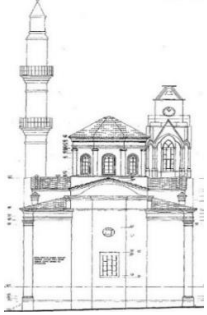
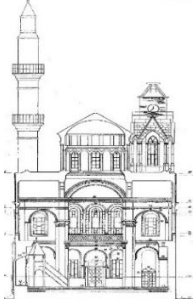
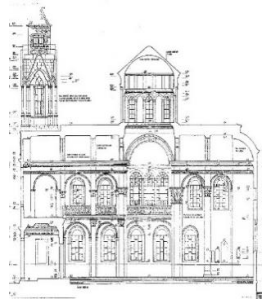
Naos, yani kilise ve camide ana ibadet alanı, zemin katta üç nef ayrılmıştır. Nefler arası sütunlarla ayrılmıştır. Merkezde kubbeyi taşıyan sütunlar, diğerlerine oranla daha büyük yapılmıştır. Kilise yapısının plan düzenine bakıldığında, yapı içerisinde cephelerle birlikte bir simetri hâkim olduğu görülmektedir. Yapı dönüşümünden sonra da bu düzen bozulmamıştır. Yapının kuzey ve güney cepheleri birbirine karşı simetrik detaylar barındırmaktadır. Yapının kuzey cephesinde beş, güney cephesinde dört pencere vardır bunun nedeni güney cephesindeki pencerelerden bir tanesinin kapatılarak mihraba dönüştürülmesidir. Mihrabın, yapının klasik giriş kapısının tam karşısında değil de güney cephesinde olmasının nedeni, kilisenin inşa edilirken kible yönünün esas alınmamasıdır. Kible yönüne uygun olarak mihrap, güney cepheye yerleştirilmiştir.

Galeri katında, haç kollarının bitiminde pencereler yapılmış, bu pencereler; zemin kat pencerelerinden farklı olarak yuvarlak kemerli ve üç eş pencere olarak büyük boyutlu yerleştirilmiştir. Yapının doğu cephesinde, girişin tam karşısında apsis bölümü yer almış, apsis duvarının alt kısmında dikdörtgen şekilli bir pencere, üst kısmında yuvarlak ve renkli bir pencere yapılmıştır. Kilise yapısının merkezinde, dört adet büyük boyutlu sütun yükselmiş ve sütunların taşıdığı sekiz kenarlı kubbe yer almaktadır. İç mekânda yapının kuzey cephesinde, çan kulesine çıkan merdivenlerin hemen yanına yapı dönüşümünden sonra kadınlar mahfili görevi gören bir alan eklenmiş, bu alan perde ile kapatılmıştır. Yapının iç mekânında olduğu kadar dış cephelerinde de simetri hâkim olmuştur. Batı cephesinde girişin hemen üzerinde; yuvarlak kemerli ve birbirine eş üçlü pencerelerin olduğu aynı zamanda kuzey ve güney cephelerde de aynı pencerelerden bulunduğu görülmektedir.

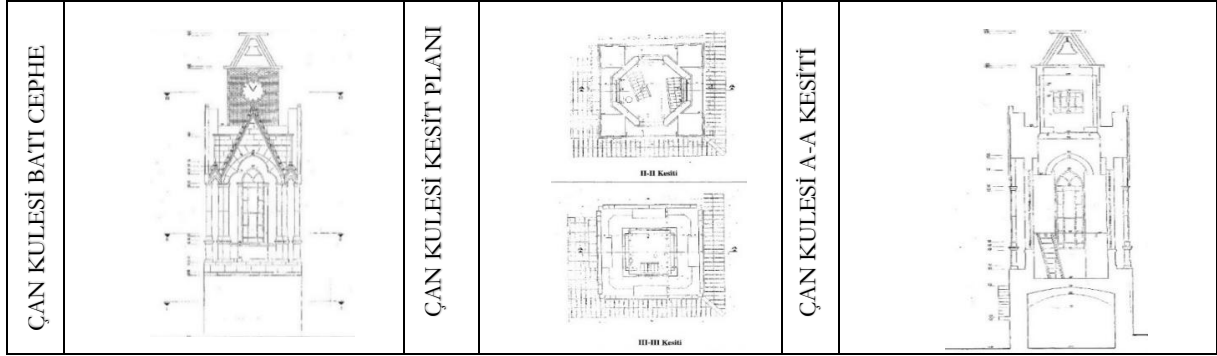
Yapının akustiğinin iyi olmaması ve yalıtım yapılmamış olması, kış aylarında caminin çok fazla kullanılmamasına neden olmuştur. Isıtma kaloriferlerle ve küçük ısıtıcılarla sağlanmıştır. Ayrıca yapının

akustiğinin iyi olmaması, kullanıcıların cami hocasının sesini net olarak duymamalarına etki ederken, bu durum yapının çok fazla kullanılmamasına neden olmuştur. Yapının kuzey cephesinde, merkezde kubbenin denk geldiği cephenin, galeri katı hizasında batı cephesinde üçlü yuvarlak kemerli pencerelerin olduğu, zemin kat hizasında iki eşit dikdörtgen pencerenin olduğu görülmektedir. Yine kuzey cephesinin doğu ve batı taraflarında, zemin kat hizasında ve galeri kat hizasında ikişer adet dikdörtgen pencere olduğu ve doğu tarafındaki pencerelerden zemin kat hizasından bir tanesinin kapatılarak günümüzde kullanılmadığı görülmektedir. Apsis, yapının doğu cephesinde, dışa taşkın ve üç cephe olarak; içten ise yuvarlak yarım daire şeklinde oluşturulmuştur. Yapının merkezinde yükselen sekiz kenarlı kubbenin her sekiz kenarının cephesinde yuvarlak kemerli dikdörtgen pencereler oluşturulmuştur. Yapının kuzey cephesinde bulunan çan kulesine, yuvarlak kemerli bir kapıdan girilebilmektedir. Kapının üst tarafında, galeri katı hizasında, dikdörtgen bir pencere olduğu görülmektedir. Yapıya dair plan, kesit ve görünüş detaylarına Tablo 7'de yer verilmiştir.

**Tablo 7.** Hagios İoannes Kilise-Camii (Saatli Camii) Plan-Kesit-Görünüş Detayları

VAZİYET PLANI		ZEMİN KAT PLANI		GALERİ KAT PLANI	
KUZUY CEPHE DETAYI		GÜNEY CEPHE DETAYI		BATI CEPHE DETAYI	
DOĞU CEPHE DETAYI		KUZUY-GÜNEY KESİT		DOĞU-BATI KESİT DETAYI	







(Saban, 2010, Gündoğmaz, 2003)

Genel olarak yapının teknik analizine baktığımızda; yapının ikonalarının (kilise dini inancını sembolize eden çizimler) üzerinin sıva ile kapatılması, yapıya mihrap, minber ve minare eklenmesi, bu eklemeler sırasında bazı pencerelerin kapatılması, yapının orijinal kimliğinin bozulmasına yol açmıştır. Yapının strüktür sisteminin sağlam olması dolayısıyla yapıya, gereksiz eklenti veya sağlamlaştırma yapılmamıştır. Aydınlatma için pencerelerin yeterli olması, yapı içerisine bolca doğal ışık alması, yapıya fazladan yapay aydınlatma ekleme durumunu da ortadan kaldırmıştır. Bunun dışında yapının karakteristik özelliklerine zarar verilmemiş, bölge halkının koruma bilincinin olması sayesinde yapı kültürü günümüze kadar korunmuş ve günümüzde de korunmaya devam etmiştir. Ancak zamanla yapı içerisinde, duvar, tavan ve sütunlarda döküntüler meydana gelmiş, pencereler hasar almış, çatı örtüsü hava şartlarından kaynaklı yıpranmış ve zamanla iç mekânda su sızıntılarına neden olmuştur. Dolayısıyla kullanıcılar ve kullanım açısından olumsuz sonuçlanmıştır.

**Yapının Fonksiyonel Analizi;** Dini yapı dönüşümlerinde, diğer yapı dönüşümlerine oranla iç mekân donatılarının kullanım açısından mekân içerisinde daha az olması, mevcut yapı işlevlendirmesinde kolaylık sağlamıştır. Hagios İoannes kilise-cami fonksiyonel analizi incelenmiştir. Yapıya dair fonksiyonel analiz detaylarına Tablo 8 de yer verilmiştir.

**Tablo 8.** Hagios İoannes Kilise-Camii (Saatli Camii) Fonksiyonel Analiz Detayları (Kişisel Arşiv)



DETAY	GÖRSEL	ANALİZ
KUBBE		Kilise yapısının üst örtüsünün tek kubbeli olması, Müslüman dini inancında da tek kubbenin birlik ve beraberliği sağlaması ve biçim-içerik uyumundan dolayı yapı dönüşümü olumlu sonuçlanmıştır. Bunun yanı sıra, yapının Kapalı Yunan Haçı planlı olması, kullanıcıların kubbe de haç kollarında başka bir dini inanca ait sembollerini görmeleri, ibadet esnasında olumsuz etkilenmelerine zemin hazırlamıştır.
İÇ MEKÂN		Yapının kiliseden Camiye dönüştürülmesi ile eski işlevde kilisenin üç nef ayrılmaması, nefler arasında paye ve sütunların olması, yeni işlevde camideki tek kubbe altına toplanma, birlik olma durumuna olumlu bir etki sağlasa da sütunların ibadet alanını bölmeleri, cemaat ve cami hocası arasında görsel iletişimin bozulmasına neden olmuştur. Bu durum, yapı bütünlüğü, kullanıcı memnuniyeti, yapı işlev uyumu ve kullanıcı-mekân açısından olumsuz sonuçlanmıştır.
YAPI BÖLÜMLERİ		Mevcut yapı camiye dönüştürüldükten sonra, kible yönüne uygun olarak, yapının güney cephesine mihrap ve minber eklenmiş ve yapı bütünlüğü bozulmuştur. Kullanıcı gereksinimleri karşılanmış ancak, mihrap ve minberin yerleştirildiği alan, ortada bulunan sütunlar dolayısıyla bu durum mekân organizasyonu açısından olumsuz sonuçlanmıştır.

YAPI BÜTÜNLÜĞÜ		Yapının eski işlevinin kilise olması, kilise yapılarının doğu-batı doğrultusunda uzanması, cami mimarisinde kible yönünün temel alınması dolayısıyla, saatli cami de alışılmış cami düzeni oluşturulamamıştır. Mihrap güney cephede bir pencere açıklığı kapatılarak yapılmıştır. Bu durum, yapı bütünlüğü açısından olumsuz sonuçlanmıştır. Yapının genel hatlarına (süsleme detayları, sütun başlık ve gövdeleri vs.) zarar verilmeden korunması, yapının sürdürülebilirliği açısından olumlu sonuçlanmıştır. Ancak, yapının duvarlarındaki ikonaların boyanması ile yapı orijinalliği ve yapı bütünlüğü bozulmuştur.
YAPI SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ		Yapının restorasyon geçirmesi ile onarımları tamamlanmış, eklentiler yapılmıştır. Ancak günümüzde hava koşulları, çevresel etkenler dolayısıyla yapının çatı elemanlarının hasar alması ile çatıda akmalar oluşmuş, duvarlar nem ve rutubetten dolayı dökülmeye başlamış, pencerelerde yer yer kırıklar oluşmuştur. Kullanıcılar bu durumdan rahatsız olduklarını, camiyi çok fazla kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum hem kullanıcı memnuniyeti açısından hem de yapının sürdürülebilirliği açısından olumsuz sonuçlanmıştır.

Saatli caminin genel fonksiyonel analizine baktığımızda; yapının dönüşüm öncesi ve sonrasında çok fazla değişikliğe maruz kalmadan kullanıcı gereksinimlerinin karşılanması, mekân kimliğinin korunması ve yapı sürdürülebilirliği açısından olumlu etki sağlamıştır. Yapı içerisinde daha önce teknik analizde de bahsedildiği gibi sadece ikonaların üzeri kapatılmıştır. Yapının apsis çıkıntısına, kible temel alınmadan yapılması dolayısıyla mihrap yerleştirilememiş, mihrap güney cepheye bir pencere açıklığı kapatılarak yerleştirilmiş batı tarafına da minber eklenmiştir. Sonradan eklenen bir diğer bölüm yapıdan bağımsız olarak inşa edilen iki şerefeli minare olmuştur.

**Yapının Estetik Analizi;** Kilise yapısı genel olarak sade ve gösterişten uzak bir yapıda inşa edilmiştir. Bu durumun bölge halkının inancı açısından olumlu sonuçlandığı düşünülmüştür. Yapı estetik olarak bir düzen içerisinde oluşturulmuş ancak yapı dönüşümünden sonra ikonalarının boyanarak kapatılmış olması yapının orijinal kimliğine zarar vermiştir. Yapının en çok dikkat çeken ögesini, çan kulesi oluşturmaktadır. Ayrıca yapının, bölgede bulunan en yüksek yapılardan biri olduğu saptanmıştır. Yapıya dair estetik analiz detaylarına Tablo 9'da yer verilmiştir.

**Tablo 9.** Hagios Ioannes Kilise-Camii (Saatli Camii ) Estetik Analiz Detayları

DETAY	GÖRSEL	ANALİZ
ÜST ÖRTÜ		Yapı, çevre yapılarla oranla oldukça yüksek inşa edilmiş ve bu durum yapıyı biçim olarak öne çıkarmıştır. Yapının üst örtüsünden bağımsız olarak yükselen sekiz kenarlı kubbesi, kuzey, güney, doğu ve batı cephelerinde farklı yüksekliklerdeki kırma kiremit çatısı ile yapı kendi içerisinde bir denge ve simetri oluşturmuştur. Yapının kuzey ve güney cephelerine uzanan haç kolları yapıya hareketlilik kazandırmıştır.
DIŞ CEPHE		Yapının dış cephesi, bölgeye uyum sağlayacak düzeyde, süslemeden uzak, sade ama bir okadar da gösterişli olarak yapılmıştır. Yapının dış cephelerde hareketliliği, haç kollarının çıkıntıları, saat kulesinin biçimsel yapısı ve farklı boyut ve şekildeki pencereler ile sağlanmıştır. Ayrıca yapının iç ve dış cephelerde kuzey ve güney cephelerinin simetrik olması yapıda genel bir bütünlük sağlamıştır. Cephelerdeki üçlü yuvarlak kemerli pencereler, yapıya hareketlilik kazandırmıştır.

PENCERELER		Yapının pencereleri, geometrik şekillerle bölünmüş, içleri kısmen renkli, kısmen şeffaf camlarla doldurulmuştur. Yapı içerisinde, renkli ve şeffaf camlardan sızan ışık ile sıcak bir ortam oluşturulmuş, şeffaf ve renkli camlar belirli bir denge ve ritim oluşturmuştur. Bu durum yapı içerisinde biçim-içerik açısından olumlu etki sağlamıştır. Cephelerde pencerelerle simetri yakalanmıştır.
KUBBE		İç mekânda sekiz kasnaklı dört sütun üzerinde yükselen kubbe ve her bir kenarına belirli aralıklarla dengeli bir şekilde yerleştirilen farklı boyutlardaki yuvarlak kemerli pencereler, üst örtüde olduğu kadar iç mekânda da bir ahenk ve denge oluşturmuştur. Pencerelerinden içeri sızan doğal ışık ile yapının üst örtüsündeki renklerin, birbiri ile uyumu, renkli camlardan içeri sızan ışığın kırılması ile yapıda sıcak bir ortam oluşturulmuş, estetik algı da olumlu etki yaratmıştır.
KEMER VE TONOZLAR		Yapı içerisinde çoğunlukla kemer ve tonozlarda simetrik bir düzen içerisinde yapılan bordürler, yapıya estetik bir görünüm kazandırmıştır. Ancak yapının zamanla doğal veya yapay etkenler kaynaklı yıpranması, duvarların ve kemerlerin döküntü yapması, pencerelerde kırılmaların olması, nem ve rutubet olması iç mekânda estetik açıdan olumsuz etki yaratmış bu durum kullanıcıları olumsuz etkilemiştir.
İÇ MEKÂN		Yapı içerisindeki süslemelerin belirli bir ritimde devam etmesi, renklerin birbiri ile uyumu, bazı renklerin tüm yapıyı dengeli bir şekilde çevrelemesi ile oluşturulan çerçevenin vurgusu, yapıyı estetik açıdan olumlu etkilemiştir. Yapının düz beyaz renkte bırakılması, her ne kadar ikonaların üzerinin kapatılması ile orijinalliğini bozsa da, yapının bütünüyle sade olması, eklentilerin de sade olması ile bütünlük kazanmıştır. Ayrıca yapı içerisindeki detayların net algılanmasında etkili olmuştur.

(Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kişisel Arşiv).

Cami yapısının iç mekân estetik analizine baktığımızda; süslemelerin az olduğu, mekânın yapı yüksekliğinden kaynaklı ferah bir yapıda olduğu, sütun başlıklarının altın yaldızla kaplandığı dikkat çekmektedir. Kemerlerin iç yüzeylerinde çiçek motifli kabartmalar dikkat çekmektedir. Kubbe etrafını kırmızı beyaz dikdörtgen-kare şekilli çerçeve kaplamıştır. Kilise yapısının camiye dönüştürülmesinden sonra kubbe tonozuna Arapça yazıların olduğu madalyonlar eklenmiştir. Ancak zaman içerisinde çatının hasar alması ile duvarlarda nem ve rutubet oluşmuş, duvar boyası dökülme yapmış bu durum yapı için estetik açıdan olumsuz etki bırakmıştır.

### Hagios Georgios Kilise-Camii (Çınarlı Camii) Yapı Analizi Bulguları

**Yapının Tarihiçesi;** Balıkesir ili Ayvalık'ta merkezi bir konuma sahip olan Hagios Georgios kilisesi, Saban (2010)'ın yüksek lisans tezinde bahsettiği üzere, Papaz İkonos'un ölümünden kısa bir süre sonra tamamlanmıştır. Hagios Georgios Kilisesi yöre halkının anlatımına göre, bahçesinde bulunan çınar ağacından dolayı kilise camiye dönüştürüldükten sonra Çınarlı cami adını almıştır. Yapının bulunduğu bölgede cami olmaması, dönüştürülmesinde etkili olmuştur. 1923 yılında Yunanistan ile Türkiye arasında olan Nüfus Mübadelesinden sonra bölgede Türklerin yoğunluğu artmış, var olan ibadet yerleri, ihtiyaca uygun olarak dönüştürülmüştür. Dönüştürülen yapılardan birini, Hagios Georgios Kilisesi oluşturmaktadır. Kiliseye dönüştürüldükten sonra mihrap, minber ve minare eklenmiştir. 1952 yılında caminin kuzeybatı tarafına eklenen minarenin kaidesinde bulunan yazıta göre, Karaağaçlı Mustafa Geniş tarafından, minarenin yaptırıldığı anlaşılmaktadır. Yine minare kaidesindeki yazıta göre, 2003 yılında meydana gelen fırtına da minare yıkılmış, Karaağaçlı Mustafa Geniş'in damadı Ahmet Karakaş tarafından yeniden yaptırıldığı belirtilmiştir. Gündoğmaz (2003), günümüzde Çınarlı Cami adı ile bilinen yapının, 2000-2005 yılları arasında Restorasyon geçirdiğini, yapının zemin ve üst örtüsünde sağlamlaştırma yapıldığını, cephe

ve taşıyıcılarındaki hasarların giderilerek iç mekân boyalarının yenilendiğini söylemiştir. Tablo 10'da yapıya dair bir envanter fişi sunulmuştur.

**Tablo 10.** Hagios Georgios Kilise-Camii (Çınarlı Camii ) Yapı Envanter Fişi

<b>Yapının Eski Adı</b>	Hagios Georgios Kilisesi
<b>Yapının Günümüzdeki Adı</b>	Çınarlı Camii
<b>Yapının Yapım Yılı</b>	18. Yüzyıl sonu - 19. Yüzyıl başı
<b>Yapının Dönüştürme Tarihi</b>	1924 sonrası
<b>Yapının Dönüştürülme Nedeni</b>	Nüfus Mübadelesi (1924)
<b>Yapının Plan Tipi</b>	Üç Nefli Üç Apsisli Bazilikal Plan Tipi
<b>Yapının Eski İşlevi</b>	Kilise Mimarisi
<b>Yapının Yeni İşlevi</b>	Cami Mimarisi
<b>Yapı Dönüşümünden Sonra Yapıya Yapılan Eklentiler</b>	Caminin Güney Cephesine, Mihrap ve Minber, Kuzey Cephesine, Müezzin Mahfili, Kuzeybatı Köşesine Minare eklenmiştir. Yapının mimari bütünlüğü korunmuştur.
<b>Yapının konumu</b>	Hamdibey Mahallesi, Alibey Caddesi, 1. Sokak Ayvalık/Balıkesir

(Saban, (2010).

**Yapının Teknik Analizi;** Hagios Georgios kilise-cami, zemin kat bakımından bazilikal planlı, üst kat ve kubbe örtüsü bakımından Kapalı Yunan Haçı planlı dönüştürülmüş yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dikdörtgen planlı kilise yapısı, klasik kilise yapılarında olduğu gibi doğu-batı doğrultusunda genişlemiştir. Dikdörtgen avlunun merkezinde yer alan yapının, güneybatı köşesinde şadırvan, kuzeybatı köşesinde iki şerefeli minare ve kuzeyinde avluya girişi sağlayan bir bahçe kapısı olduğu görülmektedir. Çınarlı Camii ve Saatli Camii yapılarının plan düzeni açısından bazı benzerlikler gösterdiği inceleme esnasında fark edilmiştir. Çınarlı Camii'nin giriş kapısı batı cephesinden, yedi basamaklı yarı düz yarı yuvarlak merdiven ile sağlanmıştır. Yapıya, kuzey cepheden de bir kapı ile girişin sağlandığı ancak günümüzde bu kapının çok fazla kullanılmadığı kullanıcılarla yapılan sözlü görüşmelerde belirtilmiştir.

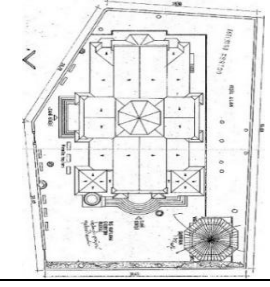
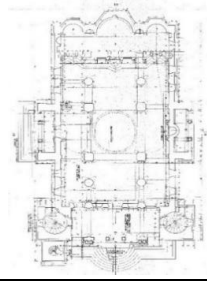
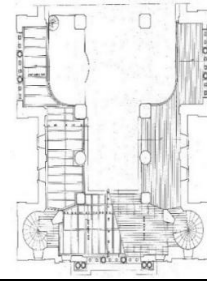



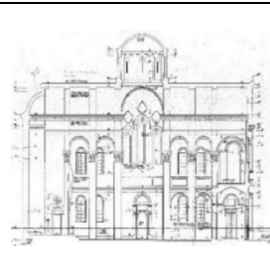
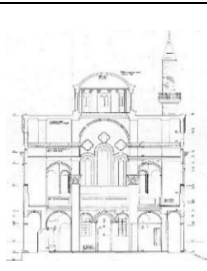

Kilisede, batı cephe girişinden narteks bölümüne geçiş sağlandığında girişin her iki tarafındaki koridorlarda birer kapı ile kapalı tutulan, galeri katına çıkışı sağlayan merdivenlerin yer aldığı görülmektedir. Narteks bölümünden ana ibadet mekânına yani naosa girişi sağlayan üç ayrı kapının olduğu, kapılar arasında dikdörtgen pencerelerin yer aldığı ancak günümüzde sadece kuzey cepheye yakın olan kapının kullanıldığı diğerlerinin kapalı tutulduğu inceleme esnasında fark edilmiştir.

Naosun üç nefi ayrıldığı, ortadaki nefin diğer iki nefi göre daha yüksek ve geniş tutulduğu, nefler arasında girişten doğu cephesine sırası ile bir sütun iki paye bir sütun şeklinde ayrıldığı görülmektedir. Çınarlı Camii, Saatli Cami'de olduğu gibi, giriş eksenine göre kuzey ve güney cephelerde simetri oluşturmuştur. Kuzey ve güney cephelerinde, girişten itibaren sırasıyla; zemin kat hizasında ikişer adet pencere olduğu, ortaya yani haç kollarının bulunduğu duvara gelindiğinde, kuzey cephesinde günümüzde kapalı tutulan kapının yer aldığı orta alan, güney cephesinde yine bir kapının olduğu ancak yapı dönüşümünden sonra kapının kapatılarak mihrabın yerleştirildiği görülmektedir. Devamında, her iki cephede de ikişer adet pencerenin olduğu görülmektedir. Yine kuzey ve güney cephesinin galeri kat hizasında, üçer adet pencerenin olduğu, orta kısımda kuzey ve güneyde kapalı tutulan kapıların üzerine denk gelecek şekilde ortada yuvarlak kemerli bir pencere ve bu pencerenin iki yanında ondan daha kısa yuvarlak kemerli pencerelerin olduğu görülmektedir. Bu üçlü pencerenin üst kısımlarına yonca yaprağına benzer şekilde daha küçük pencereler yerleştirilmiştir. Her iki cephede de ikişer adet pencere ile cepheler sonlandırılmıştır.

Yapı akustiğinin Saatli Cami'de olduğu gibi yankı oluşturması, kullanıcılar açısından olumsuz sonuçlanmasına neden olmuştur. Isıtmanın elektrikli ısıtıcılarla sağlandığı ancak yeterli olmadığı inceleme esnasında kullanıcılarla yapılan sözlü görüşmede dile getirilmiştir. Yapının batı cephesinin, zemin kat hizasında revaklı sistem oluşturduğu, galeri katı hizasında kuzey ve güney cephenin haç kollarında olduğu gibi, ortada uzun yuvarlak kemerli, sağ ve solunda ondan daha kısa yuvarlak kemerli üçlü pencerelerden oluştuğu görülmektedir. Devamında, batı cephesinin kuzey ve güney tarafında ikişer adet pencere ve pencerelerin yanlarında iki adet sütüncü olduğu görülmektedir. Batı cephede, galeri katına çıkışı sağlayan

merdivenlerin üzeri kırma çatı ile örtülmüş, kuzey ve güney cephelerde de bu durum tekrarlanmıştır. Yapıya cephelerden bakıldığında kubbenin daha yüksek olduğu, ayrı bir kubbe ile kapatıldığı görülmektedir. Yapının doğu cephesi, diğer cephelere oranla daha sade tutulmuştur. Doğü cephesinde bulunan apsis duvarı dışardan üç cephe olacak şekilde yapılmış, ortada bulunan apsis cephesi diğerlerine göre daha fazla çıkıntı yapmıştır. Aynı zamanda bu cephelerin galeri katı hizasında, birer adet toplam üç tane yuvarlak küçük pencere açıklığı bırakılmış, pencere içleri geometrik olarak bölümlenmiştir. Ortada bulunan pencerenin üzerine, diğerlerinden farklı olarak kabartmalı haç işareti eklenmiştir. Yapının iç mekânda doğü cephesi, dış cephesinden farklı olarak ikonostasis (naos bölümünü bemadan ayıran ikonalarla süslü bölme) ile hareketlendirilmiştir. Naosun merkezinde payeler üzerinde yükselen sekiz kasnaklı bir kubbe olduğu görülmektedir. Haç kollarının örttüğü bölümler beşik tonozla, diğer bölümler çapraz tonozla örtülmüştür. Yapıya dair plan, kesit ve görünüş detaylarına Tablo 11'de yer verilmiştir.

**Tablo 11.** Hagios Georgios Kilise-Camii (Çınarlı Camii) Plan-Kesit-Görünüş Detayları

VAZİYET PLANI		ASMA KAT PLANI		ZEMİN KAT PLANI	
KUZEY CEPHE DETAYI		GÜNEY CEPHE DETAYI		BATI CEPHE DETAYI	
A-A KESİT DETAYI		B-B KESİT DETAYI		DOĞU CEPHE DETAYI	






(Balıkesir Vakıflar Genel Müdürlüğü Arşivi)

Genel olarak yapının teknik analizine baktığımızda; yapının genel hatlarıyla korunduğu, güney cepheye mihrap ve minber eklendiği, yapının doğü cephesinde kuzey cephe tarafındaki apsis hücrelerinin günümüzde kadınlar mahfili olarak kullanıldığı, yapının kuzeybatı köşesine minare eklendiği görülmektedir. İç mekânda ikonalar ve süslemeler sıva ile kapatılmış bu durum yapı bütünlüğüne ve orijinal kimliğine zarar vermiş ancak yapının bema bölümündeki ikonostasis duvarına dokunulmamıştır. Yapının strüktür sisteminin sağlam olması, kullanıcıya güven vermesi ve işlevsel açısından uygun olması, yapının yeniden kullanılabilir olmasına olanak sağlamıştır. Ancak zamanla çevresel etmenlerinde etkisiyle yapı içerisinde duvar ve sütunlarda yıpranmalar ve döküntüler oluşmuştur. Kullanıcılar ile yapılan sözlü görüşmelerde, yapının kış aylarında ısıtmasının yeterli olmamasından dolayı çok fazla kullanılmadığı, yazın da ara ara kullanıldığı belirtilmiştir. Yapının ikonostasisinde alçı, ahşap ve mermer kullanılmıştır.

**Yapının Fonksiyonel Analizi;** Dönüştürülen yapıların fonksiyonel analiz değerlendirmelerinde; işlevin yapıya uygunluğu, yapının işleve uygunluğu, işlev ve yapının çevreye olan uygunluğu gibi etkenler

analiz edilmektedir. Hagios Georgios (Çınarlı Camii) kilise-cami fonksiyonel analizi incelenmiştir. Yapıya dair fonksiyonel analiz detaylarına Tablo 12’ de yer verilmiştir.

**Tablo 12.** Hagios Georgios Kilise-Camii (Çınarlı Camii) Fonksiyonel Analiz Detayları (Kişisel Arşiv)

DETAY	GÖRSEL	ANALİZ
KUBBE		Müslüman dini inancında tek kubbe altında toplanmak, birlik ve bütünlük anlamında sembol niteliği taşımaktadır. Kilise yapısının tek kubbeli oluşu, dini yapı dönüşümünde olumlu sonuçlanmış olsa da, yapının Kapalı Yunan Haçı planlı olması, haç kollarının kubbeyi ortalaması, haç kollarının ikonalarla ve sembollerle kaplı olması dolayısıyla ibadet esnasında kullanıcıların bu durumdan olumsuz etkilenebileceği düşüncesi oluşmaktadır.
İÇ MEKÂN		Yapının kiliseden camiye dönüştürülmesi ile eski işlevde kilisenin üç nef ayrılması, nefler arasında paye ve sütunların yoğunlukta olması, yeni işlevde camideki tek kubbe altına toplanma, birlik olma durumuna olumlu bir etki sağlasa da sütunların ibadet alanını bölmesi, cemaat ve cami hocası arasında görsel iletişimin bozulmasına neden olmuştur. Bu durum, iç mekânda yapı bütünlüğü, kullanıcı memnuniyeti, yapı işlev uyumu, kullanıcı-mekân açısından olumsuz sonuçlanmıştır.
YAPI BÖLÜMLERİ		Kiliselerin inşa edilirken doğu-batı doğrultusunda genişlemesi, camilerin inşa edilirken kible yönünün temel alınması dolayısıyla yapı dönüşümü gerçekleştirildikten sonra, mihrap ve minber yapının güney cephesine eklenmiştir. Mihrabın eklenmesi için, güney cephede bir kapı açıklığı kapatılmış ve mihrabın yanına minber eklenmiştir. Yapı dönüşümünden sonra eklenen bölümlerle orijinal yapı bütünlüğünü bozulmuş, eklenen minber bazı bölümlerin rahat kullanılabilmesine ve bölümler arası geçişlere engel olmuştur. Bu durum kullanıcıları olumsuz etkilemiştir.
YAPI BÜTÜNLÜĞÜ		Kilise yapısının dönüştürülmesinin üzerine mihrap güney cephede bir pencere açıklığı kapatılarak yapılmıştır. Bu durum, yapı bütünlüğüne ve orijinal yapı kimliğine zarar vermiştir. Bunun yanı sıra yapı bütünlüğü için önemli bir faktör olan ikonostasis duvarı günümüze kadar gelebilmiş ve kullanıcılar tarafından korunmuştur. Ancak, yapının duvarlarındaki ikonaların boyanması ile yapı bütünlüğü kısmen de olsa zarar görmüştür. Yapının merkezinde bulunan sütunlar, yapının mevcut işlevsel bütünlüğünde bozulmalara neden olmuştur.
YAPI SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ		Dini yapı dönüşümlerinde, yapılar genellikle eklenti ve çıkarmalarla değişikliğe uğrayarak, orijinal yapı kimliklerinden uzaklaşmaktadır. Yapıların, karakteristik kimliklerinin sürdürülebilirliği açısından, çok fazla hasar almadan, değişikliğe uğramadan dönüştürülmesi gerekmektedir. Hagios Georgios kilisesinin yapı dönüşümü ve geçirdiği restorasyon çalışmalarından sonra yapı, orijinal kimliğinden oldukça uzaklaşmıştır. Yapıya uygulanan sağlamlaştırma çalışmaları yeterli olmamış, günümüzde yapının çok fazla kullanılmaması ve çevresel etkenlerden kaynaklı olarak yapının iç ve dış mekânda fiziksel hasar alması dolayısıyla yapı sürdürülebilirliği olumsuz etkilenmiştir.

Çınarlı Caminin genel fonksiyonel analizine baktığımızda; yapının süslemelerinin fazla olması, ancak yapının genel hatlarıyla fazla karmaşık olmaması, yapı bölümlendirmesinde ve kullanımında etkili olmuştur. Yapı dönüşümünde yapının fazla tahribat almamasına dikkat edilmiş, iç mekândaki ikonaların üzeri sıva ile kapatılmış, bema bölümünde bulunan ikonostasis duvarının hiçbir ayrıntısının kapatılmaması çok fazla turistlerin ilgisini çekmiştir. Yapının yüksekliği ve pencerelerin yoğunluğu yapıya ferahlık kazandırmıştır. Yapının dikdörtgen formda olması, dolaşım açısından olumsuz sonuçlanmamıştır.

**Yapının Estetik Analizi;** Kilise yapısı genel anlamda estetik açıdan oldukça sade olmasına karşın, iç mekânda bema bölümü ile naosu ayıran ikonostasis duvarı günümüze kadar gelebilmiş en gösterişli ikonalarla süslü duvarlardan birini oluşturmuştur. Cepheler sade olmasına karşın pencerelerle

hareketlendirilmiş, iç mekânda mavi rengi hâkim olmuştur. Yapıya dair estetik analiz detaylarına Tablo 13'de yer verilmiştir.

**Tablo 13.** Hagios Georgios Kilise-Camii (Çınarlı Camii) Estetik Analiz Detayları

DETAY	GÖRSEL	ANALİZ
ÜST ÖRTÜ		Kilise yapısının çevre yapılara oranla daha yüksek yapıda inşa edilmiş olması, üst örtüden bağımsız olarak yükselen sekiz kasnaklı kubbe ile farklı kotlarda yükseltilen kırma çatılar yapıyı daha gösterişli bir hale getirmiştir. Yapının cephelere uzanan haç kolları, üst örtü ve cephelerde bağlantı oluşturarak yapıya bütünlük kazandırmıştır.
DIŞ CEPHE		Yapının dış cepheleri, iç mekana oranla sade tutulmuştur. Kuzey ve güney cepheleri birbirine simetrik yapılmış, batı cephesinin galeri kat hizasındaki pencerelerle kuzey ve güney cephedeki pencereler ile simetri yakalanmıştır. Haç kollarının dış cephelerde taşkınlık yapması, cephelerdeki sütunlar ve yuvarklak kemerli üçlü pencerelerle yapının dış cephelerinde hareketlilik sağlanmıştır. Yapının doğu cephesinde galeri kat hizasındaki haç kabartması ile, apsis duvarının dışa taşkınlığı hareketlilik sağlamıştır. Yapının sade ama bir okadar da gösterişli olması, cephelerde simetrisinin yakalanması dış mekân estetik analizinde olumlu sonuçlanmıştır.
PENCERELER		Yapının pencerelerinin belirli bir oranda, belirli aralıklarla devam etmesi ve farklı boyutlarda olması, cephelerde uyum ve düzen sağlamıştır. Aynı zamanda mekanı aydınlık ve ferah gösterebilecek büyüklükte ve çoğunlukta olması, yapının kullanıcıları açısından olumlu sonuçlanmıştır. Ayrıca, pencere boşluklarının kısmen şeffaf kısmen renkli camlarla doldurulması, yapı içerisine yansıyan ışığın, iç mekân renkleri ile karşılarak estetik bir görüntü oluşturmasına olanak sağlamıştır.
KUBBE		Yapının sütun-kemer-kubbe uyumu, kubbe içerisindeki süsleme detaylarının renklerle orantılı bir düzen oluşturması, süslemelerin belirli aralıklarla yapının başka bölümlerinde de devam etmesi, kubbenin ışılandırma ile farklı renkte tutularak belirgin öge konumuna getirilmesi, aynı zamanda müslüman dini inancındaki tek kubbe altında birlik ve beraberlik içinde toplanma duygusunu öne çıkarması ile yapı bütünlüğü sağlanmıştır. Yapı içerisinde haç kollarının mekana dağılması, mekân içerisinde hareketlilik sağlamıştır.
KEMER VE TONOZLAR		Yapı içerisinde kemer, kubbe ve tonozlarda çeşitli sembollerin belirli bir ritimde devam etmesi, bu sembollerin birbiri ile uyumu iç mekânda bir bütünlük, denge ve düzen sağlamıştır. Birbirleri ile zıt renklerin kullanılması ile kontrast bir renk dağılımı oluşturulmuş, mekânın farklı algılanması sağlanmıştır. Mekân içinde, sembol ve şekillerin belirli aralıklarla devam etmesi, yapıyı çevrelemesi, yapının tüm bölümlerinde bu düzenin devam etmesi, yapı içinde birlik ve bütünlük sağlamıştır.
İÇ MEKÂN		Yapının ikonostasis duvarı, form-biçim ve süsleme olarak diğer duvarlardan farklı olarak yapılmıştır. Bu farklılık dolayısıyla yapıya girişte ilk dikkat çeken öge konumunda olmuştur. Yapının iç mekânının genel olarak sade olması, ikonostasis duvarını öne çıkarmıştır. İkonostasis duvarındaki süslemelerin orantılı bir şekilde tekrarlanması, renklerin birbiri ile ve mekân ile uyumlu olması, kullanıcı-mekân ilişkisinde olumlu sonuçlanmıştır. Renkler ve süslemelerle yapı içerisinde bütünlük sağlanmıştır.

(Değerler, 2017, Doğan, 2012, Kişisel Arşiv)

Yapının iç mekân estetik analizine baktığımızda; dış cephelerin sade olmasının yanı sıra hareketlilik pencerelerle ve haç kollarının çıkıntıları ile sağlanmıştır. İç mekânda cephelerin sade olması, ikonostasis duvarının öne çıkmasında etkili olmuştur. Bu duvar günümüzde kullanılmadığı halde, yıkılmamış veya üzeri kapatılmamıştır. Bölge halkının bu tür dini yapılar üzerinde duyarlı olması ve kullanıcılarda koruma bilincinin olması, yapıların karakteristik izlerinin yok olup gitmesine engel olmuştur. Yapı genel anlamda

estetik açıdan birbirini tamamlayana renklerle ve desenlerle süslenmiş ancak çevresel ve doğal etkenlerden kaynaklı olarak zamanla duvarlarında deformeler oluşmuş ve bu durum yapının daha az kullanılmasına sebebiyet vermiştir.

#### 4. Bulgular

Yapılan analizler doğrultusunda; Saatli Camii ve Çınarlı Camii yapı dönüşümü sürecinde çok fazla müdahaleye maruz kalmamış ve yapı bütünlüğü korunmuştur ancak yapıların çevresel etkiler sonucunda günümüzde fonksiyonel ve teknik açıdan yetersiz kalabileceği durumlar meydana gelmiştir. Bu durum estetik analizi de olumsuz yönde etkilemiştir.

İncelenen; Balıkesir Saatli Camii, Balıkesir Çınarlı Camii yapılarının Teknik, Estetik ve Fonksiyonel Analizleri yapılmış ve Tablo 14-15-16-17 de yapılara dair analizlere yer verilmiştir. Tabloda kullanılan madde işareti, analiz bileşenlerinin camide uygun ve doğru bir biçimde karşılık bulduğunun göstergesidir. Tablo 17’de camilerin teknik, fonksiyonel ve estetik analizlerine ilişkin karşılaştırmalar verilmiştir. Analizlerde, her iki camide de karşılık bulmayan bileşenlere tabloda yer verilmemiştir.

**Tablo 14.** Camilerin Teknik Analiz Tablosu

YAPILAR	TEKNİK ANALİZ					
	Strüktür Sistemi	Akustik Sistemi	Aydınlatma Sistemi	Tesisat Sistemi	Isıtma Sistemi	Kullanıcı Memnuniyeti
Saatli Camii	✓		✓	✓		
Çınarlı Camii	✓		✓	✓		

**Tablo 15.** Camilerin Fonksiyonel Analiz Tablosu

YAPILAR	FONKSİYONEL ANALİZ								
	Mihrap	Minber	Minare	Sahn (Harim)	Kubbe	Şadırvan	Son Cemaat Yeri	Kadımlar Mahfili	Müezzin Mahfili
Saatli Camii	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Çınarlı Camii	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	

**Tablo 16.** Camilerin Estetik Analiz Tablosu

YAPILAR	ESTETİK ANALİZ							
	Simetri	Bütünlük	Renk	Doku	Form	Konfor	Biçim - İçerik	Ölçek
Saatli Camii	✓		✓	✓	✓			✓
Çınarlı Camii	✓		✓	✓	✓			✓

**Tablo 17.** Camilerin Teknik, Fonksiyonel ve Estetik Analiz Karşılaştırma Tablosu

	TEKNİK ANALİZ			FONKSİYONEL ANALİZ							ESTETİK ANALİZ					
	Strüktür Sistemi	Aydınlatma	Tesisat	Mihrap	Minber	Minare	Harim	Kubbe	Şadırvan	Son Cemaat Yeri	Kadımlar Mahfili	Simetri	Renk	Doku	Form	Ölçek
Saatli Camii	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Çınarlı Camii	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓

Çalışma kapsamında incelenen Çınarlı Camii ve Saatli Camii'nin, bölgede yaşanan nüfus mübadelesi sonucunda kullanıcılarını kaybetmeleri, yapıların dönüştürülmesine zemin hazırlamıştır. Saatli Camii ve Çınarlı Camii dini yapı dönüşüm örnekleri, analiz bileşenlerine uygun olarak incelenmiş, olumlu ve olumsuz sonuçlar değerlendirilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda; dini yapı dönüşümünde, başarılı



örneklerden oldukları görülmüştür. 19. yy kiliseleri arasında; fazla tahribat almadan, orijinal kimliği korunarak dönüştürülen Saatli Camii ve Çınarlı Cami'ne mihrap, minare, minber ve şadırvan dışında gereksiz eklentilerden kaçınılmıştır. İbadet ve inanca uygun olarak oluşturulan bölümler için ufak çaplı değişiklikler yapılmış, gereksiz müdahaleden kaçınılmıştır. Her ne kadar bölümlendirme veya eklenti az olsa da, restorasyon sürecinde yapının orijinal kimliğine zarar veren bazı müdahalelerde bulunulmuş, ikonalarının üzeri kapatılmıştır. Teknik analiz kapsamında; her iki camide de akustik ve ısıtma problemlerinin yaşandığı görülmektedir. Fonksiyonel analiz kapsamında; her iki camide de, yapı elemanlarının cami işlevine hizmet ettiği görülmüştür. Çınarlı Cami'de son cemaat mahallinin bulunmadığı ve bu işlevin yerine getirilmediği tespit edilmiştir. Estetik analiz kapsamında; her iki camide de simetri, renk, doku, form ve ölçek bileşenlerinin yapıda karşılık bulduğu görülmüştür. Bütünlük, konfor ve biçim bileşenlerinin ise camilerde karşılık bulmadığı görülmüştür.

## 5. Sonuç

Yapı dönüşümleri, kültürel değerlerin sürekliliği açısından; bir amaç olarak değil sürekliliğin devamı için bir araç olduğu düşünülerek gerçekleştirilmelidir. Bu durumda, ekonomik çıkarlar elde etmek bir kenara bırakılmalı, yapı üzerinde işlev değişikliğine dayalı restorasyon uygulaması yapılmadan önce var olan rölöve ve restitüsyon projeleri incelenmeli ve yapıya uygun işlev seçilmelidir. Ayrıca yeni işlev verilmeden önce; yapının, çevre ve topluma olan ilişkisine, verilecek olan yeni işlevin, çevre ile uyumuna bakılmalıdır. Yapıya herhangi bir müdahale yapılmadan önce belirtilen etkenlerin göz önünde bulundurulması, yapının büyük oranda tahribat almasına engel olacaktır.

Çalışmada, Saatli Kilise Camii, Çınarlı Camii Camii kilise-cami yapı dönüşümlerinin sosyo-kültürel araştırmaları ile elde edilen verilere dayanarak yapıların dönüşüm öncesi ve sonrası analizleri yapılmıştır. Böylece dini yapıların dönemin koşulları doğrultusunda, dönüştürülme sürecinin ve bu dönüşümler sonucunda dönüştürülen yapıdaki yapı bileşenlerinin, işlev karşılıklarının, fonksiyonel, teknik ve estetik açıdan olumlu veya olumsuz etkileri incelenmiştir.

Çalışma sonucunda, yapılan dini yapı dönüşümlerinin dönemin siyasi, ekonomik ve sosyal şartlar ile doğru orantılı olarak çeşitlilik gösterdiği ancak bazı yapıların ihtiyaç çerçevesinde dönüştürüldüğü, bazı yapıların ise zorunlu olarak dönüştürüldüğü saptanmıştır.

Yapı dönüşümlerinin bilinçli bir şekilde ele alınması, mevcut yapının fiziksel çevre ile uyumu, mekân kurgusu ve yapının koruma durumunun göz önünde bulundurulması, yapı dönüşümlerinin olumlu sonuçlanmasında etkili olmaktadır. Yapının bilinçsiz bir yaklaşımla, analiz edilmeden işlevlendirilmesi, olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Özellikle dini yapılarda mevcut yapı dönüştürülmeden önce; yapı detaylı analiz edilmeli, yapıya uygun işlev seçilmeli, yapı türü ve toplumsal hassasiyeti göz önünde bulundurulmalı ve yapının karakteristik kimliğine zarar vermeden dönüştürülmelidir. Dini yapılarda, yapının zarar görmemesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından olumlu sonuç alabilmek için; yapı, işleve uygun olarak değil; işlev, yapıya uygun olarak şekillendirilmeli, geri dönüşü mümkün olmayan müdahalelerden kaçınılmalıdır. Ayrıca dönüştürülen yapı içerisinde; kullanıcı, yapının orijinal mekân düzenini ve atmosferini algılayabilmelidir. Bu bağlamda; yapıda dönüşüm ve koruma, topluma düşen bir görev niteliği taşımaktadır. Bu görevi, bilinçli ve doğru bir şekilde uygulamak, geçmişten günümüze ve günümüzden geleceğe aktarmak gerekmektedir.

## 6. Extended Abstract

For centuries, people have produced various structures in order to live and meet their basic needs. As a result of factors such as changing conditions, needs, social and social structure changes, political events, urban renewal, cultural activities, commercial functions, education, people have realized transformations or re-functionalizations over time on the spaces they produce and thus structural transformations have emerged.

The aim of the study is to evaluate the process of transformation of religious buildings and to examine the functional, technical and aesthetic positive or negative effects of the functional counterparts of the building components in the buildings transformed as a result of these transformations. In the process of transforming structures; While the transformations made by paying attention to factors such as good

analysis of the structure, making the functionalization based on a foundation, and evaluating the protection status of the structures resulted in positive results, many buildings were exposed to negative structural transformation by indiscriminate transformation of the structure, failure to choose the function in accordance with the structure, and damage to the original structural identity of the structure. In addition to the many studies on re-functioning, the lack of a detailed study on the transformation of religious buildings made the study important. The process of transforming religious buildings has been discussed in a different dimension from historical buildings. While traditional historical buildings can be transformed into functions that are very different from their own functions, religious buildings have been transformed into another place of worship for the majority of the region and the faith of the people due to the identity of the structure..

In the working phase; "How have religious buildings been transformed? Why have religious buildings been transformed? What was considered when converting religious buildings? Have the conversions of religious structure been implemented correctly? What factors have generally been involved in religious structure transformations? What functions did the components in the converted religious buildings correspond to? Have the building components in the converted religious structure preserved their structural integrity in accordance with their functional counterparts? Have the components of structure analysis been paid attention to in religious structure transformations?" The field of study is; Based on the data obtained by socio-cultural researches of Saatli Kilise Mosque, Çınarlı Mosque, church-mosque building transformations, pre- and post-transformation analyzes of the structures were made. In addition to the technical analysis of the existing structures and restoration projects, positive or negative analyzes of the functional responses of the existing components were made in terms of technical, aesthetic and functional aspects. First of all, inventory slips related to the buildings were prepared, technical analyzes were made through two-dimensional project drawings of the buildings, indoor and outdoor analyzes of the buildings were made by applying the observation technique in the space. With the content analysis method, the pre- and post-transformation analyzes of the structure were prepared in tables.

Sustainability of church-mosque building transformation examples; technical, aesthetic and functional analyzes of the structures were examined in detail. In building transformations, the place of technical, functional and aesthetic analyzes has been very important in order to meet the building requirements and not to make wrong building transformations. In technical analysis; factors such as the structure system of the building, lighting-installation-acoustic systems, user satisfaction were taken into consideration. In functional analysis, factors such as meeting user requirements, form-content, space organization, structure-function harmony, structural integrity and ensuring the sustainability of the structure were taken into consideration. In aesthetic analyzes; Analyzes were made based on factors such as color, proportion, balance, order, form, scale, texture, rhythm, symmetry, unity, perception, contrast, harmony, shape and emphasis.

Saatli Mosque and Çınarlı Mosque religious structure transformation samples were examined in accordance with the analysis components and positive and negative results were evaluated. As a result of the examinations; In the transformation of religious structure, they have been seen to be successful examples. Among the churches of the 19th century; Unnecessary additions were avoided to the Saatli Mosque and Çınarlı Mosque, which were converted without much destruction and with the preservation of their original identity, except for the mihrab, minaret, minbar and fountain. Minor changes have been made to the sections created in accordance with worship and faith, and unnecessary intervention has been avoided. Although the partitioning or addition was scarce, some interventions were made during the restoration process that damaged the original identity of the structure, and its icons were covered. As a result of all these examinations, analyzes and studies, we can say that; transformation and protection in the structure is a duty that falls to the society. It is necessary to apply this task consciously and correctly, to transfer it from the past to the present and from the present to the future.

**Keywords:** Church Architecture, Mosque Architecture, Religious Building, Building Transformation

#### **Kaynakça**

Ahunbay, Z. (2009), *Tarihi Çevrede Koruma ve Restorasyon*, İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayını.  
Altınoluk, Ü., (1998). *Binaların Yeniden Kullanımı. İstanbul: YEM Yayınları.*

- Arslan, H. D., ve Yıldırım, K. (2017). Perceptual Evaluation of the Mosque Facades of Different Periods: Preference, Complexity, Impressiveness and Stimulative. *MEGARON- Yıldız Technical University Faculty of Architecture E-Journal*, 12(4) 511-523.
- Arslan, H. D., Yıldırım, K., ve Gülşeker, E. (2018). Investigation of Architect and Non-Architect Participants' Perceptual Evaluations on Different Period Mosque Facades. *ICONARP International Journal of Architecture and Planning*, ISSN: 2147-9380, 6(2), 358-370. <https://doi.org/10.15320/ICONARP.2018.58>
- Avrami, E. C., Mason, R., De La Torre, M. (2000) *Values and Heritage Conservation: Research Report*, Getty Conservation Institute, Los Angeles.
- Aydın, D., Yaldız, E. (2010). Yeniden Kullanıma Adaptasyonda Bina Performansının Kullanıcılar Üzerinden Değerlendirilmesi. *METU JFA*, 27(1), 1-22.
- Aydın, D., Okuyucu, B., E. (2009) Yeniden Kullanıma Adaptasyon ve Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik Bağlamında Afyonkarahisar Millet Hamamının Değerlendirilmesi, *Megaron YTÜ, Mimarlık Fakültesi, E Dergisi* 3(3) 230-43. [<http://www.megaron.yildiz.edu.tr/yonetim/dosyalar/04-01-Megaron.pdf>] Erişim Tarihi (10.03.2011).
- Aydınlı, S. (1986). *Mekânsal Değerlendirmede Algısal Yargılara Dayalı Bir Model. Doktora Tezi*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Cansever T., (1997). *İslamda Şehir Ve Mimari*. Timaş Yayınları, s.18
- Çınarlı (Alibey) Camii. (b.t). Mart 30, 2022, <https://tr.foursquare.com/v/%C3%A7%C4%B1narlı%C4%B1-alibey-camii/50376066e4b0901d6b273206> (Erişim Tarihi: 30.03.2022).
- Çınarlı Cami. (b.t). Şubat 22, 2022, <https://www.tatilcity.net/things-to-do/cinarli-cami/>
- Değerlier, T. (2017). 'Ayvalık'ta Tarihi Miras', <https://www.sanatduvari.com/ayvalikta-tarihi-miras/> (Erişim Tarihi: 17.05.2022).
- Demir Koç, Z. (2020). Osmanlı Dönemi'nde Trabzon Kenti'nde Camiye Dönüştürülen Kilise Yapılarının Değişiminin Mimari Analizi. Yüksek Lisans Tezi. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Doğan, S. (2012). 'Saatli Cami', <https://www.flickr.com/photos/sinandogan/48904924391> (Erişim Tarihi: 19.03.2022).
- Düzenli, H. İ. (2020). Kiliseden Camiye Dönüştürme ve İstanbul'da Kiliseden Dönüştürülen Camiler Hakkında Notlar . FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi , (16) , 384-423 . DOI: 10.16947/fsmia.849235
- Fakıbbaba Dedeoğlu, E. (2012). *Tarihi Değer Taşıyan Kiliselerde Yeniden İşlevlendirme Sürecinin ve İç Mekân Çözümlerinin İrdelenmesi: Sivrihisar Ermeni Kilisesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Fakıbbaba Dedeoğlu, E. (2019). Yeniden İşlevlendirilen Kilise Yapılarında İç Mekân Müdahalelerine Yönelik Analizler: Sivrihisar Ermeni Kilisesi Örneği. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 23, 77-103.
- Gündoğmaz, G. İ. (2003). *Ayvalık Tarihi Kent Merkezi'ndeki Kiliselerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- İnan, Z. (2013). *İşlevini yitirmiş tarihi yapıların büro yapılarına dönüştürülmesindeki mekânsal sorunlar*. Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kiper, P. (2006) *Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Tarihsel Kültürel Değerlerinin Korunması, Türkiye Bodrum Örneği*, Sosyal araştırmalar Vakfı Yayını, İstanbul; 18.
- Küçük, S. ve Eyüpgiller, K. (2017). Çatalca Vilayeti'nde Camiye Çevrilen Kiliselerin Dönüşüm Süreci ve Mimari Analizi. *MEGARON*, 13(1), 51-66.
- Lang, J. (1987), *Creating Architectural Theory; The Role of the Behavioural Sciences in Environmental Desing*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Leonhardt, F. (1998). Yapılarda Estetiğin Önemi. *Mühendislik Haberleri Dergisi*, 394, 7-10.

Özkan, A. (2007). *İç Mekân Tasarımı Kuram ve Yöntemleri Işığında Günümüz Türk İç Mekân Tasarımcıları ve Tasarım Anlayışlarına Bir Yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Saatli Cami. (b.t). Mart 6, 2022, <https://tr.foursquare.com/v/saatli-cami/4dbbce14815439392f95b87b>  
Saatli Cami-Balıkesir. (b.t). Nisan 16, 2021, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/balikesir/gezilecekyer/saatli-kilise-camisi>.

Saban, D. (2010). *Ayvahk'ta Camiye Dönüştürülmüş Üç XIX yy Kilisesi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Temiz, G. (2009). *Konutta Değişim: Mekânsal ve Estetik Kalitenin İzmir Örneği Üzerinden İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Tuluk, Ö. İ., Düzenli, H., İ., Düzenli, E. , “Osmanlı’da Fetih Sonrası Dinsel Mekânı Camileştirme Anlayışı: Trabzon Örneği (1461- 1665)”, Trabzon Kent Mirası: Yer Yapı Hafıza, ed. Ömer İskender Tuluk - Halil İbrahim Düzenli, İstanbul, Klasik Yayınları, 2010.

Yaldız, E., Asatekin G., (2016), Anıtsal Yapıların Kullanım Sürecinde Değerlendirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi (1), *METU JFA*, 33(2), 161-182.

Yıldız, F. (2016). Kilise ve Sinagoga Dönüştürülen Endülüs-İslam Dönemi Camilerinin Geç Ortaçağ Hristiyan Yapılaşmasına Etkileri-Sevilla. *Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 97-111.

Yıldırım, K., Hidayetoglu, M. L. ve Şen, A. (2007). The Effect of Differences in Architectural Forms of Cafe/Patsseries on Users’ Perceptual and Behavioral Performance, *Gazi University Journal of Polytechnic*, 10 (3) ,295-301.

Yıldırım, K., Hidayetoglu, M.L. ve Capanoglu, A. (2011). Effects of interior colors on mood and preference: Comparisons of two living rooms, *Perceptual and Motor Skills*,112 (2) , 509-524.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %60/%40 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %60/%40 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Çevre(cilik) Hareketi Olarak Sosyal Medyada Sıfır Atık Hareketi\*

Hüseyin YAŞA\*\* 

## ÖZ

Dünyada giderek artan teknolojik gelişmeler, insan nüfusu, sanayileşme, hızlı üretim ve tüketim, çarpık kentleşme ve kontrolsüz üretim ve tüketim gibi unsurlar insan sağlığını tehdit eder boyutlarda çeşitli çevre sorunlarını gündeme getirmektedir. Dolayısıyla insan ve çevre sağlığının korunabilmesi, bilinçli üretim ve tüketimin gerçekleşmesi adına Sıfır Atık hareketi ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte sosyal medya, yapısal özellikleri sayesinde çevre sorunlarına yönelik farklı ve yeni bir boyut kazandıran ortam konumuna gelmiştir. Bu çalışmada, Türkiye’de yeni benimsenen çevre(cilik) hareketi olarak nitelendirilebilecek sıfır atık hareketi kavramsal çerçevede ele alınarak, sosyal medya rolünün ve etkileşiminin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma evrenini YouTube hesapları oluştururken, “T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı”nın Youtube hesabı amaca yönelik örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem seçiminde Türkiye’de “Sıfır Atık” projesini başlatan ve en çok paylaşım yapılan kurumsal Youtube hesabı olması etkili olmuştur. Araştırmanın bulgularının elde edilebilmesi için harekete yönelik videolara MAXQDA 2020 programı aracılığıyla içerik analizi uygulanmış ve betimsel analizle birlikte veriler değerlendirilmiştir. Araştırma sonucuna bağlı olarak; YouTube, sıfır atık hareketini küresel ve yerel ölçekte gündeme getiren, zaman ve mekân sınırı olmaksızın kullanıcılar arasında etkileşimli olarak iletilerin hızlı ve kolay bir şekilde yayılmasına olanak sağlayan yeni bir sanal sosyal sorumluluk kamusal alanı oluşturmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Çevre(cilik) Hareketi, Sosyal Medya, Sıfır Atık Hareketi, Yeni Toplumsal Hareketler, Sosyal Sorumluluk

## The Zero Waste Movement in Social Media as the Environmental(ism) Movement

### ABSTRACT

Global population growth, industrialisation, quick production and consumption, unplanned urbanisation, and unregulated production and consumption all contribute to various environmental issues that are hazardous to human health. Therefore, the Zero Waste movement has emerged to protect humans and ecological health and to realise conscious production and consumption. However, social media has become an environment that gives a different and new dimension to environmental problems, thanks to its structural features. This research it is aimed to examine the role and interaction of social media by considering the zero waste movement, which can be described as the newly adopted environmental(ism) movement in Turkey, within the conceptual framework. At the same time, creating the research universe, Youtube accounts, “T.C. The Youtube account of the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change was chosen as a sample. The fact that it was the most shared corporate Youtube account, which started the “Zero Waste” project in Turkey, was influential in selecting the sample. To obtain the research findings, video content analysis was applied through the MAXQDA 2020 program, and the data were evaluated together with descriptive analysis. Depending on the research result; Youtube has created a new virtual social responsibility public space that brings the zero-waste movement to the schedule on a global and local scale, allowing messages to be disseminated interactively between users, without time and space limits, in a fast and easy way.

**Keywords:** Environmental(ism) Movement, Social Media, Zero Waste Movement, New Social Movements, Social Responsibility

### 1. Giriş

İnsanlık varoluşundan bu yana hem doğa ile savaş halinde hem de doğayı korumaya yönelik çeşitli girişimler içerisinde bulunmuştur. Geçmiş yıllardan günümüze giderek artan teknolojik gelişmeler, insan nüfusu, sanayileşme, hızlı üretim ve tüketim, yerleşik hayata geçişle birlikte çarpık kentleşme, kontrolsüz tüketim davranışları gibi nedenlere paralel bir şekilde insan sağlığını tehdit eder boyutlarda çeşitli çevre sorunlarını ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla sürekli artan oranda hızlı ve bilinçsiz doğal kaynakların kullanımı sonucunda oluşan atıkların zararlı etkileri günümüzün çevre ve insan sağlığına ilişkin kaçınılma sorunu

\* Bu araştırma 16-18 Haziran 2021 tarihleri arasında düzenlenen 3. Uluslararası Kapadokya Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresi’nde sözlü bildiri olarak sunulan “Yeni Toplumsal Hareketler Çerçevesinde Sosyal Medyada Çevreci “#SıfırAtık” Hareketi” başlıklı çalışmanın gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

\*\* YÖK 100/2000 ve TÜBİTAK 2211-A Doktora Bursiyeri, Anadolu Üniversitesi, hsynyasa@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 04.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 06.11.2022

haline gelmiştir. Bu sebeplerden dolayı, doğal kaynakları korumak, geliştirmek ve bilinçli kullanımını sağlayarak tekrar kazandırmak dünyanın geleceği açısından yaşamsal bir öneme sahiptir.

Çevre sorunlarına ve sorunların yarattığı etkilere dikkat çekmek amacıyla atık ve atık yönetimi kavramlarının açıklanması yararlı görülmektedir. Atık; birey/lerin ihtiyaç duymadığı veya artık ihtiyaç duymadıklarını düşündükleri, atılan ve işe yaramaz ürünleri işaret etmektedir (Abouelsoud, 2020, s. 117; Drackner, 2005, s. 176). Ülkemizin mevzuatında ise 1983 tarih ve 2872 sayılı Çevre Kanununda “*herhangi bir faaliyet sonucunda çevreye atılan ya da bırakılan zararlı maddeler*” şeklinde tanımlanmıştır. Atıklara yönelik yönetim sisteminin gerektirmiş olduğu ihtiyaçlara ilişkin olarak düzenlenmiş olan 02.04.2015 tarih ve 29314 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Atık Yönetimi Yönetmeliğinde ise atık: “*üreticisi veya fiilen elinde bulunduran gerçek veya tüzel kişi tarafından çevreye atılan veya bırakılan ya da atılması zorunlu olan herhangi bir madde veya materyaller*” şeklinde açıklanmıştır. Atık yönetimi ise, çevre ve bireylerin sağlığının korunabilmesine yönelik, malzeme, hammadde ve enerji geri kazanımı yoluyla kaynakların gelecekteki yaşamların sürdürülmesi adına korunmasına yönelik süreçler bütünü olarak ifade edilebilir (Kirkman & Voulvoulis, 2017, s. 640; Pongrácz & Pohjola, 2004, s. 151). Bu kapsamda etkin atık yöntemlerinin ve etkinliklerinin oluşturulması adına özel sektör ve kamu ortakları kilit rol oynamaktadır. Çevreyi atıklardan koruyabilmek için bu ortakların çeşitli sorumluluk ve yetkilerinin paylaşıldığı ve işbirlikçi esas içerisinde bir süreç hazırlanmalıdır (Nshimbi & Vinya 2014, s. 472). Bütün bu anlatılanlar doğrultusunda, “Sıfır Atık” hareketi atık önleyebilme yaklaşımı olarak nitelendirilebilecek bir hedefdir. Ham maddelerin verimli ve etkili kullanılması, israfın en minimum seviyeye düşürülmesi ve atık miktarının azaltılması, çeşitli noktalarda toplama sistemlerinin kurulması ve atıkların geri dönüştürülmesiyle geri kazanımın sağlanması gibi çeşitli süreçleri kapsamaktadır. Hareketinin başarıya ulaşabilmesi için atıkların birer çöp olarak değil de ekonomiye, birey ve çevre sağlığına ilişkin kaynak olarak bakılması gerekmektedir. Öte yandan sıfır atık hareketine yönelik olarak anında ve daha fazla kitleye erişebilmek adına sosyal medya ortamları üzerinde var olan süreçler dışında daha aktif bir şekilde kullanıcılara ilişkin farkındalık ve bilinçlendirme çalışmaları artırılarak toplumların gündeminde tutulması önemli katkılar sağlayacaktır.

Sosyal medya ortamları çevre(cilik) hareketinin kullanıcılara etkili ve hızlı bir şekilde sunulması açısından önemli bir sanal mecra oluşturmaktadır. Bu ortamlar üzerinden kullanıcılar harekete yönelik kişisel hesapları, grup veya sayfalar üzerinden paylaşımlar yapabilmektedir. Yapılan paylaşımlar da sıfır atık hareketine yönelik hashtag (etiket)lerin kullanılması dünyanın farklı noktalarında bulunan kullanıcıların bir araya gelmesine, harekete yönelik başka paylaşımlara ulaşmasına ve hareketin uygulamalarına erişmesi açısından önemlidir.

Araştırmanın ilk bölümünde, sıfır atık hareketine yönelik olarak ilgili alanyazında sosyal ve kurumsal sorumluluklar, sıfır atık kavramı, uygulamalar, örnekler kavramsal çerçevede ele alınmıştır. İkinci bölümde, sıfır atık yaklaşımı çevre(cilik) hareketiyle ilişkilendirilerek sosyal medya ortamları ve ortamların sunmuş olduğu olanaklar üzerinden açıklanmıştır. Son bölümde ise “T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı”nın YouTube hesabındaki “Sıfır Atık Projesi”ne yönelik videoları analiz edilerek bulgular yorumlanmış ve sonuca ilişkin olarak çeşitli değerlendirmelerde bulunarak öneriler sunulmuştur.

## 2. Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Son yıllarda sosyal sorumluluk kavramının önemi artmış ve konuyla ilişkili yapılan araştırmalar farklı disiplinler tarafından ele alınmıştır. Kavram ilk ortaya atıldığı dönemde günümüze kadar önemli değişim ve dönüşümler geçirmiştir. Bugün ise gelinen noktada toplumların ve işletmelerin birbiriyle eklektik bir yapıya sahip olmasına vurgu yapılarak nasıl davranmaları gerektiği ve ne türden sonuçlar alınmasına ilişkin beklentileri olduğu noktasına dayandırılmaktadır (Carroll ve Shabana, 2010: 85; Yamak, 2007, s. 9). Kurumların, toplumsal hassaslığına dayalı olarak gelişen bir kavram olarak ele alınabilecek sorumluluk kavramı, sosyal sorumluluk ile başlayarak kurumsal sosyal sorumlulukla devam ederek gelişen değişim ve dönüşüm geçiren bir kavram olarak görülebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramsal bağlamda ilk olarak 1953’ yılında yayımlanan Howard R. Bowen’ın “*İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilities of the Businessman)*” isimli kitabında bahsedilmiştir. Bowen kitabının içeriğinde iş adamlarının, toplumların amaç ve değerleriyle örtüşecek şekilde sosyal sorumluluk etkinlikleriyle ilgilenmeleri gerektiğini savunmuştur (Elies, 2004, s. 268; Carroll,

1979, s. 497; Garriga & Mele, 2004, s. 51). 1960'larda ise toplumun değişen ve dönüşüm geçiren sosyal değerleri nedeniyle sosyal sorumluluğun kavramı da gelişmeye başlamıştır. 1970'lerde de toplumlar sosyal konulara daha duyarlı hale gelmeye başlamışlardır (Daugherty, 2001, s. 392). Kavram ilk kullanıldığı dönemden bu yana önemli değişim ve dönüşümler geçirmiş ve günümüzde toplumların veya kurumların iç içe olmasına vurgu yaparak, toplumun ve kurumların nasıl davranması ve ne türden sonuçlar alması gerektiğine ilişkin beklentileri olduğu temeline dayandırılmaktadır (Yamak, 2007, s. 9).

Çeşitli kurum ve kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluğa bakış açılarına göre tanım ve açıklamaları bulunmaktadır. “Sürdürülebilir Kalkınma Dünya İş Konseyi (*The World Business Council for Sustainable Development*)” KSS faaliyetlerini; işletmelerin veya kurumların topluma yönelik ilgi grupları ve işletme ortaklarıyla beraber işle ilgili yasal olarak belirlenen bu kuralları uygulamadaki etik davranışların bütünü olarak açıklamaktadır (Rondinelli ve Berry, 2000, s. 73). Avrupa Komisyonu ise, işletmelerin veya kurumların gönüllük temelli çevresel ve sosyal sorunlarını, örgütsel etkinlikleriyle ve sosyal paydaşlarıyla etkileşimlerinin bütünleştirildiği bir kavram olarak görmektedir (Aktan, 2007, s. 7). Sivil toplum örgütlerinin (STK) üzerinde uzlaştıkları bakış açısıyla sosyal sorumluluk, “gelecek nesillerin kendi gereksinimlerini karşılayabilme yeteneğini tehlikeye atmadan, şimdiki neslin gereksinimlerini karşılayan kalkınma”dır (Bir, 2008, s. 12). 2003 projesinde “Küresel Kurumsal Sosyal Sorumluluk Politikaları (*Global Corporate Social Responsibility Policies 2003 Project*)” toplum, çevre ve çalışanlara saygılı olmayla birlikte etiksel değer ve yargılara odaklanma olarak açıklamaktadır. “*Etik Faaliyet Ödüülleri (Ethics in Action Awards)*” tarafından işletmelerin veya kurumların bütün operasyon ve etkinliklerinde tüm hissedarlarına ilişkin sorumlu olmalarına yönelik zorunluluk olarak ifade edilirken, “*Etik Performans (Ethical Performance)*” ise işletmelerin toplumsal değerlerini kendi öz operasyonlarına yansıtabilmesi olarak tanımlanmaktadır (Çetindamar & Husoy, 2007, s. 165). Nitekim bakıldığı zaman çeşitli kurum ve kuruluşlar KSS, etik değerler, ekonomik kalkınma, sürdürülebilirlik ve çevreye saygılılık gibi konular çerçevesinde tanımlarla ifade etmektedir (Çalışkan, 2010, s. 6).

Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumların faaliyette bulunduğu ya da bulunacağı ortamı koruyarak geliştirme konularındaki çeşitli sorumlulukları olarak açıklanabilir. Doğal çevreleri koruma, tüketicilerin tutum ve davranışlarını dikkate alarak kaliteli ve güvenilir ürünleri ön plana çıkartmak, işgörenlere yönelik haklara ve özgürlüklere saygılı olmak, kurum veya işletmeyi haklarını gözeterek şekilde korumak ve mevcut yatırımları karlı kılacak şekilde yönetmek, sanat, eğitim ve sağlık alanındaki faaliyetleri destekleme gibi çeşitli konular bu kavram çerçevesinde ele alınabilir (Aydemir, 2007, s. 99). Öte yandan kurum ve kuruluşların sadece ürün veya hizmetleri üreterek tüketicilerde doyum sağlamak değil aynı zamanda toplumda meydana gelen çeşitli sorunlara çözüm önerisi getirerek katkı sağlayarak çeşitli sosyal sorumluluk davranışlar sergilemesi de önemlidir (Korkmaz, 2009, s. 17).

### 3. Doğal Çevreye Karşı Sosyal Sorumluluk

Kurumların doğal çevreye karşı olan sorumlulukları günümüzde başta doğal kaynaklar olmak üzere çeşitli çevre sorunlarının ortaya çıkmasıyla birlikte en önemli sorun haline gelmiştir. Bazı faaliyetler sonucu hava, su ve toprakta meydana gelen kirlenmeler açlık, susuzluk, iklim değişikliği, küresel ısınma ve hatta canlı türlerinin yok olmasına kadar varan sonuçlar doğurduğundan dolayı kurumları da bu durumda etik ve sorumlu davranmaya mecbur bırakmıştır. Dolayısıyla tüm kurumların üretim ve tüketim sonucu oluşan atık ve artıkların doğal çevreye zarar verici hale gelmeden önce alması gereken önlemlerin ve sorumlulukların olduğu aşikardır.

Doğal çevre sorunları karşısında kamuoyu duyarlılığı yeni yeni oluşturmaktadır. Bu konuda da “asit yağmurları”, “ozon tabakasının delinmesi veya incilmesi”, “su kirliliği”, “hava kirliliği”, “toprak kirliliği”, “yağmur ormanlarının yok edilmesi” gibi insan sağlığını doğrudan etkileyen çevre sorunlarının çıkması etkili olmuştur. Bu sorunlar öylesine derin, karmaşık ve büyüktür ki kurumların her anlamda gücünü aşmaktadır. Böylece tüm kurumların birlikte hareket etmesi gerekmektedir (Arslan, 2001, s. 189; Dalyan, 2007, s. 52).

Kurumların ve aynı zamanda işletmelerin doğal çevre karşısındaki sorumlulukları “Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı Stockholm Deklarasyonunda” şöyle ifade edilmiştir: “*hürriyet, eşitlik ve yeterli yaşam koşulları sağlayan onurlu ve refah içinde bir çevrede yaşamak her insanın temel hakkıdır. Bugünkü ve gelecek nesiller için*

*çevreyi korumak ve geliştirmek herkesin ortak sorumluluğudur*” (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2005, s. 386). Dünya üzerinde yaşayan canlıların sosyal, ekonomik, kültürel yaşamlarının sürdürülebilir kılınabilmesi için kurumların çevreye karşı üretim ve tüketim süreçlerini kontrollü bir şekilde gözetmesi gerekmektedir.

Kurumların doğal çevreye yönelik sorumlulukları arasında hammaddelerin etkili bir şekilde kullanımı ve çevreye herhangi bir zarar vermeyecek ya da bu zararı en düşük seviyede tutacak teknolojilerini seçip kullanmaları önem taşımaktadır. Ayrıca ekonomik kararlarda faydalarla birlikte özel maliyetler dikkate alınırken aynı zamanda dışsal maliyetler ve faydalar da gözardı edilmemelidir. Dolayısıyla doğal çevre kirliliğinin temel özelliği olarak görülen zarar, dışsal bir maliyet şeklinde de değerlendirilebilir. Örnek vermek gerekirse; üretim faaliyetleri sonucunda oluşan atıkların doğal çevreye bırakılması, topluma dışsal bir maliyeti olacaktır. Bu noktada doğal çevre korunmasının başlı başına bir değer olabileceği ve tahrip yaratılması durumunda ise istikrarlı ekonomik gelişmeler için gerekli koşulların ortadan kalkacağı kaçınılmaz bir durumdur (Karaismailoğlu, 2006, s. 72). Öte yandan etkili doğal çevre yönetiminin hedeflerine değinmekte yerinde olacaktır (Yaşamış, 1995, s. 180; Ataç, 1982, s. 105; Özgener, 2004, s. 195-196; Bradshaw & Bekoff, 2001: 462; Akyar, 2008, s. 33): ekonomik etkinliklerde çevresel etkileri belirli faktör olarak görmek, bireylerin sağlığına öncelik vermek, doğal kaynakların etkili bir şekilde kullanımını güvence altına alarak doğal dengeyi tahrip etmeyecek şekilde faaliyet sürdürmek, sorunların zararlarını en minimum seviyeye indirgeyecek teknolojileri seçmek, çevresel sorunlara yönelik bilimsel araştırmaları geliştirmek ve desteklemek, çevresel sorunların kaynağında önlem almak, çevrenin kalitesini arttırmak ve planlamalara öncelik vermek, yönetsel karar sürecinde ulusal ve yerel boyutta kurumsallaşabilmesini sağlamaktır.

Sosyal sorumluluk sahibi belirli kurumların günümüzde en önemli mottosu: *“Zarar verme: Kirlenme, ya da mümkün olduğunca az kirlen”* olmuştur. Bu noktada, kurumlar çevresel kirlenmeyi ve bu kirlenme sonucunda oluşan negatif etkiyi minimize etmeye yönelik çeşitli adımlar atmaktadır. Bu adımlar her zaman finansal olarak yararlı olmasa da topluma yönelik görev yapma bilinci ve kurumun misyonu çerçevesinde yavaş yavaş gelişmektedir (Choi ve Grey, 2008, s. 348). Bu anlamda yapılan sosyal sorumluluk faaliyetlerine örnek verilecek olursa, ABD’nin ürünlerine yönelik yeniden kullanım kampanyaları bütün topluma ulaşması amacıyla yürütülen atıkların değerlendirilmesi ve yeniden kullanılması konusunda önemli gelişmeler sağlanmaktadır. Yine aynı şekilde uzun bir süre organik bir şekilde üretim gerçekleştiren Body Shop firmasının, hayvanlar üzerinde gerçekleştirilen deneylerine yönelik tavrı dikkat çekmektedir. Türkiye’de ise, Arçelik firmasının Tema Vakfıyla birlikte yürüttüğü kampanyada iki buçuk milyon meşe palamudu tohumu dikilerek ülkemize birçok ağaç kazandırmıştır (Karsak, 2008, s. 259-260).

Günümüzde doğal çevreye yönelik zararların en aza indirilmesinde ulusal ve uluslararası açıklamalar, işletmelerin veya kurumların çevre politikalarıyla ilgili almış olduğu ödülleri ve programları, eğitim kurumlarındaki çevre kirliliğine yönelik tutumları, sivil toplum örgütlerinin aktif katılımları, kurumların çevre politikalarına yönelik araştırmaları ve geliştirme çabaları, ülkelerde ve kurumlarda yapılan çevreye yönelik kampanyalar ve etkinlikler oldukça etkilidir. Özellikle de sosyal medya ortamları üzerinde yürütülen çevresel faaliyetler, toplumsal duyarlılığının yükselmesinde ve destek sağlanmasında önemli bir noktayı teşkil etmektedir. Nitekim doğal çevrenin tüm insanlığın yaşam alanı olduğu gerçeğinden hareketle gelecek nesillere daha temiz sürdürülebilir bir dünya bırakmak hepimizin ortak sorumluluğudur.

#### 4. Daha Yaşanılabilir Bir Çevre İçin Sıfır Atık

Sıfır atık kavramının ilk olarak nerede kullanıldığına yönelik kesin bir bilgi olmamasıyla birlikte ilk defa 1970’li yıllarda Amerikalı kimyager Paul Palmer tarafından kullanıldığı bilinmektedir (Snow & Dickinson, 2003, s. 4; Warner vd., 2015, s. 14; Kamde vd., 2019, s. 3069; Nizar vd., 2018, s. 3). 1970’lerden beri yapılan çalışmalarını 2004’te yayınlanan *“Getting to Zero Waste” (Sıfır Atık Başlarken)* adlı kitabında yazılar aracılığıyla genişletmeye devam etmiştir (Wachira, 2017, s. 133). 1973’te ise Silikon Vadisindeki şirketler, tekrar geri kazanımı olan değerli materyalleri ve temiz kimyasalları fark etmiş ve bu maddelerin ticari dolaşımını gerçekleştiren *“Sıfır Atık Sistemleri Anonim Şirketi”*ni kurarak bütün dünyanın duyması için çabalamıştır (Nizar vd., 2018; Mauch, 2016, s. 6; Warner vd., 2015, s. 14). Dolayısıyla Dr. Paul Palmer tarafından kullanılan terim kimyasallardan kaynakların geri kazanılmasına yönelik olarak kullanılmıştır (Zaman & Lehmann, 2011, s. 77).



Sıfır atık yaklaşımının 1980'li yıllardan itibaren önem kazanmasıyla birlikte dünyada birtakım gelişmeler bu yaklaşımın temeli olarak bilinmektedir. Bu süreç içerisinde 1980'li yıllarda ABD'nde "Toplu Atık Yakmaya Karşı Ulusal Koalisyon"nu kurulmuş ve sonrasında Seattle'da "PAYT (Attığın Kadar Öde)" sisteminin tanıtımı yapılmıştır. Kaliforniya'da 1989 yılında atıkların 2000 yılına kadar yarısının çöplüklerden uzak yerlere taşınmasını içeren "Kaliforniya Entegre Atık Yönetimi Kanunu" kabul edilmiştir. 90'lı yıllarda ise İşveç'te henüz daha üretim aşamasında iken geri kazanımı sağlanabilecek hammadde kullanımına ilişkin "Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu" kavramsallaştırması "Thomas Lindqvist" tarafından tanıtılmıştır (Gül & Yaman, 2021, s. 1270; Zaman, 2015, s. 13). 1995 yılında Avustralya, Canberra'da ilk atıksız yasa tasarısını ortaya çıkardı ve dünyada resmi bir sıfır atık hedefini benimseyen ilk şehir oldu (Connett, 2013, s. 303; Snow & Dickinson, 2003, s. 5). 1997 yılında ise Yeni Zelanda'da "Yeni Zelanda Sıfır Atık Vakfının (Zero Waste New Zealand Trust)" kurulması sıfır atık hareketini başlatmıştır. Yine 1997 ve 1999 yıllarında "California Kaynak Kurtarma Derneği (CRR)" sıfır atık konulu seminerler ve konferanslar düzenlemiş, 1998 yılında ise Kuzey Carolina, Seattle ve Washington DC'de yol sıfır atık yol gösterici ilkeler olarak sayılmıştır (Zaman, 2015, s. 13; Tennant-Wood, 2003, s. 46). 2000 yılında ABD'de "Yakma Alternatifleri için Küresel İttifak" kurulmuş ve 2001 yılında "Sıfır Atık Gündemi (Grass Roots Recycling Network)" yayınlanmıştır. Yine aynı yıl içerisinde California, Del Norte County'de ilk kez kapsamlı bir şekilde sıfır atık yaklaşımını benimseyerek, 2001'de "California Entegre Atık Yönetim Kurulu" sıfır atık hedeflerini benimsemiştir. 2002 yılında ise Yeni Zelanda'da William McDonough ve Michael Braungart'ın "Beşikten Beşiğe: Bir Şeyler Yapma Şeklimizi Yeniden Biçimlendirmek (Cradle to Cradle: Remaking The Way We Make Things)" isimli kitabı yayımlanarak, "Uluslararası Sıfır Atık İttifakı (ZWLA)" kurularak ilk "Sıfır Atık Zirvesi" yapılmış ve 2008 yılında "Sierra Kulübü" sıfır atık üreticisi olarak sorumluluk politikalarını kabul etmiştir. 2012 yılında ise ABD'de Cannes Film Festivalinde "Trashed (Çöpe Atılanlar)" filmi çıkmış ve "Sıfır Atık İş Konseyi" oluşturulmuştur (Connett, 2013, s. 307; Zaman, 2015, s. 13; Nizar vd., 2018, s. 4).

Türkiye'de ise ilk defa 2017 yılında yapılan bir tanıtım ile başlayan proje öncelikle kamusal alanda "Cumhurbaşkanlığı Külliyesi" ile "T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı"nda başlamıştır. Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde gerçekleştirilen tanıtım toplantısının ardından tüm Türkiye'de uygulanmasına (kamu kurum/kuruluşları, okullar, alışveriş merkezleri, turizm tesisleri, hastaneler, havaalanları, büyük işyerleri) yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Proje her geçen gün bireysel ve kamusal alanda yaygınlaşmasıyla birlikte belediyelerce de giderek benimsenmektedir. 2023 yılından sonra da tüm Türkiye'de kademeli bir şekilde uygulanmaya konulması amaçlanmaktadır (Sıfır Atık, 2022; Erdur, 2019, s. 35).

Son yıllarda atık yönetim hedefine ilişkin sıfır atık yaklaşımının hedefleri ön plana çıkarak gündeme gelmiştir. "Sıfır Atık: israfın önlenmesini, kaynakların daba verimli kullanılmasını, atık oluşumunun engellenmesi veya azaltılması, atığın oluşması durumunda ise kaynağında ayrı toplanması ve geri kazanılmasını kapsayan atık yönetim felsefesi; kültürel, ekonomik ve sosyal gelişimin elde edilmesi için atıkların yaşam döngüsünü dikeye alan bir yaklaşım biçimidir" (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2020, s. 8).

Sıfır atık kavramı, meydana getirilen ürünlerin bozulan ve eskiyen atık biçimine getirilen veya getirilmiş olan tasarımları yerine, birden çok amaçlarla yeniden kullanılabilir biçimde tasarlanmalarını ifade eder (Palmer, 2013, s. 44). Ürünlerin ve ambalajların çevre ve birey sağlığını tehlikeye atmayacak şekilde yakılmadan, su, toprak ve havaya herhangi bir salınım olmadan; üretim, tüketim, geri kazanım ve geri kullanım aşamaları belirli sorumluklar çerçevesinde tüm kaynakların korunmasıdır (Bogusz vd., 2021, s. 3).

Sıfır atık yaklaşımının gündeme gelerek üstünde çalışılan konu olmasını aşağıda verilen üç nedenle açıklanabilir. Birincisi atıklara ilişkin bertaraf sistemindeki kaygıların artış göstermesidir. İkinci olarak global ölçekli doğal kaynakların ve küresel ısınma gibi birtakım çevre sorunlarına ilişkin çevresel kaygıların artmasıdır. Son olarak ise teknoloji alanındaki gelişmelerin atık yönetim sistemlerinde yeni fırsatlar yaratmasıdır (Murray, 1999, s. 4). Sıfır atığın birincil hedefi, daha fazla atılan malzemenin başka birilerinin kullanabilmesi için kaynaklar haline getirebilmek ve bireylerin yaşam tarzlarını ve uygulamalarını değiştirmede nasıl rehberlik edeceğine odaklanmaktadır (Song vd., 2015, s. 209). Ayrıca strateji, toplumlara fayda sağlamanın yanı sıra birey/lerin tüketim kalıplarına yönelik yaşam tarzlarını ve tutumlarını değiştirir, ekonomik, çevresel ve finansal faydalar için belirli olanaklar yaratır (Pietzsch vd., 2017, s. 4).

Sıfır atık, geri dönüştürülebilir hammaddeleri yenilemek için sürekli olarak yeni kaynakların gerekli olduğu atık sistemlerine ekonomik bir alternatif sunabilir. Atık, dünyadaki önemli miktarda kirliliği temsil ettiğinden, atıklara çevresel bir alternatif de temsil edebilir. Sıfır atık kavramları, çevre ve kaynak kullanımının çok güzel ve ideal bir görüntüsünü tanımlar. Ancak, bir kuruluş veya topluluk için sıfır atık arayışı son derece zor olabilir. Ne olursa olsun, işi net ve gereğine uygun bir şekilde yapabilirseniz sıfır atığın çevresel, sosyal ve ekonomik faydaları iyi getiriler sağlayabilir (Song vd., 2015, s. 205).

### 5. Çevre(cilik) Hareketi

Çok eski çağlardan günümüze değin bireylerin gündelik yaşamlarında önemli roller oynayan toplumsal hareketler çeşitli direniş şekilleri, başkaldırı, isyanlar ve çatışmalar şeklinde hep var olmuş ve var olmaya da devam etmektedir. Dolayısıyla kimi zaman küresel veya bölgesel ortaya çıkan olay ya da durumlara yönelik örgütlü veya örgütsüz gerek sanal ortamlarda gerekse fiziksel dünyada gösterilen tepkiler, kimi zaman egemen birtakım ilişkileri veya kurum/ları dönüştürmek, kaldırmak ve hali hazırda var olan bireysel veya toplumsal ilişkileri yeniden biçimlendirmek için belirli bir hak arayışı şeklinde mücadele alanı haline gelen toplumsal hareketler her geçen gün daha da gündeme gelerek üstünde tartışılan önemli bir alan olarak kendisini korumaktadır.

Eski ve yeni olarak ayrımı yapılan toplumlar hareketlerin belirli noktalarına açıklık getirilmesi önemli görülmektedir. Eski olarak nitelendirilebilecek toplumsal hareketlerin 1800'lü yılların sonundan 1960'lara kadar devam ettiği söylenebilir. Bakıldığı zaman bu hareketler, ekonomik büyüme, askeri ve toplumsal güvenlik konularında beraber hareket eden, gelir dağılımı ve resmi bir şekilde örgütlenmiş toplulukların hareketleridir (Offe, 1999, s. 67). Bu bağlamda toplumsal hareket, hareketin genel düşüncelerini herhangi bir biçimde destekleyen herkesi kapsamaktadır (McCarthy & Zald, 1973, s. 2). Dolayısıyla eski toplumsal hareketlerde kolektifiktir önemlidir. Toplum düzeninde kötü veya haksız görünen durumlarda toplu bir şekilde tepki de bulunma imkânı verir (Türkdoğan, 2013, s. 10). 1968 dönemi ise yeni toplumsal hareketlerin dönüm noktası olarak kabul edilmesinin yanı sıra bu dönemde ön planda radikal hareketler görülür. Dönem içerisinde kültürel ve toplumsal değerler ön plana çıkarken, sınıf mücadeleleri ise geri planda kalmıştır. Fiziksel beden, fiziksel veya toplumsal çevre, etnik ve cinsel kimlik işlenen yeni temalar arasındadır. Farklı kimliklerin daha görünür kılındığı ve problem haline getirildiği dönemde toplumsal hareketlerde kendisine farklı bir boyutta yer edinmiştir (Davulcu, 2019, s. 434). Belirli siyasal kimlikler (sol, liberal, sağ, muhafazakâr gibi) yerine çeşitli sınıflardan meydana gelen sosyal ve kültürel kimlikler ile birlikte görünür olmaktadır. Hareketlerde farklı statülerde kişilerin olması sınıfsal yapıdan ayrı heterojen bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Tilly, 2008, s. 175). Dolayısıyla yeni toplumsal hareketlerin "yeni" olarak nitelendirilmesinin altında yatan sebeplerden birisi eski toplumsal hareketlerdeki dönüştürücü potansiyelin politik olmasından ziyade yeni toplumsal hareketlerde sosyo-kültürel temelde yeni bir kolektif ruhu katmasıdır.

Dünyada çevrenin korunmasına yönelik fikirlerle toplumların ve bireylerin gündemlerinde yer edinen çevreci hareketler ilk olarak Amerika kıtası başta olmak üzere Fransa ve Almanya gibi ülkelerde ortaya çıkmıştır. Özellikle de Avrupa da (Almanya, İtalya, İngiltere ve Fransa) sosyalist yönelimli partiler bu örgütlerin platformunu uyarlayarak yeşil partiler kurulmuş ve yeşil reformcular, çevreci sosyalistler ortaya çıkmıştır. Daha sonrasında ise gelişmiş ya da az gelişmekte olan ülkelerde etkili olmuştur. Türkiye'de ise çevre koruma bilincinin artması ve hareketlerin gelişimi 20.yy ortalarında başlamıştır. Çevresel sorunların ele alınması Osmanlı Dönemine kadar uzansa da korumaya yönelik özel hiçbir politika geliştirilmemesinin yanı sıra çevresel çalışmalar alanda kendisine yer edinmektedir. Bu ilginin artması 20. yy. başlarında Avrupa'dan teknoloji transferinin ve endüstri alanındaki ilerlemelerin çevresel tahribata etkisiyle başladığı söylenebilir (Erdoğan & Ejder, 1997, s. 156; Esengün vd., 2006, s. 636; Aygün & Şakacı, 2011, s. 141).

Çevreci hareketlerin orataya çıkışı üç aşamada ele alınabilir: Bilimsel çevrecilik hareketi ilk aşamayı oluştururken öne çıkan isim Ernst Haeckle'dir. Biyolog olan Haeckle Ekoloji bilimini 1876 yılında kurmuştur. Böylece doğal denge ve doğal varlıkların korunması gereği ekoloji bilimiyle insanlığın gündeminde önemli bir yer tutmuştur. İkinci aşamada 1968 olaylarıyla birlikte çevreci hareketler gündeme gelerek toplumlarda kendilerine yer edinmişlerdir. Son olarak ise, 1970 yıllarında yeşiller hareketinin başını çektiği ve siyasal bir oluşuma dönüşen çevreci hareket bulunmaktadır (Ceritli, 1998, s. 256).

Küreselleşmenin de artan ivmesiyle değişim, dönüşüm geçiren ve çeşitli pratiklerle kendisini gösteren çevre hareketleri, doğasever veya hayvansever olmaktan ziyade çeşitli eylem/lere başvurup yeni konular üzerinde çalışmışlardır. Bu konuların başında ise, çeşitli kimyasal atıklara karşı tepki gösterileri, tüketici haklarına yönelik hak arayışı, anti-nükleer protestolar ve eko-feminizm gelmektedir. Öte yandan sürdürülebilir kalkınma, biyolojik çeşitlilik kaybını engelleme, küresel ısınma ve iklim değişikliği hakkındaki düşünceler çevrecilerin günümüzde savunduğu düşünceler arasındadır. Dolayısıyla çeşitli pratiklerle kendisini gösteren çevreci hareketler, doğanın tamamının meta olarak görülmesine yönelik eylemler gerçekleştirmiştir (Kalouche & Mielants, 2008, s. 268; Balkaya, 2014, s. 46). Nitekim ekoloji alanının bir bilim dalı olarak ortaya çıkmasının nedeni olarak; dünyadaki doğal kaynakların ekonomik temelli olarak belirli bir alım satım değeri olan önemli bir meta olarak görülmeye başlaması olarak gösterilebilir.

“Çevreci Sosyal Hareketler”, “Çevrecilik Hareketi” veya “Çevreci Hareketi” şeklinde kavramsallaştırılan bu hareketler kolektif kimlik ve ideoloji bağlamında farklılıklar göstermiştir (Dalton, 1997, s. 82). Dolayısıyla bu ideolojik ve kimlik farklılıkları toplumdaki bireyler perspektifinde endüstri toplumunda yaşanan dönüşümle birlikte “orta sınıfa indirgenerek” kamu görevlerinde işlerini yerine getiren, sıklıkla beyaz yakalı, yüksek öğrenim görmüş, genellikle eğitim sektöründe çalışan bireylere karşılık gelmektedir. Fakat çevre hareketlerini belirli bir sınıfa indirgemek doğru olmamakla birlikte o sınıfa ait bir kaygı da değildir. Dünyadaki bütün toplumların ve sınıfların çevresel bir sorun karşısında kolektif olarak harekete geçmeleri belirgin bir şekilde karşımızda belirmektedir.

Çevre sorunlarına karşı ortaya çıkan çevre(cilik) hareketleri genel anlamda toplumsal ve siyasal değerleri hedef alırken bunun yanı sıra kararları, mevzuatı ve uygulamayı da kendisine hedef haline getirir. Ayrıca var olan sistem içerisinde çevrenin korunmasına yönelik olarak uygulanan politikalara dahil olmak kadar bu politikaların denetiminin sağlanması da çevreci hareketlerin hedefleri arasında yer almaktadır (Wapner, 2002, s. 48). Çevre(cilik) hareketleri çok çeşitli ve karmaşık olmakla birlikte tek ve homojen bir yapıya sahip değildir. Örgütlenme biçimleri yüksek düzeyde örgütlenmiş ve resmi olarak kurumsallaşmıştır. Etkinliklerinin mekânsal kapsamı yerelden neredeyse küresel doğru uzanmanın yanı sıra doğası da tekilden küresel biçimde şekillenerek çoğula doğru değişmektedir (Rootes, 1999, s. 9; Porritt, 1989, s. 20). Öte yandan çevreci hareketlerin bir kanadı kapitalizmin kendini yeniden üretmesine bağlı olarak ekonomik kaygıların ve sürdürülebilirliğin dünyayı korumanın önüne geçtiği yöne doğru bir yol almıştır. Eleştirel tavrından büyük ölçüde kendini sıyırmış olan çevrecilik artan temiz teknoloji ve endüstri çerçevesinde daha bilinçli bir kurgu peşinde olduğu söylenebilir (Dobson, 2016, s. 29).

Geçmişten günümüze devam eden sanayileşmenin etkisiyle birlikte çevre her türlü atıklarla karşı karşıya kalmakta ve çevreci toplumsal hareketler dünyanın her yerinde örgütlenerek hak arayışlarını sürdürmektedirler.

## 6. Sosyal Medya ve Çevre(cilik) Hareketi Olarak Sıfır Atık Hareketi

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte bireylerin ve toplumların iletişim şekli de değişim ve dönüşüme uğramıştır. Özellikle de internetin çıkması, çağımızın en önemli sürecinden birisi sayılarak iletişim boyutlarının da değişim ve dönüşüm geçirmesinde oldukça önemli açılımlar sağlamıştır. Bu bağlamda internetin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya ortamları birey/leri pasif bir konumdan çıkartarak ağlar üzerinde aktif bir katılım sağlamasına olanak sağlamıştır. Nitekim ortaya çıkan bu durum sonucunda enformasyon akışında bireylere iki yönlü bir etkileşim sağlaması açısından sosyal medya ortamları sanal bir uzam sağlamıştır (Yaşa, 2017, s. 42). Dolayısıyla sosyal medya ortamları olarak tanımlanan bu sanal uzamlarda bireyler ve toplumlar bir araya gelerek aralarındaki etkileşimi ve iletişim düzeyini artırması bakımından önem taşımaktadır. Öte yandan kurum ve kuruluşlar ulaşmakta zorlandıkları hedef kitlelere yönelik kolay ve etkili bir biçimde iletişime geçerek aktif olarak eyleme geçebilmeleri ve mesajlarını hızlı yayabilmeleri açısından da önem teşkil etmektedir.

Sosyal medya, çevre(cilik) hareketini küresel düzeyde harekete geçirmesinin yanı sıra yeni, aktif ve etkileşimli bir iletişimsel direnin dilinin toplumlar arasında yayılma potansiyelini arttırarak çok yönlü sanal ortamlar sunmaktadır (Cammaerts, 2015, s. 1027; Gerbaudo & Trere, 2015, s. 869; Yaşa, 2021, s. 320). Dolayısıyla sosyal medya ortamları geleneksel ortamlara göre sesini daha kolay duyurabilerek örgütlenme olanağı yaratarak daha geniş kitlelerle etkileşimli bir şekilde hareketlilik oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Dolayısıyla kendilerini sosyal medya ortamlarında duyurabilen kitleler zaman zaman geleneksel medyanın da gündemini etkileyerek daha geniş kesimlere ulaşabilmektedirler.

Sosyal medya oldukça dağınık ve bireysel davranış gösteren kitlelerin fiziksel şekilde bir araya gelmesini, bireylerin yerel bağlantılarını güçlendirmelerini ve küresel olarak ağ kurmalarını mümkün kılarak yol gösterici rolüne bürünen, sembolik bir kamusal alan kurma sürecindeki sorumluluğu üstlenmiş haldedir (Gerbaudo, 2014, s. 9; Bakardjieva, 2009, s. 91). Öte yandan bireyler ve topluluklar sosyal medya ortamlarını kullanarak kitlesel protestolar ve kampanyalar düzenlemektedirler. Dolayısıyla internet, mobil aygıtlar ve dijital video gibi teknolojiler zaman ve mekân sınırlarını aşarak etkinlikler düzenlenmesi ve yaygınlaştırılmasının yolunu açmaktadır. Hiyerarşik olmayan yapısıyla çeşitli gruplar arasında düşük maliyetli çözümler sunma, örgütlenme, koordinasyon sağlama, politik tartışma alanlarını genişleterek kullanıcıların yorum ve öneri ekleyebilme ve hızlı grup içi iletişime olanak sağlama gibi faydaları da vardır. Aynı zamanda kitlesel gösterilerin ötesinde kamuoyunu bilinçlendirici etkinlikler ve kampanyalar düzenlenmekte, yönetici pozisyonun da olan birey/lerle ortak bir yol bulma, toplulukta bulunan başka bir üyelerle bilgi paylaşmakta ve dünyanın çeşitli noktalarında belirli düzenin sağlanması adına bir araya gelerek çaba sarf etmektedirler (Bennett, 2003, s. 19-22; Dahlberg, 2001, s. 615-622; Cevher & Yaşa, 2022, s. 13). Diğer taraftan ise sosyal medya ortamları geleneksel medya ortamlarından farklı bir yapısal özellikleri olduğundan dolayı bu ortamlarda hareketler kolaylıkla yönlendirilebilir, provoke edilebilir veya asıl amaçlarından saptırılabilir. Bu nedenden ötürü başlangıçta haklı olan bir hareket sosyal medya ortamlarının yönlendirilebilir olmasından dolayı çok daha kolay bir biçimde asıl amacının dışına çıkan bir yapıya bürünmesi de mümkün görülmektedir (Babacan, 2015, s. 299).

Sosyal ağların sunduğu olanaklar sayesinde meydana gelen birliktelik hali sonrasında toplumsal hareketleri oluşturabilmekte veya meydana gelen hareketler yeni medya ortamlarında sınır tanımaz bir boyuta ulaşabilmektedir. Bunun nedeni sosyal medya ortamlarının birey/lere geniş özgürlük alanları sunması olarak gösterilebilir. Ancak sosyal medya ortamlarına ve internete yönelik yasal düzenlemelerin olduğu toplumlarda içerik üretimi yapılırken daha dikkatli olduğu da ayrıca ifade edilmelidir (Tatar, 2013, s. 11). Bu noktada sosyal medya ortamlarının sunduğu sınırsız ve özgür bir ortam olarak atfedilen bu açıklamaların aksine iktidar ve güç ilişkilerinden bağımsız bir ortam olmadığı, sınırları belli sanal çerçeveler içerisinde olduğu unutulmamalıdır.

Sosyal medya ortamlarının çevre(cilik) hareketlere yönelik olarak çeşitli etkinlik ve kampanyalara yönelik yaşamsal öneme sahip bir sanal uzam oluşturduğu da söylenebilir. Sosyal medya ortamları sayesinde çevre odaklı harekete geçen bireyler veya toplumlar iletmek istedikleri mesajları hedef kitlelere hızlı ve kolay bir şekilde erişim sağlamada ve kitleleri harekete geçirme de önemli avantajlar elde etmektedir.

Sosyal medya ortamları tüketicilerin yeşil aynı zamanda sıfır atık ürünlerine yönelik tutumlarını ve satın alma niyetlerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Huang, 2016, s. 2211). Aynı zamanda sıfır atık tüketicisi özgecil motivasyonlarla hareket eder, kendi değerleri ve inançları tarafından yönlendirilir, sıfır israfçıların çabalarına karşı olumlu tutum gösterir, sosyal medya etkileyicilerinin sıfır atık konularında videolarını takip eder ve sosyal medya gruplarında aktiftir (Sâplâcan & Márton, 2019, s. 25). Sıfır atık hareketi, diğer birçok toplumsal hareketten farklıdır çünkü hareketin bir parçası olmak, 'sıfır atık' statüsünü kazanmak için yaşam tarzı değişikliklerini gerektirir. Tek seferlik veya sınırlı katılım yeterli olmayacaktır (Kim-Marriott, 2021, s. 185).

### 6.1. Kullanıcılarda Çevre(cilik) Hareketine Yönelik Davranış ve Tutum Oluşumu Açısından Youtube

YouTube, "Broadcast Yourself" (Kendinizi Yayınlayın) sloganıyla birlikte kullanıcıları ve kurumları kitle oluşturmaya teşvik etmenin yanı sıra ana akım medya kuruluşlarının sınırlarının dışında başka bir çevrimiçi ortam yaratılmasına teşvik etmektedir. Bireylerin veya kurumların YouTube'ta yayın yapmasını kolaylaştırarak, kendisini ana akım medyaya karşı alternatif bir seçenek olarak sunmaktadır (Lewis, 2020, s. 205). Dolayısıyla YouTube'un geleneksel medyadan farklı çevrimiçi başka bir alternatif ortamda kullanıcıların çektikleri, farklı şekillerde kendilerinin ürettiği veya beğendikleri videoları diğer kullanıcılarla

paylaşma ve diğer kullanıcıların yüklediği videoları beğenme, beğenmeme, yorum yapma, izleme gibi çeşitli çevrimiçi olanaklar sunan video paylaşım uygulaması olduğu söylenebilir.

Geleneksel medya araçlarının aksine YouTube gibi çevrimiçi video paylaşım ortamları, çevrimiçi ortam üzerinde kendine özgü içerikler paylaşan bireyler veya kurumların kendi görüşlerini kullanıcılara aktarabilmesi için yardımcı olmaktadır (Dijck, 2013, s. 152). Öte yandan bireyler Youtube'u popüler kültürü takip etmek, yeni şeyler öğrenmek ve öğretmek, boş zaman harcamak, buldukları ortama içerik eklemek ve bunu diğer kullanıcılarla paylaşmak, bilgi edinmek ve diğer kullanıcılarla etkileşime girmek gibi birçok farklı amaçlarla kullanılmaktadır (Arklan & Kartal, 2018, s. 955). Sadece bireysel kullanıcılar değil aynı zamanda kurum, kuruluş, şirket, televizyon kanalları ve siyasetçilerin de YouTube'u çeşitli faaliyetlerinde aktif olarak kullandıkları görülmektedir. Özellikle de günümüzde eğlenceden müziğe, bilimden teknolojiye, eğitimden sağlığa ve hatta sosyal sorumluluk projelerine yönelik çeşitli videolar bünyesinde barındırmaktadır.

Nitekim bu çevrimiçi video ortamındaki sosyal sorumluluk projelerine yönelik faaliyetler sürekli olarak kullanıcılar için dolaşım halinde olmaktadır. Dolayısıyla birey veya kurumlar tarafından paylaşılan faaliyetler, sosyal medya kullanıcılarını çevre hareketlerine yönelik hem üretici hem de tüketici olarak konumlandırmış ve aynı zamanda belirli bir etkileşim sistemi içerisine dahil etmiştir. Kurum veya kuruluşların destek verdiği çevre(cilik) hareketine ilişkin paylaşımlara yönelik kullanıcılar beğenirler, yorum yaparlar ve diğer kullanıcılarla paylaşırlar. Dolayısıyla YouTube ortamındaki bu etkileşim sonucunda kullanıcılarda, çevre(cilik) hareketine yönelik belirli bir farkındalık, tutum ve davranış oluşumu noktasında belirli bir etkileşim yaratılmış olur.

## 7. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmada, Türkiye'de yeni benimsenen çevre(cilik) hareketi olarak görülen sıfır atık hareketi kavramsal boyutta ele alınarak, sosyal medya performansının (YouTube üzerinde) incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, sosyal medya ortamları, birey/lere ve kurum/lara eskiden olduğundan çok daha kolay bir şekilde örgütlenerek seslerini geniş kitlelere duyurabilme imkanı sunması açısından önem teşkil etmektedir. Ayrıca hem dünyada hem de Türkiye'de başlatılmış olan "Sıfır Atık" hareketine ilişkin atıkların artmasını önlemek öncelikli hedefimiz olmasının yanı sıra önleyemediğimiz atıkların da geri kazanımı sağlayarak en aza indirgenmesi oldukça yaşamsal öneme sahiptir.

Bu nedenden ve olanaklardan dolayı araştırma çerçevesinde çeşitli sorular sorularak cevap aranmaya çalışılmıştır:

- 1) Çevre(cilik) hareketleri ile sosyal medya arasında nasıl bir ilişki vardır?
- 2) Çevre(cilik) hareketi olarak sıfır atık hareketinde sosyal medyanın rolü nedir?
- 3) Sosyal medya ortamlarının çevre(cilik) hareketlerine yönelik örgütlenme üzerindeki etkileri nelerdir?
- 4) Sosyal medya ortamlarından birisi olan YouTube'da yer alan "T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı"nın hesabındaki "Sıfır Atık" hareketine ilişkin paylaşılan içerikler nelerdir?
- 5) YouTube'da paylaşılan çevre(cilik) hareketine yönelik videoların kullanıcılar üzerinde farkındalık, davranış ve tutum oluşumu gibi etkileşim düzeyi nedir?

Araştırma soruları ve amaç doğrultusunda araştırma evrenini Sıfır Atık projesiyle ilgili video paylaşımı yapan YouTube hesapları oluştururken, "T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı"nın Youtube hesabı amaca yönelik örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem seçiminde dikkat edilen unsur Türkiye'de "Sıfır Atık" projesini başlatan ve çevreci hareketle ilgili en çok paylaşım yapılan kurumsal YouTube hesabı olması etkili olmuştur.

Araştırmanın yöntemi ise, bulguların elde edilebilmesi için örneklem olarak seçilen Youtube hesabı üzerinde "Sıfır Atık" hareketi ile ilgili videolar MAXQDA 2020 nitel araştırma programı aracılığı ile içerik analizi uygulanmış ve betimsel analizle birlikte veriler değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, videolardaki izlenme sayısı, süre, tarih, beğeni, hashtag (etiketler) ve videolara yapılan yorumlar (olumlu, olumsuz, ne olumlu ne olumsuz), kelime analizleriyle birlikte YouTube platformu üzerindeki etkileşim ve performans incelenmiştir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da belirli ölçütler dahilinde sınırlıkları vardır. Projeye ilgili olarak "T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı"nın ilk paylaşım yapılan 5 Ekim 2017 ve son

paylaşım yapılan 14 Haziran 2022 tarihleri arasında analiz edilen Youtube hesabındaki video paylaşımlarıyla sınırlıdır. 14 Haziran 2022 tarihinden sonraki yapılan video paylaşımlara bakılmamıştır. Ayrıca sosyal medya ortamlarının yapısal özelliklerinden dolayı etkileşimler sürekli değişkenlik göstermektedir.

## 8. Bulgular ve Analiz

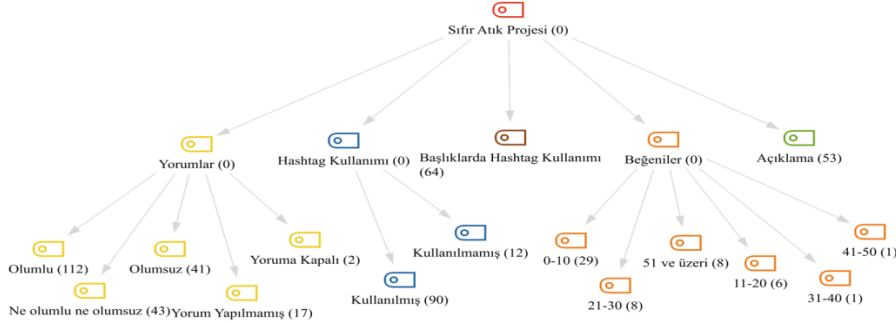
Sosyal medya ortamlarında gerek bireylerin paylaşımları gerekse kurum, kuruluş veya işletmelerin paylaşımlarını değerli yapan unsurların başında paylaşımlara yönelik etkileşimler gelmektedir. Çünkü sosyal medya ortamlarında özellikle de YouTube özelinde belirli konulara ilişkin başarı ölçütleri, beğeni, izlenme ve kanalın abone sayılarıyla doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla çevre(cilik) hareketine ilişkin videoların daha çok kullanıcıya ulaşması anlamında beğeni, yorum ve izlenme etkileşimlerinin incelenmesi önem taşımaktadır.

“T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı”nın Youtube hesabındaki “Sıfır Atık” hareketine ilişkin toplam video sayısı 52’dir. Videoların toplam görüntülenme sayısı 731547 olduğu görülürken, toplam video süresinin ise 5 saat 5 dakika 41 saniye olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra kullanıcılar tarafından 52 video toplam 2823 beğeni almıştır. Analiz edilen videoların “Sıfır Atık” hareketine yönelik olarak kullanıcıları daha çok bilgilendirici ve uygulamalara teşvik edici olduğu söylenebilir.

**Tablo 1.** Sıfır Atık Videolarının Genel Bilgisi

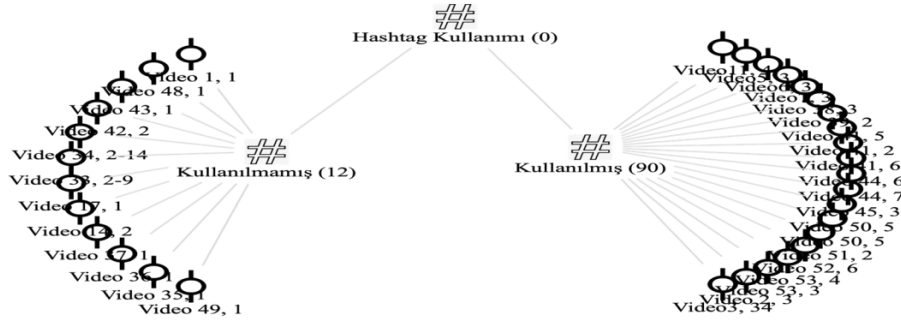
Toplam	Görüntülenme	Süre	Beğeni
52 Video	731547	5 s 5 d 41sn	2823

YouTube hesabı üzerinde harekete ilişkin ilk paylaşım yapılan tarih 5 Ekim 2017 olmakla birlikte son paylaşım 14 Haziran 2022 tarihinde yapılmıştır. En fazla paylaşımın ise Aralık 2020 ayında yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Paylaşım yapılan videolarda beğeni sayıları eşit veya birbirine yakın bir oradan dağılım göstermeyip, birkaç video da oldukça fazla beğeni olduğu görülürken, diğer videolar da beğeni sayılarının az olduğu görülmüştür.



**Şekil 2.** Sıfır Atık Hareketi Youtube Videolarının Temaları (Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli)

Nitel araştırmalarda üç türlü kodlama biçimi bulunmaktadır. Bunlar; “daha önceden belirlenmiş temalara göre yapılan kodlama”, “verilerden çıkarılan temalara göre yapılan kodlama”, “genel bir çerçeve içerisinde yapılan kodlama”dır (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s. 232). Bu noktadan hareketle araştırmada kullanılan kodlama genel bir çerçeve içerisinde yapılmıştır. Böylece kodlama birinci ve ikinci kodlamanın birleşiminden meydana gelmektedir. YouTube platformuna ilişkin olarak genel temalar ve alt temalar önceden belirlenmiş ve verilerden elde edilen bulgularla temalar karşılaştırılarak yeniden oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan ana ve alt temalar şu şekildedir: Yorumlar ana kategorisi 5 alt kategori çerçevesinde kodlanmıştır. Bunlar; olumlu, olumsuz, ne olumlu ne olumsuz, yorum yapılmamış, yoruma kapalı şeklindedir. Hashtag ana kategorisi 2 alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; kullanılmış ve kullanılmamıştır. Beğeni ana kategorisi 6 alt kategoriye ayrılarak 0-10 arası, 11-20 arası, 21-30 arası, 31-40 arası, 41-50 arası ve 51 üzeri olarak kodlanmıştır. Bunların yanı sıra videoların açıklama kısmındaki ifadelerin kodlanabilmesi için tek ana kategori de açıklama olarak ele alınarak kodlama yapılmıştır.



Şekil 3. Sıfır Atık Hareketi Youtube Videolarındaki Açıklamalarda Hashtag (Etiket) Kullanımı

"T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı" YouTube hesabındaki "Sıfır Atık Projesi"ne yönelik toplamda 52 videonun 40 videosunda 90 tane #hashtag (etiket) kullanıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra 12 video da ise herhangi bir etiket kullanılmadığı görülmüştür. Analiz edilen videolar kapsamında hemen hemen bütün başlıklarda belirli etiketler kullanılmıştır. Ancak kullanılan etiketler birbirini tekrar eden etiketler olduğu sonucundan hareketle farklı etiketler kullanılması hem harekete ilişkin farklı açılımlar sağlaması hem de kullanıcıları teşvik edici bir şekilde harekete geçirme açısından önemli görülmektedir. Video açıklamalarında kullanılan etiketler içinde aynı şey söylenebilir. Dolayısıyla videolar içerisindeki açıklamaların ve etiketlerin birbirini tekrar etmekten ziyade farkındalık oluşturu ve bilinçlendirici bir şekilde yapılandırılması kullanıcıların harekete ilişkin algısı üzerinde olumlu sonuçlar alınabilmesi açısından faydalı olacaktır. Öte yandan "Sıfır Atık" projesi kapsamında videolara eklenen etiketler sosyal medya kullanıcılarının konuya ilişkin bulmak istediği videolara daha kolay ulaşabilmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra birbirlerine yabancı olan ve dünyanın farklı noktalarında bulunan kullanıcıların YouTube sosyal medya platformu üzerinde Sıfır Atık projesiyle ilgili bir araya gelebilmeleri için imkan da oluşturduğu söylenebilir. Dolayısıyla kullanıcılar gerek video başlığında gerekse videonun açıklama bölümündeki etiketlere tıklayarak Sıfır Atık projesiyle ilgili Youtube platformu üzerinde başka videolara erişebilecek olanağına sahiptirler.



Şekil 4. Sıfır Atık Hareketi Youtube Videolarında Açıklamalarda Hashtag (Etiket) Kelime Bulutu

Kelime bulutları, araştırma çerçevesinde analiz edilen verilerdeki sık kullanılan kelimelerin belli bir bağlam içerisinde anlamlandırılmasını sağlamanın yanı sıra araştırmacıların verilerden elde edilen temaları görselleştirerek sunmalarına da olanak sağlamaktadır (Williams, Parkes ve Davies, 2013, s. 45). Araştırma çerçevesinde ele alınan "T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı" Youtube hesabındaki "Sıfır Atık Projesi" videolarının açıklama kısmındaki hashtag'ler program kullanılarak görsel kelime şekli elde edilmiştir. Şekil 2'de de görüldüğü üzere Youtube hesabındaki "Sıfır Atık Projesi" videolarının açıklama kısmındaki hashtag'ler büyüklüklerine ve renklerine göre görsel olarak şekillendirilmiştir. Etiket bulutu içerisinde en sık kullanılan kelimelerin rengi koyu ve büyük olarak yer alırken, rengi açık ve küçük olarak gösterilen kelimelerin ise daha az kullanıldığı anlamına gelmektedir. Şekil 2 incelendiğinde en sık tekrar eden kelimenin "SıfırAtık" etiketinin olduğu görülmektedir.

Sözcük	Sözcük uzunl...	Frekans	%	Derece	Belgeler	Belgeler %
◆ SıfırAtık	9	25	27,78	1	23	56,10
◆ SıfırAtıkMavi	13	13	14,44	2	13	31,71
◆ ZeroWaste	9	5	5,56	3	5	12,20
◆ DünyaEvimiz	11	3	3,33	4	3	7,32
◆ İklimDeğişikliği	16	3	3,33	4	3	7,32

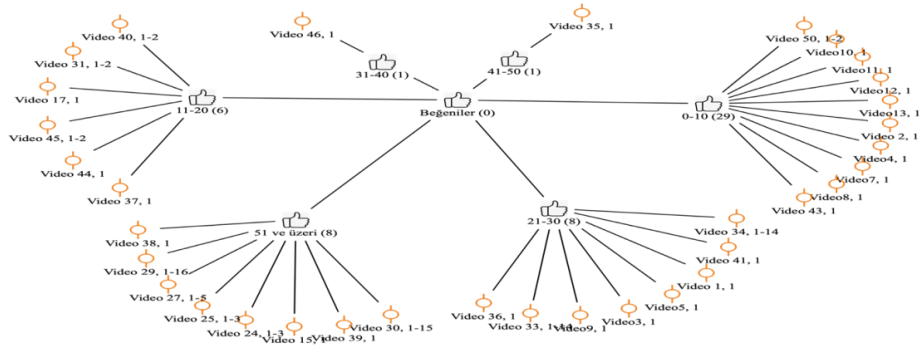
Şekil 5. Sıfır Atık Hareketi Youtube Videolarındaki Açıklamaların Hashtag (Etiket) Frekans Sayısı

Şekil 5'te görüldüğü üzere analiz edilen "Sıfır Atık" videolarının açıklama kısmında en çok "SıfırAtık" etiketinin "f=25" (%27,78) kez kullanıldığı görülmüştür. Bu etiketlerden sonra ise "SıfırAtıkMavi" f=13 (%14,44), "ZeroWaste" f=5 (%5,56), "DünyaEvimiz" ve "İklimDeğişikliği" f=3 (%3,33) kelimelerinin ise 3'er kez kullanılan ilk beş kelime grubu arasında yer almıştır.

Sözcük	Sözcük uzunl...	Frekans	%	Derece	Belgeler	Belgeler %
◆ SıfırAtık	9	22	34,38	1	1	100,00
◆ SıfırAtıkMavi	13	11	17,19	2	1	100,00
◆ DünyaEvimiz	11	4	6,25	3	1	100,00
◆ ZeroWaste	9	3	4,69	4	1	100,00
◆ CarettaCaretta	14	2	3,13	5	1	100,00

Şekil 6. Sıfır Atık Hareketi YouTube Videolarının Başlıklarındaki Hashtag (Etiket) Frekans Sayısı

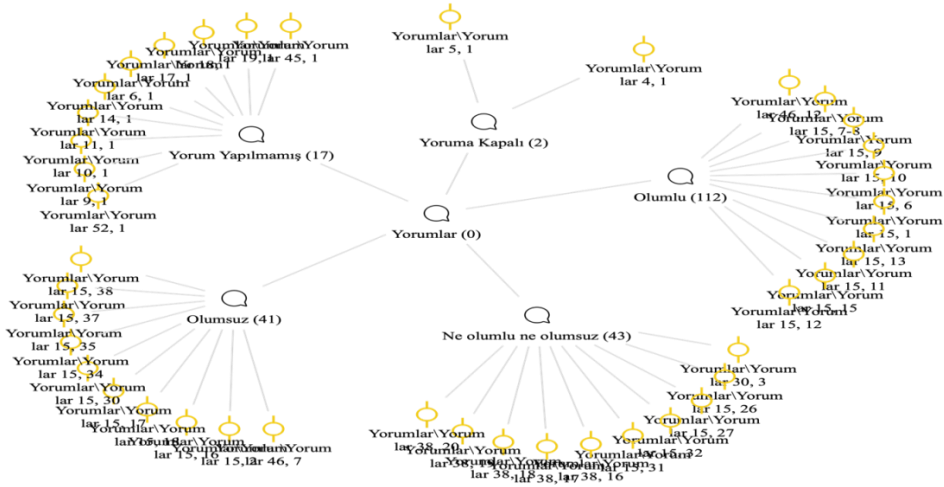
Sıfır Atık videolarıyla ilgili analiz edilen toplam 52 videonun 14'ünün başlığında herhangi bir etiket kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra geriye kalan 38 videonun başlığında ise 64 tane etiket kullanılmıştır. Şekil 4'te de görüldüğü üzere analiz edilen 52 "Sıfır Atık" videosunun başlık kısmında en çok "SıfırAtık" etiketinin f=22 (%34,38) kez kullanıldığı görülmüştür. Daha sonra en çok kullanılan etiketin "SıfırAtıkMavi" f=11 (%17,19) olduğu bulgusuna rastlanırken, takip eden sıra ile "DünyaEvimiz" f=4 (%6,25), "ZeroWaste" f=3 (%4,69) ve "CarettaCaretta" f=2 (%3,13) kelimelerinin ise ilk beş kelime grubu arasında yer aldığı söylenebilir.



Şekil 7. Sıfır Atık Hareketi YouTube Videolarının Beğeni Sayısı Aralığı

Toplam analiz edilen 52 videoda 2823 beğeni olduğu görülmüştür. Videoların kategorisel olarak dağılımı ise 0-10 arasında 29 video, 11-20 arasında 6 video, 21-30 arasında 8 video, 31-40 ve 41-50 arasında 1 video olmak üzere 51 ve üzeri beğeni alan video sayısı ise 8'dir. Bakıldığı zaman 21-30 ve 51 üzeri beğeni alan video sayıları eşittir. Videolardaki beğeni sayılarının eşit veya birbirine yakın bir oranda dağılım göstermediğinden hareketle birkaç videoda oldukça fazla beğeni sayısı olduğu tespit edilmiş ve diğer videolar da ise bu sayıların az olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.





Şekil 8. Sıfır Atık Hareketi Youtube Videolarına Yapılan Yorum Sayısı

Sıfır Atık projesinin videolarına ilişkin toplam 52 videodan 33 videoya kullanıcılar tarafından 196 yorum yapılmıştır. Geri kalan 19 videonun ise 17 tanesinde herhangi bir yorum yapılmamış olmakla birlikte 2 tane video da yorumlar kullanıcılara kapalıdır. 33 videoya kullanıcılar tarafından yapılan yorumların tutumların değerlendirildiği zaman 112 tane olumlu, 41 tane olumsuz olmakla birlikte 43 tane de ne olumlu ne olumsuz olarak kodlama yapılmıştır. Öte yandan videolara yapılan yorumların eşit bir dağılım göstermediği sonucundan hareketle birkaç tane videoya oldukça fazla yorum yapılmıştır. Geri kalan videolar da az sayıda yorum bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan yorumlara bakıldığında olumlu yorumların ağırlıkta olduğu görülürken, olumsuz ve ne olumlu ne olumsuz bir tutum sergileyen kullanıcıların yorumları ise birbirine çok yakın olduğu görülmüştür.

## 9. Sonuç

Dünyada nüfusun, sanayileşmenin, çarpık kentleşmenin ve ihtiyaçların her geçen gün artmasına paralel olarak atıksal üretilen ve tüketilen materyaller de birey ve çevre sağlığını ciddi derecede tehdit eder duruma gelmiştir. Bu nedenle bireylerin gereksinimlerini karşılayacak kaynakların sınırlı olması etkin ve verimli bir şekilde kullanımı gerektirmektedir. Nitekim çevre sorunları sadece bir ülkenin değil dünyanın geleceğini etkilemesinden dolayı dünyada ve Türkiye’de uygulanmakta olan sıfır atık hareketinin de bu kapsamda önemli olduğu görülmüştür.

Araştırma bulgularından hareketle T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı’nın sosyal medya ortamlarından birisi olan Youtube üzerindeki “Sıfır Atık Projesi” videolarının birey/lerin çevre bilincinin artırılması konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, kurumların bu tarz sosyal sorumluluk projelerini sosyal medya ortamları üzerinde sunması, imajlarını güçlendirecek, faaliyetlerle ilgili hedef kitle üzerinde olumlu izlenim bırakacak ve en önemlisi projelere yönelik birey ve toplumlar üzerinde belirli bir olumlu farkındalık, tutum ve davranış değişikliği yaratımı konusunda yardımcı olacağı söylenebilir. Ayrıca paylaşılan içeriklerin video formatında sunulması kullanıcıların ilgisini çekmesi ve akılda kalıcılığını artırması açısından oldukça önemlidir.

Sıfır atık hareketine yönelik içeriklerin genel olarak bilgilendirici ve teşvik edici olduğu görülmüştür. Öte yandan iklim değişikliği ve sürdürülebilirliğe ilişkin farkındalık sağlayarak bireylerin sıfır atık hareketine yönelik tutumlarında davranış değişikliği yaratabileceği de söylenebilir. Dolayısıyla kullanıcılar üzerinde daha etkili bir tutum gerçekleştirebilmek adına videolarda kullanılan başlık ve açıklamaların daha açık ve etkili ifadeler kullanılarak aktarılması yararlı olacaktır.

Başlıklarda ve açıklamalarda geçen hashtag (etiket) kullanımına ilişkin olarak etiket kullanılmayan videoların olduğu görülmüştür. Etiket kullanımı artırılarak hareket ile ilgili arama yapan ya da başka videolara ulaşmak isteyen kullanıcılar açısından faydalı olacaktır. Ayrıca YouTube hesabındaki videolardaki kullanıcıların yorumlarına beğeni yapılması veya yorumların cevaplanması etkili bir iletişim ve etkileşim

kurabilmesi açısından önemlidir. Böylece sıfır atık hareketine yönelik olarak kullanıcıları özendirici ve harekete geçirici bir tutum benimsemeleri hareketin yayılmasını daha da hızlandıracaktır.

Bazı videoların yoruma kapalı olması kurumun, kullanıcılardan gelebilecek herhangi bir olumsuz durumları engelleyebileceği düşüncesinden hareketle bu özelliğin tercih sebebi olduğunu düşündürmektedir. Harekete ilişkin yapılan kullanıcı yorumları, faaliyetleri ve oluşturulan içeriklerin kullanıcılar üzerinde yaratacağı tutum ve davranışları gösterebileceği gibi aynı zamanda çalışmaların geliştirilmesi ve farklı ortamlara kanalize edilmesi açısından katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla daha yaşanılabilir bir çevre adına nitelikli çalışmaların yürütülebilmesi için kurumların, sosyal medya ortamları üzerindeki paylaşımlarının yoruma açık ve etkileşimli bir şekilde kullanıcılarla hareket edilmesi oldukça önemlidir. Böylece faaliyetlere ilişkin paylaşılan içeriklerin kullanıcılar tarafından nasıl değerlendirildiği ve ne kadar dikkat çektiği konusunda bilgiler edinilmiş olacaktır.

Son olarak sıfır atık projesi ve hareketine yönelik olarak çeşitli önerileri sunulabilir; hareketi toplumların bir amaç haline getirerek doğal kaynakların temiz olmasının sağlanması ve çeşitli üretim, tüketim sonucunda ortaya çıkan atık ve artıkların dönüşümünün sağlanması daha yaşanılabilir bir çevre açısından önemlidir. Bu noktada harekete yönelik gerek yönetici gerekse idari alanlarda kararlı ve etkinli bir tutum sergileyerek atık ve atık sistemleri konusunda farkındalık geliştirilmesi ve belirli sorumlulukların alınması gerekmektedir. Ayrıca sosyal medya ortamlarında daha geniş kesimlere ulaşılacağından dolayı çevrimiçi bilimsel faaliyetler ve atık yönetim sisteminin işleyişi ve geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması önerilebilir. Öte yandan sıfır atık projesinin tam olarak amacına ulaşabilmesi için temelde bilgi alt yapısının sağlam bir şekilde oluşturulması ve toplumun en küçük biriminden başlayarak tamamını kapsayarak şekilde bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır. En etkili yolunun ise eğitim kurumlarından başlamak olduğu düşünülmektedir. Tüm okullardaki personeller dahil, öğrenciler ve hatta veli toplantıları gerçekleştirilmenin yanı sıra çalıştaylar, kampanyalar ve projeler desteklenerek farkındalık ve bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca okullar da geri kazanılabilir atıkların çeşitli kutularda toplanması sıfır atık sisteminin işlerliğini sağlamaya çalışan sorumluluk sahibi bireylere uygulama da kolaylıklar da sağlar. Öte yandan okul bahçeleri ve üniversitelerin bir başka deyişle eğitim kurumlarının çevresinin düzenlenerek çeşitli materyallerin arttırılması çevre bilincinin artmasına adına yararlı adım olacaktır. Bunun yanı sıra eğitim kurumlarında uygulama derslerinin yanı sıra geleceğin bireylerini yetiştiren öğretmenlerin sıfır atık projesiyle ilgili çizgi film, animasyon, belgesel gösterimleri, broşür, poster, gazete, dergi dağıtımı, sosyal medya ortamları üzerinde çevrimiçi sayfalar (Instagram, Twitter, Facebook vb.) ve alternatif sosyal iletişim ağları (WhatsApp, Telegram, Viber, BİP vb.) oluşturarak farkındalık ve bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır. Böylelikle birey ve çevre sağlığını tehdit eden unsurlar ve olası çözüm önerileri ön plana çıkartılarak gündemde tutulması, eğitim kurumlarının sürdürülebilirliğe katkı sağlaması hem olumsuz durumları hem de topluma öncülük ederek örnek olması açısından yaşamsal öneme sahiptir.

Bu araştırmada Türkiye'deki T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığının sosyal medya ortamlarından birisi olan Youtube üzerindeki "Sıfır Atık Projesi" videolarının analizi kapsamaktadır. Çalışmanın devamı niteliğinde veya başka çalışmalar yapılmasına adına sosyal medya ortamları üzerinde farklı hesapların sıfır atık ve işleyişine yönelik karşılaştırmalı içerik analizi yapılabilir. Ayrıca sıfır atık projesine ilişkin sosyal medya ortamları üzerinde farklı kuruluşların incelenmesi gelecek yıllarda yapılacak akademik çalışmalar için hem veri sağlaması açısından hem de atık sorunun yıkıcı etkilerini en aza indirebilmek adına yararlı olacaktır. Öte yandan dünyadaki örnekler ile Türkiye'deki örnekler karşılaştırılarak çeşitli çözüm önerileri sunulabilir.

## 10. Extended Abstract

The research aims to examine the interaction on Youtube, one of the social media platforms, by considering the zero waste movement, which is seen as the newly adopted environmental(ism) movement in Turkey, within the conceptual framework. In this context, the study is vital in creating an interactive environmental(ism) mobility for individuals and institutions that can organise and make their voices heard by large masses, mainly thanks to the structural opportunities provided by social media environments.

Because of this reason and possibilities, it has been tried to seek answers by asking various questions within the framework of the research:

- 1) What is the relationship between environmental(ism) movements and social media?
- 2) What is the role of social media in the zero waste movement as an environmental(ism) movement?
- 3) What are the effects of social media environments on the organization of environmental(ism) movements?
- 4) On YouTube, one of the social media platforms, "T.C. What are the shared contents regarding the "Zero Waste" movement in the account of the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change?
- 5) What is the level of interaction such as awareness, behavior and attitude formation on users of the videos about the environmental(ism) movement shared on YouTube?

In line with these questions and purposes, while creating Youtube accounts that share videos about the Zero Waste project, the Youtube account of the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change was chosen as a sample.

The research method is the content analysis of the videos about the "Zero Waste" movement on the Youtube account selected as a sample to obtain the findings through the MAXQDA 2020 qualitative research program. Then the data were evaluated together with descriptive analysis.

According to the research findings, the "Zero Waste Project" videos on Youtube, one of the social media platforms of the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change play an essential role in raising environmental awareness of the individual/s. In this context, it can be said that institutions presenting such social responsibility projects on social media will strengthen their image, leave a positive impression on the target audience related to the activities, and most importantly, it will help individuals and societies to create a certain positive awareness, attitude and behavior change towards the projects. In addition, the presentation of the shared content in video format is very important in terms of attracting the attention of the users and increasing their retention.

It has been seen that the content for the zero waste movement is more informative and encouraging. On the other hand, it can be said that by raising awareness about climate change and sustainability, individuals can create a behavioural change in their attitudes towards the zero waste movement. Therefore, it will be helpful to convey the titles and descriptions used in the videos using more precise and effective expressions to have a more practical attitude toward users.

In addition, it has been observed that some videos do not use tags regarding the use of hashtags in the titles and descriptions. Increasing the use of tags will be helpful for users who search for motion or want to access other videos. In addition, liking or replying to the users' comments on the videos on the Youtube account is essential for effective communication and interaction. Thus, adopting an encouraging and motivating attitude towards the zero waste movement will further accelerate the movement's spread.

The fact that some videos are closed to comments suggests that this feature is the reason for preference, considering that the institution can prevent any negative situations that may come from users. User comments about the movement will not only show the attitudes and behaviors that will be created by the activities and the content created on the users, but also contribute to the development of the studies and their channeling to different environments. Therefore, in order to carry out qualified works for a more livable environment, it is very important that the shares of institutions on social media environments are open to interpretation and interactively with users. Thus, information about how the shared content related to the activities is evaluated by the users and how much attention they attract will be obtained.

Comparative content analysis for zero waste and operation of different accounts can be made on social media environments to continue the study or to carry out other studies. In addition, the examination of various institutions on the social media environments of the zero waste project will be helpful both in terms of providing data for academic studies to be made in the coming years and minimising the waste problem's destructive effects. On the other hand, various solutions can be offered by comparing the examples in the world with those in Turkey.

**Keywords:** Environmental(ism) Movement, Social Media, Zero Waste Movement, New Social Movements, Social Responsibility

**Kaynakça**

- Abouelsoud, A. M. (2020). Waste Design Using Experimental Design Techniques. *Journal of Design Science and Applied Arts*, 1(1), 116-124.
- Aktan, C. Ç. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmeler ve sosyal sorumluluk. İstanbul: İgiad Yayınları.
- Akyar, H. (2008). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Alan Çalışması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Arklan, Ü., & Kartal, N. Z. (2018). Y kuşağının içerik tüketicisi olarak youtube kullanımı: kullanım amaçları, kullanım düzeyleri ve takip edilen içerikler üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 929-965.
- Arslan, M. (2001). İş ve meslek ahlakı. Ankara: Nobel Yayınları.
- Ataç, D. (1982). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), 34-47.
- Atlıg, N. S. (2006). İş etiği, sosyal sorumluluk ve ilaç sektöründen uygulamalar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Aydemir, M. (2007). İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı. İçinde Coşkun Can Aktan (Ed.) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* (ss. 99-121). İstanbul: İgiad Yayınları.
- Aygün, B., & Şakacı, B. K. (2011). Türkiye’de çevreye doğrudan odaklı çevreci hareketler ve çevresel yaklaşımlar üzerine bir deneme, 38. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Ankara, ss.139-162.
- Babacan, M. E. (2015). Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareket ve Yeni İnsanın Karakter Analizi. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 295-307.
- Bakardjeva, M., (2009). Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet. *The Information Society*, 25(2), 91-104.
- Balkaya, F. (2014). Yeni Toplumsal Hareket Çeşidi Olarak Çevreci Hareketler. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 3(5), 41-50.
- Bennet, W. L. (2003). New Media Power of The Internet and Global Activism, Contesting Media, In. N. Couldry ve J. Curran (Ed.), *Power: Alternative Media in a Networked World* (ss.143-168), New York: Oxford Rowman & Littlefield.
- Bogusz, M., Matysik-Pejas, R., Krasnodebski, A., & Dziekański, P. (2021). The Concept Of Zero Waste In The Context Of Supporting Environmental Protection By Consumers. *Energies*, 14(18), 5964.
- Bradshaw, G. A., & Bekoff, M. (2001). Ecology and social responsibility: the re-embodiment of science. *Trends in Ecology & Evolution*, 16(8), 460-465.
- Cammaerts, B. (2015). Social media and activism. İçinde Robin Mansell, Peng Hwa Ang (Eds.), *The International Encyclopaedia Of Digital Communication And Society*. (ss. 1027–1034). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International journal of management reviews*, 12(1), 85-105.
- Ceritli, İ. (1998). Çevreci Hareketin Siyasallaşma Süreci. *Dívân: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, (5), 255-270.
- Cetindamar, D. (2007). Corporate social responsibility practices and environmentally responsible behavior: The case of the United Nations Global Compact. *Journal of business Ethics*, 76(2), 163-176.
- Cevher, R., & Yaşa, H. (2022). Dijital medya, web, blockchain ve gazetecilik. İçinde Ferihan Ayaz, Birgül Taşdelen (Ed.). *Bir Yaşam Alanı Olarak Dijital Medya: Kuramlar, Uygulamalar, Tartışmalar* (ss. 9-39). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Choi, D. Y., & Gray, E. R. (2008). Socially responsible entrepreneurs: What do they do to create and build their companies?. *Business Horizons*, 51(4), 341-352.
- Connett, P. (2013). *The Zero Waste Solution: Unrashing The Planet One Community At A Time*. Vermont: Chelsea Green Publishing.

Curran, T., & Williams, I.D. (2012). A Zero Waste Vision For Industrial Networks In Europe. *Journal of Hazardous Materials*, 207-208, 3-7.

Çalışkan, O. (2010). Kurumsal sosyal sorumluluk algılama boyutunun personelinin iş tatminine ve işte kalma niyetine etkisi: Antalya bölgesinde yer alan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışanlar üzerinde bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Konya.

Dahlberg, L. (2001). The Internet And Democratic Discourse: Exploring The Prospects Of Online Deliberative Forums Extending The Public Sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4): 615-633.

Dalton, R. J., (1997). *Batı Avrupa'da Çevreci Hareketin Gelişimi*. (İ. Aydıngün, Çev.). *Ada Kentliyim*, 3(11), 80-82.

Dalyan, F. (2007). Sosyal Sorumluluğun Temelleri. İçinde Coşkun Can Aktan (Ed.). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* (s. 45-84). İstanbul: İgiad Yayınları.

Daugherty, E. L. (2001). Public relations and social responsibility. In. Robert L. Heath (Ed.). *Handbook Of Public Relations* (ss. 389-401). California: Sage Publications.

Davulcu, E. (2019). Siyasallaşan Çevre Hareketleri ve Alternatif Medya: Yeşil Gazete Üzerinden Bir Değerlendirme. *Social Sciences*, 14(3), 427-446.

Dijck, J. V. (2013). YouTube Beyond Technology and Cultural Form. In. M. Valck, & J. Teurlings (Ed.), *After the Break: Television Theory Today* (s. 147-159). Amsterdam: Amsterdam University Press.

Dobson, A. (2016). *Ekolojizm*. (C. Yücel, Çev.). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.

Drackner, M. (2005). What Is Waste? To Whom? - An Anthropological Perspective On Garbage. *Waste Management & Research*, 23(3), 175-181.

Elias, R. Z. (2004). An examination of business students' perception of corporate social responsibilities before and after bankruptcies. *Journal of Business Ethics*, 52(3), 267-281.

Erdoğan, İ., & Ejder, N. (1997). *Çevre Sorunları; Nedenler, Çözümler: Egemen ve Marksist Anlayışın İlettikleri Üzerine*. Ankara: Doruk Yayıncılık.

Erdur, E. (2019). Türkiye'de sıfır atık projesi ve projenin kamu kurumlarında uygulanması; süleymanpaşa belediyesi örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Çevre Bilimleri Ana Bilim Dalı, Ankara.

Esengun, K., Sayili, M., & Akca, H. (2006). Perceptions of Environmental Issues in a Turkish Province. *Polish Journal of Environmental Studies*, 15(4), 635- 642.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1), 51-71.

Gerbaudo, P. (2014). *Twitter ve Sokaklar-Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği*. (O. Akinhay, Çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı.

Gerbaudo, P., & Trere, E. (2015). In Search Of The 'We' Of Social Media Activism: Introduction To The Special Issue On Social Media And Protest Identities. *Information, Communication & Society*. 18,8, 865–871.

Gül M., & Yaman K., (2021), Türkiye'de Atık Yönetimi ve Sıfır Atık Projesinin Değerlendirilmesi: Ankara Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(4), 1267-1296.

Huang, H. (2016). Media use, environmental beliefs, self-efficacy, and pro-environmental behavior. *Journal of Business Research*, 69(6), 2206-2212.

Kalouche, F., & E. Miclants. (2008). Dünya Sisteminin ve Sistem Karşıtı Hareketlerin Dönüşümü; 1968-2005. In. William G. Martin (Ed.), *Toplumsal Hareketler 1750-2005 Dipten Gelen Dalgalar* (ss.219-282). İstanbul: Versus Kitap.

Kamde, S., Ghosh, P. K., & Gupta, M. K. (2019). Development Of Zero Waste Management System Model For Durg City. *International Journal of Applied Engineering Research*, 14 (13), 3069-3074.

Karaismailoğlu, İ. (2006). İşletmelerin sosyal sorumlulukları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.

Karsak, B. (2008). Kurumsal sosyal sorumluluk. İçinde Jale Minibaş Poussard, Turhan Erkmen (Ed.). *Yönetim-İletişim-Kültür* (ss. 251-263). İstanbul: Arıkan Basım.

- Kim-Marriott, E. (2021). Who Participates In Zero Waste?: Facilitators Of And Barriers To Participation In The Zero Waste Movement. *Sojourners Undergraduate Journal of Sociology*, 12(1), 185-197.
- Kirkman, R., & Voulvoulis, N. (2017). The Role Of Public Communication In Decision Making For Waste Management Infrastructure. *Journal of Environmental Management*, (203), 640-647.
- Korkmaz, S. (2009). İşletmelerin sosyal sorumlulukları. İzmit: Umuttepe Yayınları.
- Lewis, R. (2020). "This is what the news won't show you": YouTube creators and the reactionary politics of micro-celebrity. *Television & New Media*, 21(2), 201-217.
- Mauch, C. (2016). Introduction: The Call For Zero Waste. In. Christof Mauch (Ed.). *A Future Without Waste? Zero Waste in Theory and Practice* (ss. 5-12). Munich: Rachel Carson Center Perspectives.
- McCarthy, J.D., & Zald, M.N. (1973). *The Trends Of Social Movements In America: Professionalization And Resource Mobilization*. New Jersey: General Learning Press.
- Murray, R. (1999). *Creating Wealth From Waste*. London: Demos.
- Nizar, M., Munir, E., Munavar, E. & Irvan, M. (2018). Implementation Of Zero Waste Concept In Waste Management Of Banda Aceh City. *Journal of Physics: Conference Series*, 1116(5), 1-12.
- Nshimbi, M., & Vinya, R. (2014). Impacts Of Public-Private Partnership On Local Livelihoods And Natural Resource Dynamics: Perceptions From Eastern Zambia. *Resources*, 3(2), 471-487.
- Offe, C. (1999). Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması. İçinde Kenan Cayır (Ed.), *Yeni Sosyal Hareketler Teorik Açılımlar*. (ss.53-80). İstanbul: Kaknus Yayınları.
- Palmer, P. (2013). The Faux Zero Waste Movement Is Spreading. *Green Social Thought: A Magazine of Synthesis and Regeneration*, (62), 44-49.
- Pietzsch, N., Ribeiro, J. L. D., & de Medeiros, J. F. (2017). Benefits, challenges and critical factors of success for Zero Waste: A systematic literature review. *Waste Management*, 67, 324-353.
- Pongrácz, E., & Pohjola, V. J. (2004). Re-Defining Waste, The Concept Of Ownership And The Role Of Waste Management. *Resources, Conservation and Recycling*, 40, 141-153.
- Porritt, J. (1989). *Yeşil Politika*. (A. Türker, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rondinelli, D. A., & Berry, M. A. (2000). Environmental citizenship in multinational corporations: social responsibility and sustainable development. *European Management Journal*, 18(1), 70-84.
- Rootes, C. (1999). Environmental Movements: From The Local To The Global. *Environmental Politics*, 8(1), 1-12.
- Säpläcan, Z., & Márton, B. (2019). Determinants Of Adopting A Zero Waste Consumer Lifestyle. *Regional and Business Studies*, 11(2), 25-39.
- Sıfır Atık, (2022). *Sıfır Atık Projesi*. <https://sifiratik.gov.tr/>. [Erişim Tarihi: 15.06.2022].
- Snow, W., & Dickinson, J. (2003). *Getting there! The road to zero waste*. Auckland: Envision New Zealand Ltd.
- Song, Q., Li, J., & Zeng, X. (2015). Minimizing the increasing solid waste through zero waste strategy. *Journal of Cleaner Production*, 104, 199-210.
- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, (2020). *Sıfır atık yönetim sistemi uygulama kılavuzu*. <https://sifiratik.gov.tr/content/files/uploads/24/MAV%C4%B0.pdf> [Erişim Tarihi: 20.05.2022].
- Tatar, T. (2013). Yeni toplumsal hareketler ve küresel projeler. *Ortadoğu Analiz*, 5(57), 10-19.
- Tennant-Wood, R. (2003). Going for zero: A comparative critical analysis of zero waste events in southern New South Wales. *Australasian Journal of Environmental Management*, 10(1), 46-55.
- Tilly, C. (2008). Toplumsal hareketler 21. yüzyıla giriyor. İçinde Y. Doğan Çetinkaya (Ed.), *Toplumsal Hareketler Tarih, Teori ve Deneyim*. (ss. 143-187). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Türkdoğan, O. (2013). *Sosyal hareketler sosyolojisi*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.
- Wachira, M. (2017). Public policy and sustainability: A public policy on waste management. *European Journal of Business and Management*, 9(6), 130-134.
- Wapner, P. (2002). Horizontal Politics: Transnational Environmental Activism and Global Cultural Change. *Global Environmental Politics*, 2(2), 37-62.
- Warner, C., Phillips, P., Santos, A., & Pimenta, B. (2015). Evaluation of zero waste places projects 2009–2010 in England. *Proceedings of the Institution of Civil Engineers-Waste and Resource Management*, 168(1), 14-25.

- Yamak, S. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yaşa, H. (2017). Nefret söylemi inşasında sosyal medyanın rolü: ekşi sözlük örneği. Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Antalya.
- Yaşa, H. (2021). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemi Sürecinde Sosyal Medyada Çin Toplumuna Yönelik Nefret Söylemi. İçinde Erkan Yüksel, Alaaddin Faruk Paksoy, Can Cemal Cingi, Simge Süllü Durul (Ed.). *İletişim Bilimlerinde Güncel Araştırmalar 1* (ss. 286-326). Konya: Literatürk Academia Yayınevi.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara, Seçkin Yayınevi.
- Zaman, A. U. (2015). A comprehensive review of the development of zero waste management: lessons learned and guidelines. *Journal of Cleaner Production*, 91, 12-25.
- Zaman, A. U., & Lehmann, S. (2011). Challenges and opportunities in transforming a city into a “zero waste city”. *Challenges*, 2(4), 73-93.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Savaşın Söylemi, Söylemin Savaşı: Sputnik Haber Ajansının Rusya-Ukrayna Çatışması Haberlerinin Söylemi

Abdulkadir GÖLCÜ\*   
Altynai NURLANOVA\*\* 

## ÖZ

24 Şubat 2022'de Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanı Vladimir Putin'in emriyle Ukrayna'ya karşı 'Özel Askeri Operasyon' adı altında bir askeri hareket başlatıldı. Putin operasyonun Donbass sakinlerini korumak için tasarlandığını, amacının Ukrayna'yı silahsızlandırılmak ve ülkede faaliyet gösteren neo-nazilerden arındırılmak olduğunu açıkladı. Halen devam etmekte olan bu savaşın, medya üzerinden de yürütüldüğünü bilmekte fayda var. Medyanın savaşı nasıl ele aldığı ve aktardığı kuşkusuz her iki taraf için hayati önem taşımaktadır. Medyanın temsil ettiği fikirler ve tutumlar kamuoyunun oluşumuna etki edebilmekte ve kitle hareketlere sebep olmaktadır. Bu çalışmada Rus medyasının Rusya-Ukrayna savaşını nasıl ele aldığı ve Rusya saldırganlığını nasıl meşrulaştırdığı konusu ele alınmıştır. Bu çerçevede Rusya'nın uluslararası propaganda aracı bilinen Sputnik Haber Ajansı tarafından olaya ilişkin servis edilen haberler analiz edilmiştir. Analiz için Teun van Dijk'in tasarladığı eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada zaman aralığı 18 Şubat- 28 Mayıs olarak belirlenmiştir. Sputnik bu çatışmayı haberleştirirken Rus kamuoyunda ve uluslararası alanda savaş kararını meşrulaştırıcı söylemleri üretmiş ve dolaşıma sokmuştur. Haber metinlerindeki Ukrayna'nın 'onlar haksız' söylemi Rusların toplumsal bilincinde oluşan Ukrayna'ya karşı öfke ve olumsuz yargılarla ilişkilendirilmiştir. Araştırma sonucunda, Sputnik'in Ukrayna'yı düşman, haksız, acımasız, Nazizm kelimeleriyle ilişkilendirerek ayrıştırıcı, yargılayıcı söylemler üzerinden sunduğu da bulgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Rusya, Ukrayna, Savaş, Söylem, Haber Söylemi, Sputnik Haber Ajansı, Meşrulaştırma

## The Discourse of War, the War of Discourse: The Discourse of the Russia-Ukraine Conflict News by Sputnik News Agency

### ABSTRACT

On February 24, 2022, by order of the President of the Russian Federation Vladimir Putin, a military action was launched against Ukraine under the name of 'Special Military Operation'. Putin explained that the operation was designed to protect the residents of Donbass, its goal is to disarm Ukraine and to rid it of neo-Nazis operating in the country. It is worth knowing that this war, which is still ongoing, is also being waged through the Media. How the media handles and conveys the war is undoubtedly vital for both sides. The ideas and attitudes represented by the media can influence the formation of public opinion and cause mass movements. In this study, the issue of how the Russian media covered the Russian-Ukrainian war and how it legitimized its own aggression is discussed. In this context, the news served about the incident by Sputnik News Agency, which is known as Russia's international propaganda tool, has been analysed. The critical discourse analysis method designed by Teun van Dijk was used for the analysis. December February 18- May 28 was determined as the time interval in the study. While Sputnik was reporting on this conflict, it produced and circulated rhetoric legitimizing the war decision in the Russian public opinion. The Ukrainian 'They are unjust' rhetoric in news texts has been associated with anger and negative judgments against Ukraine that have been formed in the social consciousness of Russians. As a result of the research, it was also found that Sputnik presents Ukraine through discriminatory, judgmental discourses, linking it with the words hostile, unfair, cruel, Nazism.

**Keywords:** Russia, Ukraine, War, Discourse, News Discourse, Sputnik News Agency, Legitimation

### 1. Giriş

Dünya gündemine bomba gibi düşen Rusya&Ukrayna geriliminin hikayesi tarihsel bir köke dayanmaktadır. Bugünkü mevcut savaş, son 30 yılın politikasının bir sonucu olarak görülmelidir. Çünkü Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin 2014 senesindeki Euromaidan protestolarından sonra gelen iktidara Ukrayna'nın hükümetini tanımamaktadır. Bu durumun bir neticesi olarak Putin Rusya vatandaşlarına ve Ukrayna Silahlı Kuvvetlerinin askeri personeline, Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik işgalini 'Özel bir askeri operasyon' olarak adlandırmıştır. İtirazın temel amacı, kamuoyu oluşturmak ve Rus liderliği tarafından alınan kararın nedenlerini ve gerekçelerini açıklamak olmuştur. Başkanın bu yöndeki açıklamalarının olgusal doğruluğu ve ideolojik yönelimi, hem Rusya içinde hem de dünya genelinde kitlesel eleştirilere maruz kalmıştır. İşgalin gerekçelerinden biri olarak Vladimir Putin tarafından öne sürülen, Ukrayna'nın

\* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, kadirgolcu@yahoo.com

\*\* Öğrenci, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, nurlanovaaltynai1998@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 06.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 16.10.2022



gerçekle örtüşmeyen Neo-Nazi soykırım devleti imajı, Rus medyası tarafından yoğun olarak kullanmıştır. BU çerçevede Putin, “özel askeri operasyonun” Ukrayna güçlerini silahsızlandırılmak ve Nazizmden arındırmak amaçlı olduğunu ısrarla dile getirmektedir. Bu çerçevede özel askeri operasyonun ne olduğunu hatırlamak gerekmektedir. Britannica Ansiklopedisi’ne göre, (www.britannica.com) ‘Özel askeri operasyon’, silahlı kuvvetler ve polis yapıları da dahil olmak üzere kolluk kuvvetlerinin bir tür özel faaliyetidir. Temel amacı, geleneksel askeri yöntemlerle ulaşılamayan askeri veya siyasi görevleri çözmektir. Özel askeri operasyonun temel özellikleri, hazırlık ve uygulamanın gizliliği, anılık ve eylem hızıdır. Genellikle yüksek derecede muharebe ve psikolojik eğitim almış küçük askeri personel grupları tarafından gerçekleştirilir. Bu tanımlaya bakıldığında Ukrayna topraklarında gerçekleşen olayların özel askeri operasyon niteliği taşımadığı, daha çok savaş eylemiyle ifade edilmesi gerektiği görülmektedir. İşgalin gerekçesi V. Putin tarafından dile getirilen, Ukrayna'nın bir neo-Nazi devleti olarak algılanmasına dayanmaktadır. Putin'in bu açıklamaları tanımlamaları, neo-Nazizm'i inceleyen bilim insanları tarafından kelimeyi yanlış anlamda kullandığı için yoğun bir şekilde eleştirilmiştir. Tarihçiler; 'soykırım' teriminin ve II. Dünya Savaşı hatırasının yanlış kullanıldığı yönünde ağır eleştirilerde bulunmuşlardır. BM Genel Sekreteri António Guterres, Donbass'taki olayları soykırım olarak kabul etmeyi reddetmiştir: 'Soykırım, tanımı net ve uluslararası hukuka uygun olarak kullanılması gereken bir suçtur. Durumun böyle olduğunu düşünmüyorum' demiştir (www.rbc.ru). Bu gelişmeler ekseninde Rusya lideri Putin'in iletişim mecraları ve stratejileri üzerinden bir algı süreci yönetme çabası açık bir şekilde görülürken, bu sürecin bir iktidar mücadelesine evrilmesini de planlamıştır.

Bugün modern devlet sistemlerinde iktidarın iletişimsel meşruiyeti büyük ölçüde nüfusun medya kurumuna olan güveninden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle kamu yönetimi süreçlerinde üretilen iletişimsel içeriklerin yapıcı bir kamusal söylem üzerine inşa edilmesi gerekmektedir. Bu noktada eylemlerini halka açıklamaya çalışmayan, toplumsal ruh halini görmezden gelen yönetimlerin dezavantajlı bir duruma düşmesi kaçınılmazdır. Medya, bir başkasının iradesini etkileyebilmekte, sosyal iletişimi teşvik edebilmekte ve sivil yapıların, otoritelerin, kitle iletişim araçlarıyla etkileşimi sonucunda ideolojiyle dolu bilgi ve iletişim ilişkileri oluşturabilmektedir (Leontyeva, 2009, s.142). Bu pratikler, günümüzde bilgi alanını şekillendiren, başta elektronik olmak üzere modern medyanın, kitle bilincini etkilemenin en iyi yolu olduğunu göstermektedir. 20. yüzyılın sonunun özelliği olan bilgi alanının kamuoyu üzerindeki etkisi, dış politikada aktif olarak kullanılmaktadır. Kamuoyu oluşumu yoluyla askeri-politik hedeflere ulaşmanın mümkün olduğu da çeşitli denemelerde ortaya çıkmıştır. Özellikle son yıllarda Rusya, askeri-politik istikrarı sağlamak için bilgi teknolojilerinin olanaklarını aktif olarak kullanmaktadır. Bu nedenle Rusya'ya ait olan bu bilgi savaşı söylemleri tesadüfi olamaz, politik ve sosyal alanlarda bir silah olarak kullanılması içinse ortak, planlı bir faaliyet gerektirmektedir (Taras, 2003, s.21-22).

Rus basını Mart 2014'ten bu yana Rusya-Ukrayna toplumunu bölmek için yanlış bilgiler üretmekte, Kiev'i saldırgan, Ukrayna'yı ise AB ve NATO tarafından kontrol edilen ve Ruslara baskı uygulayan faşist bir Nazi devleti olarak sunmaktadır. Ukraynalı Crisis Media Center ve Estonya Doğu Ortaklığı Merkezi tarafından yapılan bir analize göre, Rusya haberlerinde düzenli olarak tekrarlanan birçok anlatı arasında en yaygın olanı Ukrayna'daki Naziler ve ülkede iç savaş olduğu söylemidir (www.dw.com). Bununla birlikte Rus propagandası NATO / Batı / ABD veya Ukrayna tarafından provokasyonlar hazırlandığını, Batının Rusya'yı şiddetle suçlayarak savaşa çekmek istediğini sürekli konu başlıkları haline getirmiştir. Böylece, Rusya'nın haksızlığa uğradığı, Ukrayna'ya müdahale etmesinin zorunlu olduğu söylemi yaygınlaştırılmış ve Rusya'nın dış politikası meşrulaştırılmak istenmiştir.

Haber metinlerinde üretilen söylem ve anlamlar toplumsal aktörlerle, onların bakış açılarına bağlantılıdır ve sonuç olarak onları temsil etmektedir. Bu çalışmada Ukrayna-Rusya savaşının Rus Devletine yakınlığıyla bilinen Sputnik Haber Ajansı tarafından nasıl ele aldığı araştırılacaktır. Sputnik Haber Ajansı yayın hayatına başladığı yılla birlikte, Rusya dışındaki temsilciliklerini açmaya başlamış ve hızlı bir şekilde Sputnik'in ürettiği içeriklerde Rusya devlet görüşlerini içeren söylemlere yer vermeye başlanmıştır. Bu gelişmeler ajansın faaliyette olduğu ülkelerde çeşitli rahatsızlıklara sebep olmuş ve bazı liderler bu durumdan hoşnutsuzluklarını dile getirmişlerdir. Ajansa yönelik artan tepkiler zamanla daha da çoğalmış Rusya Federasyonu tarafından desteklenmesi ajansın, Rus propagandası yapmakla, kamuoyunu etkilemekle, haberleri çarpıtmakla suçlanmasına neden olmuştur (<https://www.reuters.com/>).

Çalışma kapsamında haber metinlerinde üretilmek istenen Rusya taraftarlığını çözümleyebilmek için eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılacaktır. Eleştirel söylem analizi yöntemi haber metnin bütüncül bir şekilde ele alarak haberdeki hakim olan dili, sosyal yapıdaki iktidar ilişkisini, egemen söylemleri ortaya koymaktadır. T. van Dijk 'e göre eleştirel söylem analizinin ana ilkeleri şunlardır: Eleştirel söylem analizi sosyal sorunları ele alır; Söylem toplumu ve kültürü yaratır; Söylem, ideolojinin yaratılmasında ve işleyişinde yer alır; Söylem analizi yorumlayıcı ve açıklayıcıdır; Söylem bir sosyal uygulama biçimidir (Sergeyeva, 2009, 261). Araştırmada Rus yazılı ve görsel basınında Ukrayna'nın haber metnindeki temsilleri, temsillerdeki ayırıştırıcı tanımlamalar ve söylemler analiz edilecektir.

## 2. Meşrulaştırıcı Söylemleri Üretmede Basının Rolü

Öncelikle insanları bilgilendirme aracı olarak konumlandırılan kitle iletişim araçları, toplumda ekonomik ve politik hedefler doğrultusunda bilinç üretmektedir. Bu süreçle ilgili Fransız sosyologu Bourdieu, «symbolic power» (sembollerin gücü) terimini ortaya atmış ve bu terimle kelimelerin anlamları yardımıyla bir gerçeklik yaratma, dünyayı inşa etme gücü oluşturulduğunu dile getirmektedir. Bu bağlamda iletişim süreciyle oluşan ve aktarılan kültürel anlamlar, mevcut toplumsal düzenin ideolojisi ve iktidar yapısı tarafından belirlenmektedir. Maddi ve ideolojik olarak iki alanda çalışmasını yürüten medya kurumu, üretim sürecinde ekonomik kar elde ederken, ideolojik rolünde toplumun iktidar kurumlarını koruma amaçlı söylemleri üretmektedir. Bu bağlamda insanlar gerçekliğin çoğunu medyanın yarattığı bir semboller, söylemler sistemi aracılığıyla öğrenmektedir (Bourdieu, 1987, s.203 – 204).

İktidarın meşruiyetini sağlamanın en etkili mekanizmalarından biri medyada üretilip dolaşıma sokulan ve toplumsal hafızada yer edinmesi için çaba gösterilen söylemlerdir. Bu söylemler eşzamanlı olarak siyasi ve ekonomik seçkinler tarafından meşrulaştırma aracı olarak kullanılmaktadır. Siyaset bilimciler bir bilgi kaynağına sahip olmanın önemini vurgulayarak: 'Önemli bilgileri kendi yönünde yaymak veya söylem üretmek iki kat güce sahip olmak demektir' demişlerdir (Pugachov, 1995). Bu bağlamda iktidar yapıları; medya kurumlarını, kendileri için olumlu bir imaj yaratmak, politikalarını açıklamak ve kendini haklı göstermek için kullanılmaktadır. Castells'e göre de modern dünya düzeninde güç, toplumun gerçekliği tanımlamak için kullandığı yeni kültürel kodları yaratabilen kişilere aittir (aktaran Bourdieu, 1987, s.203). Bir kültürel kod üreticisi olan medya, siyasi seçkinlerin vurgulamak istedikleri görüşleri öne çıkarmakta ve onlara meşruiyet kazandırmaktadır. Ayrıca bir grubun diğeri üzerinde inşa etmek için çaba sarf ettiği hegemonya faaliyetlerini ve söylemlerini meşrulaştıran kitle iletişim araçları, karşıt düşünce biçimlerini gayrimeşru olarak göstermektedir. Bütün kişileri ve kurumları kontrol altına alan hegemonik yapılar medyada farklı söylemlerin yer almamasını da denetlemektedir (Aksu, 2019, s. 493). Bu açıdan medyadaki haberler, medya kurumunun politikasına ve gazeteciye bağlı olmakla birlikte, Chaply medyada haberlerin yerleşimi, nasıl açıklanacağı ve yorumlanacağına ilişkin kararların gazetecinin değer yargılarına göre alındığını anlatmıştır. Medyadaki hemen hemen tüm haber metnlerinin yorum ve değerlendirme içerdiği görülmektedir (aktaran: Kocaman ve Gölcü, 2021, s.202-203).

Konopleva (2014, s.153) medya ve iktidar ilişkisini açıklayarak, medya yetkililerin eylemlerini ve yönetim ilkelerini meşrulaştıran imajlar ürettiğini dile getirmiştir. Bu, özellikle silahlı çatışmaları haber yaparken kullanılmaktadır. Böyle durumlarda gazetecilerin özgürlüğü kısıtlanırken, çatışmanın kapsamının niteliğini belirleyen ana faktör devletin saptadığı çıkarlar ve politikalar doğrultusunda şekillendirilmektedir. Bu nedenle böyle süreçlerde insanların askeri çatışmalar hakkında tarafsız bilgi edinmesi oldukça zordur. Bir askeri çatışmayı haber yaparken, medya kendi tutumuna göre söylemler üreterek belirlenen kahramana empati kuran ve destekleyen bir izleyiciyi yaratmaya çalışır. Bu konuyla ilgili Marinovich (2016, s.40) bir karakterin aynı çatışmada, farklı ülkelerin bilgi ortamlarında, kahraman veya anti-kahraman olarak konumlandırılabilceğini söylemiştir. Suriye örneğinde konu ele alındığında; Amerikan, Rus ve Suriye medyasında başkanlar B. Esad veya V. Putin'in imajları oldukça farklıdır. Buna ek olarak farklı medya kuruluşlarında bir çatışmaya ilişkin ülkelerin görüşleri, çatışmanın iddia edilen nedenleri ve gelişme beklentileri farklı söylemlerle sunulmaktadır. Medyada çatışma hakkındaki söylemlerin önceden belirlenmesi, vatandaşların sadakatini, mevcut sorunları anlamasını, eylemler için destek veya en azından eylemlere karşı direniş göstermemesini mümkün kılmaktadır. Rusakova, medyada oluşturulan siyasi

imajların, olayların basitleştirilmiş bir resminin önceden oluşturulan algı kalıpları aracılığıyla vatandaşlar tarafından kolayca algılandığını söylemiştir (aktaran Marinovich, 2016, s.40).

Kitle iletişim araçlarının savaş dönemlerinde kitleyi yönlendirmek, kontrol etmek için aktif biçimde kullanılmasına en iyi örnek, kuşkusuz ABD'nin Irak'ı işgal etmeden önce askeri müdahalesini meşrulaştırmak için medya desteğini kullanması olacaktır. Bu dönemde Amerikan medyası Saddam Hüseyin'in kontrolünde kitle imha silahları üretildiği söylemini insanların zihnine yerleştirmeye çalışmıştır (Aksu, 2019, s.493-494). Benzer bir durum Arap Baharı örneğinde de deneyimlenmiştir. Arap Baharı kapsamında 2011 yılının başından itibaren Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri devrimler ve çatışmalarla sarsılmış, Twitter, Facebook ve internet blogları dahil olmak üzere sosyal medyadaki popüler söylemler, eski rejimleri devirmede önemli bir rol oynamıştır (Baluyev ve Kaminchenko, 2012, s. 310). 2014 yılında Rusya'nın, Kırım'ı ilhak etmesi sürecinde de benzer dezenformasyon girişimlerinde bulunulmuştur. Kırım işgalinin Rus medyası tarafından nasıl yansıtıldığına dair yapılan bir çalışmada, Rusya'nın eylemini meşrulaştırmak için haber kapsamının daraltılması, haberlerde eksik veya bağlam dışı bilgi sunmak gibi haber pratiklerini kullandığı bulgulanmıştır (Kavoğlu, 2020, s. 97).

### 2.1. Rusya'nın 'Ukrayna Sorunu' Söylemi

18. yüzyılın sonundan itibaren, ilk olarak kültürel bir boyuta taşınan ve 1840'lardan sonra politikleşen bir Ukrayna ulusal hareketi (Cyril ve Methodius Kardeşliği) doğmuştur. Çarlık makamlarının baskıları sonucunda, 1870'lerden itibaren ulusal hareketin merkezi Galiçya'ya (Ukrayna'daki bölge) taşınmıştır. 19. yüzyılın sonundan bu yana, bağımsız bir Ukrayna devleti talebini öne süren Ukrayna siyasi partileri, bu yöndeki politik mücadelelerine de devam etmektedir. Rusya'da 1917 Şubat Devrimi, Ukrayna topraklarında Birleşmiş Milletler tarafından tanınan toprakları kapsayan bağımsız bir devletin yaratılması için itici güç olmuştur. Ukrayna sorunu (İng. The Ukrainian Question), bilimsel çalışmalarda Ukrayna'nın belirli bir dönemde topraklarını işgal eden ve kontrol eden ülkelerden bağımsızlık kazanması konusunu ifade eden bir terim olarak bugün de kullanılmaktadır. Özellikle Rus İmparatorluğu/Sovyetler Birliği, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu, Polonya-Litvanya Devleti, Polonya Cumhuriyeti, Çekoslovakya ve Romanya'dan bağımsız olarak şekillenen bir ülke olması söz konusu olmuştur. Grushevsky tarafından 1905 yılında 'Ukrayna Sorunu' adlı eser yazılmış ve ilk kez 1906'da Almanca çevirisinde 'Die Kleinrussen' başlığı altında konu ele alınmıştır. Makale, Ukrayna'nın bağımsızlık kazanma hakkının meşruiyetini, özellikle Ukrayna dili, Ukrayna tiyatrosu, Ukrayna matbaası ve Ukrayna süreli yayınlarının Çarlık Rusyası tarafından yasaklanmasının kabul edilemezliğine odaklanarak yazılmıştır (Grushewski, 1906, s. 616). Bu konuda yazılan makalelerin çoğunda Ukrayna bağımsızlığının ulusal bir boyut kazanmasının önemi, Ukraynalıların bir millet olduğu, Ukrayna'nın bağımsız olma hakkı işlenmiştir (Sonevytsky, 1964, s. 67).

Aynı zamanda Rusya'da 'Ukrayna sorunu' söylemi farklı şekillerde gelişmiştir. Bu söylemler Rus tarihçisi Arkady Minakov tarafından yayınlanan, 18-20. yüzyılın çeşitli Rus entelektüellerinin Rusça makalelerinden oluşan bir kitapta net bir şekilde gözlemlenebilir. Farklı yazarların makalelerinden oluşan 'Rus Yurtsever Düşüncesinde Ukrayna Sorunu' adlı kitapta, Ukrayna'nın bağımsızlığını kazanması konusu uygunsuz ve genellikle imkansız olarak sunulmaktadır (web.archive.org). Bu konuda yayınlanan ve ilgi çeken 'Ukrayna Sorunu ve Rus Halkı' adlı çalışma V.Vernadsky tarafından 1915'te St. Petersburg'da yazılmış, ancak ilk kez yazarın ölümünden sonra yayınlanmıştır. Çalışma Ukrayna'nın bağımsızlığı konusunu alakasız olarak görmüş ve Ukrayna'nın Rusya İmparatorluğu içinde kalma süresini uzatmanın faydalarını anlatmıştır (Vernadsky, 1988, s. 150-153). SSCB'nin dağılmasından sonra, Ukrayna ulusunun ve devletinin bağımsızlığına ilişkin söylemler yeniden dillendirilmeye başlanmıştır (https://meduza.io). Özellikle 'Ukrayna sorunu' terimi, Euromaidan'ın 2014 yılında Rusya yönlü Cumhurbaşkanı Viktor Yanukoviç'i iktidardan uzaklaştırmasından sonra aktif olarak siyasal arenalarda kullanılmaya başlanmıştır.

Ukrayna ve Rusya arasındaki ilişkilerin tarihsel seyrinde her zaman sorunsuz çeşitli sorunlar varlığını korumuştur. Zaman zaman bu devletler arasında anlaşmazlıklar yaşana gelmiş, Ukrayna Cumhurbaşkanı V.Yanukoviç'in 2013 yılında AB ile Ortaklık Anlaşması imzalamaya yönelik hazırlıkları, Ukrayna ile Rusya arasındaki gerilimi yükseltmiştir. Bu olay sonucunda Rusya, Ukrayna'ya baskı yapmak amacıyla ticaret yasaklarına başlatmıştır (https://www.bbc.com/), Rusya hedefine ulaşmıştır ve 23 Kasım'da Ukrayna hükümeti AB'ye üyelik imza hazırlıklarını askıya almıştır. Bu karar, Kiev'in merkezinde protestolara yol

açmıştır ve üç ay sonra Cumhurbaşkanı V.Yanukoviç'in Rusya'ya kaçmasıyla sonlanmıştır. Ancak Yanukoviç'in kaçmasından bir gün önce 20 Şubat 2014'te Rusya Kırım'ı ilhak ettiğini ilan etmiştir. Şubat ayının sonunda, Rus özel kuvvetleri Kırım Parlamentosu binasını ele geçirmiştir ve gizlice başkanını değiştirmiştir. 16 Mart'ta Rusya, Kırım'da bir referandum düzenlemiş ve referandum sonucu Kırım Rusya Federasyonuna bağlanmıştır. 15 Nisan 2014'te Ukrayna parlamentosu, Kırım topraklarını Ukrayna'nın geçici olarak işgal edilmiş bölgesi olarak tanıyan bir yasayı kabul etmiştir (www.rosbalt.ru). Sonrasında, Donbass'ta Ukrayna hükümeti karşıtı eylemler başlamıştır. Ukrayna orada terörle mücadele operasyonu ilan etmiş ve Ukrayna ve bazı Batılı ülkeler Donbass'ta Rus birliklerinin Ukrayna ordusuna karşı savaşlara katıldığını dile getirmiştir. Ancak Rusya, yalnızca 'gönüllülerin' savaştığı söylemini vurgulamış ve silahlı destek verdiğini kesin bir dille reddetmiştir. 27 Ocak 2015'te Ukrayna'nın Verkhovna Rada'sı, Rusya'nın Kırım ve Donbass'taki eylemlerinin Ukrayna'ya yönelik saldırganlık olarak nitelendirildiği bir kararı kabul etmiştir (www.bbc.com). Çatışmaların sonucunda, Ukrayna ile Rusya arasındaki ilişkiler önemli ölçüde bozulmuş ve taraflar bir dizi ticaret anlaşmasını askıya almış veya yaptırımlar uygulamışlardır.

31 Aralık 2015 tarihli Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanı Kararnamesi ile kabul edilen 'Rusya Federasyonu Ulusal Güvenlik Stratejisi'nde 2014 yılı başında Ukrayna'da meydana gelen iktidar değişikliğinin anayasaya aykırı olduğu, ABD ve Avrupa Birliği'nin desteğiyle Ukrayna toplumunda derin bir bölünmeye ve silahlı çatışmanın ortaya çıktığı yazılmıştır. Ukrayna Devlet Başkanı V.Zelensky tarafından imzalanan, 25 Mart 2021'de yayınlanan 'Ukrayna'nın Askeri Güvenlik Stratejisi'nde, Rusya Federasyonu'nun ulusal düzeyde Ukrayna'nın askeri bir düşmanı olmaya devam ettiği, Ukrayna'ya karşı silahlı saldırı gerçekleştirdiği, Kırım Özerk Cumhuriyeti topraklarını ve Sivastopol şehrini, Donetsk ve Lugansk bölgelerindeki toprakları geçici olarak işgal ettiği yazılmıştır (www.president.gov.ua). Ukrayna hükümet güçleri ile Rus destekli silahlı gruplar arasında yaklaşık sekiz yıldır devam eden silahlı çatışma, Doğu Ukrayna'nın sivil nüfusuna birçok ölüm ve zorluk getirmiştir.

12 Temmuz 2021'de Kremlin.ru web sitesinde Putin'in Ruslar ve Ukraynalıların tek bir halk olduğunu belirttiği bir makale yayınlanmıştır. Makale, iki halkın tarihinin kısa bir özetini ve Ukrayna ile Rusya arasındaki günümüz ilişkilerinin bir analizini içermektedir. Makaleye göre, modern Ukrayna, 'tamamen ve tamamen Sovyet döneminin bir oluşumdur'. Rus devlet medyalarına bakıldığında, V. Putin'in Ukrayna devletine yönelik politikasının hedeflerini açıklarken, 'Ukrayna sorununu çözmek' söylemi bir çok yerde kullanılmaktadır (https://theins1.press/).

Bu gelişmeler sonrasında 2021 ilkbahar ve sonbaharında Ukrayna'nın doğusundaki çatışmalar daha da yoğunlaşmıştır. Ukrayna sınırların yakınında yaklaşık 100.000 kişilik bir Rus birliği konuşlandırılmış, bu eylem, Ukrayna'ya bir saldırı hazırlığı olarak kabul edilmiştir. Rusya kendisine yönelik Ukrayna'yı işgal etmeye hazırlanma suçlamaların defalarca uluslararası düzeyde reddetmiştir (www.kommersant.ru). Bu gelişmelere bir cevap olarak Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etme tehdidinde atıfta bulunan NATO, Doğu Avrupa'daki askeri varlığını genişleteceğini duyurmuştur. ABD, Ukrayna'ya ek askeri yardım göndermeye başlamış ve diğer NATO ülkeleri de Ukrayna'ya silah tedariki sağlayacaklarını duyurmuşlardır.

Ukrayna'nın doğusunda Rus destekli silahlı gruplar tarafından kontrol edilen Donetsk Halk Cumhuriyeti ve Luhansk Halk Cumhuriyeti kendi kendilerini Cumhuriyet ilan etmişlerdir. 16 Şubat'ta Rus parlamentosu, V. Putin'e, iki bölgenin bağımsızlığını tanımalarını isteyen bir çağrıyla yollamış ve 21 Şubat'ta V. Putin, bu kararnameyi imzalamıştır. Sonrasında birkaç içinde Ukrayna sınırı yakınında yoğunlaşan Rus birliklerine DHC ve LHC topraklarında barışı koruma görevlerini başlamları emredilmiştir. 22 Şubat'ta Rus parlamentosunun üst kanadı olan Federasyon Konseyi, Rus askeri güçlerinin yurt dışında kullanılmasına izin vermiş ve Donbass'ta bulunan Ukrayna sınırı boyunca Rus askeri ile silahlı çatışmalar başlamıştır. 24 Şubat'ta Rusya Devlet Başkanı V.Putin, Ukrayna'ya karşı 'özel askeri operasyon' başladığını duyurmuş, ardından roket ve topçu saldırıları ve ordu birlikleri harekete geçmiştir. Rusya bu durumu 'özel askeri operasyon' olarak adlandırırken, uluslararası topluluklar silahlı çatışma ve Rusya tarafından planlanan bir saldırı olarak nitelendirmiştir. Human Rights Watch Örgütü kendi kendini ilan ettiği bölgelerin adı ne olursa olsun, Ukrayna'daki Rus birlikleri, Cenevre Sözleşmeleri de dahil olmak üzere uluslararası hukuk kapsamında işgal kuvvetleri olarak kabul edildiğini belirtmiştir. Savaşın başlangıcından 12 Mayıs 2022'ye kadar, BM İnsan Hakları Yüksek Komiserliği raporuna göre ülkede 7.389 sivil kayıp: 3.573 ölü ve 3.816 yaralı kaydedilmiştir (https://www.ohchr.org/). Her savaşta olduğu gibi bu savaşında gerekçelerini ve

sonuçlarını meşrulaştırmak için bir dizi siyasal ve toplumsal söyleme ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyaç çerçevesinde Rusya siyasi elitleri de ulusal ve uluslararası düzeyde yayınlar yapan çok çeşitli haber mecralarında Ukrayna'ya karşı başlatılan savaşı meşrulaştıran bir dizi söyleme ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyacın giderilmesi için kullanılan haber mecralarından birisi de kuşkusuz Sputnik Haber Ajansı olmuştur. Ajans bu süreçte yayınladığı haber içeriklerinde Rusya hükümetinin kararlarını meşrulaştırma çabasıyla bir dizi haber söylemini dolaşıma sokmayı tercih etmiştir.

## 2.2. Rus Savaş Söyleminin Üretiminde Sputnik Haber Ajansı

Devletin ve vatandaşların eşit bir kamusal diyalog fırsatına sahip olması ve devletin de ulusal çıkarlarını bilgi alanında tam olarak savunabilmesi için bir 'devlet bilgi politikası' geliştirmeye ihtiyaç duymaktadır. Devlet bilgi politikası, en genel tanımıyla politika aktörlerinin, devletin ve sivil toplumun çıkarları doğrultusunda söylemleri üreterek insanların bilincini, ruhunu, davranışlarını ve faaliyetlerini etkilemektedir. Günümüzde dünyanın tüm ülkelerinde benzer bir tablo gözlemlenmektedir ve Rusya da bu süreç ve politikalarından bağımsız değildir. Bu bağlamda Rusya'da siyasal elitler tarafından geliştirilmiş bir bilgi politikası izlenmekte ve uygulaması devlet medya kuruluşları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Viren ve Frolova, 2015). Uluslararası düzeyde Sputnik Haber Ajansı da bu bilgi politikasını yürütmektedir. Ajans genel olarak Rusya Federasyonun, onun yurtdışındaki devlet politikasını, kültür, spor, bilim ve kamu yaşamının olaylarını kapsamak, Rusya'nın ulusal çıkarlarının bilgi alanında korumak ve uygun bir bilgi gündemi oluşturmak, konuları belirli bir bakış açısıyla açıklamak için söylemler üretmektedir. Bunun dışında ajansın uluslararası bilgi alışverişinin genişletilmek ve iyileştirilmek gibi görevleri vardır (Korobov ve Ryabov, 2020, s.26). Sputnik Ajansı Rus-Ukrayna savaşını Rus iletişim politikasına uygun bir çerçevede ele almıştır ve Ukrayna'yı haksız bulan söylemler üretmiştir. Özellikle ajans ana sayfasında bu olaylardan dolayı 'Ukrayna'daki Durum' ve 'Donbass'taki soykırım' adlı iki ana başlık oluşturmuş ve konuya ilişkin haberlerin bu başlıklar altında servis etmiştir. Haberlerin içeriğine bakıldığında Ukrayna'yı suçlu, şiddete başvuran, ahlaksızlıkla itham eden söylemlere yer verildiği görülmüştür.

Sputnik Haber Ajansı'nın yayın hayatına başlangıcı esasında uluslararası bir kamu diplomasisi aracının işletilmeye başlamasını andırmaktadır. Bu çerçevede ajans 2014 yılında faaliyetlerine başlamış ve Rusya devleti tarafından finans edilen Uluslararası Haber Ajansı olan 'Rossiya Segodnya' kurumunun içine konuşlandırılmıştır. Sputnik, web siteleri, mobil uygulama, canlı yayın, yayın hizmeti ve basın merkezlerini içeren son teknoloji bir haber ajansı olarak tanımlanmaktadır. Ajansın merkez ofisi Moskova'da bulunmaktadır. Bölge ofisleri, Washington, Pekin, Paris, Edinburgh, Bişkek, Kahire dahil olmak üzere 25'ten fazla ülkede faaliyetlerini yürütmektedir. Ajans, dünya siyaseti ve ekonomisi haberlerini kapsayan bir yayın gündemine sahiptir ve yabancı izleyicilere yönelik bir yayıncılık politikası uygulamaktadır. Ajansın haber siteleri İngilizce, İspanyolca, Lehçe, Arapça, Çince vs 30'dan fazla dilde faaliyet göstermektedir (<https://ria.ru/>). Sputnik yayın hayatına başladıktan kısa bir süre sonra, Rus propagandası yapmakla suçlanmış ve ajansın gazetecilik faaliyetleri 'Putin'in bilgi savaşı' olarak nitelendirilmiştir. 2016 tarihinde The Times Gazetesi, RT kanalının ve Sputnik Ajansının, gerçekleri çarpıttığını ve Avrupalıların ruh halini olumsuz etkileyecek şekilde söylemler ürettiğini iddia etmiştir.

2018 tarihinde The Times Gazetesi Sputnik Edinburgh radyo istasyonunun 'Kremlin'in bir kuklasıdır, V. Putin'in propaganda savaşlarına katılıyor' diyerek suçlamıştır (<https://www.thetimes.co.uk/>). Kasım 2016 tarihinde Avrupa Parlamentosu Dışişleri Komisyonu, Rusya'nın Avrupa Birliği'ne karşı bir bilgi savaşı yürüttüğünü belirten 'Üçüncü Taraf Propagandasına Karşı AB Stratejik İletişimi' başlıklı bir karar taslağını onaylamıştır. Belge, Russian Today (RT) ve Sputnik gibi Rus medya aygıtlarını tehditler arasında saymış ve propaganda ile mücadele için özel bir departmanın oluşturulması çağrısında bulunmuştur (<https://www.europarl.europa.eu>). Avrupa ülkeleri Rusya'yı iletişim araçları üzerinde propaganda yaptığı, devletlerin iç işlerine karıştığını iddia etmektedir. Hatta Fransız Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron 'RT ve Sputnik bildiğimiz basın gibi değil, etki ve propaganda organları, hatta sahte propaganda ajanları gibi davranıyor' demiştir. Bu nedenle Sputnik muhabirlerinin Fransa'daki seçim yarışında Macron'un parti binalarına girmesi yasaklamıştır (<https://www.dw.com/>). Bazı ülkelerde Sputnik Ajansı'nın şubeleri kapatılmış, siteleri yasaklanmıştır. Ancak bu suçlamalara Sputnik Ajansı, Devlet Duma milletvekilleri, Rusya'nın Dışişleri Bakanlığı hemen cevap vermiştir. Sputnik Ajansının çalışması ile ilgili gerçekleşen

hareketleri Rusya'ya karşı siyasi baskı ve basın özgürlüğüne kısıtlama olarak değerlendirmişlerdir. Rus siyasiler Fransa'nın suçlamaları kanıtlayacak elle tutulur herhangi bir kanıt göstermediğini de vurgulamıştır. Konuyla ilgili açıklama yapan Rusya Federasyonu Dışişleri Bakanlığı Enformasyon ve Basın Dairesi Başkan Yardımcısı Alexander Bikantov: 'Her yöne kitlesel Rus karşıtı propaganda yürütülüyor, Batı medyası yaygın olarak yalanlar ve provokasyonlar kullanarak Rusya'yı aşağılama görevini yerine getiriyor' demiştir (<https://tass.ru/>).

### 3. Yöntem

1960'larda Batı'da söylem analizi yaklaşımları ve teorileri şekillenmeye başlamıştır. Söylem analizi dil ve toplum etkileşimi, söylemde ifade edilen sosyal eşitsizliği incelemektedir. N. Fairclough, R. Wodak, T. van Dijk gibi söylem analizinin temsilcileri, söylem ve toplum arasındaki karmaşık ilişkiyi, iktidarın toplumsal örgütlenmesinin dilde yansımaları ve yeniden üretimini analiz etmişler ve söylemde ifade edilen toplumsal eşitsizlik sorununa odaklanmışlardır. Bu makalede T. van Dijk'in geliştirdiği söylem analizi kullanılacaktır. Bu yaklaşım, bilişsel yapılar, söylem ve toplum arasındaki ilişkiye dayanmaktadır (Matytsina, 2019, s.209-210). T. van Dijk, eleştirel söylem analizinin aşağıdaki tanımını vermiştir:

'Eleştirel söylem analizi, öncelikle gücün kötüye kullanılması, tahakküm ve eşitsizliğin metinde ve konuşmada siyasi ve sosyal bağlamda nasıl kurulduğunu, yeniden üretildiğini ve bunlarla nasıl mücadele edildiğini inceleyen bir tür analizdir'. van Dijk, stereotiplerin, etnik önyargıların, söylemsel açıdan yeniden üretilmesi, seçkinler tarafından gücün kötüye kullanılması ve ezilen grupların direnişi ile ilgilenmektedir. Söylem merkezli girişimlerde eşitsizliği haklı çıkarmak, iki tamamlayıcı strateji içermektedir. Bu iki strateji esasında kişinin 'Kendi' grubunu olumlu bir şekilde temsil ve 'Diğerlerinin' olumsuz temsili mantığına dayanmaktadır. 'Bizim' ve 'Diğerlerinin' temsil edildiği modellerin oluşumunda, söylemsel yapıların bu tür süreçlere ne gibi katkılar sağladığını daha detaylı incelemek gerekir. Bu noktada en belirgin durum olan semantik içeriğin ele alınması gerekir. Haber metinlerine taraf olarak konumlandırılanları "onları doğrudan olumsuz değerlendirmek" veya "bizi olumlu değerlendirmek" mantığının işlediği görülmektedir. Bu tür iddiaları inandırıcı kılmak için aşağıdakiler gibi ikna edici eylemler kullanılmaktadır (van Dijk, 1993, s.264):

- (a) Yargılama: Gerçeklerden kaynaklanarak olumsuz değerlendirmeler yapma;
- (b) Retorik figürler: 'onların' olumsuz eylemlerinin ön plana çıkarılması ve 'bizim' olumsuz eylemlerimizin hafife alınması veya örtbas edilmesi;
- (c) Lexical stil: olumsuz veya olumlu değerlendirmeleri ima eden kelimelerin seçimi;
- (d) Hikâyeleştirme: Olumsuz olayları kişisel olarak yaşanmış gibi anlatmak;
- (e) 'Onların' olumsuz eylemlerinin yapısal vurgusu (başlıkta, ara başlıkta, spotta olumsuz etkenlerden bahsetme);
- (f) Güvenilir tanıklardan, kaynaklardan veya uzmanlardan alıntı yapmak;

Rus-Ukrayna savaşı uluslararası basında sürekli işlenen, tartışılan bir konu olmuş ve bugün de etkisini korumaya devam etmektedir. Bu çalışmada Rus-Ukrayna savaşının Rus devlet kurumu olan Sputnik Haber Ajansı'nın yayın yaptığı sputnik.com internet sitesinde nasıl ele alındığı analiz edilmiştir. Bu kapsamda savaş süresinde haber ajansının Rus saldırganlığını meşrulaştıran haberlerde hangi söylemleri ürettiğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu noktada belirtilmesi gereken en önemli nokta Ukrayna Savaşıyla ilgili Rusya'da resmi hükümet kaynaklarının bilgileriyle örtüşmeyen haberlerin yayılması, servis edilmesi yasaklanmıştır. Bu kararlar çoğu muhalif içerikler üreten haber örgütleri kapatılmış, 'savaş' veya 'işgal' kelimelerini içeren makalelerin yayınlanması yasaklanmıştır. Çalışmanın zaman aralığı Rus-Ukrayna çatışması başlamadan önceki ilk hafta olan 18 Şubat 2022'den başlayarak 28 Mayıs 2022'ye kadar olan süreci kapsamaktadır. Bu aralığın belirlenmesinde savaşın önceki koşullarına, olayın gelişim sürecine ve bağlamına ilişkin bir perspektif sunmak istenmesidir. Analiz edilecek haberler sputnik.com sitesinin arama motorunda belirli anahtar kelimelerle yapılan aramalarla sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda arama motorunda 'Dünya' ve 'Ukrayna' anahtar kelimeleri girilmiştir. Analize arama motorunda yapılan araştırmalar sonrasında elde edilen uygun haberler ve savaş sürecinin haberleştirilmesi için açılan iki ana köşede servis edilen haberler tabii tutulmuştur. Analiz edilen haberlerde van Dijk'in haklı 'Biz' ve haksız 'Onlar' temsil modelinden yola çıkarak, Rus basınının Rusya'nın Ukrayna politikasını nasıl meşrulaştırdığını, uluslararası ilişkide nasıl Ukrayna'yı haksız gösterdiği, Ukrayna üzerine hangi klişelerin pekiştirildiğini, hangi söylemler

üretmek olumsuz hisleri uyandırdığını, Ukrayna'yı hangi ifadelerle tanımladığını ayrıştıran sınıflandırmalar yapılmaya çalışılmıştır.

### 3.1. Bulgular

#### a-) Yargılama: Gerçeklerden Kaynaklanarak Olumsuz Değerlendirmeler Yapma

Savaş başlamadan önce 'Gözlemciler: Avrupa, ABD ve NATO, Ukrayna Devlet Başkanı'nın Nükleer Şantajı Karşısında Çileden Çıkmalı' (23.02.22) başlıklı haberinde Münih Güvenlik Konferansı sırasında Ukrayna Cumhurbaşkanı V. Zelenskiy'in 'Budapeşte Muhtırası ülkemizin güvenliğini garanti etmezse, Ukrayna, Budapeşte Muhtırasının çalışmadığını ve 1994'ün tüm paket kararlarının sorunlu olduğunu kabul edecektir' ifadesi yer almıştır. Zelenskiy'in ifadeleri tek yönlü bir şekilde değerlendirilmiş, Ukrayna nükleer sistemini inşa etmek istediği ve Rusya'nın iddialarını doğrulayan bir delil gibi gösterilmiştir. Haberde Zelenskiy'i eleştiren kaynaklar olarak konuyla ilişkisi olmayan, İran ve Arjantin'in uluslararası ilişkiler uzmanları arasından alınmıştır. Böylece haber söyleminde, Ukrayna'ya 'haksız olan onlar' düşüncesi yapılan bir açıklamanın tersine yargılamaya tabi tutulmasıyla oluşturulmuştur.

Rusya medyası Ukrayna'ya yapılan saldırının halk tarafından desteklemesi için insanların duygularına etki eden haberler üretmekten çekinmemiştir. Devlet Başkanı Putin 24 Şubat'ta ulusa seslenmiş ve Rus kuvvetlerine Kiev rejimi tarafından sekiz yıldır uygulanan soykırımla baş başa kalan insanları korumak için Donbass'ta özel bir operasyon yürütme talimatı vermiştir. 'Putin, Donbas'ta Özel Bir Operasyona İzin Verdi ve Dış Tehditlere Anında Yanıt Vermeyi Vaat Ediyor' (24.02.22) başlıklı haberde Putin'in halka seslenişini tam metin olarak verilmiştir. Sputnik ajansı dahil olmak üzere tüm Rusya devlet medyası bu olayı ortak bir söylemsel çerçevede sunmuş; savaş yerine, özel askeri operasyon tanımlamasını kullanmıştır. Bunun nedeni de savaşın ölçeğini küçümsetmek ve olumsuz yargılamalardan kaçınmaktır. Özel bir operasyon doğası gereği yereldir ve hızlı bir şekilde sona ermelidir. Ancak barışçıl şehirlerin bombalanması, sakinlerin ölümü ve yüzbinlerce mülteci olayın ana konusunun dışında tutulmuştur. Haberde, Putin'in açıklamaları üzerinden lexical bir sınırlandırma yapılmış ve Ukrayna, Rusya vatandaşları dahil olmak üzere sivil halka karşı çok sayıda kanlı suç işlendiğini dile getirilmiştir. Kiev hükümeti tarafından ülkenin doğusunda soykırım yapıldığı söylemi aktif şekilde işlenirken, haber metninde farklı kaynaklara ve açıklamalara yer verilmeyerek kamuoyuna tek boyutlu bir anlamsal çerçeve dayatılmak istenmiştir. Böylece Ukrayna'ya karşı kamuoyu oluşturulurken, bu tip yargılamalar ve söylemsel çerçevelenmelerle alternatif söylemlerin oluşması da engellenmiştir. Haberde ısrarlı bir şekilde Ukrayna soykırımla suçlanırken, bu yargılamayı üretebilecek herhangi bir uluslararası hukuk belgesi ya da kararı bulunmamaktadır. Haberde Rusya'nın soykırım dediği şey, söylemsel çerçevelenmede kavramların ikamesidir ve bu sayede Rus saldırganlığı meşrulaştırılmaktadır.

Putin'in haberdeki bir diğer argümanı Kuzey Atlantik İttifakı ya da NATO'nun Doğuya doğru ilerlemesini tehdit olarak değerlendirilmesidir. Putin, NATO'yu eleştirerek "30 yıldır sabırla Avrupa'da eşit ve bölünmez güvenlik ilkeleri konusunda NATO ile bir anlaşmaya varmaya çalışıyoruz. Önerilerimize cevaben, her zaman ya alaycı aldatma ve yalanlarla ya da baskı ve şantaj girişimleriyle karşılaştık. Artık NATO sınırlarımıza kadar yaklaşıyor" diyerek halkını korkutmuş ve Batı ülkelerine karşı olumsuz tepki uyandırmıştır. İşgal öncesi ve işgalden sonra Rusya'nın kullandığı en büyük argüman NATO'nun doğuya doğru genişlemesidir. Bu konu hakkında çeşitli görüşler mevcuttur. 9 Şubat 1990 tarihinde dönemin Sovyetler Birliği Başkanı Mihail Gorbaçov ve ABD'nin dışişleri bakanı James Baker arasında, NATO'nun doğuya doğru genişlememesi konusu görüşülmüştür. Devam eden görüşmelerde James Baker'ın 'NATO'nun doğuya doğru genişlememesine özen göstermeliyiz' ifadesi yer almıştır (Kramer, 2009, s.47-48). Haberde de bu tarihsel kaygılardan alıntılar yapılarak, Ukrayna'ya yapılan saldırının tarihsel bir söylemi olduğu ve meşruluğunun arka planı olduğu düşüncesi işlenmiştir. Buna karşın NATO'nun Doğuya doğru ilerlemeyeceğine dair verdiği sözü kanıtlayan herhangi bir yazılı veya iki tarafın el sıkıştığı sözlü bir anlaşma yoktur.

Sputnik tarafından yargılayıcı bir söylemsel çerçeveye üretilen bir diğer etkili söylem ise neo-Naziler ve aşırı milliyetçiler üzerine inşa edilmiştir. Putin'in 'NATO'nun önde gelen ülkeleri, Ukrayna'daki aşırı sağ milliyetçileri ve neo-Nazileri destekliyor' açıklaması, tarihsel bir realite üzerinden, Rus saldırganlığını meşrulaştıran bir yargıya dönüştürülmüştür. Sputnik de Ukrayna hükümeti ve ordusunu 'Milliyetçiler,

Naziler' olarak adlandırmaktadır ve bu deyim sıklıkla haber başlıklarına taşınmaktadır. 'Milliyetçiler, Naziler' kelimelerinin kamusal hafızayı da tazeleyerek olumsuz, itici, karşıt bir söylem oluşturmayı kolaylaştırmaktadır. Böylece Ukrayna'ya karşı 'düşman' algısı yaratılmaktadır. İkinci Dünya Savaşından sonra Nazi kavramının kullanımı toplumsal bilinçte; araştırmadan, sorgulamadan direk yargılama, suçlama, haksız görme gibi anlamsal çerçevelerle sınırlanmıştır. Haberde bu tip bir kullanım, Rus kamuoyunda üretilmek istenen Ukrayna karşıtlığını olumsuz bir tarihsel anlatıyla ilişkilendirerek üretme isteğinin sonucu olmuştur. Gerçekte ise Ukrayna'da milliyetçi hareketler ne toplumsal, ne hükümet desteği alabilmiştir. Her ülkede olduğu gibi Ukrayna'da da aşırı milliyetçi hareketler vardır, ancak onlar hükümet ve mecliste bile temsil edilmemektedir. Rusya yanlı parti ise meclise ikinci büyük parti olarak girmiştir.

Sputnik tarafından sık sık dile getirilen Rus hükümetinin öne sürdüğü bir başka argüman ise, Ukraynalı Nazi askerlere karşı Rus askerlerinin kurtarıcı olduğu söylemidir. Putin 'Bu operasyonun amacı, sekiz yıldır aşığılanma ve soykırımla karşı karşıya kalan insanları korumaktır' ifadesini kullanmış ve haberlerde bu argüman ön plana çıkarılmıştır. Ayrıca haber söylemlerinde Doğudaki Ukraynalıların Rusya'nın onları kurtarmasını, sahip çıkmasını istediği gibi açıklamalara da yer verilmiştir. "Dayak Yiyen Yaşlı Adamlar" ve "İkinci Dünya Savaşı Gazileriyle Yıllarca Ukrayna'da Nasıl Alay Edildi" (08.05.22) başlıklı haberlerde ise II. Dünya Savaşı'nı hatırlayan ve savaşa katılan gazilerin zorbalığa katıldığını, gazi dedelere saygı göstermeyen gençlerin kavga çıkardığı anlatılmıştır. Bu tip haberler üzerinden Rus saldırganlığı meşru bir zemine çekilmek istenirken, Ukrayna hükümetinin Rus insanlara karşı adaletsiz davrandığı, zulmeden politikalar uyguladığı söylemi vurgulanmıştır.

V. Putin'in halka seslenmesinden sonra tüm haberler yukarıdaki içerikle, örtüşecek şekilde üretilmiş ve servis edilmiştir. Rusya'nın LHC ve DHC'yi bağımsız devletler olarak tanımasının ardından Ukrayna Devlet Başkanı, Rusya ile diplomatik ilişkilerin kesileceğini belirten bir konuşma yapmıştır. 'Rusya: Kiev'in Moskova ile İlişkileri Kesme Arzusu Onların Rusfobik Politikasının Mantıklı Sonucudur' başlıklı haberde (24.04.22) Ukrayna tarafı savaştan dolayı değil de Rusya ile ilişki kurmak istemediğinden dolayı ilişkileri kesmiş şeklinde verilerle, bir çarpıtma yapılmıştır. Bu bağlamda haberde yanlı kaynak kullanımı da devreye sokularak Rusya Dışişleri Bakanlığının diplomatik ilişkileri kesmek 'Bizim seçimimiz değildir' ifadesine geniş bir şekilde yer verilmiştir. Böylece 'biz' iyi, haklı, 'onlar' ise yanlış, haksız söylemleri pekiştirilmiştir.

Savaşın başladığı ilk andan itibaren yayınlanan haberlerin hepsinde Ukrayna ordusuna ilişkin tanımlamalar yerine, 'Ukrayna milliyetçileri' kelimesi kullanılmış ve Rusya karşıtlarının milliyetçiler olduğu anlatısı üretilmiştir. Uluslararası ilişkilerde ismi belli olmayan kaynaklara atıfta bulunarak, Batı ülkeleri yargılanmış, askeri kuvvet sağlayarak savaşı teşvik ettikleri iddia edilmiştir.

Sputnik haber başlıklarında da oldukça olumsuz ve yargılayıcı anlatılara yer vermiştir. Bu kapsamda haber başlıklarında çatışmadan dolayı Ukrayna'yı suçlu, acımasız, kötümser gösteren, klişeler yaratan, sansasyonel tanımlamalar kullanılmıştır. Ajans batılı devletlerin savaş tarihlerini genel bir yargıya dönüştürerek aktarırken, 'ABD/NATO Suç Savaşları Lejyonunun Aksine Rusya'nın Haklı Bir Nedeni Var' (14.03.22) başlıklı haberde Rusya'nın pozisyonunu olumlu yönden göstermeye de çalışmıştır. Rusya'nın verdiği zararlar göz ardı edilirken, Ukrayna askerlerin yaptıkları özellikle vurgulanmıştır. Örneğin: 'DHC: Ukrayna Güvenlik Güçleri Mariupol'un Büyük Bölgelerini Mayınladı ve Sakinlerini Rehin Aldı (28.02.22); Bir Görgü Tanığı, Azov neo-Nazilerinin Mariupol'da Kaçan Savunmasız Bir Sivili Vurduğu Dehşetini Paylaştı (15.03.22); Batı Medyası Nazileri ve Cihatçıları Destekliyor (23.03.22); Rusya'nın Koordinasyon Karargahı: Kiev Hükümeti, Ukrayna Şehirlerinde İnsani Bir Felakete Neden Oldu (08.03.22); Rus İstihbaratı, Donbass'ta Konuşlandırılacak Teröristlerin Amerikan Al-Tanf Üssünde Eğitildiğini Söyledi (04.03.22), Ukrayna 2013-2014: Euromaidan'dan Odessa'daki Katliama; Maidan 2004: Bölünme Ve Soykırıma Doğru İlk Adım; Ukrayna Bölündü: Doğu ve Batı Arasındaki Bölünmenin Hikayesi' haberleri olumsuz yorumlara, hislere, hitap edici hikayelere, Ukrayna'yı saldırgan gösteren yargılara yer verilerek oluşturulmuştur. Bu sayede; kışkırtıcı kelimelere, tanımlamalara ve suçlayıcı ifadelere başlıkta, spotta da sık sık yer verilmesi, Rusya'nın saldırganlığını meşrulaştıran bir söylemsel çerçevenin oluşmasını sağlamıştır. Sputnik bir haber ajansı olarak savaşın durmasından çok savaşın devamı ve saldırganlığın haklılığı düşüncesine dayanan yargıları sık sık kullanmıştır. Ayrıca ajans tarafından servis edilen haber metinlerinin semantiğinde; savaşı körükleyen kelimeler, etkili fotoğraflar kullanılarak savaş dilinin sıradanlaştırıldığı görülmektedir.



Savaşın kritik anlarından birisi olan Bucha'da sivillerin öldürülmesi haberi dünyada büyük yankı uyandırmıştır. Bu olayın medyaya yansımından hemen sonra Rusya bu olaydan sorumlu olmadığını söylemiştir ve yargılayıcı bir dille sorumluluğu Ukrayna milliyetçilerine yüklemiştir. Bu tutumu içselleştiren Sputnik Haber Ajansı da 'Kremlin: Bucha Provokasyonu Rusya'yı Karalamayı Amaçlıyor' (05.04.22) başlıklı haberde olay trajik değil, sadece Rus ordusunu karalamak için yapılan Ukrayna propagandası, iyi hazırlanan trajik performans olarak değerlendirmiştir. Görüldüğü gibi olayın şiddeti, ahlaksızlığı azaltılmaya çalışılmış, Ukrayna yalancılıkla suçlanmış, Rusya ise savaşı başlatan taraf olmasına rağmen masum olarak kurgulanmıştır.

#### **b-) Retorik Figürler: 'Onların' Olumsuz Eylemlerinin Ön Plana Çıkarılması ve 'Bizim' Olumsuz Eylemlerimizin Hafife Alınması**

'Kiev, Rus Heyetinin Belarus'a Gelişinin Ardından Gomel'deki Barış Görüşmelerini Reddedti' (27.02.22) başlıklı haberde Belarus, Rusya ve Ukrayna'nın görüşmesi için her şeyi hazırladığı, Putin'in müzakereler sırasında Ukrayna'daki askeri operasyonların geçici olarak durdurulması talimatı verdiğini, ancak Kiev'in müzakere etmeyi reddettiği aktarılmıştır. Bu Ukrayna'nın barışa hazır olmadığı, ya da böyle önemli bir işi hafife aldığı ekseninde bir anlamın oluşmasına neden olmuştur. Ukrayna'nın, Belarus'un Rusya'yı desteklemesi nedeniyle, görüşmenin tarafsız bir ülkede yapılması gerektiğini talep etmesi, ajans tarafından görüşmeyi reddetmek olarak kurgulanmış ve haber söyleminde Ukrayna'nın savaşın devamını isteyen taraf olduğu düşüncesi meşrulaştırılmak istenmiştir.

Ayrıca haber retoriklerinde Ukrayna'nın neo-Nazi kökenli bir orduya sahip olduğu klişesini pekiştirmek için, çok sayıda haber yapılmış ve dolaşıma sokulmuştur. Haberlerde genellikle Ukrayna'daki milliyetçi hareketlerin Rusya'ya karşı saldırılar düzenlendiği, bu grupların Rusya'ya karşı öfke, nefret içeren görüşlere sahip olduğu ve Ukrayna halkını manipüle ettiği söylemi yoğun olarak işlenmiştir. 'Ukrayna'daki neo-Nazi Yürüyüşlerinin Kronolojisi' (11.04.22) başlıklı haberde Ukrayna milliyetçilerinin yaptıkları yürüyüşler, etkinlikler sıralanmış ve bu grupla zaman zaman Alman Nazilerle kıyaslanmıştır. Tarihi olaylara atıfta bulunarak, Ukrayna'nın Nazizm'i desteklediği, Nazizm'in Ukrayna için normal olduğu aktarılmaya çalışılmış, Rus toplumunu II. Dünya Savaşı'nda mücadelesine benzer bir mücadele yürüttüğü düşüncesi tarihsel bir retorikle ilişkilendirilmiştir. Bu sayede Rusya'nın saldırganlığı ve savaşın temel sebebi olduğu gerçeği gizlenmiştir.

12.04.22 tarihli "Bombalama, Yıkım, Soykırım: Rusya'nın En Büyük Şehirlerinin Sokaklarında Donbass'ın Çocukları Sergisi" haberinde sekiz senedir devam eden çatışma koşullarında yaşayan çocuklarla ilgili bir etkinliğin haberleştirildiği görülmektedir. Haberde masum çocuk retorliğini güçlendirmek için çocukların yüzleri kirli, ağlamış, üzgün siyah-beyaz görselleri kullanılmıştır. Her çocuk resmin altında onların nasıl saldırıya maruz kaldıkları, normal hayatından koptukları anlatılmış ve haberde Rus sivillerine çocuklar üzerinden yaklaşmak, Rus halkının Ukrayna'ya karşı giriştiği "operasyonu" meşrulaştırmak amaçlanmıştır.

#### **c-) Lexical Stil: (Olumsuz veya Olumlu Değerlendirmeleri İma Eden Kelimelerin Seçimi)**

Sputnik Haber Ajansı, Ukrayna'ya ilişkin haberlerinde planlı bir şekilde olumsuz kelime kalıpları ve anlatıları kullanmayı tercih etmiştir. Bu kapsamda Ukrayna kelimesi genellikle "korcu üreten, dolandırıcı, provokatör" kelimeleriyle ilişkilendirilerek, haber metinlerinde sunulmuştur. Bu kelimeler hoşnutsuzluk çağırıcı, itici güce sahiptir ve Ukrayna devletinin Rus kamuoyundaki olumsuz imajının aşağılanması için açmaktadır. Ukrayna hükümeti hakkında üretilen bazı haber başlıkları şöyledir: 'Ukrayna, Rusya'yı 'Savaş Suçları' ile Suçlamak için Odessa Bölgesinde Yeni Bir Provokasyon Hazırlıyor' (19.04.22); "Yerel Polis, Ukrayna Ordusunun Ortodoks Paskalyası İçin LHC'de Bir Provokasyon Planladığını Söyledi" (22.04.22); "Rusya Savunma Bakanlığı: Kiev, Rusya'yı Ukrayna'da Sivillere Yönelik Şiddet Uygulamakla Suçlamak İçin Yeni Provokasyonlar Hazırlıyor" (11.04.22); "Lavrov: Ukrayna, Rusya'nın Diplomatik Tekliflerine Yanıt Vermedi" (22.04.22); "Kiev, Rus Heyetinin Beyaz Rusya'ya Gelişinin Ardından Gomel'de Barış Görüşmeleri Yapmayı Reddediyor" (27.02.22)' vs. Bu tip haber başlıkları 'Onların' haksız, adaletsiz, yalancı olduğunu kanıtlarken, haklı, adaletsizliğe karşı duran 'Kendi' tarafının iyi olduğu söylemini güçlendirmek için kullanılmıştır. Sputnik, Ukrayna'nın Rusya'ya dayalı dile getirdiği hak ihlallerini, Rusya'ya yönelik planlı

bir provokasyon olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu söylem haber spotunda kelimelerin tekrarlanması, lexical stil tercihi, olumsuz kelime yapıları, kullanılan kaynakların yanlı görüşleriyle de desteklenmiştir. Bu çerçevede Rusya'nın Kanada Büyükelçisi Oleg Stepanov (25.04.22): 'Ukrayna birlikleri, Ruslar Yapmış Gibi Göstermek İçin Kendi Vatandaşlarına Ateş Ediyorlar' ifadesini dile getirirken, Sputnik bu tanımlamayı doğrudan metinde aktararak kaynağın yanlı görüşünü içselleştiren bir tutum sergilemiştir. Ayrıca aynı haber içerisinde herhangi bir kaynağa dayandırılmadan batılı istihbarat servislerinin 'sahte provokasyonlar' hazırladığı iddia edilmiştir. Böyle haberler Rusya sivillerinin desteğini almak, Ukrayna'yı yargılamak, onların taleplerini önemsizleştirmek için kullanılmıştır.

Ukrayna ordusu, haberlerde ulusal silahlı kuvvetler değil, milliyetçiler, neo-Naziler kelimeleriyle ilişkilendirilmektedir. Böyle bir tanım insanların zihninde eskiden kalan yıkıcı, canavar, ahlaksız, zalim kelimeleriyle örtüşmektedir ve hemen savunma, yargılama hissini yaratmaktadır. Ukrayna ordusunu bu şekilde adlandırarak, onlara karşı nefret üreten ajans, savaşın başlatıcısı olan Rus ordusuna yönelik cümlelerde ise sempatik tanımlamalara yer vermeyi tercih etmiştir. Bu konuda haber başlıklarına bakarsak: 'Rusya Savunma Bakanlığı: Ukraynalı Milliyetçiler 150 Kadar Mariupollü Sivili Canlı Kalkan Olarak Kullandılar' (07.03.22); Sputnik Muhabiri: "DHC'de Ukraynalı Milliyetçiler İçin Uyuşturucu Üreten Laboratuvarlar Keşfedildi" (05.03.22); "Nazizm Bir Hastalıktır", "Donbass'a İnsanları Korumak ve 8 Yıllık Savaşla İlgili Gerçekleri Anlatmak İçin Bir Teksaslı Geldi" (01.04.22) ve benzeri başlıkları görmek mümkündür. Sputnik tarafından yayınlanan haberlerin lexical stiller açısından oldukça sorunlu ve yanlı olduğu görülmekte, benzer durum kullanılan haber kaynaklarına bakıldığında konuya ilişkin sorumlu kurumların görüşlerine yer verilmediği dikkat çekmektedir. Donbass'a Nazilere karşı savaşmak için gelen Teksaslı adamı kaynak göstermiş ve onun görüşlerini şöyle vermişlerdir: 'Gerçek Nazilerle temasa geçmek, kuduz bir köpek ya da zehirli bir yılan gibi oluyor. Merhamet, adalet veya insanlığa başvuramazsınız. Nazizm bir hastalıktır. Onu iyileştirmenin tek bir yolu var ve biz onu burada, Ukrayna'da sonsuza kadar iyileştirmeye hazırlanıyoruz' demiştir. Bu ifadelerle Ukrayna ordusunun yıkıcı, zalim olduğu, hastalık kelimesi ile ilişkilendirilerek tedavi edilmesi gerektiği şeklinde sunarken, Rusya bu görevi yerine getireceği de arda ve bağlam bilgisi ekseninde haberin genel söylemsel çerçevesine yerleştirilmiştir. Aynı zamanda Rusya'nın verdiği zararlar, bombalanan barışçıl şehirler, sivillerin ölümü, kaçmak zorunda kalan mülteciler hakkında haber metninde herhangi bir bahis geçmemektedir.

Ukrayna üzerinde olumsuz imajın yaratılmasında insanların hissine hitap eden ve sorgulamadan yargıya dönüştürülmüş kelimeler ve anlatılar kullanılmaktadır. 'Rus İstihbaratı, Donbass'ta Konuşlandırılacak Teröristlerin Amerikan Al-Tanf Üssünde Eğitildiği Konusunda Uyardı' (04.03.22) başlıklı haberde 2021'in sonunda Amerikalılar, Rusya ve BDT ülkeleri vatandaşları da dahil olmak üzere hapisanelerden birkaç düzine IŞİD teröristini serbest bıraktığını, onların da özellikle Donbass'a sabotaj ve terörist savaş yöntemleri konusunda özel eğitim aldıkları konusu işlenmiştir. Rusların ağırlıklı olduğu Donbass'ta teröristlerin olabileceği haberi Rusya sivillerinde nefreti, yok edilmesi gereken düşman algısını yarabilmektedir. Ancak haberde hangi hapisaneden, kaç kişinin serbest bırakıldığı hakkında bilgi yoktur ve bu olay 2021'de gerçekleşmiştir.

#### **d-) Hikâyeleştirmek: Olumsuz Olayları Kişisel Olarak Yaşanmış Gibi Anlatmak;**

Sputnik Haber Ajansı Ukrayna Cumhurbaşkanı V. Zelenski'nin ülkeden kaçtığına ilişkin sistematik haberler yapmayı da ihmal etmemiştir. 'Rusya Federasyonu Devlet Duması Spikeri Zelensky'ın, Kiev'den Lvov'a Kaçtığını Söyledi' (26.02.22) haberinde Zelenski'nin aceleyle Kiev'den çıktığı ve yakın adamları ile Lvov şehrine kaçtığı aktarılmıştır. Buna benzer nitelikte, 'Ukraynalı Milletvekili Zelenski'nin Polonya'ya Kaçtığını ve 'ABD Büyükelçiliğinde Saklandığını' söyledi' (04.02.22) haberi yayınlanmıştır. Haber olumsuz bir hikâyeleştirme kurgusuna göre tasarlanırken, haber kaynağı kullanımı da bu kurguyu destekleyecek şekilde yanlı bir tercihle seçilmiştir. Bu bağlamda Ukrayna muhalefetinin milletvekili haber kaynağı yapılmış ve onun olumsuz hikâye kurgusunu destekleyen 'binlerce insanın hayatına mal olan çılgın emirler vererek Ukrayna ordusunu ve sivilleri kullanmaya oradan devam etmeyi planlıyor' sözleri haber kurgusunda ön plana çıkarılmıştır. Böylece, Ukrayna Cumhurbaşkanı'nun güçsüz, kararsız, korkak olduğunu söylemiyle birlikte, batılı güçlerden destek gördüğü düşüncesi de haberde üretilmek istenmiştir. Bu sayede habernin hikâyesel örgüsünde Zelenski; Ukrayna'daki yaşanan acı olaylar için suçlu konumuna yerleştiren kelimeler,

tanımlamalar ve kaynak aktarımlarıyla çerçevelenmiştir. Haberin yayımlanmasından kısa bir süre sonra, V. Zelenski'nin Telegram kanalından paylaşılan video mesajında hiçbir yere gitmediği ve Kiev'de sıkı şekilde çalışmaya devam ettiğini açıklayan bir mesaj verilmiştir.

Ukrayna Savaşı'nın önemli kararlarından biri olan NATO'nun ülke üzerinde uçuşa yasak bölge ilan etmeyi reddetmesi Sputnik Haber Ajansı için olumsuz bir hakiye kurgusuna dönüştürülmek için kullanılmıştır. Bu çerçevede ajans tarafından yayınlanan 'Lavrov: Zelenskiy, NATO ile Rusya Arasında Bir Çatışmayı Kışkırtmaya Çalışıyor' (05.03.22) haberinde V.Zelenski'nin daha önce NATO'nun Ukrayna'da devam eden çatışmaya daha fazla dahil olamayacağından hayal kırıklığı yaşadığı dile getirilmiştir. Haberde Rus saldırganlığı ve savaşın devam ediyor olması gizlenirken, Zelenski'nin yeni bir savaşa neden olmak isteyen bir lider olarak hikayeleştirilmesi dikkat çekmektedir. Böylece Zelenski'yi provokatör, savaşın devam etmesini isteyen, Rusya'nın NATO ile ilişkisini daha da bozmaya çalışan insan olarak haber anlatısına yerleştirilmiştir. Zelenskiy'in benzer açıklamaları haber kurgusunda sık sık kullanılmış ve savaşı başlatan tarafın Rusya olduğu gerçeğinin üstü örtülmek istenmiştir. Haberin hikaye örgüsünde kaynak kullanımını da genellikle Zelenski'yi eleştiren anlatıyı destekleyen bir bakış açısıyla oluşturulmuştur.

Sputnik'in Ukrayna Devlet Başkanı Zelenski için oluşturmak istediği olumsuz hiyake kurgusu ve anlatılar için tercih ettiği haber başlıkları da dikkat çekmektedir. Ajans bu kapsamda Zelenski'yi; Nazi, etkisiz, ırkçı, batı yanlısı, kışkırtıcı, savaşın sebebi gibi suçlayıcı haber başlıkları kullanmayı tercih etmiştir. Bu kapsamsa bazı başlıklara örnek vermek gerekirse: 'Lavrov, Zelenski'nin Rusya İle Müzakereleri Sürdürme Şartlarının 'Ciddi Olmadığını' Söyledi; 'Büyük Bir Provokasyon': Alman Dergisi Zelenski'yi Scholz'u 9 Mayıs'ta Kiev'e Davet Ettiği İçin Eleştirdi; Zelenski, 'Azov' neo-Nazilerine 'Minnettar' ve Ukrayna'da Pratikte Hiç Radikal Olmadığını İddia Ediyor; 'Mutlak Aşağılanma': Yunan Milletvekilleri, Zelenski'nin neo-Nazi Militanlarla Birlikte Konuşmasına Öfkelenildi; Eski Ukrayna Başbakanı: Zelenski, Batı'yı Uçuşa Yasak Bölge Uygulamaya Zorlamak İçin Nükleer Santralde Bir Provokasyon Yapmak İstedi'. Bu başlıklar ve haber örgüleri Ukrayna Cumhurbaşkanına güvenin, saygının azalmasına, otoritesinin meşruluğunu yitirmesine hizmet ederken; savaşın temel sebebi olan Rus saldırganlığını haber ve başlık hikayelerinde geri planda tutmaktadır.

Benzer hikaye örgüleri Ukrayna askerleri ve savaştaki tutumları için de kullanılmıştır. Bu bağlamda 'DPR: Ukraynalı Militanlar Sivillerin Volnovakha'dan Tahliyesini Engelliyor' (05.02.22) başlıklı haberde Ukrayna askerlerinin, sivillerin yeşil koridorlara erişimlerini engellediklerini, Volnovakha'dan ayrılmamaları için ihtiyaç sahiplerine kasten gerekli yardımı yapmadıkları anlatılmıştır. Haber kaynağı olarak DHK'nın Bölgesel Savunma Bakanlığı gösterilmiş, ama kaynağın ismi gösterilmemiştir. Böylece Ukrayna askerlerinin anlayışsız, kasten zorluklar çıkaran, savaş hukukunu gözetmedikleri gibi anlatılar üretilmiş ve haberin hikaye örgüsünde Rus saldırganlığı ve savaşın sebebi olması gizlenmiştir.

#### **e-) 'Onların' Olumsuz Eylemlerinin Yapısal Vurgusu (Başlıkta, Ara başlıkta, Spotta Olumsuz Etkenlerden Bahsetme);**

Bu grupta analize tabi tutulan haberlerde elde edilen bulgulara göre; Ukrayna'nın tanımlanmasında olumsuzlukların ön planda olduğu, haberin genel yapısında olumsuzlukların öncelendiği, habere konu edilen içeriklerin olumsuz yapılar göre tercih edildiği ortaya çıkmıştır. Olumsuzluklar üzerinde tasarlanan haberlerin çoğunluğu Ukrayna askerlerine ve hükümetine eleştiri, hakaret, iftira ve suçlama içeren söylemler barındırmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak, olumsuz cümle ve kelime yapıları başlıklarda, spotta, haber girişlerinde sıkça kullanılmış, haber metinleri bütüncül bir yapı olarak olumsuzluk temelinde inşa edilmiştir.

"Putin: DHC ve LHC Askerleri, Ataları Gibi Nazilerden Kurtuluş İçin Savaşıyor" (09.05.22) haberinde Putin'in, Donetsk ve Luhansk Halk Cumhuriyetlerinin sakinlerini, Üçüncü Reich'a karşı İkinci Dünya Savaşında Sovyetler Birliği'nin zaferinin 77. Yıl dönümüyle kutladığı aktarılmıştır. Ayrıca Putin tıpkı 1945'te olduğu gibi Donbass halkının kazanacağına olan güvenini de dile getirmiştir. Tarihsellik bağlamında oluşturulan haber söyleminde, geçmişe referans vererek çok fazla acı ve keder getiren Nazizmin yeniden dirilişinin önlenmesi gerektiği vurgulanmıştır. İkinci Dünya Savaşı bu topraklarda acı bir iz bıraktığı bellidir ve insanların hafızasında Nazizm'e olan nefret hala güçlüdür. Sputnik Putin'in bu ifadelerini kullanarak Ukrayna'yı suçlamakta, Ukrayna ordusunun faaliyetleri olumsuzluk ekseninde kurgulanmakta ve Rus karşıtı

olan Ukrayna toplumu Nazizmle ilişkilendirilerek doğrudan düşman gösterilmektedir. Sputnik bu kapsamda Rusların hassas noktasına dokunarak, Nazizme karşı çıkma ve Ukrayna'ya karşı çıkma arasında doğrusal bir ilişki kurmak istemiştir.

'Zelenski, CNN'e Ukrayna'nın Rusya ile 10 Yıl Boyunca Savaşmaya Hazır Olduğunu Söyledi' (17.04.22) başlıklı haberde Ukrayna'nın savaşı devam ettirmek isteyen taraf olduğu düşüncesi ön plana çıkarılmıştır. Haber içinde Zelenski'nin 'Ülkemizi özgürleştirmek, bizim olanı geri almak istiyoruz. Bizim olanı geri almak için Rusya Federasyonu ile 10 yıl savaşıabiliriz' ifadesi bağlamında kopartılarak alıntılanmış ve savaş isteyen tarafın Ukrayna olduğu söylemi kullanılan imalı anlatımlarla desteklenmiştir. Bu çerçevede Zelenski'nin konuşması Sputnik Ajansının yayın politikası ve Ukrayna'yı suçlayan söylem ekseninde kurgulanarak haber söylemini destekleyici unsur olarak kullanılmıştır.

'Ukraynalı Milliyetçiler 6.500 Yabancıyı Rehin Tuttu, 60 Gemi Engellendi' (04.04.22) başlıklı haberde Ukrayna'nın iç sularına ve karasularına yönelik bombardıman tehdidi nedeniyle engelleme yaptığı gemiler, suçlayıcı bir bağlama çekilmiş ve haber söyleminde gemilerin açık denizlerde güvenli bir şekilde çıkmasını engelleyen tarafın Ukrayna olduğu vurgulanmıştır. Bu bağlamda Ukrayna'nın işbirliğinden kaçtığı, yabancı gemilere tehdit olduğu düşüncesi de meşrulaştırılmak istenmiştir.

'Rus İstihbaratı Başkanı: İstihbaratın Ukrayna'nın Nükleer Silahlar Üzerinde Çalıştığını Belgelediğini ve ABD'nin Bunu Bildiğini Söyledi' (03.03.22) başlıklı haberde Ukrayna'nın, nükleer silah üretme teknik kapasitesinin İran ve Kuzey Kore'den daha yüksek olduğu, ABD, AB ülkelerinin bu konuda yeterli tepki vermediği aktarılmıştır. Böylece, Ukrayna nükleer üreten korkunç, Rusya'ya olası tehdit oluşturan ülke olarak kurgulandığı görülmüştür. Aynı zamanda haber söyleminde Rusya'nın nükleer silahlar konusunda en güçlü ülke olduğu ve savaşın belirli dönemlerinde Putin'in dünyayı nükleer silah kullanmakla tehdit ettiği gerçeği göz ardı edilmektedir. Bu kapsamda haber söylemi Ukrayna Ordusu'nun nükleer silah kullanmak istediği gibi oldukça gerçeklikten uzak bir iddia ekseninde kurgulanmıştır.

Yapılan analizlerde Sputnik Haber Ajansı'nın yayınladığı haberlerde Ukrayna ordusunu suçlayan bütüncül bir söylemsel uyumluluğun olduğu ortaya çıkmıştır. 20.03.22 tarihli 'Mariupol Sakini; Azov Alayının Nazilerinin Şehir Havuzunu Tahrip Ettiğini, Birçok İnsanın Öldüğünü Söyledi' haberinde Ukrayna askerlerinin yerleşim alanları ve sosyal tesislere yönelik grevler yaptığı, ahlaksız davrandıkları anlamı ön plana çıkarılmıştır. Spotta şehirde elektriğin olmadığı ve nüfusun yiyeceği tükendiği, neredeyse tüm dükkanların ya yıkılmış ya da yağmalanmış olduğu belirlenmiştir. Mariupol şehrinde yaşanan olaylara dayalı nesnel habere ulaşmak zordur. İki taraf aynı zamanda birbirini suçlayarak ve kendilerini haklı çıkarmaktadırlar.

'NewYork Times, Ukrayna Ordusunun Bucha Yakınlarında Rus Savaş Esirlerini Öldürdüğünü Gösteren Bir Videoyu Doğruladı' (07.04.22) başlıklı haberin spotunda Ukraynalı askerlerin yakalanan Rus askerlerini öldürdükleri konusu tek boyutlu bir şekilde işlenmiştir. Haberde Rus askerlerinin nasıl öldürüldüğü detaylıca aktarılarak, Ukrayna ordusu suçlu bir bağlama konumlandırılmıştır. Bu söylemsel çerçeve iki ülke arasındaki çatışmayı daha körükleyici nitelikte bir anlam üretirken, sorumluluğu da Ukrayna tarafına yükleyen bir hikaye oluşturmuştur. Olayın detayında Ukrayna askerleri "acımasız", "Nazi", "ahlaksız", "kural tanımayan" gibi tanımlamalarla temsil edilirken, Rus tarafını ise bu saldırganlığa "maruz kalan" taraf olarak kodlamıştır. Benzer durumu farklı haber başlıklarında görmek mümkündür. Ukrayna ordusunu suçlayan diğer haber başlıkları şöyledir: "BM'nin Rus Savaş Esirlerine Ukrayna Birlikleri Tarafından İşkence Edildiğine Dair Güvenilir Bilgiye Sahip" (10.05.22); "Ukraynalı Bir Asker, Rusların Öldürülmesini Spor Olarak Nitelendirdi" (13.05.22); "61 Numaralı Donetsk Okulunu Bombaladılar" (28.04.22); "Bir Görgü Tanığı, Azov neo-Nazilerinin Mariupol'da Savunmasız Bir Şekilde Kaçan Bir Sivili Vurduğu Dehşetini Paylaştı" (15.03.22); "Rusya Savunma Bakanlığı, Kiev'in Azov Nazilere Azovstal'da Teslim Olanları Vurma Emri Verdiğini Söyledi" (17.04.22). Bu başlıkların genelinde Ukrayna ordusunun olumsuz davranışlar ve saldırganlıkla ilişkilendirildiği görülmektedir. Öte taraftan savaşın ana sebebi olan Rus saldırganlığı gizlenmekte ve savaşın ardaan-bağlam bilgisinden yoksun bir şekilde haberleştirildiği görülmektedir.

Sputnik ayrıca iki tarafın eylemlerini kurgularken dengesiz bir söylemsel çerçevelenmeye yönelmiş ve Ukrayna ordusunun hareketleri ağır suçlamalarla aktarmayı tercih ederken, Rus ordusunun saldırıları ise başarı olarak gösterilmiştir. Bu durumu haber başlıklarına kadar taşıyan Sputnik, savaşın meşruiyeti için

zorlayıcı tanımlamalar yapmaktan da kaçınmamıştır. Örneğin; ‘Rusya Savunma Bakanlığı’na Göre, Ukrayna Birliklerinin Toplam İnsan Kaybı 23.300 Kişiyi Aştı’ (16.04.22) başlıklı haberde insan kayıpları normal olay gibi hafif dil ile anlatılırken, bu kayıpların oluşmasındaki temel sebep gizlenmiştir. Ukrayna kuvvetlerinin, Luhansk Halk Cumhuriyeti’ni sekiz kez bombaladığı ve büyük kalibreli mermilerle saldırdığı aktarılmış, Ukrayna askerlerin sivillere ateş açmaktan da çekinmediği vurgulanmıştır. Bu tanımlamaları doğrulayıcı herhangi bir görsel ya da kaynak kullanmayan ajans, Ukrayna tarafını suçlayıcı tanımlamalara geniş çapta yer vererek Rus saldırganlığını örtük olarak meşrulaştıran bir söylemsel çerçeve inşa etmiştir.

‘Dayak yiyen yaşlı adamlar. Ukrayna’da İkinci Dünya Savaşı gazileri yıllarca nasıl alay edildi’ haberi tarihsel bir bağlam üzerinden, Rus saldırısının gerekçelendirilmesi üzerine inşa edilmiştir. Haberin spotunda ‘Sağ Sektör radikalleri (Rusya’da yasaklanan aşırılık yanlısı bir örgüt), barış çağrısı yaptığı için 84 yaşındaki kıdemli Pyotr Filonenko’yu dövdü’ bilgisi verilerek, Ukrayna toplumunun barış yanlısı bir yaşlıya dahi tahammül edemediğini ön plana çıkarmıştır. Haber söyleminde Ukrayna tarafının bu olumsuz davranışla ilişkilendirilmesine karşılık, yaşlı adamın Rusya’da tedavi edildiği bilgisine yer verilmiştir. Haberde Ukraynalıların savaş gazilerine saygı göstermediği, Euromay’dan bu yana Zafer Bayramı kutlamasının çatışma olmadan geçmediği, savaş gazilerinin heykellerini yıktıkları vs. anlatılmıştır. Herhangi bir kaynak bilgisine yer verilmeyen haber metninde Ukrayna’nın soykırımı yaptığı gerçeğini gizlemek için uğraştığı, görgü tanıklarının itirazlarına ise tahammül edilmediği söylemi üretilmiştir. Aynı konu başlığında yayınlanan bir diğer haberde ise Ukrayna’nın soykırımı yaptığı argümanını kanıtlamaya çabalayan içeriklere geniş düzeyde yer verilmiştir. Örneğin, ‘2 Mayıs Odessa Trajedisi: Katliamın Korkunç Görüntüleri’ (09.05.22) başlıklı haberin spotunda sekiz yıl önce Odessa’daki Sendikalar Meclisi’nde onlarca insanın öldürüldüğü ve diri yakıldığı bilgisine yer verilmiştir. Euromay’dan destekçileri, Ukrayna makamlarının politikalarına katılmayanların Kulikovo Meydanı’ndaki bir aktivist kampına saldırdığı, aktivistlerin Sendikalar Evine sığındığı, ancak kapıların barikatlanmasıyla kaçamayıp yangında toplam 42 kişinin öldüğü aktarılmıştır. Euromay hareketinin destekçileri, holiganlar, haydutlar kelimeleriyle nitelendirilirken, Ukrayna içindeki Rus sempatanları ise masum ve mağdur olarak tanımlanmıştır. Bu iddiaları destekleyen herhangi bir haber kaynağına yer verilmezken, Ukrayna hükümetinin destekçilerinin acımasız, saldırgan, ahlaksız eylemleri yapan, onlara karşı düşünenleri öldüren grup olduğu haber söyleminin ana çerçevesini oluşturmuştur.

#### **f-) Güvenilir Tanıklardan, Kaynaklardan veya Uzmanlardan Alıntı Yapmak;**

Sputnik Ajansı haberlerinde tek yönlü bir kaynak kullanımı tercih etmiş ve bu çerçevede genellikle kaynak olarak çoğunlukla Rus tarafından Cumhurbaşkanının, Savunma Bakanlığının, Dışişleri Bakanlığının, istihbarat teşkilatının ve diğer devlet kurumlarının açıklamalarını kullanmıştır. Bu tercihin arka planında ise üretilmek istenen ‘meşru’ söylemsel çerçeveyi, yasal temsilcilikler üzerinden oluşturma stratejisi bulunmaktadır. Siviller arasından seçilen diğer haber kaynakları ise; sadece Ukrayna’yı suçlayıp Rusya’yı destekleyen, Batı ve NATO’yu olumsuz değerlendiren insanlara yer verilerek oluşturulmuştur. Bu kaynaklar Rusya’nın Ukrayna’ya karşı üretmek istediği meşru müdahale söylemini pekiştiren, halk arasından seçilen kişilerce yapılan açıklamalarla desteklenmiştir. Bu bağlamda haber metnine uygun kaynak seçimleri yapılırken, haber söylemleri Rus saldırganlığını meşrulaştıran bir çerçeveye yerleştirilmiştir.

Rusya Devlet Başkanı Putin’in 2014 darbesinden sonra iktidara gelen Ukrayna makamları tarafından işlenen insan hakları ihlallerini, hukuka aykırı cinayetleri ve savaş suçları davaları hakkındaki açıklamaları Sputnik tarafından yoğun olarak kullanılmıştır. Ukrayna’nın doğusundaki Ruslara ve Rusça konuşanlara Naziler tarafından sürekli kısıtlamalar olduğuna ilişkin bilgilerde, Rusya Dışişleri Bakanlığı açıklamalarıyla verilerek, Rus resmi kaynakları arasında kısmi ve dengeli bir dağılım yapılmak istenmiştir. Putin, Donetsk ve Lugansk Halk Cumhuriyetlerini korumaya yönelik özel bir operasyonun başında, hedefinin Ukrayna’yı Nazilerden, onların destekçilerinden ve ideolojilerinden kurtarmak olduğunu dile getirmiştir. Yapılan haberlerin hepsi bu çerçeve içine yerleştirilmiş ve haber söylemlerinde haber kaynaklarının açıklamalarını doğrulayan ya da destekleyen anlatılar inşa edilmek istenmiştir.

Rusya’nın Savunma Bakanlığı’nın kaynak olarak kullanıldığı haberlerde korkutucu, yargılayıcı, suçlayıcı, aşağılayıcı ve tehdit içeren ifadeler yer verildiği görülmüştür. ‘Ukraynalı Milliyetçiler, Grad’dan Starobelsk’teki Yerleşim Alanlarına Ateş Açtı’ (26.02.22) haberinde olay sonucunda kentte yangın çıktığı,

konutların yıkıldığı ve sivil halk arasında kayıplar olduğu aktarılmıştır. Böylece Ukrayna askerlerinin sivil halka ateş açan ve öldüren kişiler olduğu düşüncesi taraflı kaynak kullanımıyla sağlanmıştır. Olayın zararları sıralanarak, oluşturduğu olumsuz imajın güçlendirilmesi sağlanmıştır. ‘Ukrayna, Rusya’yı Savaş Suçları ile Suçlamak İçin Odessa Bölgesinde Yeni Bir Provokasyon Hazırlıyor (19.04.22); ‘Ukraynalı Milliyetçiler, Kharkov’daki Deneysel Bir Nükleer Tesiste Bir Reaktör Mayınladılar’ (06.03.22)’ başlıklı haberler ise Ukrayna ordusunu yalanlar üretmekle suçlarken, kaynağın aktarımları sayesinde Rus tarafının tutumu meşrulaştırılmak istenmiştir. Haberlerde Ukrayna Güvenlik Servisi ve Azov taburu militanlarının reaktörü havaya uçurmayı ve füze saldırısı için Rus ordusunu suçlamayı planladığı iddia edilirken; Rus askerlerini Odessa bölgesindeki sivilleri kitle imha etmekle suçlamak için sıradaki bir korkunç provokasyon hazırlığı içinde oldukları da dile getirilmiştir. Bu bağlam, haber metninde Rus ordusunu yalanla, provokasyonla savaşan, hakikat için mücadele eden güç olarak konumlandırılmış ve Rus müdahalesinin meşruluğunu güçlendirmek için kullanılmıştır. ‘Rusya Savunma Bakanlığı, Zelenskiy’nin 2.500-3.000 Ukraynalı Zaiat Tahminini Yalan Olarak Reddedti’ (16.04.22) başlıklı haberde kayıpların toplam 23.367 kişi olduğu anlatılmıştır. Bu ve benzeri haberlerin çoğunda Ukrayna genel olarak yalan, provokasyon kelimeleri ile ilişkilendirilmektedir. ‘Mariupol’un mahzenlerinde gamalı haçlı işkence görmüş sivillerin cesetleri bulundu’ haberinde sivillerin cesetlerinde insanlık dışı işkence izleri bulunduğu, vücutları neo-Nazi sembolleri ve gamalı haçlarla oyulduğu bazı görsellerle birlikte verilmiştir ve kaynak olarak Savunma Bakanlığı gösterildiği için okuyucuların güvenini kazanabilmektedir, sorgulamadan, şüphelenmeden kabul edilebilir bir düzeye çıkarmaktadır. Savunma Bakanlığı Ukrayna’nın nükleer silah geliştirme tehdidi konusunda uyarı yapmıştır. Bu ülke sakinlerinde korku, öfke, saldırı ihtimaline karşı direniş hissini geliştirmekte ve haber söyleminde üretilmek istenen ‘Onların’ kötü imajını pekiştirmektedir.

Rusya Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov’u kaynak gösteren haberler genellikle hukuk bazındadır. Lavrov kendi makamını kullanarak Batı ülkelerinin haksız olduğunu, Ukrayna’nın Amerika’nın sözünden çıkamadığını anlatan cümleleri ve söylemleri yoğun olarak aktarmayı tercih etmiştir. ‘Lavrov’un Ukrayna’daki Duruma Bir Çözüm Bulunacağından Şüphesi Yok, Rusya’nın Talepleri Asgari Düzeyde’ (03.03.22) başlıklı haberde Rusya ile Ukrayna arasındaki müzakereden bahsedilmiştir. Haberde Lavrov Kiev’in müzakerede bağımsız hareket etmediğini, müzakereyi ertelediğini söyleyerek ‘Elbette Washington’dan talimat alıyorlar, buna hiç şüphe yok. Bu ülke kesinlikle bağımsız değil’ demesi, karşıt açıklamalara yer verilmeden tek boyutlu bir şekilde sunulmuştur. Bu ifadelerin bakan tarafından söylenmesi Ukrayna’nın yanlış yolda gittiği, güçsüz, bağımlı, Batının hükmünde olduğu fikrini meşrulaştırmaktadır. Haberlerde ‘Onları’ kurtarmak gerektiği söylemine sık sık yer verilirken, savaşın bir ‘kurtarma operasyonu’ olarak tanımlanmak istediği de görülmektedir. ‘Lavrov: Batı’nın Rusya’ya Karşı Melez ve ‘Topyekün Savaş’ İlan Ettiğini Söyledi’ (25.03.22) başlıklı haberde, Lavrov Amerika Birleşik Devletleri ve Batılı müttefiklerinin uluslararası ilişkilerdeki hakimiyetlerini sürdürme arzusunda olduğunu, hedefinin de Rus ekonomisini ve bir bütün olarak Rusya’yı yok etmek, kırmak, boğmak istediğini aktarmıştır. Bu açıklamalar sadece Lavrov’dan alıntılanmış ve karşıt bir açıklamaya yer verilmemiştir. Ajansın bu tip haberlerde yoğun olarak tercih ettiği tek boyutlu anlamsal kapanma, okuyucuyu da söylemsel ve düşünsel çerçevede Rusya’nın her konuda haklı olduğunu kabul etmeye zorlamaktadır.

Diğer devlet kurumlarını kaynak olarak gösteren haberlere bakılırsa, ‘Rusya İnsani Yardım Merkezi: Ukraynalı Radikaller, Ukrayna Pasaportu Olmayan İnsanlara Baskı Yapıyor’ (06.04.22) başlıklı haberde Ukrayna pasaportu olmayan ülke sakinlerine karşı gerçek ‘etnik temizlik’ yapıldığı iddia edilmiştir. Benzer şekilde ‘Rusya Güvenlik Konseyi Sekreteri, Ukrayna’nın Birkaç Bağımsız Ülkeye Bölünebileceğini Söyledi’ (26.04.22) başlıklı haberde Batı’nın ve Kiev rejiminin izlediği politika, Ukrayna’nın birkaç küçük ülkeye bölünmesine yol açabileceğini düşüncesini haber söyleminde ön plana çıkarmıştır. Haber içeriğinde Ukrayna’da yaşamın zor olduğu, oradaki Rus halkının zorluklar çektiği, milliyetçilerin ülkeni yönettiği, anlamsız eylemler yaptığı anlatılarak, Ukrayna’ya yapılan müdahalenin haklılığı fikri olumlanırken, Ukrayna’nın meşru haklarının görmez gelindiği bir söylemsel çerçeve de oluşturmuştur.

Sputnik; Ukrayna’nın doğusunda yaşayan insanları kaynak göstererek olayların şiddeti tanıklar üzerinden anlatan haber içerikleri üretmeyi tercih etmiştir. ‘Donbass Cumhuriyetleri, Hayatlarını Kurtardığı İçin Rusya’ya Sonsuz Müteşekkirdir’ (25.02.22) haberiyle sakinlerin görüşü aktarılmış, bölgedeki insanların Rusya’nın müdahalesin istediği, durumun çok kötü olduğu ve müdahale sayesinde rahatlama yaşandığı

haber metninde ön plana çıkarılmıştır. Rusya hükümeti de bu haberlerle dış politikasının doğru olduğunu meşrulaştırmak için çalışmış ve Sputnik ve resmi kaynaklardan üretilen söylemler arasında bir paralellik olduğu gözlenmiştir. ‘Mariupol’dan Görgü Tanığı: Azov neo-Naziler Sivilleri Rehin Aldı ve Onları Canlı Kalkan Olarak Kullandı’ (14.04.22); ‘Kiev’in İstihbarat Servisi, DPR Başkanı, Donbass’taki Durumu Yugoslavya’nın NATO Bombalaması İle Karşılaştırılabilir Olarak Nitelendirdi’ (06.03.22) başlıklı haberlerle Ukrayna’daki durumun şiddeti, Rusların müdahale etmesi zorunlu olduğu söylemi pekiştirilmiştir.

Sputnik Haber Ajansının haber üretiminde belirli çerçeveler üzerinden uluslararası düzeydeki kaynakların da Rusya politikasını desteklediği düşüncesi üretilmek istenmiştir. Batının suçlayıcı ifadelerinin yersiz olduğu da ajansın kullanmayı tercih ettiği Rusya yanlısı yerel kaynakların açıklamaları ile çürütülmek istenmiştir. 27.02.22 tarihli ‘Küba Dışişleri Bakanlığı, ABD’nin NATO’yu Genişletme Kararı Öngörülemez Bir Durum Yarattı’ başlıklı haberde Küba Ulusal Meclisi ABD’yi Rusya’nın güvenlik önerilerini ciddiye almaya çağırılmış ve Rusya’nın kendini savunma hakkına sahip olduğu söylemi aktarılmıştır. ‘Alman Milletvekili Alice Weidel, Ukrayna Krizinden NATO’nun Sorumlu Olduğuna ve Tarafsız Bir Statü Garantisi Etmeye Gerekli’ (01.03.22) başlıklı haberde, Ukrayna’nın tarafsız olması Rusya’nın güvenlik endişelerini yatıştırabilir düşüncesiyle birlikte verilmiştir. Bu kaynak aktarımı sayesinde Rusya’nın müdahalesinin meşruluğu sağlanmak istenmiştir. ‘BM’deki Suriye Temsilcisi Bassam Sabbagh: Ukrayna’daki Gerilim, Batı’nın Rusya’ya Karşı Yükümlülüklerini Yerine Getirememesiyle Bağlantılı’ (01.03.22) başlıklı haberde de Rusya ve Ukrayna arasındaki durumun tırmanması, Rusya’ya karşı yükümlülüklerini yerine getirmeyen Batı devletlerinden kaynaklanmış olarak sunulmuştur. Bu durumun onlarca yıldır devam ettiği, Batı medyası, Batı’daki insanların Ukrayna’da olup bitenlerle ilgili gerçekleri öğrenmesinin de engellediği haber söyleminde aktarılmıştır. Bu ve benzeri haberlerdeki kelimeler, çerçeveler, anlatılar ve hikaye örgüleri Rusya’nın saldırısında tamamen haklı olduğu görüşünü meşrulaştırmaktadır. Rusya’nın adaletsizliğe maruz kaldığı, Ukrayna’ya müdahale etmek zorunda olduğu, Batı ülkelerin sorumsuz davrandığı, Rusya’nın ülkesini korumak endişesinde olduğu gibi bir dizi benzer söylem yabancı devlet temsilcilerinin açıklamalarıyla desteklenmiştir. Böylece haberlerdeki söylemler aracılığıyla sivil halk tarafından Ukrayna’ya, Batı ülkelerine öfke, ‘Onları’ haksız, suçlu görme, yargılama söylemleri, kendi politikasına ise destek kazandıracak genel bir söylemsel çerçeve üretilmiştir.

#### 4. Sonuç

Sputnik Haber Ajansının Rusya-Ukrayna savaşı hakkında ürettiği haberlerin savaşı meşrulaştıran söylemlerini analiz eden bu çalışma sonucunda; Sputnik Haber Ajansı’nın Rusya hükümetinin egemen söylemlerini meşrulaştıran bir bakış açısıyla haber üretimi yaptığı ve kamuoyunun düşüncelerini yönlendirme çabası içinde olduğu bulgulanmıştır. Analizlerde ajansın savaşın karşı tarafı olan Ukrayna toplumuna ilişkin bilgileri de dünya kamuoyuna aktarırken, olumsuz imajlar, anlatılar ve söylemler üzerinden sunmayı tercih ettiği görülmüştür. Sputnik, Rus Devlet Başkanı Vladimir Putin’in söylemlerine paralel bir şekilde; Nazizm, soykırım, milliyetçilik, aşırı milliyetçiler, katliamcı gruplar, provokasyon gibi kelimelerle Ukrayna ordusunu haksız, acımasız ve uluslararası terörle ilişkilendirerek kötümser bir söylemsel çerçeve üretmiştir. İncelenen zaman aralığında yayınlanan haberlerde Ukrayna’nın politikasının yanlış olduğundan, doğudaki bölge sakinlerine soykırım yaptığı, ülkenin Naziler tarafından yönetildiği sık sık haber başlıklarında ve haberlerin hikaye örgülerinde ön plana çıkarılmıştır.

Sputnik, Rus Hükümetinin açıklamalarını meşrulaştıran bir söylemsel çerçeve üretebilmek için, haber kaynağı kullanımında tek yönlü bir politika izlemeyi tercih etmiştir. Bu nedenle Rus resmi kaynaklarından yapılan açıklamaları haberlerde ana kaynak olarak kullanmış, alternatif ya da karşıt açıklamalara ise kesinlikle haber metninde ve söylemlerinde yer vermemiştir. Kullanılan alternatif haber kaynakları da ajansın oluşturduğu çerçeve içinde yer alarak Ukrayna’yı suçlayıcı, eleştireci kelimeler üreterek haber söyleminin tek yönlü bir boyutta şekillenmesi sağlanmıştır. Ajans savaşa ilişkin üretmek istediği yanlı söylemi, tarihsel bir geçmiş üzerinden ulusal bir anlatıya dönüştürmek için de yoğun bir çaba harcamıştır. Özellikle haberlerde okuyucuların duygularına hitap eden, tarihe atıfta bulunan kelimeler sık sık kullanılmış ve Ukrayna diye bir devletin olmadığını, bu topraklarda yaşayanların Ruslar olduğu söylemi haber metinlerinde sık sık ön plana çıkarılmıştır. Ajans tarafından savaşa ilişkin kanlı ve kötü görsellerin

kullanımı, trajik olayların detaylıca aktarımı Ukrayna'ya hoşnutsuzluk uyandırırken ve Rus kamuoyu ve Rus yanlısı ayrılıkçılar için ortak bir tarihsel söylemi meşrulaştırmış ve Rus saldırısını meşrulaştıran bir bakış açısını yaygınlaştırmıştır. Buna ek olarak ajans; ürettiği haber söylemlerinde Rus hükümetini adaletsizliğe karşı duran, Ukrayna'yı Nazizm'den ve Batının hegemonyasından kurtaran, doğudaki zor yaşama katlanan insanlara yardım eden kurtarıcı imajı ile sunmayı tercih etmiştir.

Sputnik haber söyleminde biz-onlar karşıtlığını inşa ederken, batı medyasında bir halk kahramanı olarak sunulan Ukrayna Devlet Başkanı Volodimir Zelenski üzerinde hareket etmeyi tercih etmiştir. Bu bağlamda, Sputnik'te incelenen haber metinlerinde Zelenski; korkak, kaçan, etkisiz, kışkırtıcı, savaşın sebebi, çılgın, deli gibi olumsuz ifadelerle temsil edilmiştir. Bu ifadeler genellikle Rus diplomatların ya da siyasilerin aktarımlarıyla desteklenmiş ve haber söylemi "resmi" bir doğrulama sürecinden geçirilerek kamuoyuna sunulmuştur.

### 5. Extended Abstract

In this study, how Sputnik News Agency handled the Russia-Ukraine war, what kind of discourses it produced, and how it tried to legitimize the Russian aggression, which is the main reason for the war, were discussed. Starting from the first days of the war, when there was an intense flow of information, two subsections named "The Situation in Ukraine" and "The Genocide in Donbass" were created on the main page of Sputnik due to these events, and all the news related to the subject were collected in these sections. Refraining from using the words Russian aggression and war, the agency preferred to make a definition compatible with Russian state policy by using the phrases "The Situation in Ukraine" and "The Genocide in Donbass". In order to analyse the Sputnik news, in which this and many other similar discourses and definitions are served, the critical discourse analysis method, which Teun van Dijk built its conceptual framework, was used within the scope of this study. The purpose of the critical discourse analysis method is to reveal the dominant language in the news, the power relationship in the social structure, and the dominant discourses by handling the news text in a holistic way. The news to be analysed in the study was limited to the news published from February 18, one week before the start of the war, until May 28.

As a result of the analysis made within the scope of the study; It has been found that Sputnik News Agency produces news with a perspective that legitimizes the dominant discourse of the Russian government and is to direct the thoughts of the public. In addition, it was seen that Sputnik preferred to present information about the Ukrainian society, which is the opposite side of the war, to the world public opinion, through negative images, narratives, and discourses. The 'they are wrong' discourse about Ukraine produced in the news texts contributed to the formation of anger and negative judgments against Ukraine in the social consciousness of the Russians. In most of the news it published about the process, Sputnik News Agency preferred to present Ukraine as a state with the definitions of enemy, unjust, cruel, Nazism, through discriminatory and judgmental discourses. Parallel to the rhetoric of the Russian state, the discourses highlighting that Ukraine was going on the wrong path, committing genocide against the residents of Russian origin in the region, and that the country was ruled by the Nazis were heavily covered in the news texts. Thus, he preferred to use a dramatizing discursive framework that is emotionally impressive by reminding his readers of the "painful past" in the legitimation process. While he frequently includes discourse, concepts and definitions produced by the storytelling method that legitimizes the Russian historical narrative in his Sputnik news; The President of Russia increased the degree of influence and confidence of the allegations by citing state institutions as sources. Sputnik News Agency, which exhibits a biased attitude in its plots, preferred to use "reliable sources" in its own way, and did not include the claims of the other party and alternative opinions-explanations in the news texts.

Sputnik News Agency exhibited a similar attitude in the use of images related to the war and preferred to use striking visuals suitable for a dramatizing discursive framework. For this reason, many of the news published by the agency frequently included images and photographs for propaganda purposes. When the study is considered within the limitations of the analysis, when viewed within the scope of the six items shown in Dijk's model, it is seen that the news of Sputnik News Agency is one-sided, and discourses are deliberately produced to defame the Ukrainian Government and its army. In addition, on the axis of



baseless rhetorical figures, he preferred to convey the discourses such as that Ukraine is ruled by America and the West, its army is composed of nationalists and neo-Nazis, and it resorts to immoral, inhumane acts in war. Apart from this, he preferred to construct the President of Ukraine, his government, and the army of Ukraine on the axis of Lexical styles of news texts as structures that produce lies, provocation, fraudulent and deceptive in order to make Russia guilty. Especially in the news about Volodimir Zelenski; He described him as a coward, weak, indecisive, the real culprit of the events in Ukraine, the provocateur who wanted the war to continue. It has been stated that Ukraine has a high capacity to produce nuclear weapons and has also circulated the rhetoric of a country that is terrible and poses a real threat to Russia and the world in its news.

**Keywords:** Russia, Ukraine, War, Discourse, News Discourse, Sputnik News Agency, Legitimation

### Kaynakça

- Aksu, Z. (2019). İnsani Müdahalelerde Medyanın Rolü: Libya ve Bahreyn Karşılaştırması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 489-506.
- Atabek, N. (1995). Savaş Ve Medya: Abo'nin Vietnam Ve Körfez Savaşlarındaki Medya Politikaları. Kurgu Dergisi, 185-201.
- Atawneh, A. M. (2009). The discourse of war in the Middle East. Journal of Pragmatics 41, 263-278.
- Baluyev, D.G., Kaminchenko, D.I. . (2012). Politicheskaya rol' «novykh» SMI v Liviyskom konflikte . Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo, № 2 (1), 307–313.
- Belova, N. E. (2015). Osobennosti diskursa informatsionnoy voyny. Privolzhskiy nauchnyy vestnik № 6-3 (46), 75-78.
- Bourdieu, P. (1987). Beginnings. Choses dites. Paris: Minuit.
- Çakar, M. (2003). Savaş ve Medya. P I V O L K A, Savaş Özel Sayısı, 25-27.
- Grushewski, M. (1906). Die Kleinrussen, Russen uber Russland, ein Sammelwerk. 616-639.
- Ivanov, S. (2012). Propaganda i informatsionnyye voyny. Dnevnik ASHPI № 28, 49-53.
- Kavoğlu, S. (2020). Meşrulaştırma Aracı Olarak Medya: Rusya'nın Kırım'ı İlhakı Üzerine Bir İnceleme. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 97-116.
- Kocaman, M.T., Gölcü, A. (2021). Türkiye-ABD İlişkilerinde Basının Yeri: Missouri Zırhlısı'nın Türkiye Ziyareti. Akdeniz İletişim Dergisi, 196-214.
- Konopleva, T. (2014). Mediaobrazy organov vlasti (na primere Minyusta Rossii). Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik Vypusk № 43. 153-172.
- Korobov, A.A. & Ryabov, A.A. . (2020). News Agencies as Agents of State Information Policy (Case Study of “TASS” and “Russia Today”). . Bulletin of the volga region Institute of Administration, 20(3), 24-31.
- Kramer, M. (2009). The Myth of a No-NATO-Enlargement Pledge to Russia. The Washington Quarterly, 39-61
- Leont'yeva, L. (2009). Samoregulyatsiya smi kak mekhanizm legitimatsii vlasti . Uchenyye zapiski kazanskogo gosudarstvennogo universiteta, 142.
- Marinovich, A. (2016). Rol' media v sovremennykh vooruzhennykh konfliktakh. Журналист, Социальные Коммуникации, стр. 35-47.
- Matytsina, M. (2019). Critical discourse analysis: theoretical and methodological approaches. Vestnik VolGU. Seriya 2, YAzykoznaniiye, T. 18, № 3, 206-216.
- Ozyumenko, V. (2017). Mediyyny diskurs v situatsii informatsionnoy voyny: ot manipulyatsii — k agressii. Vestnik RUDN. Seriya: LINGVISTIKA, Vol. 21 No 1, 203-220.
- Pugachov, V. (1995). Sredstva massovoy informatsii v sovremennom politicheskom protsesse. Vestnik MGU.
- Sashchenko, A. D. (2012). Metody psikhologicheskogo vozdeystviya SMI na auditoriyu. Izvestiya YUFU, Filologicheskoye nauki, № 2. , 191—196.
- Sergeyeva, A. S. (2009). Kriticheskiy diskurs-analiz kak instrument issledovaniya organizatsionnogo diskursa. Vestnik Sankt-peterburgskogo universiteta, Ser. 12, Vyp. 2, CH. II , 257-265.

Sinel'nikova, L. (2014). Informatsionnaya voyna adinfinitum: ukrainskiy vektor. Politicheskaya lingvistika № 2, 95-101.

Sonevitsky, L. (1964). The Russian Question in RH Lord's Writings. The Annals of Ukrainian Academy of Arts and Sciences in United States, Vol, 10, 65-84.

Taras, A. (2003). Informatsionno-psikhologicheskaya i psikhotronnaya voyna. Minsk: 21-22.

van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. Discourse & Society, Vol. 4, No. 2, , 249-283.

Vernadsky, V. (1988). Ukrainskiy vopros i rossiyskaya obshchestvennost'. Plamy, № 12, 150-156.

Viren G.V., Frolova T.I. M. (2015). Informatsionnyye agentstva. Kak delayutsya novosti: uchebnoye posobiye dlya studentov vuzov? Moskva: "Aspekt Press".

Yermakova, E. (Erişim tarihi: 24.05.2022). Informatsionnaya voyna kak atribut informatsionnogo obshchestva: aktivizatsiya mediafunksii nasiliya nad soznaniyem. URL: <http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/en/--gn12-02/403-a>.

### İnternet Kaynakları

Erişim tarihi: 06.06.2022. URL: Россия и ее Sputnik. Агентство "Россия сегодня" отмечает пятилетие - РИА Новости, 09.12.2018 (ria.ru)

Erişim tarihi: 06.06.2022. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/edinburgh-radio-station-sputnik-is-kremlin-stooge-says-mps-j3n6gwxfc>

Erişim tarihi: 06.06.2022. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_EN.html)

Erişim tarihi: 06.06.2022. Макрон назвал RT и Sputnik "инструментами влияния и пропаганды" | Новости из Германии о Европе | DW | 29.05.2017

Erişim tarihi: 06.06.2022. <https://tass.ru/politika/3664653>

Erişim tarihi: 27.05.22, URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-38971133>

Erişim tarihi: 27.05.22. URL: <https://www.rosbalt.ru/ukraina/2014/04/15/1257178.html>

Erişim tarihi: 27.05.22, URL: [https://www.bbc.com/russian/international/2015/01/150127\\_ukraine\\_rada\\_russia\\_agressor](https://www.bbc.com/russian/international/2015/01/150127_ukraine_rada_russia_agressor)

Erişim tarihi: 27.05.22. URL: <https://www.president.gov.ua/news/prezident-zatverdiv-strategiyu-voyennoyi-bezpeki-ukrayini-67361>

Erişim tarihi: 29.05.22. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5183843>

Erişim tarihi: 29.05.22. URL: <https://www.hrw.org/ru/about/about-us>

Erişim tarihi: 29.05.22. URL: <https://www.britannica.com/topic/special-operations-warfare>

Erişim tarihi: 29.05.22. URL: <https://www.rbc.ru/politics/23/02/2022/621573ea9a7947edcd9928f5>

Erişim tarihi: 29.05.22. URL: <https://www.dw.com/ru/rossiya-i-ukraina-kak-oni-okazalis-na-poroge-bolshoj-vojni/a-60223489>

Erişim tarihi: 29.05.22. URL: <https://www.reuters.com/article/us-usa-trump-russia-propaganda-idUSKCN1G201H>

Erişim tarihi: 03.08.22. URL: <https://meduza.io/feature/2022/05/21/my-dolzhny-skazat-eto-vsluh-rossiya-fashistskoe-gosudarstvo>

Erişim tarihi: 03.08.22. URL: [https://web.archive.org/web/20201118044836/https://philhist.spbu.ru/images/books/Ukrainskiy\\_vopros.pdf](https://web.archive.org/web/20201118044836/https://philhist.spbu.ru/images/books/Ukrainskiy_vopros.pdf)

Erişim tarihi: 03.08.22. URL: <https://theins1.press/history/252084>

Erişim tarihi: 03.08.22. URL: <https://www.rosbalt.ru/ukraina/2014/04/15/1257178.html>

Erişim tarihi: 03.08.22. URL: <https://www.rosbalt.ru/ukraina/2014/04/15/1257178.html>

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Sosyal Medya ve Yeni Toplumsal Hareketler İlişkisi: George Floyd Örneğinde Bir Analiz

Şeydanur BAŞKIR\*   
Mustafa AKDAĞ\*\* 

## ÖZ

Sosyal medyanın gelişmesi toplumsal hareketlerin yapısını yeniden şekillendirmiştir. Sosyal medya araçlarının yaygınlaşması ile birlikte insanlar gerek bireysel gerekse kolektif sorunlarına karşı diğer bireylerle birlik olarak sorunun duyulmasını sağlayarak tepki gösterebilmekte ve bu tepkiler sokaklara taşarak hareketlere dönüşülebilmektedir. Bazen de protestolara gerek kalmaksızın sadece sosyal medyada tepki göstermek bile yeterli olmakta istenilen değişimi sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı bir sosyal medya ortamı olan Twitter'da George Floyd'un öldürülmesi ve beraberinde gelişen hareketlere yönelik yeni toplumsal hareketler bağlamında nasıl tepkiler verildiğini belirlemektir. Bu amaçtan yola çıkarak Twitter'da belirli sınırlılıklar kapsamında belirlenen 739 tweet içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda toplumun her kesiminden aktörün belirli hedef kitlelere yönelik tweet attıkları belirlenmiştir. Aktörler attıkları tweetlerde yeni toplumsal hareketlerin savunduğu değerleri vurgulayarak olaya duydukları üzüntü ve öfkeyi dile getirmişlerdir. George Floyd'un öldürülmesi ve beraberinde gelişen olaylar hakkında bilgi paylaşarak birbirlerini gelişmelerden haberdar etmişlerdir. George Floyd'u öldüren polislerin yargılanmaları için imza kampanyaları düzenlemişler ve George Floyd'un ailesi ve cenaze masrafları için yardım fonları oluşturarak bağış toplamışlardır. Ayrıca sosyal medya aracılığıyla örgütlenmeyi sağlamak için hareket/ eylem çağrısında buldukları ve hareket alanından resim ve videolar paylaşarak hem hareketleri destekledikleri hem de hareketlere katılımı teşvik etmeye çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Yeni Toplumsal Hareketler, Siyahların Hayatı Önemlidir Hareketi, George Floyd, İçerik Analizi

## The Relationship of Social Media and New Social Movements: An Analysis in the Case of George Floyd

### ABSTRACT

The development of social media has reshaped the structure of social movements. With the spread of social media tools, people can react to both their individual and collective problems by making the problem heard in unity with other individuals, and these reactions can turn into movements by spilling over to the streets. Sometimes, even just reacting on social media without the need for protests is enough to provide the desired change. The aim of this study is to determine how the reactions were given to the murder of George Floyd and the movements that developed along with it in the context of new social movements on Twitter, which is a social media environment. Based on this purpose, 739 tweets determined within the scope of certain limitations in Twitter were analyzed by content analysis method. As a result of the analysis, it was determined that actors from all parts of the society tweeted towards certain target audiences. In their tweets, the actors emphasized the values advocated by the new social movements and expressed their sadness and anger at the event. They informed each other about the developments by sharing information about the murder of George Floyd and the accompanying events. They organized petitions for the prosecution of the policemen who killed George Floyd and collected donations by creating charity funds for George Floyd's family and funeral expenses. In addition, it was concluded that they called for movement/action to ensure organization through social media and by sharing pictures and videos from the movement area, they both supported the movements and tried to encourage participation in the movements.

**Keywords:** Social Media, New Social Movements, Black Lives Matter Movement, George Floyd, Content Analysis

### 1. Giriş

Toplumsal hareketler, bireylerin ortak bir amaç çerçevesinde toplumsal anlamda bir değişim sağlama arzusuyla birlik olarak bu arzularını kamusal alanlarda dile getirmeleridir (Çömlekçi, 2019, s.3003). Toplumsal hareketler literatürde eski toplumsal hareketler ve yeni toplumsal hareketler olarak 2'ye ayrılmaktadır. Bu ayrımın sebebi 20.yy'ın ikinci yarısında dünyada meydana gelen sosyo-ekonomik değişimlerdir. 20.yy'ın ortalarına gelindiğinde modernizmden post modernizme değişen toplum yapısı toplumsal hareketlerin yapısını da dönüştürmüştür. Post modern toplumun ortaya çıkışı yeni sorunları da

\* Erciyes Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Öğrencisi, sydbksr93@gmail.com

\*\* Prof. Dr, Erciyes Üniversitesi, makdag@erciyes.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 09.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 05.10.2022

beraberinde getirmiş; örgütlenme şekilleri, amaçları, katılımcıları kendinden önceki hareketlerden farklı olan yeni toplumsal hareketler ortaya çıkmaya başlamıştır.

Geleneksel medya araçlarının denetimli ve kontrollü oluşu, içeriğin belirli kişiler tarafından hazırlanarak servis edilmesi ve haberlerin çıkarlar doğrultusunda değiştirilerek sunulması hareketleri geleneksel medyaya göre daha özgür ve denetimsiz olan sosyal medyaya yöneltmiştir. Yeni toplumsal hareketler sosyal medya uygulamaları sayesinde zaman mekan sınırı olmaksızın seslerini duyurabilmekte, dünyanın farklı yerlerindeki insanlara ulaşabilmekte, protesto hareketleri için örgütlenebilmektedir. Son yıllarda Amerika'daki ırkçılık, ayrımcılık ve siyahi bireylere yönelik polis şiddetine karşı siyahların haklarını savunmak amacıyla ortaya çıkan "Black Lives Matter" (Siyahların Hayatı Önemlidir) hareketi de sosyal medyada ortaya çıkarak küresel bir hareket halini almıştır.

25 Mayıs 2020 tarihinde Amerika'nın Minnesota eyaletinde George Floyd adlı siyahi bir adamın polis memurları tarafından önce dövülmesi ardından bir polis memurunun Floyd'un boynuna dizini 8 dakika 46 saniye boyunca bastırması sonucu Floyd'un hayatını kaybetmesi hem Amerika'da hem de diğer ülkelerde büyük bir infial yaratmış ve ABD tarihindeki en geniş katılımlı protestolar ortaya çıkmıştır (Altman, 2020).

Bu kapsamda çalışmanın amacı, sosyal medyada George Floyd'un öldürülmesine ve beraberinde ortaya çıkan hareketlere yönelik yeni toplumsal hareketler bağlamında nasıl tepkiler verildiği ortaya koymaktır. Yapılan literatür incelemeleri sonucunda George Floyd ile ilgili yapılan çalışmalarda George Floyd olayı, ırkçılık ve polis şiddeti bağlamında ele alınarak araştırmalarda mülakat ve içerik analiz tekniğinin birlikte kullanıldığı saptanmıştır. Sosyal medya ve yeni toplumsal hareketler ilişkisi bağlamında ele alınan konular ise çeşitlilik göstermekle birlikte sosyal medyada tepkilerin harekete dönüşmesi sonucu ortaya çıkan protestolar olduğu belirlenmiştir. Literatür araştırmaları sonucunda sosyal medya ve yeni toplumsal hareketler ilişkisi bağlamında George Floyd hareketlerinin ele alındığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda çalışmanın literatüre katkı yapması bakımından önem taşımaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketler, bir toplumda yaşayan bireylerin bir araya gelip kitleleri oluşturarak toplumsal özelliklerinden birini veya birkaçını değiştirmek veya değişime karşı çıkmak amacıyla gösterdikleri örgütlü çabalarıdır (Marshall, 2005, s.746). Toplumsal hareket terimi ilk kez Fransa'da çıkan isyanları tanımlamak için kullanılmışsa da bugünkü hareketlerin kökenini oluşturan ilk hareketler 18.yy'da İngiltere'de ortaya çıkan işçi hareketleridir (Tilly vd., 2022, s.52).

Yeni bir yaşam düzeni kurmaya çalışan kolektif girişimler olarak tanımlanan toplumsal hareketler, ortaya çıkma sebebini bir huzursuzluk durumundan; harekete geçirici gücünü ise bir yanda mevcut yaşam biçiminden duyulan memnuniyetsizlikten, diğer yanda ise yeni bir yaşam umudundan almaktadır (Blumer, 1969'dan aktaran Crossley, 2002, s.3). Hayat standartlarının yükselmesini arzulayan bireyler, beklentilerine ulaşamadıklarında ya da bu beklentiler istenen hızda gerçekleşmediğinde hareketler ortaya çıkmaktadır (Shepard, 2013, s.557). Toplumsal hareketler yapısal gerginliğe, ekonomik krize ve modernleşmeye tepki olarak ortaya çıkan olgulardır. Modernleşme, bütünleşme ve gelişme süreci tamamlandığında, hareketler toplumsal hayatta artık yeri olmayacak geçici çabalar bütünüdür. Hareketlerin aktörleri de sisteme entegre olamamış, marjinal ve irrasyonel tiplerdir (Çayır, 2016, s.7).

Toplumsal hareketleri siyasi sistemlere karşı memnuniyetsizlikten ötürü başkaldırı ve sistemi revize etme olayı olarak ele alan Bottomore (1987, s. 22)'a göre bir harekete katılmak için belirli bir toplumsal görüş ve düşünceye sahip olmak, bu görüş ve düşünceleri dile getirmek, gösteri ve etkinliklere katılmak unsurlarının yerine getirilmesi gerekmektedir.

### 2.2. Yeni Toplumsal Hareketler

Yeni toplumsal hareketler, işçi/emek hareketlerinden farklı olarak ortaya çıkış amaçlarına göre farklı hareketlerden oluşurlar. Bu hareketler, çevre, barış (savaş karşıtlığı), feminizm, anti-nükleer vb. hareketleridir (Jonston vd., 2016). Melucci (2016, s.94)'e göre 60'lı ve 70'li yıllarda ortaya çıkan hareketler eski toplumsal hareketlerin devamı niteliğindedir. Fakat 80'li yıllara gelince hareketlerin yapısı tamamen değişmiştir. Bu hareket aktörleri siyaseti önemsememekte, dış dünyadan ziyade bireysel varlıklarıyla

ilgilenmekte ve otoriter güçlere karşı savaşmamaktadırlar. Başlarında bir liderleri ve büyük devrimsel amaçları yoktur. Siyasi sisteme karşı tehdit oluşturmazlar.

Yeni hareketlere katılan aktörler iyi eğitilmiş, beyaz yakalı, ekonomik güvenceye sahip yeni orta sınıftan oluşmaktadır. Bu yeni orta sınıf, çevre, sivil haklar ve kadın hakları gibi yeni toplumsal sorunlara karşı ortaya çıkan hareketlere katılmaktadırlar. Yeni orta sınıfın yanında, orta sınıf ev kadınları, öğrenciler, emekliler, işsiz ve marjinal gruplara mensup bireylerde yeni hareketlerin aktörleri arasındadır. Bu gruplar ise yaşam koşullarının zorluğu, dışlanma ve baskı karşısında otoritelere karşı tepki göstermek amacıyla başkaldırmaktadırlar (Offe, 2016, ss. 62-63).

Yeni hareketler iktidarı devirmek ve sistemi değiştirmek gibi siyasi meselelerle ilgilenmezler. Toplumsal bir sorun karşısında tepki niteliğinde ortaya çıkmaktadırlar. Temelinde değişim vardır. Genel amaçları bazen bir değişim oluşturmak bazen de bir değişime karşı çıkmaktır (Turanlı & Tahıry, 2022, s. 139). Maddi taleplerden ziyade tehlike altındaki yaşam biçimlerini savunmak ve eski haline getirmek için uğraşırlar. Yeni çatışmalar maddi dağıtım sorunları ile ilgili değil, yaşam biçimlerinin tehdit edilmesi ile ilgilidir (Habermas, 1987, s.392).

### 2.3. Sosyal Medya ve Yeni Toplumsal Hareketler İlişkisi

Günümüz toplumsal ilişkileri geçmişteki toplumsal ilişkilerden oldukça farklılaşmıştır. Geçmişte bireyler; kafeler, kahvehaneler, sendika salonları, tavalnalar, fabrikalar ve sokak köşelerinde bir araya gelerek örgütlenmekte ve hareketleri meydana getirmekteydiler. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle artık bu yerlerin işlevi azalmış durumdadır. Önce kitle medyası (televizyon), daha sonra internetin ortaya çıkmasıyla sanal ortamlar ve sosyal medya örgütlenme ve harekete geçme yerleri haline gelmiştir (Poster, 2001, s.178). İletişim kurmak ve bilgi paylaşmak amacıyla ortaya çıkan bu yeni ortam, fiziksel varlığın önemini ortadan kaldırarak, zaman ve mekandan bağımsız sanal bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu yeni iletişim ortamı toplumsal hareketler için yeni bir örgütlenme alanı sağlamaktadır. İnternet teknolojileri sayesinde farklı yerlerde yaşayan, farklı özelliklere sahip olan insanlar ortak değer, inanç ve fikirlerini paylaşma imkanı bulmaktadır (Haberli, 2012, s.131).

Sosyal medya araçları toplumsal hareketler için sadece enformasyon araçları değildir. Aynı zamanda aktörlerin ortak sorunlarına karşı öfke, kızgınlık, üzüntü gibi duygularını körükleyerek eyleme geçmelerini sağlamaktadır. Birbirlerini tanımayan, farklı yerlerde yaşayan bireyler, sosyal medyada birlik duygusu oluşturarak hareketlere katılmaktadırlar (Gerbaudo, 2014, s.24). Sosyal medya, dezavantajlı grupların kendilerini temsil etmelerine, bağımsız bir şekilde iletişim kurarak küresel olarak örgütlenmelerine fırsat sağlamaktadır. Sosyal medya ortamları, toplumsal hareketlerin örgütlenmesinde ve küresel düzeyde harekete geçirilmesinde giderek daha büyük bir rol oynamaktadır. Sosyal medya ve akıllı telefonlar sokak eylemlerinin maliyetini azaltmakta, seferberlik ve koordinasyonun etkinliğini artırmaktadır (Cammaerts, 2015, ss.2-5). Sosyal medya platformları seferberlik ve iletişim amacıyla kullanılmakta (Poell & Van Dijck, 2018, s.1) ve küresel bir içerik arşivi görevi görmektedir. Sosyal medya uygulamalarının *-paylaşılan içeriğin silinmediği takdirde-* kalıcı doğası sayesinde sosyal medyayı kullanan bir hareket ile ilgili metin, resim, video gibi içerikler kendinden sonra gelen hareketlere küresel bir protesto arşivi sağlar (Cammaerts,2015, s.6).

### 2.4. George Floyd Ayaklanmalarının Altında Yatan Önemli Etken: Black Lives Matter (Siyahların Hayatı Önemlidir) Hareketi

2013 yılında Amerikada başlayan ve Hareket Afro - Amerikan bireylere uygulanan kontrolsüz polis şiddeti ve ırkçılığa karşı ortaya çıkan (<https://www.britannica.com>) BLM hareketi, Black Lives Matter (Siyahların Hayatı Önemlidir) sloganıyla 2012 yılında Trayvon Martin isimli siyahi bir gencin polis tarafından öldürüldükten sonra polis memurunun cinayetten hüküm giymemesine bir tepki olarak #Blacklivesmatter olarak Twitterda doğarak hareket haline gelmiştir (<https://blacklivesmatter.com>).

Uluslararası aktivist bir hareket olan BLM (Black Lives Matter) hareketi, New York'da Eric Garner'ın 17 Temmuz 2014'de, Ohio'da ikamet eden John Crawford'un 5 Ağustos 2014 de , Michael Brown'ın 9 Ağustos 2014'te, Los Angeles'da ikamet eden Ezell Ford'un 11 Ağustos 2014'de öldürülmesi de dahil olmak üzere silahsız Afro-Amerikalıların polis tarafından öldürülmesinin ardından ulusal söylem haline gelmiştir (Taylor,2016'dan aktaran Ince vd., 2017, s. 1819).

Black Lives Matter sloganının hareket halini almasındaki en önemli faktör sosyal medyadır. Bir sosyal medya aracı olan Twitter da Black Lives Matter söyleminin yayılmasıyla hashtag halini alarak önce siyahi bireylere yönelik ırkçı şiddete karşı ortaya çıkmış daha sonra küresel bir hal alarak ırkçılık karşıtı hareketlerin ismi haline gelmiştir. *#BlackLivesMatter* hashtagi etrafında örgütlenen hareket sokaklara taşmıştır. BLM hareketi hiyerarşiyi ve merkezi liderliği kabul etmemiş; lidersiz ve yatay olarak örgütlenmeyi tercih etmiştir (Milkman, 2017'den aktaran Mundt vd., 2018, s.3).

İlk protesto hareketleri 2014 yılında gerçekleştikten sonra 25 Mayıs 2020 de yine bir Amerikalı siyahi vatandaş olan George Floyd'un polis tarafından öldürülmesiyle bir kez daha protesto gösterileri düzenlenmiştir (<https://www.bbc.com>). Black Lives Matter hareketi ile birlikte ırkçılığın sadece polis şiddetiyle sınırlı olmadığı; "eğitim, sağlık, eğlence dünyası, medya" gibi alanlarda da olduğu gözler önüne serildi (Tekin, 2020, s. 35).

### 3. Toplumsal Hareketler Bağlamında George Floyd Örneği Üzerine Bir İçerik Analizi

#### 3.1. Örnek Olay Örgüsü: George Floyd Hareketleri

25 Mayıs 2020'de ABD'nin Minnesota eyaletinin Minneapolis şehrinde 46 yaşındaki George Floyd sahte parayla alışveriş yapmaya çalıştığı gerekçesiyle polisler tarafından gözaltına alınırken Derek Chauvin adlı bir polis memurunun Floyd'un boynuna diziyi bastırarak nefes almasını engellemesi sonucu boğularak hayatını kaybetmiştir. Bu esnada olaya tanık olan kişilerin olayı videoya alarak sosyal medyada paylaşmasıyla görüntüler kısa zamanda yayılmıştır. Videoda Chauvin'in Floyd'un boynuna dizini bastırıldığı esnada Floyd'un defalarca "I Cant Breathe" (nefes alamıyorum) dediği fakat Chauvin'in aldırış etmeyerek 9 dakika boyunca dizini bastırmaya devam ettiği görülmüştür. Video ülkede büyük infial yaratmış, siyahlara yönelik orantısız polis şiddeti ve ırkçılık sorununun fitilini ateşlemiştir. Olaydan bir gün sonra 26 Mayıs 2020'de Minneapolis'te ve komşu eyalet Saint Paul'da protesto gösterileri başlamıştır. Gösteriler büyüyüp diğer eyaletlere de yayılmıştır ([www.bbc.com](http://www.bbc.com)). Protestocular diz çökerek veya Floyd'un 9 dakika boyunca yerde yatırıldığı şekilde yatarak eylemde bulunmuşlardır.

29 Mayıs'da Floyd'u öldüren eski Minneapolis polis memuru tutuklanarak üçüncü derece cinayet ve ikinci derece adam öldürmeyle suçlanmıştır. 44 yaşındaki eski memur Derek Chauvin, toplamda 35 yıl hapis cezasına çarptırılmıştır (Taylor, 2021). Protestoların yayılmasıyla 200'den fazla şehirde sokağa çıkma yasağı ilan edilerek Ulusal Muhafız Birliği harekete geçirilmiştir. Protestolar COVID-19 salgınından ötürü toplanma kısıtlamalarına ve federal ve yerel kolluk kuvvetlerinin askeri direnişine rağmen Haziran ayı boyunca devam ederek yayılmıştır. Toplamda, 50 eyaletteki 2.000'den fazla şehir ve kasaba, Floyd'un ölümünden sonraki haftalarda ve dünyanın dört bir yanındaki şehirlerde protestolar devam etmiştir ([www.history.com](http://www.history.com)).

Protestolar gün geçtikçe şiddetini artırarak devam etmiş ve dünya geneline yayılmıştır. İngiltere, Türkiye, Almanya, Belçika, Avustralya, Yeni Zelanda, Fransa, Kolombiya gibi ülkelerde de George Floyd için protestolar düzenlenmiştir ([www.bbc.com](http://www.bbc.com)). İlk zamanlarda protestolar barışçıl bir şekilde başlamıştır ancak bazı gösteriler şiddete dönüşmüştür. Yağma, vandalizm ve hatta silahlı saldırılar ortaya çıkmıştır. Arabalar ateşe verilmiş ve göstericiler polisle çatışmışlardır. Hükümet yetkilileri- Başkan Donald Trump da dahil olmak üzere- bazı protestocuları "iç terörizm" yapmakla suçlayarak Ulusal Muhafız Birliği'ni seferber etmiştir ([www.dw.com](http://www.dw.com)).

George Floyd için düzenlenen protestoların istatistik sonuçlarına bakıldığında; ABD'de yapılan 4 farklı ankette, George Floyd için başlayan protestolara şimdiye kadar 15 ila 26 milyon arasında kişinin katıldığı belirtilmiştir. Anket sonuçlarını değerlendiren New York Times gazetesine göre George Floyd'un ölümü sonrası başlayan protestolar ABD tarihindeki en geniş katılımlı eylemlerdir. ABD'nin Minneapolis şehrinde 26 Mayıs'ta başlayan eylemlerden Temmuz'un ilk haftasına kadar geçen sürede, günlük ortalama 140 protesto ile ülke genelinde toplam 4 bin 700'den fazla eylem düzenlenmiştir. Polis şiddetinin yanısıra, ABD Başkanı Donald Trump'ın silah, iklim değişikliği ve göçmenler konusundaki politikalarının da protestolara katılımı etkilediğine dikkat çekilmiştir (Aydoğan,2020).

Pew Araştırma Merkezi'nin raporuna göre Siyahların Hayatı Önemlidir hareketine destek Haziran 2020'de yüzde 86'ya yükselmiştir. Bu oran sonbahara kadar artmaya devam etmiştir ([www.nbcnews.com](http://www.nbcnews.com)). Olaydan sonra ABD'de Eyaletlerde bazı yasal değişiklikler yapılmıştır. Güç kullanımının sınırlandırılması,

disiplin sistemlerinin elden geçirilmesi, daha sivil bir gözetim kurulması ve suistimal vakalarında şeffaflık sağlanması gibi maddelerin yer aldığı polis reformu yasası getirilmiştir (Key, 2021).

### 3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmayla birlikte sosyal medya ortamında George Floyd'un öldürülmesine ve beraberinde ortaya çıkan hareketlere yönelik yeni toplumsal hareketler bağlamında nasıl tepkiler verildiği ortaya koyulacaktır. Araştırmada sosyal medya ortamında George Floyd'un öldürülmesine ve beraberinde ortaya çıkan hareketlere yönelik yeni toplumsal hareketler bağlamında nasıl tepkiler verilmiştir sorusuna yanıt aranacaktır.

Çalışma George Floyd'un öldürülmesi sonrası Twitter üzerinden olaya tepki gösterilmesi ve bu tepkilerin sokaklara taşarak hareket halini almasından ötürü sosyal medya ve yeni toplumsal hareketler ilişkisini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

Sosyal medya ve yeni toplumsal hareketler üzerine yapılan araştırmalarda içerik analizi yönteminin kullanımının düşük olduğu görülmektedir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır. İçerik analizi yöntemini uygulamak için oluşturulan kategori ve kodlar George Floyd'un öldürülmesi ve beraberinde ortaya çıkan protesto hareketleri üzerine atılan tweetlerin analizi sonucu oluşturulmuştur.

### 3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

George Floyd'un öldürülmesi ve beraberinde ortaya çıkan protestolar için farklı ülke ve dillerden tweet atılmışsa da çoğunlukla İngilizce dilinde tweetlerin paylaşılması nedeniyle tweet mesajları İngilizce diliyle gönderilen tweetler olarak sınırlandırılmıştır. Olayla ilgili gelişmelerin ve protesto hareketlerinin henüz bir sonunun olmayışı zamansal bir sınırlamayı zorunlu kılmaktadır. Ayrıca George Floyd için atılan binlerce tweet bulunmaktadır. Tweetlerin tamamının ele alınması büyük bir veri yoğunluğunu ortaya çıkararak örneklem seçimini ve çalışmayı zorlaştırmaktadır. Bu gerekçelerden ötürü verilerin toplanmasında tepkilerin ve protesto hareketlerinin yoğun olduğu; olayın yaşandığı günden bir gün sonrası olan 26 Mayıs 2020 tarihinden 1 Haziran 2020 tarihine kadar olan bir haftalık süreçte en sık kullanılan 10 hashtag seçilerek çalışma sınırlandırılmıştır.

Sınırlamalar sonucu elde edilen veriler tek tek okunup incelenmiş ve ilgili tweetlere ulaşmak adına yeniden bir sınırlamaya gidilerek "George Floyd" ifadesini içeren tweetler çalışmanın verileri olarak ele alınmıştır.

### 3.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini George Floyd'un öldürülmesi sonrası Twitter üzerinden gönderilen tweetler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise 26 Mayıs -1 Haziran 2020 tarihleri arasında "George Floyd" ifadesini içeren ve en sık kullanılan 10 hashtag üzerinden İngilizce dilinde gönderilen 739 tweet oluşturmaktadır.

### 3.5. Veri Toplama Aracı ve Veri Toplama Tekniği

Çalışmada veri toplama aracı olarak Twitter kullanılmıştır. Anlık mesaj paylaşım özelliği sayesinde George Floyd'un öldürülmesine ve beraberinde ortaya çıkan hareketlere yönelik tepkilerini göstermede kullanıcıların sık kullandığı sosyal medya aracı olması sebebiyle Twitter tercih edilmiştir. Çalışmada kullanılan veri toplama tekniği ise Twitter'ın gelişmiş arama özelliğidir. Bu özellik ile istenilen zaman aralığı seçilerek geçmiş tweetlere ulaşılabilen, tweetlerde kullanılan dil seçilebilmekte, istenilen ifade ve hashtagler üzerinden tweetler sınırlandırılabilir. Gelişmiş arama özelliği kullanılarak 26 Mayıs – 1 Haziran 2020 tarihleri arasında "George Floyd" ifadesini içeren İngilizce dilinde en sık kullanılan 10 hashtag üzerinden arama yapılarak çalışmanın verilerine ulaşılmıştır.

### 3.6. Araştırmada Kullanılan Analizler

Sosyal medya ortamında George Floyd'un öldürülmesine ve beraberinde ortaya çıkan hareketlere yönelik yeni toplumsal hareketler bağlamında nasıl tepkiler verildiğini ortaya çıkarmak amacıyla ele alınan,



George Floyd'un öldürülmesine ve protesto hareketlerine yönelik Twitter üzerinden gönderilen tweetler, belirlenen sınırlılıklar çerçevesinde nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir.

İçerik analizi, araştırmacının bir analizi yaparken kendi tutum ve düşüncelerini kattığı öznel tutumun yerine; nesnel bir analiz yapmayı sağlamaktadır. İçerik analiziyle birlikte söylemin ilk bakışta görünen içeriği yerine hemen fark edilemeyen gizli kalmış içeriği ortaya çıkarılmaktadır. Böylece bireyi etkileyen, görünmeyen unsurları içerik analizi sayesinde belirlenmektedir. Bu yönüyle içerik analizi bir ikinci okuma özelliğine sahiptir (Bilgin, 2014, s.1).

Araştırmada kullanılan kodlama planı Merve Zeynep Doğan'ın (2017), "Dijital Aktivism Bağlamında Günümüz Toplumsal Hareketleri ve Türkiye Örneği: Gezi Parkı Olayı" adlı doktora çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. Araştırma amaçlarının ve seçilen örnek olayların farklılığından ötürü Doğan'ın oluşturduğu kodlama planı, bu çalışmanın verileri ışığında değiştirilerek yeniden tasarlanmıştır.

Araştırma sorusu kapsamında George Floyd için atılan tweetleri, içerik analizi yöntemi ile analiz etmek için araştırma sorusuna cevap verecek şekilde kategorilendirmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda incelenen 739 tweet, 4 kategoriye ayrılmıştır. Bu tweetler tek tek okunarak mesajı gönderenlerin; genel hesap profilleri, mesajın hitap ettiği kesimlerin profilleri, tweetlerin içeriği ve tweetlerde vurgulanan yeni toplumsal hareket söylemleri olarak birbirine benzeyen tweetler gruplandırılmıştır.

Kategorilendirme aşamasında açık yaklaşım olarak oluşturulan kategorileri daha açıklayıcı ve anlamlı olması adına tweetlere kodlar atanmıştır. Kodlama yöntemi; kategorilendirme yöntemine benzer şekilde, her bir kategoride yer alan tweetlerin tekrar incelenmesi sonucu, tweetlerden çıkarılan kavramlara göre kodlanmıştır. Bu kodlamayla birlikte araştırmanın amacına ulaşmak adına, araştırma sorularına cevap aranmıştır. Bir tweet aynı kategoriden yalnız bir kod ile kodlanmıştır. Kodların tweet içeriklerini doğru ve anlamlı bir şekilde açıklanması amaçlanmıştır. Bu kapsamda 739 tweet incelenerek 4 kategori 23 kod oluşturulmuştur. Oluşturulan kategori ve kodlar aşağıdaki gibidir:

**Tablo 1.** George Floyd Hareketi İçerik Analizi Kodlama Planı

Kategori	Kod
Aktörler Açısından (A)	A1. Halk A2. Tanınmış kişiler/ mavi tikli hesaplar A3. Örgüt ve organizasyonlar A4. Haber siteleri
Hedef Kitle Açısından (H)	H1. Genel eylemci kitlesi H2. Yargı birimleri H3. Polis H4. Medya kuruluşları H5. Siyasetçiler
Konular Açısından (K)	K1. Olaya duyulan üzüntü ve öfkeyi dile getirme K2. Hareket alanından bilgi ve haberler K3. Bağış ve imza kampanyaları K4. Olay hakkında bilgi paylaşma K5. Hareket / Eylem Çağrısı
Vurguladığı Temalar Açısından (T)	T1. Adalet/ Adaletsizlik T2. Irkçılık T3. Harekete Destek T4. Örgütlenme T5. Şiddet T6. İnsan hakları T7. Yaşamsal değişim T8. Otoritelere tepki / Sistem eleştirisi T9. Siyasi lider karşıtlığı

### 3.7. Bulguların Değerlendirilmesi

George Floyd için atılan 739 tweet nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

**Tablo 2.** En Çok Kullanılan 10 Hashtag

HASHTAG	SAYI	YÜZDE
#BlackLivesMatter	524	50,00%
#GeorgeFloyd	253	19,00%
#JusticeForGeorgeFloyd	129	15,70%
#ICantBreathe	41	5,50%
#JusticeForGeorge	40	4,60%
#JusticeForFloyd	15	2,20%
#SayHisName	14	2,00%
#RIPGeorgeFloyd	11	1,60%
#GeorgeFloydWasMurdered	11	1,60%
#BLM	10	1,40%
TOPLAM	1048	100,00%

Bulgulara göre 739 tweet içerisinde en sık kullanılan 10 hashtag toplam 1048 kez kullanılmıştır. 10 hashtag arasında en çok kullanılan hashtag #BlackLivesMatter hashtagi olmuştur. #BlackLivesMatter hashtaginin en çok kullanılmasının nedeni öldürülen George Floyd'un siyahi bir birey olması ve ABD'de siyahi bireylerin ayrımcılığa maruz kalmasıdır. En az kullanılan hashtag ise Black Lives Matter'ın baş harflerinden oluşan #BLM hashtagidir. Bunun nedeni #BlackLivesMatter hashtaginin kullanımının tercih edilmesi olduğu görülmektedir.

**Tablo 3.** Tweetlerin Aktörler Açısından Dağılımı

AKTÖRLER	SAYI	YÜZDE
Halk	560	75,8%
Tanınmış Kişiler	113	15,3%
Örgüt ve Organizasyonlar	49	6,6%
Haber Siteleri	17	2,3%
Toplam	739	100,0%

İlk olarak George Floyd'un öldürülmesine tepki göstermek ve beraberinde ortaya çıkan hareketleri desteklemek için tweet atan Twitter kullanıcıları belirli özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. Tweetlerin aktörler açısından dağılımına bakıldığında en çok tweet mesajı gönderen kesimin 739 tweetin 560'ını gönderen genel halk kitlesi olduğu saptanmıştır. Genel halk kitlesini sırasıyla 739 tweetin 113'ünü gönderen tanınmış kişiler, 49'unu gönderen örgüt ve organizasyonlar ve 17'sini gönderen haber siteleri takip etmiştir. En az tweet mesajı gönderen kesimin ise 17 tweetle medya kuruluşları olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda aktörlerin (tweet atan Twitter kullanıcıları) çoğunluğunun genel halk kitlesi olduğu saptanmıştır. Bu sonuç her kesimden insanın George Floyd'un öldürülmesine tepki göstermek ve beraberinde ortaya çıkan hareketleri desteklemek için tweet atıklarını göstermektedir.

**Tablo 4.** Tweetlerin Hedef Kitlesi Açısından Dağılımı

HEDEF KİTLE	SAYI	YÜZDE
Genel Eylemci Kitlesi	532	72,0%
Polis	51	6,9%
Yargı Birimleri	85	11,5%
Siyasetçiler	68	9,2%
Medya Kuruluşları	3	0,4%
Toplam	739	100,0%

Tweetlerin hedef kitlesi 739 tweetin 532'sini kapsayan genel eylemci kitesidir. İncelenen tweet mesajlarında aktörlerin çoğunlukla belirli bir kişi, kurum veya kesime hitap etmeden amaçları doğrultusunda birbirlerine yönelik tweet attıkları saptanmıştır. Genel halk kitlesini sırasıyla yargı birimleri, siyasetçiler, polis ve medya kuruluşları takip etmektedir. Bu durum tweetler üzerinden bireylerin yargı birimleri, polisler, medya kuruluşları ve siyasetçilere seslenerek tepkilerini ortaya koyduklarını; böylece

harekete destek sağladıklarını göstermektedir. Tweetlerin hedef kitlesi açısından en az hitap ettiği kesim ise medya kuruluşları olmuştur.

**Tablo 5.** Tweetlerin Konusu Açısından Dağılımı

KONU	SAYI	YÜZDE
Olaya Duyulan Üzüntü ve Öfkeyi Dile Getirme	475	64,3%
Hareket Alanından Bilgi ve Haberler	131	17,7%
Bağış ve İmza Kampanyaları	60	8,1%
Olay Hakkında Bilgi Paylaşma	56	7,6%
Hareket / Eylem Çağrısı	17	2,3%
<b>Toplam</b>	<b>739</b>	<b>100,0%</b>

Tweetlerin gönderilme amacını ifade eden konuları açısından dağılımına bakıldığında 739 tweetin 475'ini George Floyd'un öldürülmesine duyulan üzüntü ve öfkeyi dile getirme amacıyla atıldığı görülmektedir. Tweetler en az hareket/eylem çağrısında bulunmak amacıyla gönderilmiştir. Aktörlerin sadece Twitter üzerinden değil diğer sosyal medya sitelerini de örgütlenmek amacıyla kullanmaları Twitter'ın bu yönden kullanımını azaltmıştır.

**Tablo 6.** Tweetlerin Vurguladığı Temalar Açısından Dağılımı

TEMA	SAYI	YÜZDE
Adalet/ Adaletsizlik	340	46,0%
İrkçilik	123	16,6%
Örgütlenme/ Protesto	62	8,4%
Şiddet	60	8,1%
İnsan Hakları	47	6,4%
Harekete Destek	47	6,4%
Otoritelere Tepki / Sistem Eleştirisi	39	5,3%
Yaşamsal Değişim	18	2,4%
Siyasi Lider Karşıtlığı	3	0,4%
<b>Toplam</b>	<b>739</b>	<b>100,0%</b>

Yeni toplumsal hareketlerin savunduğu değerleri de ifade eden tweetlerin vurguladığı değerler açısından dağılımına bakıldığında 739 tweetin 340'ının adalet/adaletsizliği vurguladığı görülmektedir. George Floyd'un haksız yere polis tarafından öldürülmesi tweetlerde adalet/adaletsizlik vurgusunu ortaya çıkarmıştır. Tweetlerin ele aldığı konunun en çok olaya tepki göstermek üzerine olmasıyla sık vurgulanan temanın (değerin) adalet/adaletsizlik olmasının birbiriyle paralel olduğu saptanmıştır. Olaya tepki göstermek için atılan tweetlerde en çok adalet/adaletsizlik vurgusuna rastlanmıştır. En az vurgulanan tema ise siyasi lider karşıtlığıdır. Bunun sebebi hareketin siyasi bir amaçtan ziyade genelinde Afro Amerikan bireylerin yaşadığı haksızlıklar ve ayrımcılık; özelinde George Floyd'un haksız yere öldürülmesi üzerine düzenlenen bir ırkçılık karşıtı hareket olmasıdır.

George Floyd için atılan tweetlerde yeni toplumsal hareketlerin varoluş amaçları ve savunduğu değerleri George Floyd hareketlerinin de taşıdığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca yeni bir toplumsal hareket olarak George Floyd hareketlerinin dijital mekânlarda örgütlenen hareketler olduğunu göstermiştir.

**Tablo 7.** Aktörler ile Hedef Kitlenin Karşılaştırılması

KOD	H1	H2	H3	H4	H5	SAYI	YÜZDE
A1	364	85	48	1	62	560	75,8%
A2	106	0	3	1	3	113	15,3%
A3	45	0	0	1	3	49	6,6%
A4	17	0	0	0	0	17	2,3%
<b>TOPLAM</b>	<b>532</b>	<b>85</b>	<b>51</b>	<b>3</b>	<b>68</b>	<b>739</b>	<b>100,0%</b>

George Floyd için tweet atan aktörlerin en çok genel eylemci kitlesine yönelik tweet attıkları görülmektedir (H1). Genel eylemci kitlesini sırasıyla yargı birimleri (H2), polisler (H3), medya kuruluşları (H4) ve siyasetçiler (H5) izlemektedir. Genel eylemci kitlesine yönelik en fazla tweet atan kesimde olan

genel halk kitlesidir (A1). Genel halk kitlesi koduyla tanımlanan Twitter kullanıcılarının attıkları 532 tweetin 364'ünün hedef kitlesinin genel eylemci kitlesi olduğu saptanmıştır. Genel halk kitlesinden medya kuruluşlarına yönelik sadece 1 tweet atılmıştır. Genel halk kitlesinden sonra en çok tweet atan aktör grubu olan tanınmış kişiler/mavi tikli hesaplar koduyla tanımlanan Twitter kullanıcılarının yargı birimlerine (H2) yönelik tweet atmadıkları görülmüştür. Üçüncü aktör grubu olan örgüt ve organizasyonlar koduyla tanımlanan (A3) Twitter kullanıcılarının yargı birimlerine (H2) yönelik attıkları herhangi bir tweete rastlanmamıştır. Dördüncü grup olan haber siteleri (A4) ise sadece genel eylemci kitlesine yönelik tweetler atmışlardır.

**Tablo 8.** Aktörler ile Tweet Konularının Karşılaştırılması

KOD	K1	K2	K3	K4	K5	SAYI	YÜZDE
A1	389	79	46	38	8	560	75,8%
A2	64	30	12	5	2	113	15,3%
A3	22	12	2	6	7	49	6,6%
A4	0	10	0	7	0	17	2,3%
TOPLAM	475	131	60	56	17	739	100,0%

Tweet atan aktörler ile tweet konularının karşılaştırılması sonucu elde edilen bulgulara göre genel halk kitlesi, tanınmış kişiler/mavi tikli hesaplar, örgüt ve organizasyonlar en çok olaya duyulan üzüntü ve öfkeyi dile getirmek amacıyla (K1) tweet atarken; haber sitelerinin en çok hareket alanından bilgi ve haber paylaşmak amacıyla tweet attığı saptanmıştır (K2). Genel halk kitlesi ve tanınmış kişiler en az hareket/ eylem çağrısında bulunmak (K5) amacıyla tweet atarken örgüt ve organizasyonların en az bağış ve imza kampanyalarını duyurmak (K3) için tweet attığı görülmüştür. Haber sitelerinin ise olaya duyulan üzüntü ve öfkeyi dile getirme (K1), bağış ve imza kampanyalarını duyurmak (K3) ve hareket/eylem çağrısında bulunmak (K5) amacıyla attıkları herhangi bir tweete rastlanmamıştır.

**Tablo 9.** Aktörler ile Tweetlerde Vurgulanan Temaların Karşılaştırılması

KOD	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	SAYI	YÜZDE
A1	288	93	31	31	47	36	12	21	1	560	75,8%
A2	35	20	11	11	6	10	3	15	2	113	15,3%
A3	17	9	5	9	2	1	3	3	0	49	6,6%
A4	0	1	0	11	5	0	0	0	0	17	2,3%
TOPLAM	340	123	47	62	60	47	18	42	3	739	100,0%

Aktör grupları ile aktörlerin attıkları tweetlerde vurguladıkları yeni toplumsal hareketlerin savunduğu değerleri de ifade eden temaların karşılaştırılmasına bakıldığında en az vurgulanan temanın siyasi lider karşıtlığı olduğu belirlenmiştir (T9). Genel halk kitlesi, tanınmış kişiler/mavi tikli hesaplar ve örgüt ve organizasyonlar tarafından atılan tweetlerde en çok adalet/adaletsizlik vurgusu yapılmıştır (T1). Siyasi lider karşıtlığını vurgulayan yalnızca 3 tweete rastlanmıştır. Bu 3 tweetin 2'si tanınmış kişiler/ mavi tikli hesaplar tarafından atılırken 1 tweet genel halk kitlesi tarafından atılmıştır. Haber siteleri tarafından atılan tweetlerde en fazla örgütlenme/protesto vurgusu ön plana çıkmış adalet/adaletsizlik (T1), harekete destek (T3), yaşamsal değişim (T7), otoritelere tepki/sistem eleştirisi (T8) ve siyasi lider karşıtlığı (T9) vurgularına rastlanmamıştır.

**Tablo 10.** Hedef Kitle ile Tweetlerde Vurgulanan Temaların Karşılaştırılması

KOD	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	SAYI	YÜZDE
H1	167	103	46	60	52	47	17	37	3	532	72,0%
H2	78	5	0	0	2	0	0	0	0	85	11,5%
H3	40	5	1	0	5	0	0	0	0	51	6,9%
H4	0	0	0	2	1	0	0	0	0	3	0,4%
H5	55	10	0	0	0	0	1	2	0	68	9,2%
TOPLAM	340	123	47	62	60	47	18	39	3	739	100,0%

Tweetlerin hedef kitlesi ile tweetlerde vurgulanan temaların karşılaştırılmasına bakıldığında genel eylemci kitlesi (H1), yargı birimleri (H2) ve polisler (H3) ve siyasetçilere (H5) yönelik atılan tweetlerde en çok adalet/adaletsizlik teması (T1) vurgulanmıştır. Medya kuruluşlarına yönelik atılan medya kuruluşlarına yönelik atılan tweetlerin 2'si protesto/örgütlenme vurgusu taşırken 1'i polis şiddeti vurgusu taşımaktadır.

**Tablo 11.** Tweetlerin Konusu ile Tweetlerde Vurgulanan Temaların Karşılaştırılması

KOD	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	SAYI	YÜZDE
K1	252	94	6	5	36	35	14	31	2	475	64,3%
K2	29	12	39	45	2	1	3	0	0	131	17,7%
K3	39	9	2	0	0	5	1	3	1	60	8,1%
K4	13	8	0	2	22	6	0	5	0	56	7,6%
K5	7	0	0	10	0	0	0	0	0	17	2,3%
TOPLAM	340	123	47	62	60	47	18	39	3	739	100,0%

Olaya duyulan üzüntü ve öfkeyi dile getirmek (K1) ve bağış ve imza kampanyaları düzenlemek (K3) amacıyla atılan tweetlerde en sık vurgulanan temanın adalet/adaletsizlik (T1) olduğu saptanmıştır. Hareket alanından bilgi ve haberler paylaşmak (K2) ve hareket/eylem çağrısında bulunmak (K5) amacıyla atılan tweetlerde en çok vurgulanan tema örgütlenme/protesto temasıdır (T4). Olay hakkında bilgi vermek (K4) amacıyla atılan tweetlerde ise en sık vurgulanan tema olarak polis şiddeti olduğu belirlenmiştir. Tweetlerde en az vurgulanan tema olan siyasi lider karşıtlığı temasına (T9), olaya duyulan üzüntü ve öfkeyi dile getirmek (K1) ve bağış ve imza kampanyaları düzenlemek (K3) amacıyla atılan tweetlerde rastlanmıştır.

#### 4. Sonuç

Günümüz toplumsal hareketleri içerisinde iletişim ve örgütlenmeyi birbirinden ayırmak imkansızdır. İletişimin kendisi bir örgütlenme biçimidir. Bugün yeni bir iletişim teknolojisi olarak sosyal medya platformlarının yeni toplumsal hareketler üzerinde etkisinin olduğu yadsınılmaz bir gerçektir.

George Floyd için düzenlenen hareketler ve sosyal medyada olaya tepki gösterilme şekli bize sosyal medya ve yeni toplumsal hareketler arasındaki ilişkiyi göstermektedir. George Floyd hareketleri sanal uzamda doğup kent uzamına yayılmış bir harekettir. Yaşadığımız çağda sanal ve gerçek mekan ayrımının silikleşmesiyle George Floyd hareketleri hem online hem de offline bir aktivist hareket olarak iç içe geçmiştir. Sanal dünyada George Floyd'un öldürülmesine tweet atarak tepki gösterilmesiyle başlayan olaylar tepkinin en ileri boyutu olarak toplumsal hareketlere dönüşmüştür. Tepkilerin fiziksel eylemlere dönüşmesi sosyal medyadaki tepkilerin yerini almamış; fiziksel hareketlerle sanal hareketlerin paralel hareket ettiği görülmüştür. Protestoların en ateşli olduğu zamanlarda diğer taraftan da Twitter'da olaya tepki göstermek için tweetlerin atılması, George Floyd davası ile ilgili yeni gelişmeler hakkında sık sık bilgi paylaşılması, George Floyd için imza kampanyaları ve yardım fonlarının düzenlenmesi, hareket alanından bilgi ve haberlerin paylaşılması ve hareket planlarının paylaşarak katılımcılara çağrıda bulunmaya devam edilmesi sanal ve fiziksel dünyanın birlikte hareket ettiğinin göstergesidir.

Twitter'ın bir tweeti beğenme, o tweete yorum yapabilme ve tweeti retweet edebilme özelliği sayesinde aktörler birbirleriyle etkileşime geçerek hiç tanımadıkları ama ortak bir amaç veya düşünce etrafında birleşerek bir toplumsal hareketin ortaya çıkmasında etkili olan kolektif bir kimlik duygusu ortaya çıkarmışlardır. Böylece kullanıcılar arasında etkileşime izin veren Twitter, gerek online aktivizm çalışmalarında gerekse sokak aktivizmi için kolektif kimlik ruhunun doğmasını sağlamıştır.

Sonuç olarak George Floyd için düzenlenen protesto hareketlerinin sosyal medya vasıtasıyla olayın duyulmasında, olaya birçok şekilde tepki gösterilmesinde ve hareket halini alarak sadece Amerika'da değil; dünyanın birçok ülkesinde büyük bir protesto dalgasının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Yapılan analizler sonucunda toplumun her kesiminden aktörün belirli hedef kitlelere yönelik tweet attıkları belirlenmiştir. Aktörler attıkları tweetlerde yeni toplumsal hareketlerin savunduğu değerleri vurgulayarak olaya duydukları üzüntü ve öfkeyi dile getirmişlerdir. George Floyd'un öldürülmesi ve beraberinde gelişen olaylar hakkında bilgi paylaşarak birbirlerini gelişmelerden haberdar etmişlerdir. George Floyd'u öldüren polislerin yargılanmaları için imza kampanyaları düzenlemişler ve George Floyd'un ailesi ve cenaze masrafları için yardım fonları oluşturarak bağış toplamışlardır. Ayrıca sosyal medya aracılığıyla örgütlenmeyi sağlamak için hareket/ eylem çağrısında buldukları ve hareket alanından resim ve videolar

paylaşarak hem hareketleri destekledikleri hem de hareketlere katılımı teşvik etmeye çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

### 5. Extended Abstract

The aim of this study is to determine how the reactions were given to the murder of George Floyd and the movements that developed along with it in the context of new social movements on Twitter, which is a social media environment. Based on this purpose, the 10 most frequently used hashtags on Twitter from 26 May 2020 to 1 June 2020 were selected and 739 tweets containing the phrase "George Floyd" were considered as the data of the study. 739 tweets determined within the scope of limitations were analyzed by qualitative content analysis method. As a result of the analysis of the messages to be researched, a content analysis coding plan consisting of 4 categories and 23 codes was created.

As a result of the study, it was determined that actors from all parts of the society tweeted towards certain target audiences. The actors expressed their sadness and anger at the incident by emphasizing the values advocated by the new social movements in their tweets, they shared information about the murder of George Floyd and the events that followed, informed each other about the developments, organized petitions for the prosecution of the police who killed George Floyd and They collected donations by creating charity funds for his family and funeral expenses. In addition, they called for movement / action to ensure organization through social media, and by sharing pictures and videos from the movement area, they both supported the movements and tried to encourage participation in the movements. In addition, different categories and codes were compared and the relationship between them was revealed. When the actors tweeting and the target audience of the tweets were compared, it was seen that the actors tweeting for George Floyd mostly tweeted for the general activist audience.

It has been determined that while the general public tweets at least towards the media organizations, prominent people do not tweet about the judicial units, organizations and organizations do not tweet about the judiciary units, and news sites do not tweet about the Judiciary units, the police, media organizations and politicians. It was determined that the accounts with the /blue tick and the organizations and organizations tweeted to express the sadness and anger towards the incident, while the media organizations tweeted to share information and news from the protest area. While the general public and celebrities are tweeting to at least call for action; Organizations and organizations have tweeted at least to organize donation and signature campaigns and to share the links of these campaigns. Media organizations are he did not tweet in order to express his sadness and anger at the incident, to organize donation and signature campaigns, and to call for action. A comparison of themes emphasized in Tweets with actors while the most emphasis was placed on justice/injustice in tweets posted by the general public, public figures/ accounts with blue ticks, and organizations and organisations, the least emphasis was on anti-political leadership. Media organizations emphasized organization the most.

There was no emphasis on justice/injustice, support for the movement, human rights, vital change, reaction to authorities/system criticism and opposition to political leaders. When the target audience of the tweets and the themes highlighted in the tweets were compared, the theme of justice/injustice was emphasized the most in the tweets directed at the general audience of activists, judiciary units, and police and politicians. While 2 of the tweets directed at media organizations have the emphasis of protest / organization, 1 of them has the emphasis of police violence. Finally, the subject of the tweets and the themes highlighted in the tweets were compared. It has been determined that the most frequently emphasized theme in the tweets sent to express the sadness and anger towards the incident and to organize donation and signature campaigns is justice/injustice. The most emphasized theme in tweets to share information and news from the movement area and to call for action/action is the theme of organization/protest. It was determined that the most frequently emphasized theme in the tweets sent to provide information about the event was police violence. The theme of opposition to the political leader, which is the least emphasized theme in the tweets, was found in the tweets sent to express the sadness and anger towards the event and to organize donation and signature campaigns.

**Keywords:** Social Media, New Social Movements, Black Lives Matter Movement, George Floyd, Content Analysis

**Kaynakça**

- Altman, A. (2020, June 4). Why The Killing of George Floyd Sparked an American Uprising. Time. URL: <https://time.com/5847967/george-floyd-protests-trump/>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].
- Aydoğan, B. (2020, July 3). ABD'deki 'George Floyd' Protestoları Ülke Tarihindeki En Geniş Katılımlı Eylem. URL: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/abddeki-george-floyd-protestolari-ulke-tarihindeki-en-genis-katilimli-eylem/1899022#>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].
- BBC News Türkçe: (2020, November 30). Black Lives Matter Nasıl Ortaya Çıktı: Hareketin Kurucusu Üç Kadın Bugün Gelinek Noktayı Nasıl Görüyor? URL: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55130715>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].
- BBC News Türkçe: (2020, May 29). George Floyd Protestoları: Minneapolis'ta Gösteriler Nasıl Başladı, Halk Neden Öfkeli? URL: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52856830>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].
- Black Lives Matter. About. URL: <https://blacklivesmatter.com/about/>.
- Bottomore, T. (1987). *Siyaset Sosyolojisi*. (E.Mutlu, Çev.) Ankara: Teori Yayınları.
- Cammaerts, B. (2015). The International Encyclopedia of Digital Communication and Society. In R.Mansell,P.H.Ang, C.Steinfield, S.V.D.Graaf, P.Ballon, A.Kerr, J.D. Ivory, S.Braman, D.Kleine, D.J. Grimshaw (Ed.), *Social Media and Activism*. (pp.1027-1034), The Wiley Blackwell-ICA International Encyclopedias of Communication Series.
- Crossley, N. (2002). *Making Sense Of Social Movements*. Philadelphia,USA: Open University Press.
- Çayır, K. (2016). Toplumsal Sahnenin Yeni Aktörleri: Yeni Sosyal Hareketler. İçinde Kenan Çayır (Ed.), *Yeni Sosyal Hareketler* (ss. 11-29), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çömlekçi, M. (2019). Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Ağlarda İletişim: Eleştirel Bir Yaklaşım. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (4), 3001-3020.
- Doğan, M.Z. (2017). Dijital Aktivizm Bağlamında Günümüz Toplumsal Hareketleri ve Türkiye Örneği: Gezi Parkı Olayı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gerbaudo, P. (2014). *Twitter ve Sokaklar*. (O.Akınhay, Çev.) İstanbul: Agora Yayıncılık.
- Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 118-134.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action*. United States of America: Harvard University Press.
- History (2020, May 25). George Floyd is Killed By a Police Officer, Igniting Historic Protests. URL: <https://www.history.com/this-day-in-history/george-floyd-killed-by-police-officer>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].
- Ince, J., Rojas, F., & Davis, C.A. (2017). The Social Media Response to Black Lives Matter: How Twitter Users Interact with Black Lives Matter Through Hashtag Use. *Ethnic and Racial Studies*, 40(11), 1814-1830.
- Johnston, H., Larana, E., & Gusfield, J.R. (2016). Kimlikler, Şikayetler ve Yeni Sosyal Hareketler. İçinde Kenan Çayır (Ed.), *Yeni Sosyal Hareketler* (ss. 121-151), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Key, E. (2021, May 25). George Floyd'un Öldürülmesinin Birinci Yılı: ABD'de Polis Reformu Çağrılarını Karşılık Buldu Mu? URL: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-57227993>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O.Akınhay & D.Kömürcü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Melucci, A. (2016). Çağdaş Hareketlerin Sembolik Meydan Okuması. Kenan Çayır (Ed.), *Yeni Sosyal Hareketler* (ss. 75-97), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Mundt, M., Ross, K., & Burnett, C.M. (2018). Scaling Social Movements Through Social Media: The Case of Black Lives Matter. *Social Media + Society*, 0 (0), 1-14.
- NBC News (2021, May 25). The Monumental Impact of George Floyd's Death on Black America. URL: <https://www.nbcnews.com/news/nbcblk/monumental-impact-george-floyds-death-black-america-rca1021>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].

Offe, C. (2016). Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması. İçinde Kenan Çayır (Ed.), *Yeni Sosyal Hareketler* (ss. 47-66), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Poell, T., & Van Dijk J.(2018). Social Media and New Protest Movements. *In The SAGE Handbook of Social Media*, 0(0), 546-561.

Poster, M. (2001). What's The Matter With The Internet. United States of America: University of Minnesota Press.

Shepard, J. M. (2013). *Sociology*. United States of America: Cengage Learning.

Taylor, D.B. (2021, Kasım5). George Floyd Protests: A Timeline. URL: <https://www.nytimes.com/article/george-floyd-protests-timeline.html>. [Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2022 ].

Tekin, O. (2020). ABD'de Irkçılık, Sınıf ve Direniş. *Enternasyonel Sosyoloji*, 0(7), 32-38.

Tilly, C., Castaneda, E., & Wood, L.J. (2022). *Toplumsal Hareketler 1768-2018*. (O. Düz, Çev.) İstanbul: Alfa Yayınları.

Turanlı, E., & Tahıry, K. (2022). Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Bir Dijital Aktivizm Örneği: Afganistan Kadın Hareketi Myredline. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 0(19) , 116-143.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.



#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Tekstil ve Moda Tasarımı Lisans Programlarına Yetenek Sınavı veya Merkezi Yerleştirme ile Gelen Öğrencilerin Mesleki Yeterliliklere Ulaşma Düzeylerinin Karşılaştırılması

Derya ÇELİK\*   
Nurgül KILINÇ\*\* 

## ÖZ

Bu araştırmanın amacı; özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden tekstil ve moda tasarımı bölümü veya Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından eş değeri kabul edilmiş bölümlerin 4. sınıf öğrencilerinin mesleki yeterliliklere ve yetkinliklere ulaşma düzeylerini öğrenci görüşlerine göre karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktır.

Araştırma, tarama modelinde yürütülmüştür. Türkiye'deki üniversitelerde bulunan tekstil ve moda tasarımı programlarının 4. sınıf öğrencileri arasında küme örnekleme yöntemi ile belirlenen, özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul eden 4 üniversiteden toplam 50 öğrenci ile merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden 2 üniversiteden toplam 93 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Tekstil ve moda tasarımı öğrencisinin mezun olduğunda sahip olması beklenen; 10 kuramsal ve olgusal bilgi yeterliliği, 21 bilişsel ve uygulamalı beceri yeterliliği ile birlikte meslekle ilişkili olan davranış ve tutumları kapsayan 21 yetkinlik ulusal ve uluslararası meslek standartları ve programların tanımladıkları program çıktılarından yola çıkarak tanımlanmıştır. Tanımlanan 51 yeterlilik için öğrencilerin kendilerini ne derece yetkin bulduklarına yönelik görüşleri anketler yoluyla toplanmış ve istatistik işlemlerle araştırma bulgularına ulaşılmıştır.

Araştırma sonucunda, hem özel yetenek hem de merkezi sınavla tekstil ve moda tasarımı bölümlerine kabul edilen öğrencilerin aldıkları lisans eğitimi sonunda mesleklerini yapmak için ihtiyaç duydukları yeterliliklere büyük oranda ulaştıkları görüşünde oldukları ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Tekstil ve Moda Tasarımı, Mesleki Yeterlilik, Özel Yetenek Sınavı, Tasarım Eğitimi.

## Comparison of Achievement Levels of Vocational Qualifications of Students Who Come to Textile and Fashion Design Undergraduate Programs with Aptitude Test or Placement Exam

### ABSTRACT

The aim of this research is to reveal the level of achievement of vocational qualifications and competencies of students of the textile and fashion design departments which accepts students with a placement exam or aptitude test, according to student opinions.

The research was conducted in the surveying method. The sample of the research consists of 50 students with a aptitude test, determined by cluster sampling method among the 4th grade students, and a total of 93 students that accept students with a placement exam.

Textile and fashion design students are expected to have upon graduation; 10 knowledge competencies, 21 skill competencies and 21 competencies have been defined, covering behaviors and attitudes related to the profession. The opinions of the students on how competent they found themselves for the 51 defined competencies were collected through questionnaires and the collected data were transformed into research findings.

As a result of the research, It has been revealed that the students who are accepted to the textile and fashion design departments with both placement exam or aptitude test are of the opinion that at the end of the undergraduate education they have received, they have reached the qualifications they need to do their.

**Keywords:** Textile and Fashion Design, Vocational Competencies, Aptitude Test, Design Education.

### 1. Giriş

Tekstil ve giyim endüstrisi, dünya çapında iş ağlarına sahip en büyük endüstri olarak kabul edilmektedir. Bu sektör toplumun ihtiyacı olan giysi ve diğer tekstil ürünlerini sağlar. Tekstil ve giyim endüstrisi, ülkelerin sanayileşmesi için ilk adım olarak görülmüş olup ihracat gelirlerini artırarak, istihdam yaratarak ve vatandaşlarının yaşam standartlarını iyileştirerek, yükselen birçok ekonomiye büyük fayda sağlamıştır (Saha,

\* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, dcelik@selcuk.edu.tr

\*\* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, nkilinc@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 14.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 06.10.2022

Dey ve Papagiannaki, 2021). Bu sektör vasıfsız işçilikten, eğitilmiş insan kaynağına kadar geniş bir işçiliğe ihtiyaç duyar (Umer ve Umer, 2017). Dünya Ticaret Örgütü'nün verilerine göre tekstil ve giyim endüstrisinin küresel ticareti 2019'da 807 milyar dolar değerinde gerçekleşmiş ve sektör çeşitli tedarik zincirlerinde dünya çapında 70 milyondan fazla insanı istihdam etmiştir (World Trade Organization, 2019). Pandemi ile geçen 2020 ve 2021 yıllarında ise küresel tekstil ihracatı, kişisel koruyucu ekipman üretimindeki artışın etkisiyle yüzde 16 artış göstermiştir (World Trade Organization, 2021).

Dünyada tekstil ve giyim arzının talepten daha fazla olması sektörde aşırı rekabetin oluşmasına sebep olmuştur. Bu rekabet sektörde üretimden ziyade ürünün tasarımı, markalaştırılması, moda oluşturma, Ar-Ge gibi faaliyetlerin önemini arttırmıştır. Ancak bu faaliyetleri gerçekleştirebilmek için nitelikli tekstil ve moda tasarımcılarına ihtiyaç bulunmaktadır (Özbek ve Esmer, 2020).

Son yıllarda yüksek düzeyde uluslararasılaşma, eğitimi daha nesnel hale getirmiştir. 2002 yılında onaylanan Kopenhag Beyannamesi, Avrupa mesleki eğitim ve öğretim sisteminin modern gelişimi ve entegrasyonu için itici güç olmuştur. Bu belge; Avrupa boyutu, şeffaflık, bilgi ve rehberlik, yetkinliklerin ve niteliklerin tanınması, kalite güvencesi vb. mesleki eğitim ve öğretimdeki öncelikleri belirlemiştir (Yezhova, Pashkevich, ve Manoilenko, 2018).

Yeterlilik, bir bireyin mesleki görevleri belirli bir standartla yerine getirme kapasitesi olarak tanımlanabilir. Yeterliliğe dayalı eğitim ise; bir kişinin eğitimin (çıkıtı) bir sonucu olarak neler yapabileceğine öncelikli vurgu yapan, yetkinlik standartlarına ulaşmak için gerekli becerileri, bilgileri ve tutumları geliştiren eğitim olarak tanımlanmaktadır (Guthrie, 2009). Yeterlilikler, ölçülebilen ve değerlendirilebilen gözlemlenebilir davranışlardır ve bu nedenle, iş gereksinimlerinin tanımlanması ve personelin işe alınması, elde tutulması ve geliştirilmesi açısından önemlidir (Lichtveld, Boulton, Lemmings, ve Gale, 2008). Yükseköğretim alanında yeterlilik, herhangi bir yükseköğretim derecesini başarı ile tamamlayan bir kişinin neleri bilip, neleri yapabileceği ve nelere yetkin olabileceğini ifade etmektedir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından hazırlanan Ulusal Yeterlilikler Çerçevesi ise, ulusal düzeyde bir eğitim sistemindeki yeterlilikleri ve bunların birbirleriyle ilişkilerini açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle; Ulusal Yeterlilikler Çerçevesi, ulusal ve uluslararası paydaşlarca tanınan ve ilişkilendirilebilen yeterliliklerin belirli bir düzen içerisinde yapılandırıldığı bir sistemdir (Yükseköğretim Kurulu, 2010).

Yeterliliğe dayalı eğitim öğrencinin sektördeki standartlara uygun bilgi, beceri ve tutumları kazanmasını hedefler. Yoğun rekabetin yaşandığı moda endüstrisinde işverenlerin taleplerini karşılayacak yetkin moda tasarımcıları yetiştirmek için, moda tasarımcısının sahip olması istenen yetkinlikleri tanımlamak önemlidir. Tanımlanmış bu yetkinlikler, üniversitelerin öğrencilere iş dünyasının istediği yetkinlikleri kazandırmaları ve geliştirmeleri için bir kılavuz olacaktır.

Ülkelere göre moda tasarımı eğitiminin kapsamı incelendiğinde, bu eğitimin kapsamının o ülkenin dünya moda endüstrisindeki durumuna bağlı olarak değiştiği tespit edilmiştir. Stil ve modayı belirleyen ülkeler yaratıcı ve ekonomi içerikli eğitim bileşenlerine daha fazla ilgi gösterirken giysi üreticisi ülkelerin teknoloji ve üretim ile ilgili eğitim bileşenine daha fazla önem verdikleri görülmüştür (Yezhova, vd., 2018).

Türkiye'de üniversitelerin bünyesinde bulunan tekstil ve moda tasarımı lisans programları ise dünya tekstil ve giyim sektöründe önemli yeri olan Türk tekstil ve giyim sektörünün ihtiyaç duyduğu yetişmiş insan gücünü karşılamayı hedeflemektedir. Bu kapsamda misyonlarını belirlemişlerdir. Ayrıca program çıktıları olarak ifade edilen mezunlarının bilgi ve beceri düzeyindeki yeterliliklerini ve yetkinliklerini tanımlamışlar ve web sayfalarında tüm paydaşları ile paylaşmışlardır. Şüphesiz ki her bölümün misyonuna bağlı olarak eğitim programı ve program çıktıları bazı boyutlarda farklılaşmakla birlikte çoğunlukla öğrencilere kazandırılması hedeflenen pek çok yeterlilik ve yetkinlik birbirine benzerdir. Bununla birlikte Dünyadaki gibi Türkiye'de de tekstil ve moda tasarımı programlarına öğrenci kabulü 2 farklı yöntemle; özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme ile yapılmaktadır. Üniversitelerin bir kısmı ilgili birimlerinin yaptıkları sınavla bölümlerine öğrencilerini kendileri seçmektedirler. Özel yetenek sınavları olarak adlandırılan bu sınavlar genellikle mesleğe özgü bilgi ve becerilerin ölçüldüğü sınav veya sınavlardan oluşmaktadır. Yetenek testleri, amaçlanan eğitim için adayların potansiyelini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir araçtır (Ng, 2011). Bireylerin doğuştan gelen yetenek ve niteliklerini belirli gereksinimlere göre değerlendirmeyi sağlar ve böylece bir bireyin belirli bir arayış için uygun olup olmadığına karar verilmesine yardımcı olur.

Merkezi yerleştirme ile öğrenci kabul eden tekstil ve moda tasarımı bölümlerinin öğrencileri ise ağırlıklı olarak matematik ve Türkçe testlerinden alınan puanlardan oluşan eşit ağırlık puan türünde tercih yapan adayların yüksek puanlı olanlardan başlayarak kontenjanlar dahilinde Türkiye Cumhuriyeti Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) tarafından belirlenmektedir. Merkezi yerleştirmede temel amaç; üniversitelerin programlarına geçerli, güvenilir ve adil bir ölçme ve değerlendirme sistemi ile öğrencileri yerleştirmektir. Sanat alanlarından farklı olarak tasarım alanlarında bilim alanlarında olduğu gibi merkezi yerleştirme ile öğrenci kabul eden bölümler bulunmaktadır. Bu durum benzer yeterliliklerle öğrenci mezun eden yükseköğretim kurumlarına hangi yöntemle öğrenci almanın daha uygun olacağına tartışılmasına sebep olmaktadır.

Bu araştırmada; özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden tekstil ve moda tasarımı bölümü veya Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından eş değeri kabul edilmiş bölümlerin 4. sınıf öğrencilerinin mesleki yeterliliklere ve yetkinliklere ulaşma düzeylerini öğrenci görüşlerine göre karşılaştırmalı olarak değerlendirmesi amaçlanmıştır. Bu genel amaç doğrultusunda cevap aranan araştırma soruları şunlardır:

1- Özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden tekstil ve moda tasarımı bölümü öğrencilerinin alanı ile ilgili kuramsal ve olgusal bilgiye sahip olma yeterliliklerine ulaşma düzeylerine yönelik görüşleri arasında bir fark var mıdır?

2- Özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden tekstil ve moda tasarımı bölümü öğrencilerinin alanı ile ilgili bilişsel ve uygulamalı beceriye sahip olma yeterliliklerine ulaşma düzeylerine yönelik görüşleri arasında bir fark var mıdır?

3- Özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden tekstil ve moda tasarımı bölümü öğrencilerinin bağımsız çalışabilme ve sorumluluk alabilme, öğrenme, iletişim ve sosyal ve alana özgü yetkinliklerine ulaşma düzeylerine yönelik görüşleri arasında bir fark var mıdır?

## 2. Yöntem

Araştırma tarama modelinde yürütülmüştür. Tarama araştırmaları geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Genel tarama modelinde, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak için evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde tarama yapılmaktadır (Karasar, 2016). Araştırmanın evrenini, Türkiye’de yer alan üniversitelere, merkezi yerleştirme sınavı ya da özel yetenek sınavı ile kabul edilen tekstil ve moda tasarımı ve Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) tarafından eşdeğeri kabul edilmiş programların 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. 2020 Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu’na göre bu programların sayısı ve program adlarına göre dağılımları Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1’e göre Türkiye’de lisans düzeyinde tekstil ve moda tasarımı eğitimi veren toplam 34 programdan 22 tanesi devlet üniversitelerinde faaliyet göstermektedir. Öğrenciye sunulan olanakların öğrenme kazanımları üzerindeki etkisini bir ölçüde kontrol altına alabilmek için bu araştırmada devlet üniversiteleri arasından küme örnekleme yöntemi ile araştırmanın örneklemini belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul eden 4 üniversiteden toplam 50 öğrenci ile merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden 2 üniversiteden toplam 93 öğrenciden oluşmaktadır.

**Tablo 1.** Türkiye de Lisans Eğitimi Veren Tekstil ve Moda Tasarımı Programlarının Öğrenci Kabul Etme Yöntemlerine Göre Dağılımı (2020-2021)

Program Adı	Özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul eden programların sayısı	Merkezi yerleştirme ile öğrenci kabul eden programların sayısı	Toplam
Tekstil ve Moda Tasarımı (Devlet Üniversitesi)	5	8	13
Tekstil ve Moda Tasarımı (Vakıf Üniversitesi)	10	2	12
Moda Tasarımı (Devlet Üniversitesi)	3	3	6
Tekstil Tasarımı (Devlet Üniversitesi)	2	1	3
<b>Toplam</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>34</b>

Araştırmada test edilecek yeterliliklerin belirlenmesinde örnekleme yer alan tekstil ve moda tasarımı programlarının program yeterlilikleri, National Association of Schools of Art and Design (NASAD)'ın moda tasarımı alanı için tanımladığı yeterlilikler ve Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikleri Çerçevesi'nden (TYYYÇ) yararlanılmıştır. İlgili programlarda öğretim gören öğrencilerin sahip olması gereken temel yetkinlikler tek tek incelenmiş, tekstil ve moda tasarımcısı mesleği ile ilgili uluslararası ve ulusal yeterlilikler de dikkate alınarak Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikleri Çerçevesinde (TYYYÇ) yer alan başlıklar doğrultusunda bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırma; bir tekstil ve moda tasarımı öğrencisinin mezun olduğunda sahip olması beklenen kuramsal ve olgusal bilgi, bilişsel ve uygulamalı beceriler ile birlikte meslekle ilişkili olan davranış ve tutumları kapsayan yetkinliklerden oluşmaktadır.

Bu araştırmada (TYYYÇ) 6. düzey lisans eğitiminde tanımlanan; bağımsız çalışabilme ve sorumluluk alabilme yetkinliği, öğrenme yetkinliği, iletişim sosyal yetkinlik ve alana özgü yetkinlikler sınıflamasından yararlanılarak yetkinlikler sınıflandırılmıştır. Bu üç başlık altında toplam 31 yeterlilik ve 20 yetkinlik tanımlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçme aracında tanımlanan bu 51 yetkinliğe öğrencilerin ulaşma düzeyleri ile ilgili görüşleri 5'li likert tipi ölçek ile ölçülmeye çalışılmıştır. 5'li Likert tipi ölçek ile ölçülen 51 sorudan oluşan ölçeğin güvenilirliğini belirlemek amacı ile araştırmada Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) test istatistiği sonuçları dikkate alınmıştır. Cronbach Alpha katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan kriterler  $0.70 \leq \alpha < 1.00$  ise ölçek güvenilirdir. Araştırmada Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) istatistiği 0,96 olarak hesaplanmıştır. Ankette kullanılan 51 maddenin güvenilirliği bu test ile kanıtlanmıştır.

Hazırlanan ölçek; ilgili bölümlere özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul eden 4 üniversiteden 50, merkezi yerleştirme sınavı ile öğrenci kabul eden 2 üniversiteden 93 olmak üzere toplam 143 öğrenciye uygulanarak araştırma verileri toplanmıştır. Toplanan veriler puanlara dönüştürülerek SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Sciences) paket programına girilerek 51 yeterliliğin her birinin toplam puanlarına bakılmıştır. Özel yetenek sınavı ile gelen öğrencilerin tabloda yer alan puanlaması minimum:  $50 \times 1 = 50$  ile maksimum:  $50 \times 5 = 250$  puandır. Merkezi yerleştirme sınavı ile gelen öğrencilerin puanlaması ise; minimum:  $93 \times 1 = 93$  ile maksimum:  $93 \times 5 = 465$  puandır. Minimum puanlara göre öğrencilerin program yeterliliklerine ulaşma düzeyi en düşük iken maksimum puanla ulaşma düzeyinin en yüksek olduğu ifade edilmektedir. Toplam puanlara göre her maddenin yüzdeleri (%), ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmıştır. Her iki sınav sistemi ile gelen öğrencilerin program çıktıklarına ulaşma düzeyleri arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı t testi kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen istatistiksel farklara ilişkin bilgiler, bulgular bölümünde karşılaştırmalı olarak tablolarda verilmiştir.

Bu araştırmada öğrencilerin tanımlanan 51 mesleki yeterlilik konusunda kendilerini ne derece yetkin buldukları kendi görüşleri (öz değerlendirme) ile belirlenmeye çalışılmıştır. Şüphesiz ki öğrencinin kişisel görüşlerine dayalı olmayan objektif ölçüm yöntemleri veya uzman değerlendirmesi yolu ile de öğrencilerin tanımlanan yeterliliklere ne derece ulaştıkları belirlenebilir. Ancak özellikle sanat ve tasarım alanı ile ilgili tanımlanan pek çok yetkinliğin (örneğin: yaratıcılık, değer yargısı oluşturma, duygusal algıyı somutlaştırma vb.) objektif olarak ölçülmesi konusu bile hala ilgili literatürde tartışmalıdır. Sonuç olarak ilgili mesleğin lisans programını tamamlamak üzere olan 4. sınıf öğrencisi ilgili alanın uzmanı olarak da değerlendirilmektedir. Bu sebeple öğrencilerin öz değerlendirme yoluyla uzmanı oldukları alanda kendi yetkinliklerini değerlendirmesi (self evaluation) bu araştırmada yöntem olarak araştırmacılar tarafından uygun bulunmuştur. Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

### 3. Araştırma Bulguları

Üniversitelerin tekstil ve moda tasarımı bölümlerine özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrencilerin kuramsal ve olgusal bilgiye ulaşma yeterliliklerine sahip olma düzeyleri hakkındaki görüşlerini karşılaştırmalı olarak belirlemek amacıyla yapılan araştırma bulgularına bu bölümde yer verilmektedir.

Tablo 2'de bölümlere özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrencilerin kuramsal ve olgusal bilgiye ulaşma yeterliliklerine göre dağılımları yer almaktadır.

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin hemen hemen tüm yeterliliklere %70 in üzerinde ulaşmış olmaları dikkati çekmektedir. Öğrencilerin bölüme kabul edilme şekillerine bağlı olmaksızın aldıkları lisans eğitimi

sonucunda kuramsal ve olgusal bilgi kapsamındaki yeterliliklere sahip olmuşlardır. Bununla birlikte “Sanat kültürü ve estetik konularına ilişkin bilgi sahibiyim”, “Sanat tarihi, tasarım tarihi ve moda tarihi konularında bilgi sahibiyim”, “Moda Tasarımı alanının içindeki alt disiplinlerin etkileşimini bilirim” yeterliliklerine ulaşma düzeyleri incelendiğinde merkezi yerleştirme sınavı ve özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ( $P<0,05$ ). “Sanat ve tasarım alanındaki yasal düzenlemeler konusunda bilgi sahibiyim” yeterliliğine ulaşma düzeyleri incelendiğinde öğrenci görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ( $P<0,01$ ). Özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin bu yeterliliklere ulaşma düzeylerinde ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Diğer yeterliliklerde ise öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmadığı görülmektedir. İstatistiksel bir fark tespit edilmese de “Tekstil ve moda endüstrisinin sanatsal, entelektüel ve teknolojik konularında bilgi sahibiyim” ve “Araştırma yöntemleri konusunda bilgi sahibiyim” yeterliliklerinde merkezi yerleştirme ile bölüme kabul edilen öğrencilerin ortalamaları daha yüksektir.

Öğrencilerin kuramsal ve olgusal bilgiye ulaşma düzeylerine göre dağılımlarının verildiği tabloda, genel olarak üniversitelerin tekstil ve moda tasarımı bölümlerine özel yetenek sınavı ile kabul edilen öğrencilerin, merkezi yerleştirme ile kabul edilen öğrencilere göre daha çok sayıda yeterlilikte ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Özel yetenek sınavı ile bölümlere kabul edilen öğrencilerin, merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrencilerden kendilerini daha yetkin görmelerinin nedeni olarak özel yetenek sınavına hazırlık sürecindeki öğrenci kazanımları gösterilebilir. Tekstil ve moda tasarımı bölümlerine kabul edilmek için öğrenciler sanat ve estetik, sanat tarihi, moda tarihi ve tasarım tarihi, moda tasarımı alanının içindeki alt disiplinlerin etkileşimi gibi sanata dair konulara çalışmakta ve dolayısıyla lisans eğitimi öncesinden bilgi edinerek gelmektedirler. Buna rağmen mesleki yönden herhangi bir hazırlık süreci geçirmeden merkezi yerleştirme ile tekstil ve moda tasarımı bölümlerine yerleştirilen öğrencilerin lisans eğitimi boyunca mesleki kazanımları pek çok yetkinlikte büyük ölçüde edinmiş olması da bu bölümlerde verilen lisans eğitiminin başarısı olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 2.** Öğrencilerin kuramsal ve olgusal bilgiye ulaşma yeterliliklerine göre dağılımları

Sanat Temel Alanı Yeterlilikleri	Merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrenciler				Özel yetenek sınavı ile kabul edilen öğrenciler				t	p
	Puan	%	$\bar{x}$	Sd	Puan	%	$\bar{x}$	Sd		
Sanat /Tasarım/Moda kavramlarını ve terminolojisinin yaygın kullanım alanlarını bilirim	325	69,89	3,49	1,007	190	76,0	3,80	1,010	1,728	0,086
Sanat kültürü ve estetik konularına ilişkin bilgi sahibiyim.	349	75,05	3,75	0,901	202	80,8	4,04	0,879	1,973	0,050*
Sanat ve tasarım alanındaki yasal düzenlemeler konusunda bilgi sahibiyim.	293	63,01	3,15	1,062	182	72,8	3,64	1,005	2,676	0,008**
Çeşitli sanat alanlarının farklılıklarını, benzerliklerini ve ilişkilerini anlayabilirim.	383	82,36	4,11	0,736	218	87,2	4,36	0,721	1,839	0,068
Tekstil ve moda endüstrisinin sanatsal, entelektüel ve teknolojik konularında bilgi sahibiyim.	346	74,40	3,72	0,901	184	73,6	3,68	0,935	0,259	0,796
Sanat tarihi, tasarım tarihi ve moda tarihi konularında bilgi sahibiyim.	345	74,19	3,75	1,001	206	82,4	4,12	0,627	2,370	0,019*
Moda ve tekstil ürünlerinde kullanılan yüzeyleri ve malzemeleri bilirim.	388	83,44	4,17	0,701	210	84,0	4,20	0,755	0,221	0,825
Tekstil yüzeylerinin oluşum yöntemlerini ve özelliklerini bilirim.	347	74,62	3,73	1,022	194	77,6	3,88	0,982	0,841	0,402
Tekstil ve moda tasarımı alanının içindeki alt disiplinlerin etkileşimini bilirim.	348	74,83	3,74	0,858	202	80,8	4,04	0,807	2,021	0,045*
Araştırma yöntemleri konusunda bilgi sahibiyim.	350	75,26	3,76	0,913	187	74,8	3,74	1,026	0,140	0,889
Merkezi yerleştirme sınavı n: 93	Merkezi yerleştirme sınavı: minimum 93 puan, maksimum 465 puan				*: ( $P<0,05$ )					
Özel yetenek sınavı n: 50	Özel yetenek sınavı: minimum 50 puan, maksimum 250 puan				**: ( $P<0,01$ )					

Tablo 3'te; üniversitelerin tekstil ve moda tasarımı bölümlerine özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrencilerin bilişsel ve uygulamalı becerilere ulaşma yeterliliklerinin dağılımları yer almaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin hemen hemen tüm yeterliliklere %75 in üzerinde ulaşmış olmaları dikkati çekmektedir. Öğrencilerin bölüme kabul edilme şekillerine bağlı olmaksızın aldıkları lisans eğitimi sonucunda bilişsel ve uygulamalı becerilere ulaşma kapsamındaki yeterliliklere sahip olmuşlardır. Bununla birlikte; "Sanat eserlerini kavramsallaştırabilir, geliştirebilir ve tamamlayabilirim", "Tasarımlarımda yaratıcıyım", "Tasarımlarımı ortaya koymada alanıma özgü bilgisayar programlarını kullanabilirim", "Moda ve tekstil endüstrisinin beklentilerini karşılayabilecek ürün tasarlayabilme becerisine sahibim", "Moda ve tekstil endüstrisinin beklentilerini karşılayabilecek ürün tasarlayabilme becerisine sahibim", ve "Tekstil ve moda ürünleri için marka ve imaj oluşturabilirim" yeterliliklerine ulaşma düzeylerinde merkezi yerleştirme sınavı ve özel yetenek sınavı ile bölümlere kabul edilen öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur ( $P < 0,05$ ). Özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin bu yeterliliklere ulaşma oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 3.** Öğrencilerin bilişsel ve uygulamalı becerilere ulaşma yeterliliklerine göre dağılımları

Bilişsel ve Uygulamalı Becerilere Ulaşma Yeterlilikleri	Merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrenciler				Özel yetenek sınavı ile kabul edilen öğrenciler				t	p
	Puan	%	$\bar{x}$	Sd	Puan	%	$\bar{x}$	Sd		
Tasarım, üretim, tüketim, pazarlama, kullanım süreci ve sonuçlarını öngörebilirim.	352	75,69	3,78	0,895	184	73,6	3,68	0,935	0,658	0,512
Sanat eserlerini kavramsallaştırabilir, geliştirebilir ve tamamlayabilirim.	359	77,20	3,86	0,915	210	84,0	4,20	0,782	2,222	0,028 *
Moda ve tekstil tasarımı sürecinde ekonomik koşulları değerlendirebilirim.	369	79,35	3,96	0,914	203	81,2	4,06	0,866	0,586	0,559
Tasarım yöntem ve tekniklerini bilir ve tasarımlarımda uygulayabilirim.	391	84,08	4,20	0,787	212	84,8	4,24	0,656	0,273	0,785
Tasarım öğelerini ve ilkelerini bilir ve tasarımlarımda uygulayabilirim.	383	82,36	4,11	0,870	207	82,8	4,14	0,989	0,139	0,890
Koleksiyon hazırlamak için gerekli trend ve pazar araştırmalarını yapabilirim.	406	87,31	4,03	0,844	227	90,8	4,54	0,705	1,245	0,215
Duyusal algıyı somutlaştırabilirim.	358	76,98	3,84	0,966	214	85,6	4,28	0,757	2,731	0,007**
Soyut ve somut kavramları; yaratıcı düşünceye, yenilikçi ve özgün yapıtlara dönüştürebilirim.	367	78,92	3,94	0,812	215	86,0	4,30	0,646	2,658	0,009**
Tasarımlarımda yaratıcıyım.	399	85,80	4,29	0,828	231	92,4	4,62	0,567	2,512	0,013*
Farklı dönemlerde kullanılan renk ve stilleri bilir ve bu trendleri kullanarak özgün tasarımlar yapabilirim.	393	84,51	4,22	0,886	222	88,8	4,44	0,643	1,507	0,134
Tasarımlarımın illüstrasyon ve çizimlerini yapabilirim.	395	84,94	4,24	0,855	237	94,8	4,74	0,486	3,755	0,000**
Tasarımlarımı ortaya koymada alanıma özgü bilgisayar programlarını kullanabilirim.	369	79,35	3,96	1,057	217	86,8	4,34	0,745	2,210	0,029*
Belirlenen temaya uygun olarak iplik, dokuma, örme, dokusuz yüzey ve baskı koleksiyonları hazırlayabilirim.	378	81,29	4,06	1,061	216	86,4	4,32	0,712	1,526	0,129
Kavramsal temalar doğrultusunda özgün haute-couture ve hazır giyim koleksiyonu hazırlayabilirim.	394	84,73	4,23	0,901	214	85,6	4,28	1,010	0,263	0,793
Moda ve tekstil endüstrisinin beklentilerini karşılayabilecek ürün tasarlayabilme becerisine sahibim.	352	75,69	3,78	1,009	206	82,4	4,20	0,865	2,467	0,015*
Tasarımlarıma uygun malzeme seçebilirim.	390	83,87	4,19	0,797	215	86,0	4,34	0,745	0,719	0,430
Tasarımlarımın kalıplarını hazırlayabilirim.	381	81,93	4,09	0,956	200	80,0	4,00	1,106	0,546	0,586
Moda tasarımı alanına ait dikim için uygun yöntem ve teknikleri belirleyip uygulayabilirim.	375	80,64	4,03	1,004	200	80,0	4,0	1,106	0,173	0,863

Tasarımlarıma ait uygulanabilir bir prototip ürün hazırlayabilirim.	394	84,73	4,23	0,852	212	84,8	4,24	0,893	0,023	0,982	
Tasarımlarımı çeşitli sunum yöntemleri (defile, sergi, performans vb.) ile sunabilirim.	414	89,03	4,45	0,759	227	90,8	4,54	0,676	0,689	0,492	
Tekstil ve moda ürünleri için marka ve imaj oluşturabilirim.	374	80,43	4,02	0,895	217	86,8	4,34	0,658	2,310	0,022*	
Merkezi yerleştirme sınavı n: 93	Merkezi yerleştirme sınavı: minimum 93 puan, maksimum 465 puan							*: (P<0,05)			
Özel yetenek sınavı n: 50	Özel yetenek sınavı: minimum 50 puan, maksimum 250 puan							**: (P<0,01)			

“Duyusal algıyı somutlaştırabilirim”, “Soyut ve somut kavramları; yaratıcı düşünceye, yenilikçi ve özgün yapıtlara dönüştürebilirim” ve “Tasarımlarımın illüstrasyon ve çizimlerini yapabilirim” yeterliliklerine ulaşma düzeylerinde, merkezi yerleştirme sınavı ve özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur (P<0,01). Özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin bu yeterliliğe ulaşma düzeyi merkezi yerleştirme ile kabul edilen öğrencilerden daha yüksektir. Ayrıca özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin standart sapmalarının merkezi sınavla bölüme kabul edilen öğrencilere göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul edilen bölümlerde öğrencilerin yeterliliklere ulaşma düzeylerinin birbirlerine daha yakın olduğunu göstermektedir. Özel yetenek sınavı ile öğrenci kabul edilen bölümlere göre merkezi yerleştirme ile öğrenci kabul edilen bölümlerdeki öğrencilerin yeterliliklere ulaşma düzeyleri arasında farklılıklar daha yüksektir. Bu bulgu, özel yetenek sınavının benzer niteliklere sahip öğrencilerin bölüme seçilmesini sağladığını ve verilen lisans eğitimi sonucunda öğrencilerin yeterliliklere ulaşma düzeylerinin de birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Merkezi yerleştirme ile bölümlere yerleşen öğrencilerin “Tasarım, üretim, tüketim, pazarlama, kullanım süreç ve sonuçlarını öngörebilirim” yeterliliğinde ortalamasının özel yetenek sınavı ile bölümlere kabul edilen öğrencilere göre daha yüksek olduğu ve “Tasarım yöntem ve tekniklerini bilir ve tasarımlarımda uygulayabilirim” yeterliliğinde ise özel yetenek sınavı ile bölümlere kabul edilen öğrenciler ile eşit olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 4.** Öğrencilerin yetkinliklere ulaşma düzeylerinin dağılımları

Yetkinlikler	Merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrenciler				Özel yetenek sınavı ile kabul edilen öğrenciler				t	p
	Puan	%	$\bar{x}$	Sd	Puan	%	$\bar{x}$	Sd		
<b>Bağımsız çalışabilme ve sorumluluk alabilme yetkinliği</b>										
Grup içinde uyumlu ve üretken olarak çalışabilirim.	412	88,60	4,43	0,785	221	88,4	4,42	0,702	0,076	0,939
Uzmanlık alanıma uygun olarak iş birliği yapabiliyorum.	414	89,03	4,45	0,730	220	88,0	4,40	0,755	0,398	0,691
Alanımla ilgili proje süreçleri içinde etkin olarak yer alabilirim.	405	87,09	4,35	0,867	222	88,8	4,44	0,611	0,619	0,539
Bağımsız olarak tasarım süreçlerini planlar ve yürütebilirim.	388	83,44	4,17	0,829	207	82,8	4,14	0,989	0,206	0,837
<b>Öğrenme yetkinliği</b>										
Alanım ile ilgili güncel konuları, süreçleri, teknolojik gelişmeleri izler, kendimi sürekli yenileyebilirim.	371	79,78	3,98	0,814	208	83,2	4,16	0,650	1,279	0,203
<b>İletişim ve sosyal yetkinlik</b>										
Etkin yazılı sözlü iletişim kurma yeteneğine sahibim.	390	83,87	4,19	0,755	211	84,4	4,22	0,763	0,199	0,843
Bir yabancı dili kullanarak alanımdaki bilgileri izler ve meslektaşlarımla iletişim kurabilirim.	258	55,48	2,77	1,234	141	56,4	2,82	1,137	0,217	0,828
Bilgi ve iletişim teknolojilerini aktif olarak kullanabilirim.	396	85,16	4,25	0,832	209	83,6	4,18	0,774	0,548	0,585
Tasarımlarımı toplumla paylaşır ve sonuçlarını değerlendirebilirim.	371	79,78	3,98	0,961	216	86,4	4,32	0,767	2,099	0,038

Alana özgü yetkinlik										
Sanat ve bilim etiği konusunda sorumluluk sahibiyim.	359	77,0	3,86	0,903	206	82,4	4,12	0,848	1,674	0,096
Moda ve tekstil tasarımı alanı ile ilgili küresel ve toplumsal sorunlara dönük çözümler üretebilirim.	338	72,68	3,63	0,975	199	79,6	3,98	0,714	2,206	0,029*
Sanat ve tasarım ile ilgili değer yargılarını oluşturma ve savunma becerisine sahibim.	359	77,20	3,86	0,788	210	84,0	4,20	0,638	2,619	0,010*
Kendimin ve başkalarının çalışmalarını tartışabilir, eleştirebilirim.	404	86,88	4,34	0,744	233	93,2	4,66	0,557	2,629	0,010**
Çözümleyici ve eleştirel düşünebilirim.	390	83,87	4,19	0,862	223	89,2	4,46	0,542	1,981	0,050 *
Yaratıcı problem çözme becerisine sahibim.	362	77,84	3,89	0,852	214	85,6	4,28	0,701	2,751	0,007**
Diğer sanat disiplinlerindeki çalışmalarını anlama ve değerlendirme yeteneğine sahibim.	333	71,61	3,58	0,936	203	81,2	4,06	0,890	2,973	0,004**
Güzel sanatlar içinde alanım dışı en az bir sanat dalında gelişme fırsatım oldu.	301	64,73	3,23	1,313	189	75,6	3,78	1,165	2,451	0,015 *
Moda tasarımı alanı ile ilgili uygulamalarda beklenmeyen durumları değerlendirir ve gerekli önlemleri alabilirim.	360	77,41	3,87	0,935	200	80,0	4,00	0,857	0,813	0,420
Girişimcilik ve yönetim becerilerine sahibim.	370	79,56	3,97	0,820	200	80,0	4,00	0,903	0,144	0,886
İş güvenliği, işçi sağlığı, çevresel değerleri koruma, sosyal sorumluluklar hakkında bilgi sahibiyim.	366	78,70	3,93	1,081	196	78,4	3,92	0,829	0,088	0,930
Merkezi yerleştirme sınavı n: 93	Merkezi yerleştirme sınavı: minimum 93 puan, maksimum 465 puan							*: (P<0,05)		
Özel yetenek sınavı n: 50	Özel yetenek sınavı: minimum 50 puan, maksimum 250 puan							**: (P<0,01)		

Tablo 4'te; üniversitelerin tekstil ve moda tasarımı bölümlerine özel yetenek sınavı veya merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrencilerin yetkinliklere ulaşma düzeylerinin dağılımları yer almaktadır.

Öğrencilerin bağımsız çalışabilme ve sorumluluk alabilme yetkinliği, öğrenme yetkinliği ve iletişim ve sosyal yetkinliklere ulaşma düzeyleri incelendiğinde üniversiteye kabul edilme şekillerine bağlı olarak yetkinliklere ulaşma oranlarında istatistik olarak anlamlı farklar tespit edilmemiştir. Lisans programına özel yetenek sınavı ya da merkezi yerleştirme sınavına göre kabul edilmiş olmalarına bağlı olmaksızın öğrencilerin elde etmeleri gereken sorumluluk alma, öğrenme ve iletişim ile ilgili tutum ve davranışlara ulaştıkları söylenebilir. Öğrencilerin yetkinliklere ulaşma düzeyleri arasında en düşük değer yabancı dil yetkinliğinde gerçekleşmiştir. Öğrencilerin tümü bölüme kabul edilme durumuna bağlı olmaksızın "Bir yabancı dili kullanarak alanımdaki bilgileri izler ve meslektaşlarımla iletişim kurabilirim" yetkinliğinde kendilerini yetersiz bulmuşlardır. Bununla birlikte "Grup içinde uyumlu ve üretken olarak çalışabilirim", "Uzmanlık alanıma uygun olarak iş birliği yapabilirim" ve "Bağımsız olarak tasarım süreçlerini planlar ve yürütebilirim" yetkinliklerinde merkezi yerleştirme ile bölümlere yerleşen öğrencilerin özel yetenek sınavı ile programa kabul edilen öğrencilere göre ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda "Alanımla ilgili proje süreçleri içinde etkin olarak yer alabilirim" yetkinliğinde ise özel yetenek sınavı ile bölümlere kabul edilen öğrencilerin ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin, alana özgü yetkinliklere göre dağılımlarını incelendiğinde "Moda ve tekstil tasarımı alanı ile ilgili küresel ve toplumsal sorunlara dönük çözümler üretebilirim", "Sanat ve tasarım ile ilgili değer yargılarını oluşturma ve savunma becerisine sahibim", "Çözümleyici ve eleştirel düşünebilirim" ve "Güzel sanatlar içinde alanım dışı en az bir sanat dalında gelişme fırsatım oldu" yetkinliklerinde merkezi yerleştirme sınavı ve özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur (P<0,05). "Kendimin ve başkalarının çalışmalarını tartışabilir, eleştirebilirim", "Yaratıcı problem çözme becerisine sahibim" ve "Diğer sanat disiplinlerindeki çalışmalarını anlama ve değerlendirme yeteneğine sahibim" yeterliliklerine ulaşma düzeylerinde, merkezi yerleştirme sınavı ve özel yetenek sınavı ile bölüme kabul edilen öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel yüksek derecede anlamlı farklar bulunmuştur (P<0,01). Anlamlı fark bulunan bu yetkinliklere özel yetenek



sınavı ile bölüme kabul edilen öğrenciler, merkezi yerleştirme ile kabul edilen öğrencilerden daha yüksek düzeyde ulaştıkları görüşündedirler.

#### 4. Sonuç

Bu araştırma kapsamında tekstil ve moda tasarımı mesleği için 31 yeterlilik, 20 yetkinlik belirlenmiştir. Belirlenen 10 kuramsal ve olgusal bilgi yeterliliğinden 4 yeterlilikte, 21 bilişsel ve uygulamalı beceri yeterliliğinden 8 yeterlilikte ve 20 tutum ve davranış yetkinliğinden 7 yetkinlikte özel yetenek sınavıyla gelen öğrenciler merkezi yerleştirme sınavı ile kabul edilen öğrencilere göre daha yüksek düzeyde kazanımlara sahip oldukları görüşündedirler.

Özel yetenek sınavı ile yerleşen öğrenciler sınava girmeden önce tekstil ve moda tasarımı alanına yönelik özel bir hazırlık yapmakta ve zaten pek çok yeterliliğe sahip olarak lisans eğitimine başlamaktadırlar.

Giriş yeterlilikleri birbirinden çok farklı olmasına rağmen araştırma kapsamında öğrenci görüşlerine göre ölçülmeye çalışılan toplam 31 yeterlilik ve 20 yetkinlikten istatistiksel olarak 12 yeterlilik ve 7 yetkinlikte anlamlı fark belirlenmiştir. Bunlar dışında belirlenen yeterlilikler için hesaplanan ortalama puan ve oranlar incelendiğinde pek çok yeterlilikte araştırma kapsamında tekstil ve moda tasarımı bölümlerine özel yetenek ve merkezi sınav ile yerleşen öğrencilerin benzer puanların ve oranların olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında yeterliliklere ve yetkinliklere ulaşma düzeyi birkaç yeterlilik ve yetkinlik dışında % 75'ten yüksektir. Bu durum ister özel yetenek sınavı ile programa kabul edilsin, ister merkezi yerleştirme sınavı ile programa kabul edilsin öğrencilerin aldıkları lisans eğitimi sonunda mesleklerini yapmak için ihtiyaç duydukları yeterliliklere büyük oranda ulaştıkları görüşünde olduklarını göstermektedir. Bu sonuçlar Türkiye'de uzun yıllardır tartışma konusu olan tasarım alanlarına öğrenci kabulünde yol gösterici olabilecektir. Ayrıca programa kabul edilen öğrencilerin niteliği kadar lisans programında verilen eğitimin niteliği de önem taşımaktadır. Bu kapsamda sektör ihtiyaçlarını da dikkate alan mesleki yeterliliklerin tanımlanması ve yeterlilikleri sağlayacak eğitim programı ve içeriklerin geliştirilmesi ve öğrenci kazanımlarına dönüştürülmesi önem taşımaktadır.

Araştırmanın sonuçları değerlendirilirken dikkate alınması gereken en önemli konu belirlenen yeterliliklere ulaşma düzeylerinin öğrencilerin öznel görüşlerine dayalı olarak belirlenmesidir. Her iki öğrenci grubunu kapsayacak objektif ölçümlere dayalı karşılaştırmalarda farklı sonuçlara da ulaşılabilir. Farklı değişkenlerin öğrencilerin yeterliliklere ulaşma düzeyi üzerinde etkili olabileceği açıktır. Öğrencilerin mezun oldukları lise türü, sosyoekonomik düzey, uygulanan eğitim programı vb. değişkenlerin mesleki yeterliliklerin gerçekleşme düzeyine etkilerinin de araştırılması önerilmektedir.

#### 5. Extended Abstract

The textile and clothing industry is considered to be the largest industry with worldwide business networks. The fact that the supply of textile and ready-made clothing is higher than the demand in the world has led to the formation of excessive competition in the sector. This competition has increased the importance of activities such as product design, branding, fashion creation, research-development rather than production in the sector. However, qualified textile and fashion designers are needed to carry out these activities. Textile and fashion design undergraduate programs in universities in Türkiye aim to meet the trained manpower needed by the Turkish textile and clothing industry, which has an important place in the world textile and clothing industry.

Student admission to textile and fashion design programs in Türkiye is done in 2 different ways; It is done with a aptitude test or placement exam. Aptitude tests, which are organized by the universities themselves and chosen by their departments with the exams given by their students, usually consist of that measure knowledge and skills specific to the profession. The students of the textile and fashion design departments that accept students with placement exam are placed in the programs within the quotas of the score type, which mainly consists of the scores obtained from the mathematics and Turkish tests. Unlike art fields, there are departments that accept students with placement exam in design fields. This situation causes a discussion on which method would be more appropriate to admit students to higher education institutions that graduate students with similar qualifications.

In this study, it is aimed to comparatively evaluate the level of achievement of vocational qualifications and competencies of 4th grade students of the textile and fashion design department that accepts students with a aptitude test or placement exam according to student opinions. The sample consists of a total of 143 students, 50 from 4 universities that accept students with a aptitude test and 93 from 2 universities that accept students with a placement exam.

Textile and fashion design students are expected to have upon graduation; 10 theoretical and factual knowledge competencies, 21 cognitive and applied skill competencies, and 20 competencies covering occupational behaviors and attitudes were defined based on national and international occupational standards and program outcomes defined by the programs included in the sample. The opinions of the students on how competent they found themselves for the 51 defined competencies were collected through questionnaires. The collected data were converted into scores and the total scores for each of the 51 competencies were calculated. Percentages (%), averages and standard deviations of each item were calculated according to total scores. It was tried to determine whether the differences between the levels of reaching the program outcomes of the students coming with both exam systems were statistically significant or not, by using the t test.

Students who come with a aptitude test in 4 competencies out of 10 determined theoretical and factual knowledge competencies, 8 competencies out of 21 cognitive and applied skill competencies, and 7 competencies out of 20 attitude and behavior competencies, are of the opinion that they have higher level of achievements than students who come with the placement exam. Students who are placed with a aptitude test make a special preparation for the field of textile and fashion design before taking the exam and start their undergraduate education with many qualifications already.

Although entry qualifications are very different from each other, statistically significant difference was determined in 12 competencies and 7 competencies out of a total of 31 competencies and 20 competencies that were tried to be measured according to student opinions within the scope of the research. When the average scores and ratios calculated for the qualifications determined apart from these are examined, it is seen that the students who are placed in the textile and fashion design departments within the scope of research in many qualifications have similar scores and rates. The level of reaching qualifications and competencies within the scope of the research is higher than 75%, except for a few qualifications and competencies. This situation shows that students, whether it comes with a aptitude test or a placement exam, are of the opinion that at the end of the undergraduate education they have received, they have achieved the qualifications they need to do their jobs.

It is clear that different variables may have an effect on the level of students' achievement of competences. It is recommended to investigate the effects of variables such as the type of high school from which the students graduated, socioeconomic level, applied education program, etc., on the level of realization of vocational qualifications.

**Keywords:** Textile and Fashion Design, Vocational Competencies, Aptitude Test, Design Education.

#### **Kaynakça**

Guthrie, H. (2009). Competence and competency-based training: what the literature says. National Centre for Vocational Education Research Ltd., <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED507116.pdf>

Karasar, N. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (34.basım). Nobel yayınları.

Lichtveld, M. Boulton, M. Lemmings, J. & Gale J. (2008). From competencies to capacity: assessing the national epidemiology workforce. Public Health Reports, 123(1),128–135. <https://doi.org/10.1177/00333549081230S116>

National Association of Schools of Art and Design (2022). NASAD Competencies Summary. <https://nasad.arts-accredit.org/wp-content/uploads/sites/3/2022/10/AD-BFA-FashionDesign-10-18-2022.pdf>

Ng, M. C. F. (2011, November 29-30). Design and development of an aptitude test for BA(Hons) scheme in fashion and textiles (Conference presentation). DesignEd Asia Conference, Hong Kong. <http://www.designedasia.com/2011/final/DESIGN%20AND%20DEVELOPMENT.pdf>

Özbek, A., Esmer, Y., (2020). Türk tekstil ve giyim sektörünün geleceği: Tekstil mühendisliği öğrencilerinin düşünceleri, A. Kara ve Y. Esmer (Eds.), Girişimcilik perspektifinde Türk tekstil ve giyim sektörü (s. 40-56). Ekin Yayınevi.

Saha, K., Dey, P. K., Papagiannaki, E. (2021). Implementing circular economy in the textile and clothing industry. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 1497-1530. <https://doi.org/10.1002/bse.2670>

Umer, H., Umer, S. (2017). Comparative study on fashion & textile design higher education system, Pakistan. Vol.254. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/254/22/222005>

World Trade Organization. (2019). World Trade Organization data. <https://data.wto.org/>

World Trade Organization. (2021). World trade statistical review. [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2021\\_e/wts2021\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2021_e/wts2021_e.pdf)

Yezhova, O.V., Pashkevich, K.L., & Manoilenco, N.V. (2018). Comparative Analysis of Foreign Models of Fashion Education. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 10(2), 88-101. <https://doi.org/10.18662/rrem/48>

Yükseköğretim Kurulu. (2010). Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ). <http://tyyc.yok.gov.tr/?pid=10>

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Resim Sanatında Pan'dan Manzaranın Doğuşu

Nesli TÜRK\* 

## ÖZ

İnsanlık sanatsal olarak nitelendireceğimiz ilk faaliyetlerden itibaren içinde yaşadığı doğayı resmetmeye ve yansıtmaya çalışmıştır. Manzara resmi olarak adlandırabileceğimiz anlayış başta Uzak Doğu olmak üzere dinsel bir tefekkürle ilgilidir. Avrupa'da 14. yüzyıldan itibaren geliştirilen perspektif tekniği iki boyutlu bir yüzeyde üçüncü boyut algısı yaratarak manzara için daha gerçekçi temsilleri olanaklı kılmış; 15. yüzyılda Rönesans hareketiyle ressamın insanın içinde yaşadığı doğayı ve kenti ayrıntılarıyla resmetmeye başlamışlardır. 17. yüzyıla gelindiğinde Hollanda-Felemenk resmi manzaraya daha dünyevi bir sakinlik vererek güncel hayatı sanata dahil etmiştir.

18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl başında ise sanatçılar, Alman Romantizmi ile Yüce'nin estetiği çerçevesinde manzarayı yer yer insansız resmederek içsel bir bakış açısı geliştirmişlerdir. Enkaz estetiği ile ele alınan metruk mekanlar, başta melankoli olmak üzere insani duygulanım alanları yaratmıştır. Manzaranın gelişimi, insanlığın görme biçimi ve kültürü içinde zamanla *pitoresk* dediğimiz resimselliğin oluşmasında önemli dönüştürme aşamalarından biridir. 19. yüzyılda Modernizm geçmişin manzara resmine yeni yorumlar getirir. Hızlı fırça vuruşları ve kalın boya tabakaları ile doğaçlamaya yönelerek zamansallığın yakalanmaya çalışılması, konudan bağımsız olarak *resmin kendisine* dönük algılamayı talep eder. Biçim bozma-deformasyon, soyutlama ve düz renk alanlarının kullanımı modern manzarayı kuran araçlara-yaklaşımlara dönüşür.

Manzaraya dönük ilgi günümüzde afiş tasarımından fotoğrafa ve sinemaya uzanan geniş bir alanda yeni teknolojilerin de kullanımıyla varlığını sürdürmektedir.

**Ahahtar Kelimeler:** Manzara, Rönesans, Romantizm, Modernizm, Yüce, Hollanda Resmi

## The Birth of Landscape from Pan in the Art of Painting

### ABSTRACT

Humanity has tried to portray and reflect the nature in which we live since the primal activities that would be qualified as artistic. The understanding which we can name landscape painting is related to religious contemplation, especially in East Asia. The perspective technique developed in Europe during the 14th century would create a third-dimensional perception on a two-dimensional surface, enabling more realistic representations of landscape. In the 15th century during the Renaissance movement, painters began to paint nature and the city in which people lived. By the 17th century, Dutch painting began to add more earthly calmness to the official landscape and include contemporary life in art.

At the end of the 18th century and at the beginning of the 19th century, artists formed an inner perspective by depicting unmanned landscapes by German Romanticism within the framework of the Sublime. Derelict spaces handled with the Ruin Aesthetic have created a realm of human emotions, especially melancholy. The development of landscape over time is one of the most important transformation stages in terms of pictorial formation which we call "picturesque" within the way of seeing and culture of humanity. In the 19th century, Modernism brings new interpretations to the landscape painting of the past. Trying to capture temporality by turning to improvisation through fast brush strokes and thick layers of paint demands the perception of the painting itself, regardless of the subject. The use of deformation, abstraction, and solid color spaces turn into tools-approaches that establish the modern landscape.

The interest in the landscape continues to exist with the use of recent technologies in a wide area ranging from poster design to photography and cinema.

**Keywords:** Landscape, Renaissance, Romanticism, Modernism, Sublime, Dutch Painting

### 1. Giriş

Resim sanatının manzara resmi bağlamında geçirdiği gelişim-dönüşüm süreçlerinin ele alındığı bu çalışmada öncelikle mitolojik bir figür olan, Dionysos'un eşlikçisi yarı insan-yarı hayvan Pan'dan yola çıkılarak panorama kavramı incelenecektir.

Çalışmanın amacı, resimde bir arka plan-fon görevi gören ve ikincil-üçüncül öneme sahip bir öge olarak figüre yahut hikayeye eşlik eden manzaranın bu işlevinden sıyrılarak *kendisinin* bir *tür* olarak ortaya çıkış sürecini ele almaktır. Bu süreçte günlük hayatı, sıradan insanların yaşamlarından sahneleri resmin konusu haline getiren Hollanda resmi önemli bir rol oynamış; resimde zamanla küçülen figür Romantik manzarada doğanın güçleri tarafından adeta yutulmuş, 19. yüzyıl sonlarında ise farklı atmosfer etkilerini yakalamayı amaç edinen Empresyonistler, boyanın tüpe girmesi ile manzarayı bizzat manzaranın içinde

\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, nesliturk@topkapi.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 12.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 12.11.2022

resmetmişlerdir. Zaman içinde Manzara Resmi 16. yüzyıl İtalyası'nda ilk olarak resim sanatı için formüle edilen ve küçük değişikliklerle 19. yüzyıla kadar geçerliliğini koruyan Tarih Resmi, Portre Resmi, Genre (Tür) Resmi ve Natürmort gibi resim sanatının türler hiyerarşisindeki yerini almıştır.

Disiplinlerarası bir yöntemin tercih edildiği bu çalışmada manzara algısı, Geç Gotik-Proto Rönesans döneminden başlayarak 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar sanat tarihinin farklı dönemlerinde ve üsluplarında, belirlenen konu bağlamında yapıt vermiş olan sanatçıların işleri üzerinden ele alınacaktır.

Çalışmada ayrıca 20. Yüzyıl Modernizmi'nin avangart yaklaşımlarla geçmişin manzara resmine ve sanat anlayışına getirdiği radikal değişimlere dikkat çekilmeye çalışılacaktır.

## 2. Perspektif: Mekân Görüntüde Fethetmek

İnsanlık binlerce yıldır yaşamı ve doğayı biçimlendirmeye, temsil etmeye ya da taklit etmeye (mimesis) çalışıyor. Altamira Mağarası'ndaki hayvan resimleri, 25000 yıllık Willendorf Venüsü, Göbeklitepe'de keşfedilen arkeolojik buluntular... Ciddi bir form zenginliği duruyor karşımızda. Elbette bütün bunları bugün sanat (art) dediğimiz çerçevede değerlendiremeyiz. İnsanlığın ürettiği bu imgeler, din, büyü, mitoloji ya da oyun olarak kavramlaştırabileceğimiz geniş bir sembol ve anlam havuzu içinde yer alıyor. Binlerce yıl içinde insanlık mimari, heykel ve çizgi ile boyayı birlikte tasarlayan göz kamaştırıcı ürünler verdi. Bunlar içinde resimle, daha çok iki boyutlu ve çizgisellikle duvarları, kitapları ve eşyaları dillendirmeye çalıştı.

Mimari ve heykel düşünüldüğünde, resim daha çok yardımcı bir işlevselliğe sahipti. Tapınaklar, devlet belgeleri, kutsal kitaplar, villaların duvarları bazen mozaikle de birleştirilerek etkileyici görsellikler oluşturuyordu. Resim sanatı, Fayyum Portreleri'nde olduğu gibi (MÖ 100 ve 300) gerçekliğe çok yakın bir temsil ve renklendirmeye ölen insanların anısını gelecek nesillere taşıyordu. Kahire'nin yaklaşık yüz kilometre güneyinde bulunan Fayyum bölgesi insanları, hem Helenistik dönemi hem de Mısır uygarlığından gelen etkileri sentezleyerek Rönesans'tan neredeyse 1200 yıl önce kentin zengin kesiminin mumyalanmış tabutlarına gerçeklik hissiyle portrelerini yaptırmışlardı.

14. yüzyıldan itibaren resmin, arkasına teknolojiyi de alarak (fotoğraf ve sinema) heykel ve mimarinin yanında ayrı bir özgüllük kazanması önemlidir. İsa'nın farklı karakteri, yoksullara eşitlik ve kurtuluş vadeden söylemi resimsel unsurlarla daha da güçlendiriliyordu. Bu anlamda ikonalar iki boyutlu bir temsille İsa, Meryem ve Azizler üzerinden *kendisi* kutsal olan görselliği kiliselerden evlere kadar yaygınlaştıracaktır. 14. yüzyıla doğru çok önemli bir kırılmayla ikonaların sembolik evreninden ve yüzeye bağlı temsilden perspektife bağlı bir resim dili oluşmaya başlar. Kendisi de bir din adamı olan ikona ressamı Giotto di Bondone, yüzlerce yıldır süren iki boyutlu ikonalara üçüncü boyutu ekler. Artık Eski Ahit ve İncil'de anlatılan peygamberler, İsa ve Meryem, azizler, Tanrı'nın elçisinin kefareti boyutlanır ve mekanda görünür hale gelir. Floransalı bir din adamı olan Giotto'nun fresklerinde İsa ve çevresi çok daha inandırıcı bir gerçeklik kazanmış; ikonaların simgeselliği gerçek yaşam koşullarıyla, ton değerleriyle ve mekânın kendisiyle buluşmaya başlamıştır.

Giotto ve çağdaşları bu dönemde kuralcı ve simgesel resim tekniğini terk ederek nesnelerin doğal halleriyle resmedilmesi anlayışını benimsemişler; renkler, tonlar, henüz acemice de olsa ışık ve gölge biçimlendirmeleri, o güne kadar hiçbir ikonanın yakalayamadığı bir gerçeklik hissini yakalamıştır. Yüzler, kıyafetler, kiliselerin sütunları, hüzünlü kadınlar simgeselliğin ötesinde bir hayatı gösterirler. Giotto'dan ve ardıllarından yüz yıl sonra Rönesans resmi perspektifi ve boya teknolojilerini mükemmelleştirmiş, özellikle yağlı boyanın keşfiyle tarihte daha önce eşi görülmedik bir *Resim Çağı*'na geçişin yolunu açmıştır. Paolo Uccello ve Andrea Mantegna gibi ustalar, 15. yüzyıla büyük bir birikim devretmişlerdir. Fransız tarihçi Jules Michelet'nin 18. yüzyılda yazdığı Rönesans kitabıyla adı konan bu dönem, sadece sanatta değil, hemen her alanda yaşanan köklü değişimleri ve devrimleri de barındırır.

Resme perspektifin, yani öznenin bakışının ve mekânın girmesi ile gerçekçi temsillerin yaygınlaşması; dünyanın keşfedilmesi, akılcılık, bilim ve yükselen yeni bir sınıfın iyimserliğiyle paralel değerlendirilir. En uç örneği 1492 yılında Kolomb'un Amerika'nın keşfi olan bu yeni bakış, öncelikle hurafeye karşı mekânın ve ufkun keşfedileceğine dair güvenlikli ve aynı zamanda iyimser bir görüş getiriyordu. Artık denizlerin ötesinde (Cebelitarık ya da Herakles Sütunu) korkulan canavarlar yoktu; bunların yerini pusulalar, matematiksel hesaplar ve astronomi almıştı. Resme perspektifin girmesi iki önemli sonuç doğurdu.

Bunlardan ilki perspektifin *Özne'*yi yani insanın bakışını ayrıcalıklı kılmasıydı. *Bana göre yakın-bana göre uzak* fikri dünyaya bakışı belirlemeye başlamıştı. Minyatür ve İkonaların bakışı, *Tanrı* ya da Kilise dahil hükümdarın (İsa'nın bedeni olarak kral) bakışıydı. Öncelik ve hiyerarşi buna göre kuruluyordu. Diğer ise temsilin sembol ve alegorinin ötesinde görünen dünyaya benzerlik hissini artırmasıdır. Latince *içinden görmek* anlamına gelen perspektif aslında öteden beri mevcuttu; yüzlerce yıldır bilinen bir teknikti. Ancak doğrusal perspektifle ifade edilen bir mekan kavrayışının görme biçimine kesin olarak hükmettiği çağ, Rönesans oldu.



Şekil 1. *Lamentation*, Giotto di Bondone, 1306

“ ‘Modern resimsel mekan’ ile, ‘modern entelektüel mekan’ örtüşüyor, Rönesans perspektifi dünyaya bir ‘pencere’ açıyor, çeşitli figürleri ve nesnelere, perspektifin geometrik bir sistem içine soktuğu bu pencereden görüyorduk artık. Panofsky'ye göre modern mekan veya modern dünya duyumsamasını oluşturan, bu perspektiftir. Bu sayede ‘öznel olan nesnelleşiyordu.’ ” (Artun, 2019)

İki boyutlu düz bir yüzey üzerinde üç boyutlu mekanları resmedebilmeyi olanaklı kılan perspektif, izleyiciye bir *dünya resmi* göstermenin ötesinde öncelikli olarak bir *mekan* sunuyordu. İki boyutlu yüzey üzerinde ikona ya da minyatürlerde olduğu gibi *simgeselleştirilemeyen*, hatta sembole direnen gerçekçi yaşam sahneleri beliriyordu. Dünya ve mekan bir *dünya resmi* olarak fethediliyor ve insana (özneye) sunuluyordu.

Zengin İtalyan kent devletleri ve aristokrat kökenli olsa da yükselen bir burjuva sınıfı düşünüldüğünde, Rönesans dönemi sanat tarihçisi Baxandall, perspektifi Floransa ekonomisindeki kapitalistleşmeyle birlikte Rönesans'a egemen olan ölçme kültürünün bir türevi gibi açıklar.

Perspektifteki mükemmelleşmeyi en çok mekanın ve kentlerin bir tür *manzaraya* dönüştürülmesinde görürüz. Perspektif, mekanı ele geçirirken onu tanıdıklaştırır ve aynı zamanda bir mesafe koyar. Rönesans'ın önemli ressamlarından Piero della Francesca'nın 1470 civarında yaptığı *İdeal Kent Manzarası*, bu öz güvenin ve insansızlaştırılmış, saflaştırılmış kent manzarasının en bilinen örneğidir. Dünyayı bir pencereden gören özne, tek bir bakış açısından bütün mekanı derecelendirerek fethetmektedir artık.

15. yüzyıla gelindiğinde Kuzey Rönesansı'nın ustalarından ve yağlı boyanın mucitlerinden sayılan Flaman ressam Jan van Eyck, geçmişin yumurta akı ve bir takım bitkisel, hayvani ve madeni karışımlarıyla elde edilen, çok hızlı kuruyan tempera tekniğinin ötesinde yeni bir malzemeyle -hem parlaklığı hem de çabuk donmaması dolayısıyla- ayrıntı ve deneye izin veren çalışmalar üretecektir: Yağlı boya, resme

görünen dünyaya benzerlik ve tensellik anlamında müthiş bir inandırıcılık katarak İsa, Meryem ve azizlerin tasvirlerinde gerçeklik hissini de arttıracaktır.



Şekil 2. *Città ideale*, Piero della Francesca, 1495



Şekil 3. *Mona Lisa*, Leonardo Da Vinci, 1503

Özellikle 1434 tarihli *Arnolfini'nin Evlenmesi* tablosu bu anlamda geleceği etkileyecek birçok yenilik barındırır. Van Eyck, yağlı boyanın verdiği güçle hayranlık verici bir detaycılık sergiler. Evlenen çiftin ifadesi, atmosfer ve mekan; ten rengi, mumlar, avize, kumaşın canlılığı ve aynanın yansıtma gücü, daha

önce görülmemiş bir ustalıklı ifade edilir. Üstelik van Eyck dini atmosferin yoğunluğunu seyrelterek resme bir dünyevilik vermiş ve belki de sanat tarihindeki ilk imzayı (özne) tarihe geçirmiştir. Tek bir bakış noktasından dünyayı gören insan perspektif ile birlikte dünyayı, *algılayan gözün-yani kendisinin* bulunduğu o belirli-tek noktadan tasavvur etmeye başlamıştır. Aydınlanma tasarısıyla iç içe geçen rasyonalizmin Kartezyen ilkelerinin temelinde bireycilik ve perspektif arasındaki sıkı bağ yer alır. Her yeri gören bir *Tanrı bakışından* belli bir noktadan ve açıdan bakan *İnsan bakışına* geçilmiştir. Van Eyck'tan Giorgione'ye ve Leonardo da Vinci'ye uzanan süreç yağlı boya tekniğini mükemmelleştirmekle kalmayacak, daha sonra Barok dönem olarak adlandırılacak hareketle ışık-gölge oyunlarının da öncüsü olacaktır. Yüksek Rönesans'ın en önemli sanatçılarından olan Leonardo da Vinci'nin 1503 tarihli ünlü Mona Lisa tablosu bu mükemmelliğin örneği olarak günümüzde en çok tanınan sanat yapıtı olmuştur. Tablonun, Gherardini ailesinin üyesi ve tüccar Francesco del Giocondo'nun karısı olan Mona Lisa'nın ikinci oğlunun doğumu şerefine sipariş edildiği düşünülür.

Vasari'nin yazdığı biyografide, "Leonardo resmetmeyi üstlendi, tüccar Francesco del Giocondo için, onun karısı..." cümlesine dayanılmaktadır. Da Vinci'nin asistanı Salai yazılarında tabloda *la Gioconda* olarak bahseder. Özellikle yüz ifadesi ve gülüşüyle bir efsaneye dönüşen Mona Lisa sadece insani yönüyle değil, arkasındaki manzarayla da sanata yeni kapılar açan yapıtlardan olacaktır. Yağlıboya ve perspektifte mükemmelleşmek Raphael'den da Vinci'ye, oradan 16. yüzyıl ve sonrasına uzanan süreçte kralların, aristokrasinin, özellikle de yeni yükselen burjuvazinin portre ihtiyacını şüphesiz karşılayacaktır. Ten renginin parlaklığı, göz alıcı ışık-gölge tekniği, modle ve nesnelerin parlaltısı portrenin sahibini dinsel alegoriler ve aristokratik ya da zengin burjuvanın akılcılığının özgüveniyle beraber tarihe de mal ediyordu. Fakat Mona Lisa, gizemli gülüşüyle bir portre olmanın ötesinde bir devrimin de izlerini taşır. Bu devrim arka plandaki doğa görüntüsünde saklıdır. Uzaktaki ağaçları ve bulutlarıyla ferahlığa çağırın mavi gökyüzü, doğanın bazen huzur bazen endişe uyandıran yansıması ile her an fırtına kopacakmış hissi veren bir arka plandır bu. Da Vinci *sfumato* (kıvrılan, yılanı-dumansı olarak dilimize çevrilebilir) denilen teknikle figürün konturlarını eriterek arka plan ile Mona Lisa'yı yoğunlaştırır. Rönesans'ın ilk dönemlerinde özellikle Raphael'de gördüğümüz konturları net, ön-arka plan ilişkisi kurulmuş, teatral bir anıtsallık ve aydınlık resim anlayışı yoktur bu resimde. Işık-gölge, karanlığın aydınlıkla dinamik ilişkisi ve nihayet konturun sonu vardır. Rönesansın dokunsal algısından, Baroğun görme duyusuna-göze hitap eden algısına geçiş süreci başlamıştır.

Sanat tarihinin bilinen anlamda ilk manzarası, Mona Lisa'nın tartışmalı gülüşüne fon oluşturan pastoral manzara üzerinden tartışılır. Sfumato (duman) tekniği ile eriyen figür manzara ile kaynaşır. Duman ve sis atmosfer etkisinin oluşumunda önemli bir işleve sahiptir. Ancak figür ve manzaranın atmosfer içinde tam bir bütünlük oluşturacak şekilde kaynaşması Barok dönem ile birlikte gerçekleşecek, manzaranın *kendi* için, *kendi* haline gelmesi için ise 18. yüzyıl sonları Alman Romantizmi'ni beklemek gerekecektir.

Barok dönemde resim çizgisellikten, yatay ve dikeyler üzerine kurulu statik-simetrik kompozisyon anlayışından sıyrılmış, diyagonal-asimetrik kompozisyon anlayışıyla hareket olgunlaşmış, clair-obscura tekniği ile yüksek kontrast ve erime hissi yoğun bir ışık-gölge pırlıtsı kazanmıştır. Bu dönem resimlerinde bir bütün haline gelmiş olan figürü ve arka planı kolayca birbirinden ayıramayız. Resmi çizgisellik ve kontur değil, tümüyle ışık ve gölgenin, tonlama ve titreşimin, zamansallığın kendisi oluşturur. Mona Lisa'nın arka planındaki doğa manzarası, özellikle 17. yüzyılda görünürleşmeye başlayan ancak özerkliğini erken 18. yüzyıldan itibaren kazanacak olan *bağımsız* manzara resminden henüz uzaktır. Çünkü her ne kadar erime olsa da manzara figürden bağımsızlaşmamıştır. Eğer karşımızda Mona Lisa değil de sadece bir arka plan resmi olsaydı, yepyeni bir algılama ve görsellik söz konusu olacaktı ki resmin dönemi düşünüldüğünde bu imkansızdır. Doğaya hala saf doğa olarak değil; dini, sembolik ya da alegorik bir geleneğin gözü ile bakılmaktadır. Örneğin Hollandalı psikopatolog van den Berg, Batı'da ilk kez manzaranın manzara olarak resmedildiği yapıtın Mona Lisa olduğunu savunur.

"(...) Mona Lisa kaçınılmaz bir biçimde (resim sanatında) manzaradan soyutlanmış ilk karakterdir. Onun arkasındaki manzaranın meşhur olması olağandır. Bu tam da manzara olduğu için manzara olarak resmedilmiş ilk manzaradır. Saf bir manzaradır bu; bir insan eyleminin arka planı değil, Ortaçağ insanının tanımadığı bir doğa, kendi kendine yeten bir dışsal doğadır ve buradaki insani öğeler, ilkesel olarak çıkarılıp atılmıştır. İnsan gözüyle görülmüş en tuhaf manzaradır bu." (Karatani, 2004, s. 41)



Burada manzara ile kastedilen doğadır. Ne de olsa Rönesans'tan itibaren özellikle kentler, kiliseler ve saraylar bütün detaylarıyla resmedilmiş, birçok ressam Floransa ve Venedik dahil olmak üzere İtalyan kentlerinin zenginliğini, binaları ve sütunlarını eşsiz bir kompozisyon anlayışıyla görselleştirmiştir.

### 3. Manzaranın İcadı

“Modernliğimizi ve estetiğimizi bir tarafıyla ‘manzaranın icadı’na borçluyuz. Yani doğanın, uzamın insani bir duygulanımın konakladığı bir coğrafyaya dönüşmesini kastediyoruz. Alegoriden, tanrılardan ve de mitolojiden yavaş yavaş kurtulan ve melankolinin, lirizmin ve hazzın alanına dönüşen dağlar, kırlar, evler, tarlalar, kuşlar, ışıldayan çimenler, dalgalanan denizler ve hüzünlü günbatımlarından söz ediyorum.” (Şimşek, 2020)

Manzaranın (İng. *Landscape*) etimolojisi de oldukça anlamlıdır. “Arapça *naẓar* kökünden gelen *manẓara*, ‘görüntülü yer, bakanak, cihannüma’ sözcüğünden alıntıdır. Arapça sözcük Arapça *naẓar* ‘bakma’ sözcüğünün ismi, zaman ve mekândır.” (Etimoloji Sözlüğü). Manzara öncelikle bir toprak ve doğa parçasına yöneliktir. İngilizce etimolojisi bir *ülke* parçasına gönderme yapar. Dağlar, kırlar, koruluklar, ağaçlar, bulutlar bu bütünün algısıdır. Manzara aynı zamanda Panorama olarak da adlandırılır. Türkçe sözlüklerde ve gündelik dilde *yüksek bir yerden bakılınca göz önünde uzanan geniş görünüm* olarak tanımlanır. Genel görünüş anlamında kullanılır. Bütünsel-kapsayıcı bir bakışa ayrıcalık tanır. Panorama kavramının Yunan mitolojisinden günümüz diline evrimi de modern manzara fikriyle oldukça uyumludur. Pan, Yunan mitolojisinde kırlarda ve koruluklarda yaşayan, yabanıl ile şehir arasındaki sınırda yer alan yarı keçi-yarı insan bir mitolojik figürdür. Yatay kamışlardan yapılmış flütüyle müzikle iç içedir; kimi zaman çobanlara eşlik eder. Pan, aynı zamanda cinsel azgınlığı ve hiddetiyle, ön görülemez oluşuyla da tanımlanır. Bedeninin üst kısmı ile insan dünyasına ait olmakla beraber, bel altından itibaren doğanın ve kitonyenin (yer altı ile ilgili-tekinsiz) alanındadır.



Şekil 4. *Satyr with Grapes and Two Tigers*, Lucas Vorsterman II, 1614-1679

Yunan ve Batı Anadolu (İonya) evreninde, çobanların ve sürülerin dünyasına Hesiodos ve Homeros'un sözünü etmediği ama 6. yüzyıldan beri Yunan ayınlarında yer alan kusursuz kır tanrısı Pan hakimdir.

“Yaygın bir inanışa göre, Arkadia'daki Silen tepesinden Hermes ile bir Nympha'nın oğlu olan Pan, insan elleri ve kollarıyla yarı-insan, tamamen hayvan biçimli olarak tasvir edilmediği zamanlarda bile

keçi kafasını andıran ayaklarıyla yarı keçi (tragoupous), çifte doğal melez bir yaratıktır (dizos). Pan, bu hayvansı görünümünden hiçbir zaman kurtulamaz.” (Bonneyfoy, 2018, s. 304)

Yeryüzünde Pan doğal mekana, dağlara sahip çıkar. Çok sevdiği mağaralarda yaşar, ormanlarda gezinir ve kır perileri Nympha'larla flört eder. Dikilmiş keçi kulaklarıyla tehlikelere karşı dikkatin, tetikte olmanın da simgesidir. Flütüyle sürü hayvanlarını sakinleştiren ezgiler çalar. Filozoflar Pan'da evrenin, bütünün (pan) canlanışını görürler çoğu zaman. Pan sözcüğü, ünlü Pandora mitindeki Pandora (tüm tanrıların armağanı) ile aynı kökenden gelir. Ayrıca bugün gündelik dilde kullanılan ve şaşırma, telaşlanma, korkma anlamlarına gelen panik (panic) kelimesi de Pan ile ilgilidir. Yunan tragedya yazarı Euripides'e atfedilen Rhesos'un ilk bölümü, *Panik* konusundaki en eski kaynaktır. “Olay gece vakti, Troyalıların kampında geçer. Bir ses duyulur; nöbetçiler görev yerlerini bırakırlar ve anlaşılabilir haberler yayarlar. Hektor kendi kendine bu karmaşanın sebebinin Pan olup olmadığını sorar. Tanrı delilik kamçısının bir darbesiyle, etrafa korku salmaya mı çalışıyor acaba?” (Bonneyfoy, 2018, s. 307).

Pan ile panik arasındaki ilişki ayrıca Pan'ın koruluklarda, kırlarda ve dağlarda insanların aniden karşısına çıkıp onları korkutmasıyla da alakalıdır. Çünkü Pan müziği ile doğa, bitkiler ya da çobanlıkla ilgili olumlu bir imge olsa da çoğu zaman cinsel azgınlığı ve aniden hiddetlenmesiyle de bir *panik* nedenidir. Panorama yani geniş ve yüksekte bakılan manzara-toprak ve doğa (landscape) olarak kökeni nereden gelirse gelsin, geniş kırsallık, dağlar, koruluklar, mağaralar ve bitkilerle doğanın kendisi olarak Yunan bilincinde oluşmuş bir imgedir ve anlamını günümüze devretmiştir.

Elbette doğa, manzaranın öncülerinden sayılan Mona Lisa dahil olmak üzere yüzlerce resimde karşımıza çıkar. Ancak dinsel alegoriler ya da semboller, Hıristiyanlık öyküleri ya da aristokrasinin güç talep eden bakışı çoğu zaman doğayı bir arka plana, vaaz edilen içeriğin okunduğu mekana indirger. Kurtuluşun gerçekleşmesi yani *manzara olarak* manzaranın ortaya çıkması için 16. yüzyılın sonlarını ve 17. yüzyıl Flaman-Hollanda resmini beklemek gerekecektir.

16. yüzyılda Hollanda ya da daha geniş anlamda Flaman (Felemenk) ülkeleri, Protestanlığın dinsel resimlere ve heykellere mesafeli olması dolayısıyla daha çok Tür (Janr) Resmi dediğimiz alanda yoğunlaşarak sanata bambaşka bir yol açmışlardır. Elbette burada yükselen ve Katolik İspanya'ya karşı mücadele veren burjuvazinin, gemicilik ve ticaretle zenginleşmiş şehirlerin dünyevi talepleri ve portrecilik de etkili olmuştur.

Hollanda resmi, özellikle Katolik ülkelerde görülen (İtalya, İspanya ve Fransa) din adamları, krallar ve aristokrasi dışında, çoğu zaman özgüvenli fakat aynı zamanda alçak gönüllü Hollanda-Flandre kentlerinin tüccarlarının portrelerini tuvale taşır. Bu portrelere genellikle mesleği, bilimi, ticareti (muhasabe defterleri gibi), denizciliği gösteren araç-gereçler eşlik eder; dini semboller mümkün olduğu kadar arka plana itilir. Örneğin Hollanda'nın İtalyan üslubundaki ilk portre ressamlarından Jean Gossaert'ın 1530 tarihli *Bir Tüccarın Portresi* isimli resmi gelecekteki Hollanda sanatının öncülerinden biri olacaktır. Tabloda elinde muhasabe kayıtları, duvarda asılı notlarıyla gayet sakin, özgüvenli bir burjuva resmedilir. Tüccarın püriten, hesapçı ve disiplinli mesaisi bakışlarımızla kesintiye uğramış gibidir. Bu resimde Katolik ülkelerdeki şatafat, kibir veya aristokratik bir poz yoktur. 17. yüzyıla gelindiğinde Hollandalı ressamlar Kilise ve Kraliyetten bağımsız oluşmuş ilk resim piyasasının da etkisiyle gündelik hayattan birçok konuya el atmaya başlar.

“17. yüzyılda Hollanda her şeyin ‘en sözcüğüyle’ tanımlandığı bir ülkeydi: Yılda 70.000 resim yapılıyor, 110.000 parça kumaş dokunuyordu; gayri safi milli gelir 200 milyon guldendi. Hollandalılar Avrupa'nın en kentleşmiş toplumdur ve ülke en yüksek okur-yazar oranına sahipti; evinde sanat eseri bulunan kişi sayısı ortalamanın çok üstündeydi, toplumsal altyapı sağlamdı ve farklı dini inançlara tolerans gösterilirdi. Bunlar, Hollanda'yı 17. yüzyılda öylesine eşsiz kılan özelliklerden yalnızca bazılarıydı. İspanya'ya karşı yapılan Seksen Yıl Savaşı'nı (1568-1648) izleyen yıllarda, Avrupa'da güç yapısının baştan aşağı değiştiği bir zamanda, Hollanda önde gelen bir dünya gücü ve tüccar millet olarak ortaya çıktı: Nihayet modern dünyanın ekonomik ve politik merkezi, Akdeniz'den Kuzey Denizi ve Atlantik'e taşınmıştı. Ticaret, toplum ve sanatta meydana gelen değişimler işte böyle bir arka planda gelişmiş, Hollanda eyaletinde başlayıp tüm Hollanda'ya yayılmıştı.” (North, 2014, s. 18)



Şekil 5. *Landscape with the Fall of Icarus*, Pieter Brueghel, 1560

İşte bu Altın Çağ oluşurken ve modern anlamda manzara resmi anlayışı ortaya çıkarken, 16. yüzyıl ressamlarından Pieter Brueghel'in eserleri öncü konumundadır. 1525 yılında doğan Brueghel, peyzajları ve köy hayatını anlatan kalabalık kompozisyonlarıyla tanınmıştır. Brueghel dini mesellere yer verse de geniş kadrajları ve kalabalık mekanlarıyla döneminin gündelik hayatını etkileyici bir detaycılıkla göz önüne serer. Bütün bunların yanında Brueghel, adının okunması zorunlu olan ilk resimlerden birini de yapar. Üstelik resmin adında bizzat manzara kavramı vardır. 1560 tarihli *İkarus'un Düşüşü Sırasında Bir Manzara* resmi birçok yönüyle modernliğin ilk unsurlarını barındırır. Daha çok *İkarus'un Düşüşü* adıyla bilinen resmin tam ismi önemlidir. Resmin adı, yani kavramsallığı resmi anlamak için zorunludur. Dolayısıyla *İkarus'un Düşüşü Sırasında Bir Manzara*, güncel anlamda ilk kavramsal sanat yapıtlarından sayılabilir. Fakat bunun da ötesinde son derece geniş bir kadrajla manzara doğmuş, hatta manzara mitolojik kahraman İkarus'u yutmuştur. Resimde gündelik hayattan birçok parça yer alır. Tarlasını süren bir köylü, kıyıda balık tutan başka bir insan, Hollanda deniz ticaretini ve ülkenin gücünü temsil eden alımlı bir gemi, uzaktan seçilen binalarıyla, limanlarıyla parıldayan bir kent ve gözü ufku ötesine taşıyan genişlik izleyeni resmin içine çeker. Her şey dingindir. Resimden bir huzur ve dünyevilik fışkırır adeta. Fakat gözler sürekli resmin adında yer alan İkarus'u arar. Brueghel'in hedefi de tam olarak budur: Gözü manzaranın içinde dolaştırmak. Sanatçılar tarafından yüzlerce kez resmedilen İkarus nerededir peki? Merkezde olması gereken ve bu kadar önemli olan figürü, uçmanın ve özgürlüğün simgesini neden göremeyiz? Oysa biraz daha dikkatle baktığımızda balık tutan köylünün ve geminin oralarda bir ayak gözümüze çarpar.

İkarus tam denize çakıldığı anda resmedilmiştir. Bu yönüyle bile devrimcidir yapıt. Hikayeyi sadece bir ayak anlatır. Eğer yapıtın adı *İkarus'un Düşüşü Sırasında Bir Manzara* olmasaydı, o ayağı denize dalan başka bir insanın ayağı olarak da algılayabilir ya da yapıtı sadece bir manzara olarak temaşa edebilirdik. Usta Brueghel acı bir ironi yapmaktadır aslında. Destansı İkarus düşmüş ve kimse görmemiştir; herkes kendi işi ile meşguldür! Birçok sanatçıyı ve ressamı etkileyen İkarus defalarca ele alınmış önemli bir kahramandır ama bu resimde bilinçli olarak trajik bir şekilde küçük bir ayrıntıya indirgenmiştir. O, ünlü mimar Daidalus'un oğludur. Daidalus;

"Girit'te kaldığı dönem boyunca pek çok olaya karışmıştır. Kraliçe Pasiphae aşık olduğu boğa ile çiftleşmek için Daidalus'tan bir düzenek yapmasını istemiştir. Daha sonraki dönemlerde Kral Minos kendisinden bir labirent yapmasını ister. Bu labirentin içine kraliçenin boğadan olan oğlu Minotauros kapatılmıştır ve her yıl ona 7 kadın ve 7 erkek kurban edilmeye başlanmıştır. Bu durumdan rahatsız olan Atina'lı insanların sesi olan Kahraman Theseus, büyük bir cesaret örneği gösterir ve Minotor'u öldürmeye karar verir. Labirente girip Minotor'u öldürecek, ancak labirentten nasıl geri çıkacağı büyük bir sorundur. Bu konuda da Daidalus, kralın kızı olan Ariadne'ye bir yumak iplik kullanması fikrini vermiş ve labirentin merkezini tarif etmiştir. Theseus, Minotor'u öldürdükten sonra oradan

çıkmayı bu sayede başarmıştır. Theseus'un başarısında Daidalus'un parmağı olduğunu öğrenen Kral Minos, ustasını ve oğlunu labirente mahkum eder.” (Karaorman, 2018)

Daidalus kaçmak için kuş tüyü ve bal mumu kullandığı ahşap bir mekanizma hazırlayarak iki çift kanat yapar. Kanatlardan biri oğlu, diğeri kendisi içindir. İkarus göklerde süzülmenin heyecanına kapılır; babasının sözlerini unutarak gittikçe yükselmeye başlar. Nihayet öyle yükseklerle ulaşır ki, Güneş Tanrı Helios bu uçuşu kendisine karşı yapılmış bir meydan okuma olarak alır; öfkeye kapılarak ışınları ile İkarus'un bal mumunundan kanatlarını eritir. Böylece dengesini yitiren İkarus, hızla denize düşüp boğularak can verir. İkarus özgürlüğün olduğu kadarıyla sınırları geçmenin de simgesidir. Trajik bir sonu gösterir. Brueghel işte bu mitik kahramandan bambaşka bir içerik çıkaracaktır. İkarus düşmüştür ama ticaretin, keşfin ve akılcılığın yükseldiği modernliğin şafağında böyle kahramanlara yer yoktur. Üretim, gemiler, koyunlar ve uygar kentler eski dünyayı yok etmiştir. Sosyolog Max Weber'in modernliği tanımlarken kullandığı o ünlü cümlesiyle ifade edecek olursak; “Dünyanın büyüğü bozulmuştur” artık. Ama manzaranın genişliği, gözü keşfe çağırın geniş kadrajı ve ufuk çizgisi bir tarafla bu *kayıtsızlığa* da ağıt yakmaz sanki. Resim yeni dönemi gösteren acı ironisi ve manzaranın iyimserliğiyle sanat tarihinin köşelerinden birine yerleşir. Üstelik adında manzara kavramını kullanan öncülerden biridir.

Hollanda-Flaman resmi birçok yönden öncü olacaktır. Tür (Janr) resmi dediğimiz iç mekandan natürmorta (ölü doğa), pastoralden Vanitas'a onlarca türün alanını kuracaktır. Hollandalı ressam, Katolikliğin kasvetli dini mesellerinin kapladığı resim dünyasını Protestan bir ruhla havalandırmış, sadeleştirmişlerdir. Hollandalı-Flaman ressam ev içleri, kentler, nehirler, tekneler, sokaklarda oynayan çocuklar, köylülerin mutlu yaşantıları ve pazar yerleri gibi daha önce resme girmeyen her ayrıntıyı parlak gün ışığıyla boyayacaklardır. Bu yaklaşım yeni bir görme biçimini ve resim piyasasını oluşturacaktır. 17. yüzyılda yılda 70.000 resim üreten, köylülerin duvarlarına kadar inen bir piyasa daha önce görülmemiştir. Üstelik bunlar hiçbir dini sembolizm taşımazlar ve sadece zevke hitap eden dünyevilik (sekülerite) ile ışıldarlar.

Manzara resmi bu coğrafya ile sınırlı değildir elbette; örneğin 17. yüzyıl Fransa'sında Barok ressam Claude Lorrain (1600-1682) geniş ufuklarıyla kentlerin ağırlıkta olduğu kompozisyonlar kurar. Daha çok masmavi denizleriyle hayali-antik limanları konu alan sanatçı, Yunan mitolojisinin birçok temasını işlediği kır manzaralarıyla da 17. yüzyıl sanatının manzarayı olgunlaştırmasında önemli bir rol üstlenir. Ama yine de Lorrain'in manzaraları Heroik Peyzaj anlayışı doğrultusunda içeriğin talep ettiği sembolizmin, antik mimari yapıtların, tapınak ve sütunların egemenliği altındadır.

Lorrain manzara resminde bir alt tür olan, el değmemiş doğayı, genellikle dramatik bir şekilde bulutlu gökyüzünü ya da engebeli kayalık alanları konu edinen Heroik Peyzaj (Heroic Landscape) türüne de örnek teşkil edecek resimler kurgulamıştır. 17. ve 18. yüzyıllarda, bu tür resimlerde tasvir edilen kişiler genellikle Yunan mitolojisindeki tanrı ve yarı-tanrılar veya İncil'deki kahraman figürleridir. Bu tarzın en parlak dönemi 17. yüzyıl, ilk büyük ustası ise Fransız ressam Nicolas Poussin'dir (1594-1665). Heroik Peyzaj, Romantik resimde bir kez daha gündeme gelmekle beraber 19. yüzyılın sonlarında önemi azalır. Oysa Hollandalı-Felemenk ressamlar tam da bu yaklaşımdan kurtulmuş, *doğa olarak doğa* ile karşı karşıya gelmiş, onun resimlerini yapmışlardır.



Şekil 6. *Landscape with David and Three Heroes*, Claude Lorraine, 1658

Johannes Vermeer (1632-1675) ve Pieter de Hooch (1629-1689) başta olmak üzere Hollandalı-Flaman ustalarda diğer ülkelerde olmayan bambaşka bir atmosfer ve anlayışa rastlanır. Resimlerinde parlak bir ışığın aydınlattığı iç mekanlar, pencerelerden bakan insanlar, sakin gündelik hayat yer alır. Örneğin de Hoch resimlerinde önemli bir resimsel unsur haline gelen geniş boşluklarıyla iç mekanlar kurgular. Resme yayılan taban boşluğu dünyevi nesnelere aydınlatırken, izleyene bir huzur da vadeder. Resme konu olan ve başka bir yerde çok örneği olmayan bu dinginlik, 18. yüzyılda filozof G. W. Friedrich Hegel'in de dikkatini çekmiştir. Hegel, *Estetik Üzerine Dersler*'de şu yorumu yapar:

“Hollandalılar inanç değiştirip Protestan olmuş, despot İspanya Kilisesi ve Tacını yenilgiye uğratmıştı. Hollanda'nın siyasi ortamı, prensi ve zorbayı alt edip yasa önünde boyun eğmeye zorlamış bir aristokrasi tarafından belirlenmemişti; keza halkı da özgürlüklerine kavuşmak için başkaldıran İsveçliler gibi çiftçiler ve ezilen köylülerden oluşmuyordu. Tam tersine, karada dövüşen yiğit askerler, gözü pek denizciler dışında burada yaşayan herkes kentliydi, kent halkıydı; ticaretle uğraşan, varlıklı ve rahat hayat tarzlarına rağmen gösteriş düşkünü olmayan, sade orta sınıf mensubu burgher'lerdi. [...] Bu duyarlı ve doğuştan sanata yakınlık duyan insanlar güç sahibiydi ama aynı zamanda adildi; hayatları doyurucu ve rahattı ve resimlerinden bu hayatın zevkine varmak için yararlanmak istediler. Onlar, durumun elverdiği her an resimlerinde bunların bir kez daha tadını çıkarmak istediler: Kentlerinin, evlerinin, mobilyalarının tertipli olmasının, evde hüküm süren huzurun ve bir o kadar da eşlerinin, çocuklarının saygın giyiminin, zenginliklerinin, sivil ve siyasi törenlerinin, denizcilerin cesaretinin, ticaretteki ünlerinin ve dünyaya yelken açan gemilerinin. Hollandalı ressamlar aynı zamanda doğadaki nesnelere içten ve neşeli bir varoluş duygusu katarlar. Resimlerini kılı kırk yararcasına yapmışlar, en üstün sanatsal kompozisyon özgürlüğü ile rastlantısal ayrıntılara karşı duydukları ince hassasiyeti birleştirmişlerdir. Konular hem özgürce hem sadakatle ele alınmıştır ve yalnızca bir an var olan şeyleri sevdikleri çok açıktır. Taze bir bakışa sahiptirler ve dikkatlerini yoğun bir biçimde, en minik ve en sınırlı nesnelere üzerinde toplarlar.” (Hegel, 2015, s. 380-381)

Hegel'i döneminde etkileyen, ama bugün bize gayet sıradan gelen bu güncel hayat o dönem için eşsiz bir farklılık taşıyordu. Doğanın yanında kentin kendisi de sakin bir manzaraya dönüştürülüyor ve gerçekliğiyle insanları etkiliyordu. Rönesans'tan 17. yüzyıl Barok dönemine ve Hollanda-Flaman resmine uzanan verimli süreçte, manzara resmi alanında birçok başyapıt ortaya çıktı. 18. yüzyıla gelindiğinde aşırı süslemeci tavrı ve havai tarzıyla Rokoko üslubu da doğayı pikniklerin, havuzların, flörtlerin alanı olarak görmeye başlıyordu. Doğa adeta havalanmaya başlamıştı artık. Fakat 18. yüzyıl sonlarına ve 19. yüzyıl başlarına doğru gelişmeye başlayan Romantik hareket, manzara anlayışımızda yeni bir devrim yapmakta ve bu birikimi 20. yüzyıl Modernizmi'ne devretmekte gecikmeyecekti.



Şekil 7. *A Game of Ninepins*, Pieter de Hooch, 1665

#### 4. Yücenin Manzarası: Romantik İmge

18. yüzyılda sadece sanat ve edebiyat değil, başta milliyetçilik gibi siyasal alanlar da dahil olmak üzere etkisi son derece geniş olan Romantizmin tarihi, haklı olarak Jean-Jacques Rousseau'nun eserleriyle başlatılır.

“Rousseau'nun 1761'de yayınlanıp bütün Avrupa genelinde Romantizmin ilk best-seller'ı olan dramatik aşk hikayesi *Julie yabut Yeni Heloise*, 1762'de yayınlanan *Toplum Sözleşmesi* ve 1776'da kaleme aldığını bildiğimiz *Yalnız Gezerin Düşleri* adlı eseri bir yana bırakıldığında, Fransız Devriminin on-yirmi yıl sonrasına dek Fransız Romantizminden bahsedilemeyeceği aşikardır. Halbuki aynı dönem (1790'lardan 1810'lara) Alman ve İngiliz Romantizminin altın çağıdır.” (Aksakal, 2018)

Geçmiş yüzyıllarda argo ile karışık küçümsemeyle kullanılan ve daha çok *yabanıl* anlamına gelen *romantisch* kavramı, 1810'lara gelindiğinde şiirden edebiyata ve sanata dinamizm, Yücelik, yoğun duygusallık çağrışımlarıyla olumlu anlamda kullanılmış; özellikle Novalis, Schiller ve Goethe gibi Alman şairler *Sturm und Drang-Fırtına ve Atılım* olarak adlandırılan hareketle bir dinamizm başlatmışlardır. Romantizmle birlikte sanatçılarda Ortaçağ ve Gotik'e dönüş, melankolik eğilimler, kentten doğaya çekiliş, masal ve hayalet öykülerine ilgi baş göstermiş; bu eğilimler verimli sonuçlar doğurmuştur. Fakat genel anlamda Romantizm 18. yüzyıl Aydınlanmacılığının ilerleme, bilim ve kapitalist çıkarıcılığına karşı bir tepkiyi de beraberinde getirir. Romantik sanatçılar kömür ismi ve buharıyla tohum halindeki sanayileşmiş bir topluma karşı *yozlaşma* eleştirisi yapmışlardır. Romantizmin amblemi haline gelen şair Novalis'in (1772-1801) *Geceye Öngü* kitabı ve şiirleri Romantizm için bir tür alamete dönüşmüş; gece, ormanlar, antik yapı enkazları, alacakaranlık, gün batımları, yıkık şatolar, Gotik yapılar ve tekinsizlik, sevilen temalar ve imgeler haline gelmiştir.

Romantizm -sadece çizginin değil; hareket, ışık ve gölgenin formu oluşturduğu bir yaklaşım olarak- hem Baroğun hem de Rokoko üslubunun büyük birikimini kullanmakla beraber, resme yeni duyumsama alanları, imgeler ve zenginlikler ekleyecektir. İnsan figürü, mitolojik ya da dini sembolizm ve alegoriler olmadan, sadece manzaradan alınan estetik hazı ve tefekkürü Romantizme borçluyuz. Romantik sanatçılar ağaçlar, dağlar, terk edilmiş bir sandal, enkaz halindeki bir yapı veya güneşin batışı gibi öğeler aracılığıyla günümüzde hala yaşayan, vazgeçilmez bir duyumsama ve resimsellik (picturesque) yaratmıştır.

Alman Romantizmi'nin en önemli isimlerinden Caspar David Friedrich'in (1774-1840) tabloları manzaraya dair bu yeni görsel algılama biçiminin kurucu örnekleri arasındadır. *Sis Denizi İçindeki Kaşif* isimli resimde sisler içinde sırtını bize dönmüş bir figür, dimdik ve büyük bir özgüvenle uçurumdan sarp dağlara,

bulutlara bakmaktadır. Romantizmin görsel simgesine dönüşmüş olan bu resim, sanattaki en bilinen (bazılarına göre ise ilk) sırttan kadraj (Die Rückenfigur) örneğidir. Önünde uzanan manzaraya bakarak derin düşüncelere dalmış olan romantik birey imgesi daha sonra sinemayı da etkilemiş; özellikle Tarkovsky sinemasında uzun manzara sekanslarında sıklıkla karşımıza çıkmıştır.

“Caspar David Friedrich’in eserlerinde sıklıkla tekrarlanan bir figürle karşılaşırız: ‘Rückenfigur’. Bu figür, eserde izleyiciye arkası dönük ancak manzaranın seyriyle bağlantılıdır. Friedrich’in bu yaratısı, hem kendisinin hem de eserlerinin Kant estetiğiyle bağlantısının çekirdeğini oluşturur. Sanatçının kendisinde Kantçı anlamda dehayı görürken, ‘Rückenfigur’ üzerinden de eserlerinde yücenin resmedilmesine tanık oluruz. Rückenfigur sanat tarihinde önceki diğer tüm figürlerden çok önemli bir açıdan farklıdır. O, resimde sadece sunulan bir nesne değil, aynı zamanda resmin estetik tecrübesinin öznesinin vücut bulmuş şeklidir-basitçe Rückenfigur’e bakmak yerine onunla birlikte bakarız. Ayrıca manzarayla ilgili görüşümüzü Rückenfigur’dan ayırmamız mümkün değildir. Manzaranın daha geleneksel temsillerinden farklı olarak, kendi doğrusu içinde var olduğu için bu tablo bize doğal bir manzara sunma iddiasında bulunmaz ama doğayı bir insan bakış açısıyla gördüğümüzden emin olmamızı sağlar. Kantçı estetik tecrübeye karşılık gelecek bir şekilde bir manzarayı sunmanın yolunu bulmuştur.” (Keskin, 2019, s. 344-345)

Caspar David Friedrich uzun yıllar sanat çevrelerinde hak ettiği ilgiyi görmemiş, ancak 1808 yılında yaptığı *Dağdaki Haç* isimli tablosu ile adından söz ettirmeye başlamıştır.



Şekil 8. *Der Wanderer über dem Nebelmeer*, Caspar David Friedrich, 1818

“115’e 110 cm boyutlarındaki bu çalışma, alacakaranlığın içinde devasa çam ağaçlarının şekillendirdiği bir tepede, karanlık bir suret olarak çarmıhtaki İsa tasviridir. Muhtemelen tarihte ilk kez bir yağlıboya tabloda çarmıh ve İsa’nın bedeni yakından ve cepheden değil, yandan ve karanlığın içinde, belli belirsiz bir şekilde resmedilmiştir. Tablo, izleyiciyi zorlayan, ulu çamları ulu İsa’dan daha heybetli gösteren bir umutsuzluk ifadesi gibidir. Bu çalışmayı izleyen eseri, Friedrich’in 1808-1810 arasındaki derin mutsuzluğunu adeta teyit eden ‘Deniz Kenarındaki Keşiş’tir (*Der Mönch am Meer*). 110’a 171 cm ebadındaki bu büyük tablo, insanı sonsuz bir belirsizlik sisinin içinde, karayla denizi birbirine karıştıran gizemli bir atmosfer yaratır ve tablonun üst kısmından aşağıya doğru, aydınlık karanlığa ve kasvete dönüşür. Yer gök birbirine girmiştir ve zavallı keşiş bu tabloda küçücük bir detaydan ibarettir.” (Aksakal, 2019)



Şekil 9. *Kreuz im Gebirge*, Caspar David Friedrich, 1808

*Sis Denizi İçindeki Kaşif* tablosu ise hem Rückenfigur hem de İngiliz filozof Edmund Burke üzerinden gelen Kant estetiğinin en temel kavramlarından Yüce'nin estetiği bağlamında belirgin örneklerden biridir. Kant'a göre Yüce, oran, uyum, denge, sınırlılık gibi özellikleriyle tanınan Güzel'den farklıdır. Güzel'in varlıkbilimi Antik Yunan uygarlığından itibaren bu çerçevede tartışılmış bir *orta* ve armoni üzerine temellenerek Antik Yunan ve Roma sanatının merkezine yerleşmiştir. Oysa Romantik Dönem'de Güzel'in estetiği değil, Yüce'nin estetiğiyle karşı karşıyayızdır. *Yüce*, Romantizmle beraber dini anlamın ötesinde insana özgü bir içkinlik, sonsuzluğa dönük bir duygulanım türü haline gelmiştir. Bizim algımızı aşan bir büyüklük, sonsuzluk hissi, fırtına ve şimşek gibi bir güçle karşılaşmak bu hissi doğurur. Sarp dağlar, geniş çöller, okyanus ve gökyüzü bu hissi duyabileceğimiz deneyim alanlarıdır. Yüce, Güzel'de olduğu gibi imgelem-hayal gücü ile anlama yetisi arasındaki bir *uyumdan* değil, tam aksine *uyumsuzluktan* doğar. Ayrıca acı içinde bir uyum olarak da değerlendirilebilir. Yüce deneyimi genellikle hazla karışık bir ürperme ve korku halidir. Yüce deneyimine bir saygı da eşlik eder. Alman Filozof Immanuel Kant, *Yargı Gücünün Eleştirisi* yapıtında Yüce'nin analitiğini uzun uzun tartışır. Kant'a göre Yüce'yi iki türlü deneyimleriz: Matematiksel Yüce ve Dinamik Yüce. Matematiksel Yüce mutlak olarak büyük olandır. Mutlak büyüklük karşılaştırılmaz bir büyüklüktür. Yücelik, ölçsüz olan bir bütünde sayılardan çok, doğada küçük olandan daha büyüğe, daha da büyüğe doğru olan bir ilerlemede kendini gösterir. Yücelik, hayal gücünün sınırsızlığın içinde, aklın ideleri karşısında hiçliğe doğru gitmesinde belirir. Yücelik, hayal gücünün estetik büyüklük hesaplamasının akıl yoluyla büyüklük hesaplaması karşısındaki yetersizliğinden doğar.

Örneğin sonsuzluk fikri kavram olarak kullanılmakla birlikte idrak edilemez. Akılla sınırlanmakla beraber hayal gücü sonsuzluğu ve Yüce'yi dile getirmeye çalışmaktan ve aynı zamanda bu çabanın boşunalığından bir haz duyarak ahlaki bir huşu-saygı içine girer. Dinamik Yüce'de ise hayal gücü alt edilemez doğanın güçleriyle karşılaşır. İnsan alt edemediği bu doğal (dinamik) güce direnirse Yüce hissi doğar. Burada asıl önemli olan şudur: Doğal güçler üzerimizde öyle bir korku yaratmalıdır ki, bu korku herhangi bir tehdit yahut baskı unusrunu barındırmamalıdır. Eğer tehlikeli bir durum söz konusuysa, burada yücelik duygusu ortaya çıkmaz.

“Kant'ın verdiği örneklerden yola çıkarsak, gözdağı veren kayalar, fırtına bulutları, volkanlar, iri okyanus dalgaları ya da şiddetli bir gök gürültüsüyle güvenli bir ortamda karşılaşsaksak, estetik bir hoşlanmanın nesnesi olabilirler. Ancak batacak bir gemiden görünen iri okyanus dalgaları ya da açık alanda yapayalnızken gördüğümüz şimşekler, tehlikeli bir ortamda karşı karşıya kaldığımız için estetik yargının nesnesi olmazlar.” (Keskin, 2019, s. 123-124)



Burası gerçekten önemlidir. Yüceyi deneyimlemek güvenli bir mesafe talep eder. Yani bizi etkileyemeyecek bir mesafeden deneyimlenmelidir. Oluşan bu yüce hissi içimizdedir. Dinamik Yüce hayal gücümüzü genişleterek ilerler.

Başta Caspar David olmak üzere romantik sanatçılar bu Yüce kavramı ile estetik bir ilişki içindedirler. Caspar David için doğa Tanrı'nın alanıdır. Almanya'nın kuzeyindeki Rügen bölgesinin sarp dağları, denize inen falezleri, kireç taşları, yıkıntı halindeki Gotik kiliseler, yaprakları dökülmüş ağaçların ölümü hissettiren melankolisi, gece parlayan ay ve gün batımları... Tüm bunlar doğanın kendisinde görüp kendi içinde karşılığını bulduğu Yüce'nin dehşetini duymuş olan ressamın bizim manzara anlayışımıza kattığı zenginliklerdir.

Romantizm'in yeni görme biçimlerinin en önemlilerinden biri de *enkaz estetiğidir*. Aydın ve sanatçılar köylü Alman halkının geleneklerine dönerek Orta Çağ imgesini *yeniden* hayal ederler. Enkaz halindeki Gotik yapılar ve Alman kırsalı, 1810'larda Napolyon işgaline karşı Germetik-Alman kökenlerine dönen Alman aydınlarının folklorünü idealize eden ön-milliyetçi bir ethosla da ilişkilidir.

“Friedrich'in 95'e 75 cm ebatındaki eseri 'Sisler Bulutunun Üzerindeki Gezgin', modern Alman resminin yanı sıra Romantik bireyin tanımı bakımından da devrimci bir etki yaratmıştır. Tek başınlığıyla toplumsal dünyanın uzağında, çok uzağında olan; daima yaşamla ölüm arasında duran; korku ve heyecan duygularının iç içeliğini en uçlarda yaşayan; dünyaya tepeden bakan, ama yüce bulutlardan ve dipsiz bir uçurumdan başka bir şey de göremeyen soylu ve mutsuz bir ruh... Tabloda, zamanı seyredencesine durgun görünen genç adam düşüncelere dalmış; yüzüne vurup saçını havalandıran rüzgârla birlikte belki yaşama gücünü tazeliyor, belki de intiharı düşünüyor gibidir. Aylak Adamın sırtının bize dönük oluşu, düşüncelerine dair bir çıkarımda bulunmamızı imkansızlaştırmaktadır. Tablonun içine içine çekilen izleyicinin kulağına adeta uçurum kenarında esen rüzgârın uğultusu gelir. Ve bugün birçok kişi için, yüzünü göremediğimiz bu meçhul adam, Nietzsche'nin *Übermensch*'idir...” (Aksakal, 2019)

##### 5. Manzara ve Modernizm

Romantizmin manzarayı içkinleştiren, Yüce ve melankolik duyumsamalarla yoğunlaştıran anlayışı, resmi insansızlaştırarak (duygusal bir içkinlik olarak insanileştirerek) *kendi kendisi* haline getirmişti. Kutuplarda bir gemi enkazı, batan güneş, yalnız ağaçlar, kulübelere, denizin üstüne vuran dolunayın şavkı ve mum ışığı figüre gerek olmadan, dini sembollere ihtiyaç duyulmadan insani duyguları yansıtıyordu. Brueghel gibi Hollandalı ressamlardan gelen birikim geniş kadrıkları, resim yüzeyinde gittikçe daha geniş bir alan kaplamaya başlayan gökyüzü-ufuk çizgisi ve detaycılığıyla yeni bir görme biçimi kuruyordu.



Şekil 10. *Wivenhoe Park*, John Constable, 1816

Fakat John Constable (1776-1837) ve Joseph Mallord William Turner (1775-1851) gibi İngiliz ressamlar, Romantizm akımından etkilenmekle beraber Romantizmin ötesinde bir anlayış ve teknikle manzaraya yeni bir yaklaşım getirmiş ve İzlenimcilik ile iyice görünür hale gelecek olan Modernizme

öncülük etmişlerdir. Resim sanatının sınırları dahilinde bir akım olarak 19. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan Natüralizmin (Doğalcılık) önemli isimlerinden Constable, hafif boya sürüşü, sakin, ferah ve lirik duygusu ile güneşin parlaltısını hissettiren çimenler, dağlar ve kulübeler boyamıştır. Natüralizm sanat tarihi açısından sıkıntılı bir terimdir; 17. yüzyıldan beri geleneğin kısıtlamaları olmadan, güzelin yanında çirkin, yani doğayı olduğu gibi konu edinen yapıtlara referansla kullanılır. Natüralizm, gündelik çalışma hayatından sahnelere odaklanan Fransız resim okulu Realizm'in (Gerçekçilik) mirasını kısmen devralır ve onu Romantik manzara resminin teknikleri ile kaynaştırır. Constable'ın manzaralarında -örneğin Caspar David'de gördüğümüz gibi- melankolik bir atmosfer, alegorileri anımsatan renk armonileri ya da insanı dinsel bir tınıyla sarsan yücelik hissini görmeyiz. Bununla birlikte resimleri şüphesiz Romantizm'den izler taşır; endüstri devriminin şafağında kömür ve isle kaplanmış kentlerin, sınıfsal gerilimle yüklü toplumsal alanın dışına-doğaya çekiliş onda da vardır. Fakat Constable titreşimlere açık boya sürüşü ve ışık-gölgelerindeki zamansallık hissiyle izlenmesi daha kolay ve geniş kitleler tarafından sevilen bir manzara resminin ilk öncülerindedir. Resimlerinde daha sonra yaygın bir forma dönecek olan boyanın görünürlüğü -Cézanne'da somutlaşacak olan- *yassılaşımda* hissedilir.

William Turner ise eskiz hissi veren jestüel fırça darbeleri, dışavurumcu yaklaşımıyla Romantik manzarayı İzlenimci bakış açısına taşıyan en önemli ressamlardan biridir. Özellikle gün içinde değişen rengin farklılıklarına ve hızına ilgi göstermiş, fırça izi ve vuruşu bu hızı tuvale yansıtmaya heyecanını dışa vurmuştur. Ünlü sanat eleştirmeni John Ruskin onu "Doğanın ruh hallerini en heyecan verici ve doğru bir şekilde ölçebilen" sanatçı olarak tanımlar. Turner daha önce hiçbir manzara ressamının ele almadığı temaları da resme dahil etmeyi başarır. 1830'lerden sonra yaygınlaşan ve endüstri-makine çağının simgesi olan tren-lokomotifi, yani insanlık tarihinin o güne kadar gördüğü en hızlı taşıtı manzarayla beraber ele almış, örneğin 1844 tarihli *Yağmur, Buhar ve Hız - Büyük Batı Demiryolu* isimli resmi, içine girilen modern makine çağının amblemine dönüşmüştür.

Resimde ışık, bulutlar ve doğanın kendisiyle beraber karanlığı yırtıp gelen, bir mermi hızıyla formunu silikleştiren lokomotif görürüz. Fıskıran bir ışık demetinin izlenimidir bu. Hız ve yağmur, şiddetli ışıkla yoğunlaşarak forma direnir. Resim bu belirsizliğiyle döneminin Akademik, Neo-Klasik akımları düşünüldüğünde izleyiciye yapılmış bir hakaret gibidir. Yine 1839 tarihli *Savaşan Temeraire* isimli resimde endüstri çağının buharlı gücü ile ıskartaya çıkmış fakat İngiliz donanmasının bir zamanlar gururu olan Temeraire'i; Trafalgar Savaşı'nda gösterdiği kahramanlık performansı ile ünlü, ikinci sınıf bir savaş gemisini görürüz. Turner bu eserinde Kraliyet Donanması'nın efsanevi savaş gemisinin başarı dolu günlerinden yıllar sonra bir römorkör tarafından çekilerek hurdaya giden yolculuğunu gösterir. Devasa yelkenli kalyon, küçük bir buharlı römorkör tarafından tarihin dışına atılmıştır. Denizin uğultusu, günbatımı, bulutların dalgalanması elbette romantik hisler uyandırır; ancak resim bunların ötesinde bir gerçekliği de modern insanın sancılı yüzüne çarpar. Hızlı fırça darbeleri ile gördüğünü değil hissettiğini yansıtan Turner, döneminin akademik çevreleri tarafından savruk bulunsa da sonradan gelecek modernistler için çığır açıcı sanatçılardan olacaktır.



Şekil 11. *Rain, Steam and Speed – The Great Western Railway* William Turner, 1844

1824 yılında Paris Salonu'nda John Constable'ın eserleri sergilenmiş; Jean-Baptiste-Camille Corot (1796-1875) ise İzlenimcilikten Art İzlenimciliğe (başta Cézanne olmak üzere) modern sanatçıları en çok etkileyen manzara ressamlarından biri olmuştur. Her ne kadar gelecek yüzyılın malzemeye derdi olan ve doğaçlamayı keşfeden sanatçıları açısından öncü olsa da, İzlenimcilerden farklı olarak Neo-Klasisist üsluptan izler taşıyan Corot'nun sınırlı paletini sepya tonları ile açık ve koyu grileri kullandığı armoniler belirlemiş; dingin ve ölçülü atmosferi ile yarattığı şiirsellik doğaçlamaya yatkın olmakla beraber, çoğunlukla kontrollü fırça darbeleri ve üzerinde düşünülmüş kompozisyonlar tarafından belirlenmiştir.

Modernizme giden süreçte Constable ve Corot gibi ressamlardan da esinlenen sanatçıların yer aldığı Barbizon Okulu, manzara resminde ayrıca önemli bir yere sahiptir. Ekol ismini ressamların bir araya geldikleri Fontainebleau (Fransa) yakınlarındaki Barbizon köyünden alır. 1840'larda manzara resimlerine yönelen Theodore Rousseau, Charles Daubigny ve Jean François Millet gibi isimler, boya teknolojilerindeki ilerleme-resim malzemelerinin taşınabilir hale gelmesi dolayısıyla doğa içinde çalışan ilk öncü ressamlar olmuştur. 19. yüzyılda kimya sanayi boyanın sıkılabılır tüpte uzun süre kurumadan kullanılmasını mümkün kılmış ve resim malzemelerini ucuzlaştırmıştı. Bu gelişmeler daha sonra İzlenimciler olarak adlandırılan ressamların ve Vincent van Gogh gibi Art İzlenimci-Post Empresyonist sanatçıların kalın boya tabakaları uygulamalarını, görünür fırça izleriyle tuvale boya fışkırtmalarını da olanaklı kılmıştır.

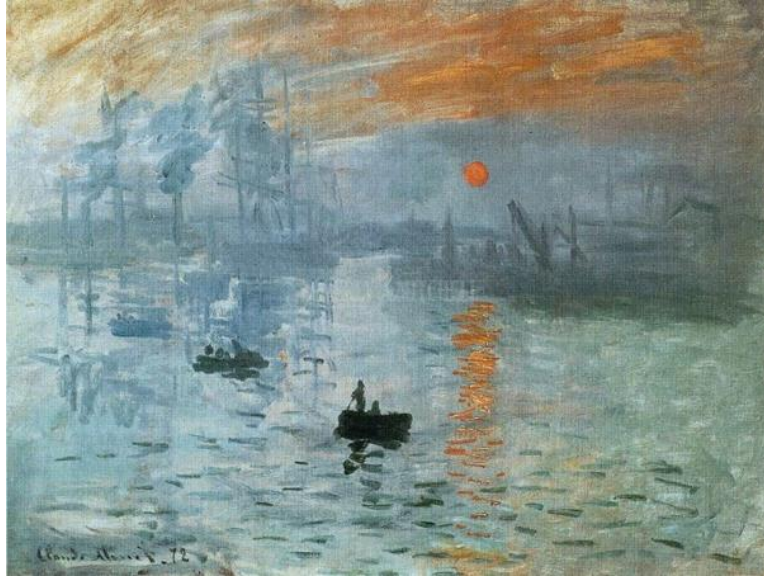
“O zamana kadar boyanın yapımı, nakliyesi ve kullanımı zordu. Çoğu boya, toz haline getirilmiş pigmentler olarak satılıyordu ve sanatçıların kendileri bunları zahmetli bir işlemlerle kullanılabilir bir macuna dönüştürüyorlardı. Eğer bir ressam dışarıda çalışmak isterse, boyalar ağır cam kavanozlar veya hayvan derisinden yapılmış keseler içinde taşınıyordu. Rand'ın 1841'de patentini aldığı icat, boyanın kurşun veya teneke gibi ince, yumuşak madenden yapılmış tüpler içinde satılabileceğini gösteriyordu. Tüpü sıkarak ve bükerek boyanın dışarı çıkması sağlanacaktı.” (Cheshire, 2019, s. 80)

Bu icat gerçekten devrimci sonuçlar doğurur. Nasıl bugün cep telefonlarımız ağırlıkları ve ebatlarıyla çok büyük olan ses kayıt cihazı, telefon, kamera ve fotoğraf makinası gibi teknolojik aletleri cepte taşınabilir kılmışsa, tüp boya da resamlara doğaya çıkma, gün ışığının zamana bağlı değişimini, hızını ve ritmini görme şansı vermiştir. Yüzyıllar boyunca atölye ortamında görülen, mum ışığında zahmetle karılan renkler (genellikle monokromatik toprak renkleri), birden parlak güneşin ışıltısı ve yoğunluğuyla dolmuştur. 1860'lı yıllara gelindiğinde politik devrimlere fotoğraf, arkasından sinema gibi devrimci icatlar eşlik eder. 1827'de Joseph Nicephore Niepce tarafından çekilen ilk fotoğraftan itibaren bu yeni görsellik, insanlığın manzaraya ve dünyaya bakışını kökünden değiştirerek başta resim olmak üzere sanatı ve sanatçıları da etkilemiştir. İlk başta portre gibi alanlarda resme rakip olarak düşünülen siyah-beyaz fotoğraf,

ressamları daha önce çok düşünmedikleri alanlara sürüklemiş; yakın plan, kadraj ve çoklu bakış resme yeni soluklar getirmiştir. Klasik, Gotik, Rönesans, Barok, Rokoko ve Romantizm gibi üslupların yanında artık Modernizm dediğimiz yeni bir alan açılmış, hemen hemen bütün üslupları yeri geldiğinde kendince yorumlayan Modernizm, sanat yapma biçimini kökten değiştirmiştir.

Claude Monet'nin (1840-1926) *İzlenim: Gün Doğumu* isimli tablosu ilk kez 1874 yılında, Paris'teki La Salon Galerisi'nde sergilendiğinde büyük bir şaşkınlıkla karşılanmıştı. İzlenim kentsel bir manzara olmasına karşın eskiz ruhu, belirsizlik, boya izinin görünürlüğüyle daha önce insanların alışık olduğu resimlerden radikal bir şekilde ayrılıyordu. Tek bir rengin farklı ton değerleri ile oluşturulan hacimsellik (Modle) yerine komplementer-tamamlayıcı renk armonileri ile oluşturulan hacimsellik (Modülasyon), özensizlik yahut beceriksizlik gibi algılanan doğaçlama, hatların belirsizliği döneminin izleyicisini şaşırtmıştı. İzlenimci ressamlar açık havada çalışmanın gücüyle manzaranın zamansallığını, renklerin uçuculuğunu ve izlenimlerini formu eriterek vermeye çalışıyorlardı.

Édouard Manet'nin 1862-1863 yılları arasında tamamladığı tartışmalı tablosu *Karda Piknik*, Rönesans'tan itibaren alışık olunan kırsal manzarayı ve alegorik anlatımı şok edici bir ironiye çeviriyordu. Modernizmin bizzat malzemenin kendisine (boya-renk, yapma biçimi) dönüşmesi, konuyu önemsizleştirilmesi-hemen her şeyi konu edinmesi ve uçuculuğu, bizzat manzara resmi üzerinden bir hesaplaşmayla gerçekleşiyordu. Manet, kır manzarasının ortasına çarpıcı bir kontrast yaratacak biçimde iki *gyinik* erkekle beraber Paris'in tanıdığı bir modelin *çiplak* görüntüsünü koymuş, sanki hiçbir şey olmamış gibi kadını izleyicinin gözlerinin içine baktırmıştı. İroni dolu tehditkar bir bakış ve geçmişin manzara resminin bir parodisiydi bu. İlk İzlenimciler radikal tavırlarıyla tepki görmekte ve dışlanmakta gecikmediler.



Şekil 12. *Impression – Sunrise*, Claude Monet, 1874

Modernizm olarak adlandırılan ve 1840'lardan 1930'lara kadar olan aralık düşünüldüğünde, inançsız (sinik), gelenekleri sarsan *yeni* fikri, burjuva ve kapitalist değerlere karşı başkaldırı, ütopyacılık, öncü sanat (avangart), şok, skandal ve ironi sadece resimle sınırlı kalmıyor; şiir ve edebiyattan toplumsal hareketlere (sosyalizm-anarşizm) kadar çok geniş ve dinamik bir alana yayılıyordu. İzlenimcilikle yapıtını bir *karşı-sanat* ve *yeni yordam* olarak tanımlayan sanatçı, elbette çağının bu çelişkili ve zengin atmosferinin bir parçasıydı. Modernizmi felsefe ve politikayla eşgüdümlü *kendi üzerine düşünümSELLİK* ateşliyordu. *Sanatın neligi* bizzat *resmin* resim olmasıydı. Eskiz orijinal yapıtın kendisine dönüşüyor, kalın boya kullanımı ve belirgin fırça izleri ile içerikten çok *aracın* kendisi *konu* oluyordu.

Bütün bu dönüşümlerle beraber düşünüldüğünde Monet'nin *Saint-Lazare Garı: Trenin Varışı* (1877) tablosu farklı bir manzarayı gösterir. Endüstri çağının *demir atı* buharlı tren, ilk modernist yapılar olan demir, çelik, mühendislik ve camla inşa edilmiş tren garları, daha sonra 1887-1889 yıllarında inşa edilecek

Eyfel Kulesi'nin makine estetiğinin bulutsu-dumansı ve hız çağrışımı mekanına giriyordu. Çağın dili hızlı ve bu çağ, Modernizmin ilk savunucusu ve öncüsü Charles Baudelaire'in Modernizm tarifile örtüşüyor; *gündelik, uçucu, tesadüfi* olanı içeriyordu.

İzlenimcilerden sonra gelen Paul Cézanne (1839-1906), Paul Gauguin (1848-1903) ve Vincent van Gogh (1853-1890) Modernizmin ikinci evresinde yer alan sanatçılar olarak hem üsluba hem de manzara anlayışımıza yeni yaklaşımlar getirmiştir. Cézanne, biçimsel yöntemleriyle Modernizmin en bilinen akımı Kübizme, özellikle Analitik Kübizm olarak adlandırılan dönemde Pablo Picasso ve George Braque'a esin kaynağı olmuş; soyut resmin gelişiminde önemli bir rol oynamıştır. Güney Fransa'nın güneşli atmosferinde ürettiği bazı başyapıt yorumlamalarının ve portrelerin dışında bütün ömrünü neredeyse natüromorta ve manzaraya vermiştir. Cézanne, St. Victoria Dağı'nın İzlenimcilerin parlak ışıkları ve titreşimlerinden, buğulu atmosferinden farklı bir üslupla defalarca resmini yapmıştır. Bu resimler mat ve yassılaştırılmış olmakla birlikte geometrik bir çizgisellik hissi verir ve soğuk bir bakış talep eder. İzlenimcilerin eserlerini *kemiksiz* bulan Cézanne, “doğayı silindir, küre ve koni gibi şekillerle ele almak” gerektiğini savunarak “müze sanatı gibi sağlam bir noktaya varmak” ve “Poussin ağırbaşlılığında resimler yapmak” istediğini belirtmiş; resmin yapısal-biçimsel temeller üzerinde inşa edilmesine yoğunlaşmış; manzara resimleri ile bir duygu uyandırmanın ya da güzel-estetik bir haz yaratmanın ötesinde, manzaranın kendisini resimsel bir problem haline getirmeyi başarmıştır.

“...1870'lerin başında, Pissarro'dan gayri resmi bir eğitim aldıktan sonra (gerçi her zaman kararlılıkla kendine münhasır olmakla beraber İzlenimcilerin paletini paylaştı ve onlarla birlikte sergi açtı) bilinçdışı daha tedbirli oldu. Cézanne sanatının dışavurumcu bir öz-sergilemeden dışavurumcu bir öz-denetime dönüşümü, yüceltmenin canlı bir örneğidir. Cinsellik ve saldırganlık açısından aşırı şiddetli vakalar icat etmekten vazgeçip, serinkanlı, mesafeli ve dikkatle tasarlanmış manzara ve iç mekan resimlerinde, portrelerinde ve özellikle de son döneminde kurguladığı o olağanüstü Yıkılanlar tablolarında görüldüğü gibi, dürtülerine hakim oldu. Gün geçtikçe 20. yüzyıl sanatının egemen kaynağı haline gelerek, darmadağın bir masa örtüsü üzerinde düzenlenmiş olgun, yuvarlak, tatlı elmaların ya da yüz yüze iki kağıt oyuncusunun ya da tekrar ve tekrar sevgili Mont Sainte-Victoire'un resmini yapacaktır.” (Gray, 2017, s. 140-141)



Şekil 13. *Mont Sainte-Victoire*, Paul Cézanne, 1895



Şekil 14. *Wheat Field with Cypresses*, Vincent van Gogh, 1889

Fransa'nın güneyine gelmiş Hollandalı ressam Vincent van Gogh, Aix-en-Provence ve Arles'in yakıcı güneşi, tarlaları ve kasaba evlerinde bambaşka bir manzara görüyordu. Van Gogh dinamik ve kalın fırça vuruşları ile çalkantılı ruh halini dışa vurmuş; van Gogh sarısı olarak bilinen, şizofreni çağrışımlı sarı tonların ağırlıkta olduğu armonileri, döneminin ötesinde sergilediği ekspresif üslubu ile daha sonra Dışavurumculuk olarak adlandırılacak, 20. yüzyılın en önemli akımlarından birini etkilemiştir. Van Gogh'un peyzajları koyu lacivertler, uzayıp giden tarlalar, sert lekeler halinde sürülmüş kara kargalarla daha çok tekinsizlik hissi veren, psikolojik etkisi yüksek bir manzara algısı yaratır. Kendine has fırça sürüşü, Romantik ressamalarda rastlanamayacak duygu patlamaları ile şiddetli, tutku dolu bir içsellik taşır. Sanat tarihi düşünüldüğünde bu yeni bir manzaranın keşfidir. Burada söz konusu olan gerçekliğin temsilinin ya da kütleli formların değil, doğa gözlemine dayalı yaşam coşkusundan kaynaklanan canlı ve ham renklerin yönlendirdiği bir resim dilidir.

Burada hem İzlenimcileri hem de van Gogh gibi İzlenimcilik sonrası ressamları etkileyen Uzak Doğu sanatına da değinmek gerekir. 1830'lardan itibaren Paris'te açılan dünya fuarları dolayısıyla Avrupalı sanatçılar, Japon estampları (genellikle ahşap baskı tekniği ile yapılan baskı resimler) ile karşılaşmış ve Japon ustaların gündelik yaşam (Ukiyo-e) manzaralarının etkisinde kalmışlardır. Özellikle *Büyük Dalga* resmi ile tanınan Katsushika Hokusai (1760-1849) gibi ressamlar, birçok modernist sanatçıya Rönesans'tan itibaren Batı resminde görülmeyen yeni bir anlayışın ve mekan algısının olanaklarını göstermiştir.



Şekil 15. Tokaidō Shinagawa Gotenyama no Fuji, Katsushika Hokusai, 1832

Düz renk alanları kullanımı, yüzeye gelen resim dili ve asimetrik kompozisyon anlayışı ile izlenimcilerin plastik dilini belirlemiş olan Uzakdoğu resmi, yüzyıllar öncesinden gelen ve Batı ile büyük farklılıklar gösteren bir manzara resmi anlayışına sahiptir. Budizm'den Tao ve Zen'e Uzakdoğu kutsallığıyla beraber gelişen *Boşluğun* merkeze alan, sakin, duru ve minimal bir görsellik, başta Japonya olmak üzere Uzakdoğu ülkelerinin bakış açısını beslemiştir. Dağlar, nehirler ve su; bitkiler ve bambu kamışları Çin resminde ayrıca önemli unsurlardır.

Boşluk bütün varlıkların temelidir; bardağı var eden Doluluk değil içindeki Boşluktur. Özellikle Çin resminde, "...boşluk kavramı, ortalama bir değer olmasına karşın, ressamın eserinde oluşturduğu izlenimde Dağ, gücül olarak geniş boşluk içinde yitip gitmek için, boşluğa karşıabilecek ya da bunun aksine Su, boşluktan geçiren Dağ gibi gösterebilecekti." (Cheng, 2006 s. 52) Fırça izinin verdiği esin, Tao'ya göre hakikate giden *Yol* anlamına gelerek boşluğu kat edip varlığa ruhani nitelik kazandırır.

"Çizgi çizme eylemi, Gökyüzü'nü ve Toprak'ı -yeryüzünü- birbirinden ayıran ve Kaos'un içinden Tekil olanı bulup çıkaran değerle uyum yaratır. Resimde fırça ile oluşturulan İz (Çizgi), insanın gizemli itkilerinin ve uyumla dolu değerlerinin yer aldığı On binlerce varlığı, yani Gökyüzü-Yeryüzünü, Ying-Yang'ı aynı zamanda Esin kaynağını temsil eder." (Cheng, 2006, s. 104)

Resmin bütününü; dağları, bitkileri ve nehirleri kapsayan geniş boşluk (espas), 15. yüzyıldan itibaren perspektif bakışla mekanı istif ve doluluğa karşı düzenleyen kademeli bir *özne* bakışını ayrıcalıklı kılar. Bu espas anlayışı Batı resminin çok uzağındadır. İzlenimcilerden itibaren gelen ve özellikle Degas'nın balerinleri konu alan resimlerinde karşımıza çıkan asimetrik zemin boşluklarında fotoğraf kadar -özellikle kadrajın dışında devam eden atektonik (açık) kompozisyon anlayışı ile- Japon baskılarının da etkisi vardır.



Şekil 16. *Landscape at Collioure*, Henri Matisse, 1905

19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında hem Cézanne'dan hem de van Gogh'un renklerinden etkilenen, ham-düz renk sürüşleri ve tonlamadan kaçınmaları dolayısıyla *Vahşiler-Fovlar* olarak anılan Matisse gibi ressamalarda da bu yoğun Uzak Doğu etkisi görülür. Matisse ham renkleri kullanarak tonlamayı ortadan kaldırmış, ilkel toplumların ya da çocukların çizgilerini andıran parlak renkli kompozisyonlar kurmuştur. Bu yaklaşım Batı sanatının ve İzlenimcilikle başlamış olan Modernizmin yeni bir evresini ve aynı zamanda yeni manzara anlayışını (ya da manzarasızlaşmayı) gösterir. Rönesans ve 16. yüzyıl sonrası Barok altın çağı ile kutsanan, Hollanda-Flaman resmi ile gündelik gerçeklik ve *sakinlik* ile tanışan, Romantik dönem ile içselleşen mekanlarla birlikte görünür olana benzerlik kaygıları geri dönülmeyecek şekilde terkedilecektir. Sanat on binlerce yıl öncesinin mağara resimlerindeki anlayışa dönmüştür.

20. yüzyıla gelindiğinde modernistler deforme edilmiş biçimler ve anti natüralist renklerle (Fovizm-Ekspresyonizm) resmi görünen dünyaya benzemekten kurtarmışlardır. Çoklu-dinamik perspektif ve geometrik formellik (Kübizm) gibi yenilikçi yöntemlerin önünü açtığı kolaj-fotomontaj-asamblaj teknikleri ile gündelik hayattan nesnelere resim yüzeyine monte edilmiş, hatta söz konusu nesnelere boya, çamur gibi geleneksel malzemelerin yerini alacak birer araca (medium) dönüşmeye başlamıştır. Böylece araçlar kendi üzerlerine kıvrılmış; temsil edilen nesne (örneğin Picasso'nun Bambu Sandalyeli Natürmort'unda kullandığı bambu) doğrudan o nesnenin kendisi ile gösterilmeye başlanmıştır.





Şekil 17. *Night Birds*, Edward Hopper, 1942

20. yüzyıl Modernizmi 1945 sonrasına kadar devam eden dönemde onlarca avangart akımla (Fütürizm, Sürrealizm, Konstrüktivizm, Soyut Sanat, Minimalizm) geçmişin hem sanat hem de manzara anlayışını kökünden değiştirmiştir. Özellikle 1914 Birinci Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında Dada gibi akımlar hazır nesneyi; skandal, şok ve kavramsallığı bizzat sanatın (ya da sanat olmayanın) alanına sokma cesaretini gösterecektir. Duchamp, 1917 tarihli *Çeşme* yapıtı ile sıradan bir pisuarı müzeye sokmayı başarırken, 1950'li yıllarda Andy Warhol gibi öncüler Pop-Art ile bir çorba konservesini ya da *Brillo Kutusu* gibi bir markanın bulaşık süngerini sanat haline getirme becerisini göstermiştir. Elbette 20. yüzyılda hatta günümüzde geçmişin Romantik ya da Klasisist üslupları veya Barbizon Okulu gibi ekolleri etkisini sürdürecektir; geniş kitleler tarafından sevilen İzlenimci manzaralar üretilmeye devam edecektir. Fakat ray değişmiştir artık. 1930'larda Andrew Wyeth (1917-2009) ve Edward Hopper (1882-1967) gibi Amerikalı ressamlar yeni kıtanın geniş ve ıssız topraklarını resmederken yalnızlık duygusunu yansıtmışlar; tekinsiz otoyolları ve benzin istasyonlarıyla Avrupa'da karşılığı olmayacak kentsel ya da kırsal manzaralara yenilikler getirmişlerdir. 20. yüzyılda sesle buluşan sinemanın milyonlara iletmiş olduğu manzara ise ayrı bir güç olarak hepimizi etkilemeyi sürdürmektedir.

## 6. Sonuç

On binlerce yıl öncesinde ilk insanların mağara duvarlarına yaptığı çizgisel resimlerden Rönesans ile perspektifin güçlendirdiği görselliğe; Barok dönemin hareket ve ışık-gölge ile kurduğu dramatik sahnelerden Romantizm'in yoğun duygulanımlı manzaralarına; resmin kendi araçlarıyla beraber düşünüldüğü İzlenimcilikten Modernizme; hem sanat hem de manzara anlayışımız önemli dönüşümler geçirmiştir. Başta Uzak Doğu sanatı olmak üzere manzarayı daima düşünmüş uygarlıklar göz önüne alındığında, Batı'da gelişen ve bütün dünyada evrenselleşen manzara anlayışı, gerçekçiliği, derinlik algısı ve renk kullanımı ile diğer uygarlıklardan elbette farklıdır. Geçmişin bu birikimi Batı'da geliştirilen fotoğraf ve sinemanın ürettiği görselliğe öncü olmuştur. Fovist ve Kübist sanatçılar ile olgunluğa ulaşan Modernizm ise temsil ve gerçeklikten koparak biçimleri bozup yeni formlar ararken, yüzlerce yıla yayılan görsel bilinci bambaşka düzlemlere taşımıştır. Bugün çağdaş sanat olarak adlandırdığımız süreç disiplinlerarası yöntemlerle hemen her şeyi sanatın -ya da sanat olmayanın- alanına sokarak, geçmişin bütün üsluplarını özgürce yorumlayarak ve Modernizmi yeni bir evreye taşıyarak sanat ve manzara anlayışımızı dönüştürmeye çalışıyor. Günümüzde milyonlarca insan takvimlerden basılı manzaraya, sinemadan dijital ortamlara Pan'ın ruhunu ve coşkusunu taşıyan büyük manzara geleneğini sevmeyi ve ona duvarlarında yer vermeyi sürdürüyor.

## 7. Extended Abstract

The aim of this research is to have a look at landscape painting throughout art history. The subject has been discussed through the paintings of the artists chosen in accordance with the study.

Landscape is primarily intended for a piece of land and nature. English etymology refers to a piece of country. The landscape is also called Panorama. In everyday language, it is defined as a wide view that stretches out in front of eyes when viewed from a high place. It privileges a holistic-inclusive view. The evolution of the concept *panorama* from Greek mythology to today's language is also quite compatible with the modern idea of landscape. Pan is a half-goat-half-human mythological figure in Greek mythology, who lives in the countryside and woods and is located between wilderness and civilization. He is intertwined with music and frequently depicted with his flute. Pan is also characterized by his sexual fervor and rage, his unpredictable nature. Although he belongs to the human world with the upper part of his body, when the lower part is considered he enters the realm of nature.

In this study, it is examined how landscape painting emerged as a genre rather than being a background element in the art of painting. The first landscape as we know is discussed over the background that accompanies the mysterious smile of the Mona Lisa. It is seen that by the sfumato, smoke and fog make significant progress toward the formation of the atmospheric effect and the figure melts into the landscape. However, for a complete fusion, the Baroque period had to come. By German Romanticism in the late 18th century, the landscape came into its own. Nature is still viewed through the eyes of a religious, symbolic, or allegorical tradition.

Dutch painters simplified the painting world which was covered by the gloomy religious spirit. Dutch-Flemish painters paint every detail that has not previously entered the painting, such as the interiors of houses, cities, the daily lives of villagers, or marketplaces. This contemporary life which influenced Hegel in his time had a unique difference from that period. Besides nature, the city itself was transformed into a serene landscape and impressed people with its reality. During the fruitful process from the Renaissance to the 17th century of Baroque and Dutch-Flemish painting, many masterpieces of landscape painting emerged. By the 18th century, the Rococo style, with its overly ornamental attitude and flamboyant style, was beginning to see nature as a field for picnics, pools, and dating. But the Romantic movement would not delay in making a new revolution in our understanding of the landscape and transferring this accumulation to 20th century Modernism.

The Romantic notion which internalizes landscape and intensifies it by means of sublime and melancholic sensation has unmanned landscape. A sunken shipwreck at the poles or sun settings were now reflecting human emotions without any need for humans, or religious symbols. Dutch painters such as Brueghel were establishing a new way of seeing by using wide frames with horizon lines.

It can be observed that at the end of the 19th century and at the beginning of the 20th century, Far Eastern influence is intensely seen in the works of painters who were influenced by both Cézanne and van Gogh. Matisse eliminated tonality by using raw colors and created brightly colored compositions resembling drawings of primitive societies or children. This approach shows a new phase of Western art, as well as a new understanding of landscape.

In the 20th century, modernists, especially Pablo Picasso distorted form and freed painting from the concern of resembling real life by using multiple perspectives. While rendering everyday objects the subject of art by techniques such as collage-photomontage-assembly, they also started to use these objects as mediums to replace traditional materials such as paint and mud. So the mediums curled up on themselves; the object represented started to be presented directly with that object itself.

In this study, it was also tried to draw attention to how 20th Century Modernism radically changed the understanding of both art and landscape of the past through dozens of avant-garde movements. Dada, for instance, used readymade-everyday objects and succeeded in bringing scandal, shock, and conceptuality into the realm of art. In the 20th century and even today the Baroque, Romantic, and Barbizon styles continue to exist or the landscapes of Impressionism which are loved by the masses continue to be produced. However, the track has changed now. Yet in the 1930s, American painters such as Andrew Wyeth and Edward Hopper reflected the feeling of loneliness while painting vast and desolate lands of the new continent and brought innovations to urban or rural landscapes that could not be matched in Europe.

The understanding of landscape conveyed to millions by the possibilities of cinema, which was intertwined with sound continues to impress us all as a separate competence.

**Keywords:** Landscape, Renaissance, Romanticism, Modernism, Sublime, Dutch Painting

### Kaynakça

- Aksakal, H. (2018, 20 Mart). *Romantizm nedir?*. Eleştirel Kültür. <https://www.ekdergi.com/romantizm-nedir/>
- Aksakal, H. (2019, 16 Eylül). *Uçurum kenarındaki ressam: Caspar David Friedrich*. Eleştirel Kültür. <https://www.ekdergi.com/ucurumun-kenarindaki-ressam-caspar-david-friedrich/>
- Artun, A. (2019, 19 Ocak). *Bakış açısı, perspektif ve öznenin oluşumu*. E-Skop Sanat Tarihi Eleştirisi. <https://www.e-skop.com/skopbulten/bakis-acisi-perspektif-ve-oznenin-olusumu-ulus-baker-okumalari/4348>
- Bonnefoy, Y. (2018). *Dinler ve mitolojiler sözlüğü-2*. (E. L. Yılmaz, Çev.) Alfa Yayınları.
- Brueghel, P. (1560). *Landscape with the fall of Icarus* [Tuval üzerine yağlıboya]. The Royal Museums of Fine Arts, Brussels, Belgium. <https://donusumler.blogspot.com/2019/03/ikarusun-dusus-srasnda-bir-manzara.html>
- Cézanne, P. (1895). *Mont Sainte-Victoire* [Tuval üzerine yağlıboya]. Barnes Foundation, Lower Merion, Pennsylvania, PA, United States. <https://www.wikiart.org/en/paul-cezanne/mont-sainte-victoire-3>
- Cheng, F. (2006). *Boşluk ve doluluk*. (K. Özsezgin, Çev.) İmge Yayınları.
- Cheshire, L. (2019). *Sanatın önemli anları*. (E. Açıkanal, Çev.) Hep Kitap.
- Constable, J. (1816). *Wivenhoe Park* [Tuval üzerine yağlıboya]. National Gallery of Art, Washington, United States. [https://arthive.com/johnconstable/works/342538~Wivenhoe\\_Park\\_Essex](https://arthive.com/johnconstable/works/342538~Wivenhoe_Park_Essex)
- da Vinci, L. (1503-1506). *Mona Lisa* [Yağlıboya]. The Louvre, Paris, France. <https://www.istanbulsanatevi.com/sanaticilar/soyadi-d/da-vinci-leonardo/leonardo-da-vinci-mona-lisa-548/>
- de Hooch, P. (1665). *A game of ninepins* [Tuval üzerine yağlıboya]. Waddesdon Manor, Buckinghamshire, United Kingdom. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pieter\\_de\\_Hooch,\\_A\\_Game\\_of\\_Ninepins,\\_c.\\_1665\\_at\\_Waddesdon\\_Manor.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pieter_de_Hooch,_A_Game_of_Ninepins,_c._1665_at_Waddesdon_Manor.jpg)
- Della Francesca, P. (1495). *Città ideale* [Ahşap üzerine tempera]. Galleria Nazionale delle Marche, Urbino, Italy. <https://www.istanbulsanatevi.com/sanaticilar/soyadi-f/francesco-piero-della/piero-della-francesco-ideal-sehir-7269/>
- di Bondone, G. (1306). *Lamentation* [Islak Sıva üzerine fresk]. Scrovegny Chapel, Padua, Italy. <https://sites.google.com/a/pitt.k12.nc.us/dhconleyvisualarts/foundations-level/first-15/2nd-6-weeks/week-8-middle-ages-500-1400>
- Etimoloji Sözlüğü, (t.y.). *Manzara*. 10.01.2022 tarihinde <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/manzara> adresinden erişildi.
- Friedrich, C. D. (1818). *Der Wanderer über dem nebelmeer* [Tuval üzerine yağlıboya]. Kunsthalle, Hamburg, Germany. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Bulutlar%C4%B1n\\_%C3%9Czerinde\\_Yolculuk](https://tr.wikipedia.org/wiki/Bulutlar%C4%B1n_%C3%9Czerinde_Yolculuk)
- Friedrich, C. D. (1808). *Kreuz im gebirge* [Tuval üzerine yağlıboya]. Gemaldegalerie, Dresden, Germany. [https://en.wikipedia.org/wiki/File:Caspar\\_David\\_Friedrich\\_-\\_Das\\_Kreuz\\_im\\_Gebirge.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:Caspar_David_Friedrich_-_Das_Kreuz_im_Gebirge.jpg)
- Gray, P. (2017). *Modernizm*. (S. Erduman, Çev.) Everest Yayınları.
- Hegel, G. W. (2015). *Estetik*. (T. Altuğ-H. Hünler, Çev.) Payel Yayınları.
- Hokusai, K. (1830-1832). *Tōkaidō shinagawa gotenyama no Fuji* [Tahta oymabaskı baskı ve kağıt üzerine mürekkep]. Museum of Fine Arts, Boston, United States. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/55223>
- Hopper, E. (1942). *Night birds* [Tuval üzerine yağlıboya]. Art Institute of Chicago, United States. <https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/american-art-to-wwii/social-realism/v/edward-hopper-nighthawks-1942>
- Keşkin, G. (2019). *Kant estetiği ve romantizm*. Alfa Yayınları.

Karaorman, T. (2018, 12 Şubat). *İkarus'un Yükselişi ve Düşüşü*. Tarihli Sanat. <https://www.tarihli-sanat.com/ikarus-yunan-mitolojisi/>

Karatani, K. (2004). *Derinliğin keşfi*. (D. Çetin Güven-İ. Öner, Çev.) Metis Yayınları.

Lorrain, C. (1658), *Landscape with David and the three heroes* [Tuval üzerine yağlıboya]. The National Gallery, London, United Kingdom. [https://arthive.com/artists/1223~Claude\\_Lorrain/works/2777~Landscape\\_with\\_David\\_and\\_three\\_heroes](https://arthive.com/artists/1223~Claude_Lorrain/works/2777~Landscape_with_David_and_three_heroes)

Matisse, H. (1905). *Landscape at Collioure* [Tuval üzerine yağlıboya]. The Museum of Modern Art, New York, NY, United States. <https://tr.pinterest.com/pin/280912095492168184/>

Monet, Claude. (1874). *Impression, sunrise* [Tuval üzerine yağlıboya]. Musée Marmottan Monet, Paris, France. <https://www.beverlymitchell.com/impression-sunrise-by-claude-monet/>

North, M. (2014). *Hollanda altın çağ'ında sanat ve ticaret*. (T. U. Belge, Çev.) İletişim Yayınları.

Şimşek, A. (2020, 24 Mart). *Panorama ya da manzaranın icadı*. Eleştirel Kültür. <https://www.ekdergi.com/panorama-ya-da-manzaranin-kesfi/>

Turner, W. (1844). *Rain, steam and speed – the great western railway* [Tuval üzerine yağlıboya]. The National Gallery, London, United Kingdom. <https://www.pinterest.co.uk/pin/309200330662268617/>

van Gogh, V. (1889). *Wheat field with cypresses* [Tuval üzerine yağlıboya]. The Metropolitan Museum of Art, New York, NY, United States. [https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Vincent\\_van\\_Gogh\\_-\\_Wheat\\_Field\\_with\\_Cypresses\\_-\\_Google\\_Art\\_Project.jpg](https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Vincent_van_Gogh_-_Wheat_Field_with_Cypresses_-_Google_Art_Project.jpg)

Vorsterman, L. II. (1614-1679). *Satyr with grapes and two tigers* [Gravür baskı]. The Metropolitan Museum of Art, New York, NY, United States. <https://www.pinterest.co.kr/pin/744853225858064168/>

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.


#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# The University Students' Awareness of Hyperreality on Social Media and Problematic Social Media Usage: A Qualitative Study

Huri Deniz KARCI\* 

## ABSTRACT

How social media has changed people's perception of reality is a question of debate in recent years. Excessive social media usage particularly among young people has begun to worry parents, educators and youth researchers. Hence; the study aims to detect how young people are aware of their social media usage and their ability to differentiate the reality between social media and their normal life. The 3<sup>rd</sup> grade Graphic Design students, consisting 30 persons of population, in a university in Konya started a social responsibility project called "ThisIsNotYourLife" in the first term of 2021-2022 academic year. Regarding the fact that those students have an awareness in a certain extent, the sample was crewed from this population. 27 of the population participated in the study to make an in-depth interview. Thematic analysis was employed depending on Baudrillard's *Simulations Theory* and Griffiths' addiction variables used in *the BSMAS* as SM addiction components. The study concluded young people could hold a balance between the reality of their normal life and social media life and control their social media usage if they are given an awareness task or training. The study is thought to make contributions to social media usage research and professionals who work on young people's addiction behavior.

**Keywords:** Hyperreality, Social Media, Problematic Social Media Usage, Simulation, Social Media Addiction, Young People

## Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Hipergerçeklik ve Problemlili Sosyal Medya Kullanımı Açısından Farkındalıkları: Nitel Bir Çalışma

### ÖZ

Sosyal medyanın, insanların gerçeklik algısını nasıl değiştirdiği son yıllarda bir tartışma konusu haline gelmiştir. Özellikle gençlerin aşırı sosyal medya kullanımı, ebeveynleri, eğitimcileri ve gençlik araştırmacılarını endişelendirmeye başlamıştır. Bu anlamda; bu çalışma, gençlerin, sosyal medya kullanımlarının ne kadar farkında olduklarını ve sosyal medyadaki ile normal hayattaki gerçekliği nasıl ayırt ettiklerini tespit etme amaçındadır. Konya'daki bir üniversitede 30 kişilik bir evreni oluşturan 3. Sınıf Grafik Tasarımı öğrencileri 2021-2022 akademik yılının ilk döneminde "Hayatın Bu Değil" adlı projeyi başlatmışlardır. Bu öğrencilerin belli bir düzeyde farkındalıkları olduğu düşüncesinden yola çıkılarak, örneklem bu evrenden oluşturulmuştur. 27 kişi çalışmaya katılım sağlayarak derinlemesine görüşme gerçekleştirmiştir. Baudrillard'ın *Simülasyon Kuramı* ve Griffiths' in *BSMAS* ölçeğinde bulunan bağımlılık değişkenleri olarak SM bağımlılık bileşenlerine dayanarak tematik analiz yapılmıştır. Çalışma, gençlerin, normal hayatlarında ve sosyal medyadaki hayatlarında bulunan gerçeklik arasında denge sağlayabildikleri ve kendilerine bir farkındalık görevi veya eğitimi verildiğinde sosyal medya kullanımlarını kontrol edebildikleri sonucuna varmıştır. Bu anlamda; çalışmanın, sosyal medya araştırmalarına ve gençlerin bağımlı davranışlarına yönelik çalışmalar yapan profesyonellere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hipergerçeklik, Sosyal Medya, Problemlili Sosyal Medya Kullanımı, Simülasyon, Sosyal Medya Bağımlılığı, Gençler

### 1. Introduction

Social media usage has become an indispensable part of daily life. Gradually increasing social media usage by particularly young people has caused a kind of worry about the youth's future among parents, educators and professionals who show interest in young people. The most recent remarkable data in social media usage is as follows (Kemp, 2022):

As *Digital 2022 Global Overview April Report*, which was presented by the partnership of *We Are Social* and *Hootsuite*, states today 4.95 billion of 7.91 billion of worldwide population use the Internet. 4.65 billion of the total number of the Internet users are active social media users of which 45.8% is female users and 54.2% is male users. Thus; 58.7% of the worldwide population is reported to be active social media users, which means more than a half. According to year-on-year change data, 326 million (7.5%) more people have started to use social media. While The United Arab Emirates (114.8%) has the biggest number of social media users, Nigeria (16.1%) has the least number. Most of the countries are seen to have a

\* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Medipol Üniversitesi, huri.karci@ankaramedipol.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 15.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 01.11.2022

percentage of 80. Turkiye (83.7%) is one of them which ranges in the middle. The age range comparison in the report shows that only in the-60+ years old users the female individuals are more than the male and the numbers of the both genders are exactly equal to each other in the range of 50-59 years old. In the rest of other ranges such as 13-19, 20-29, 30-39 and 49-49 male users are more than the female ones. Another remarkable datum is about the average daily time spent on social media: 2 hours 29 minutes. In comparison to the previous year, 2 minutes (1.4%) are added for the daily usage of social media. According to the age range of daily social media usage time, 16-24 year-old young people are seen to spend the longest time while 55-64 year-old spend the least time and the median age spends mean time.

Besides, the matter of reality in young people's social media life and normal life has begun to be questioned. To keep safe and secure as individuals who take actions such as sharing posts, spending time, following specific people on social media is vital particularly for young people in order to lead a healthy and balanced life in future. This could be indicated as the core of digital citizenship and digital well-being which result from keeping a balance and consistence between online and offline life styles.

Recent statistics of the year 2022 on *We Are Social* show the three most frequent reasons for social media users to use SM are lined as: *keeping touch with friends and family*, *filling spare time* and *reading news stories*. Whereas the least frequent reasons are *supporting and connecting with good causes*, *avoiding missing out things (FOMO)* and *posting about their life* (Kemp, 2022). Research has also presented various reasons particularly why young people and adolescents, who are the most frequent users, use social media: to socialize and interact with other people mostly including family members and friends, to be appreciated and followed, and to have fun (Kwon & Wen, 2010; Bilgin, 2018; Boyd & Nicole, 2007). In the last decade, the graphic trend in the numbers of active social media users has shown a drastic change from 1.48 to 4.62 billion in worldwide population (Kemp, 2022). However, not all this number including particularly young generation could be said to use social media consciously by leading a balanced life and making a true differentiation of reality between their social media and normal life. The growing frequency of time spent on social media, which has started to be more and more excessive and problematic in users' different parts of life, is another problem those people are facing.

## 2. Problematic Social Media Usage: Whatever it is Called "Social Media Addiction" (SMA) or "Excessive Social Media Usage" (ESMU)

Abundant research data are available in literature which remark the problematic social media usage by different generations including the adults, youth, adolescents and children. The youth research overlaps a really big part of the literature because they consist the biggest social media user population: 16-14 and 25-24 age range are the most populated group, 35-44 range is the second, 45-45 is the third and 55-64 is the least populated age group to use social media (Kemp, 2022). The dilemma whether the problematic social media usage must be termed as an "addiction" or "excessive usage" is another matter of opinion. In either cases of usage in those terms, it could be clearly defined as "problematic usage" owing to the harmful effects on users depending on the case of duration, posts, mood motivation, follower numbers, like numbers, etc.

Excessive usage of social media or social media addiction might lead to psychological, social and school/university-based problems in young people's life. In Bilgin's (2018) research on the adolescents' social media addiction (SMA), the most remarkable two results were the relationship of SMA with the daily usage duration and followers-like numbers. The higher social media usage duration was, the higher level of SMA got. The long time social media daily usage was seen to trigger psychological disorders such as depression, psychoticism, paranoid ideation, phobic anxiety and feelings like rage and hatred. Besides, their follower and like numbers were concluded to have some problematic effects such as depression and painstaking resulting social comparison among social media users in their network (Lee, Cheung, & Thadani, 2012; Balcı & Baloğlu, 2018). Social comparison stemming from social media usage seems to lead a decrease in individuals' psychological well-being level (Bilgin, 2018). Social media usage was stated to cause a negative effect on interpersonal relationships (Çalışır, 2015), psychological health (Doğan & Tosun, 2015) and private life (Zhang, Sun, Zhu, & Fang, 2010).

The youth's problematic social media usage indicates strict impacts on their psychological mood. The university students, who had a high rate of daily usage, in Chou and Edge's (2015) research particularly on Facebook reported they had thoughts about the injustice of life. Çömlekçi&Başol (2019) researched the relationship between young social media users' usage motives and social media addiction. Those young participants, who spent approximately 4h 16min on social media, stated they mostly use social media in order to make use of their spare time, know people better, confer with other people, reach some specific people, share personal presentation and information, text and for fun. A positive relationship was found between those motives and social media addiction in the study. Balcı&Baloglu (2018) also found out SM provided people with the opportunity to display their personal interests on their profile, make new friends and communicate with other people, which trigger their dependence on SM more and more.

Aksoy's (2018) qualitative study researched why young people use social media addictively. The participants were 25 university students who labelled themselves as social media addict. They stated they use SM excessively because they lack friends, need to socialize with others and for fulfillment, FOMO (fear of missing out) and intertwining of social media and daily life.

Dalvi-Esfahani et al. (2019) investigated determinants of SMA on 35 respondents consisting psychotherapists and reserachers. The researchers employed the DEMATEL technique (Decision Making Trial and Evaluation Laboratory) because they questioned the clinical importance of SMA. The study consequently reported three most important predictors of SMA from the psychiatrists' and researchers' point of view: the one's openness to experience, loneliness and depression.

### 2.1. Griffiths' Six Components of Behavioral Addiction and the BSMAS

Griffiths (2005) had put forward six components of any behavioral addiction: "Salience", "conflict", "relapse", "withdrawal", "tolerance" and "mood motification", which was later employed in the design of the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) (Andreeassen,et. al, 2016). So, these criteria started to be use not only for behavioral addiction but social media addiction, as well. In here, "salience" indicates domination of social media (SM) in one's life. The component "conflict" represents the negative effect on one's relationship with other people resulting from excessive SM usage. Thirdly, "relapse" is another core factor that means a return back to an excessive use after trials of control over SM. The fourth component is "withdrawal", unpelasant feelings arising from a sudden prevention by using SM. The next is "tolerance" factor that says more and more tendency is got by spending more time on SM. Finally, the last component is "mood motification" which presents the feelings and motives that urge the one to use SM.

The BSMAS was found convenient to apply in different cultural contexts to validate SMA components by Griffiths. The Romanian (Stancelescu, 2022) version concluded salience, withdrawal, mood motification and conflict are the most relevant ones with Romanian participants' SMA findings. The Turkish version (Demirci, 2019) validated the scale and found out that SMA could trigger anxiety and depression symptoms. The Italian version, of which one of the authors was the original creator of the six components-Griffiths, (Monacis, Palo, Griffiths, & Sinatra, 2017) resulted in a relationship of theoretical associations of SMA with attachment styles. There are still many other versions of the BSMAS in the literature; which makes the scale highly-validated to assess SMA criteria in a large-scale of different nationalities.

Although many other cultural versions of the BSMAS were validated as quantitative and survey-based studies, few studies strike in terms of researching Griffiths' components of behavioral addiction. One of those qualitative studies is the one in which Griffiths himself participated. The study (Jameel, Shahnawaz, & Griffiths, 2019) focused specifically on smartphone addiction in terms of six components-"salience", "conflict", "relapse", "withdrawal", "tolerance" and "mood motification"- and 40 participants as college students were categorized as "addicted" and "non-addicted". Salience, withdrawal, conflict and tolerance dimensions were concluded to be outstanding in the study as behavioral addiction. Another qualitative study depending on Griffith's components of behavioral addiction was a Chinese version (Yang, Griffiths, Yan, & Xu, 2021), which investigated whether online video watching was addictive. Thematic analysis was done deriving from the indepth-interview replies by 20 young Chinese adults. Some specific video content

like the pornographic ones, short-form videos and platform-driven continuous watching was found to be potentially addictive.

### 3. Reality Misperception in Social Media and Baudrillard's Theory of Simulation

The core components of Baudrillard's *simulations theory* such as "hyperreality", "simulacra", "simulations" and the action, "to simulate", date back to Plato's *philosophy of idealism*, which divides reality into two sides as "the ideal" and "the phenomena". While the ideal is represented as the perfect reality, the phenomena are the physical world, a follower of the ideal. Thus; ideas are free from time and space. Plato used an allegory of cave in order to depict the division between the ideal and the phenomena, in which some chained individuals see some shadows of things as "the real". Actually, the source of those shadows were imitations held by other people "outside". According to Plato, the ideal was "outside", which was the reality comes from while "shadow" was associated with the phenomena (Gültekin & Tokdil, 2017; Ünlü, 2018). Based on Plato's *idealism*, the French thinker Deleuze (2015) created the concept of "virtuality". The "virtual" was associated with the term "the ideal", which had been created by Plato, but not an exact "real". However "it was in an opposite position to "the actual". Thus; Deleuze advocated the study on the relationship between "the real" and its "imitation". He states the true representation of the ideal depends on the imitation.

Deriving from this theoretical background, Baudrillard insists on inbeing of reality from the unreal one or imitation because the existence of everything is simulation. That's; each phenomenon depending on reality includes a hyper version; which is called "hyperreality" (Ünlü, 2018). Baudrillard (2011) defines *hyperreality* as "reproduction of reality deprived from any origin or authenticity via some models" and calls it "synthetically reproduced reality". Baudrillard uses some allegories based on social conditions so as to explain the terms he uses. First of all, *simulation* is his basic term laying under his theory. Simulation is actually hyperreality as well. One of his well-known case is a patient's condition representing simulation. He depicts the framework in the allegory of a patient. He claims a dilemma of reality will arise in a condition of an imitating patient. According to his claim, an individual who is lying in a bed and shamming is actually in an effort to make people believe that he is sick. If he simulates the disease, some symptoms of that disease could be seen in this person. So, this action is only "dissembler", to behave as if not owning something which is actually owned. A clear and absolute difference between dissembler and reality is available. On this condition, the person behaves as if he were sick. So, he does not give any harm to reality. However, in simulation as an action *to simulate* is to behave as if owning something which is actually not owned. For this reason, any clear line could not be seen between reality and simulation. In another word, simulation is the effort to erase the line between reality and imitation. Consequently, whether that person is really sick or not is not the point at issue anymore. Finally, *simulacra* could be explained through the same allegory. According to the logic behind simulation, simulacra could be defined as the view of any thing that is aimed to be seen as "reality" or "real" (Baudrillard, 2011; Güzel, 2015).

Thus, in problematic social media usage people could begin to simulate what their life or themselves is not like. Indeed, Abraham Maslow's (1943) *theory of human motivation* sets light on this phenomenon. He insists on human needs in a hierarchy of needs ranging from the bottom to the top: physiological needs, safety and security, love and belonging, self-esteem and self-actualization. That well-known and referred theory puts self-esteem at the top of human needs which includes some components of idealization such as morality, creativity, spontaneity, acceptance, experience purpose, meaning and inner potential. Miranti (2017) sees the relationship between human being and digital technology as a marriage in which they are together in a virtual room that makes a new reality. The opportunity which is provided by social media to act in selfies, get likes and positive comments about themselves urges the a new formation of identity. However particularly young people who have not completed their formation of identity gets into a fantasy world by too much self-imaging, following like numbers closely and keeping away their normal environment. This confuses their mind by putting them in a dilemma of real and virtual world. Resulting from this theory and components, it could be said human being needs to prove his or her existence in the society he or she lives in order to be a person or individual as the part of that society. And that self-actualization could be realized by making one's case in the society. Accordingly, that is the way how users



prove themselves on social media, which used to be called only “virtual” but today has begun not to be differentiated from offline life. Hence; each frequent login into SM profile and acting there by sharing posts, taking selfies, liking or commenting on other posts, interacting with other members could be users' tendency to prove themselves for their self-esteem. As Baudrillard (2011) claims, signs or news need to be repeated in order that any system is able to prove its own reality while meaning and communication may get harmed due to bombarding of media and news feed. In this respect, problematic SM usage depending on excessive acting and addiction might lead to a misperception in individuals' mind about the line between their normal life and life on SM.

Nunes (1995) issued Baudrillard' hyperreality theory in terms of media and communication. He particularly focuses on hyperreality in th Internet by using the tems “information highway” and “cyberspace” due to the fact that it creates a virtual reality. According to him, virtual reality firstly becomes simulacra and then simulacra turns into simulation. Antony&Tramboo (2020) claim Baudrillard's simulation theory also criticizes media and literature are influenced by hyperreality and accordingly technology particularly affects children and young people in such a virtual reality way that they will never be able to reach the ideal reality and originality.

Within this perspective, the study aims to fill the gap in literature by holding a qualitative research lacking in problematic social media usage particularly depending on the phenomenon of reality. As recent statistics indicate young people are the dominant population to use SM, the study crewed university students as participants. They were chosen from a specific group in a university in Konya, Turkiye because they had practiced a project in their graphic design course: “ThisIsNotYourLife”. The idea lying behind the aim was to depict the picture of young people's reality case depending on their SM usage even though they were thought to be rather conscious. Furthermore; deeper and rather objective insight of the participants could be supplied by employing a constructivist qualitative method. Thanks to the results of the study, professionals, researchers, parents and educators are thought to be able to have a broader idea about how to behave and what precautions could be taken for the sake of young SM users.

Since the problem of the research to define young SM users' misperception of reality in a duality of their life on SM and normal life as a consequence of problematic SM usage, research questions are as below:

- 1) What are the participants' opinion about problematic social media usage?
- 2) What are the participants' opinion about distinction between social media users' distinction of reality between normal life and life on social media?

## 4. Material and Methods

### 4.1. Design

The study design was based on explorative qualitative method including an in-depth interview in order to acquire the notion how university students as young generation differentiate the reality of their normal life from their life on social media and evaluate their problematic social media usage. In this sense; besides the dilemma which the participants experience between these two duality, whether this had an impact on their problematic social media usage were researched. How the participants hovered between their normal life and their life on social media was questioned within the context of Jean Baudrillard's perspective of reality, hyperreality and simulation. Correspondingly, whether their confusion or clarity among those phenomena was related to their social media addiction was based on the factors by the BSMAS (the Bergen Social Media Addiction Scale). The study was conducted with 3<sup>rd</sup> grade Graphic Design Students' participation in a private university in Konya regarding they had awareness of reality in the duality of social media normal life to some extent and their social media usage. Data collection was provided after the students' campaign project “This Is Not Your Life” by getting permission from the head of department. That group of students were focused regarding the idea they gained a kind of awareness because the aim of the project was to raise awareness among the youth who were under a deep influence of social media. Hence; a constructivist paradigm was followed in the study (Creswell, 2017) which in-depth interviews were employed. The participants were interviewed after they completed the campaign and created graphic design pieces. The purpose behind this urge was to wait for the passing time after they completed the

project and had a chance to observe people around them. “What” and “which” questions were based on to collect descriptive data.

#### 4.2. Participants

Purposive sampling method was used in the study. 30 students studied in the 3<sup>rd</sup> grade of Graphic Design Department in a university in Konya. Those students attended a campaign as a social responsibility project of their Graphic Design course. 27 students of the whole population accepted to attend the research by answering in-depth questions. While 15 female students consisted the participants, 12 students were male.

#### 4.3. Data Collection

The aim of the study was to explore to what extent young people were aware of their social media usage and whether they make any differentiation of reality between their normal life and life on social media. 30 students who studied Graphic Design in a university in Konya and participated in a social responsibility project of their Graphic Design Course were requested to take part in the research by sending an e-mail presenting the informed consent form. Informing in the consent form that they were free to quit the interview whenever they feel discomfort with the questions or the manners by the interviewer, voluntariness was supported, which led convenience sampling. In order to send the request e-mail, related permission had been taken by the head of Graphic Design Department. Because the head of the department had stated their students' preference was a digital interview instead of a face-to-face interview because of pandemics conditions, a Microsoft Word document including interview questions as a digital data collection tool was sent to 27 students who had accepted to be a research interviewee. As Creswell (2017) stated an approximate number of 30 participants were enough for an in-depth-interview technique, 27 persons were the sample of the research. The in-depth interview form included 14 open-ended and unstructured questions, which did not use any manipulative or directive tactics effective on the participants. Any confusing statement was avoided by following a step-by-step path from simple questions to the deeper.

The structure in forming questions was based on two fundamentals consisting totally 11 questions. The first part, which included first 5 questions, was based on Jean Baudrillard's *Simulation Theory*. (...) The first question was a general introduction. Within the frame of the theory, four basic concept “simulacra”, “simulation”, “to simulate” and “hyperreality” had been discussed by Baudrillard. Thus; the questions from 2 to 5 were created depending on those concepts in order to detect the participants' awareness of the reality in their normal life and their life on social media. The second part included the questions between 6-11. The purpose behind forming those questions was to discover the participants' awareness about whether their social media usage was excessive. To discover this phenomenon, Griffith's six core features resulted from the BSMAS (Bergen Social Media Addiction Scale) were employed. Hence; the six questions in the second part of the interview form were based on these core features “salience”, “conflict”, “relapse”, “withdrawal”, “tolerance” and “mood modification”.

#### 4.4. Data Analysis

Not any software program was used in the coding or transcription process. Codes were categorized into umbrella themes and subthemes. First, codes were generated from the research aims based on *Simulation Theory* and *the six core features of the BSMAS*. The raw data were interpreted depending on those criteria. The reliability and validity of research findings depend on the theoretical background. Until the saturation of the analysis, coding and transcription were deepened.

#### 4.5. Ethics Statement

Firstly depending on the declaration of Helsinki, Ethics Committee approval was obtained from Ankara Medipol University Social Sciences Noninvasive Ethics Committee. For participants recruitment, informed consent was obtained by stating they were free to quit replying in case of a discomfort by either the questions or the interviewer. Their confidentiality was also guaranteed by keeping them anonymous

and their names were given as “Student A, B, C, etc.” instead. Furthermore, data collection was conducted after the participants had completed the social responsibility project in their course and enough time had passed, which gave them chance to observe their social media user environment.

## 5. Results

The qualitative analysis was designed centering around two mainstays as “the reality phenomenon in experiencing social media” and “problematic social media usage”. Therefore; both phenomena were thematized with subthemes. Resulting from the indepth-interview questions; firstly, the reality experienced on social media was based on the specific concepts included in Jean Baudrillard’s “simulation theory”. The main themes were stemmed from those concepts: “simulacra”, “to simulate”, “simulation” and “hyperreality”. Since those themes were thought to gain a deep meaning related to problematic social media usage, it was investigated through the participants’ detailed replies. To define the themes resulted from problematic social media usage, the BSMAS, in which Griffith had identified six core features of addiction, was employed. The themes of problematic social media usage were stated as “salience”, “conflict”, “relapse”, “withdrawal”, “tolerance” and “mood motification”. To conclude the university students’ reality perception related to their problematic social media usage, subthemes were derived from the two mainstays’ themes.

### Baudrillard’s Simulation Theory

#### 5.1. Theme 1: Simulacra

When the participants were asked to what extent their images on social media (in any post in the form of a photo, video, etc.) and their normal life are in accord with each other, subthemes were basically structured around “coherent simulacra” and “incoherent simulacra”. A big number of participants (18 students) stated their images on social media corresponded to their images in their normal life while a small number (6 students) reported they are different from each other. Only three of the participants stated it did not matter because they did not share posts or it depended on the social media platform they were registered.

##### 5.1.1. Subtheme 1.1: Coherent Simulacra

22 students reported their simulacra on social media, which they expected other people in their social network to see them, were coherent with their simulacra in their normal life.

Student B: “I have a social media self-image very similar with the one in my normal life. I cannot be someone I’m not in anywhere.”

Student I: “I behave like in normal life what I do in the photos and videos which I share.”

Student P: “They are exactly same.”

##### 5.1.2. Theme 1.2: Incoherent Simulacra

6 students state there are some kind of differences between their social media and normal life images.

Student C: “To be honest, people might see me someone as a wannabee.”

Student H: “They do not correspond much to each other because my image on social media seems to be happier and I have more problems in my real life.”

#### 5.2. Theme 2: To Simulate

To present or try to show something as if they had not been like were evaluated by the participants. Their replies were in the direction of approval, disapproval or indifference. Almost all the participants (25 students) stated they did not favor simulating something on social media. While only one person said he saw it positively, the other one told she had no idea about this situation.

##### 5.2.1. Subtheme 2.1: Disapproval of Simulating Something on Social Media

To simulate something was disapproved by 25 of the participants.

Student Z: “We live there not for us but for the vanity.”

Student K: "In my opinion, simulating something on social media is a kind of attention-seeking effort."

Student T: "I think people share things' happening in the last lane; namely, reflecting as too good or too bad. That's; it's a kind of unreality. They deceive both themselves and other people."

Student F: "I do not think it's sincere. Everybody must reflect themselves as they are in real life."

### **5.2.2. Subtheme 2.2: Approval of Simulating Something on Social Media**

Only one student said simulating is something with a positive meaning.

Student A: "Simulating something evokes the idea of metaverse in my mind. I think it will be existent in our future, so we should accept it. No problem for me."

## **5.3. Theme 3: Simulation**

As a reproduction of any process with the aim to describe how it works or functions, simulation is often confronted on social media. Whether it is practical or impractical in terms of normal life was questioned by consulting the participants as young people who are accepted as frequent social media users. 14 students stated they find simulations of any process on social media are practical in normal life whereas 5 students find it impractical. Finally, 8 of them reported it depended on extrinsic factors.

### **5.3.1. Subtheme 3.1: Practicability of Simulation**

14 students evaluated simulation of any process in education, various hobbies and social media platforms as practical to use in normal life.

Student S: "I think they are mostly practical".

Student V: "I think they are useful as far as they are affordable and safe."

### **5.3.2. Subtheme 3.2: Extrinsic Factors Effective in Practicability of Simulation**

Some students (8 students) emphasized the impact of some extrinsic factors on practicability of simulation on social media. They stated that they could be practical depending on the content, the presenter, social media platform and budget.

Student K: "Simulations are possible to practice in real life excepting the contents demanding talent like sport."

Student J: "For example; recipes are adaptable into real life but I don't think it goes for sport because it needs for discipline and will. I don't think it could be possible with only posts."

### **5.3.3. Subtheme 3.3: Impracticability of Simulation**

Lastly, 5 students thought simulation on social media is impractical in terms of adapting them in normal life because of particularly budget.

Student E: "Not many simulations are adaptable into real life since they don't address to middle-class."

## **5.4. Theme 4: Hyperreality**

Baudrillard's "hyperreality" is a phenomenon in which the line between real and fiction becomes indistinct and is very close to simulation. This phenomenon was questioned in terms of reactions on social media and normal life. What differences in feedbacks such as "likes" and "comments" between social media and normal life the respondents could report were asked in order to state the difference was blurred or clear. Replies were nearly equal with a slight difference. 13 students reported the reality of likes and comments were hard-to-discern. 12 students stated they were different. Lastly 2 students stated they don't get any feedback.

### **5.4.1. Subtheme 4.1: Indistinctive Reactions**

Reactions which was taken from followers or friends on a social media platform as a result of a post were commonly seen quite similar to the ones in real life. Eventhough the respondents' simulacra were incoherent, the reactions of people in their social network were nearly the same with the reactions coming

to their image in normal life. So, they (13 respondents) stated they could not differentiate each one from the other.

Student E: "There is no difference. I take the same reactions."

Student L: "I take the same reactions on social media with the ones I take in my real life".

#### 5.4.2. Subtheme 4.2: Distinctive Reactions

12 students stated they could clearly differentiate reactions they take on social media and in their normal life. Most of this half find real life reactions more sincere.

Student C: "We can take likes and comments more easily on social media. That fake sincerity doesn't reflect on real life."

Student U: " I think likes and comments on social media are pretended. Opposite to social media reactions, the pretended reactions in real life appear easily by the means of their behavior and mimics."

#### Griffiths' Core Features of Social Media Addiction

The six core features which had been categorized by Griffith (2005) Addiction Scale was employed to detect the university students' awareness of excessive social media usage to support their awareness of reality on social media. "Salience", "conflict", "relapse", "withdrawal", "tolerance" and "mood modification" were those six core features which had been claimed by Griffith.

#### 5.5. Theme 5: Salience

"Salience" was the first theme that represented the activity in on social media that dominated the user's thinking and behavior in a way. 13 respondents stated social media was salient in their life in terms of occupying, regenerating their moment, adjusting their physical appearance, etc. while 11 students told they do not let social media affect their whole life and 3 students could not give meaningful replies.

Student: "Sometimes when I wanted to share the moments I enjoy and feel happy, I take the photos of surroundings instead of myself if I do not have any make-up."

Student N: "We even need to reorganize and pretty a view or table up because we are about to share it on social media."

#### 5.6. Theme 6: Conflict

"Conflict" was a core factor in detecting problematic social media usage that affect the user's relationships, work or education. 17 of the students reported they experienced conflict in some parts of their life while 10 of them stated it did not matter in any way. The students were also asked how they could cope with their conflict.

##### 5.6.1. Subtheme 2.1: Lessons

6 of 17 respondents who said social media caused conflict in their life indicated their lessons.

Student Z: "I delay my deeds and homework because of the time I spend on social media."

Student B: "Although I don't frequently use social media I think it affects my lessons."

##### 5.6.2. Subtheme 2.2: Family

Another group of 6 persons told their social media usage affected their relationships with their family.

Student B: "Even though I don't much frequently use social media, I see that it affects my relationship with particularly my family."

Student G: "I rarely use social media excessively. I think I neglect my siblings at such times."

##### 5.6.3. Subtheme 2.3: Private Life

5 students stated their social media usage affected their private life.

Student H: "I mostly affects my private life. Because I continuously spend time on social media, I see there as a different world . So I try to put some limits in using it."

## 5.7. Theme 7: Relapse

Relapse was another effective factor in detection of addictive and problematic social media usage. In asking whether the participants experience any failure in controlling over their excessive social media usage and how they cope with it, 18 students reported they had a control over it and did not have any difficulty. On the other hand; 9 students stated they failed in controlling and they could cope with it by the means of some efforts such as digital detoxing and other social activities.

### 5.7.1. Subtheme 3.1: A Constant Control

A big number of the participants (18 students) reported they were capable of having a constant control over their social media usage.

Student I: "I do not have any difficulty or failure. I can reduce my dose of usage."

Student N: "Because my lessons and family are my priorities, I don't fail in control over social media usage."

### 5.7.2. Subtheme 3.2: Coping Skill with Failure

Some students (9 students) underlined their failure in control over control over social media usage. 3 of these people stated they cope with it by practicing digital detox. 4 of them told they directing their attention into other social activities or social life streams.

Student U: "I don't usually succeed in my control level. To get over this failure, merging into social life helps me."

Student P: "Though not always, I think I waste too much time. In the face of such a situation, I try to spare more time for myself. For example, I try to spare time for reading and sports instead of the time I spare on social media."

Student J: "I use digital or mobile phone detoxing when I need for a control."

## 5.8. Theme 8: Withdrawal

Among excessive social media users, "withdrawal" is a common condition that is experienced. In condition that excessive social media users stop or reduce using suddenly, some kind of feelings might occur. A big number of students (19) reported various negative feelings such as FOMO (fear of missing out), severance, insufficiency, boredom, blankness. On the other hand; 4 students reported they did not have any difficulty or unpleasant feeling. And lastly, 4 students told they felt relief when they got away from social media.

### 5.8.1. Subtheme 4.1: FOMO (Fear of Missing Out)

The most remarkable outcome that was felt by the participants (10 students) when they stopped or reduced using social media was FOMO. They felt they were missing something happening on social media.

Student A: "I think I get way from recent news and developments."

Student E: "I wonder about the matters at hand."

Student I: "I feel I miss the news and my friends' activities out."

The participants performed 22 different patient profiles in 39 internal medicine systems.

### 5.8.2. Subtheme 4.2: Blankness

Some participants (6 students) stated they had some unpleasant feelings in blankness. According to their statements, it was just like severance and insufficiency.

Student H: "I feel as if I broke loose from my other world. I think the part of mine which I feel is there on social media."

### 5.8.3. Subtheme 4.3: Boredom

Lastly, 3 students stated that the unpleasant feeling they had in the moments they stood apart from social media was getting bored.

Student W: "Days apart from social media becomes boring."

### 5.9. Theme 9: Tolerance

Tolerance is a determinant which indicates the increasing level in tendency to use social media. 14 participants stated they were getting tolerance with an increase in social media usage frequency.

Student A: "Actually the wish for spending time in social media usually increases when I feel get bored and in my free time."

Student X: "In my opinion, we are getting more and more frequently connected to social media in order to compensate for the feeling of getting bored or avoid our real life responsibilities."

11 students reported any increase is not available in their social media usage.

Student R: "My level of social media usage is still the same."

Student Q: "There is not any increase in my social media usage level even generally the same."

Only 2 students told a decrease is available in their social media usage.

Student Z: "I feel it is gradually decreasing."

### 5.10. Theme 10: Mood modification

Mood modification is referred as some unpleasant feelings which urge people get online in social media. Within the scope of the study, the participants were asked what kind of unpleasant feelings influence them that urge them to get connected to social media. The replies were getting around some basic feelings such as boredom, sadness, anxiety. Only 1 student told she did not have any feeling that urged her to get online: "I feel nothing." Lastly, just 1 student stated he got online in social media when he felt happy: "I like to get online when I feel happy and joyful."

#### 5.10.1. Subtheme 10.1: Boredom

Boredom was the most dominant feeling which urges people to get online in social media. 15 students pointed out boredom as the urgent feeling in using social media.

Student A: "I am usually in need of logging in social media when I am bored."

Student C: "I usually get online in social media by saying "Let's have a look at what's going on!" to myself when I feel get bored."

#### 5.10.2. Subtheme 10.2: Sadness

Next, 8 students reported they needed social media when they feel basically sad, unhappy and moody.

Student B: "The times I feel unhappy and depressed, the period I was logged in social media overruns in order to let it all hang out."

Student N: "When I am in the feeling of a big sadness, I more frequently tend to use social media."

#### 5.10.3. Subtheme 10.2: Anxiety

2 students emphasized the feeling of anxiety that urges him to get connected to social media.

Student O: "I usually prefer to use social media when I rather feel anxious."

## 6. Discussion&Conclusion

In the study, the university students' awareness of reality phenomenon on social media was aimed to detect depending on problematic social media usage. To clarify the matter of "reality", Baudrillard's "simulation theory" was based on. To discover the extent of the students' awareness of their social media usage about whether it is problematic or not, Griffiths' core features of addiction was utilized.

In this respect, the study investigated the themes resulting from the participants, who were focused with the idea that they were aware of their SM usage in some extent because they had completed a project on this topic, replies in two basic issues as "hyperreality" and "problematic social media usage" via unstructured depth-interview questions. The study did not aim to get access to general the rates or trends for components of Baudrillard's simulation theory or Griffiths' addiction scale on big samples because there were quite numbers of quantitative research in literature. On the contrary, deeper and more detailed

perspectives of young people, the most frequent SM users, were aimed to discover. On the other hand; subthemes were undercovered, which helped to find out those deeper and detailed motives underlying themes in participants' replies.

The hyperreality results depending on Baudrillard's terms such as *simulation*, to *simulate*, *simulacra* and *hyperreality* in order to depict a framework of the participants' control over the balance between their normal life or social media life gave remarkable data for reaching fruitful conclusion. Almost all of the students reported they disapprove simulating on social media by acting as a person whose life actually is not so in their life. They commonly saw simulating something on social media as falseness, deception, forgery, insincerity. Subsequently, other replies centered around unnecessary, danger, appeal, weariness, vanity and not reflecting reality and the moment of life. Secondly; many students stated they had coherent self-image on social media with the one in their normal life. What they dominantly said was they behave natural on SM and quite similar to their image in normal life. Then; a big part of the participants find simulations practical to benefit form in their normal life. Then; almost half of them stated practicability of simulations depends on extrinsic factors. A small number of them said they are impractical. They emphasized simulation posts and videos in education, hobbies and sport are likely to be practiced in normal life on condition that they are safe and affordable. Finally; hyperreality of social media; that is, whether they can differentiate people's feedbacks towards their shares on social media from the reactions they take in their normal life is the last theme resulting from the participants' replies. Slightly more than a half could not differentiate the feedbacks on social media from normal life even if their simulacra are incoherent. On the other hand; the other half said they find feedbacks from other people in their normal life and SM network distinctive and see the normal life feedbacks more sincere.

As for problematic social media usage results, very similar range of pattern was seen among core features of Griffiths' addiction detection: *salience*, *relapse*, *withdrawal*, *tolerance*, *conflict* and *mood motification*. Firstly, a clear cut exists between the feelings by the participants after a sudden withdrawal from SM. Those feelings achieved by the replies were categorized as negative and positive feelings while a small number stated they did not have any difficulty in keeping away from SM. Majority of the feelings were found to be negative ones including mostly FOMO (fearing of missing out), then blankness and in a smaller part as boredom. Some of the students stated they feel as if they were broken apart from the world. Next, relapse was the secondly most remarkable result which questioned if those young people could have constant control over their trials to stop their excessive SM usage or experienced failure in coping with it. Much more than half said they could demonstrated a will on their self-control. Another important result was found in conflict, which the participants faced in different parts of their life. Although one part told their SM usage did not affect their life in any negative way, the quite heavy group told it had a problematic effect in their lessons, family and friend relationships. Procrastination in their deeds and relationships because of spending much time on SM was found to be a widespread effect. The participants were also asked what kind of unpleasant feelings urged them to get online on SM. Many students told they log in SM because they got bored. Another big part told sadness pushed them to get online while very small group said they could not stand anxiety. A quite outstanding result was on SM users' tolerance, duration of spending time. The weighted distribution was on the ones who reported an increase in the time they spend on SM. Nearly the other half stated there was no difference. However; only two students said they could decrease that specific time. Boredom due to spare time was shown as the fundamental reason behind the increase in duration on SM. Lastly but quite importantly; a very balanced distribution was found in salience component. Eventhough more than a half told SM had a big role in their life, a very close number stated not big effect was felt in their flow of life.

The study results support recent social media statistics (Kemp, 2022) and research (Kwon & Wen, 2010; Boyd & Ellison, 2007; Bilgin, 2018) in terms of the increase in spending time and the feelings behind their reason to get online such as FOMO and fulfilling time. Besides, the problematic SM usage effect resulted from the study shows resemblance with other research particularly on interpersonal relationship (Çalışır, 2015) and private life (Zhang, Sun, Zhu, & Fang, 2010).

Contrary to some other research in literature (Balçı & Baloğlu, 2018; Dalvi-Esfahani, Niknafs, Kuss, Nilashi, & Afrougha, 2019; Doğan & Tosun, 2015), any findings about depression, psychological disorders



or serious social problems were not reached in problematic SM usage. Depending on Griffiths' six components of addiction, withdrawal and relapse were the most leading features that should researchers take into account in terms of self-control. Those results give the impression the young people in the research group seemed not to have powerful control over their SM usage and have difficulty in putting limits.

Additionally, that group of young people seem to be aware of the distinction between the reality of normal life and their life on social media. What makes them aware of this condition could be related to their getting awareness from the project "ThisIsNotYourLife". Still, it cannot be reached an absolute conclusion in whether they are conscious or not because people's reality perception of the balance between their normal and social media life cannot be known exactly by solely depending on verbal replies.

## 7. Limitations&Future Research

The study is limited to young people's SM usage on the condition that they are aware of their usage is problematic or not and they are able to differentiate their normal life from their SM life. Since verbal statements of the participants are thought to be more effective when they are combined with brain imaging reactions, neuroscientific research is recommended for future researchers.

## References

- Aksoy, M. E. (2018). A qualitative study on the reasons for social media addiction. *European Journal of Educational Research*, 7(4), s. 861-865. doi:https://doi.org/10.12973/eu-jer.7.4.861
- Alvermann, D. E., Hagood, M. C., Heron-Hruby, A., Hughes, P., Williams, K. B., & Yoon, J.-C. (2007). Telling themselves who they are: what one out-of-school time study revealed about undereachieving readers. *Reading Psychology*, 28, 31-50.
- Andreeassen, C. S., J. B., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (tarih yok). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30, s. 252-262. doi:https://doi.org/10.1037/adb0000160
- Antony, S., & Trambo, I. A. (2020). Hyperreality in media and literature: an overview of Jean Baudrillard's simulacra and simulation. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10).
- Antony, S., & Trambo, I. A. (2020). Hyperreality in media and literature: an overview of Jean Baudrillard's simulacra and simulation. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10), 3314-3318.
- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: a report of the national leadership*. Massachusetts: The Aspen Institute.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018, Aralık). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: "üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması". *İletişim*, 209-233.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülaklar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğubatı.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *the Journal of International Scientific Researches*, 3(3), s. 237-247.
- Boyd, D. D., & Ellison, N. B. (2007, October). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), s. 210-230. doi:https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media? *Nordic Journal of Digital Literacy*, 4, 21-34.
- Building digital capability*. (2018, October 31). JISC: https://www.jisc.ac.uk/rd/projects/building-digital-capability adresinden alındı
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2015). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), s. 117-121. doi:https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324.
- Colin, L., & Knobe, M. (2006). Digital literacy and digital literacies: policy, pedagogy and research considerations for education. *Digital Kompetanse*, 1, 12-24.
- Creswell, J. W. (2017). *Nitel araştırmacılar için 30 temel beceri*. Anı Publishing.

- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhaneüniiversitesi iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10(3), s. 115-144. doi:DOI:10.12739/NWSA
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar University Journal of Social Sciences*, 17(4), s. 173-188. doi:10.18026/cbayarsos.525652
- Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Kuss, D. J., Nilashi, M., & Afrougha, S. (2019). Social media addiction: Applying the DEMATEL approach. *Telematics and Informatics*, 43, s. 1-14.
- Deleuze, G. (2015). *Anlamın Mantığı*. (H. Yücefer, Çev.) İstanbul: Norgunk.
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 20(1), s. 15-22.
- Digital Literacy*. (2017, February). Western Sydney University : [https://westernsydney.edu.au/studysmart/home/study\\_skills\\_guides/digital\\_literacy](https://westernsydney.edu.au/studysmart/home/study_skills_guides/digital_literacy) adresinden alındı
- Doğan, U., & Tosun, N. İ. (2015). Lise öğrencilerinde problemlili akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(22), s. 100-128.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10, s. 191-197.
- Gültekin, T., & Tokdil, E. (2017). Gerçeklik ve sanı yaklaşımı üzerine karşılaştırmalı bir çalışma: denemeler dergi örneği. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*(23), 277-290.
- Güzel, M. (2015). Gerçeklik ilkesinin yitimi: Baudrillard'ın simülasyon teorsinin temel kavramları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*(19), 65-84.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: a plan for action*. Washington D.C.: The Aspen Institute.
- Jameel, S., Shahnawaz, M. G., & Griffiths, M. D. (2019, October 17). Smartphone addiction in students: A qualitative examination of the components model of addiction using face-to-face interviews. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(4), s. 780-793. doi:DOI: 10.1556/2006.8.2019.57
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022 Global Overview Report*. Kepios. Haziran 14, 2022 tarihinde <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> adresinden alındı
- Kwon, O., & Wen, Y. (2009, May). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), s. 254-263. doi:10.1016/j.chb.2009.04.011
- Kwon, O., & Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), s. 254-263. doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.04.011
- Lee, Z. W., Cheung, C. M., & Thadani, D. (2012, January 4). An Investigation into the Problematic Use of Facebook. *2012 45th Hawaii International Conference on System Sciences*. doi:10.1109/HICSS.2012.106
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Miranti, A. (2017). Visual hyper reality of teenagers in social media with photographs as communication media. *The 3rd International Conference on Social and Political Science "The Impact of Information Technology on Social and Political"*. KnE Social Sciences.
- Monacis, L., Palo, V. D., Griffiths, M. D., & Sinatra, M. (2017, May 11). Social networking addiction, attachment style, and validation of the Italian. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), s. 178-186. doi:DOI: 10.1556/2006.6.2017.023
- Nunes, M. (1995). Jean Baudrillard in cyberspace: internet, virtuality, and postmodernity. *JSTOR*, 29(2).
- Park, Y. (2016, June 13). *weforum*. 8 digital skills we must teach our children: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/8-digital-skills-we-must-teach-our-children/> adresinden alındı
- Pérez-Escoda, A., Garcia-Ruiz, R., & Aguaded, I. (2019). Dimensions of digital literacy based on five models development. *Culture and Education*, 31, 232-266. doi:https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1603274
- Rahmah, A. (2015). The Third Information Systems International Conference Digital Literacy Learning System for Indonesian Citizen. *Procedia Computer Science*, 72, 94-101.

Sezgin, A. A., & Karabacak, Z. İ. (2020, Haziran). Yükseköğretimde dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık dersine yönelik betimsel bir analiz. *e-keşif*, 28(1), 17-30.

Stancelescu, E. (2022). The Bergen Social Media Addiction Scale Validity. *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi:https://doi.org/10.1007/s11469-021-00732-7

Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *Pesa International Journal of Social Sciences*, 4(1), 161-172.

Yang, Z., Griffiths, M. D., Yan, Z., & Xu, W. (2021). Can watching online videos be addictive? A qualitative exploration of online video watching among Chinese young adults. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, s. 1-14. doi:doi.org/10.3390/ijerph18147247

Yılmaz, E. A. (2020). *Oyunların Gücü Adına: Oyunlaştırma Bilimine Giriş*. İstanbul: Epsilon.

Zhang, C., Sun, J., Zhu, X., & Fang, Y. (2010). Privacy and security for online social networks. Challenges and Opportunities. *IEEE Network*, 24(4), s. 13-18.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Türkiye Spor Toto Süper Lig'de Yer Alan Futbol Kulüplerinin Twitter Kullanım Pratiklerinin İncelenmesi

Atacan ŞİMŞEK\*   
Ahmet KOÇAK\*\* 

## ÖZ

Türkiye Spor Toto Süper Lig'de yer alan futbol kulüplerinin Twitter kullanım pratiklerinin analiz edilmesini amaçlayan bu çalışmada 1 Ocak- 28 Şubat 2022 tarihleri arasında Süper Lig'de yer alan ve Twitter'da en fazla takipçisi olan Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK'nin Twitter'daki yazılı paylaşımları ile görsel kullanım şekilleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırma sürecinde toplam 1409 tweetin analizi içerik analizi yöntemine göre analiz edilmiştir. Çalışmanın zaman aralığında resmi hesaplardan yapılan gönderilerin hepsi incelenerek öncelikle kodlama kılavuzu oluşturulmuş ve veriler Microsoft Excel programına işlenmiştir. Daha sonra veriler, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programına aktarılarak veri analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada araştırmaya konu olan Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK'nin Twitter'ı geleneksel medya kullanımına benzer şekilde sadece ileti göndermek için kullandığı ve takipçileri olan taraftarlarıyla etkileşime girmekten kaçındıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca kulüplerin Twitter'ın ahntılama, etiketleme, hashtag gibi çift yönlü etkileşimi sağlayan özelliklerini kullanmada pek de başarılı olmadıkları görüldükçe, Twitter'ı tek yönlü bir ilan panosu gibi kullanmaları kullanıcılar ve kulüpler arasındaki etkileşim olayını zayıflatmış ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Twitter, Futbol Kulüpleri

## Analyzing of Twitter Usage Practices of football Clubs in Turkish Spor Toto Super League

### ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the Twitter using practices of football clubs in the Turkish Spor Toto Super League. Between January 1st and February 28th, 2022, Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK and Galatasaray SK, who took part in the Super League and had the highest number of followers on Twitter, evaluated their written and visual posts on Twitter. For research 1409 tweets was analyzed according to the content analysis method. The data was first processed into the Microsoft Excel program with the coding guide and then the data were transferred to the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) program and data analysis was done. In the study, it was concluded that Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK and Galatasaray SK only use Twitter to send messages, similar to traditional media usage, and avoid interacting with their fans. In addition, it has been seen that clubs are not successful in using Twitter's features that provide two-way interaction such as quoting, tagging and hashtags. The use of Twitter as a one-way bulletin board has weakened the interaction between users and team.

**Keywords:** Social Media, Twitter, Football Clubs

### 1. Giriş

1940 yılının sonunda ilk elektronik bilgisayarın icat edilmesi ve 1950'lilerin hemen başında ağ teknolojilerinin kullanımı, 1990'larda internetin yaygınlaşması akabinde 2000'lerden sonra sosyal medya mecralarının kullanıma girmesi farklı bir iletişim modelinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu noktada her yeni buluşun toplumların sosyal, ekonomik ve siyasal faaliyetlerini belirleyen aygıtlar olarak görülmesi sağlanırken, günümüzde bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, eğlenceden, iş yaşamımıza ve özel hayatımıza kadar giden bir süreçte belirleyici hale gelmiştir (Kıpçak, 2016, s.8). Sosyal medya mecralarının ortaya çıkardığı bu etken, pasif olan izleyiciyi aktif hale getirmiş ve çift yönlü iletişim sürecinin kapısının aralanması açısından büyük bir adım olarak görülmüştür.

Sosyal medya sunduğu imkânlarla kullanıcıların çift yönlü iletişim kurmalarına ve kendilerine gönderilen mesajlara isterlerse anlık, isterlerse belli bir zaman diliminde geri bildirim yapabilmelerine şans verebilmektedir. Geleneksel medyanın aksine artık kullanıcılar sadece tüketen değil hem tüketen hem de üreten bir pozisyona geçiş yapmıştır. Gönderilen iletilere geri bildirim yapabilen, yorumlayan, değerlendiren, eleştiren bu yeni kullanıcılar, sosyal medya mecralarından biri olan Twitter'da haber takibi,

\* Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, atacan.simsek@ibu.edu.tr

\*\* Uzman, TVNET, ahmtkck36@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 15.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 24.11.2022

bilgi alma vb. işlevleri görünmez sınırların ortadan kalktığı ve zaman-mekân ayırımının olmadığı bir düzen içerisinde yapabilmektedir.

Önceki yıllarda taraftarlarına haber/ duyuru ve kulüple ilgili bilgiler paylaşmak için televizyon kanalları kuran spor kulüpleri, günümüzde ağırlıklı olarak sosyal medya platformlarını kullanarak taraftarlarıyla iletişim kurmaktadır. Günümüzde profesyonel liglerde yer alan spor kulüplerinin ve sporcuların, bazı istisnalar hariç, sosyal medya uygulamalarında yer aldığı görülmektedir. Taraftarlarıyla etkileşim kurmanın yanı sıra spor kulüplerinin ve sporcuların sosyal medya paylaşımları ve bu alanda oluşturdukları imaj, sponsorluk ve reklam gelirlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Ayrıca sosyal medya, taraftarların desteklediği takımlar hakkında birbirleriyle bilgi alışverişinde bulunduğu, müsabaka sırasında ve sonrasında paylaşımlar yaptığı bir alanı temsil etmektedir.

Sosyal medya ve spor ilişkisi konusunda yurt dışında yapılan önemli çalışmalar bulunmaktadır. 2012 yılında ABD'de Matthew Blaszk, Lauren M. Burch ve vd. tarafından yapılan çalışmada büyük bir spor organizasyonu süresince Twitter'da başlatılan hashtag kullanımının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında "worldseries" hashtaginde paylaşım yapılan 1.450 tweet içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sonuç olarak hashtagin ağırlıklı olarak meslekten olmayan kişiler tarafından hayranlıklarını ifade etme ve etkileşim kurma amacıyla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Blaszk vd., 2012).

Diğer bir çalışma 2014 yılında Yuan Wang tarafından ABD'de master tezi olarak yapılmıştır. Çalışmada NBA kulüplerinin Twitter kullanma pratikleri analiz edilmiştir. Spor organizasyonlarının bilgi paylaşımı ve ürünleri tanıtmaya yoluyla taraftarlarla profesyonel ilişkiler geliştirmek için sosyal medyayı kullanma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Wang, 2014).

Chris Gibbs ve Richard Haynes tarafından yapılan bir diğer önemli çalışmada Twitter'ın spor medyasının doğasını nasıl değiştirdiği açıklanmaya çalışılmıştır. Fenomenolojik methodun kullanıldığı bu çalışmada 18 Kanadalı ve Amerikalı spor medyası profesyonelleriyle görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın sonunda spor hiyerarşisini değiştiren Twitter'ın bugün spor alanındaki en etkili sosyal medya platformu olduğu argümanı ortaya koyulmuştur (Gibbs ve Haynes, 2013).

Türkiye Spor Toto Süper Lig'inde yer alan futbol kulüplerinin Twitter kullanma pratiklerini incelemeyi amaçlayan bu çalışmada örneklem olarak en fazla takipçi sayısına sahip olan futbol kulüpleri olan Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK seçilmiştir.

Bu çalışmada yöntem olarak içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizi, nicel bir araştırma yöntemi olarak halkla ilişkiler, oy verme davranışı, ürün araştırmaları, reklamcılık, pazarlama ve akademik araştırmalar gibi çeşitli alanlarda uygulanabilen bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. İçerik analizi, tanımı itibarıyla kişilerin davranışlarına odaklanmadan onlar tarafından ortaya konulan materyalleri inceleyen bir araştırma yöntemidir. Cohen, Manion ve Morrison tarafından içerik analizi, mevcut yazılı kaynakların temel içeriklerinin ve içerdikleri mesajların özetlenmesi ve belirtilmesi olarak tanımlanmaktadır (Kurtoğlu vd., 2012, s.353).

Yapılan çalışma 1 Ocak- 28 Şubat 2022 tarihleri arasında kapsamaktadır. Bu tarihler içerisinde Türkiye Spor Toto Süper Lig'de yer alan ve Twitter'da en fazla takipçisi olan Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK'nin Twitter'daki yazılı paylaşımları ile görsel kullanım şekilleri değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırmadaki veriler, kulüplerin resmi Twitter hesaplarından geriye tarama yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma sürecinde toplam 1409 tweetin analizi gerçekleştirilmiştir.

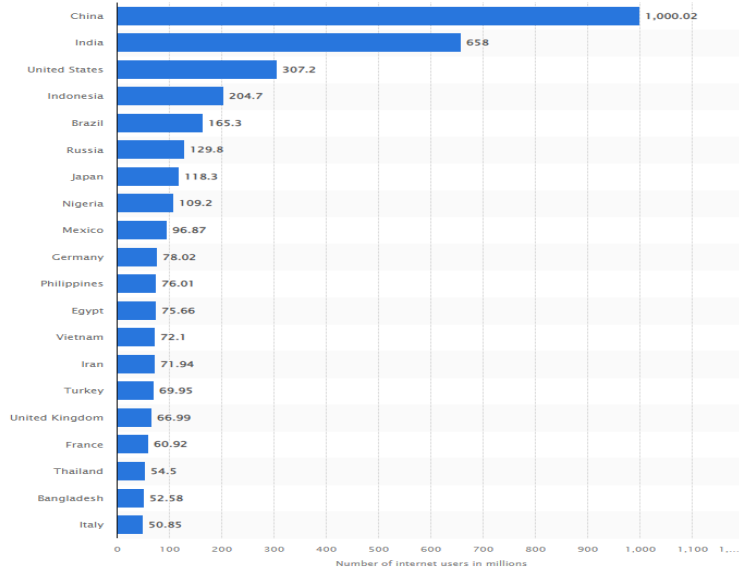
Çalışmanın yapıldığı zaman aralığı içerisinde resmi hesaplardan yapılan gönderilerin hepsi incelenmiş ve ardından kodlama kılavuzu oluşturularak veriler öncelikle Microsoft Excel programına işlenmiştir. Daha sonra elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programına aktarılmış ve veri analizi gerçekleştirilmiştir.

İçerik analizi yönteminde verilerin öznel olarak kodlanması söz konusu olduğundan dolayı 1409 tweetten oluşan çalışmanın tamamı iki farklı kodlayıcı tarafından kodlanmış ve kodlayıcılar arasındaki uyum hesaplaması gerçekleştirilmiştir. Böylece kodlama işleminin güvenilirliği ve tutarlılığı sağlanmaya çalışılmıştır. Uyum hesaplaması sonucunda iki farklı kodlayıcı arasındaki uyum %95 olarak belirlenirken, farklı yapılan kodlamalar üzerinde kodlayıcılar bir araya gelerek ortak bir uzlaşma sağlanmış ve kodlama kılavuzu yapılan düzenlemelere göre yeniden düzenlenmiştir. Yeni düzenlenen kodlama kılavuzuna göre veriler yorumlanmıştır.

## 2. Sosyal Medya ve Spor İlişkisi

1960'lı yılların sonlarında ilk olarak askeri amaçlar neticesinde geliştirilen internet ağı, 1990'lı yılların başında World Wide Web (WWW)'in gelişimiyle hızlıca yaygınlaşmış, dünya üzerinde milyarlarca kullanıcıya ulaşmıştır. İnternet ağlarının yaygınlaşması, küreselleşmenin ivmelenmesine ve Castells (2008)'in tanımıyla ağlarla birbirine bağlı ağ toplumunun ortaya çıkmasına neden olmuştur.

2021 yılı itibariyle dünya üzerinde 4,9 milyar internet kullanıcısının olduğu ve yaklaşık olarak dünya nüfusunun üçte ikisinin internete bağlanabildiği sayısal olarak vurgulanmıştır (statista, 2022).



**Şekil 1.** Şubat 2022 İtibariyle En Fazla İnternet Kullanıcısına Sahip Ülkeler

**Kaynak:** Statista, [www.statista.com](http://www.statista.com)

Grafiğe baktığımızda nüfus olarak dünyanın en kalabalık ülkeleri olan Çin ve Hindistan'da internet kullanıcı sayısının nüfusa paralel olarak yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye, 69,95 milyon internet kullanıcısıyla dünya üzerinde 15. en fazla internet kullanıcısına sahip ülke olmuştur.

İnterneti sabit ve durağan bir teknoloji olarak düşünmek yanlıştır. İnternet teknolojilerinin yıllar içerisindeki gelişimi neticesinde web sayfalarının içeriği, niteliği ve kullanıcılarına sunduğu imkânlarda değişiklikler olmuştur. Web 1, Web 2, Web 3 ve Web 4 olarak adlandırılan ve içerisinde farklı gelişmeleri barındıran internet dönemleri yaşanmıştır.

Web 1 dönemini kısaca genellikle metin bazlı, okumaya dayalı web sayfalarının olduğu, kullanıcılara içeriğe müdahale etme ve diğer kullanıcılarla paylaşım yapma şansı vermeyen dönem olarak tanımlayabiliriz. Web 2 olarak adlandırılan 2000'li yıllardan sonraki dönemde metin bazlı webden görsel unsurların kullanıldığı, kullanıcıların web sayfalarının içeriğine müdahale edebildiği, diğer kullanıcılarla paylaşımında bulunabildiği bir dönem yaşanmıştır. Bu dönemin en önemli gelişmesi, sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkması olmuştur. Günümüzde oldukça popüler olan Facebook, Youtube, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya uygulamaları bu dönemde ortaya çıkmıştır. Sosyal medya; kullanıcıların kendi içeriklerini ürettiği, diğer kullanıcılarla paylaştığı, diğer kullanıcılarla etkileşime girdiği sosyal bir platformdur.

Ayrıca sosyal medya, “kuruluşlar (ekipler, yönetim organları, ajanslar, medya grupları) ve bireyler (tüketiciler, sporcular ve gazeteciler) arasında kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin geliştirilmesine ve paylaşılmasına izin veren etkileşimi ve birlikte oluşturmayı kolaylaştıran yeni medya teknolojileri olarak tanımlanmaktadır” (Filo, vd., 2014, s.13).

Sosyal medyanın tarihsel arka planını incelediğimizde bazı önemli gelişmeler ön plana çıkmaktadır. 1979 yılında Duke Üniversitesinden Tom Truscott ve Jim Ellis “Usenet” i geliştirmiş, geliştirdikleri dünya çapındaki bu tartışma sistemi, internet kullanıcılarının genel mesajları birbirlerine postalamasına olanak

sağlamıştır. Daha sonra Bruce ve Susan Abelson'un kurduğu "Açık Günlük" isimli sosyal paylaşım ağı sayesinde çevrimiçi günlük yazarları bir topluluk haline gelmiştir. Yüksek hızda internet erişiminin mümkün olmasıyla da sosyal medyanın popülaritesi artmış ve Myspace, Facebook gibi sosyal medya uygulamaları ortaya çıkmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010, s.60).

Antony Mayfield, çevrim içi medyanın yeni bir türü olarak tanımladığı sosyal medyanın 5 karakteristik özelliği olduğunu belirtmektedir (2008, s.5):

#### **Katılım**

Sosyal medya, konuyla ilgili olan herkesin katkılarını ve geri bildirimlerini teşvik etmektedir. Bu etkileşim neticesinde izleyici ve medya arasındaki çizgi bulanıklaşmıştır.

#### **Açıklık**

Çoğu sosyal medya uygulaması, geri bildirim ve katılımı desteklerken, oylama, yorum ve bilgi paylaşımını teşvik eder. İçeriğe ulaşmada ve içeriği kullanma açısından nadir de olsa sınırlamalar vardır.

#### **Sohbet**

Geleneksel medya, içeriğin iletilmesi veya izleyiciye dağıtılması olarak tek yönlü bir iletişimi mümkün kılarken, sosyal medya kullanıcının aktif rol oynadığı çift yönlü iletişimi mümkün kılar.

#### **Topluluk**

Sosyal medya, toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasına ve etkili bir şekilde iletişim kurmasına olanak tanır. Topluluklar, fotoğraf sevgisi, politik bir konu veya favori bir TV şovu hakkında sohbet etme gibi ortak çıkarları paylaşır.

#### **Bağlantı**

Birçok sosyal medya uygulaması içerisinde diğer sitelerle, kaynaklarla ve insanlarla bağlantı kurulabilmektedir. Sosyal medya paylaşımlarına konulan linkler vasıtasıyla diğer sitelere, görsel unsurlara ulaşılabilir.

Günümüzde mobil telefon teknolojilerinin gelişimiyle akıllı telefon teknolojisinin ortaya çıkması internete her zaman, her yerden girilebilmesine olanak sağlamıştır. Bu gelişmeden sosyal medya uygulamaları olumlu olarak etkilenmiş, sosyal medya uygulamalarını kullanan kullanıcı sayısı 2022 yılının Nisan ayı itibarıyla 4,65 milyar olarak verilmiştir (Eroğlu, 2022).

We are Social'ın yaptığı Türkiye Sosyal Medya Araştırması'na göre 2022 yılı Ocak ayı itibarıyla ülkemizde 68,90 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Bu sayı, ülke nüfusunun yüzde 80,8'ine eşitken, Türkiye'de insanların sosyal medyada harcadığı ortalama süre günlük 2 saat 59 dakika olarak ölçülmüştür (recrodigital, 2022).

Türkiye'de sırasıyla en popüler sosyal medya uygulamaları: Whatsapp, Instagram, Facebook ve Twitter olmuştur. İnsanlar, sosyal medyayı arkadaşları, tanıdıkları ve aileleriyle bağlantıda kalmak ve haberleri takip etmek için kullanmaktadır (recrodigital, 2022).

Günümüzde sosyal medya ağlarının popüler hale gelmesiyle bu platformlar yeni iş modelleri ve reklam trendleri oluşturmuştur. İş dünyasındaki, bazı istisnalar hariç, tüm şirketler sosyal medya uygulamalarını etkin bir şekilde kullanmakta, sosyal medya ağlarında yaratılan şirket profili, tüketici davranışlarına yansımaktadır. Geleneksel medyada yapılan reklamcılığın yanında şirketler, sosyal medya influencerlarıyla iş birliği ve reklam anlaşmaları yaparak, daha fazla kişiye ulaşmaya çalışmaktadır. Ayrıca şirketler, haber paylaşımı, duyuru ve bilgilendirme için de bu platformları kullanmaktadır.

Günümüzde, birkaç istisna hariç, profesyonel liglerde yer alan spor kulüplerinin sosyal medya uygulamalarında yer aldığını görmekteyiz. Profesyonel şirket veya dernek statüsündeki spor kulüplerinin sahada rakipleriyle ettiği mücadelenin bir benzeri, sosyal medya ortamlarında yaşanan takipçi sayısı kazanma mücadelesi olarak karşımıza çıkmaktadır. En fazla taraftar sayısına sahip takım tartışması, sosyal medyada takipçi sayısı tartışmasına dönmüş durumdadır.

Türkiye'de futbol kulüpleri özelinde popüler sosyal medya uygulamaları Twitter, Instagram ve Facebook'ta en fazla takipçi sayısına sahip takım Galatasaray SK olurken ikinci sırada Fenerbahçe SK ve üçüncü sırada Beşiktaş JK yer almıştır.

Sosyal medya ortamlarında spor kulüpleri taraftarlarıyla doğrudan etkileşim kurma, onların taleplerini ve şikayetlerini aracısız dinleme şansını elde etmektedir. Ayrıca sosyal medya hesaplarından yapılan reklam\ ürün tanıtımlarıyla taraftarlarla doğrudan pazarlama ve satış amaçlı iletişim kurulabilmektedir.

Kulüplerin sosyal medyadaki takipçi sayıları, o kulübün hizmet sağlayıcılar, yatırımcılar ve sponsorlar gözünde değerini belirleyen kriterlerdendir. Bir kulüp ne kadar çok takipçi sayısına sahipse, sponsorluk ve ticari gelirlerinin o ölçüde artacağı düşünülmektedir (Erdivanlı, 2019). Konuya kulüp bazında değil, sporcular açısından baktığımızda sporcular, sosyal medyada yer almanın transfer piyasasındaki değerlerini artırdığı ve yeni sponsorluk, ticari gelir kapısı açacağı düşüncesiyle sosyal medya hesaplarına önem vermekte, sosyal medya ve pazarlama uzmanlarından danışmanlık almaktadır. Ayrıca yüksek takipçili, popüler bir sporcunun başka bir takıma transferi durumu, transfer olduğu kulübün sosyal medyadaki takipçi sayısını da etkilemektedir (Erdivanlı, 2019). Bu sebeple günümüzde oyuncu transferleri sadece sportif başarı için değil, oyuncunun popülerliğinden yararlanmak için de yapılmaktadır.

Günümüzde popüler sporcuların Twitter takipçi sayılarına bakıldığında bu durum daha net anlaşılmaktadır. Örneğin çalışmanın yapıldığı sırada ünlü futbolcu Cristiano Ronaldo 105 milyon takipçiye sahipken, ünlü basketbolcu LeBron James 52 milyon takipçi sayısına sahiptir. Bu sporcuları transfer eden kulüpler sadece bu oyuncuları değil, bu oyuncuların takipçilerini de transfer etmiş olmakta, kulüp tarafından yapılan haberler milyonlarca kişiye ulaşmaktadır.

Günümüzde popüler sosyal medya uygulamalarından biri olan Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından kurulmuştur. Mikroblog uygulaması olan Twitter'a giriş yapmak için uygulamaya kayıt olmak ve bir kullanıcı ismine sahip olmak şarttır. Kuruluş yıllarında insanların 140 karakter kullanarak fikirlerini ve düşüncelerini paylaştığı Twitter'da karakter sayısı 2017 yılından itibaren 280'e çıkarılmıştır. Twitter'da kullanıcılar, karakter sayısı ile sınırlandırılma da flood yazma özelliğiyle alt alta birden fazla iletinin gönderilebilmesi bu sınırlamayı ortadan kaldırmaktadır.

Metin bazlı bir uygulama olan Twitter'da video ve fotoğraf gibi görsel materyaller de paylaşılmaktadır. Popüler sosyal medya uygulamalarından biri olan Twitter, We are Social'ın Temmuz 2022 yılında yayınladığı rapora göre dünyada tüm sosyal medya uygulamaları arasında 486 milyon kullanıcı sayısı ile 14.sıradadır. İnsanlar Twitter uygulamasında aylık ortalama 5.4 saat geçirirken, günlük ortalama 29 dakika kullanım yapılmaktadır (Kılınç, 2022).

Twitter uygulaması, kullanıcılarına sunduğu özellikleriyle kullanıcıları arasındaki etkileşimi artırmaktadır. Bir kullanıcı tarafından paylaşılan bir ileti, kullanıcıyı takip eden kişiler tarafından görülebilirken, ilk paylaşımı yapan kullanıcıyı takip etmeyen kişiler, takip ettikleri kişilerin bu iletiyi beğenmesi ya da yorum yapmasıyla iletiyi görebilmektedir. Ayrıca hashtag ve konu etiketi araması yaparak, ilgilendiği konularda paylaşım yapan kullanıcıların iletilerini görebilmektedir. Böylelikle kullanıcılar tarafından üretilen iletiler, takipçi sınırını aşarak, tüm Twitter kullanıcılarına açık hale gelmektedir.

Twitter'ın bir diğer etkileşimi artırıcı özelliği Twitter Space olarak adlandırılan sohbet odalarıdır. Kullanıcılar canlı sohbet odaları oluşturabilmekte, bir konu başlığı oluşturarak, konuyla ilgili kullanıcılarla canlı sohbet edebilmektedir.

Twitter uygulamasının yukarıda bahsedilen özellikleri dolayısıyla popüler bir uygulama olması ve yeni medya ortamlarının sahip olduğu etkileşim özelliği geleneksel spor medyasının yapısını etkilemiştir. İnternet ve dijital medya kültürlerinden önce spor içeriğinin dağıtımı yayıncılar, gazeteciler ve diğer geleneksel medya çalışanları tarafından kontrol edilip, yönetiliyordu (Hutchins ve Rowe'dan akt. Gibbs ve Haynes, 2013, s.394). 1990'lı yılların sonuna doğru World Wide Web (WWW)'in gelişimiyle takımlar taraftarlarına içerikleri doğrudan ulaştırabilmekte, geleneksel bir medya aracına gerek duymamaktadır (Boyle ve Haynes'dan akt. Gibbs ve Haynes, 2013, s.394). Sonuç olarak bakıldığında Twitter, spor iletişimi içerisinde geleneksel gazeteciliğin ve spor yetkililerinin bir anda önemini yitirmesine neden olmuştur (Hutchins'den akt. Gibbs ve Haynes, 2013, s.394).

Günümüz spor medyasına bakıldığında Twitter'ın önemli bir paylaşım aracı olduğu görülmektedir. Geleneksel medyada yer alan spor gazetecileri, Twitter'da anlık paylaşımlarda bulunmakta ve spor haberlerini anlık olarak takipçileriyle paylaşmaktadır. Bu durumun nedeni sosyal medyadaki iletilerin geleneksel medyaya göre daha hızlı yayılması ve etkileşim özelliğinin kullanılmak istenmesidir.



### 3. Bulgular ve Değerlendirme

#### 3.1. Araştırma Soruları

Bu çalışmada Türkiye'de Twitter'da en fazla takipçiye sahip olan futbol takımlarının Twitter paylaşımlarının neler olduğuna yönelik bir inceleme yapılacağından ötürü araştırmada hipotez soruları yerine araştırma soruları tercih edilmiştir. Hipotez sorularında cevaplanması gereken soruların istatistiksel testlere tabi tutulması bir zorunluluktur. Ancak araştırma sorularında böyle bir zorunluluk ya da gereklilik bulunmamaktadır. İçerik analizi sonucunda elde edilen veriler üzerinde gerçekleştirilen testler, betimleyici bir görev yerine getirmiştir.

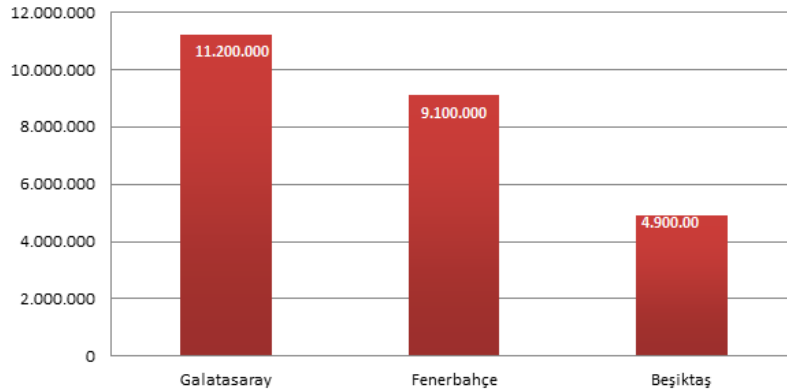
#### Araştırma Soruları:

- Futbol takımları, takipçilerini etkileme noktasında Twitter'ı iletişim açısından nasıl kullanmışlardır?
- Futbol takımları, Twitter'a ait özelliklerden en fazla hangisini kullanmıştır?
- Twitter'a ait özellikleri en fazla hangi futbol kulübü kullanmıştır?
- Futbol kulüpleri, Twitter'da en fazla hangi konuya yönelik paylaşım yapmışlardır?
- Futbol kulüpleri, multimedya kullanımını açısından hangi öğeleri ön plana çıkarmayı tercih etmişlerdir?

#### 3.2. Bulgular

Araştırma, Twitter'da en fazla kullanıcıya sahip olan Galatasaray SK, Fenerbahçe SK ve Beşiktaş JK'nin Twitter kullanım pratiklerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda 1 Ocak – 28 Şubat 2022 tarihleri arasında yapılmış olup kulüplerin retweet, alıntılama, mention, hashtag, link, multimedya ve emoji kullanımının yanı sıra sosyal sorumluluk projelerine dair yaptıkları paylaşımlar, Twitter'da geçirilen zaman dilimleri ve hangi konuları öne çıkardıkları değerlendirmeye tabii tutulmuştur. Araştırmanın bu bölümünde içerik analizi yöntemi uygulanarak elde edilen veriler alt başlık halinde değerlendirilecektir.

Twitter'da en fazla takipçisi olan ve Süper Lig'de yer alan futbol takımları Galatasaray SK, Fenerbahçe SK ve Beşiktaş JK olarak bulunmuştur. Twitter'ın karşılıklı etkileşim özelliği açısından bu kulüpler hedef kitleleri olan taraftarlarına bu mecradan daha kolay ulaşabilmekte ve karşılıklı etkileşime girebilmektedir. Bu bağlamda Twitter'da en fazla takipçisi olan takımlar çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla incelendiğinde Galatasaray SK'nin 11,2 milyon, Fenerbahçe SK'nin 9,1 milyon ve Beşiktaş JK'nin de 4,9 milyon takipçisi bulunmaktadır. 3 büyük kulüp arasında en fazla takipçiye sahip takım Galatasaray SK olurken ikinci sırada Fenerbahçe SK ve üçüncü sırada Beşiktaş JK yer almıştır.



Şekil 2. Kulüplerin Takipçi Sayısı

Araştırmaya konu olan kulüpler içerisinde Twitter'da resmi hesap sahibi olan ilk takım Fenerbahçe SK'dir. Fenerbahçe resmi hesabını Aralık 2007 yılında açmıştır. En fazla takipçiye sahip olan Galatasaray SK resmi hesabını Mart 2009'da aktif hale getirmiş, Beşiktaş JK ise resmi hesabını Mart 2011'de kullanmaya başlamıştır. Çalışma tarihini içeren zaman aralığında futbol kulüpleri tarafından atılan toplam tweet sayısı 1409 olarak kaydedilmiştir.

### 3.3. Kulüplerin Twitter Veri Analizleri

Yapılan çalışmada, Türkiye'de Twitter en fazla takipçisi bulunan Beşiktaş, Galatasaray ve Fenerbahçe'nin veri analizleri yapılmıştır. Bu bağlamda, tweet sayıları, alıntılama sayıları, mention sayıları, hastag sayıları, link/URL kullanım sayıları, multimedya kullanım sayıları, sosyal sorumluluk projelerine yönelik yapılan paylaşım sayıları, tweetlerin zaman dilimleri, emoji kullanım sayıları ve tweetlerdeki öne çıkarılan konuların veri analizleri SPSS programı aracılığıyla değerlendirmeye alınmıştır.

#### 3.3.1. Kulüplerin Tweet Sayısı

**Tablo 1.** Atılan Tweet Sayısı

	SAYI	YÜZDE
Beşiktaş JK	417	29,6
Fenerbahçe SK	443	31,4
Galatasaray SK	549	39,0
TOPLAM	1409	100,0

Tabloya bakıldığında en fazla tweet atan futbol kulübü Galatasaray SK olarak görülmektedir. Galatasaray SK 549 (%39,0) tweet paylaşımının bulunurken onu 443 (%31,4) tweet ile Fenerbahçe SK ve 417 (%29,6) tweet ile Beşiktaş JK izlemiştir. Tweet sayıları açısından Galatasaray SK'nin Twitter'da daha fazla etkin olmaya çalıştığı gözlemlenmiştir.

#### 3.3.2. Kulüplerin Alıntılama Kullanımları

**Tablo 2.** Toplam Alıntılama

	SAYI	YÜZDE
VAR	153	10,9
YOK	1256	89,1
TOPLAM	1409	100,0

Futbol kulüpleri, Twitter'ın alıntılama özelliğini 153 (%10,9) kez kullanırken 1256 (%89,1) kez kullanmamışlardır. Twitter'ın karşılıklı etkileşim özelliklerinden biri olan alıntılama paylaşımı bir kullanıcının en az bir başka kullanıcı ile etkileşime girmesine olanak sağlayan bir özellik olarak görülmektedir. Alıntılama özelliği, kullanıcıların takip ettikleri diğer kullanıcıların paylaşımlarını retweet etmelerinin yanında yorum yapma fırsatı da tanımaktadır. Alıntılamanın kullanıcılara bir başka paylaşımı hem olduğu gibi paylaşıp hem de yorum imkanı vermesi, retweetten farklı olmasını sağlamaktadır. Bu anlamda futbol kulüplerinin Twitter'ın bu özelliğini kullanmayı tercih etmedikleri görülmektedir.

**Tablo 3.** Kulüplere Göre Alıntılama

	Alıntı		TOPLAM
	VAR	YOK	
Beşiktaş JK	38 %9,1	379 %90,9	417 %100,0
Fenerbahçe SK	67 %15,1	376 %84,9	443 %100,0
Galatasaray SK	48 %8,7	501 %91,3	549 %100,0
TOPLAM	153 %10,9	1256 %89,1	1409 %100,0

Alıntılama özelliğinin kullanımı bakımından futbol kulüplerinin paylaşımları incelendiğinde en fazla alıntılama yapan kulübün Fenerbahçe SK olduğu saptanmıştır. Fenerbahçe SK yüzde 15,1 (f=67) oranında alıntılama özelliğini kullanırken onu yüzde 9,1 (f=38) ile Beşiktaş JK ve yüzde 8,7 (f=48) ile Galatasaray SK takip etmiştir. Futbol kulüpleri içerisinde alıntılama özelliğinin kullanımı açısından yüzde 10'u geçen

tek takım Fenerbahçe SK olmasına rağmen etkileşim açısından kullanım oranlarının oldukça düşük kaldığı belirlenmiştir.

### 3.3.3. Kulüplerin Etiketleme Kullanımları

**Tablo 4.** Kulüplere Göre Etiketleme (Mention)

	SAYI	YÜZDE
VAR	177	12,6
YOK	1232	87,4
TOPLAM	1409	100,0

Futbol kulüplerinin, Twitter'ın etiketleme yani mention özelliğini kullanmayı pek tercih etmedikleri görülmektedir. Etiketleme özelliği Twitter'da bir kullanıcının adının paylaşımlarda yer almasını sağlayan ve adı yer alan kişinin bu paylaşımına cevap vermesine olanak tanıyan bir özellik olarak karşımıza çıkıyor. Bu anlamda karşılıklı iletişim kurulmasını sağlayan bu özellik Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK tarafından sadece 177 (%12,6) kez kullanılmıştır. Geri kalan 1232 (%87,4) tweette ise etiketleme özelliği kullanılmamıştır.

**Tablo 5.** Kulüplere Göre Etiketleme (Mention)

	Etiket		TOPLAM
	VAR	YOK	
Beşiktaş JK	22 %5,3	395 %94,7	417 %100,0
Fenerbahçe SK	49 %11,1	394 %88,9	443 %100,0
Galatasaray SK	106 %19,3	443 %80,7	549 %100,0
TOPLAM	177 %12,6	1232 %87,4	1409 %100,0

Tablo incelendiğinde, Twitter'ın etiketleme özelliğini en fazla kullanmayı tercih eden kulübün Galatasaray SK olduğu ortaya çıkmıştır. Galatasaray SK tweet paylaşımlarında yüzde 19,3 (f=106) oranında etiketleme özelliğini kullanmıştır. Galatasaray SK'den sonra etiketleme özelliğini en fazla kullanan futbol kulübü yüzde 11,1 (f=49) ile Fenerbahçe SK olurken Beşiktaş JK bu özelliği kullanma bakımından yüzde 5,3 (f=22) ile son sırada yer almıştır. Karşılıklı etkileşim açısından kulüplerin etiketleme özelliğinden çok yararlanmadıkları saptanmıştır.

### 3.3.4. Kulüplerin Hastagh Kullanımları

**Tablo 6.** Toplam Hashtag

	SAYI	YÜZDE
VAR	898	63,7
YOK	511	36,3
TOPLAM	1409	100,0

Twitter'ın hashtag özelliği hedef kitleye ya da hedef kitle olma potansiyeli barındıran kullanıcılara ulaşmada büyük bir önem taşımaktadır. Hashtag özelliği belirli bir konu hakkında kullanıcıların fikirlerini beyan etmesi ve bu düşüncelerinin Twitter'da yer alan dünyanın farklı mecralarından yaşayan kullanıcılar tarafından görülmesine olanak tanımaktadır. Araştırmada yer alan futbol kulüplerinin Twitter'ın hashtag özelliğinden sıkça yararlandıkları görülmektedir. Yapılan paylaşımların 898 (%63,7) tanesinde hashtag kullanımı söz konusuysen 511 (%36,3) paylaşımında bu özellik tercih edilmemiştir.

**Tablo 7.** Kulüplere Göre Hashtag

	Hashtag		TOPLAM
	VAR	YOK	
Beşiktaş JK	303 %72,7	114 %27,3	417 %100,0
Fenerbahçe SK	180 %40,6	263 %59,4	443 %100,0
Galatasaray SK	415 %75,6	134 %24,4	549 %100,0
TOPLAM	898 %63,7	511 %36,3	1409 %100,0

Araştırmaya konu olan 3 futbol kulübü arasında Galatasaray SK en fazla hashtag kullanımı yapan kulüp olmuştur. Paylaşımlarında yüzde 75,6 (f=415) oranında hashtag kullanımına yer vermiştir. Galatasaray SK'nin ardından hashtag kullanımı en fazla olan kulüp Beşiktaş JK olarak gözlemlenmiştir. Hashtag kullanımı açısından Galatasaray SK'ye çok yakın olan Beşiktaş JK'nin bu özelliği kullanım oranı yüzde 72,2 (f=303) olarak kaydedilmiştir. Hashtag kullanımı açısından Fenerbahçe SK yüzde 40,6 (f=180) ile son sırada yer almıştır. Dikkat çeken diğer bir nokta ise Galatasaray SK ve Beşiktaş JK paylaşımlarının büyük bir bölümünde hashtag kullanırken Fenerbahçe SK'de bu oran yüzde 50'nin altında kalmıştır.

### 3.3.5. Kulüplerin Link/URL Kullanımları

**Tablo 8.** Toplam Link/URL

	SAYI	YÜZDE
VAR	299	21,2
YOK	1110	78,8
TOPLAM	1409	100,0

Twitter genel yapısı itibarıyla tweetlerin belirli bir karakter sayısı ile gönderiminin yapılmasına izin vermektedir. Karakter sayısından fazla olan uzun paylaşımlar için kullanıcılar Link ya da URL bağlantıları kullanabilmektedir. Bu sayede uzun olabilecek paylaşımlar kısa tutularak son kısımlarına Link ya da URL bağlantısı konular ve böylece takipçiler, takip ettikleri kişilerin resmî web sayfalarına veya sosyal medya hesaplarına yönlendirilerek buradan söz konusu paylaşımların detaylarına ulaşabilmektedir. Ancak Galatasaray SK, Beşiktaş JK ve Fenerbahçe SK'nin toplam Link/URL kullanımları incelendiğinde bu özelliği kullanmayı pek tercih etmedikleri görülmektedir. 3 kulübün yaptığı toplam 1409 paylaşımda yalnızca 299 (%21,2) kez Link/URL kullanıldığı, bin 110 (%78,8) kez ise Link/URL kullanılmadığı görülmüştür.

**Tablo 9.** Kulüplere Göre LINK/URL

	Link/URL		TOPLAM
	VAR	YOK	
Beşiktaş JK	70 %16,8	347 %83,2	417 %100,0
Fenerbahçe SK	95 %21,4	348 %78,6	443 %100,0
Galatasaray SK	134 %24,4	415 %75,6	549 %100,0
TOPLAM	299 %21,2	1110 %78,8	1409 %100,0

Tablo incelendiğinde en fazla Link/URL kullanımı yapan kulüp Galatasaray SK olarak dikkat çekmektedir. Galatasaray SK tweetlerinde yüzde 24,4 (f=134) oranında Link/URL özelliğini kullanmıştır. Galatasaray SK'nin ardından en fazla Link/URL kullanımı yapan kulüp yüzde 21,4 (f=95) ile Fenerbahçe SK olurken Beşiktaş JK yüzde 16,8 (f=70) ile son sırada yer almıştır.

### 3.3.6. Kulüplerin Multimedya Kullanımları

**Tablo 10.** Toplam Multimedya Kullanımı

	Sayı	Yüzde
Yok	305	21,6
Fotoğraf	892	63,3
Video	136	9,7
Yazı Görseli	16	1,1
GIF	60	4,3
TOPLAM	1409	100,0

Hedef kitleleri, hedef kitle olma potansiyeli olan toplulukları ya da farklı grupları etkilemek, takipçi sayısını artırmak için multimedya kullanımı büyük önem taşımaktadır. Kullanıcılar kimi zaman paylaşımlarını multimedya (fotoğraf, video, GIF, yazı görseli vb.) içerikleri ile destekleyerek takipçilerine ulaşma yolunu seçerken, kimi zaman ise tek bir multimedya içeriği takipçiler ya da farklı hedef kitleler üzerinde büyük etkiler oluşturabilmektedir. Araştırmada yer alan 3 futbol kulübünün tweetlerinde ne kadar multimedya kullanımı yaptıklarının yanı sıra ne tür multimedya içeriklerini tercih ettiklerinin bilinmesi açısından frekans ve çapraz tablo analizleri yapılmıştır.

Futbol kulüplerinin en fazla kullandığı multimedya türü fotoğraf olarak görülmektedir. Araştırmada yer alan kulüpler paylaşımlarında 892 (%63,3) kez fotoğraf kullanırken 136 (%9,7) kez video, 60 (%4,3) kez GIF ve 16 (%1,1) kez de yazı görselini tercih etmişlerdir. Kulüplerin bin 409 paylaşımlarından 305 (%21,6) paylaşımında herhangi bir multimedya türünü kullanmadıkları görülmüştür.

**Tablo 11.** Kulüplere Göre Multimedya

	Multimedya					Toplam
	Yok	Fotoğraf	Video	Yazı Görseli	GIF	
Beşiktaş JK	64	275	44	2	32	417
	%15,3	%65,9	%10,6	%0,5	%7,7	%100,0
Fenerbahçe SK	140	240	57	5	1	443
	%31,6	%54,2	%12,9	%1,1	%0,2	%100,0
Galatasaray SK	101	377	35	9	27	549
	%18,4	%68,7	%6,4	%1,6	%4,9	%100,0
TOPLAM	305	892	136	16	60	1409
	%21,6	%63,3	%9,7	%1,1	%4,3	%100,0

Aşağıdaki tablo incelendiğinde, paylaşımlarında en fazla multimedya kullanımı yapan kulüp yüzde 84,7 ile Beşiktaş JK olurken yüzde 81,6 ile Galatasaray SK ikinci olmuştur. Fenerbahçe SK'nin ise multimedya kullanım oranı yüzde 68,4 oranında kalmıştır. Beşiktaş JK paylaşımlarında yüzde 65,9 (f=275) oranında fotoğraf kullanırken, yüzde 10,6 (f=44) oranında video, yüzde 7,7 (f=32) oranında GIF ve yüzde 0,5 (f=2) oranında yazı görseli kullanmıştır. Beşiktaş JK paylaşımlarının yüzde 15,3'ünde (f=64) herhangi bir multimedya kullanımı yapmamıştır.

Beşiktaş JK' den sonra en fazla multimedya kullanan kulüp olan Galatasaray SK, fotoğraf kullanımı açısından diğer iki kulübü geride bırakmıştır. Galatasaray SK paylaşımlarının yüzde 68,7'sinde (f=377) fotoğraf kullanırken yüzde 6,4'ünde (f=35) video, yüzde 4,9'unda (f=27) GIF ve yüzde 1,6'sında (f=9) yazı görseli tercih etmiştir.

Multimedya kullanımı açısından son sırada yer alan Fenerbahçe SK paylaşımlarının yüzde 54,2'sinde (f=240) fotoğraf, yüzde 12,9'unda (f=57) video, yüzde 1,1'inde (f=5) yazı görseli ve yüzde 0,2'sinde (f=1) GIF kullanmıştır.

### 3.3.7. Kulüplerin Sosyal Sorumluluk ile İlgili Paylaşımları

**Tablo 12.** Toplam Sosyal Sorumluluk Paylaşımları

	SAYI	YÜZDE
Var	6	,4
Yok	1403	99,6
Toplam	1409	100,0

Sosyal sorumluluk projeleri, toplum içerisinde kulüplerin kendi branşları dışında etkin oldukları ve yardımlaşmayı sağladıkları etkinlikler olarak dikkat çekmektedir. Kulüpler, Twitter'daki paylaşımlarıyla kullanıcılarına toplum içerisinde yer alan sorunlar karşısında nasıl faaliyetler yürüttüklerini göstererek, takipçilerini etkilerken hedef kitle olma potansiyeli taşıyan kullanıcılar için de dikkat çeken bir konuma gelebilirler. Bu bağlamda araştırmaya konu olan Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK'nin paylaşımlarında sosyal sorumluluk içeriklerine oldukça az yer verdikleri görülmüştür. Kulüplerin 1409 paylaşımından sadece 6'sında (%0,4) sosyal sorumluluk içeriklerinin yer aldığı, geri kalan bin 403 (%99,6) paylaşımında ise bu içeriklere yer verilmediği saptanmıştır. Kulüplerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini Twitter üzerinden takipçileriyle paylaşmayı tercih etmedikleri belirlenmiştir.

**Tablo 13.** Kulüplere Göre Sosyal Sorumluluk Paylaşımları

	SSPY Paylaşımlar		Toplam
	Var	Yok	
Beşiktaş JK	0	417	417
	%0,0	%100,0	%100,0
Fenerbahçe SK	4	439	443
	%0,9	%99,1	%100,0
Galatasaray SK	2	547	549
	%0,4	%99,6	%100,0
TOPLAM	6	1403	1409
	%0,4	%99,6	%100,0

Aşağıdaki tabloya bakıldığında sosyal sorumluluk içeriklerine ilişkin paylaşımların yüzde 2 seviyesine çıkamadığı görülmektedir. Kulüpler içerisinde en fazla sosyal sorumluluk paylaşımları yapan kullanıcı Fenerbahçe SK olarak göze çarpmaktadır. Fenerbahçe SK paylaşımlarının yüzde 0,9'unda (f=4) sosyal sorumluluk içeriklerine yer verirken bu oran Galatasaray SK'de yüzde 0,4 (f=2) oranında kalmıştır. Beşiktaş JK ise sosyal sorumluluk içeriklerine paylaşımlarında hiç yer vermemiştir.

### 3.3.8. Kulüplerin Zaman Dilimi Tercihleri

**Tablo 14.** Toplam Zaman Dilimi

	Sayı	Yüzde
Hafta sonu	578	41,0
Hafta içi	831	59,0
Toplam	1409	100,0

Araştırmada yer alan kulüplerin paylaşımlarını daha çok hafta içi yaptığı görülmektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK kulüpleri bin 409 paylaşımlarının 831 (%59,0) tanesini hafta içi yaptıkları belirlenmiştir. Kulüplerin geri kalan 578 (%41,0) paylaşımlarını ise hafta sonu yaptıkları saptanmıştır.

**Tablo 15.** Kulüplere Göre Zaman Dilimi

	Zaman Dilimi		Toplam
	Hafta Sonu	Hafta İçi	
Beşiktaş JK	148	269	417
	%35,5	%64,5	%100,0
	%10,5	%19,1	%29,6
Fenerbahçe SK	166	277	443
	%37,5	%62,5	%100,0
	%11,8	%19,7	%31,4
Galatasaray SK	264	285	549
	%48,1	%51,9	%100,0
	%18,7	%20,2	%39,0
TOPLAM	578	831	1409
	%41,0	%59,0	%100,0
	%41,0	%59,0	%100,0

Tablo incelendiğinde, hafta sonu paylaşımları açısından en fazla tweet gönderimi yapan kulüp Galatasaray SK olmuştur. Galatasaray SK paylaşımlarının yüzde 48,1'ini (f=264) hafta sonu yapmıştır. Galatasaray SK'nin ardından hafta sonu en fazla paylaşım yapan kulüp yüzde 37,5 (f=166) ile Fenerbahçe SK olurken Beşiktaş JK hafta sonu paylaşımları açısından yüzde 35,5 (f=148) ile son sırada yer almıştır.

Hafta içi en fazla paylaşım yapan kulüp yüzde 64,5 (f=269) ile Beşiktaş JK olarak kaydedilmiştir. Hafta içi paylaşımlarında Beşiktaş JK'yi, Fenerbahçe SK yüzde 62,5 (f=277) ve Galatasaray SK yüzde 51,9 (f=285) ile takip etmiştir. Futbol karşılaşmalarının genellikle hafta sonları yapılması elde edilen verilerle de doğru orantılı olarak görülmüştür.

### 3.3.9. Kulüplerin Emoji Kullanımları

**Tablo 16.** Toplam Emoji Kullanımı

	Sayı	Yüzde
Var	871	61,8
Yok	538	38,2
Toplam	1409	100,0

Kulüpler paylaşımlarında ağırlıklı olarak emoji kullanımına yer vermiştir. Kulüplerin toplam 1409 paylaşımında, 871 (%61,8) kez emoji kullandıkları, 538 (%38,2) kez ise emoji kullanmadıkları saptanmıştır.

**Tablo 17.** Kulüplere Göre Emoji

	Emoji		Toplam
	Var	Yok	
Beşiktaş JK	237	180	417
	%56,8	%43,2	%100,0
	%16,8	%12,8	%29,6
Fenerbahçe SK	220	223	443
	%49,7	%50,3	%100,0
	%15,6	%15,8	%31,4
Galatasaray SK	414	135	549
	%75,4	%24,6	%100,0
	%29,4	%9,6	%39,0
TOPLAM	871	538	1409
	%61,8	%38,2	%100,0
	%61,8	%38,2	%100,0

Tabloya bakıldığında, paylaşımlarında en fazla emoji kullanan kulüp yüzde 75,4 (f=414) ile Galatasaray SK olmuştur. Emoji kullanımı konusunda Beşiktaş JK yüzde 56,8 (f=237) ile ikinci sırada yer alırken Fenerbahçe SK yüzde 49,7 (f=220) ile son sırada yer almıştır. Galatasaray SK'nin paylaşımlarının 4'te

3'ünde emoji kullanımına yer verdiği görülürken Fenerbahçe SK emoji kullanımı konusunda yüzde 50'nin altında kalmıştır.

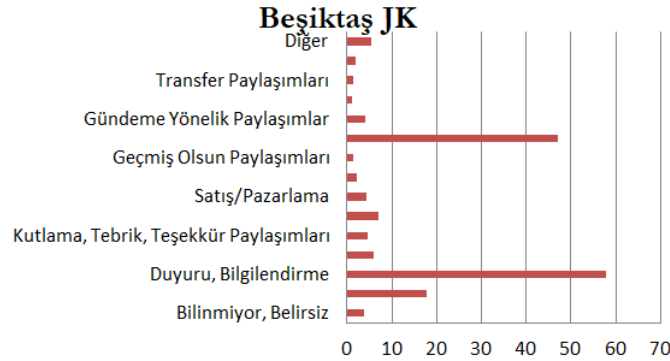
### 3.3.10. Kulüplerin Konu Tercihleri

Kulüplerin paylaşımlarında öne çıkan konulara bakıldığında tweetlerde birden fazla konunun yer aldığı görülmektedir. Birden fazla konunun olmasından ötürü paylaşımlarda en fazla dikkat çeken 4 konu kodlamaya uygun bulunmuştur. Bu konular, SPSS programından birleştirilerek, tek bir kategori şekline getirilmiş olup frekans ve çapraz tablo analizleri gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 18.** Toplam Konu

	Sayı	Yüzde
Bilinmiyor, Belirsiz	99	%4,5
Kulüple İlgili Paylaşımlar ( Futbolcu, Yönetici Vb.)	256	%11,6
Duyuru, Bilgilendirme	642	%29,0
Taraftarlara Yönelik Paylaşımlar	174	%7,9
Kutlama, Tebrik, Teşekkür Paylaşımları	80	%3,6
Reklam/ Tanıtım	105	%4,7
Satış/Pazarlama	66	%3,0
Başarı, Temenni Paylaşımları	26	%1,2
Geçmiş Olsun Paylaşımları	15	%0,7
Müsabaka Paylaşımları	565	%25,5
Gündeme Yönelik Paylaşımlar	49	%2,2
Taziye/Vefat Paylaşımları	13	%0,6
Transfer Paylaşımları	26	%1,2
Anma, Yâd Etme Paylaşımları	28	%1,3
Diğer	71	%3,2
Toplam	2215	%100,0

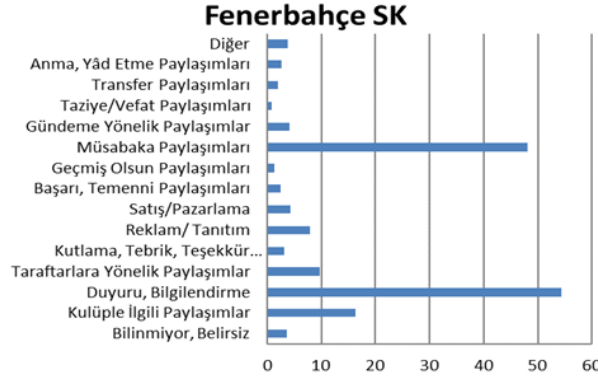
Konu dağılımının gösterildiği tablo incelendiğinde kulüplerin paylaşımlarında bir durum hakkında bilgi vermek amacıyla yapılan tweetler ön plana çıkmıştır. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK'nin toplam yaptığı 1409 paylaşımdan yüzde 29'u (f=642) "Duyuru, Bilgilendirme" içerikli konular olarak ilk sırada yer almıştır. "Duyuru, Bilgilendirme" içeriklerini sırasıyla yüzde 25,5 (f=565) ile "Müsabaka Paylaşımları", yüzde 11,6 (f=256) ile "Kulüple İlgili Paylaşımlar", yüzde 7,9 (f=174) ile "Taraftarlara Yönelik Paylaşımlar", yüzde 4,7 (f=105) ile "Reklam/ Tanıtım", yüzde 4,5 (f=99) ile "Bilinmiyor, Belirsiz", yüzde 3,6 (f=80) ile "Kutlama, Tebrik, Teşekkür Paylaşımları", yüzde 3,2 (f=71) ile "Diğer", yüzde 3 (f=66) ile "Satış/Pazarlama", yüzde 2,2 (f=49) ile "Gündeme Yönelik Paylaşımlar", yüzde 1,3 (f=28) ile "Anma, Yâd Etme Paylaşımları", yüzde 1,2 (f=26) ile "Başarı, Temenni Paylaşımları" ve "Transfer Paylaşımları", yüzde 0,7 (f=15) ile "Geçmiş Olsun Paylaşımları" ve yüzde 0,6 (f=13) ile "Taziye/Vefat Paylaşımları" izlemiştir.



**Şekil 3.** Kulüplere Göre Konu Dağılımı (Beşiktaş JK)

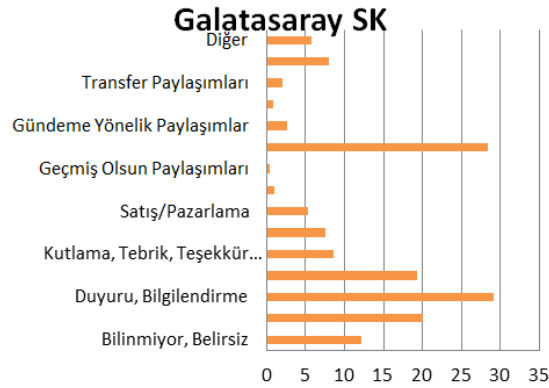


Tablo incelendiğinde, Beşiktaş JK kulübü resmi hesabında en fazla “Duyuru, Bilgilendirme” konusuna paylaşımlarında yer vermiştir. Kulüp, 241 kez “Duyuru, Bilgilendirme” konusuna ilişkin içerikleri takipçileriyle paylaşmıştır. Kulübün diğer konu dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir: 196 kez “Müsabaka Paylaşımları”, 74 kez “Kulüple İlgili Paylaşımlar”, 29 kez “Reklam/ Tanıtım”, 25 kez “Taraftarlara Yönelik Paylaşımlar”, 22 kez “Diğer”, 19 kez “Kutlama, Tebrik, Teşekkür Paylaşımları”, 18 kez “Satış/Pazarlama”, 17 kez “Gündeme Yönelik Paylaşımlar”, 16 kez “Bilinmiyor”, 9 kez “Başarı, Temenni Paylaşımları”, 8 kez “Anma, Yad Etme Paylaşımları”, 6 kez “Transfer Paylaşımları” ve “Geçmiş Olsun Paylaşımları” ve 4 kez “Taziye/Vefat Etme Paylaşımları”



Şekil 4. Kulüplere Göre Konu Dağılımı (Fenerbahçe SK)

Tablo incelendiğinde, Fenerbahçe SK kulübü resmi hesabında en fazla “Duyuru, Bilgilendirme” konusuna paylaşımlarında yer vermiştir. Kulüp, 241 kez “Duyuru, Bilgilendirme” konusuna ilişkin içerikleri takipçileriyle paylaşmıştır. Kulübün diğer konu dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir: 213 kez “Müsabaka Paylaşımları”, 72 kez “Kulüple İlgili Paylaşımlar”, 43 kez “Taraftarlara Yönelik Paylaşımlar”, 35 kez “Reklam/ Tanıtım”, 19 kez “Satış/Pazarlama”, 18 kez “Gündeme Yönelik Paylaşımlar”, 17 kez “Diğer”, 16 kez “Bilinmiyor”, 14 kez “Kutlama, Tebrik, Teşekkür Paylaşımları”, 12 kez “Anma, Yad Etme Paylaşımları”, 11 kez “Başarı, Temenni Paylaşımları”, 9 kez “Transfer Paylaşımları” 6 kez “Geçmiş Olsun Paylaşımları” ve 4 kez “Taziye/Vefat Etme Paylaşımları”



Şekil 5. Kulüplere Göre Konu Dağılımı (Galatasaray SK)

Tablo incelendiğinde, Galatasaray SK kulübü resmi hesabında en fazla “Duyuru, Bilgilendirme” konusuna paylaşımlarında yer vermiştir. Kulüp, 16 kez “Duyuru, Bilgilendirme” konusuna ilişkin içerikleri takipçileriyle paylaşmıştır. Kulübün diğer konu dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir: 156 kez “Müsabaka Paylaşımları”, 110 kez “Kulüple İlgili Paylaşımlar”, 106 kez “Taraftarlara Yönelik Paylaşımlar”, 67 kez “Bilinmiyor”, 47 kez “Kutlama, Tebrik, Teşekkür Paylaşımları”, 41 kez “Reklam/ Tanıtım”, 32 kez “Diğer”, 29 kez “Satış/Pazarlama”, 14 kez “Gündeme Yönelik Paylaşımlar”, 11 kez “Transfer

Paylaşımları”, 8 kez “Anma, Yad Etme Paylaşımları”, 6 kez “Başarı, Temenni Paylaşımları”, 5 kez “Taziye/Vefat Etme Paylaşımları” ve 3 kez “Geçmiş Olsun Paylaşımları”

#### 4. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla bu mecralar spor kulüpleri tarafından taraftarlarıyla etkileşim kurduğu, kulüp haberlerinin paylaşıldığı alanlar olmuştur. Hem dünyada hem de ülkemizde, istisnalar hariç, her kulüp birden çok sosyal medya uygulamasında bir hesaba sahiptir. Türkiye’de Twitter’da en fazla takipçisi olan futbol kulüplerinin Twitter kullanım pratiklerinin incelenmesini amaçlayan bu çalışmada önemli bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışma tarihleri olan 1 Ocak – 28 Şubat tarihleri arasında Twitter’da en fazla paylaşım yapan takım Galatasaray SK olmuştur. Galatasaray SK, resmi Twitter hesabından günlük ortalama 9 tweet paylaşımı gerçekleştirmiştir. Fenerbahçe SK’nin resmi hesabından yapmış olduğu günlük paylaşım sayısı 7,5 tweet olarak kaydedilirken, Beşiktaş kulübünün günlük tweet paylaşım sayısı 7 olarak belirlenmiştir.

Twitter’ın alıntılama özelliği, kullanıcıların başka bir kullanıcının paylaşımının üzerine kendi düşüncelerini yazdığı ve kullanıcıların isimlerinin yer aldığı bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanıcılara karşılıklı etkileşim olanağı tanıyan alıntılama özelliği dikkate alındığında Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin bu özelliği çok az kullandıkları görülmektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin daha çok bu özelliği kendi bünyelerindeki hesaplar üzerinden yaptıkları görülmüştür. Bu anlamda kulüpler, Twitter’da yer alan takipçileriyle etkileşim kurmak yerine geleneksel medyada olduğu gibi sadece takipçilerine ileti göndermeyi tercih ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır.

Etiketleme diğer adıyla “Mention” özelliği, bir kullanıcının yaptığı paylaşımında başka bir kullanıcıdan bahsetmesi anlamına gelmektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin paylaşımlarında etiketleme kullanımının oldukça az olduğu görülmüştür. Kulüplerin resmi hesaplarından yaptıkları paylaşımlarda takipçileriyle etkileşime girme eğilimi göstermedikleri açıkça görülmektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin paylaşımlarında kullandıkları az miktardaki etiketleme yüzdesine bakıldığında kulüplerin kendi spor branşlarındaki takımları, sporcuları ya da yöneticileri baz aldıkları, herhangi bir takipçi ile etkileşime girmedikleri saptanmıştır. Ayrıca kulüplerin kendi takım, sporcu ya da yöneticileriyle ilgili yapılan etiketlemelerde herhangi bir geri bildirim olanak tanınmadığına dikkat çekilmiştir.

Hashtag kullanım oranları açısından Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin başarılı bir istatistik yakaladıkları görülmüştür. En fazla hashtag kullanan kulüp Galatasaray SK olurken Beşiktaş JK de çok az bir farkla ikinci sırada yer almıştır. Fenerbahçe SK ise kulüpler içerisinde hashtag kullanımı bakımından sonuncu olan ve yüzde 50’nin altında kalan tek takım olmuştur. Hashtag kullanımı, kullanıcıları popüler bir konu hakkında kendi takipçileri arasında görünür kılarken, aynı zamanda farklı konular hakkında farklı hedef kitlelerine ulaşmalarını sağlamaktadır. Farklı bir içerik hakkında görüşlerini belirten kullanıcılar, hedef kitesinin yer almadığı bu başlık altında takdir görebilmekte, takipçi kazanabilmektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin hashtag kullanım oranları yüksek olmasına karşın, kullanılan hashtagler incelendiğinde kulüplerin sadece kendilerine özel açılan hashtagler içerisinde paylaşım yaptıkları görülmüştür. Bu noktada kendilerine özel açılan hashtagler içerisinde var olmaya çalışan kulüpler, kendi takipçilerinin dışına çıkamazken farklı konulara da değinememişlerdir. Oysa ki hashtag yani konu başlıkları dünya genelinde etkileşim sağlama açısından büyük bir özelliğe sahiptir. Zaman ve mekân kavramının ortadan kalktığı, paylaşımların herkes tarafından görülebilmesine şans veren bu özellik, kulüplerin sporla ilgili farklı hashtagler üzerinden farklı hedef kitlelere ulaşma potansiyelini içinde barındırmaktadır. Ancak Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin sadece müsabaka paylaşımlarıyla ilgili hashtagler dışında farklı hashtagler kullanmamaları, farklı mecralarda görünür olmalarını engellerken farklı hedef kitlelerine de ulaşamamalarına neden olmuştur.

Link/URL kullanımı, kullanıcıların paylaşımları içerisinde yer verdikleri ve takipçilerinin bu bağlantı vasıtasıyla yönlendirmek istedikleri yere ulaşmasını sağlamaktadır. Paylaşımlarında en fazla Link/URL kullanımı yapan kulüp Galatasaray SK olarak kaydedilmiştir. Beşiktaş JK ve Fenerbahçe SK, Link/URL kullanımı konusunda Galatasaray SK’nin arkasında kalmıştır. Link/URL kullanımlarına bakıldığında

kulüplerin bu özelliği yeterince kullanmadıkları göze çarpmaktadır. Link/URL kullanımı, kulüpler tarafından paylaşılan ve Twitter’ın karakter sınırlamasına takılan paylaşımlar için yol gösterici olarak takipçileri ilgili kaynaklara yönlendirmektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK, genellikle resmi sitelerine, Youtube sayfalarına, canlı yayınlara ve açıklama metinlerine yönlendirmek için Link/URL kullanımını gerçekleştirmişlerdir.

Twitter belli bir karakter dahilinde kullanıcıların görüşlerini paylaşmasına olanak tanınmasının yanı sıra çeşitli multimedya içeriklerinin de paylaşımlarda kullanılmasına izin vermektedir. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin paylaşımlarında multimedya olarak en çok fotoğraf kullanmayı tercih ettikleri görülmüştür. Kulüplerin hepsi paylaşımlarında yüzde 60’ın üzerinde fotoğraf kullanımına yer verirken, içerik olarak müsabaka, kulüp sporcusu ya da yetkilisi ve antrenmanlarla ilgili fotoğraflar takipçilerle paylaşılmıştır. Ancak Galatasaray SK, fotoğraf içeriklerinde bu konular dışında takipçilerine yönelik günaydın mesajları içeren tweetleri taraftar fotoğraflarıyla paylaşan tek takım olarak öne çıkmıştır.

Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK toplum nezdinde kendilerini Sivil Toplum Kuruluşu olarak lanse etmektedir. Futbol dışında STK’ların çalışmalarına benzer faaliyet alanlarında var olma çabası taşıyan kulüpler, Twitter üzerindeki paylaşımlarında bu faaliyet alanına ilişkin neredeyse hiçbir paylaşımına yer vermemişlerdir. Kulüplerin sosyal sorumluluk projeleri kapsamında yer aldıkları çalışmaları Twitter üzerinden paylaşmamaları aynı zamanda hashtag ile benzer özellikler göstererek farklı alanlarda ve hedef kitle olmayan takipçiler arasında görünür olmamalarına neden olmuştur. Kulüplerin sosyal sorumluluk kapsamında yaptıkları paylaşımlar, yine aynı konu hashtagi ile farklı kesimlere ulaşım, etkileşimlerini artırarak takdir görmelerini ve futbol dışında da takipçi kazanmalarını sağlayabilmektedir. Ancak kulüplerin bu bağlamdaki paylaşımlarında neredeyse sosyal sorumluluk projelerine dair çalışmalara hiç yer vermemeleri görünürlük, etkileşimsellik ve takipçi sayılarını artırma açısından büyük bir kaybı gözler önüne sermiştir.

Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin Twitter üzerinden yaptıkları paylaşımlar incelendiğinde kulüplerin ağırlıklı olarak “Duyuru/Bilgilendirme”, “Müsabaka Paylaşımları” ve “Kulüple İlgili Paylaşımlar” yaptıkları görülmüştür. Kulüplerin en fazla yer verdiği konu, kulüple ilgili konular hakkında bilgi veren, hatırlatma yapan “Duyuru/Bilgilendirme” paylaşımları olmuştur. Her üç kulüpte de konu dağılımı bakımından benzer bir sıralama olduğu göze çarpmaktadır. “Duyuru/Bilgilendirme” paylaşımlarının ardından Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin sırasıyla en fazla değindikleri konu içerikleri “Müsabaka Paylaşımları” ve “Kulüple İlgili Paylaşımlar” olmuştur. Bu noktada kulüplerin aslında Twitter’ı geleneksel medyada olduğu gibi tek yönlü bir iletişim aracı olarak gördükleri ve mesajlarını takipçilerine ileti olarak göndermeyi seçtikleri belirlenmiştir. Takipçilerini sadece tüketen bir konuma iten kulüpler, Twitter’ı sadece bir bilgilendirme ağı, duyuru panosu olarak değerlendirmişler, takipçileriyle iletişim ve etkileşim yolunu seçmemişlerdir.

Sonuç olarak araştırmaya konu olan Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK ve Galatasaray SK’nin Twitter’ı geleneksel medya kurallarına göre kullanmaya devam ettiği, takipçileri olan taraftarlarıyla etkileşime girmekten kaçındıkları bunun yerine sadece onlara ileti gönderdikleri saptanmıştır. Bu bağlamda kulüplerin Twitter’ın alıntılama, etiketleme, hashtag gibi çift yönlü etkileşimi sağlayan özelliklerini kullanmada pek de başarılı olamadıkları görülmüşken, ağırlıklı olarak Twitter’ı bir ilan panosu gibi kullanmaları da kullanıcılar arasındaki etkileşim olayını sekteye uğratmıştır.

Yeni medya ortamlarını geleneksel kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli özellik, etkileşim özelliğidir. Twitter’da en çok takipçi sayısına sahip, araştırmaya örneklem olarak seçilen futbol kulüplerinin taraftarlarıyla yeni medya ortamlarında etkileşime girmekten kaçınmak yerine etkileşime girmesi ve çift yönlü bir iletişim yolunu benimsemesi kulüplerin taraftarlarıyla daha sağlıklı ve başarılı bir iletişim kurmasına olanak verecektir.

Çalışmadan çıkan sonuçlar, yurt dışında önemli futbol liglerinde yer alan kulüplerin Twitter kullanım pratikleriyle ülkemizdeki futbol kulüplerinin kullanım pratiklerini karşılaştırma amacıyla yapılacak diğer bilimsel çalışmalara da kaynaklık etmesi bakımından önemlidir.

## 5. Extended Abstract

Social media applications have become popular channels where billions of people are members all over the world. people share messages with each other in social media applications and produce content. Commercial companies use these popular new media environments, which are dominated by more interaction and interactivity compared to traditional media, to promote their new products and communicate with their consumers. The shares of companies on social media directly affect the company profile. In addition to advertising activities in traditional media, companies make various collaborations and advertising agreements in social media environments.

Today, there is a close relationship between sports and social media. We see that sports clubs in professional leagues take part in social media applications with a few exceptions. Sports clubs, which are professional companies or associations, are struggling with their competitors to gain followers in social media environments. Discussion of the team which has the most fans turned into the discussion of their number of followers.

In social media environments, sports clubs have the chance to interact directly with their fans and listen to their demands and complaints. In addition, clubs can communicate with their supporters through their social media accounts for direct marketing and sales purposes.

The number of followers of clubs on social media is one of the criteria that determines the value of that club in the eyes of service providers, investors and sponsors. The more followers a club has on social media, the more its sponsorship and commercial revenues increase (Erdivanlı, 2019). In addition, athletes think that being on social media increases their value in the transfer market and opens new sponsorship and commercial income doors.

For this reason, athletes give importance to their social media accounts and receive consultancy from social media and marketing experts. Today, the transfer of a popular athlete with high followers to another team also affects the number of followers of the club to which he is transferred (Erdivanlı, 2019). For this reason, player transfers are made not only for sporting success, but also to take advantage of the popularity of the player.

In this study, it is aimed to examine the Twitter usage practices of football clubs in the Turkish Spor Toto Football Super League. Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK and Galatasaray SK, which are the football clubs with the highest number of followers in Turkey, were chosen as the sample.

Content analysis was preferred as a method in this study. The study covers the period between 1 January and 28 February 2022. Within these dates, the written posts and visual usage patterns of Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK and Galatasaray SK were evaluated. The data in the research were obtained from the official Twitter accounts of the clubs by using the back-scan method. During the research process, a total of 1409 tweets were analyzed and then the data was first processed into the Microsoft Excel program with the coding guide. The data were transferred to the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) program and data analysis was done.

Since the data is subjectively coded in the content analysis method, the entire study consisting of 1409 tweets was coded by two different coders in order to ensure the reliability and consistency of the coding process, and the concordance calculation between the coders was done. As a result of the concordance calculation, the concordance between two different encoders was determined as 95%. The coders came together to reach a common consensus on different coding and the coding guide was rearranged. The data were interpreted through the newly arranged coding guide.

At the end of the study, it was determined that Beşiktaş JK, Fenerbahçe SK and Galatasaray SK continue to use Twitter according to traditional media rules, they avoid interacting with their followers and they only send messages to them. In this context, while it is seen that the clubs were not very successful in using Twitter's features that provide two-way interaction such as quoting, tagging and hashtags. The fact that they mainly use Twitter as a bulletin board and this situation has disrupted the interaction between users.

**Keywords:** Social Media, Twitter, Football Clubs

**Kaynakça**

- Blaszka, M., Burch, L. M., Frederick, E. L., Clavio, G. & Walsh, P. (2012). #WorldSeries: An Empirical Examination of a Twitter Hashtag During a Major Sporting Event. *International Journal of Sport Communication*, 5, 435-453, doi: 10.1123/IJSC.5.4.435.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erdivanlı, K. (2019). Futbol dünyasında sosyal medyanın önemi (Benchmark raporu). *Indigodergisi*, <https://indigodergisi.com/2019/11/futbol-sosyal-medya-benchmark-raporu/>, [Accessed: 16 May 2022].
- Eroğlu, U. M. (2022). Dijital Dünya Genişledikçe Birilerinin Hayatı Zorlaşıyor, *Hürriyet*, <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/umut-firat-eroglu/dijital-dunya-genisledikce-birilerinin-hayati-zorlasiyor-42082228>, [Accessed: 20 Mayıs 2022].
- Filo, K., Lock, D. & Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review*, 18(2), 166-181, doi: 10.1016/j.smr.2014.11.001.
- Gibbs, C. & Haynes, R. (2013). A Phenomenological Investigation Into How Twitter Has Changed the Nature of Sport Media Relations. *International Journal of Sport Communication*, 6, 394-408, doi: 10.1123/ijsc.6.4.394. <https://www.recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>. [Accessed: 16 May 2022].
- <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>. [Accessed: 15 May 2022].
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kılınc, Ü. (2022). En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları Açıklandı: Hangi Uygulamada Ne Kadar Zaman 'Öldürdüğümüz' de Belli Oldu, *Webtekno*, <https://www.webtekno.com/en-cok-kullanilan-sosyal-medya-uygulamaları-temmuz-2022-h126239.html>, [Accessed: 10 Eylül 2022].
- Kıpçak, N. S. (2016). *Yeni Karnaval Olarak Yeni Medya: Karnavalesk Nitelikleri ile Twitter*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, TV Sinema Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Bilim Dalı.
- Kurtoğlu, M., Akıncı, A., Seferoğlu, S.S. ve Sert, G. (2012). Öğretmenlerin teknoloji kullanma durumlarını inceleyen araştırmalara bir bakış: bir içerik analizi çalışması. *Akademik Bilişim' 12-XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* içinde (s.351-357).
- Mayfield, A. (2018). *What is social media?*. Icrossing.
- Wang, Y. (2014). *How do sports organizations use social media to build relationships? A content analysis of NBA clubs' twitter use*. Yayınlanmamış master tezi, Department of Telecommunication and Film in the Graduate School of The University of Alabama.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Dijitalleşme Sürecinde Değişen Eğitim Pratikleri ve Bu Değişimin Taraflara Etkisi

Serpil KIR ELİTAŞ\*   
Mehmet Ferhat SÖNMEZ\*\* 

## ÖZ

Bu çalışmada, Covid-19 pandemisi ile birlikte eğitim alanında yaşanan dijital dönüşüm süreçlerinin, eğitimcilerin ve ailelerin rollerini nasıl ve ne yönde etkilediği sorusuna cevap aramak istenmiş; eğitimcilerin ve ailelerin bu süreçte karşılaştıkları problemler ile uzaktan eğitim pratiklerinin beğenilen ve eleştirilen yönlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu temel amaç çerçevesinde araştırma, uzaktan eğitim ve eğitim teknolojileri konularında ilköğretim öğrencilerinin ailelerinden daha fazla destek alabileceği hipotezinden hareketle ilköğretimde eğitim gören öğrencilerin velileri ile ilköğretimde hizmet veren öğretmenler ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemleri arasında yer alan ölçüte dayalı örnekleme tekniği dikkate alınarak belirlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubundaki katılımcıların her biri bir coğrafi bölgede görevli ilköğretim düzeyinde eğitimci ve ilköğretim öğrenci velilerinden oluşmaktadır. Araştırmada, nitel araştırma metodolojisi uygulanmış ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak, araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yaşları ve eğitim durumları farklı toplam 7 ilköğretim düzeyinde eğitimci olarak çalışan ve 7 ilköğretim düzeyi öğrenci velisi olmak üzere 14 kişi ile görüşme yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Dijital Dönüşüm, Uzaktan Eğitim, Uzaktan Eğitim Teknolojileri, Nitel Araştırma, Yarı Yapılandırılmış Görüşme, Covid-19

## Changing Education Practices in the Digitalization Process and the Effect of This Change on the Parties

### ABSTRACT

This research aims to answer the question of how and in what way the digital transformation processes in the field of education affect the roles of educators and families, and to reveal the problems faced by educators and families in this process and the appreciated and criticized aspects of distance education practices. Within the framework of this main purpose, the research was confined to the parents of elementary school students and educators working in elementary schools, based on the hypothesis that elementary school students could receive more support from their families in distance education and education technologies. The study group of the research was determined by considering the criterion-based sampling technique, which is among the purposeful sampling methods. Each of the participants in the study group of the research consists of elementary level educators and parents of elementary school students appointed in a particular geographical region. Qualitative research methodology was applied in the study and a semi-structured interview technique was used. A semi-structured interview form developed by the researchers was used as the data collection tool. Interviews were conducted with 14 people, 7 elementary school educators and 7 parents of elementary school students, with different ages and educational backgrounds.

**Keywords:** Digitalization, Digital Transformation Distance Education, Distance Education Technologies, Qualitative Research, Semi-Structured Interview, Covid-19

### 1. Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaygın hale gelmesiyle birlikte toplumsal yaşamın pek çok alanında dönüşümler yaşanmış, kamu hizmetleri de bu dönüşümden etkilenen alanlardan biri olmuştur. Sağlık ve güvenlik gibi kamuyu ilgilendiren hizmetlerde, yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu kolaylıklardan faydalanan birçok kamu kurumu kendilerini dijital bir gelişim sürecinin içerisinde bulmuşlardır. Yaşanan bu dijital gelişim süreci, eğitim alanında da kendini göstermiş; ilköğretimden yükseköğretime kadar bütün eğitim kurumları, iletişim teknolojileri tarafından desteklenen eğitim uygulamalarına uyum sağlamak durumunda kalmışlardır. Yaşam boyu öğrenmeye duyulan talebin artması, dijital öğrenme ortamlarında yenilikçi eğitime duyulan ihtiyaç, öğrenme ortamlarının kişiselleşmesi ve internet kullanımında yaşanan artışın sonucu olarak ortaya çıkan bilgi yoğunluğu ve Endüstri 4.0 kavramı ile hayatımıza giren yapay zekâ gibi yenilikçi teknolojiler, bu sürecin başlamasını sağlayan başlıca faktörler

\* Doç. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, serpil@mku.edu.tr

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, mehmet.ferhat@dicle.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 15.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 21.11.2022

arasındadır (Ally, 2019). Dijital alandaki bütün bu gelişmelerle birlikte Covid-19 pandemisi de uzaktan eğitim sisteminin evrensel ölçekte yaygınlaşmasının önünü açmış; nihayetinde zaman ve mekândan bağımsız, modüler, pratik ve daha işlevsel bir eğitim anlayışı yerleşik hale gelmiştir.

Yeni iletişim teknolojilerini bünyesinde barındıran yeni dijital dünya, gündelik yaşamın her anında ve her alanında yayılmış ve yaşam pratiklerinde köklü değişimlere neden olmuştur (Binark, 2007). Aralık 2019 tarihi itibarı ile Çin'de ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 virüsü de; yarattığı etki ile dijital cihazlar, çevrimiçi kaynaklar, sosyal medya teknolojisi ve e-öğrenme teknolojilerinin kullanımında hızlı bir yükselmeye neden olmuştur (Mulenga & Marbán, 2020).

Yeni iletişim teknolojilerinin ayırt edici nitelikleri olan dijitallik (sayısallaşma), etkileşimsellik (karşılıklı eylem), hipermetinsellik (bilgi kümelerine geçiş), yayılım (geniş ortamlara akış) ve sanallığın (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009) etkileri bu dönemde kullanıcılar açısından daha fazla hissedilir hale gelmiştir. Özellikle öğrenme teknolojileri, 'acil kullanım onayıyla' dijitalleşmenin yükselişinin çıkış noktası olmuştur (Agnolotto & Queiroz, 2020). Bu açıdan bakıldığında Covid-19 pandemisinin eğitim pratiklerine ciddi zemin kaymaları yaşattığını ve öğrenme ortamlarında daha farklı alternatiflere yönelmeyi zorunlu kıldığını söylememiz mümkündür. Yaşanan bu zorunluluk ve dijital dönüşümdeki hızlanmanın nedeni; pandemi döneminde Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurumu'nun, Sağlık Bakanlığı direktifleri ile tüm derslerini çevrimiçi ortamlarda yürütme kararı almasından kaynaklanmaktadır. Bu süreçte, derslerin tamamının çevrimiçi öğretim süreci ile yürütülmeye başlanması bu dönemin köklü değişikliklerinin en önemli göstergeleri arasında yer almaktadır. Bu durum yalnızca dijital dönüşümü tetiklemeyle kalmamış, aynı zamanda teknolojik adaptasyon süreçlerinin hızlanmasını da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda yaşanan dijital dönüşüm ve gelişim sürecinde geliştirilen eğitim teknolojileri ve çevrimiçi öğrenme ve/veya uzaktan eğitim pratikleri, öncelikle teknolojik altyapının geliştirilmesi ile başlamış; ilerleyen dönemlerde ise sosyal gelişim ortamlarının da dijitalleşmesi ve adaptasyonu süreci ile devam etmiştir. Acil Uzaktan Eğitim (Emergency Remote Education) adı verilen bu dönemde (Bozkurt & Sharma, 2020) eğitim teknolojileri ve çevrimiçi eğitim, evden ya da bulunulan yerden gerçekleştirilen faaliyetler olmak gibi bir pratiklik sunmakla birlikte, birçok zorluk ve kısıtlamayı da beraberinde getirmiştir. Teknolojik altyapı yetersizlikleri, bilgisayar kullanım becerisindeki eksiklikler, kişisel bilgisayara sahip olamama durumları, çevrimiçi öğrenme sürecine karşı önyargılar gibi olumsuzluklar, bu zorluk ve kısıtlamalar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla teknoloji merkezli yeni eğitim anlayışı; sadece teknoloji odaklı uygulamaların yanı sıra öğreticilerin ve ailelerin dijital becerilerinin ve öz yeterliliklerinin de sorgulandığı bir süreç haline gelmiştir (Özdemir & Kılıç, 2007).

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yayınlanan "*Milli Eğitim İstatistikleri-Örgün Eğitim 2020-2021 Raporu*" istatistiklerine göre ülkemizde 18 milyonun üzerinde öğrenci ve 1 milyona yakın öğretmen bulunmaktadır (MEB, 2021). Bu sayıya velilerin de dâhil olduğu düşünülürse, dijital dönüşüm ve teknoloji entegrasyonu konusunun hem öğreticiler hem de öğrenenler açısından oldukça önemli olduğu görülecektir. Buna ilaveten Milli Eğitim Bakanlığı tarafından kurulan EBA (Eğitim Bilişim Ağı) ile ilgili istatistikler de dikkat çekicidir. EBA, uzaktan eğitimin başladığı 23 Mart 2020'den 12 Mart 2021 tarihine kadar 19 milyarın üzerinde ziyaretçi sayısına ulaşmıştır. Ayrıca 21 Eylül 2020 - 12 Mart 2021 tarihleri arasında 12.608.297 öğrenci ve 974.698 öğretmen EBA uygulamasını aktif biçimde kullanmıştır (MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü, 2022). Bu durum ise, gelişen bilgi teknolojileri ile birlikte dönüşümün merkezinde yer alan öğretmenler ve aileler açısından yeni sorumlulukların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Öğretmenler, hem teknolojiyi öğretim süreçlerine dâhil etmek amacıyla kendi teknolojik adaptasyonlarını geliştirmeye ve hem de bu yeni sistemde kendisine yer edinmeye çalışan öğrencilerin kavrama düzeylerini yüksek tutmak amacıyla farklı stratejiler geliştirmeye gayret göstermektedir. Üstelik öğretmenler, aileleri de teknolojik olarak eğitime zorunluluğu ile baş başa kalmış; dahası imkânları açısından yeterli teknolojiye sahip olamayan öğrenciler için de bu durumu iyileştirme çabasına girmişlerdir. Hayatın devamlılığı içerisinde kendilerine yer edinmeye çalışan ebeveynler ise, bir yandan sorumluluklarını yerine getirmek, diğer yandan da öğrencilerinin kaliteli eğitim alabilmesi için birtakım zorluklarla mücadele etmek durumunda kalmışlardır. Psikolojik destekler, ödev kontrolü, teknolojik adaptasyon ve teknolojik eğitime ayak uydurma, çocuklarına adaptasyon gibi durumlar bu zorluklar arasındadır. Uzaktan eğitim sürecindeki teknolojik yetersizliklere devlet tarafından verilen desteklerin yeterli gelmemesi ise bu zorlukları büsbütün artırmış; öğretim konusunda herhangi bir

pedagojik eğitime sahip olamayan ya da pedagojik destek alamayan veliler, öğretmenler ve öğrenciler arasındaki dengeyi sağlamak noktasında çeşitli problemler baş göstermiştir. Bütün bu olumsuzlukların yanı sıra öğretmen, öğrenci ve akranlar arasındaki yararlı iletişimin sınırlı olması ve bunun bir sonucu olarak öğrencilerde motivasyon eksikliği gibi durumların ortaya çıkabilmesi de bir başka zorluk olarak karşımızda durmaktadır (Uzoğlu, 2017). Nitekim bu konuda yapılan araştırmalarda da velilerin ve öğrencilerin dâhil edilmediği eğitim uygulamalarının, pratiklerinin ve ortamlarının başarısının devamlılık gösteremeyeceği yönünde sonuçlar elde edilmiştir (Mulenga & Marbán, 2020; Iwai, s. 2020; Dempsey & Burke, 2020).

## 2. Amaç ve Önem

Bu çalışma, Covid-19 pandemisi ile birlikte eğitim alanında yaşanan dijital dönüşüm süreçlerinin öğretmenlerin ve velilerin rollerinin ne şekilde değişim gösterdiği, dijital dönüşüm süreçlerinde velilerin ve öğretmenlerin karşılaştıkları zorlukları ele almayı amaçlamaktadır. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

**Araştırma Sorusu 1:** Covid-19 pandemisi ile yaygın hale gelen uzaktan eğitim uygulamaları, velilerin sosyal ve fiziksel yaşamlarına ne tür etkilerde bulunmuştur?

**Araştırma Sorusu 2:** Covid-19 pandemisi ile yaygın hale gelen uzaktan eğitim uygulamaları, öğretmenlerin sosyal ve fiziksel yaşamlarına ne tür etkilerde bulunmuştur?

**Araştırma Sorusu 3:** Covid-19 pandemisi ile yaygın hale gelen uzaktan eğitim uygulamalarının veliler açısından olumlu ve olumsuz tarafları nelerdir?

**Araştırma Sorusu 4:** Covid-19 pandemisi ile yaygın hale gelen uzaktan eğitim uygulamalarının öğretmenler açısından olumlu ve olumsuz tarafları nelerdir?

**Araştırma Sorusu 5:** Velilerin uzaktan eğitimin geleceği hakkındaki görüşleri nasıl bir eğilim göstermektedir?

**Araştırma Sorusu 6:** Öğretmenlerin uzaktan eğitimin geleceği hakkındaki görüşleri nasıl bir eğilim göstermektedir?

Covid-19 pandemisi ve pandeminin getirdiği yeni yaşam pratikleri ve öncelikler, bütün toplumsal kurumlar gibi eğitim alanında da ciddi dönüşümlerin önünü açmıştır. Pandeminin, eğitim sisteminin işleyiş pratiklerine yaşattığı zemin kayması, neredeyse bütün bir toplumu etkileyebilecek düzeydedir çünkü öğrencilerle birlikte veliler/aileler, öğreticiler, kamu kurumları ve ilgili paydaşlar da bu dönüşümden bir şekilde etkilenmiştir. Nitekim ülkemizde de iletişim teknolojileri ile eğitim pratiklerinin bütünleştirilmesi için çeşitli adımlar atılmıştır. Bu durum ise hem öğrenci velilerini ve hem de eğitimcileri aktif birer teknoloji kullanıcısı pozisyonuna getirmiştir. Ülkemiz eğitim sisteminde de bu süreçte yeni iletişim teknolojilerinden faydalanarak uzaktan eğitim alanında uygulamalar yapılmış ve ortaya çıkan avantajlardan azami ölçüde yararlanılmak hedeflenmiştir. Bununla birlikte; dijitalleşme odaklı yeni eğitim stratejilerinin ve modellerinin, sürecin taraflarına olumlu ve olumsuz etkilerinin olacağı da muhakkaktır. Bu çalışmada da dijitalleşme odaklı yeni eğitim pratiklerinin, sürecin paydaşları üzerindeki etkilerini ölçmeyi amaçlaması bakımından önemli görülmekte; araştırmada elde edilen bulguların ilgili alandaki boşluğu dolduracağı ve alan yazına katkı sağlayacağı umulmaktadır. Bunun yanı sıra, pandemi döneminde yapılan bilimsel çalışmalar, ağırlıklı olarak sağlık alanında olup (Taş, 2021); söz konusu sürecin paydaşlarını ilgilendiren olası etkilere odaklanan araştırmalar görece ikinci planda kalmaktadır. Bu araştırma ise, öğrenci ve öğretmenlerle birlikte velilerin de dâhil olduğu uzaktan eğitim süreci incelemektedir ve bu yönüyle de eğitim hizmetlerinde kalitenin artırılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 3. Çalışma Grubu ve Yöntem

Araştırmanın çalışma grubunun belirlenmesinde, amaçlı örnekleme yöntemleri arasında yer alan ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme, örneklemin problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan seçilmesidir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2018). Ölçüt örnekleme yönteminin temel ilkesi, bir araştırma için önceden belirlenen ölçütleri karşılayan durumların çalışılmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2013).

Bu araştırmanın örneklem grubu oluşturulurken, velilerin ve öğretmenlerin uzaktan eğitim sürecine aşina olmaları ve uzaktan eğitim teknolojilerini kullanmaları ölçüt olarak belirlenmiştir. Böylelikle



katılımcıların, Covid-19 pandemisi sürecinde yaşanan dijital dönüşüm ve bu dönüşümün bir çıktısı olan eğitim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile uzaktan eğitim sürecine ilişkin görüşleri ve gözlemleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Eğitim teknolojileri yaşanan coğrafi bölge, altyapı, hizmet sağlayıcı kurum gibi etkenler nedeniyle farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca velinin ve ailenin teknolojik yatkınlıkları ve teknolojiyi kullanabilme becerileri de araştırma açısından önemlidir. Bunların yanı sıra ailenin eğitim durumu, sosyo-ekonomik gelir seviyesi, eğitime bakış açısı ve çocuk sayısı gibi etkenler de araştırmada göz önünde bulundurulması gereken diğer faktörlerdir. Bu nedenlerle durumun doğru betimlenebilmesi amacıyla 7 farklı coğrafi bölgede görev yapan farklı yaş, eğitim durumu ve teknolojik eğilimlere sahip katılımcılar çalışma grubuna dâhil edilmiştir. Çünkü örneklem grubu hakkında daha sağlıklı çıkarımlarda bulunabilmek için, öncelikli olarak örneklem kitlesinin cinsiyetleri, yaşları, öğrenim durumları, öğrenim gördükleri alanı ve hangi sınıfta olduklarının bilinmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda, bu çalışma için belirlenen katılımcıların sosyo-demografik özellikleri yer almaktadır.

**Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

	Ö1	Ö2	Ö3	Ö4	Ö5	Ö6	Ö7
Cinsiyet	Kadın	Erkek	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Kadın
Yaş	45	31	37	35	50	26	42
Eğitim düzeyi	Lisans	Lisans	Lisans	Lisans	Lise	Lisans	Lisans
Kıdem Yılı	10 yıl	4 yıl	13 yıl	12 yıl	30 yıl	4 yıl	15 yıl
Medeni Durumu	Evli	Bekâr	Evli	Evli	Evli	Bekâr	Evli
Branş	Sınıf	Matematik	Türkçe	İngilizce	Sınıf	Matematik	Türkçe
Coğrafi Bölge	Akdeniz	İç Anadolu	Doğu Anadolu	Ege	Marmara	Karadeniz	G.doğu Anadolu
	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7
Cinsiyet	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Kadın	Erkek
Yaş	35	40	30	47	37	41	39
Görevi	Memur	Şöför	Güvenlik	Makine Operatörü	Güvenlik	Lab. Teknisyeni	Ziraat Mühendisi
Eğitim düzeyi	Y.Lisans	İlkokul	Lise	Lise	Lise	Lisans	Lisans
Kıdem Yılı	8 yıl	12 yıl	9 yıl	30 yıl	4 yıl	21 yıl	15 yıl
Medeni Durumu	Evli	Evli	Evli	Evli	Evli	Evli	Evli
Çocuğunun yaşı	8 yaş	9 yaş	10 yaş	7 yaş	8 yaş	9 yaş	7 yaş
Coğrafi Bölge	Akdeniz	İç Anadolu	Doğu Anadolu	Ege	Marmara	Karadeniz	G.doğu Anadolu

Öğretmen katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, dört katılımcının kadın, üç katılımcının da erkek olduğu görülmektedir ve cinsiyet bakımından dengeli bir katılım olduğunu söylememiz mümkündür. Yaşları 26 ile 50 arasında dağılım gösterirken eğitim seviyeleri biri hariç tamamının lisans düzeyinde olduğu görülmektedir. Kıdem yılları 4 yıl ile 30 yıl arasında değişim gösterirken, ikisinin bekâr olduğu ve diğer beş katılımcının evli olduğu görülmektedir. Kuşak ve deneyim açısından farklı meslek yılına ve mesleki deneyime sahip katılımcıların olması da, araştırmayı zenginleştiren unsurlar arasındadır. Ayrıca katılımcıların 2 tanesinin Matematik dalında, 2 tanesinin Türkçe dalında, 2 tanesinin sınıf öğretmenliği dalında ve 1 tanesinin İngilizce dalında öğreticilik yaptığı görülmektedir ki bu branş çeşitliliği de araştırmayı zenginleştirmektedir.

Veli katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, dört veli katılımcının kadın, üç katılımcının da erkek olduğu görülmektedir ve cinsiyet bakımından dengeli bir katılım olduğunu söylememiz mümkündür. Veli katılımcılar, 30 ile 41 yaş aralığındadır. Veli katılımcıların meslekleri incelendiğinde, farklı mesleklere sahip oldukları görülmektedir ve bu meslekler; memur, şöför, güvenlik, makine operatörü, laboratuvar teknisyeni ve mühendis olarak değişiklik göstermektedir. Veli katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde; 1 yüksek lisans mezunu, 2 lisans mezunu, 3 lise mezunu, 1 ilköğretim mezunu veli katılımcı olduğu görülmektedir. Farklı mesleklere ve eğitim düzeylerine sahip olan katılımcıların mesleki deneyimleri değişkenlik göstermektedir. Veli katılımcıların tamamının evli olduğu görülmektedir. Bunların yanı sıra hem öğretmen hem de veli katılımcıların her biri eğitim teknolojilerinde yaşanan coğrafi bölge, altyapı, hizmet sağlayıcı kurum gibi etkenler nedeniyle farklı coğrafi bölgelerden seçilmiştir.

Nitel veri toplama teknikleri ile ele alınan bu araştırma, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanarak gerçekleştirilmiştir. Bilindiği gibi nitel araştırmalarda çeşitli sosyal ortamlar ve bu ortamlarda

yaşayan bireyleri ve/veya sosyal gruplar incelenmektedir. Nitel araştırmalar, anlamların önem taşıdığı bir araştırma biçimidir. Dolayısıyla nitel araştırmalarda amaç, insanların kendilerini ve sosyal ortamlarını nasıl düzenlediklerini; sosyal roller, semboller ve kanaatler kullanarak sosyal ortamlarını nasıl anlamlandırdıklarını ortaya koymaktır. Bu yönüyle nitel araştırmalar, insanların günlük yaşamlarını nasıl yapılandırdıklarını ve anlamlandırdıklarını keşfetmeye yardımcı olmaktadır (Lune & Berg, 2017). Eş deyişle nitel araştırmalar; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel bilgi toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır. Söz konusu araştırmalarda doğal ortama duyarlılık bulunmaktadır ve bundan dolayı araştırmacının katılımcı yönü ön plandadır. Ayrıca bu araştırmalarda araştırma deseni esneklik ve araştırmacı, bütüncül bir yaklaşım benimseyerek algıları ortaya koymakta ve tümevarımsal çıkarımlar yapma yoluna gitmektedir (Yıldırım, 1999).

#### 4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ise, sahip olduğu esneklik ve doldurmaya dayalı testler ile belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmeye yardımcı olması ve anketlerdeki sınırlılığı ortadan kaldırması nedeniyle tercih edilen bir yöntemdir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme tekniği; açık uçlu sorulara verilen cevaplar üzerinden duygu, düşünce veya görüşlerin daha doğru biçimde keşfedilmesine olanak tanımaktadır (Türnüklü, 2000).

Bu araştırmada, yarı yapılandırılmış görüşmelerin araştırmacılara esneklik sağlaması nedeniyle tek türlü yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Karşılaştırmalı sonuçlar elde etmek amacıyla tercih edilen yarı yapılandırılmış görüşme formu, araştırma soruları ve alan yazındaki bilgiler doğrultusunda geliştirilmiştir. Görüşme sorularının hazırlanmasında soruların açık ve anlaşılır olması, yönlendirici nitelikte olmaması, her katılımcı tarafından aynı şekilde anlaşılması gibi durumlara dikkat edilmiştir. Bunun yanı sıra; görüşme formunun amaca yönelik olup olmadığını belirlemek amacıyla alanında uzman görüşlerine başvurulmuş ve uzmanların görüşleri doğrultusunda görüşme formuna son hali verilmiştir.

Araştırmada yapılan görüşmelerin süreleri uzun tutularak görüşmenin iç geçerliği sağlanmaya çalışılmış ve elde edilen verilerin tutarlılığı kontrol edilerek araştırmanın kavramsal çerçeveye uyumluluğu kontrol edilmiştir. Pandemi sürecinin devam etmesi nedeniyle görüşmeler çevrimiçi ortamda ve görüntülü görüşmelerin sağlanabildiği platformlar kullanılarak yapılmış ve veriler toplanmıştır. Elde edilen bulgulardan doğrudan alıntılar yapılarak da araştırmanın inandırıcılığı yükseltilmiştir.

Araştırmanın dış geçerliğini sağlamak amacıyla araştırma süreci ve bu süreçteki yapılan işlemler ayrıntılı bir şekilde ifade edilmiştir. Araştırmanın iç geçerliğini artırmak amacıyla bulgular, herhangi bir düzenleme yapılmadan alıntılanmıştır. Ayrıca elde edilen veriler üzerinde nitel araştırma konusunda deneyimli bir öğretim üyesi ayrı ayrı kodlama cetvelleri oluşturmuş ve kodlamalar karşılaştırılarak tutarlılık sağlanmıştır. Yapılan görüşmeler, hem farklı araştırmacılar tarafından yapılacak çalışmalarda talepleri karşılamak ve farklı araştırmalarda karşılaştırmalar yapmak amacıyla kayıt altına alınmıştır.

Bu araştırma için hazırlanan görüşme formu, veli katılımcılar ve öğretmen katılımcılar için ayrı ayrı düzenlenmiştir. Veli katılımcılar için hazırlanan görüşme formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, uzaktan eğitim sisteminin aile içi sosyalliğe ve ebeveyn-çocuk arasındaki eğitim sürecine ne tür etkilerde bulunduğunu tespit etmeyi amaçlayan sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde, uzaktan eğitim sisteminin veliler açısından olumlu ve olumsuz yönlerini belirlemek ve uzaktan eğitim sisteminin geleceği hakkındaki fikirlerini öğrenmek amacıyla hazırlanan sorular yer almaktadır. Öğretmen katılımcılar için hazırlanan görüşme formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, uzaktan eğitim sisteminin ailede içerisinde ve sosyal çevredeki iletişim sürecine fiziksel ve sosyal açıdan ne tür etkilerde bulunduğunu belirlemek amacıyla hazırlanan sorulardan oluşmaktadır. Üçüncü bölümde uzaktan eğitim sisteminin öğretmenler açısından olumlu ve olumsuz yönlerini belirlemek ve uzaktan eğitim sisteminin geleceği hakkındaki fikirlerini öğrenmek amacıyla hazırlanan sorular yer almaktadır.

#### 4.1. Araştırmanın Etiği

Bu araştırmanın etik izni Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başkanlığı tarafından 04.02.2021 tarih ve 24 sayılı olarak verilmiştir.

#### 4.2. Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında yapılan görüşmeler, katılımcıların kendini rahat ifade edebileceği ve video kaydı yapılabilecek ortamlarda, randevu verdikleri zaman dilimlerinde çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme soruları eğitimci ve veli olmak üzere her katılımcı grubu için ayrı ayrı hazırlanmış, böylelikle verilerin çeşitlendirilmesi ve konunun daha iyi analiz edilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Görüşme soruları objektiflikten uzaklaşmamak adına her katılımcıya aynı sözcükler ve aynı anlamı çağrıştıracak tonlamalar ile yöneltilmiş, yapılan kayıtlar daha sonra çözümlenmiştir. Görüşmelerin çözümlenmesinden 45 sayfa veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler, belirlenen kategorilere uygun olarak işlenmesi ve doğrudan alıntılanacak bölümlerin belirlenmesi amacıyla yazıya dökülmüştür. Görüşmeler yapılırken katılımcıların isimleri kullanılmamış ve katılımcılar kategorilere ayrılarak veli katılımcılar ve öğretmen katılımcılar olarak sınıflandırılmıştır. Veli katılımcılar V1, V2, V3, V4, V5, V6, V7; öğretmen katılımcılar ise Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7 olarak tanımlanmıştır.

#### 4.3. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz; elde edilen verilerin daha önceden belirlenen temalara göre özetlenip yorumlandığı ve görüşmecilerin fikirlerini yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılarının kullanıldığı analiz biçimidir. Betimsel analiz yönteminde, elde edilen bilgiler neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Ayrıca betimleyici araştırmalar; herhangi bir durumun, koşulun, ilişkinin veya bir iletişim sürecinin “ne olduğunu” ortaya koymayı amaçlamaktadır (Erdoğan, 2012).

Katılımcılarla yapılan görüşmelerin analizi, Miles ve Huberman tarafından belirlenen “üç etkinlik basamağı” çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Miles ve Huberman’a göre nitel bir araştırmada veri analizi; eşzamanlı üç etkinliğin (veri azaltma-veri görüntüleme-sonuç çıkarma/doğrulama) akışından oluşmaktadır. *Veri azaltma* etkinliği; araştırma notlarında görünen ham verileri seçme, odaklama, basitleştirme, soyutlama ve dönüştürme sürecini ifade etmektedir. *Veri görüntüleme* etkinliği, sonuç çıkarmaya ve eyleme geçmeye izin veren bilgilerin organize biçimde derlenmesidir. *Sonuç çıkarma/doğrulama etkinliği* ise, indirgenmiş verilerden anlam örüntüleri çıkararak bu anlam örüntülerinin geçerliliğini test etmek sürecine işaret etmektedir (Miles & Huberman, 1984). Ayrıca araştırmanın geçerliliğini artırmak adına, görüşme formlarından elde edilen veriler yazıya dökülmüş ve üzerinde okumalar yapılarak kodlamalar oluşturulmuştur. Kodlamalar da bir araya getirilerek kategoriler oluşturulmuştur. Verilerin kodlanması sürecinde, Corbin ve Strauss tarafından tanımlanan üç kodlama stilinden biri olan “açık kodlama” tercih edilmiştir. Açık kodlama sürecinde olaylar, eylemler veya etkileşimler benzerliklerine ve farklılıklarına göre karşılaştırılmakta ve kategoriler/alt kategoriler oluşturularak gruplandırılmaktadır (Corbin & Strauss, 1990). Aşağıdaki tabloda, bu araştırma için hazırlanan kod listesi yer almaktadır.

**Tablo 2.** Uzaktan Eğitim Sürecinde Değişen Eğitim Pratikleri Araştırması Kapsamında Yapılan Görüşmenin Kategorik Kod Listesi

Kod	Tema
-Yorgunluk -Hareketsizlik -Esnek çalışma -Zaman yönetimi -Ekonomik tasarruf	Fiziksel Etki
-Sosyallik/asosyallik -İletişim sıklık düzeyi (çocuk-ebeveyn, çocuk-öğretmen, ebeveyn-öğretmen) -Rehberlik -Adaptasyon	Sosyal Etki
-Uzaktan eğitim uygulamaları kullanım becerisi (ebeveyn, öğretmen, öğrenci) -Altyapı (cihaz-internet-bağlantı) problemleri	Teknolojik Etki

Tablo 2’de açık kodlama yapılarak elde edilen kod listesi yer almaktadır. Corbin ve Strauss’a göre açık kodlama yapılırken, benzerliklerine veya farklılıklarına göre karşılaştırılan olaylara/eylemlere/etkileşimlere kavramsal etiketler verilmelidir. Böylelikle kavramsal olarak benzer ve(ya) yakın olan olaylar/eylemler/etkileşimler; kategoriler ve alt kategoriler olarak gruplandırılacaktır. Yapılan bu sistematik gruplandırma sayesinde veriler ve kavramlar uygun sınıflandırmalarla düzenleneceği gibi araştırmacının öznelliğini de kıracaktır (Corbin & Strauss, 1990). Bu bağlamda, araştırma için hazırlanan kod listesine göre oluşturulan temalar “fiziksel etki, sosyal etki, teknolojik etki” olarak belirlenmiştir. Fiziksel etki; insanların bedensel ve ruhsal durumlarında değişiklik yapma potansiyeli olan faktörlerdir ki (çalışmaya uygun olmasına dikkat edilerek) yorgunluk, hareketsizlik, çalışma saatleri gibi faktörler bu kategoriye dâhil edilmiştir. Sosyal etkiler; insanların her türlü sosyal çevresi ile ilişkilerine yön veren faktörlerdir ve (çalışmaya uygun olmasına dikkat edilerek) aile ilişkileri, rehberlik ve adaptasyon faktörleri bu kategoriye dâhil edilmiştir. Teknolojik etki ise; teknoloji temelli gelişmelerin, insanların günlük yaşamlarında meydana getirdiği dönüşümlerdir ve (çalışmaya uygun olmasına dikkat edilerek) uzaktan eğitim uygulamalarının kullanım becerisi ile altyapı problemleri, bu kategoride değerlendirilmiştir.

## 5. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmada sonucunda elde edilen bulgulara ilişkin değerlendirmelere yer verilmektedir. Bu amaçla, elde edilen veriler analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Katılımcılara yöneltilen, uzaktan eğitim uygulamalarını kullanıp kullanmadıklarına sorusuna bütün katılımcılar olumlu cevap vermişlerdir.

Veli katılımcıların, uzaktan eğitim sisteminin aile içi sosyallığe ve ebeveyn-çocuk arasındaki eğitim sürecine etkilerinin neler olduğuna ilişkin cevaplarını değerlendirdiğimizde şunları söylememiz mümkündür:

Veli katılımcılar, ağırlıklı olarak uzaktan eğitim sisteminin sosyalleşme ve ebeveyn-çocuk ilişkisi üzerindeki olumsuz etkilerine yoğunlaşmışlar ve bu yönde kanaat bildirmişlerdir. Veli katılımcıların verdikleri cevapları incelediğimizde; uzaktan eğitim sisteminin olumsuz etkilerine sebep olan parametrelerin “adaptasyon problemleri, zaman yönetimi sorunları, aile içi rollerdeki iş yükünün fazlaşması, teknolojik yetersizlikler ve fiziksel sorunlar” olduğu görülmektedir. Örneğin katılımcı V1, uzaktan eğitim modeline hem kendisinin ve hem de çocuğunun adapte olmakta zorlandığını bu zorluğun ise zaman yönetimi problemi doğurduğunu söylemektedir. Katılımcı V6 ise uzaktan eğitim sistemi ile birlikte günlük hayatında daha az fiziksel hareketliliğe mecbur kaldığına vurgu yapmaktadır.

*“Bir anda oluşan bir durum olduğu için çocuğum da adapte olmakta zorluk yaşadı. Zamanla sürece o da alıştı. Ben de şahsen bütün hayatımı ve programlarımı bu sürece göre yürütmeye çalıştım. Bu süreçten önce zaten okulda yeteri kadar ders ve öğrenme süreci yaşıyorduk biz evde üzerine yüklenme yapmıyorduk. Şu an oyuna bile zamanımız kalmıyor. Aile içinde şu an okul-ödev konuları gündem konuşmalarımızda da. Bu durumda da kızım sıkıntı yaşıyor ve çatışmalar oluyor babıyla. Aile içi iletişim süremiz çoğu zaman sadece ödevlerle geçirdiği oluyor. Derste ki eksikleri bu şekilde tamamlanmaya çalışıyor bu da ekstra bir yoğunluk veriyor. Sosyal anlamda da annenin ötesinde eğitmen olarak birlikteyiz. Bazen ödün vermek durumunda kaldığımız oluyor yani ödev zamanında bizimle vakit geçirmesi için kolaylık sağladığımız oluyor yoksa sosyallığı tamamen bitecek. (V1).*

*“Şu an hareketsizlik nedeniyle kilolar arttı ve kızım diyetisyene gidiyor artık fiziksel olarak böyle bir etkisi var. Çocuklar zaten sosyal çevresi az olan bireylerdi biranda eve kapanınca daha da asosyalleştiler. Aile iletişiminde sohbet artışı oldu tabi ki sürekli evde olma sebebiyle.” (V6).*

Veli katılımcıların; uzaktan eğitim sisteminin olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin cevapları incelediğimizde; uzaktan eğitim sisteminin hem olumlu hem de olumsuz yönleri olduğuna ilişkin kanaat bildirdikleri görülmüştür. Bulgulara göre veli katılımcılar, uzaktan eğitim modelinin getirdiği “çocuk üzerinde daha fazla kontrol ve aile içi etkileşim düzeyindeki artışı uzaktan eğitimin olumlu yönleri olarak algılamaktadır. Buna karşın veli katılımcıların uzaktan eğitim sisteminin olumsuz yönlerine ilişkin değerlendirmelerini; çocukların yalnızlaşması (asosyallık), bağlantı problemleri, ebeveynlerin zaman problemleri, nitelikli öğretmen azlığı olarak kategorileştirmemiz mümkündür. Örneğin katılımcı V4, uzaktan eğitim sayesinde aile içerisindeki iletişimin arttığına vurgu yaparken katılımcı V1 teknik aksaklıklara

ve çocuğunun asosyal olmaya başladığına, katılımı V3 ise öğretmenlerin niteliğinin düşüklüğüne vurgu yapmaktadır.

*“Bana göre olumlu olan tarafı şu. Uzaktan eğitim sistemi sayesinde çocuğum daha çok gözümlerin önünde oluyor. Ayrıca derslerini nasıl çalıştığını görebiliyorum. Daha fazla bir arada olmaya başladık. Öğretmenleriyle de daha çok görüşmeye başladık. Bu açıdan iyi bir sistem olduğunu düşünüyorum.” (V4).*

*“Bütün dersleri alamıyoruz. İnternet bağlatmamaktan yanaydım ben zaten genel olarak her yerde kullanıldığı için evimizde ki sosyallığı korumak adına istememiştim. Ama bu süreçte mecburi kaldık. İlk süreçte internet eksikliğimiz ders katılımlarımızı etkiledi haliyle böyle bir yaşadık. Daha sonra bilgisayarımızda sıkıntı olmuştur onu çözümledik. Sosyalleşme amaçları beden eğitimi, müzik gibi derslerin hiç birini alamadık. Bu da bir asosyallık oluşuyor.” (V1).*

*“Memuriyeti ilerlemiş öğretmenlerimizin ya da teknolojiden uzak öğretmenlerimizin sistemi iyi kullanamamaları sorunlar oluşturuyor. Planlama yapamıyorlar bu da ders işlemini engelliyor. İmkânsızlıklar sorun oluşturuyor herkes için. Çalışan bir annem ve bu benim güne başlama ve günü kapatmamı bile etkiledi. Çünkü dersi anlatan konumda olduğumuz için önce bizim vakıf olmamız gerekiyor. Bu da çalışma ve ekstra özen gerektiriyor. Veli olarak çok yoruluyorum.” (V3).*

Öğretmen katılımcıların; uzaktan eğitim sisteminin aile için sosyallığe ve sosyal çevredeki iletişim sürecine etkilerine ilişkin cevaplarına baktığımızda şunları söylememiz mümkündür:

Öğretmen katılımcılar, uzaktan eğitim sisteminin olumsuz yönlerini; öğrenci-öğretmen iletişim problemi, fiziksel problemler, bağlantı problemleri, internet kullanım becerisindeki eksiklikler, mesleki sıkıntılar (deneyim, istişare vb.) olarak belirtmişlerdir. Bu bağlamda bu olumsuzlukları “teknik sorunlar, iletişimsel sorunlar, fiziksel sorunlar ve mesleki sorunlar olarak kategorilendirmemiz mümkündür. Öğretmen katılımcılara göre uzaktan eğitimin olumlu yönlerinin başında bireyselleşen eğitim anlayışı gelmektedir. Örneğin katılımcı Ö6, uzaktan eğitim sayesinde öğrencileriyle daha fazla ve bire bir olarak ilgilenme şansı bulunduğunu vurgularken katılımcı Ö3, uzaktan eğitim süreciyle birlikte mesleki yetkinliklerinin düştüğünü ifade etmekte; katılımcı Ö2 ise teknik aksaklıkların önemli bir sorun olduğuna işaret etmektedir.

*“Sınıfta devamlı hareket halindeyim şuan fiziksel olarak hep oturur haldeyiz. Öğrenciler ile göz teması kuramıyoruz haliyle de. Öğrenciye dur, sus demeyi bile özliyoruz bu durumda. Öğrencilere söz hakkı verirken sorunlar oluyor bizler ders anlatırken dikkatimiz dağılıyor bu tarz etkileri var. Velilerle Whatsapp üzerinden iletişim kuruyoruz. Sınıf öğretmenleri bu konuda daha sorumluluk sahibi.” (Ö3).*

*“Bu süreçte çocuklarla iletişim kurmakta zorlanıyoruz. Ders takibi noktasında, çocukların ruhsal değişimleri bunları birebir gözlemleyemiyoruz. İsteğe bağlı olduğu için kamera ya da mikrofon açmıyorlar çoğu zaman, çoğu öğrenci zaten derse katılmıyor ya da katılmıyor. Onların konuyu anlayıp anlayamadıklarını ya da çıkardıkları sonuçlar ve yaşadıkları zorlukları gözlemleyemiyoruz (Ö2).*

*“Çocuklarla iletişimim daha çok arttı. Bireysel olarak daha çok görüşmeye başladım. Okul ortamında genele hitap ediyor çoğu zaman bireysel takip yapmıyorduk şuan bunun daha fazla arttığını söyleyebilirim. Rehberlik noktasında da daha rahat konuşur olduk sadece matematik ile ilgili değil genel olarak iletişim konularımız genişledi. Ben velilerimi daha iyi tanıdım bu süreçte. Ekonomik durumları olsun, çocuklarına karşı tutumları olsun artık daha bilgi sahibiyim veliler hakkında da. Kendi hayatım ile ilgili benim sağlık problemim vardı. Normal süreçte daha fazla zorlanıyordum bedensel olarak. Bu süreçten şikâyet etmedim benim için bir avantaja dönüştü. Sosyal anlamda, kendi meslektaşlarımızla iletişimimizi azaldı tabii. Öğretmenler odasında öğrenci keritiği yapardık. İdarenin yaptığı toplantılar dışında ve haftalık imza atmaya gitmek dışında pek sosyallığımız kalmadı diyebilirim”. (Ö6)*

Öğretmen katılımcıların, uzaktan eğitim sisteminin olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin kanaatleri incelendiğinde şu değerlendirmeleri yapmamız mümkündür:

Öğretmen katılımcılar, uzaktan eğitim sisteminin hem olumlu ve hem de olumsuz yönlerinin olduğu yönünde kanaat bildirmişlerdir. Öğretmen katılımcılara göre uzaktan eğitim sisteminin olumlu yönlerinin başında interaktif bir eğitim modeli olması gelmektedir. Ayrıca öğretmen katılımcılara göre uzaktan eğitim sistemi, öğreticilerin mesleki deneyimlerini artırmalarına da olanak tanıyacak bir potansiyel barındırmaktadır.

*“Şöyle bir avantajı olduğunu düşünüyorum. Kendi dersimden örnekle bazen görsel anlatım kullanıyorduk sınıfta olduğumuz zamanlarda da akıllı tabia ile yansıtıyorduk. Şu anda interaktif bir etkinlik paylaştığımızda bemen öğrencilere bu çalışma olumlu yönde etki yaratabiliyor.” (Ö2)*

*“Teknolojiye çok uzak olmadığım için zorlanmadım açıkçası bu süreçte. Ama dediğim gibi uzaktan eğitim araçlarını daha önce hiç kullanmamıştım sadece bunlar ile ilgili bilgim yoktu ama kısa sürede bunlara da alıştım ve öğrendim.*

*Araştırmaya itti tabi daha rahat ve nasıl verimli olabilir noktasında.” (Ö2)*

Öğretmen katılımcılara göre uzaktan eğitim sisteminin olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bu noktada öğretmen katılımcılar, uzaktan eğitim konusundaki olumsuz görüşlerini bildirirken; teknolojik problemler, materyal eksikliği, bağlantı problemleri ve katılım/kontrol eksikliği gibi parametreleri öne sürmüşlerdir. Örneğin katılımcı Ö4, öğrencilerin derse katılmasında seçici davrandığını vurgulamakta, katılımcı Ö6 ise sistemsel ve teknik aksaklıkları öne çıkarmaktadır.

*“Şu an ekstra bir yorgunluğum oluyor. Bir de sürekli bilgisayar başında olmak beni etkiliyor. Sistemsel sıkıntılar yaşamak zamansal sorunlar yaratıyor. Katılım ve ulaşımın zor olması. Ara derslere katılım artıyor. Seçicilik oluyor. Kendi sevdiğileri dersleri dinliyorlar. Bu da öğretmenlerin de şevkini kırıyor.” (Ö4).*

*“Çocukların materyallerinin olmaması. Ders katılım sürecinde azınlık olması bir sorun. Ders saati azlığından söz hakkı verme derse katma gibi problemler oluyor. Sistemsel olarak zaman zaman internetin bağlantısı sorun çıkartıyor. Zoom alt tabanlı EBA'ya geçiş yapıldı bu biraz düzeltti gibi bu problemleri.” (Ö6).*

Araştırma bulgularının son kısmında veli katılımcıların ve öğretmen katılımcıların uzaktan eğitimin geleceğine ilişkin düşünceleri ölçülmek istenmiştir. Bu noktada hem veli katılımcıların ve hem de öğretmen katılımcıların; uzaktan eğitim sürecinin iyiden iyiye yerleşik hale geldiğini ve örgün eğitimi destekleyici bir eğitim modeli olarak kalıcı olacağı yönünde kanaat bildirmişlerdir.

*“Bundan sonra derslerinin bir kısmının bu şekilde devam edeceğini düşünüyorum. Örneğin okulda dersin teorik kısmının anlatılıp uygulama noktasında buradan devam edileceğini düşünüyorum. Yani yüz yüze ders saatinin azalıp bu şekilde bir eğitim ile açığın kapatılacağını düşünüyorum. Veliler için belki eğitimler düzenlenebilir.” (Ö2).*

## 6. Sonuç ve Tartışma

Bugüne kadar uzaktan eğitim sistemi ile ilgili olarak yapılan araştırmalar incelendiğinde, ortaya koyulan araştırmaların genel olarak uzaktan eğitim sürecinde tam anlamıyla öğrenmenin yapılmadığı yönünde bir kanının hâkim olduğu görülmektedir (Bozkurt & Sharma, 2020; Golden, 2020; Hodges, Moore, Locke, Trust, & Bond, 2020; Shisley, 2020; Yıldız & Kartal, 2020). Buna rağmen geline noktasında, sadece veliler ya da sadece öğretmenler açısından uzaktan eğitimi değerlendirmek kendi içerisinde zordur. Ancak hem teknolojik hem de mesleki anlamda velilerin ve öğretmenlerin gelişimine ek olarak, iletişim açısından hem veli hem de öğretmenlerin Covid-19 pandemisi süresince yürütülen uzaktan eğitim pratiklerinden önemli deneyimler kazandığı söylenebilir. Bu aşamada asıl önemli nokta iletişime dair edinilen bu deneyimlerin bundan sonraki süreçte nasıl kullanılabileceğini etkili bir şekilde değerlendirmektir. Araştırma bulgularına göre, uzaktan eğitim sisteminin velilerin sosyal yaşamlarına ve ebeveyn-çocuk ilişkisine çeşitli yönlerden etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Veliler açısından bakıldığında; uzaktan eğitim sisteminin velileri fiziksel yönden zorladığı görülmüş, çocuklarının eğitimi için daha fazla vakit ayırmak durumunda kalan velilerin, fiziksel aktivitelerini ikinci plana atmak zorunda kaldığı tespit edilmiştir. Bu durum, velilerin sosyal yaşamlarına da yansımış ve aile için sosyal yaşamlarında aksamalar olduğu görülmüştür. Buna ilaveten veliler, bu süreçte adaptasyon problemleriyle karşı karşıya kalmış ve çocukları için rehberlik görevlerini içselleştirme noktasında zaman kaybetmişlerdir. Bütün bu zorluklar, uzaktan eğitim sisteminin veliler açısından olumsuz yönleri arasındadır. Buna karşın veliler; uzaktan eğitim sisteminin ebeveyn ile çocuk arasındaki etkileşimi artırdığını ifade etmişlerdir ki bu durum, asosyallik problemi yaşayan ebeveynler ve çocuklar açısından olumludur. Ancak ebeveyn ve çocuk arasındaki böylesi bir sosyallığın, yalnızca eğitim olgusu ile sınırlı kalma gibi bir dezavantajı bulunmaktadır ve bu durumun pedagojik açıdan ne kadar verimli olacağı ayrı bir tartışma konusudur.

Araştırma bulgularına göre, uzaktan eğitim sisteminin öğretmenlerin sosyal yaşamlarına çeşitli yönlerden etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenler açısından bakıldığında; uzaktan eğitim sisteminin öğretmenleri fiziksel açıdan zorladığı görülmüştür. Bunun yanı sıra öğretmenlerin; öğrenci ile iletişim kurma süreci, ders işleme süreci, ders ve ödev takibi, öğrencilerin derslere katılım düzeyleri konularında farklı görüşlere sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte bu konularda, öğretmenlerin ağırlıklı olarak olumsuz görüşler beyan ettiği saptanmıştır. Yine öğretmenlerin, meslektaşları ile görüş alış-verişi yapma konusunda sıkıntılar yaşadığı görülmüş, buna karşın veliler ile etkileşiminin arttığı gözlemlenmiştir. Ayrıca

öğretmenler, uzaktan eğitim sisteminin, öğretmen-öğrenci arasındaki etkileşimi artırdığına vurgu yapmışlardır. Öğretmen-veli ve öğretmen-öğrenci arasındaki etkileşimin sıklaşması ise uzaktan eğitimin olumlu tarafları arasındadır.

Araştırma bulgularına göre, uzaktan eğitim sisteminin hem olumlu ve hem de olumsuz taraflarının olduğu görülmüştür. Bununla birlikte gerek veliler gerekse öğretmenler, uzaktan eğitim sisteminin olumsuz taraflarının daha baskın olduğuna ilişkin değerlendirmeler yapmışlardır. Veliler açısından bakıldığında; çocukların yalnızlaşması sonucu ortaya çıkan motivasyon kaybı, yüz yüze eğitimin geleneksel gücü, çevrimiçi ortamlarda yapılması mümkün olmayan dersler, teknik aksaklıklar ve imkânsızlıklar, meslek profesyonellerinin yetersizliği, artan ebeveyn sorumluluğu gibi nedenler uzaktan eğitim sisteminin olumsuz tarafları arasında yer almaktadır. Öğretmenler ise; teknik aksaklıklar ve yetersiz altyapı, ailelerin kısıtlı imkânları, internet kota düşüklüğü, ders katılım oranının düşüklüğü, ders tekrarları için süre kısıtlaması, derse katılım konusundaki kısırlık, yüz yüze eğitimin gücü, öğrencilerin ve ebeveynlerin uyum problemleri gibi nedenlerle uzaktan eğitim sistemine görece olumsuz yaklaşmaktadır.

Araştırma bulgularına göre hem veliler ve hem de öğretmenler; uzaktan eğitim modellerinin eğitim süreçlerinde kalıcı olacağını ve yerleşik hale geleceğini ifade etmişlerdir. Kanaatimizce de; teknoloji alanındaki baş döndürücü yenilikler, teknoloji merkezli olmayan ama teknolojiyi yaşam pratiklerinin merkezine oturtmaya mecbur kılan (pandemi, fiziksel yetersizlikler, nüfus artışları vb.) gibi durumlar sebebiyle uzaktan eğitim modelleri hem kalıcı hale gelecek ve hem de çeşitlenecektir. Sosyolojiyi değiştiren teknoloji, eğitim alanında da etkisini hissettirecek ve dijitalleşme; eğitim olgusuna da yeni kavramlar, yeni modeller, yeni işleyiş biçimleri ve yeni paydaşlar kazandıracaktır. Bu süreçte önemli olan, uzaktan eğitim süreçlerinin ve modellerinin verimliliğini artıracak planlamalar yaparak sürdürülebilir nitelikte bir uzaktan eğitim anlayışı tasarlanmasıdır.

## 7. Extended Abstract

In contemporary understanding of education, individuals who are in the position of educators are expected both to use technology effectively and to contribute to the learning process with new applications on effective learning-efficiency issues. This expectation has made it inevitable for education actors to design and develop new learning environments/methods enriched with technology. However, the innovations brought by digital technologies to the field of education have not only affected individuals in the position of students and (or) teachers, but also families have become the actors of this transformation process together with individuals in the position of students and teachers.

This research aims to examine how the digital transformation processes in the field of education with the Covid-19 pandemic have changed the roles of teachers and parents, and the challenges faced by parents and teachers in digital transformation processes. The research examines the distance education process in which parents are involved along with students and teachers, and in this respect, it is important in terms of aiming to increase the quality of education services.

The study group of the research was determined by considering the criterion-based sampling technique, which is among the purposeful sampling methods. Each of the participants in the study group of the research consists of elementary school educators and parents of elementary school students working in a particular geographical region. While forming the sample group of this study, the criteria were determined as the familiarity of parents and teachers with the distance education process and their use of distance education technologies. Thus, it was tried to determine the opinions and observations of the participants regarding the digital transformation experienced during the Covid-19 pandemic process and the developments in educational technologies, which are an output of this transformation, and the distance education process. The education technologies may differ due to factors as geographical region, infrastructure, and service provider institution. In addition, the technological predispositions of parents and family members and their ability to use technology are also important for the research. Furthermore, factors such as the family's educational status, socio-economic income level, perspective on education and number of children are other factors that should be taken into consideration in the research. For these reasons, in order to describe the situation accurately, participants with different age, educational status and technological tendencies working in different geographical regions were included in the study group.

Qualitative research methodology was applied in the study and a single round semi-structured interview technique was used. A semi-structured interview form developed by the researchers was used as the interview form. The interview form was organized in line with expert opinions and its final version was created. The interview form prepared for this study was organized separately for parent participants and teacher participants. Interviews were conducted with 14 people of different ages and educational backgrounds, including 7 elementary school educators and 7 parents of elementary school students. The names of the participants were not used during the interviews and the participants were categorized as parent participants and teacher participants. Parent participants were identified as V1, V2, V3, V4, V5, V6, V7; teacher participants were identified as Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7. The descriptive analysis technique was used to analyze the research data. In the study, which was conducted within the framework of Turnüklü's (2000) three activity steps (reduction of data, presentation of data, drawing conclusions and verification), the data obtained from the interview forms were transcribed and coding was created by reading over them. The codings were also brought together to form categories. In the process of coding the data, "open coding" was preferred. The code list prepared for this research was created under the themes of 'Physical Impact, Social Impact and Technological Impact'.

According to the findings of the study, it was concluded that the distance education system had an impact on parents' social lives and parent-child relationship in various aspects. From the parents' perspective, it was observed that the distance education system was physically challenging for the parents and this situation was reflected in the social lives of the parents and there were disruptions in the social lives of the family. All these difficulties are among the negative aspects of the distance education system for parents. On the other hand, parents stated that the distance education system increased the interaction between parents and children, which can be considered as a positive aspect of distance education in terms of parent-child relationship.

According to the findings of the study, when the distance education system was analyzed from the perspective of teachers, it was seen that the distance education system physically challenged teachers. In addition to this, it was found that teachers had difficulties in the process of communicating with students, lesson teaching process, lesson and homework monitoring, students' level of participation in lessons, and expressed more negative opinions about distance education.

**Keywords:** Distance Education, Distance Education Technologies, Digitalization, Qualitative Research, Semi-Structured Interview, Descriptive Analysis, Covid 19.

### Kaynakça

- Agnolotto, R., & Queiroz, V. C. (2020). Covid-19 and the challenges in Education. *CEST*, 1-2.
- Ally, M. (2019). Competency Profile of the Digital and Online Teacher in Future Education. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 20(2), 303-318.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. M. Binark içinde, *Yeni Medya Çalışmaları* (s. 21-44). Ankara: Dipnot.
- Bozkurt, A., & Sharma, R. C. (2020). Emergency remote teaching in a time of global crisis due to CoronaVirus pandemic. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), i-vi.
- Büyükköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2018). *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (25. b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
- Dempsey, M., & Burke, J. (2020). *Covid-19 Practice in Primary Schools in Ireland Report: Two-month a Follow-up*. Maynooth University.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi* (5. b.). Ankara: Erk.
- Golden, C. (2020). Remote teaching: The glass half-full. *Educause Review*. <https://er.educause.edu/>. adresinden alındı
- Hodges, C., Moore, S., Lockee, B., Trust, T., & Bond, A. (2020). The Difference Between Emergency Remote Teaching and Online Learning. *Educause Review*.



Iwai, Y. (2020). Online Learning during the COVID-19 Pandemic. *Scientific American*. Aralık 2021 tarihinde <https://blogs.scientificamerican.com/observations/online-learning-during-the-covid-19-pandemic/> adresinden alındı

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. H., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (2. b.). London and New York: Taylor & Francis Group.

Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (9. b.). Pearson Education.

MEB. (2021). *Milli Eğitim İstatistikleri*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.

MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü. (2022, Ağustos 4). *Sayılarla Uzaktan Eğitim*. YEGİTEK : <http://yegitek.meb.gov.tr/www/sayilarla-uzaktan-egitim/icerik/3164#:~:text=Di%20yandan%20EBA%20Mobil%20uygulamas%C4%B1,%20aktif%20bir%20C5%9Fekilde%20kulland%C4%B1>. adresinden alındı

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Drawing Valid Meaning from Qualitative Data: Toward a Shared Craft. *Educational Researcher*, 20-30.

Mulenga, E. M., & Marbán, J. M. (2020). Is COVID-19 the Gateway for Digital Learning in Mathematics Education? *Contemporary Educational Technology*, 12(2). doi:<https://doi.org/10.30935/cedtech/7949>

Özdemir, S., & Kılıç, E. (2007). Integrating information and communication technologies in the Turkish primary school system. *British Journal of Educational Technology*, 38(5), 907-916.

Shisley, S. (2020). Emergency remote learning compared to online learning. *Learning Solutions*, 1-15.

Taş, H. (2021). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Uygulamaya Konan Uzaktan Eğitimin Paydaş Görüşleri Bağlamında Değerlendirilmesi. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, 12(23), 23-49.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniğı: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.

Uzoğlu, M. (2017). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Uzaktan Eğitime İlişkin Görüşleri. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 335-351.

Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 7-17.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. b.). Ankara: Seçkin.

Yıldız, S., & Kartal, G. (2020). Uzaktan eğitim – Acil! *Sarkaç*. Mayıs 17, 2022 tarihinde <https://sarkac.org/2020/06/uzaktan-egitim-acil/> adresinden alındı

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.


This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğı Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğı Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Maslow 2.0 Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Dijital Okuryazarlık ve Pozitif Psikolojik Sermaye İlişkisi: İmalat Sektöründe Bir Araştırma\*

Turgut Emre AKYAZI\*\* 

## ÖZ

Dijitalleşme olgusu ülke ekonomilerini bir bütün olarak önemli ölçüde etkilemekte, buna bağlı olarak örgütlerdeki iş yapma biçimlerinin, ürün ve hizmetlerin ve iş modellerinin dönüştürülmesini ve güncellenmesini zorunlu kılmaktadır (Schrekling & Steiger, 2017, s. 3). Bu bağlamda, 21. yüzyıl becerileri arasında kabul edilen dijital okuryazarlık kavramının örgütler açısından önemi açıktır. Bu çalışma, çağımızda hayatta kalma becerilerinden biri olan dijital okuryazarlığın pozitif örgütsel davranışın en önemli bileşeni olan psikolojik sermaye üzerinde herhangi bir etkisi olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Aksaray ilinde faaliyet göstermekte olan imalat işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise Aksaray Organize Sanayi Bölgesi'nde makine ve ekipman ve otomotiv sektörlerinde faaliyet gösteren 6 adet işletmenin çalışanlarından oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 443 adet katılımcıdan veri toplanmıştır. Verilerin analizi sonrasında dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeyi pozitif yönlü ve anlamlı biçimde etkilediği tespit edilmiştir. Dijital okuryazarlığın alt boyutları ile psikolojik sermaye ilişkisi incelendiğinde ise etik ve sorumluluk, profesyonel üretim ve gizlilik ve güvenlik alt boyutlarının psikolojik sermayeyi pozitif yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Diğer yandan, dijital okuryazarlığın genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım ve sosyal boyut alt boyutlarının psikolojik sermaye üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, sahada işletmeler bünyesinde görev yapan uygulamacılara ve akademik çevrelere konuyla ilgili çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Maslow, Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Dijital Okuryazarlık, Pozitif Psikolojik Sermaye.

## The Relationship Between Digital Literacy and Positive Psychological Capital in the Context of Maslow 2.0 Hierarchy of Digital Needs: A Study in the Manufacturing Industry

### ABSTRACT

The phenomenon of digitalization significantly affects national economies as a whole, and accordingly, it makes it necessary to transform and update the ways of doing business, products and services and business models in organizations (Schrekling & Steiger, 2017, p. 3). In this context, digital literacy, which is considered among the 21st century skills, is of utmost importance for organizations. This study was carried out to determine whether digital literacy, which is one of the survival skills in our age, has an effect on psychological capital, which is the most important component of positive organizational behaviour. The population of the study consists of manufacturing enterprises operating in Aksaray province. The research sample consists of the employees of 6 enterprises operating in the machinery and equipment and automotive sectors in the Aksaray Organized Industrial Zone. Data were collected from 443 participants. After the analysis of the data, it was found out that digital literacy has a positive and significant effect on psychological capital. When the relationship between the sub-dimensions of digital literacy and psychological capital was examined, it was revealed that the dimensions of ethics and responsibility, professional production and confidentiality and security had a positive effect on psychological capital. On the other hand, it was seen that the dimensions of general knowledge and functional skills, daily use and social dimension of digital literacy did not have any effect on psychological capital. In line with the results obtained, various recommendations were developed for practitioners and academic circles working in the field.

**Keywords:** Maslow, Hierarchy of Digital Needs, Digital Literacy, Positive Psychological Capital.

### 1. Giriş

Son yıllarda küresel çapta üretilen bilgi miktarı, 21. yüzyıla kadar üretilen toplam bilgiye eşittir (Yılmaz, 2013; Pınar & Çetinkaya Bozkurt, 2022). Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) ve beraberinde gelen sayısız gelişme, "dijital devrim" adı verilen yeni bir devrime yol açmıştır. Dijital devrim toplumları ve insanların toplum içerisinde yaşama biçimini yeniden şekillendirmiştir. Dijital devrimle birlikte dijital toplum, bilgisayar destekli üretim araçları, akıllı şehirler vb. dijital araçlar ve teknolojiler gibi yeni kavram ve

\* Bu çalışma Aksaray Üniversitesi Etik Kurulu'nun 24.06.2022 tarihli ve 2022/04-20 sayılı kararı ile uygun bulunmuştur.

\*\* Öğr. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, emreakyazi@aksaray.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 11.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 01.12.2022

ideolojiler ortaya çıkmıştır (Reddy, Sharma, & Chaudhary, 2020, s. 66). Buna bağlı olarak, son yıllarda işletmeler, yeni teknolojilerden kaynaklanan yüksek belirsizlik ve sürekli değişen müşteri ihtiyaçları ile karşı karşıya kalmaktadır. Geçmişte eşi görülmemiş kadar hızlı biçimde gelişen teknoloji ve artan dijitalleşme, mevcut yerleşik iş modelleri ve örgüt yapıları üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu baskı altında işletmelerin bir yandan mevcut ürün ve hizmetleri kullanırken, diğer yandan yeni potansiyel fırsatları yakalamaya çalışması gerekmektedir. Bu bağlamda, yaşanan dijital dönüşüm çerçevesinde, yöneticilerin ve çalışanların dijital becerilere sahip olmaları işletmelerin rotalarını çizebilmesi için kritik rol oynamaktadır (Gfrerer, Rademacher, & Dobler, 2021, s. 2). Bireysel boyutta değerlendirildiğinde, dijital teknolojilerdeki ani ve hızlı gelişmeler, bireylerin dijital ortamlarda görevlerini yerine getirebilmeleri ve problem çözebilmeleri için gerekli beceri ve yetkinliklere sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır (Fu, 2013; Sarkar, 2012; Martin & Grudziecki, 2006). Bu becerilerin tümüne “dijital okuryazarlık” adı verilmektedir ve dijital okuryazarlık 21. yüzyılın hayatta kalma becerilerinden biri olarak kabul edilen ve dijital çağda mutlaka sahip olunması gereken bir yetkinliktir (Eshet-Alkalai, 2004; Martin, 2005; Martin, 2006; Fu, 2013; Kotluk & Kocakaya, 2015; Peled, Kurtz, & Avidov-Ungar, 2021). Dijitalleşme sürecinde işletmenin operasyonları dijitalleştirilerek işletme baştan yaratılmaktadır. İşletmeler için kilit rol oynayan inovasyon süreçlerinin doğrudan dijitalleşmeye bağlı ilerlediği göz önünde bulundurulduğunda, bilhassa yerleşik firmalar için dijitalleşme sürecinin çetrefilli bir süreç olduğu söylenebilir (Schallmo, Williams, & Boardman, 2017). İşte bu dijitalleşme sürecinin başarıyla tamamlanması için yöneticilere ve çalışanlara dijital okuryazarlık başlığı altında tanımlanan çeşitli dijital yetkinlikler kazandırılması artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Ferrari (2013) bu yetkinliklerden bazılarını bilgi yönetimi, iletişim, içerik üretme, güvenlik ve problem çözme olarak sıralamıştır.

Diğer yandan, her birey yaşanan bu dijital dönüşüme aynı oranda uyum sağlayamamakta, bazı bireyler dijital becerilerini geliştirerek hem bireysel hem örgütsel anlamda adapte olurken diğerleri bu duruma adapte olamamaktadır. Bu durum çalışanların örgütsel performansını ve motivasyonunu olumsuz etkilemekte, yoğun miktarda strese yol açmaktadır. Çalışanların karşı karşıya kaldığı bu baskı ve stresle başa çıkabilmeleri ve örgütsel başarıya katkı sunabilmeleri için psikolojik sermaye düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Psikolojik sermaye, tüm örgütsel çıktıları genel olarak etkileyen ve bu çıktılara olumlu katkı sağlayan önemli davranışsal değişkenlerden biridir (Jung & Yoon, 2015). Psikolojik sermaye kavramı, 1990’larda Amerikan Psikoloji Derneği (APA) Başkanı Martin Seligman’ın temelini attığı pozitif psikoloji akımıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Psikolojik sermaye kısaca zor görevler için gerekli çabayı ortaya koyabilecek özgüven (öz yeterlilik), olumlu düşüncelere sahip olma (iyimserlik), hedeflerine ulaşmada ısrarcı olma (umut) ve sorunlar ve güçlükler karşısında direnç göstererek yılmadan ilerleme kabiliyeti şeklinde tanımlanmaktadır (Luthans, Avolio, Avey, & Norman, 2007, s. 3). Davranışsal psikolojinin önemli uzmanlarından Luthans örgütlerde çalışanların kuvvetli yanlarının ve psikolojik durumlarının sabit ya da değişmez olmadığını, aksine geliştirilebileceğini ileri sürerek psikolojik kapasitelerin geliştirildiği takdirde çalışan performansının da artırılabilirliğini savunmuştur (Akçay, 2012, s. 124). Finansal sermaye ve fiziksel sermayenin tek örgütsel başarı elde etmek için tek başına yeterli olmadığı düşünüldüğünde, bunların yanında motivasyon, bağlılık, motivasyon ve iş tatmini gibi unsurlar da örgütsel başarı için gereklidir. Bu faktörlerin gerçekleşmesi için de çalışanların psikolojik sermaye düzeyi artırılmalıdır (Kara, 2014, s. 3). Nitekim yapılan araştırmalarda, psikolojik sermayenin pek çok olumlu örgütsel çıktıyı beraberinde getirdiği ortaya konmuştur. Yüksek yaratıcılık, girişimcilik, bireysel ve örgütsel performans, örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık ile düşük işten kaytarma, sinizm ve işten ayrılma niyeti bu örgütsel çıktılardan bazılarıdır (Avey, Patera, & West, 2006; Luthans, Youssef, & Avolio, 2007; Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010; Malodia & Vashist, 2019; Cherni & Gözen, 2021). Bu çalışmada, son yıllarda yaşanan dijital dönüşüm bağlamında “21. yy çalışanlarının psikolojik sermayelerinin artırılabilmesi için dijital okuryazarlık etkili bir unsur olabilir mi?” sorusundan yola çıkılarak dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeye etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. İlgili literatür taraması sonucunda dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeye etkisini ölçen herhangi bir çalışma bulunmadığı görülmüştür. Bundan dolayı bu çalışmanın ilgili alanyazına önemli ölçüde katkı sunacağı varsayılmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu bölümünde, bilgisayarlar ve diğer elektronik cihazlar üzerinde çevrim içi olarak sunulan bilgileri anlama, yorumlama, yeniden üretme gibi becerileri kapsayan “dijital okuryazarlık” kavramı ile, insanların pozitif ve güçlü yanlarını ve psikolojik durumlarını incelemeye odaklanan pozitif örgütsel davranışın en önemli bileşenlerinden biri olan “psikolojik sermaye” kavramına dair detaylı tanımlamalara yer verilmiştir. Bu kavramlara ilişkin açıklamalardan önce “Maslow 2.0. Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi” kavramına yer verilmiştir.

### 2.1. Maslow 2.0. Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi

2016 yılında dünya nüfusu 7,4 milyar iken cep telefonu sahibi olan insan sayısı 6 milyarı bulmuştur. 2020 yılında dünyadaki toplam internet bağlantılı cihaz sayısı 25 milyara ulaşmıştır. Amerika’daki gençlerin yüzde 87’si akıllı telefonlarını asla yanlarından ayırmadıklarını, %44’ü ise telefon kameralarını her gün kullandıklarını ifade etmektedir. Bir başka istatistiğe göre ise dünya genelinde bir günde 30 milyar WhatsApp mesajı gönderilmektedir (Schreckling & Steiger, 2017, s. 6). Bu şartlar altında dijitalleşme artık dünyanın her yerindeki ve tüm sektörlerdeki işletmeler için bir seçenek olmaktan çıkarak bir zorunluluk haline almış, örgütler için artık “ya dijitalleş ya da yok ol” noktasına gelinmiştir (Schreckling & Steiger, 2017, s. 3). Yaşanan dijital dönüşümle birlikte, bireyler ihtiyaçlarını zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın karşılayabilir hale gelmiştir. Artık eskiden olduğu gibi kullanıcının pasif biçimde yer aldığı internet ortamının yerini, kullanıcıların web uygulamaları ile ve birbirleri arasında interaktif biçimde iş birliği yapabilmelerini ve internet ortamında bilgiye kolayca erişebilmelerini sağlayan Web 2.0 teknolojileri almıştır (Yıldız, 2021). Bu durumun, Abraham Maslow tarafından ortaya atılan ve insan davranışına yön veren temel güdeleri açıklayan İhtiyaçlar Hiyerarşisi kuramını da dönüşüme uğrattığı ve bu kuramın güncellenerek dijital dönüşüme adapte edilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Şahan, 2008; Pereira, 2008; Yıldız, 2021). Yaşadığımız bu yeni çağdaki dijital dönüşümün kültürel etkileri de göz önünde bulundurularak Maslow’un kuramı da dijital dönüşüme uyarlanmış ve “Maslow 2.0 Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi” olarak adlandırılmıştır. Dijitalleşen dünya ile birlikte değişen ve güncellenen “dijital ihtiyaçlar” Şekil 1’de görülmektedir.



Şekil 1. Maslow 2.0 Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi  
(Kaynak: Yıldız, 2021: 174)

Şekil 1’de görüldüğü üzere, Maslow’un piramidinde fizyolojik ihtiyaçların yerini kablosuz internet ve telefon pil ömrü gibi unsurlar, güvenlik ihtiyaçlarının yerini siber güvenlik olarak nitelendirilebilecek e-posta şifreleri gibi unsurlar almıştır. Ait olma ve sevgi ihtiyaçlarının sosyal ağ platformları ve anlık mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla karşılandığı, saygınlığın sosyal medya üzerinden kazanıldığı ve kendini gerçekleştirme faaliyetlerinin ise yine çevrimiçi ortamda üretilen içerikler üzerinden ortaya konduğu görülmektedir. Özetle, Maslow’un kuramında kategorize ettiği insan ihtiyaçlarının dijital teknolojilerle birlikte dönüştüğü, güncellendiği ve bilişim çağına adapte edildiği söylenebilir.

## 2.2. Dijital Okuryazarlık

Okuryazarlık, Latince’de mektup anlamına gelen “*littera*” kökünden türetilmiş olan “*litteratus*” sözcüğünden İngilizce’ye “*literacy*” şeklinde aktarılmıştır. Sözcüğün Latince “*littera*” (mektup) kökeninden gelmiş olmasının sebebi olarak geçmiş yıllarda okuma yazma bilen kişilerin gelen mektupları okuyabilmelerinden dolayı okuryazarlık anlamı kazandığı tahmin edilmektedir. İngilizce’de kullanılan şekliyle de “*literacy*” sözcüğü okuma yazma bilme, okuryazar olma anlamı taşımaktadır. Sözlük anlamı itibariyle okuryazarlık sözcüğünün “okuma-yazma becerisi”, “herhangi bir beceri ya da yetkinlik” ve “öğrenme” olmak üzere temelde üç farklı unsurdan oluştuğu görülmektedir. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nca 1990 yılı “Uluslararası Okuryazarlık Yılı” ilan edilmiş ve söz konusu yılda okuryazarlık oranının dünya genelinde artırılmasını amaçlayan 10 yıllık bir program başlatılmıştır. Bu programla birlikte Bilgi Toplumu’nun temelleri atılmış ve okuryazarlık kavramı konusunda geniş çaplı bir farkındalık oluşturulmasına katkı sunulmuştur (Bawden, 2001, s. 220). Okuryazarlık kavramı, en detaylı şekliyle “bir dilin grafik sembollerinin sözlü anlatımı temsil edecek şekilde ve o dili konuşan kişiler tarafından kolektif olarak anlaşılabilen içeriklerin dışsallaştırılmasını/açığa vurulmasını sağlayacak şekilde kullanabilme becerisi” şeklinde tanımlanmaktadır (McGarry, 1991). Bir başka tanıma göre ise “yazılı bir materyali deşifre etmek ve çoğaltmak amacıyla gerekli teknikleri kullanabilme kabiliyetidir” (Grey, 1956).

Dijital okuryazarlık kavramını yazına ilk kazandıran Gilster (1997) olmuştur (Bawden, 2001; Spante, Hashemi, Lundin, & Alger, 2018; Bayrakçı & Narmanlıoğlu, 2021). Gilster (1997), bilgi teknolojileri ve dijital okuryazarlık kavramlarının kökenlerinin Sümer tabletlerine kadar uzandığını öne sürer ve teknolojinin insanoğlunu daima yeni ihtimallere taşıdığını ve becerilerimizi yeni teknolojilere adapte etme konusunda istekli olmayı gerektirdiğini ifade eder (Bawden, 2001, s. 247). Ona göre, dijital okuryazarlık günümüzde tıpkı sürücü belgesi gibi her insanda bulunması gereken bir niteliktir ve adeta bir “hayatta kalma becerisi” haline gelmiştir. Gilster’in bu yorumu 1997 yılında yaptığı göz önüne alındığında, dijital dönüşümün günümüzdeki kadar hızlı ilerlemediği o yıllarda bile dijital okuryazarlığın önemini vurgulaması açısından çok önemlidir.

Gilster (1997), kavramı “*bilgisayar ortamında çeşitli kaynaklar tarafından farklı formatlarda sunulan bilgiyi anlayabilme ve kullanabilme becerisi*” olarak tanımlar. Dijital okuryazarlık ile bilgisayar okuryazarlığı ya da bilgi ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı arasındaki temel farka dair ise “dijital okuryazarlığın, salt klavyenin tuşlarına basmak değil, fikirler/düşünceler üzerinde ustalaşmakla ilgili olduğunu” yorumunu yapar (Bawden, 2001, s. 247). Dijital okuryazarlık, dijital teknolojiden yararlanarak bilgiye erişebilme ve bu bilgiyi düzenleyebilme, analiz edebilme, yorumlayabilme, değerlendirebilme, aktarabilme ve üretebilme becerilerinin yanı sıra dijital metinleri okuma ve yazma, bilgi ve iletişim teknolojilerinin dünyayı nasıl etkilediğini anlama ve söz konusu teknolojileri bu amaçla kullanabilme kabiliyetidir (Akkoyunlu & Yılmaz Soylu, 2010; Kazu & Erten, 2013). Bireyin dijital okuryazar olarak nitelendirilebilmesi için bilgiye erişmek için dijital teknolojileri nasıl kullanacağını, karmaşık bilgi ağları içerisinde yolunu nasıl bulacağını, dijital ortamdaki bilgiyi nasıl okuyup anlayacağını ve dijital teknolojileri kullanarak dijital bilgi ekonomisine nasıl katkı sağlayacağını bilmesi gerekir (Baron, 2019, s. 1).

Konuyla ilgili önemli çalışmaları bulunan Martin (2006, s. 155) ise dijital okuryazarlığı “*yapıcı sosyal eylemin gerçekleştirilmesi amacıyla, dijital kaynakları tespit etmek, onlara erişim sağlamak, yönetmek, entegre etmek, değerlendirmek, analiz etmek ve sentezlemek, yeni bilgiler inşa etmek, medya içerikleri oluşturmak ve başkalarıyla iletişim kurmak için dijital kaynakları ve imkânları doğru biçimde kullanabilme becerisi ve bu beceriyle ilgili farkındalık sahibi olma durumu*” olarak tanımlamıştır. Dijital okuryazarlığın farklı yazarlar tarafından yapılmış farklı tanımları bulunmakla birlikte, bu çalışmanın amacı ve kapsamı doğrultusunda en uygun tanım olarak Martin (2006) tarafından yapılan tanım benimsenmiştir.

Polizzi (2020) dijital okuryazarlığın “işlevsel” ve “eleştirel” boyut olmak üzere iki boyutta incelendiğini öne sürer. İşlevsel boyut dijital teknolojileri kullanabilmek için gerekli olan pratik becerilere işaret ederken, eleştirel boyut daha ziyade online içerikleri tarafsızlık ve güvenilirlik açısından değerlendirebilme becerisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Polizzi, 2020, s. 1). Janssen ve diğerleri (2013, s. 477) dijital okuryazarlık düzeyi yüksek bireylerin ortak özelliklerini genel bilgiler ve işlevsel beceri, gündelik hayatta kullanabilme, iş ve yaratıcılık için yetkinlik, iletişim ve iş birliği, bilgiyi işleyebilme ve yönetebilme, gizlilik-güvenlik, etik ve yasal farkındalık, teknolojiye dair tutum, BİT teknolojilerinin toplum içerisindeki rolünü anlayabilme, dijital



okuryazarlığını daha kısa ve öz bir yaklaşımla “bilgi dünyasında yolunu bulabilmek” şeklinde tarif eder (Jackson, 1989).

Dijital okuryazarlık özelliklerine tam manasıyla sahip bir bireyin dijital okuryazarlığın alt disiplinlerine hâkim olması gerekir. Tablo 1’de dijital okuryazarlığın alt disiplinleri sunulmuştur.

**Tablo 1.** Dijital Okuryazarlığın Alt Disiplinleri

Alt Disiplin	Tanım
Bilgi Okuryazarlığı	Bilgi kaynaklarını bulma, bilgiyi analiz etme ve sentezleyebilme, bilgi kaynağının güvenilirliğini değerlendirme, etik ve yasal kurallara uygun biçimde alıntı yapma, etkili ve verimli biçimde araştırma soruları oluşturma
Bilgisayar Okuryazarlığı	Pratik amaçlar için bilgisayarları ve elektronik yazılımları kullanma
Medya Okuryazarlığı	Basılı ve basılı olmayan çeşitli şekillerdeki bilgiye erişebilme, analiz edebilme, değerleyebilme ve aktarabilme becerisi
İletişim Okuryazarlığı	Kelime işlemci, veri tabanı, çizim araçları, vb. teknolojileri, interneti kullanarak etkili iletişim kurma ve başkalarıyla iş birliği içinde çalışma
Görsel Okuryazarlık	Resimli ve grafikli imgelerde sunulan bilgileri okuma, yorumlama ve anlama, her tür bilgiyi resim, grafik ya da başka görsel formatlara dönüştürme
Teknoloji Okuryazarlığı	Öğrenme, üretkenlik ve performans geliştirme amacıyla bilgisayarları ve diğer benzer teknolojileri kullanma becerisi

(Kaynak: Covello, 2010)

Farklı okuryazarlık türleri birbiriyle çelişen ve çatışan kavramlar değil, birbiriyle örtüşen kavramlardır. Söz gelimi, bilgi okuryazarlığı araştırma becerilerini kapsarken, medya okuryazarlığı haber, reklam ve kitle iletişim araçlarının eleştirel analizini kapsayan bir kavramdır. Dijital okuryazarlık ise tüm okuryazarlık türlerini kapsayan daha kapsamlı bir içeriğe sahiptir. Kısacası dijital okuryazarlık tüm bu kavramları da içine almasından dolayı diğer okuryazarlık türleri için bir nevi çatı kavram (umbrella term) işlevi taşımaktadır (Bayrakçı, 2020, s. 9; Martin, 2005, s. 135).

#### 2.4. Pozitif Psikolojik Sermaye

Ölçülebilen ve değerlendirilebilen pozitif psikolojik faktörleri inceleyen pozitif örgütsel davranışın bir unsuru olan pozitif psikolojik sermaye “zor görevleri yerine getirebilmek için gerekli çabayı ortaya koyabilecek özgüvene sahip olma (öz yeterlilik), şu anda ve gelecekte başarılı olacağına dair olumlu düşüncelere sahip olma (iyimserlik), hedeflerine ulaşmada ısrarcı olma ve başarıya ulaşmak için alternatif yollar arama (umut) ve sorunlar ve güçlükler karşısında direnç göstererek yılmadan ilerleme ve başarıya ulaşma şeklinde karakterize edilen bir pozitif psikolojik durum” şeklinde tanımlanmaktadır (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007, s. 3) Psikolojik sermayenin çıkış noktası Seligman’ın başlattığı pozitif psikoloji akımına dayanmaktadır.

Pozitif psikoloji ilk olarak 1990’larda Amerikan Psikoloji Derneği (APA) Başkanı Martin Seligman tarafından meslektaşlarının araştırmalarını “insan mükemmeliyetine ve insan mutluluğuna” ağırlık verecek şekilde yürütmeleri şeklindeki önerileri sonrasında bir araştırma alanı olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Daha sonraki süreçte ilk olarak Seligman ve Csikszentmihalyi (2000) tarafından yapılan çalışmalarla birlikte psikoloji alanındaki çalışmaların odak noktası akıl hastalıkları ve psikolojik rahatsızlıklar gibi negatif konulardan insan psikolojisinin daha pozitif unsurlarına doğru kaymaya başlamıştır (Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010, s. 385). Csikszentmihalyi, “tedavinin yalnızca bozuk olanı tamir etmek değil, aynı zamanda iyi olanı beslemek ve desteklemek olduğunu” ifade etmiştir (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010).

Genel anlamda pozitif psikoloji “birey, grup ve kurumların işleyişi ve gelişimine katkıda bulunan süreç ve koşulların incelenmesi” şeklinde tanımlanabilir (Gable & Haidt, 2009; Keleş, 2011). Pozitif psikoloji, kişilerin olumsuz yönlerinden ziyade, onların olumlu yönlerine odaklanmaya dayalı bir olgudur. Pozitif psikolojiyi örgütsel çevreye uyarlamak şeklinde de değerlendirilen pozitif örgütsel davranış ise pozitif psikolojik sermaye kavramının ortaya atılmasını sağlamıştır (Yeşil, Yetiş, & Telli, 2016, s. 27). Pozitif psikoloji çerçevesinde pozitif duyguların psikolojik faktörler (psikolojik iyi oluş, mutluluk, vb.), entelektüel faktörler (problem çözme, yaratıcılık, vb.), fiziksel faktörler (koordinasyon, stresle başa çıkma, kalp ve damar sağlığı, vb.) ve sosyal faktörleri (ilişkiler, arkadaşlıklar, vb.) olumlu yönde etkilediği belirtilmektedir.

Bu bağlamda, pozitif duygulara sahip çalışanların örgütsel ortam içerisinde bilişsel ve duygusal açıdan daha verimli ve yüksek performansla çalıştıkları görülmüştür (Fredrickson & Losada, 2005; Efiltili & Çoklar, 2019).

Pozitif psikoloji ile ilgili yapılan çalışmalarla birlikte, örgüt psikolojisi ve örgütsel davranış alanında uzman Luthans, söz konusu yeni pozitif psikoloji akımının örgütlere nasıl uyarlanabileceği konusunda çalışmalar yapmıştır. Luthans, çalışanların performanslarını artırmak için onların güçlü yönlerinin ve psikolojik kapasitelerinin durağan değil, geliştirilebilir olduğunu iddia etmiştir. Böylece “pozitif örgütsel davranış” disiplini doğmuştur (Akçay, 2012, s. 124). Pozitif örgütsel davranış “insan kaynaklarının performansı geliştirmek amacıyla ölçülebilen, geliştirilebilen ve etkili şekilde yönetilebilen pozitif ve güçlü yönlerinin ve psikolojik kapasitelerinin incelenmesi” şeklinde tanımlanmaktadır (Luthans, Avolio, Avey, & Norman, 2007, s. 545).

Pozitif örgütsel davranış yaklaşımının en önemli bileşenlerinden olan psikolojik sermayeye yatırım yapmak örgütler için yararlı olacaktır. Geleneksel finansal sermaye ve fiziksel varlıkların aksine, psikolojik sermayeyi yönetmek işletmeler için daha az masraflıdır. Psikolojik sermaye sabit kişilik özelliği olmaktan ziyade daha çok “durumsal” bir kavram olduğu için de değişebilen ve bundan dolayı da geliştirilmeye müsait bir olgudur (Luthans & Youssef, 2004; Cherni & Gözen, 2021). Beşeri sermaye ve sosyal sermayeden farklı olarak, psikolojik sermaye bireyin “tam burada ve tam şu anda kim olduğu” ve desteklendiği ve geliştirildiği takdirde “gelecekte kime dönüşebileceği” ile ilgilenmektedir (Malodia & Vashist, 2019, s. 58).

Yapılan araştırmalarda, psikolojik sermayenin pek çok olumlu örgütsel çıktıyı beraberinde getirdiği ortaya konmuştur. Yüksek yaratıcılık, girişimcilik, bireysel ve örgütsel performans, örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık ile düşük işten kaytarma, sinizm ve işten ayrılma niyeti (Avey, Patera, & West, 2006; Luthans, Avolio, Avey, & Norman, 2007; Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010; Malodia & Vashist, 2019; Cherni & Gözen, 2021) bu olumlu örgütsel çıktılardan bazılarıdır.

#### 2.4.1. Pozitif Psikolojik Sermayenin Boyutları

*Dayanıklılık*, bireyin terslikler ve başarısızlıklar karşısında yeniden ayağa kalkmasını sağlayan adaptasyon sistemidir. Dayanıklılık kavramının kökeni, klinik psikoloji çalışmalarında yapılan deneylerde dayanıklılık düzeyi yüksek olan çocukların sorumluluk altında iken başarılı olurken düşük dayanıklılık düzeyine sahip çocukların başarısız olmalarına dayanmaktadır. Dayanıklı bireylerin ortak özellikleri arasında gerçekçi olmaları ve büyük değişimler karşısında doğaçlama yapabilme ve adapte olabilme kabiliyetleri sayılabilir (Avey, Patera, & West, 2006, s. 45). Dayanıklılık düzeyi yüksek olan bireyler büyük başarısızlıklar ya da terslikler sonrasında performans düzeylerinde azalma yaşamaz ve mücadele etmeye devam ederler (Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010, s. 388). Dayanıklı bireylerin aynı zamanda duygusal zekâsı yüksek, başarısızlığı kabullenebilen, esnek, enerjik, meraklı, yeni deneyimlere açık, esprili, yenilikçi ve değişime ayak uydurabilen bireyler olduğu ifade edilmiştir (Malodia & Vashist, 2019, s. 58).

*Umut*, arzu edilen amaca ulaşmaya yönelik bireyin sahip olduğu güçlü irade ile bu amaç doğrultusunda yapılan planın birleşimi şeklinde de ifade edilmektedir. Umut hem gerçekçiliği hem de ulaşılabilir hedefleri içerisinde barındıran bilişsel bir süreç olup sadece bir şeyi arzu etmekten ibaret bir kavram değildir; hedefler ve davranışları arasındaki sistematik ilişkidir (Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010, s. 388). Umut, kişinin hedefe ulaşmaya yönelik enerjisine, yani bir aktör olarak kendisine ve aynı zamanda hedefe ulaşmak için yapılan planlara ve kullanılan yöntemlere dayanan motivasyonel bir durumdur (Kwok, Cheng, & Wong, 2015, s. 564).

Pozitif psikolojinin diğer bir boyutu *iyimserlik*dir. İyimser bireyler elde ettikleri başarıyı her koşulda elde edebileceklerine, bu başarıyı sürekli hale getirebileceklerine ve başarının kendi çabalarıyla gerçekleştiğine inanmaktadır (Avey, Patera, & West, 2006, s. 45). Umut ve iyimserlik arasındaki fark kontrol odağı ile açıklanmaktadır. Dış kontrol odağı yüksek olan bireylerin umut düzeyi düşük olmakla birlikte iyimserlik düzeyi yüksek olabilmektedir. Bunun aksi de geçerlidir (Avey, Nimnicht, & Pigeon, 2010, s. 388).

Pozitif psikolojik sermayenin dördüncü boyutu olan *özyeterlilik* kavramının kökeni Bandura'nın (1986, 1997) bilişsel psikoloji alanındaki çalışmalarına dayanmaktadır. Özyeterlilik, bireyin bir işi başarılı biçimde tamamlayabilmek için ihtiyaç duyulan motivasyonu, bilişsel unsurları ve davranış biçimlerini harekete



geçirebileceğine dair kendine olan inancı ve güveni şeklinde tanımlanmaktadır (Avey, Patera, & West, 2006, s. 45). Özyeterlilik düzeyi yüksek bireylerin özellikleri arasında azimli olma, yüksek motivasyon, yüksek özgüven, yaratıcılık ve yenilikçilik bulunmaktadır (Malodia & Vashist, 2019, s. 60).

### 3. Araştırma Metodolojisi

Bu çalışmada imalat sektöründe çalışan bireylerin dijital okuryazarlık düzeylerinin psikolojik sermayelerine etkisi üzerine sonuçlar elde etmek amacıyla nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırmada gerek örneklem büyüklüğü gerekse zaman kısıtı gibi faktörlerden ötürü nicel araştırma yöntemi benimsenmiş olup ilişkisel tarama yöntemi benimsenmiştir. Araştırma verileri anket formları aracılığıyla toplanmış olup betimsel yöntemler arasından Tarama Deseni Yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca araştırmanın bilimsel etik kurallara uygunluğu için, Aksaray Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 24.06.2022 tarihli 2022/04-20 nolu etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmanın verileri, anket formları katılımcılara yüz yüze dağıtılmak suretiyle toplanmıştır. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırma modeli, kuramsal temeli ve hipotezler, evren ve örneklem, veri toplama araçları, verilerin analizi ve bulgulara yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı dijital okuryazarlık ile pozitif psikolojik sermaye arasındaki ilişkiyi incelemek ve dijital okuryazarlığın pozitif psikolojik sermayeyi etkileyip etkilemediğini ortaya koymaktır. Yapılan literatür taramasında teknoloji kullanım düzeyi ile psikolojik sermaye ve psikolojik sermayenin bir alt boyutu olan özyeterlilik arasındaki ilişkiyi ölçen birkaç çalışma haricinde literatürde dijital okuryazarlık ve psikolojik sermaye ilişkisine dair herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışanların dijital dönüşüme bağlı olarak hissettikleri baskı ile başa çıkabilmek için psikolojik sermaye düzeylerinin yükseltilmesi gerektiği, bunun için de yeni teknolojilere adapte olmalarını sağlamak gerektiği anlaşılmaktadır. Buna bağlı olarak, yeni teknolojilere adapte olabilmeleri için de çalışanların dijital okuryazarlık seviyelerinin artırılması gerekmektedir. Bu nedenle dijital okuryazarlık düzeyinin yükseltilmesi ve psikolojik sermaye üzerindeki potansiyel etkilerinin araştırılması önem arz etmektedir.

#### 3.2. Araştırmanın Modeli, Kuramsal Temeli ve Hipotezleri

Helsper ve Eynon'a (2013) göre dijital beceriler insanların topluma katılımını artırmaktadır. Bilhassa küresel pandemi süreciyle birlikte tüm süreçlerin dijitalleşmesine bağlı olarak dijital okuryazarlık son yıllarda daha sık gündeme gelen bir kavram haline gelmiştir (Akman, 2021, s. 1013). Dijital okuryazarlık, bireyin özyeterlilik düzeyini doğrudan etkilemektedir. Bilhassa bilgi ve iletişim teknolojilerini yoğun biçimde kullanan bireylerde teknolojiye kaynaklanan belirsizlik, karmaşıklık, güvensizlik ve aşırı iş yükü gibi sebeplerden ötürü aşırı stres ortaya çıkabilmektedir (Essel, Vlachopoulos, Tachie-Menson, Johnson, & Ebeheakey, 2021, s. 2). Tekno-stres olarak adlandırılan bu stres türü, gelişen dijital teknolojiyle sağlıklı biçimde başa çıkabilme ve ona ayak uydurabilme konusunda başarısız olmaktan dolayı ortaya çıkan rahatsızlık durumu olarak tanımlanmaktadır (Abilleira, Rodicio-García, Ríos-De-Deus, & Mosquera-González, 2020). Tekno-stres, iş yerinde BİT teknolojilerinin kullanımından kaynaklanan baskının sonucunda ortaya çıkmakta ve çalışanların tutumları, davranışları ve psikolojileri üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu etkiler arasında korku, endişe ve hatta düşmanlık sayılmaktadır (Shu, Tu, & Wang, 2011; Efiltili & Çoklar, 2019). Çalışanlar, bilgisayar teknolojilerine adapte olma konusunda yetersizlik duygusuna kapıldıklarında, ya da yeni teknolojilerle karşı karşıya kaldıklarında hissettikleri teknoloji kaynaklı strese bağlı olarak olumsuz duygular, düşünceler, davranış ve tutumlar sergilemektedir (Kupersmith, 1992).

Yapılan araştırmalara göre yüksek dijital okuryazarlık, tekno-stres düzeyini azaltmaktadır. Yüksek dijital okuryazarlık düzeyine sahip bireylerin, BİT teknolojilerindeki değişimlere daha hızlı adapte olabildikleri, dolayısıyla da özyeterlilik düzeylerinin de arttığı görülmüştür (Essel, Vlachopoulos, Tachie-Menson, Johnson, & Ebeheakey, 2021, s. 4). Kısacası, dijital okuryazarlık tekno-stresi azaltırken özyeterliliği artırmaktadır. Gökbulut ve Çoklar (2018), teknoloji kullanımı ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla devlet okullarında çalışan 164 öğretmenden veri toplamıştır. Yapılan analizler sonucunda,

öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri arttıkça teknoloji kullanım düzeylerinin de arttığı bulgusuna ulaşmışlardır (Gökbulut & Çoklar, 2018). Efiltili ve Çoklar (2019) psikolojik sermaye ile tekno-stres düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Çalışma bulgularına göre tekno-stres düzeyi arttıkça psikolojik sermaye düzeyinin azaldığı gözlemlenmiştir (Efiltili & Çoklar, 2019, s. 417). Kahveci (2021) tarafından öğretmenler üzerinde yapılan bir araştırmada dijital okuryazarlık ile özyeterlilik arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Kahveci, 2021). Bir başka güncel çalışmanın sonuçlarına göre ise dijital okuryazarlık tüm alt boyutları ile birlikte yaratıcı öz yeterliliği pozitif ve anlamlı biçimde etkilemektedir (Pınar & Çetinkaya Bozkurt, 2022). Bu çalışmalara ek olarak, Georgina ve Olson (2008) dijital okuryazarlık ile psikolojik sermayenin bir alt boyutu olan özyeterlilik kavramı arasında birtakım benzerlikler bulunduğunu öne sürer. Her iki kavram da bireyin karmaşık durumlarda yönünü tayin ederek olumlu çıktılar elde edebilme kabiliyetini içermektedir. Diğer yandan, özyeterlilik daha çok kendine inanmak ya da özgüven ile ilintili iken, dijital okuryazarlık bireyin daha ziyade bilgi ve iletişim teknolojilerine yönelik becerileriyle ilişkilidir. Prior ve diğerleri de (2016) dijital okuryazarlığın özyeterlilik üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi olduğunu aktarmıştır.

Tüm bu kuramsal altyapı ve ampirik verilerden hareketle, araştırma çerçevesinde çalışanların dijital okuryazarlık düzeyinin artırılarak teknoloji kaynaklı stres düzeylerinin azaltılması suretiyle psikolojik sermayelerinin artırılabilceği varsayımından yola çıkılmıştır. İlgili literatür incelendiğinde dijital okuryazarlığın ve alt boyutlarının doğrudan psikolojik sermayeye etkisini ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Teknoloji kullanım düzeyi ile psikolojik sermaye ve psikolojik sermayenin bir alt boyutu olan özyeterlilik arasındaki ilişkiyi ölçen birkaç çalışma haricinde literatürde dijital okuryazarlık ve psikolojik sermaye ilişkisine dair herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan literatür taramasında çalışanların hızla gelişen teknolojiye ve dijital dönüşüme bağlı olarak hissettikleri baskı ve stresle başa çıkabilmek için psikolojik sermaye düzeylerinin yükseltilmesi gerektiği, bunun için de yeni teknolojilere adapte olmalarını sağlamak gerektiği anlaşılmıştır. Yeni teknolojilere adapte olabilmeleri için de çalışanların dijital okuryazarlık seviyelerinin artırılması gerekmektedir. Dolayısıyla, çalışanların dijital okuryazarlık düzeyleri arttığı takdirde psikolojik sermaye düzeylerinin de artacağı varsayımından yola çıkılarak, araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi geliştirilmiştir:

**H1:** Dijital okuryazarlığın psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

**H2:** Dijital okuryazarlığın etik ve sorumluluk alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

**H3:** Dijital okuryazarlığın genel bilgi ve işlevsel beceriler alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

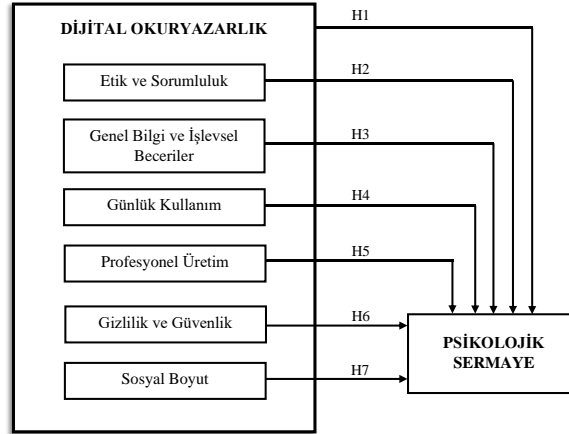
**H4:** Dijital okuryazarlığın günlük kullanım alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

**H5:** Dijital okuryazarlığın profesyonel üretim alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

**H6:** Dijital okuryazarlığın gizlilik ve güvenlik alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

**H7:** Dijital okuryazarlığın sosyal boyut alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

Bu bağlamda araştırmanın modeli Şekil 2'deki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 2. Araştırmanın Modeli

### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Aksaray ilinde faaliyet göstermekte olan imalat işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise Aksaray Organize Sanayi Bölgesi'nde makine ekipmanı ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 6 adet işletmenin çalışanlarından oluşmaktadır. Araştırmada ilişkisel tarama yöntemi benimsenmiş olup örneklem seçiminde basit tesadüfi yöntem ile katılımcılara ulaşılmıştır. Araştırma verileri katılımcılara yüz yüze dağıtılan anket formları aracılığıyla 2022 yılı Mayıs ve Haziran ayları içerisinde toplanmıştır. Araştırma değişkenlerinin nicel karakter taşıması ve araştırma evreninin 10.000'den büyük olması nedeniyle, araştırmada örneklem hesaplamasında  $(n = a^2 \cdot Z_{\alpha}^2 / H^2)$  formülünden yararlanılmıştır (Ural & Kılıç, 2011). Bu bilgilere dayanarak  $(n = 1^2 \cdot 1,96 / 0,1^2 = 384)$  formülüne göre minimum 384 örneklem sayısının yeterli olacağı tespit edilmiştir. Bu bağlamda toplam 620 adet anket dağıtılmış olup 443 adet geri dönüş olmuştur. Eksik doldurulan ve yetersiz anket formları çıkarıldığında toplam 416 anket formu değerlendirilmiş olup anketlerden %70,3 oranında geri dönüş sağlanmıştır.

Yapılan frekans analizine göre araştırmaya katılan 416 katılımcının %90,1'i erkek ve %9,1'i kadındır. Katılımcıların %48,6'sı 31-40 yaş arası, %32'si 25-30 yaş arası ve %19,5'i 41 yaş ve üzeridir. Bu verilere göre katılımcıların yarısına yakın bir bölümünün orta yaşlı olduğu söylenebilir. Öğrenim durumu açısından değerlendirildiğinde örneklemin %56'sının lisans ve lisansüstü eğitime sahip olduğu, %44'ünün ise lise ve altı okullardan mezun olduğu görülmüştür. Çalışma süresine göre değerlendirildiğinde ise %11,5'inin 1 yıldan az, %38,7'sinin 1-5 yıl arası, %26,4'ünün 6-10 yıl arası ve %23,3'ünün 11 yıl ve daha uzun süredir buldukları işletmede çalışmakta olduğu tespit edilmiştir.

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcıların dijital okuryazarlık ve psikolojik sermaye düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla bu değişkenlere dair ölçek maddeleri içeren bir anket formu oluşturulmuştur. Söz konusu anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, öğrenim durumu ve bulunduğu firmadaki çalışma süresi gibi demografik değişkenleri belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

İkinci bölümde katılımcıların dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemek amacıyla Bayrakçı (2020) tarafından geliştirilmiş 29 maddeden oluşan "Dijital Okuryazarlık Ölçeği" bulunmaktadır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin orijinali ile benzer şekilde 6 faktörlü bir yapı sergilediği tespit edilmiştir. Ölçek maddeleri arasında "Çevrim içi ortamlarda eriştiğim bilgilerin doğru olup olmadığını farklı kaynaklardan sorgulayabilirim." ve "Programlama dillerinden (Java, C, Visual Basic, PHP, vb.) en az birini kullanabilirim." gibi ifadeler yer almaktadır. 5'li derecelendirmeye sahip olan ölçeğin yanıtları 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum şeklinde sıralanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık (Cronbach Alfa) katsayısı 0,949 olup güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Üçüncü bölümde ise katılımcıların psikolojik sermaye düzeylerini ölçmek amacıyla Luthans ve diğerleri (2007) tarafından 24 madde olarak geliştirilen ve daha sonra Avey ve diğerleri (2011) tarafından kısaltılarak 12 maddelik hale dönüştürülen ve Oruç (2018) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılan "Psikolojik Sermaye Ölçeği" yer almaktadır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucuna göre ölçeğin aslına benzer şekilde özyeterlilik, umut, dayanıklılık ve iyimserlik olmak üzere 4 faktörlü bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Ölçekte yer alan maddeler arasında "İşyerinde mecbur kaldığım durumlarda kendi kendime yetebilirim." ve "İşyerinde bir problemle karşılaştığımda üstesinden gelmek için birçok yol bulabilirim." gibi ifadeler bulunmaktadır. Psikolojik sermaye ölçeği 6'lı derecelendirme ölçütüne sahip olup yanıtlar 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kısmen katılmıyorum, 4= Kısmen Katılıyorum, 5= Katılıyorum, 6= Kesinlikle katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık (Cronbach Alfa) katsayısı ise 0,932 olarak hesaplanmış ve yüksek derecede güvenilir olduğu görülmüştür.

### 3.4. Verilerin Analizi ve Bulgular

Araştırma verileri ile ilgili öncelikle normal dağılım testi yapılmıştır. Test sonucunda verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edilmiş ve dijital okuryazarlık için -,715 ile ,174 arasında, psikolojik sermaye için -1,912 ile 1,862 arasında olduğu görülmüştür. Çarpıklık ve basıklık değerleri +1,96 ile -1,96 arasında olduğundan dolayı verilerin normal dağıldığı söylenebilir (Corder & Foreman, 2009). Bu durumda, araştırma verilerinin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Buna göre, çalışmada değişkenler arası ilişkinin anlamlılığını test etmek üzere Pearson korelasyon ve bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini yordamak üzere lineer regresyon analizi kullanılmıştır.

#### 3.4.1. Dijital Okuryazarlığın Psikolojik Sermayeye Etkisinin Ölçülmesi

Çalışma kapsamında, dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeye etkisini hesaplayabilmek amacıyla dijital okuryazarlık bağımsız değişken, psikolojik sermaye ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Araştırma verilerinin basıklık ve çarpıklık değerleri +1,96 ile -1,96 arasında olduğundan dolayı veriler normal dağılmaktadır. Sonraki aşamada regresyon analizi yapabilmek için bağımsız ve bağımlı değişken arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığını kontrol etmek amacıyla korelasyon analizine başvurulmuştur. Literatüre göre, verilerin tamamı normal dağılım gösterdiği takdirde Pearson, normal dağılım göstermediği durumda ise Spearman ya da Kendall's tau-b analizi yapılmalıdır (Field, 2009; Tabachnick & Fidell, 2013; Can, 2015; Gürbüz & Şahin, 2015; Boyraz & Tepe, 2019). Araştırmada veriler normal dağılım gösterdiği için Pearson korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucu Tablo 2'de görülmektedir.

**Tablo 2.** Dijital Okuryazarlık ile Psikolojik Sermaye İlişkisine Dair Korelasyon Analizi Sonuçları

		DOY	PS
1. DOY	Pearson Korelasyon	1	,557**
	Sig. (Çift yönlü)		,000
	N	416	416
2. PS	Pearson Korelasyon	,557**	1
	Sig. (Çift yönlü)	,000	
	N	416	416

\*\* Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).

Tablo 2'ye göre değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir ( $r = 0,557$ ,  $p < 0,01$ ). Bu sonuca göre, çalışanların dijital okuryazarlık düzeyi arttıkça psikolojik sermaye de artmaktadır. Çalışma kapsamında dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeye etkisini ortaya koymak için gerçekleştirilen lineer regresyon analizine dair bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3.** Dijital Okuryazarlığın Psikolojik Sermayeye Etkisine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: PS_TOPLAM						
Kaynak	Tip III Kareler Top.	df	Ort. Kare	F	Sig.	
Düzeltilmiş Model	17289,620 <sup>a</sup>	2	8644,810	73,723	,000	
Intercept	679517,244	1	679517,244	5794,967	,000	
DOSEVIYE	17289,620	2	8644,810	73,723	,000	
Hata	48428,342	413	117,260			
Toplam	1525638,000	416				
Düz. Toplam	65717,962	415				

a. R<sup>2</sup> = .263 (Düzeltilmiş R<sup>2</sup>= .260)

Dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeyi ne ölçüde etkilediğini ortaya koymak için yapılan lineer regresyon analizi sonucunda, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki gözlenmiş (R<sup>2</sup>= 0,263), dijital okuryazarlığın psikolojik sermaye üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür (p<0,001). Dijital okuryazarlık, psikolojik sermayedeki değişimin %26'sını açıklamaktadır. Bu sonuca göre, H1: "Dijital okuryazarlığın psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır." hipotezi kabul edilmiştir.

### 3.4.2. Dijital Okuryazarlığın Alt Boyutlarının Psikolojik Sermayeye Etkisinin Ölçülmesi

Araştırma kapsamında dijital okuryazarlığın alt boyutlarının psikolojik sermaye üzerindeki olası etkilerinin ölçülebilmesi için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analizin sonucu Tablo 4'te görülmektedir.

**Tablo 4.** Dijital Okuryazarlığın Alt Boyutlarının Psikolojik Sermayeye Etkisine Dair Regresyon Analizi

Model		Katsayılar <sup>a</sup>				Anlamlılık
		Standardize		Standart		
		Edilmemiş	Edilmemiş	Beta	Katsayılar	
B	Std. Hata		t			
1	(Sabit)	24,171	2,212		10,928	,000
	ETIKVESORUMLULUK	,810	,099	,445	8,154	,000
	GENELBİLGİ	-,166	,107	-,085	-1,546	,123
	GUNLUKKULLANIM	,208	,132	,108	1,578	,115
	PROFESYONELURETİM	,678	,255	,145	2,658	,008
	GIZLILIKVEGUVENLIK	,481	,174	,168	2,766	,006
	SOSYALBOYUT	-,075	,152	-,030	-,491	,623

a. Bağımlı Değişken: Psikolojik Sermaye  
R<sup>2</sup>= 0,396, F=46,362

Tabloya göre değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu (R<sup>2</sup>=0,396) ve dijital okuryazarlığın alt boyutlarının psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (F= 46,362, p<0,05). Modele göre psikolojik sermayedeki değişimin %39'u dijital okuryazarlığın alt boyutları tarafından açıklanmaktadır. Standart beta katsayısına dair değerler incelendiğinde, dijital okuryazarlığın etik ve sorumluluk ( $\beta=0,445$ , p<0,05), profesyonel üretim ( $\beta=0,145$ , p<0,05) ve gizlilik ve güvenlik ( $\beta=0,168$ , p<0,05) alt boyutlarının psikolojik sermayeyi pozitif yönlü ve anlamlı biçimde etkilediği görülmektedir. Dolayısıyla "H2: Dijital okuryazarlığın etik ve sorumluluk alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.", "H5: Dijital okuryazarlığın profesyonel üretim alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır." ve "H6: Dijital okuryazarlığın gizlilik ve güvenlik alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır." hipotezleri kabul edilmiştir. Diğer yandan "H3: Dijital okuryazarlığın genel bilgi ve işlevsel beceriler alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.", "H4: Dijital okuryazarlığın günlük kullanım alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır." ve "H7: Dijital okuryazarlığın sosyal boyut alt boyutunun psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır." hipotezleri ise reddedilmiştir.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Dijital okuryazarlık günümüzde yaratıcılık, inovasyon ve girişimcilik için bir önkoşul haline gelmiştir. Dijital okuryazarlık olmaksızın bireylerin topluma aktif katılım sağlaması ve 21. yüzyılda hayatta kalabilmek için gerekli olan bilgi ve becerileri kazanması mümkün değildir (Martin, 2006, s. 151). Dijital okuryazarlık, bireylerin düşünme, anlama, odaklanma, eleştirel düşünme, problem çözme, analiz etme, verimli çalışma, yaratıcılık ve yenilikçilik becerilerini geliştirmede çok önemli rol oynamaktadır (Kazu & Erten, 2013, s. 53). İTÜ EMÖS (Endüstri Mühendisliği Kulübü) tarafından organize edilen İTÜ Endüstri Mühendisliği Öğrenci Sempozyumu'nun 2017 yılındaki etkinlik ana teması olan "Sanal Rönesans" kavramı tam da dijital okuryazarlığın çıkış noktası olan bu dijital dönüşümü ve dinamiklerini ele almış ve ülkemizde dijital dönüşüm konusundaki farkındalığa dikkat çekmiştir. Sanal Rönesans'ı yaratmak için dijital devrim konusunda ülkemizdeki tüm kurum ve kuruluşlarda insan kaynağı ve teknik altyapı gibi hususlarda bir dönüşüm ve güncellemeye ihtiyaç vardır (Karabacak & Sezgin, 2019, s. 337). Söz konusu dönüşüm, işletmeler için de kaçınılmaz ve ciddiye alınması gereken bir zorunluluktur. Zira örgütlerdeki iş yapma biçimleri, ürün ve hizmetler ve iş modelleri dijitalleşme sürecinden doğrudan etkilenmektedir. Dijitalleşme olgusu ekonomileri bir bütün olarak önemli ölçüde etkilemektedir (Schrekling & Steiger, 2017, s. 3). Dijitalleşmeye bağlı olarak örgütlerin yeni teknolojilerin gerektirdiği bilişsel ve dijital becerilere sahip donanımlı bireylere olan talebi önemli ölçüde artmıştır. Öyle ki, gelecekte AB ülkelerindeki toplam aktif iş kollarının %40-60'ının dijital dönüşümden dolayı olumsuz etkileneceği tahmin edilmektedir (Berger & Frey, 2015). Bu durumun, Abraham Maslow tarafından ortaya atılan ve insan davranışına yön veren temel güdülerini açıklayan İhtiyaçlar Hiyerarşisi kuramını da dönüşüme uğrattığı ve bu kuramın güncellenerek dijital dönüşüme adapte edilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Şahan, 2008; Pereira, 2008; Yıldız, 2021). Yaşadığımız bu yeni çağdaki dijital dönüşümün kültürel etkileri de göz önünde bulundurularak Maslow'un kuramı da dijital dönüşüme uyarlanmış ve "Maslow 2.0 Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi" olarak adlandırılmıştır. Bu bağlamda, bireyin dijital ihtiyaçlarının karşılandığı ölçüde iş hayatında motive olacağı ve kendini daha iyi hissedeceği varsayılabilir. Dijital ihtiyaçlar temelinde değerlendirildiğinde, ilgili ulusal ve uluslararası literatürde çalışanların dijital teknolojiler konusundaki bilgi ve becerilerinin artırılmasının onları daha da motive edeceği ve daha iyi hissettireceğini teorik ve ampirik olarak destekleyen birtakım çalışmalar bulunmaktadır (Georgina & Olson, 2008; Shu, Tu, & Wang, 2011; Galluch, Grover, & Thatcher, 2015; Prior, Mazanov, Meacheam, Heaslip, & Hanson, 2016; Fischer & Riedl, 2017; Gökbulut & Çoklar, 2018; Efiltili & Çoklar, 2019; Essel, Vlachopoulos, Tachie-Menson, Johnson, & Ebeheakey, 2021; Kahveci, 2021; Pınar & Çetinkaya Bozkurt, 2022). Söz konusu ampirik verilerin eğitim ve öğretim alanında ve okullarda gerçekleştirilmiş çalışmalara ait olduğu görülmektedir. Ancak ilgili literatüre bakıldığında dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeye etkisini işletmelerdeki çalışanlar üzerinde ampirik olarak ölçen herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. O nedenle, gerek ilgili literatürdeki eksikliği gidermek ve alanyazına katkı sağlamak, gerekse yaşanan dijital dönüşümün örgütler için bir fırsata dönüştürülmesi için bir yöntem ortaya koyabilmek için bu çalışmada dijital okuryazarlığın psikolojik sermaye üzerindeki etkisini ortaya koymak hedeflenmiştir.

Bu kapsamda, araştırma verileri Aksaray Organize Sanayi Bölgesi'nde makine ve ekipman ve otomotiv sektörlerinde faaliyet gösteren 6 adet işletmenin çalışanlarından anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeyi pozitif ve anlamlı biçimde etkilediği görülmüştür. Bu sonuç, dijital okuryazarlığın psikolojik sermayeyi olumlu biçimde etkilediğini ilk kez ampirik olarak ortaya koyması bakımından ilgili literatüre katkı sağlamaktadır. Elde edilen sonuç, daha önce yapılan benzer çalışmaların sonuçları ile örtüşmektedir. Gökbulut ve Çoklar (2018) tarafından öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri arttıkça teknoloji kullanım düzeylerinin de arttığı bulgusu, Kahveci'nin (2021) öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmasında elde ettiği dijital okuryazarlık ve özyeterlilik arasındaki pozitif yönlü ilişki ve Pınar ve Çetinkaya Bozkurt (2022) tarafından ortaya konan dijital okuryazarlığın alt boyutlarının yaratıcı özyeterlilik üzerindeki pozitif etkisi bu çalışmanın sonucu ile benzerlik taşımaktadır. Yine, Efiltili ve Çoklar (2019) psikolojik sermaye ile tekno-stres düzeyi arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre tekno-stres arttıkça psikolojik sermaye azalmaktadır. Essel ve diğerleri (2021) tarafından dijital okuryazarlığın, tekno-stres düzeyini azalttığı bulgusu ile bir arada değerlendirildiğinde, bu çalışmada elde edilen sonuç dijital okuryazarlığın

teknolojiye bağlı stresi azaltarak psikolojik sermayeyi arttırdığı varsayımını desteklemiştir. Essel ve diğerlerinin (2021: 4) çalışmasında yüksek dijital okuryazarlık düzeyine sahip bireylerin, BİT teknolojilerindeki değişimlere daha hızlı adapte olabildikleri, dolayısıyla da özyeterlilik düzeylerinin de arttığı ortaya konmuştur. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bu çalışmada ortaya çıkan sonucun da bireylerin dijital okuryazarlık sayesinde değişen teknolojilere ve yaşanan dijital dönüşüme ayak uydurabildikleri, bu durumun da psikolojik sermaye düzeylerini artırdığı şeklinde yorumlanması mümkündür. Bilhassa bilgi ve iletişim teknolojilerini yoğun biçimde kullanan bireylerde teknolojiye kaynaklanan belirsizlik, karmaşıklık, güvensizlik ve aşırı iş yükü gibi sebeplerden ötürü aşırı stres ortaya çıktığı (Essel, Vlachopoulos, Tachie-Menson, Johnson, & Ebeheakey, 2021) düşünülürse, dijital okuryazarlık düzeyini artırmanın bu noktada bir çözüm sağlayacağı iddia etmek mümkündür. Çalışanlar, bilgisayar teknolojilerine adapte olma konusunda yetersizlik duygusuna kapıldıklarında, ya da yeni teknolojilerle karşı karşıya kaldıklarında olumsuz duygulara kapılmaktadır (Kupersmith, 1992). Örgütlerde yaşanan dijital dönüşümün bu olumsuz duygulara yol açmaması için çalışanların dijital okuryazarlık düzeylerini artırmak ve söz konusu teknoloji kaynaklı stresin önüne geçerek çalışanların psikolojik sermayelerini yüksek tutabilmek için işletmelerin gerekli adımları atması zorunludur.

Araştırmanın diğer bir sonucu ise dijital okuryazarlığın etik ve sorumluluk ( $\beta=0,445$ ,  $p<0,05$ ), profesyonel üretim ( $\beta=0,145$ ,  $p<0,05$ ) ve gizlilik ve güvenlik ( $\beta=0,168$ ,  $p<0,05$ ) alt boyutlarının psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olmasıdır. Diğer yandan genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım ve sosyal boyutun psikolojik sermaye üzerinde herhangi bir etkisi gözlenmemiştir. Bu sonuç, Polizzi'nin (2020) dijital okuryazarlığın "işlevsel" ve "eleştirel" boyut olmak üzere iki boyutta incelendiği yönündeki düşüncesi bakımından değerlendirilebilir. Şöyle ki, Polizzi'ye (2020) göre işlevsel boyut dijital teknolojileri kullanabilmek için gerekli olan pratik becerilere işaret ederken, eleştirel boyut daha ziyade online içerikleri tarafsızlık ve güvenilirlik açısından değerlendirebilme becerisine işaret eder. Bu bağlamda, bu çalışmada psikolojik sermayeyi olumlu etkileyen etik ve sorumluluk, profesyonel üretim ve gizlilik ve güvenlik alt boyutlarını Polizzi'nin eleştirel boyutu altında değerlendirmek mümkündür. Diğer taraftan, genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım ve sosyal boyut da Polizzi'nin işlevsel boyut başlığı altında sınıflandırılabilir. Benzer şekilde bu sonuç, Martin ve Grudziecki'nin (2006) üç kademeli modelinde en alt düzeyde yer alan dijital yetkinlik boyutunun (dijital teknoloji hakkındaki bilgi, beceri, vb.) psikolojik sermaye üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmadığı, dijital kullanım (doğru dijital araçları kullanma) ve dijital dönüşüm (yeni bilgi üretme ve inovasyon amacıyla dijital araçları kullanma) boyutlarının ise psikolojik sermayeyi olumlu yönde etkilediği şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuçlara göre, örgütlerde çalışanların psikolojik sermayelerinin artırılması için yalnızca temel dijital becerilere sahip olmaları ya da gelişen dijital teknolojileri temel düzeyde kullanabilmeleri yeterli değildir. Çalışanların, temel dijital becerilerin üzerine çıkarak çözüm üretebilme amacıyla ve inovatif ve yaratıcı bir yaklaşımla dijital araçları kullanabiliyor olması ve bunları yaparken de etik kurallarına uyarak sorumlu davranması da gerekmektedir.

Araştırma sonuçlarına bağlı olarak sektörde faaliyet gösteren işletme yöneticilerine/uygulamacılara yönelik olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Çalışanların dijital okuryazarlık düzeylerinin artırılması için gerekli eğitim, oryantasyon, vb. faaliyetler artırılmalı ve yoğunlaştırılmalıdır. Bunun için de işletme yöneticileri çalışanları yakından takip ederek dijital becerilerinin ne düzeyde olduğunu gözlemlemeli ve yaşanan dijital dönüşüme ayak uydurabilecek seviyede olmaları için gereken rehberliği yapmalıdır.
- Dijital okuryazarlık yalnızca Ar-Ge ya da bilişim/yazılım konularında uzmanlaşan personelin ihtiyacı olan bir beceri değil, 21. yüzyıl dünyasında yaşayan her bireyin sahip olması gereken bir kavramdır. Dolayısıyla, işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre bağlı olarak tüm çalışanların farklı düzeylerde de olsa dijital okuryazarlık düzeyleri artırılmalı ve özyeterlilik algıları yükseltilmelidir.
- İşletme yöneticileri çalışanlarının yalnızca belli programları/yazılımları öğrenmelerini sağlamakla yetinmeyip bunların yanında dijital platformlarda etik ve yaratıcılık konusunda da eğitim olanakları sağlamalıdır.

- İşletmelerde özellikle belli bir yaşın üzerindeki çalışanlara dijital dönüşüme ayak uydurabilmeleri için ayrı bir eğitim sunulmalı ve böylece toplumun aktif bir üyesi olduklarını hissetmeleri sağlanmalıdır.

Araştırmanın sonuçlarına dayanarak konuyla ilgili gelecekte yapılacak akademik çalışmalar için de aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Dijital okuryazarlığın psikolojik sermayenin alt boyutları üzerindeki etkileri araştırılabilir.
- Dijital okuryazarlığın ve alt boyutlarının farklı pozitif örgütsel çıktılar üzerindeki etkileri araştırılabilir.
- Farklı sektörlerden veri toplanarak bilhassa dijital dönüşümün yoğun hissedildiği sektörlerle ve işletmelere odaklanılabilir.
- Yöneticilerin ve çalışanların dijital okuryazarlık düzeyleri ayrı ayrı ölçülerek karşılaştırmalar yapılabilir.
- Dijital okuryazarlık ile farklı örgütsel çıktılar arasındaki ilişkiler nitel yöntemler kullanılarak araştırılabilir.

Bir ülkenin vatandaşlarının dijital okuryazarlık düzeyi ne kadar yüksek olursa, BİT kullanma düzeyleri de aynı oranda yüksek olacak ve dolayısıyla görevlerini daha etkili biçimde yerine getirecek ve hedeflerine daha hızlı erişebileceklerdir; dolayısıyla o ülkenin ekonomik kalkınmasına aynı ölçüde katkı sağlayacaklardır (Aleke, Ojiako, & Wainwright, 2011). Toplumda meydana gelen dijital dönüşüme bağlı olarak, dijital teknolojileri anlayabilen ve etkili biçimde kullanabilen bireylerin iş hayatı, eğitim ve diğer birçok alanda avantajlı olacağı kesindir (Martin, 2005, s. 131). Türkiye’de de tüm kurum ve kuruluşların, bilhassa işletmelerin dünyada yaşanan “Sanal Rönesans” sürecine ayak uydurabilmeleri için dijital okuryazarlığa önem vermeleri ve hem yöneticilerin hem de çalışanların dijital okuryazarlık düzeylerini artırmak için gerekli adımları atmaları kritik öneme sahiptir.

## 5. Extended Abstract

The goal of this study is to examine the connection between digital literacy and positive psychological capital and to find out whether digital literacy has an effect on positive psychological capital. In the literature review, no study was found in the literature on the relationship between digital literacy and psychological capital, except for a few studies that measure the relationship between the level of technology use and psychological capital and self-efficacy, which is a sub-dimension of psychological capital. It is understood that in order to cope with the pressure that employees feel due to digital transformation, their psychological capital level should be increased, and for this, they should be adapted to new technologies. Accordingly, it is essential to boost the digital literacy in the workplace so as to adapt to new technologies. Therefore, it is significant to increase the level of digital literacy and to investigate its potential effects on psychological capital. In the research, quantitative research method was adopted in order to obtain results on the effect of digital literacy levels of individuals working in the manufacturing sector on their psychological capital. Questionnaire form was used as data collection method in the research and Scanning Pattern Method was used among descriptive methods. The universe of the research consists of manufacturing enterprises operating in Aksaray province. The research sample consists of the employees of 6 enterprises operating in the machinery equipment and automotive sector in Aksaray Organized Industrial Zone. Pearson correlation was used to test the significance of the relationship between variables in the study, and linear regression analysis was used to predict the effect of the independent variable on the dependent variable. As a result of the analysis, it was seen that digital literacy has a positive and significant effect on psychological capital. This result contributes to the relevant literature in terms of empirically revealing for the first time that digital literacy positively affects psychological capital. The result obtained is in line with the results of similar previous studies such as the finding by Gökbulut and Çoklar (2018) that as the psychological capital level of teachers increases, the level of technology use also increases, the positive relationship between digital literacy and self-efficacy obtained by Kahveci (2021) in his study on teachers, and the positive relationship revealed by Pınar and Çetinkaya Bozkurt (2022). The positive effect of digital literacy sub-dimensions on creative self-efficacy is similar to the result of this study. Again, Efiltili and Çoklar (2019) found in their study that there is a



negative relationship between psychological capital and techno-stress level. According to the results of the study, as techno-stress increases, psychological capital decreases. When evaluated together with the finding by Essel et al. (2021) that digital literacy reduces the level of techno-stress, the result obtained in this study supports the hypothesis that digital literacy increases psychological capital by reducing technology-related stress. In the study of Essel et al. (2021: 4), it was revealed that individuals with high digital literacy levels can adapt to changes in ICT technologies faster, and therefore their self-efficacy levels increase. When evaluated from this point of view, it is possible to interpret the result of this study as that individuals can keep up with the changing technologies and digital transformation thanks to digital literacy, and this situation increases their psychological capital levels. Considering that excessive stress arises due to reasons such as uncertainty, complexity, insecurity and excessive workload (Essel, Vlachopoulos, Tachie-Menson, Johnson, & Ebeheakey, 2021) arising from technology, especially in individuals who use information and communication technologies intensively, increasing the level of digital literacy is an important factor. In order for the digital transformation in organizations not to cause these negative feelings, businesses must take the necessary steps to boost digital literacy in the workplace and to keep the psychological capital of the employees high by avoiding the technology-induced stress.

**Keywords:** Maslow, Hierarchy of Digital Needs, Digital Literacy, Positive Psychological Capital.

### Kaynakça

- Abilleira,, M. P., Rodicio-García, M. L., Ríos-De-Deus, M. P., & Mosquera-González, M. J. (2020). Technostress in Spanish University Students: Validation of a Measurement Scale. *Frontiers in Psychology*, 11(582317).
- Akçay, V. H. (2012). Pozitif Psikolojik Sermayenin İş Tatmini İle İlişkisi. *Kabramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 123-140.
- Akkoyunlu, B., & Yılmaz Soylu, M. (2010). Öğretmenlerin Sayısal Yetkinlikleri Üzerine Bir Çalışma. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4), 748-768.
- Akman, Y. (2021). Dijital Okuryazarlık, Çevrim İçi Öğrenme ve Akademik İsteklilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *TEBD*, 19(2), 1012-1036.
- Aleke, B., Ojiako, U., & Wainwright, D. (2011). ICT adoption in developing countries: Perspectives from small-scale agribusinesses. *Journal of Enterprise Information Management*, 24(1), 68–84.
- Avey, J. B., Avolio, B. J., & Luthans, F. (2011). Experimentally analyzing the impact of leader positivity on follower positivity and performance. *Leadership Quarterly*, 22(2), 282-294.
- Avey, J. B., Nimnicht, J. L., & Pigeon, N. G. (2010). Two Field Studies Examining the Association Between Positive Psychological Capital and Employee Performance. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(5), 384-401.
- Avey, J. B., Patera, J. L., & West, B. J. (2006). The Implications of Positive Psychological Capital on Employee Absenteeism. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(2), 42-60.
- Baron, R. (2019). Digital Literacy. R. Hobbs, & P. Mihailidis (Dü) içinde, *The International Encyclopedia of Media Literacy* (s. 1-6). JohnWiley & Sons, Inc.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: a review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259.
- Bayrakçı, S. (2020). Dijital Yetkinlikler Bütünü Olarak Dijital Okuryazarlık: Ölçek Geliştirme Çalışması (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayrakçı, S., & Narmanlıoğlu, H. (2021). Digital Literacy as Whole of Digital Competences: Scale Development Study. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 1-30.
- Berger, T., & Frey, C. B. (2015). Bridging the Skills Gap. T. Dolphin (Dü.) içinde, *Technology, Globalisation and the Future of Work in Europe: Essays on Employment in a Digitised Economy* (s. 75-79). London: Institute for Public Policy Research (IPPR).
- Boyraz, S., & Tepe, M. E. (2019). Verilerin Analizi. G. Ocak (Dü.) içinde, *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (s. 274-319). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, A. (2014). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cherni, Z., & Gözen, A. (2021). The Impact of Positive Psychological Capital on Organizational Cynicism. *International Journal of Commerce and Finance*, 7(1), 181-190.

- Corder, W. G., & Foreman, D. I. (2009). *Nonparametric Statistics for NonStatisticians: A Step-by-step Approach*. New Jersey, USA: John Wiley & Sons.
- Covello, S. (2010). *A review of digital literacy assessment instruments*. Syracuse University, School of Education/IDD & E, IDE712 Front-End Analysis Research.
- Efiliti, E., & Çoklar, A. N. (2019). Teachers' Technostress Levels as an Indicator of Their Psychological Capital Levels. *Universal Journal of Educational Research*, 7(2), 413-421.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of educational multimedia and hypermedia*, 13(1), 93-106.
- Essel, H. B., Vlachopoulos, D., Tachie-Menson, A., Johnson, E. E., & Ebeheakey, A. K. (2021). Technology-Induced Stress, Sociodemographic Factors, and Association with Academic Achievement and Productivity in Ghanaian Higher Education during the COVID-19 Pandemic. *Information*, 12, 497.
- Ferrari, A. (2013). DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe. Y. Punie, & B. N. Brecko (Dü) içinde, *JRC Scientific and Policy Reports*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (3 b.). Dubai: Sage Publications.
- Fischer, T., & Riedl, R. (2017). Technostress Research: A Nurturing Ground for Measurement Pluralism? *Communications of the Association for Information Systems*, 40, 375-401.
- Fredrickson, B. L., & Losada, M. F. (2005). Positive Affect and the Complex Dynamics of Human Flourishing. *American Psychologist*, 60(7), 678-686.
- Fu, J. (2013). ICT in Education: A Critical Literature Review and Its Implications. *International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology*, 112-125.
- Gable, S., & Haidt, J. (2009). What (and why) is positive psychology. *Review of General Psychology*, 9, 103-110.
- Galluch, P. S., Grover, V., & Thatcher, J. B. (2015). Interrupting the Workplace: Examining Stressors in an Information Technology Context. *Journal of the Association for Information Systems*, 16(1), 1-47.
- Georgina, D. A., & Olson, M. R. (2008). Integration of technology in higher education: A review of faculty self-perceptions. *The Internet and Higher Education*, 11(1), 1-8.
- Gfrerer, A. E., Rademacher, L., & Dobler, S. (2021). Digital Needs Diversity: Innovation and Digital Leadership from a Female Managers' Perspective. D. R. Schallmo, & J. Tidd (Dü) içinde, *Digitalization. Management for Professionals*. Springer.
- Gökbulut, B., & Çoklar, A. N. (tarih yok). Öğretmenlerin teknoloji kullanım düzeyleri ile psikolojik sermaye düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (AUJEF)*, 2(4), 280-294.
- Grey, W. (1956). *The teaching of reading and writing*. Paris: UNESCO.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe, Yöntem, Analiz* (2 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Jackson, R. (1989). Transforming the ACRL Model Statement of Objectives into a working tool. G. E. Mensching, & T. B. Mensching (Dü) içinde, *Coping with information illiteracy: bibliographic instruction for the information age* (s. 61-80). Ann Arbor: Pierian Press.
- Janssen, J., Stoyanov, S., Ferrari, A., Punie, Y., Pannekeet, K., & Sloep, P. (2013). Experts' views on digital competence: Commonalities and differences. *Computers & Education*, 68, 473-481.
- Jung, H. S., & Joon, H. H. (2015). The impact of employees' positive psychological capital on job satisfaction and organizational citizenship behaviors in the hotel. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1135-1156.
- Jung, H. S., & Yoon, H. H. (2015). The impact of employees' positive psychological capital on job satisfaction and organizational citizenship behaviors in the hotel. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 1135-1156.
- Kahveci, P. (2021). Language teachers' digital literacy and self-efficacy: Are they related? *ELT Research Journal*, 10(2), 123-139.
- Kara, A. U. (2014). Pozitif Psikolojik Sermaye İle Bireysel Performans İlişkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Karabacak, Z. İ., & Sezgin, A. A. (2019). Türkiye’de Dijital Dönüşüm ve Dijital Okuryazarlık. *Türk İdare Dergisi*, 91(488), 319-343.
- Kazu, İ. Y., & Erten, P. (2013). Prospective Teachers’ Perception Levels of Their Digital Literacy. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 3(1), 51-68.
- Keleş, H. N. (2011). Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri ve Örgüt Yönetimine Etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 343-350.
- Kotluk, N., & Kocakaya, S. (2015). 21.Yüzyıl Becerilerinin Gelişiminde Dijital Öykülemeler: Ortaöğretim Öğrencilerinin Görüşlerinin İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 354-363.
- Kozan, M., & Bulut Özek, M. (2019). BÖTE Bölümü Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ve Siber Zorbalığa İlişkin Duyarlılıklarının İncelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 107-120.
- Kupersmith, J. (1992). Technostress and the reference librarian. *Reference Services Review*, 20, 7-14.
- Kwok, S. Y., Cheng, L., & Wong, D. F. (2015). Family Emotional Support, Positive Psychological Capital and Job Satisfaction Among Chinese White-Collar Workers. *Journal of Happiness Studies*, 16, 561-582.
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 1-36.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing the human competitive edge*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Malodia, L., & Vashist, A. (2019). Examining the Impact of Positive Psychological Capital in Reducing Cynicism. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 12(1), 56-72.
- Martin, A. (2005). DigEuLit – A European Framework for Digital Literacy: A Progress Report. *Journal of eLiteracy*, 2, 130-136.
- Martin, A. (2006). A european framework for digital literacy. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 1, 151-161.
- Martin, A., & Grudziecki, J. (2006). DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development. *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*, 5(4), 249-267.
- McGarry, K. (1991). Differing views of knowledge. A. Meadows (Dü.) içinde, *Knowledge and communication: essays on the information chain*. London: Library Association Publishing.
- Olsen, J., & Coons, B. (1989). Cornell University’s information literacy program. G. E. Mensching, & T. B. Mensching (Dü.) içinde, *Coping with information illiteracy: bibliographic instruction for the information age* (s. 7-20). Ann Arbor: Pierian Press.
- Oruç, E. (2018). Psikolojik Sermaye Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Economics, Finance and Politics*, 13(14), 141-151.
- Peled, Y., Kurtz, G., & Avidov-Ungar, O. (2021). Pathways to a Knowledge Society: A Proposal for a Hierarchical Model for Measuring Digital Literacy Among Israeli pre-service Teachers. *The Electronic Journal of e-Learning*, 19(3), 118-132.
- Pereira, F. (2008). Maslow’s Hierarchy of needs and ICT: challenges of end-user adoption of digital life. *47th European Congress of FITCE*. Londra.
- Pınar, G., & Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2022). Yenilikçi Davranış Yoluyla Akademik Başarıyı Desteklemede Yaratıcı Öz Yeterlik ve Dijital Okuryazarlığın Rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-31.
- Polizzi, G. (2020). Digital literacy and the national curriculum for England: Learning from how the experts engage with and evaluate online content. *Computers & Education*, 152, 1-13.
- Prior, D. D., Mazanov, J., Meacheam, D., Heaslip, G., & Hanson, J. (2016). Attitude, Digital Literacy and Self Efficacy: Flow-On Effects for Online Learning Behavior. *Internet and Higher Education*, 29, 91-97.
- Reddy, P., Sharma, B., & Chaudhary, K. (2020). Digital literacy: A review of literature. *International Journal of Technoethics*, 11(2), 65-94.
- Sarkar, S. (2012). The Role of Information and Communication Technology (ICT) in Higher Education for the 21st Century. *The Science Probe*, 30-41.

Schallmo, D., Williams, C. A., & Boardman, L. (2017). Digital Transformation of Business Models – Best practice, Enablers, and Roadmap. *International Journal of Innovation Management*, 21(8), 1–17.

Schrekling, E., & Steiger, C. (2017). Digitalize or Drown. G. Oswald, & M. Kleinemeier (Dü) içinde, *Shaping the Digital Enterprise - Trends and Use Cases in Digital Innovation and Transformation* (s. 3-27). Springer.

Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology. *American Psychologist*, 55, 5-14.

Shu, Q., Tu, Q., & Wang, K. (2011). The impact of computer self-efficacy and technology dependence on computer-related technostress: A social cognitive theory perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 27(10), 923–939.

Spante, M., Hashemi, S. S., Lundin, M., & Alger, A. (2018). Digital competence and digital literacy in higher education research: Systematic review of concept use. *Cogent Education*, 5, 1-21.

Şahan, H. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Spor Aktivitelerinin Rolü. *Karamanoglu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 248-266.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6 b.). Boston: Pearson.

Ural, A., & Kılıç, O. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi* (3 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeşil, S., Yetiş, E., & Telli, S. (2016). Psikolojik Sermaye ve Çalışanlar Üzerinde Etkisi: Banka Sektöründe Bir Alan Çalışması. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(2), 25-40.

Yıldız, E. P. (2021). Academist Perceptions on the Use of Web 2.0 Tools Through Maslow's Needs Hierarchy: A Case Study. *Education Quarterly Reviews*, 4(1), 173-188.

Yılmaz, N. (2013). An investigation of preservice early childhood teachers' levels of individual innovativeness and perceived attributes of instructional computer use (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Middle East Technical University.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Çeviri Stratejilerinden Ya. İ. Retsker'in Sözcüksel Çeviri Dönüşümleri: *Suç ve Ceza* Örneği\*

Nuray DÖNMEZ\*\* 

## ÖZ

Çeviri kültür ve dil bariyerlerini aşmada kilit görev üstlenen bir etkinliktir ve antik çağdan günümüze kadar ulaşan bir tarihe sahiptir. Çarlık Rusya'sında çeviri çalışmaları Batı Avrupa medeniyetine açık olan I. Petro döneminden itibaren önem kazanır. Çeviri alanında yapılan bilimsel çalışmaların sayıca azlığı kuramsal çalışmalara eğilimin başlamasında ana etken olur. XX. ve XXI. yüzyıl çeviri kuramlarına yönelik yaklaşımların ortaya konduğu ve uygulama ortamı bulunduğu dönemdir. Ya. İ. Retsker, 1950'de kaleme aldığı "Anadile Yapılan Çevirilerde Kurallı Karşılıklar Üzerine" (О закономерных соответствиях при переводе на родной язык) adlı makalesinde Rusça çeviri çalışmalarında öne sürülen ilk kuram olan Kurallı Karşılıklar Kuramı'na yer verir. Retsker belirlemiş olduğu çeviri stratejilerinden yola çıkarak sözcüksel çeviri dönüşümlerini ortaya koyar. Çalışmada Retsker'in sözcüksel çeviri dönüşümleri "Suç ve Ceza" (Преступление и наказание) romanının 2008 ve 2018 yıllarında Rusçadan Türkçeye yapılmış olan iki çevirisi üzerinden örneklerle desteklenerek incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Retsker, Çeviribilim, Sözcüksel Çeviri Dönüşümleri, Suç ve Ceza.

## Ya. I. Retsker's Lexical Translation Transformations of The Translation Strategies: The Case of *Crime and Punishment*

### ABSTRACT

Translation is an activity that plays a crucial role in overcoming cultural and language barriers and has a history that has traveled from antiquity to the present day. In Tsarist Russia, on the other hand, translation studies gained importance from the time of Peter I, who was open to Western European civilization. The scarcity of scientific studies in the field of translation is the main factor in the initiation of the trend towards theoretical studies. The 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries are the periods when approaches to translation theories have been introduced and found an environment of practice. In his article titled "On Regular Correspondences in Translation into The Vernacular" (О закономерных соответствиях при переводе на родной язык) written in 1950, Ya. I. Retsker includes the Theory of Regular Correspondence, which is the first theory put forward in Russian translation studies. Retsker puts forward lexical translation transformations based on the translation strategies he has determined. In the study, lexical translation transformations of Retsker have been examined by supporting examples through two translations of "Crime and Punishment" from Russian to Turkish published in 2008 and 2018.

**Keywords:** Retsker, Translation Strategies, Lexical Translation Transformations, Crime and Punishment.

### 1. Giriş

Çeviri iki veya daha fazla dil arasında bilgi aktarımı sağlayarak erek dilde kaynak dili temsil eden, bir metnin ortaya konduğu sözlü veya yazılı bir faaliyettir. Farklı dilleri konuşan topluluklar arasında kurulan dilsel iletişim, hayatı sürdürebilmenin bir zorunluluğudur. Söz konusu iletişimin önündeki dil bariyerini kaldırabilmek için de kaynak dile ve erek dile hâkim olan araçlara/çevirmenlere ihtiyaç doğar. Çevirinin bir etkinlik olarak (Kumlu, 2020, s. 117-118) Batı'da eski Yunan ve Roma İmparatorluk'larına kadar uzanan bir tarihi vardır. İlk yazılı çeviri örneklerine M. Ö. 3000'li yıllarda, sözlü çeviri faaliyetleriyle ilgili ilk kanıtlara ise Mısır uygarlıklarında rastlanmaktadır.

Çeviribilim 1970'li yıllardan itibaren özerk bir bilim dalı olarak gelişmeye başlar (Demircioğlu, 2016, s. 13). "Çeviribilim diller (kaynak dil-erek dil) alanıyla özellikle ilgilendiği için hem dilbilimini hem de edebiyat çevirisini konu alan genel edebiyata ait bir alt birim sayılır (Aytaç, 2003, s. 22)". Bu "hem hem" hali, çeviribilimi branşlar arası bir konuma yükseltir. Berke Vardar da çeviribilimin disiplinlerarasılık özelliğine şöyle vurgu yapar: "Çeviri sorunlarını belli başlı inceleme konusu yapan, çeviri kuramı aracılığıyla sorunlara çözümler arayan, göstergebilim, edimbilim, yorumbilim vb. disiplinlerle iç içe olan, homojen yapıda ve her daim gelişime açık bir bilim dalı <dır>" (Vardar, 2002, s. 60). Bu gelişme, çeviri sorunlarının sistematik

\* 1-2 Kasım 2021 tarihinde Selçuk Üniversitesi'nde LOTUS Uluslararası Dil ve Çeviribilim Kongresi'nde sunulan ve özeti basılan "Suç ve Ceza Romanının Ya. İ. Retsker'in Sözcüksel Çeviri Dönüşümleri Açısından İncelenmesi" başlıklı bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, nuray.donmez@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 05.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 27.11.2022

olarak incelenmesi ve çözüm önerilerinin üretilmesi için de motor güç olur. Bugün çok sayıda çeviri yöntemi ve çeviri kuramı, çeviri sorunlarını daha sağlıklı incelemeye olanak vermektedir.

Hans J. Vermeer 1970'li yıllarda kaynak metni ön planda tutan geçmiş dönem çeviri süreçlerine son vererek, çeviri metni odak noktası yapan Skopos kuramını ortaya koyar. Söz konusu kuram Katharina Reiss'in yapmış olduğu metin sınıflandırmasıyla şekillenir. Skopos kuramıyla çeviribilimin önünde yeni ufuklar açılır. Haldan'ın (2018, s.103-104) aktardığı şekliyle, Reiss ve Vermeer 1984 yılında yayımladıkları "Genel Bir Çeviri Kuramının Temeli" (Grundlegung einer Allgemeinen Translationstheorie) adlı eserde Skopos kuramında çevirinin amaç odaklı olması gerektiğini savunurlar. Bunun temel gerekçesi olarak ise; çeviride kültürel öğelerin önem taşıdığı ve çevirmenin kaynak dilin yanı sıra erek dil hakkında da yeterli ve gerekli bilgiye sahip olma zorunluluğu ortaya konur. Çeviri metin ancak belirli erek alıcı tarafından anlaşıldığı takdirde işlevini yerine getirmiş sayılır.

Rusya'da ise çeviri kuramı XX. yüzyılın ortasından itibaren Rus araştırmacıların çalışmalarında yer alır. Çeviribilimde üretilen kuramsal çalışmalar iki ekol - yazınsal ve dilbilimsel- çerçevesinde şekillenir. Genel çeviri kuramının yanı sıra farklı dil çiftlerine yönelik çeviri sorunları ve bununla bağlantılı olarak çeviri stratejilerinin ortaya konmasıyla özel çeviri kuramları geliştirilir. Çalışmada Rusya'da çeviri tarihi, çeviriye yönelik öne çıkan etkinlikler ve çeviriden çeviribilime geçiş aşaması genel hatlarıyla verilmiştir.

## 2. Rusya'da Çeviribilim Tarihi Üzerine

Rusya'da çeviri faaliyetlerinin ilk olarak kadim Rus halkının şekillendiği, Bizans ile ekonomik ve siyasi faaliyetlerin yürütüldüğü dönemde başladığı bilinmektedir. Kadim Rusya'da eski ve yeni Ahit kitaplarındaki kutsal yazılar çevrilir. İncil'in içeriği Avrupa'daki tüm Hristiyan halklar tarafından özümseilir ve İncil'de yer alan hakikatler ve ahlaki normlar Avrupa medeniyetini şekillendirirken, Rusya da bu ülkelerden ayrı kalmaz ve onlara ayak uydurur. "Kadim Rus Edebiyatının Poetikası" (Поэтика древнерусской литературы) adlı kitabında D. S. Lihaçev (Tyulenev, 2004, s. 45-46) Kadim Rusya'da Yunanca, Latince, İbranice ve bunların yanı sıra o dönem yeni olan Avrupa dillerinden Almanca, Çekçe ve Lehçe'den çeviriler olduğunu yazar.

XVII. yüzyıla kadar Rusya'da yürütülen çeviri faaliyetlerinde çevirmenler iki farklı yol izler. Kimi, okuyucuyu kaynak metne olabildiğince yaklaştırmaya çalışır, kimi ise potansiyel okuyucunun zevk ve kavrama seviyesine göre metni çevirir. İlk eğilim kuşkusuz kaynak metinden uzaklaşmaya izin vermeyen kutsal metinlerin çevirilerinde uygulanır. İkinci eğilim ise daha çok dinden bağımsız olan edebî çevirilerde görülür. Söz konusu ikinci eğilimde çevirmenler kaynak metni kendi mülkleri gibi algırlar. Kaynak metnin içeriğini kendi istekleri doğrultusunda değiştirirler. Zaman içerisinde kaynak eserlere konu benzerliği olan başka eserlerle veya çevirmene özgü açıklamalar ekleyerek çeviri metni oluşturmak, yaygın bir uygulama olur. Kiev Rusya'sı ve Moskova Rusya'sı dönemlerinden itibaren (Tyulenev, 2004, s. 48) çeviri faaliyetlerine yönelik yapılan eleştiri veya yorumlar zayıf kalır. Orta Çağ tarihi boyunca çevirmenin isminin bilinmemesi bunda temel etkidir. Çevirmenin erek dile kazandırdığı eseri, diğer ülkelerde olduğu gibi Rusya'da da toplum tarafından kime ait olduğu ve kimin nasıl çevirdiği bilinmeden kullanılır. Çeviri faaliyetlerinin kuramsal yönünden bahsetmek ise çok sonraları mümkün olacaktır.

XVIII. yüzyılda çevirinin güçlü bir iletişim aracı olduğunun farkına varan I. Petro döneminden itibaren çeviri çalışmalarına ağırlık verilir ve çeviri daha ciddi boyutlara taşınır. I. Petro'nun böyle bir tutum sergilemesinde Batı Avrupa medeniyetinde yaşanan gelişmelerin Rus toplumu tarafından özümseilerek bazı sorunlara çözüm getirmesi etkili olur. Batı Avrupa'dan Rus toplumuna aktarılan çeviriler her alanda olduğu gibi edebiyat alanında da gelişimin merhalesi olur. Diğer ülke edebiyatlarından çevrilen eserler incelenerek elde edilen kazanımlar Rus dili ve edebiyatının gelişim göstermesine katkı sağlar. M. V. Lomonosov, XVIII. yüzyıl ortalarında Rus dilinin zenginliğini diğer dillerle karşılaştırarak ders kitapları vasıtasıyla ortaya koyar. N. M. Karamzin de aynı yüzyılda tercüman ve eğitimci kimliğiyle ön plana çıkan isimlerden olur. XIX. yüzyılda Rusya'da ivme kazanmaya devam eden çeviri faaliyetlerinin uygulamaya konma aşamasında fikir ayrılıkları ortaya çıkar. Söz konusu fikir ayrılığı; sözcüğü sözcüğüne ve serbest çevirinin yararlarının ve sakıncalarının belirlenmesi ve varılan sonuçların uygulamaya konmasıyla bağlantılıdır (Tyulenev, 2004, s. 49-57). P. A. Vyazemski ve A. A. Fet sözcüğü sözcüğüne çevirinin, V. A. Jukovski, İ. İ. Vvedenski, A. V. Drujinin ve N. İ. Grediç ise serbest çevirinin temsilcileri olurlar. XIX. yüzyılın ünlü çevirmenleri arasında N. A. Polevoy, M. P. Vrançenko, V. S. Kuroçkin, V. K. Kuhelbeker, P. N. Veynberg ve P. A. Katenin de

yer alır. A. S. Griboyedov, A. S. Puşkin ve N. V. Gogol, çevirmen kimliklerinden ziyade çeviri eleştirmeni kimlikleriyle ön plana çıkarlar. M. Yu. Lermontov çeviriden ziyade aktarım şekliyle, İ. S. Turgenyev ise çeviri sorunlarıyla ilgilenir (Tyulenev, 2004, s. 65).

N. A. Nekrasov, F. M. Dostoyevski ve L. N. Tolstoy gibi büyük yazarlar da XIX. yüzyılda çeviri üzerine düşüncelerini belirtirler. Nekrasov'a göre (Tyulenev, 2004, s. 65) çeviride karşılaşılan güçlüklerden biri; her ülke edebiyatının ulusal bir özgünlüğünün olması ve bunun neticesinde çeviride kaynak dilin içsel özellikleriyle erek dil arasında yaşanacak üslup uyumsuzluğudur. Bununla bağlantılı olarak Rus okuyucu çevrilen dilin edebiyatını Rus edebiyatının gözünden algılamaya çalışacak ve güçlük çekecektir. Dostoyevski ve Tolstoy da bir sanat eserinin ulusal rengini çeviriye aktarabilme olanağına kuşkuyla bakarlar. Dostoyevski (Tyulenev, 2004, s. 65), Gogol'un uzun öykülerinin L. Viardat ve Turgenyev tarafından Fransızcaya çevrilmesini keskin bir üslupla ve olumsuz olarak değerlendirir. Fransızcaya çeviri esnasında mizah içeren her şeyin, esere özgü ayrıntıların ve eserin sonundaki önemli anların yok olduğunu ifade eder. Bir dile özgü olan, çoğunlukla da ulusal olan her şeyin aktarımının oldukça zor olduğunu, bu nedenle büyük ve yetenekli Rus yazarların Avrupa'da uzun süre tanınamaz olarak kalmaya mahkûm olduğunu belirtir.

XIX. yüzyıl sonu- XX. yüzyıl başında Rusya'da dil yelpazesi genişler ve İspanyol, İtalyan, Norveç, İsveç vd. edebiyatlardan da çok sayıda eser Rusçaya çevrilir. Öyle ki XX. yüzyıl başında Rus aydın kesimden okur çevresi bu çevirilerle beslenir. Özellikle XX. yüzyılın ilk yirmi yılını kapsayan gümüş çağ döneminde şiir çevirisi adeta bir evrim geçirir. Çeviriler sayesinde gümüş çağın sınırları genişler ve zenginleşir, ulusal kimliğin kabukları kırılır. Rus edebiyatına yeni fikirler, konular, şüre yeni biçimsel öğeler girer.

1920'li yıllarda edebî yaşam ve çeviri alanındaki durum NEP<sup>1</sup>'in etkisi altında şekillenir. NEP döneminde ortaya çıkan özel ve ortak yayınevleri, kitap pazarını NEP'in dar okuyucu kitlesine hitap edecek şekilde tercüme edilmiş kurgu türünde ve eğlenceli okuma materyalleri ile doldurur. Devlet tarafından kurulan Vsemirnaya Literatura, Gosizdat, Lengiz gibi yayınevleri bir süre NEP döneminde açılan yayınevlerine karşı direnir. M. Gorki, 1918'de Petrograd'da Vsemirnaya Literatura yayınevini kurarak Rus Çeviri Okulu'nun kurulmasında önemli rol oynar. Yaklaşık yüz kadar yazar bu yayınevi çatısı altında bir araya gelir. Gorki bu yazarlara iş imkânı sağlayarak onları açlıktan ve sefaletten kurtarmış olur. Yayınevinin amacı; çeviri sanatını üst kademelere çıkarmak, Sovyet okurlarını en iyi çeviri eserler aracılığıyla dünya edebiyatıyla tanıştırmak ve Rus çeviri geleneğini devam ettirecek yeni bir kadro oluşturmaktır. 1924'te dünya edebiyatından yaklaşık iki yüz eserin çevirisi, Vsemirnaya Literatura yayınevinden çıkar. Vsemirnaya Literatura'nın yayın ilkelerini sürdüren yeni yayınevi Academia (sonraki adı Hudojestvennaya Literatura) olur. Çeviri kuramı de gelişim göstermeye devam eder. 1930'lu yıllarda K. İ. Çukovski'nin "Çeviri Sanatı" (Искусство перевода) ve A. V. Fedorov'un "Edebî Çevirinin Amaç ve Yöntemleri" (Приемы и задачи художественного перевода) başlıklı makalelerinin yanı sıra O. E. Mandelştam'ın basında çeviri üzerine yaptığı konuşmalar yer alır. (Tyulenev, 2004, s. 70-71). XX. yüzyılda Rusya'da alanda öne çıkan tüm çalışmalar çeviribilimin gelişimine ve çeviri kuramlarının şekillenmesine katkı sağlar.

Yapılan çeviri sayısına kıyasla çeviri sorunlarına çok daha az yer verilmesi, birçok çevirmenin üzerinde durduğu nokta olur. Bu durum bir sanat dalı olarak görülen çeviriye yönelik ilgi ve tutumun değişmesini sağlar. Eskiden olduğu gibi XX. yüzyılda da sözcüğü sözcüğüne çeviri mi yoksa serbest çeviri mi daha doğru tartışması devam eder. XX. yüzyılda sözlü çeviriye yoğun ilgi olur, yazılı çeviride ise yeni yazılı çeviri türleri ortaya çıkar. İş dünyasıyla ve teknolojinin gelişmesiyle bağlantılı olarak teknik çeviri ve makine çevirisi yüzyıla damgasını vurur. Profesyonel çeviriye ihtiyaç duyulunca belirli yöntemlerin temeline oturtulan çeviriler ortaya çıkar.

Rus çeviri kuramcıları 1953'te yabancılaştırma ve yerelleştirmeyi birleştiren, amaca öncelik veren, kaynak metnin türüne göre nasıl çevireceğimizin değiştiğini kabul eden bir çeviri kavramı geliştirirler. Hedef kültürün aynası olma görevini üstlenen çeviribilimin edebî çeviri ile dilbilimsel çeviri arasında bir tartışma konusu olmaktan çıkarılarak bağımsız bir disiplin haline gelmesi gerektiğini öne sürerler (Pym & Ayvazhan, 2015, s. 321).

1950'li yıllardan itibaren N. Kruşçev tarafından kültür politikası alanında başlatılan buzların erimesi (ottepel) sonucu çeviri etkinliklerinde yaşanan değişiklikler, çevrilen yazarların sayısında artışla kendini

<sup>1</sup> NEP: Novaya Ekonomiçeskaya Politika (Yeni Ekonomi Politikası)

gösterir. 1960-1970'li yıllarda araştırmacıların kapsamı ve kalitesi açısından oldukça başarılı bulunduğu "Dünya Edebiyat Serisi" adlı proje yayımlanır. Söz konusu proje, dünya edebiyatından eserlerin çevirisini içererek iki yüz cilt olarak yayımlanır. 1980'li yıllardan itibaren ise çağdaş edebî çeviriler önem kazanır. 1991'de SSCB'nin dağılmasının ardından Rusya Federasyonu'nda yaşanan ekonomik kriz sonucu devlet destekli yayınevlerine verilen maddi yardım kesilir. Ancak çeviri edebiyatın hacminde azalma görülmez. Bunun başlıca nedeni o dönemde ABD'de yayımlanan aşk ve polisiye romanlarının Rusçaya çevirilerindeki artıştır. 1990'lı yıllarda çevirilerin kalitesine önem veren yayınevleri kurulur. 2000'li yıllardan itibaren ise özel yayınevlerinin inisiyatifleri doğrultusunda yapılan çevirilerde dil yelpazesinin genişleyerek kaynak dilden yapıldığı görülür. 2004'te kurulan Mihail Prohorov Vakfı ve 2011'de kurulan Çeviri Enstitüsü, gerek edebî eserlerin gerekse sosyal bilimler alanında ortaya konan çalışmaların farklı dillere çevrilerek tanıtılmasını sağlamıştır (Kozan, 2020, s. 76-79).

### 3. Yöntem

Çalışmanın araştırma alanını F. M. Dostoyevski'nin "Suç ve Ceza" eserinin Türkçeye yapılan iki çevirisi oluşturmaktadır. Bunlardan biri, Mazlum Beyhan'ın 2018 yılında Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'ndan çıkan ve beşinci baskısını yapan çalışması, diğeri ise Savaş Kurt'un 2008'de Yakamoz Yayıncılık'tan iki cilt olarak çıkan çalışmasıdır.

"Suç ve Ceza" romanı üzerine genel bilgi verildikten sonra eser Retsker'in sözcüksel çeviri dönüşümleri bağlamında incelenecektir. Mazlum Beyhan ve Savaş Kurt'a ait çevirilerin çözümlemeleri Rusça-Türkçe dil çifti üzerinden gerçekleştirilecektir ve Mazlum Beyhan'ın çevirisi Ç1, Savaş Kurt'un çevirisi ise Ç2 olarak kodlanacaktır. Örnekler ve kuramsal bilgi üzerinden betimleyici, karşılaştırmalı ve bağlamsal çözümleme yapılacaktır.

### 4. Dostoyevski ve "Suç ve Ceza"

F. M. Dostoyevski'nin uzun öykü olarak düşündüğü, ancak zaman içerisinde romana dönüşen eserinin konusunun ilk belirlendiği yıl 1863 olsa da kaleme alındığı zaman dilimi 1865-1866 yıllarıdır. Eseri bir yıllık süre zarfında "Russkiy Vestnik" dergisinde yayımlanır.

"Suç ve Ceza" Dostoyevski'nin sanatında olgunluğa ulaştığı dönemin önemli romanlarından. Eserlerini yazarken insanın sırrını çözme hedefinden hiç vazgeçmeyen (Karaca, 2018, s. 21) Dostoyevski'nin "Suç ve Ceza"sı da insan ruhunda olup bitenleri açığa çıkaran bir disiplin olan psikoloji ile yoğrulmuş bir eserdir. Raskolnikov'un psikolojisi eserin temeline yerleştirilmiştir. Olay örgüsünün her evresinde Raskolnikov'un ruhunda hissettiği gerilim vardır. Eserin başkişisi içinde bulunduğu psikolojinin girdabından kurtulamayarak, kendisini büyük günahı işlemeye sürükleyen yolda kaybolmuştur.

Başkişinin adı Rusça raskolnik, aykırı görüşlü sözcüğünden gelen Raskolnikov'dur. Raskolnikov tıpkı adı gibi aykırı bir kişiliktir. Eser yayımlandıktan sora Raskolnikov'un Rus toplumunun üzerindeki etkisi Raskolniklik teriminin kullanıma girmesiyle değerlendirilebilir. Zira Raskolnik'in adı Mazlum Beyhan'ın da belirttiği üzere (Dostoyevski, 2018, s. 568) merkezi kilisenin güçlenmesine karşı çıkan ayrılıkçı bir din hareketi olan Raskolniklikten gelmektedir. Romanda olaylar Raskolnikov cinayeti işlemeden bir buçuk gün önce başlar ve yaklaşık iki hafta sürer. Romanda zaman dilimleri Raskolnikov'un yaşadığı olayların önem derecesine göre uzar veya kısılır. Kimi zaman kısa bir an romanda sayfaları doldururken, kimi zaman da arka plan olayları uzun bir zaman dilimini temsil etmesine rağmen kısaca anlatılır. Okuyucu Raskolnikov'la tanıştığında o altı haftadır cinayeti düşünmektedir. Bu da okuyucunun romana olayların ortasından itibaren dâhil olduğu anlamına gelmektedir. Raskolnikov'un işleyeceği cinayet düşüncesini "Cinayet Üzerine" başlıklı makalesiyle temellendirdiği anlaşılır. Raskolnikov cinayeti işlediği ana kadar insanlık adına cinayet işleme niyetiyle bir insanı öldürmeye direnen ahlaksal vicdanı arasında gidip gelir. Tasarladığı cinayeti gerçekleştirirse başkalarına (başkalarından kasıt toplumun acı çeken yoksul kesimi) iyilik yapacağına kendini inandırmıştır. Meyhanede tanıştığı Marmeladov'un durumuna öyle çok üzülür ki siyahı beyaza evirme düşüncesi zihnine iyice yerleşir:

"Sayın bayım, (...) – yoksulluk ayıp değil, bir gerçek. (...) Ama sefillik, sayın bayım, sefillik yüzkarasıdır. Yoksullukta yaradılıştan gelen soylu duygularınızı koruyabilirsiniz, sefillikte ise asla! Sefil bir kimseyi insanlar aralarından uzaklaştırmak için sopa kullanmazlar, süpürgeyle süpürürler; onu daha çok aşağılama içindir bu ve hakları da yok değildir böyle davranmakta, çünkü sefilliğe düştüğünde kişiöğlunun ilk kendisi hazır olmalıdır kendini aşağılamaya" (Dostoyevski, 2018, s.13).



Raskolnikov kendini harekete geçiren itici gücün ne olduğunu anlamadan cinayeti işler. Cinayet sonrası tefeci kadını niçin öldürdüğünü kendisinin de bilmediğini, böyle bir davranışın amacını açıklamadığını fark eder. Öyle ki Raskolnikov cinayeti işleme nedenini kendisi araştırır hale gelir. Tefeci kadın dışında iyi kalpli Lizaveta'yı da öldürmek zorunda kalışı, Raskolnikov'un planlarını alt üst eder. Eserin ilerleyen sayfalarında Raskolnikov cinayet anını rüyasında gördüğünde Lizaveta'yı bir türlü öldüremez; çünkü gerçek hayatta Lizaveta'yı bedenen öldürmüş olsa da ruhunda o hâlâ canlıdır ve vicdanen Raskolnikov'a büyük bir rahatsızlık vermektedir. Kahraman cinayet ile ahlaki uzlaştırmanın mümkün olabildiğine cinayet öncesi inansa da cinayet sonrası bunların bir arada yer alamayacağını eser boyunca yaşadığı gelgitlerle anlamıştır.

Raskolnikov karakola çağrıldığında artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını, toplumun masum fertleriyle arasındaki bağların koptuğunun bilincine varır. Raskolnikov'un büyük sırrı onu sadece toplumda tanımadığı diğer insanlardan değil, hayatta en çok sevdiği kız kardeşi ve annesinden de koparıp ayırmıştır. Eserde Raskolnikov'un içini Sonya'ya dökmesinin başlıca nedeni; fahişelik yaparak ailesinin geçimini sağlamaya çalışan genç kızı kendisi gibi günahkâr olarak görmesidir. Sonya da tıpkı Raskolnikov gibi toplumun koruyucu kanatlarının dışında kalan, dışlanan kişilerdendir.

Sonunda Raskolnikov itirafta bulunur ve teslim olur. Eserde yer alan son sözde Rodion Raskolnikov'un dokuz aydır ikinci dereceden kürek mahkûmu olarak tutuklu olduğunun bilgisi verilir. Tefeciden çaldığı şeylerden yararlanmamış olması, hatta bunların miktarını bile bilmemesi, mahkeme üyelerinde Raskolnikov'un cinayeti geçici delilik nöbeti esnasında işlediği kanısını uyandırır.

Dostoyevski bu romanıyla XIX. yüzyıl Rus edebiyatının gerçekçi eserler üreten yazarları arasında zirveye ulaşmış olur. Yazar bu eserde toplumun geniş bir kesiminin maruz kaldığı ve mahkûm olduğu sefilliği, çaresizliği, toplumsal eşitsizliği ve dışlanmışlığı gözler önüne serer.

Yazar psikolojik derinlikli romanlarıyla insanın iç dünyasını yansıtmayı başaran, yaratıcı üslubuyla okuyucuların zihinlerine nüfuz eden, tutkuları, gizli arzuları, ahlak dışı davranışları vs. eserlerine konu edinen ve betimleme ustası olarak bilinen bir sanatçıdır. "Suç ve Ceza"nın çalışmaya bütüncü olarak seçilmesinde eserin çeviri dönüşümlerinin uygulama alanı bulabileceği zengin bir içeriğe sahip olması etkili olmuştur.

### 5. Ya. İ. Retsker ve Sözcüksel Çeviri Dönüşümleri

Dilbilim ve çeviribilimci V. N. Komissarov'un ifade şekliyle; "Rus çeviribilimi büyük ölçüde Retsker'den çıkmıştır" (Tyulenev, s. 186). Retsker'e göre "çevirmenin görevi; kaynak eserin içeriğini, üslup ve anlatım özelliklerini koruyarak başka bir dil aracılığıyla bütüncül ve doğru bir şekilde aktarmaktır. Çevirinin "bütünlüğü" ile söylenmek istenen biçim ve içeriğin birliğini yeni bir dilbilimsel temel üzerine oturtmaktır. Çeviri yalnızca kaynak dilde ifade edileni değil aynı zamanda kaynak metinde ifade edilme biçimini de aktarmalıdır" (Garbovskiy, 2007, s.8). Retsker "Çeviri Kuramı" (Теория перевода) adlı eserinde sözcüksel çeviri dönüşümlerini "yabancı bir sözcüğün anlamını bağlam içinde ortaya koyduğumuz ve sözlükle örtüşmeyen karşılığını bulduğumuz mantıksal düşünme yöntemleri" (Retsker, 2007, s.45) olarak betimler. Retsker Fransızca-Rusça dil çifti üzerinde çalışan çeviribilimci V. G. Gak tarafından da ortaya konan ve geliştirilen sözcüksel çeviri dönüşümlerinin kavramlar arasındaki biçimsel ve mantıksal ilişkilere dayandığını belirtir. Dönüşüm yöntemlerinin seçiminde farklı dillerde aynı anlama gelen sözcüklerin iç biçimlerindeki farklar ve dillerin özelliklerinin hesaba katılması şarttır (Retsker, 2007, s.45-46). Retsker'e göre (Retsker, 2007, s.46) dönüşüm yöntemleri yaratıcılık ister. Ancak bir sözcük erek dilde en uygun anlama sahip olduğu ortaya konan mutlak bir değer kazanırsa, sözlükte eş değer olarak yer alabilir (Retsker, 2007, s.46).

Retsker'in teorisinin temelini oluşturan fikir; çeviri karşılıkları kavramını ortaya koyarken yaptığı sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmada üç denklik grubu vardır: "eşdeğerler" (эквиваленты), "eş anlamlı birimler" (аналоги) ve "amaca uygun değiştirmeler /karşılıksızlıklar" (замены). Retsker (Kozan, s. 168) amaca uygun değiştirmeler için farklı çeviri stratejileri öne sürer. Bu stratejiler; "somutlaştırma" (конкретизация), "mantıksal çıkarım" (логическое развитие понятий), "karşıt anlamlı çeviri" (антонимический перевод) ve "telafi" (компенсация)'dir.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Detaylı bilgi için bkz: Kozan, O. (2020). *Dilbilimsel Çeviri Kuramı Rusça-Türkçe Çeviri Sorunları ve Stratejileri*. Ankara: Gece.

Retsker, söz konusu çeviri stratejilerini zaman içerisinde ihtiyaca cevap vermediği ve eleştiri aldığı için geliştirme yoluna gider. 1974 yılında yayımlanan “Çeviri Kuramı ve Uygulamaları” (Теория перевода и переводческая практика) adlı eserinde çeviri karşılıkları kavramından yola çıkarak oluşturduğu sınıflandırmayı geliştirerek, çeviri sürecinde karşılaşılan sözcüksel ve dilbilgisel çeviri dönüşümleri kavramlarına açıklık getirir.

Retsker, sözcüksel çeviri dönüşümlerini üst anlamlı / alt anlamlı çeviri<sup>3</sup> (дифференциация), somutlaştırma (конкретизация), genelleştirme (генерализация), mantıksal çıkarım (смысловое развитие), karşıt çeviri (антонимический перевод), uyarılma (целостное преобразование) ve çeviri sürecindeki kayıp telafisi (компенсация потерь в процессе перевода) (Retsker, 2007, s. 45) olmak üzere yedi başlık altında toplar. Bu çeviri dönüşümleri sonraki süreçte çeviri çözümlmelerine yönelik yapılacak çalışmalara temel oluşturur.

## 6.Sözcüksel Çeviri Dönüşümleri'nin “Suç ve Ceza” Eserinde İncelenmesi

### 6.1. Üst Anlamlı / Alt Anlamlı Çeviri

Üst anlamlı çeviri; kaynak dilde dar bir anlama sahip olan bir sözcük ya da cümledeki daha geniş bir anlama sahip bir sözcük ya da tümce ile değiştirilmesidir. Rusçada her fiilin bir çifti vardır. Fiil türleri eylemin tekrarlanırlığını veya tamamlanmışlığını göstermelerine bağlı olarak “tamamlanmamış - tamamlanmış (sürekli/sürekli) fiiller” olarak sınıflandırılır. Ayrıca bu sınıflandırma çekime girdiği an eylemin cümledeki zamanını belirler.

Делать / Сделать
“Она просит вас <b>сделать нам честь</b> на отпевании в церкви быть завтра, а потом уж к ней прибыть, на поминки..” (212-213).
Ç1: “Katerina İvanovna, yarın <b>kilisedeki töreni onurlandırmanızı</b> , sonra da eve, yas yemeğine buyurmanızı rica ediyor” (295).
Ç2: “Katerina İvanovna, yarın kilisede yapılacak cenaze törenine <b>gelmenizi</b> , ondan sonra da eve, yas yemeğine buyurmanızı rica ediyor” (I., 291).

Kaynak dil olarak Rusçada “делать” fiili Türkçeye yapmak olarak kodlansa da üst anlamlıdır. Rusça alıntıda yer alan cümlede de görüldüğü üzere Türkçede “onurlandırmak” anlamına gelen “сделать честь” sözcük öbeği “yapmak” fiili ile üretilir. Aktarımlarda Ç2 genellemeye giderek “onurlandırmak” yerine “gelmek” fiilini tercih etmiş, bu da çeviride ifade kaybına neden olmuştur. Ayrıca çeviride kayıp sadece fiille sınırlı değildir. Özgün metinde “töreni” değil “bizi onurlandırmanızı” (сделать нам честь) demektedir. Ç1’de ise bu durum “kilisedeki töreni onurlandırmanızı” şeklinde aktarılmıştır. Cümledeki ilk yarısını “Katerina İvanovna sizden yarın cenaze töreni için kilisede bulunarak bizi onurlandırmanız...” şeklinde çevirmek mümkündür.

“...чтобы <b>сделать известными свои открытия</b> всему человечеству” (232).
Ç1: “... <b>buluşunu</b> tüm insanlığa <b>iletilebilmesi için...</b> ” (323).
Ç2: “... bu <b>buluşunu</b> insanlığa <b>duyurabilmesi için ...</b> ” (I., 318).

Cümledeki Türkçeye çevirisinde “buluşlarını duyurmak” anlamına gelen “сделать известными свои открытия” sözcük öbeğinde de “yapmak” fiili kullanılır. İlk alıntıda buluşun kullanıcılar kadar götürülmesi, ulaştırılması anlamı mevcuttur. İkincisinde ise buluş konusunda tüm insanlığı haberdar etmek söz konusudur. Bu noktada buluşun düşünsel gelişimle ilgili bir buluş mu, yoksa temel bilimler alanında ortaya çıkan bir buluş mu olduğu önem taşımaktadır. Eserde söz konusu buluş Newton tarafından gerçekleştirilmektedir. Temel bilimler alanında gerçekleşen bir buluş olduğu için Ç1’in Türkçeye aktarımı daha uygundur. Bir sonraki örnekteki kaynak eserde yer alan cümledeki “сделать вид” Türkçede “gibi

<sup>3</sup> Kavramın sözlük anlamı “farklılaştırma” (дифференциация)’dır. Ancak çeviri dönüşümü örnekler üzerinden incelendiğinde üst anlamlı / alt anlamlı çeviri olarak çevrilmesinin çözümlenme aşamasında kavrama anlam netliği kattığı düşünülmektedir.

yapmak, gibi görünmek” anlamına gelir. Çevirmenler tarafından cümle içerisinde anlamsal bütünlüğü koruyacak şekilde aktarılmıştır:

“Катерина Ивановна хоть и постаралась тотчас же <b>сделать вид</b> , что с пренебрежением не замечает возникшего в конце стола смеха ...” (345)
Ç1: “Katerina İvanovna bu gülüşü fark etmemiş gibi küçümser bir <b>tavır takınmaya</b> çalışsa da...” (485).
Ç2: “Gerçi Katerina İvanovna masanın öte yanından yükselen bu gülüşün farkında değilmiş gibi <b>bir eda takınmaya</b> çalıştı ise de...” (II.,140).

Alt anlamlı çeviri ise; kaynak dilde daha geniş bir anlama sahip olan bir sözcük ya da cümlenin, erek dildeki daha dar bir anlama sahip bir sözcük ya da tümce ile değiştirilmesidir. Örneğin; Türkçedeki “almak” sözcüğü Rusçada “брать, получать, доставать vd.” fiillerde karşılık bulur.

<b>Брать</b>
“Вот тут тридцать пять рублей; из них десять <b>беру</b> ...” (116).
Ç1: “Şurada otuz beş ruble var, onunu ben <b>alıyorum</b> ...” (154).
Ç2: “İşte şurada otuz beş ruble var. Bunlardan onunu ben <b>alıyorum</b> ...” (I., 152).

<b>Получать</b>
“Да прозябал всю жизнь уездным почтмейстером... <b>пенсионишко получает</b> , шестьдесят пять лет, не стоит и говорить...” (122).
Ç1: “Ömrünü bir takım taşra kasabalarında posta müdürlüğü yaparak, acınası bir yaşam sürerek geçirdi... Şimdi altmış beş yaşında ve <b>emekli</b> ... Öyle uzun uzadıya sözü edilecek biri değil...” (162).
Ç2: “Bütün ömrünü ilçelerde posta müdürü olarak geçirdi. <b>Küçük bir emekli aylığı var</b> . Altmış beş yaşında... Kendisinden söz etmeye değmez!..” (I., 160).

Kaynak metinde emekli maaşı sözcüğü miktar olarak az olduğunu vurgulamak için küçültme ekiyle (пенсионишко) kullanılmıştır. Ç1’in çevirisinde söz konusu ifade Türkçeye sadece “emekli” olarak aktarılmış ve emekli maaşının azlığı göz ardı edilmiştir. Sözcüğün kendi yapısı içerisinde barındırdığı “az” anlamı Ç2’de ise “küçük bir emekli aylığı vardı” şeklinde ifade edilmiştir. Bu nedenle kaynak metinle uyumlu olduğu söylenebilir.

<b>Доставать / достать</b>
“... прочти мне, говорит, Соня, у меня голова что-то болит, прочти мне... вот книжка», – какая-то книжка у него, у Андрея Семеныча <b>достал</b> , у Лебезятникова, тут живет, он такие смешные книжки всё <b>доставал</b> ” (284).
Ç1: “... ‘Sonya’ dedi, ‘başım ağrıyor... Bana şu kitaptan bir şeyler okusana...’ Elinde bir kitap vardı, Andrey Semyoniç’ten, Lebezyatnikov’dan <b>almıştı</b> . Bay Lebezyatnikov da orada oturur; hep böyle gülünç birtakım kitaplar <b>bulur</b> ” (398).
Ç2: “Sonya, dedi, bilmem niçin, başım ağrıyor, bana biraz kitap oku... İşte şu kitabı! Elinde Andrey Semyonoviç Lebezyatnikov’dan <b>aldığı</b> bir kitap vardı. Bu adam şuracıkta oturuyor, hep böyle tuhaf ve gülünç kitaplar <b>buluyor</b> ” (II.,55).

Örneklere eylemin her iki türü de kullanılmıştır. Tamamlanmış fiil türü olan “достать” Ç1 tarafından “almıştı”, Ç2 tarafından “aldığı” şeklinde aktarılmıştır. Tamamlanmamış fiil türü olan “доставать” ın kullanımında ise eylemin zamanı göz ardı edilmiştir. Geçmiş zaman yapısında olan ve gerek fiil türü itibarıyla gerekse “всё: hep” sözcüğünün kullanımıyla düzenli olarak yapıldığı vurgulanan eylem “buluyordu” şeklinde Türkçeye aktarılabilir.

## 6.2. Somutlaştırma

Somutlaştırma, zorunlu ve tercihe bağlı olmak üzere amaca yönelik olarak iki şekilde uygulanabilir. Zorunlu olduğu kullanımlar; kaynak metindeki bir sözcük, sözcük öbekleri veya cümlede yer alan geniş kapsamlı bir kavramın daha sınırlı, daha özel bir içeriğe sahip bir kavramla değiştirildiği durumlarda karşımıza çıkar. Bu durumda somutlaştırma zorunlu olarak kavramın içeriğine yeni özelliklerin dahil edilmesi anlamına gelir. Rusçada “рука” sözcüğünün Türkçede iki anlama gelen “el” ve “kol” sözcükleriyle karşılanması veya “нога” sözcüğünün “ayak” ve “bacak” sözcükleriyle karşılanması zorunlu somutlaştırmaya örnek verilebilir. Söz konusu bir “eylem” olduğunda ise eylemin nasıl gerçekleştiğini somut kılma ön plandadır. Kimi zaman ise tercihe bağlı olarak çeviride somutlaştırma stratejisine başvurulduğu görülür. Kaynak dilde geniş bir anlama sahip olan sözcük, sözcük öbekleri veya cümlenin erek dilde de geniş bir anlama sahip olmasına rağmen çeviri esnasında eş değerliğin sağlanamayacağı düşüncesiyle daha dar bir anlama sahip olanlarla değişimdir.

“Вот в чем дело: есть у меня **дядя** (я вас познакомлю; прескладной и препочтенный старичонка!)” (276).

Ç1: “Şöyle: Benim bir **dayım** var (sizi tanıştıırım; son derece akli başında, saygıdeğer bir ihtiyarcıdır!)” (387).

Ç2: “Bakın size anlatayım: Benim bir **dayım** var – sizi tanıştıırım, çok iyi, çok saygıdeğer bir ihtiyarcıdır.” (II,44).

Türkçedeki “amca / dayı” sözcüklerinin Rusça karşılığı “дядя”dır. Çevirmenler kaynak dilde her iki anlamı da içeren tek bir sözcük olmadığı için zorunlu olarak somutlaştırmaya gitmiş ve iki sözcükten birini tercih etmiştir.

“Среди кладбища каменная церковь, с зеленым куполом, в которую он раза два в год **ХОДИЛ** с отцом и с матерью к обеду когда служились панихиды по его бабушке, умершей уже давно и которую он никогда не видал” (55).

Ç1: “Mezarlığın ortasında yeşil kubbeli, taştan bir kilise vardır. Raskolnikov anne ve babasıyla birlikte yılda birkaç kez buraya **gelir** ve yüzünü bile görmediği büyük annesi için ayine katılırdı” (66)

Ç2: “Mezarlığın ortasında yeşil kubbeli, taştan bir kilise yükselir. Raskolnikov yılda bir iki sefer annesiyle, babasıyla buraya **gelir** ve yüzünü bile görmediği, çoktan ölmüş olan büyük annenin ruhuna okunan dualarda hazır bulunurdu” (I, 67).

Kaynak dildeki “ходить” hareket fiili öznenin (eyleyen) konumuna göre anlam kazanır. İlk örnekte fiil kiliseye yönelik gerçekleştirilir ve “gelmek”, ikinci örnekte ise “kapı çalmak” fiiliyle birlikte “gitmek” anlamında kullanılır.

“Этак можно и горячку нажить, когда уж этакие поползновения нервы свои раздражать являются, по ночам в колокольчики **ХОДИТЬ** звонить да про кровь распрашивать!” (307).

Ç1: “İnsan böyle gece vakitleri **gidip** kapı çingirakları çalar, kapıcılara birtakım kanları ne yaptıklarını sorarsa, sinirleri ne hale gelir?” (431).

Ç2: “İnsan böyle geceleri **gidip** kapı zillerini çalarsa, kapıcılardan kanı ne yaptıklarını sorarsa, zaten hasta olan sinirlerini büsbütün örseleyerek sayıklama illetine tutulabilir” (II, 89).

## 6.3. Genelleştirme

Genelleştirme, somutlaştırmadan farklı olarak kaynak dildeki özel ya da belirli bir kavramın hedef dilde genel bir kavramla değiştirilmesidir. Kısacası bir önceki dönüşümün (somutlaştırma) tersidir. Genelleştirme, isteğe bağlı ve zorunlu olmak üzere iki şekilde gerçekleşir. Zorunlu genelleştirme erek dilde özel bir sözcük ile karşılığın olmadığı durumlarda kullanılır. Rusça-Türkçe dil çiftinde ise zorunlu genelleştirmeyi fiillerde veya belgisiz zamirlerde görmek mümkündür.

Ruşçada belgisiz zamirler Türkçeye kıyasla oldukça detaylıdır. Örneğin; Rusçada “bir şey” demek için karşılığında что-нибудь (herhangi bir şey), что-то (bir tarafın bildiği, diğer tarafın bilmediği bir şey), кое-что (ne olduğunu bildiğim ama herhangi bir sebeple; merak uyandırmak veya o an söylemenin uygun olmadığını düşündüğüm için söylemediğim bir şey) belgisiz zamirleri kullanılır. Ancak bu üç belgisiz zaminin de Türkçeye aktarımı “bir şey”dir.

“Ты мне это расскажи подробнее вечером, а я тебе кое-что потом скажу” (139).

Ç1: “Akşama bana bunu biraz daha ayrıntılarıyla anlatsana, benim de sana **anlatacaklarım** var” (189).

Ç2: “Sen bana akşama bunu biraz daha ayrıntılı anlat, ben de sana **bazı şeyler** söyleyeceğim” (I., 186).

“А... а... – указывал он на нее с беспокойством. Ему что-то хотелось сказать” (164).

Ç1: “А... а... - diye **bir şeyler** kekeledi (225).

Ç2: “А... а... diye üzüntüyle kekeledi. **Bir şeyler** söylemek istediği anlaşılıyordu” (I., 221).

“Я уверена, что он и теперь варит что-нибудь может сделать с собой такое, чего ни один человек никогда и не подумает сделать...” (193).

Ç1: “Şimdi de durup dururken, hiçbir insanın yapmayı aklından bile geçirmediği **birtakım şeyler** yapabileceğinden eminim...” (267).

Ç2: “Onun durup dururken, şimdi de hiç kimsenin aklına bile getiremeyeceği öyle **birtakım şeyler** yapabileceğine eminim” (I., 262).

İsteğe bağlı genelleştirme ise; ifadenin çevirisinin erek dile aktarımında çeviriyi daha akıcı kılmak amacıyla çevirmenin tercihinin bırakıldığı durumlarda kullanılır. Aşağıda yer alan örnekte kaynak dilde “iki-üç kelime” şeklinde yer alan ifade erek dile Ç1 tarafından “birkaç kelime” şeklinde aktarılmış ve genelleştirmeye gidilmiştir. Ç2 ise kaynak metindeki haliyle kullanmıştır.

“Раскольников, еще не представленный, поклонился стоявшему посреди комнаты и вопросительно глядевшему на них хозяину, протянул и пожал ему руку все еще с видимым чрезвычайным усилием подавить свою веселость и, по крайней мере, хоть **два-три слова** выговорить, чтоб отрекомендовать себя (222)”.

Ç1: Raskolnikov, odanın ortasında dikilen ve soru dolu bakışlarla onlara bakmakta olan ev sahibini, henüz tanışılmamış olmasına karşın eğilerek selamladı, gülüşünü tutmak ve hiç değilse kendini tanıtmak üzere **birkaç kelime** söyleyebilmek için hala büyük çaba harcıyormuş gibi bir tavırla elini uzattı (308).

Ç2: Raskolnikov, odanın ortasında durmakta ve sorgu dolu gözlerle kendilerine bakmakta olan ev sahibinin önünde eğildi. Neşesini yenmek ve kendisini tanıtmak üzere hiç olmazsa **iki üç kelime** söylemek olanağını elde etmek için, hala göze görünür büyük bir çaba harcamakta olduğunu belli eden bir anlatım ile elini uzatıp Porfiri'nin elini sıktı (I, 304).

#### 6.4. Mantıksal Çıkarım

Mantıksal çıkarım, bir sözcüğün sözlükte yer alan anlamının dışında cümle içerisinde bağlama göre kazandığı anlamdır. Kavramlar arasında bir tür anlamsal köprü kurma yöntemidir. Çeviri sürecinde kavramlar arasındaki nedensel ilişkilere dayalı sözcüksel ikameler karşımıza çıkabilir. Bir nedenin sonuçla değiştirildiği veya tam tersi durumda mantıksal çıkarım çeviri dönüşümü uygulanabilir. Mantıksal çıkarım sebep-sonuç ilişkisi üzerine kurulan dönüşümler dışında parça-bütün ilişkisi bulunan birimlerde de karşımıza çıkar. Bir sözcük iki farklı ancak birbiriyle bağlantılı bir nesneyi veya olguyu gösterdiğinde kullanılır. Bir sözcükle betimlenen iki kavram mantıksal olarak bir arada kullanılır (Retsker, 1982, s. 43). “İçmek” eylemi parça-bütün ilişkisi çerçevesinde bağlama göre ilk örnekte “su” ile özdeşleştirilmiş, ikinci örnekte ise “içki içmek” anlamında kullanılmıştır.

“Катерина Ивановна суетилась около больного, она подавала ему **пить**, отбирая пот и кровь с головы, оправляла подушки и разговаривала с священником, изредка успевая оборотиться к нему, между делом” (167).

Ç1: “Katerina İvanovna bir yandan papazla konuşurken, bir yandan da hastanın çevresinde dört dünüyordu: Ağzına su damlatıyor, terini, başındaki kanları siliyor, yastığını düzeltiyordu” (228-229).

Ç2: “Katerina İvanovna yaralının çevresinde telaşlı telaşlı dolaşiyor, ona **su veriyor**, başındaki kan ve terleri siliyor, yastığını düzeltiyor, bu iş arasında arada sırada papazla konuşmak fırsatını buluyordu” (225).

“... бог знает с кем он не **пил**, с теми, которые даже подошвы его не стоили!” (342).

Ç1: “Tanrı bilir kimlerle; hatta pabucunun tabanı etmeyecek adamlarla bile **oturur içerdi**” (481).

Ç2: “Kim bilir kimlerle, hatta pabucunun tozunu almaya layık olmayanlarla bile **kadeh tokuşturmuştu**” (II, 137).

“ну” ünlem sözcüğü ifadeyi güçlendirme ve kişiyi bir eyleme teşvik etmenin yanı sıra şaşkınlık, hayranlık, kızgınlık vb. belirtir. Genellikle öncesinde “evet” sözcüğüyle kullanıldığında bir işin gerçek mi / doğru mu olduğunu belirginleştirmek amacıyla soru edatı olarak da karşımıza çıkar. Bağlama göre “pekâlâ, hadi, varsayalım ki öyle” vb. anlamlar içerebilir (Ojegov, 2005, s.409). Bu nedenle kendisinden önceki cümleye veya kullanıldığı cümleye göre çevirisi değişebilir. Bu durumda çevirmen mantıksal çıkarımda bulunur.

“– Нет, ты стой; я тебе задам вопрос. Слушай!

– Ну!” (64)

Ç1: “- Hayır, sen dur, dinle, ben sana bir soru sorayım.

-Evet?” (80)

Ç2: “- Hayır, sen dur da, şimdi ben sana bir soru sorayım. Dinle!

-Sor bakalım!” (I., 81)

Örnekte mantıksal çıkarım temelli bağlamsal karşılık söz konusudur. Ç1, soru sorulacağını öğrendikten sonra o sorunun beklentisi içinde ünlem içeren bir birim olan “ну” yu “evet” olarak çevirmiş ve sorulacak olan sorunun beklentisi içinde olduğunu o sözcük ile belirtmiştir. Ç2 ise bir önceki cümlede geçen “soru sormak” fiilinden yararlanarak diyalogda akıcılığı sürdürmeyi amaçlamıştır.

### 6.5. Karşıt Çeviri

Kaynak dilde olumsuzluk ekiyle sağlanan anlamın erek dile olumlu şekilde aktarımı veya tam tersi; kaynak dilde olumlu olan anlamın erek dilde olumsuzluk ekiyle sağlanmasıdır. L. S. Barhudarov karşıt çeviri kavramını; çeviri literatüründe özü olumlu olan bir yapının olumsuzza veya tam tersi, olumsuzun olumluya dönüştürülmesi ve dönüşümle birlikte karmaşık bir sözcüksel ve dilbilgisel ikamenin gerçekleşmesi (Barhudarov, 1975, s. 215) olarak betimler. Bu durumda zıt anlamlı çeviri, sözcüğü sözcüğüne çevirinin olası sınırlılıklarını önlemek için başvurulması gereken önemli bir çeviri çözümleme stratejisidir.

“Когда же взгляды встретились, то дверь вдруг захлопнулась, и с таким стуком, что Пульхерия Александровна **чуть не вскрикнула** от испуга” (198).

Ç1: “Bakışları karşılaşıncı kapı öyle bir gürültüyle kapandı ki, Pulheriya Aleksandrovna korkudan **az kalsın bir çığlık atacaktı**” (274).

Ç2: “Bakışları karşılaşıncı, kapı birdenbire öylesine bir gürültü ile kapandı ki, Pulheriya Aleksandrovna korkusundan **az kaldı bir çığlık atacaktı**” (I., 269).

Rusçadaki “чуть не” Türkçeye bir eylemin az kalsın gerçekleşeceği anlamına gelen “-e yazmak” olarak çevrilir. Rusçada olumsuzluk ekiyle bir anlam bulan sözcük (не), Türkçeye olumlu olarak çevrilir. “Çılgılık atmak” (вскрикнуть) eyleminin az kalsın gerçekleşebilecek olmasından söz edilir.

“... до тех самых пор, пока разукрашенный человек им собственноручно нос не налепит” (44).
Ç1: “... tavus tüyleriyle süsledikleri kişi gelip de kendilerini burunlarından <b>yakalayana dek...</b> ” (51).
Ç2: “... tavus tüyleriyle süsledikleri adamın kendisi gelip de onları burunlarından <b>yakalayıncaaya kadar...</b> ” (52).

Kalıp bir ifade olan “до тех пор, пока не” Rusçada iki cümleyi birbirine bağlayan ve yan cümlelerin eyleminin sona erip ana cümledeki eylemin başladığının ifade edildiği durumlarda kullanılan bir bağlaçtır. Yapısında olumsuzluk eki barındırır da Türkçeye “-e kadar” olarak çevrilebilir.

### 6.6. Uyarılama

Uyarılama, kaynak ve erek dil arasındaki mantıksal bağın karşıt çeviriden bile daha zayıf olduğu bir çeviri dönüşümü yöntemidir (Garbovskiy, s.420). Kaynak ve hedef dildeki kavramların biçim ve anlam alanı açısından farklılık gösterdiği durumlarda uygulanır.

“-Во всем эта <b>кукушка</b> виновата” (340).
Ç1: “- Bütün suç şu <b>baykuş suratlıda!</b> ” (478)
Ç2: “- Bütün suç şu <b>kendini beğenmiş kadında</b> , dedi” (II.,133).

Rusçada “кукушка”; yuva yapmayan ve diğer kuşların yuvalarına yumurta bırakan, orman göçmeni bir kuş olan guguk kuşu anlamına gelir. Ancak sözcük mevcut anlamının yanı sıra mecazi anlam da taşır. Çocuklarını terk eden, onları büyütme için yabancıların eline bırakan kadınları kınama amacıyla söylenen bir hitap sözcüğüdür (Rossiya. Bolşoy lingvostranovedçeskiy slovar, 2007, s. 296). Eserde bu benzetme “ağız bir karış açık” (разиня рот) (2006, s. 340), “sersem” (дура) (2006, s. 341), “kendini beğenmiş” (заносчивая тварь) (2006, s. 341), “sefil bir taşralı” (ничтожная провинциалка) (2006, s. 341) gibi betimlemelerle ev sahibi Amalya İvanovna karakteri için kullanılmıştır. Çevirilerde Ç1 guguk kuşunu Türkçeye “baykuş suratlı”, Ç2 ise “kendini beğenmiş kadın” olarak çevirmiştir. Bu durumda guguk kuşu sözcüğünün her iki çeviride de Rusça dil içi mecaz anlamından bağımsız olarak Türkçeye aktarılması tercih edilmiştir.

“Свинство этокое состояние! Эх, до чего я дошел? <b>Ну, что же</b> , где кресты?” (464).
Ç1: “Nasıl hayvanlaştığımı anla artık! Nereden nereye geldim! <b>Neyse</b> , haçlar nerede?” (654).
Ç2: “Ne hayvanca bir durum! Ah, ne hale geldim ben! <b>Her ne ise</b> şu haçlar nerede?” (II, 305).

Kaynak dilde “ну что же?” bir ilgeçtir. Bu nedenle öncesinde ve sonrasında kullanılan sözcüklere göre anlamı netlik kazanır. “Pekâlâ”, “iyi de ne?”, “ne olmuş?”, “muhakkak” vb. anlamlar taşır (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova>). Eserde söz konusu edatı Raskolnikov başka bir konuda konuşmasını sürdürürken birden asıl meseleye geçmek için kullanmıştır.

### 6.7. Çeviri Sürecindeki Kayıp Telifisi

Çeviri sürecinde yaşanan kayıp telifisi genellikle kültürel öğelerde veya öz olgularda (реалия) karşımıza çıkan, kaynak dilde karşılığı olmayan sözcüklerin hedef dilde başka birimlerle karşılanması veya boşluk oluşturmasıdır.

“Темные бакенбарды приятно осеняли его с обеих сторон, **в виде двух котлет**, и весьма красиво спускались возле светло выбритого блиставшего подбородка” (133).

Ç1: “Yanaklarının iki yanından zarif bir biçimde aşağı inen koyu renk favorileri, pırl pırl tıraşlı çenesinin çevresinde daha da koyulaşıyordu” (179).

Ç2: “Yanaklarının iki yanını hoş bir kıvrımla çerçeveleyen **iki kotlet biçimindeki** esmer favorileri, pırl pırl tıraş olmuş çenesinin etrafında çok güzel bir biçimde koyulaşıp genişliyordu” (I., 176).

Sözcüğü sözcüğüne çevirisi “iki köfte görünümündeki/şeklindeki” (в виде двух котлет) anlamına gelmektedir. Ç1 Rus diline özgü olan bu benzetmeyi çeviriye yansıtmamıştır. Zira kotlet sözcüğü Türk okur için bir anlam ifade etmemektedir. Ç2 “köfte” sözcüğünü Rusça karşılığıyla “kotlet” olarak bırakmayı tercih etmiş ve çeviriye “iki kotlet biçiminde” olarak aktarmıştır. Türkçeye uymayan ve favorileri nitelermek için kullanılan bu benzetme kalıbı çeviriye yansıtılmamıştır.

“Город **канцеляристов** и всевозможных семинаристов” (253).

Ç1: “Tam anlamıyla bir **memur** ve her türden öğrenci kenti!” (354).

Ç2: “**Memurlar** ve her çeşit seminer öğrencisi şehri”(II,10).

Öz olgular bir ülkenin devlet yapısı, bir halkın tarihi ve kültürü, bir dili anadili olarak konuşanların dil etkileşimleri gibi çeşitli faktörlerin erek dile yansıdığı somut kültür nesnelere (Vlahov & Florin, 1980, s.7)”. “Канцелярист” sözcüğü SSCB döneminde devlet kurumlarındaki en düşük rütbeli yetkililer için kullanılırdı (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/15246>). Türkçede tek bir sözcükle bu ifadeyi yansıtabilmek mümkün olmadığı için çevirmenler “memur” sözcüğünü kullanmayı tercih etmişlerdir.

## 7. Sonuç

Çeviri, kültür ve dil bariyerlerini aşmada kilit görev üstlenen bir etkinliktir ve antik çağdan günümüze kadar ulaşan bir tarihe sahiptir. Çevirinin aktarım aracı olmakla sınırlı kalmadığını, toplum değerlerinin, kültürel öğelerin ve okur kitlesinin özelliklerinin de göz önünde bulundurulması gerektiğini betimleyen Skopos kuramı, Batıda çeviri alanında yapılan çalışmalara yön vermesi ve şekillendirmesi açısından çeviribilim tarihinde önem arz etmektedir. Çarlık Rusya'sında ise I. Petro döneminden itibaren çağın gereklerine uyum sağlayan çeviri çalışmalarında metnin türü, kaleme alındığı dönemin siyasi gelişmeleri, kültürel ve ahlaki öğeler vs. gibi özellikler göz önünde tutularak Batılı medeniyetlerden de etkilenen esnek çeviriler ortaya çıkar. Kendisi de bir çevirmen olan I. Petro'nun özellikle bilim ve ekonomi alanlarının gelişimini sağlamak için çeviriye önem verdiği bilinmektedir. Birkaç dile hakim olan II. Yekaterina döneminde ise edebî çeviri gelişim gösterir. XIX. yüzyılda çeviri üstün bir sanat çalışma olarak değerlendirilir.

Ekim Devrimi sonrası benimsenen ideolojiyi tüm topluma yayma aşamasında kilit görev üstlenen çeviri faaliyetleri, Gorki'nin kurduğu yayınevi sayesinde okuyucu kitlelerine ulaşma olanağı bulur. NEP dönemi pik yapan siyasi baskılar ve II. Dünya Savaşı döneminde SSCB ülkelerinin içinde bulunduğu zorlu koşullar çeviri çalışmalarına ket vursa da özellikle XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren çeviri kuramları filizlenmeye ve kök salmaya başlar.

Rusya'da çeviriden çeviribilime geçişte kutsal metinlerin erek dile aktarımıyla başlayan çeviri faaliyetlerinin, çeviri arenasının kat ettiği aşamalar sonucu çevirmenin gölgede kaldığı çevirilerden, çevirmeni de içine alan ve benimsenen yaklaşımlar doğrultusunda şekillenen biçimci veya özgür çevirilere yönelme olmuştur. Çeviri çalışmalarında kat edilen gelişimde dil boyutunun yanı sıra yaşam tarzı, tarih, örf ve adetler, yasalar, toplum yapısı gibi kültürel boyut öğelerini öğrenme hususunda farkındalığı artan çevirmenlerin katkıları büyüktür. XX. yüzyıla kadar çevirmenlerin çalışmalarıyla yürütülürken, XX. yüzyılda dilbilimcilerin ilgisiyle çeviribilimin kuramsal temelleri atılır.

Çalışmada Rusya'da dilbilimsel çeviribilimin temsilcilerinden olan Retsker'in sözcüksel çeviri dönüşümleri örneklerle “Suç ve Ceza” eseri üzerinden somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmını Türkçeye yapılan çevirilerin çözümlemesi oluşturmuştur. Uygulamada amaç; erek dile kazandırılan metnin içerdiği genel düşüncenin aktarımını incelemek, eyleyici ve eylem arasındaki bütünlüğün korunup



korunmadığını ortaya koymak, seçtiğimiz örnekler üzerinden Rusça-Türkçe dil çiftindeki farklılıklara dikkat çekmektir. Eserin Türkçeye çevirilerinde aktarım farklılıkları Retsker'in sözcüksel çeviri dönüşümleri sınırları çerçevesinde karşılaştırmalı olarak yansıtılmıştır.

Dilsel birimlerin belirsizliğini çözmeye bağlam önemli bir yere sahiptir. Çeviri dönüşümleri erek dilin üslup özelliklerini ve metin içi doğal bütünlüğü sağlayabilmek için sözcüğün bağlama göre kazandığı anlamla, sözcüğün anlamına erek dilde karşılık bulacak en uygun ifadenin kullanımıyla ilişkilidir. Çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda sözcüksel birimlerin çoğunun kaynak metinde tam eş değeri olmadığı için çeviri dönüşümüne uğradığı görülmüştür. Bunda Rusça-Türkçe dil çiftinde de görüldüğü gibi her bir dili diğerinden ayıran dilbilgisel ve sözdizimsel farklılıkların, sözcük dağarcığının zenginliğinin vd. yanı sıra özgün yanlarının, ulusal ve dilsel kimliklerinin vb. de etkisi olmuştur. Yapılan inceleme sonrası Rusça ve Türkçe arasındaki yapısal farklılıkların yarattığı zorlukların Retsker'in ortaya koyduğu çeviri dönüşümlerinin yardımıyla kolaylaştığını ve çevirinin erek dilde daha anlaşılır hale geldiğini söylemek mümkündür. Bu çalışmanın Retsker'in sözcüksel çeviri dönüşümleri çerçevesinde ortaya koyduğu çeviri stratejilerini Türk okuyucuya tanıtarak, Türkiye'de henüz az sayıda bilimsel çalışma bulunan Rus çeviribilim alanında üretilecek yeni çalışmalara katkı sağlayacağını umuyoruz.

### 8. Extended Abstract

Translation is an activity that plays a crucial role in overcoming cultural and language barriers and has a history that has traveled from antiquity to the present day. In the transition from translation to translation studies, translation activities, which started with the transfer of sacred texts to the target language, have shifted from translations where the translator was in the shadows to formalist or free translations that include the translator and are shaped in line with the adopted approaches as a result of the steps taken by the translation arena. Translators, whose awareness has increased in learning the cultural dimension, such as lifestyle, history, customs, laws, and social structure, as well as the language dimension, contribute greatly to the progress made in translation studies.

When translation could not be content with the linguistic and educational approaches, it was nurtured with translation-oriented theoretical and descriptive studies in the 1970s. James Holmes was the first person to express his views at the point when translation transcended the boundaries of an activity and turned into translation studies. Once accepted as a sub-branch of linguistics, many theories have been postulated that approach translation from different perspectives, such as Hans J. Vermeer's functionally focused Skopos Theory, which prioritizes the translated text.

In Russia, translation activities gained importance, especially from the time of Peter I, and reached a different dimension. In translation studies, which developed by keeping up with the age over time, flexible translations emerged by taking into account the characteristics such as the type, period, and cultural and moral elements of the translated text. The fact that there is much less room for translation problems compared to the number of translations was accentuated by many translators. This situation led to a change in perception and attitude towards translation. As in other countries, a tendency towards the theoretical aspect of translation started by going beyond the scope of the practice of translation in Russia. The first theory postulated in the field of Russian translation studies, the Theory of Regular Correspondence (Теория закономерных соответствий), was included in Ya. İ. Retsker's article titled "Regular Correspondence in Translations into Native Languages" (О закономерных соответствиях при переводе на родной язык) published in 1950. Retsker developed the translation strategies that he had determined over time and posited lexical translation transformations. The classification in question aims to reveal the meaning of a word in the source language within the context and to find a correspondence (match) in the target language. These translation transformations formed the basis for the studies to be carried out on translation analysis in the next period.

In this study, the lexical translation transformations of Retsker, one of the representatives of linguistic translation studies in Russia, were attempted to be embodied in the literary work "Crime and Punishment" through examples. The application part of the study consisted of the analysis of the translations composed into Turkish. The purpose of the application is to examine the transfer of the general idea contained in the text that is brought into the target language, to reveal whether the integrity between the agent and the act

is preserved, and to draw attention to the differences in the Russian-Turkish language pair through the examples we have chosen. The transfer differences in the translations of the literary work into Turkish are demonstrated comparatively within the limits of Retsker's lexical translation transformations.

Context has an essential place in solving the ambiguity of linguistic units. Translation transformations are related to the meaning of the word according to the context to provide the stylistic features of the target language and the natural unity within the text and to the use of the most appropriate expression to correspond to the meaning of the word in the target language. In line with the data obtained from the study, it has been observed that most of the lexical units have undergone translation transformation since they do not have full equivalence in the source text. As can be seen in the Russian-Turkish language pair, the grammatical and syntactic differences that distinguish each language from the other, the richness of the vocabulary, as well as the authentic aspects, and national and linguistic identities affected this situation.

In pursuit of the analysis, it is possible to assert that the difficulties generated by the structural differences between Russian and Turkish are facilitated with the help of the translation transformations postulated by Retsker, and the translation has become more understandable in the target language. By introducing the translation strategies put forward by Retsker within the framework of lexical translation transformations to Turkish readers, we hope that this study would contribute to new studies to be conducted in the field of Russian translation studies with few scientific studies in Türkiye yet.

**Keywords:** Retsker, Translation Strategies, Lexical Translation Transformations, Crime and Punishment.

### Kaynakça

- Aytaç, G. (2003). *Genel Edebiyat Bilimi*. İstanbul: Say.
- Barhudarov, L.S. (1975). *Yazık i perevod*. Moskva: Mejdunar. Otnoşeniya.
- Demircioğlu, C. (2016). *Çeviribilimde Tarih ve Tarih Yazımı*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- Dostoyevski, F. M. (2018). *Suç ve Ceza*. Çev.: M. Beyhan, İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Dostoyevski, F. M. (2008). *Suç ve Ceza*. Çev.: S. Kurt. 2 cilt, İstanbul: Yakamoz.
- Dostoyevski, F. M. (2006). *Prestupleniye i Nakazaniye*. Moskva: Mir knigi.
- Garbovskiy, N. K. (2007). *Teoriya perevoda*. İzdatelstvo MGU, Moskva.
- Gosudarstvennyy Institut Russkogo Yazıka İm. A. S. Puşkina (2007), *Rossiya. Bolşoy lingvostranovedçeskiy slovar*, Moskva: Ast-press.
- Haldan, A. (2018). "Skopos Kuramı, Çeviri edinci ve Çeviribilim Öğrencilerinin Teknoloji Kullanımları Üzerine Bir Değerlendirme." *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, II (2), 101-112. doi:10.30561/sinopusd.488662
- Karaca, B. (2018). *Dostoyevski Okumaları*. Ankara: Hece.
- Kozan, O. (2020). *Dilbilimsel Çeviri Kuramı Rusça-Türkçe Çeviri Sorunları ve Stratejileri*. Ankara: Gece.
- Kumlu, . (2020). "Karşılaştırmalı Dilbilim ve Çeviribilim Çerçevesinde Retrospektif ve Prospektif Sahneler: Geçmişten Günümüze Eşdeğerlik Kavramının Evrimi". *Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (ASOBİD)*, Çeviribilim Özel Sayısı, 113-129.
- Ojegov, S. İ. (2005). *Slovar russkogo yazıka*. Moskva: ONIKS 21 vek, Mir i obrazovaniye.
- Pym, A. & Ayvazyan, N. (2015). "The case of the missing Russian translation theories." *Translation Studies*, 8 (3), 321-341. doi:10.1080/14781700.2014.964300
- Retsker, Ya. İ. (1982). *Posobiye po perevodu s angliyskogo yazıka na russkiy yazık*. Moskva: Prosveşçeniye.
- Retsker, Ya. İ. (2007). *Teoriya perevoda i perevodçeskaya praktika*. Moskva: R. Valent.
- Современный толковый словарь русского языка Ефремовой, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova> (Erişim tarihi: 07.12.2022)
- Tyulenev, S. (2004). *Teoriya perevoda*. Moskva: Gardariki.
- Vardar, B. (2002). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Multilingual.
- Vlahov, S. & Florin, S. (1980). *Neperevodimoye v perevode*. Moskva: Mejdunarodniye otnoşeniya.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Women in Working Life and Overview of Studies on This Theme with “Glass Ceiling” Concept

Ebru ÇİTİL\* 

## ABSTRACT

Although female employment rate in working life is high today, it is unfortunately not possible to see the same rate in managerial staff. Barriers to women's promotion to senior executive positions are based on gender, roles, stereotypes and prejudices, defined as invisible barriers in the glass ceiling concept. The fact that female workforce, has been more involved in working life in recent years necessitates to conduct a study on the concept of glass ceiling.

The aim of this study is to examine the concept of "glass ceiling" by considering the theoretical information in this matter and the results of the studies conducted around the world. In this regard, this study aims to reveal can be done in the process of struggling with the glass ceiling, drawing attention to the gender-related stereotypes, prejudices, female workforce abroad and in Turkey, glass ceiling factors leading to these barriers, the measures that can be taken against the barriers and regulations. For this purpose, many studies conducted on this issue in different countries have been examined.

These studies have shown that the 'glass ceiling' effect makes its presence felt in organizations that are actively present in professional working life all over the world. The results obtained from these studies also reveal that this situation negatively affects the careers of female employees and brings about important problems in their daily working lives.

**Keywords:** Gender, Stereotypes, Female Workforce, Glass Ceiling

## Çalışma Hayatında Kadın ve “Cam Tavan” Kavramı ile Konuya Yönelik Yapılan Araştırmalara Genel Bakış

### ÖZ

Günümüzde çalışma hayatında yer alan kadın sayısı yüksek olmakla birlikte yönetim kadrolarında aynı oranı görmek ne yazık ki mümkün değildir. Kadınların üst düzey yönetici pozisyonlarına yükselmelerinin önündeki engeller özellikle cinsiyete, rollere, kalıp yargılara ve ön yargılara dayanmakta olup, görünmez engeller olarak tanımlanan cam tavanı oluşturmaktadır. Son yıllarda nitelikli kadın işgücünün çalışma hayatına daha çok dahil olması cam tavan kavramı ile ilgili araştırmaların yapılmasını bir gereklilik durumuna getirmiştir. Bu çalışmanın amacı konu ile ilgili teorik bilgileri ve dünyada konuyla ilgili yapılan araştırmaların sonuçlarını ele alarak “cam tavan” ile ilgili bir inceleme yapmaktır.

Bu bağlamda çalışmada cinsiyete ilişkin kalıp yargılar, ön yargılar ve roller, Yurt dışında ve Türkiye’de kadın işgücü, cam tavan kavramı ve cam tavan engelleri, bu engellere neden olan etmenler ve engellere karşı alınabilecek önlemler açıklanarak cam tavan kavramı ile mücadelede yapılabilecekler ortaya konulmak istenmiştir. Bu amaç doğrultusunda dünyada yapılmış birçok araştırma incelenmiştir. Bu incelemelerle, cam tavan etkisinin tüm dünyada profesyonel çalışma yaşamında yer alan örgütlerde varlığını hissettirdiği ve genel olarak benzer nedenlere bağlı olarak ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun kadın çalışanların kariyerlerini olumsuz yönde etkilediği ve günlük çalışma yaşamlarında önemli problemleri beraberinde getirdiği ulaşılan sonuçlar arasında yer almaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Cinsiyet, Kalıp Yargılar, Kadın İşgücü, Cam Tavan

### 1. Introduction

In the years when humanity's journey of life began, women's presence in a social structure that includes a division of labor based on physical power has resulted in their inability to participate actively and equally in the division of labor. As a result of the modernization of societies over time, especially the increasing need for labor force with the industrial revolution, women started to take a more active role in working life, and this situation gained momentum with the world wars that broke out in the following period. As a result of all these developments, women have actively entered working life, started to take part in all professions and started to earn economic income.

Social and economic developments have expanded the role of women in social and professional life. In parallel with these developments, women have also made progress in terms of career. Despite all these positive developments, women only have the opportunity to be represented to a certain extent all over the

\* Dr., ebr-76@hotmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 02.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 07.11.2022

world, especially in organizational life, and their rates of assignment in managerial positions remain statistically significantly low.

In this study, the concept of the glass ceiling, which represents the transparent organizational and perceptual barriers that prevent especially skilled female employees and/or other minorities from rising to senior management positions and career progression, and which is an important problem faced by female employees in organizations in working life, is examined in the context of female employees. Due to the fact that organizations adopt a male-dominated structure in working life, the roles attributed to women in society and certain stereotypes, female individuals cannot take on managerial positions, and despite their qualifications and skills, they are faced with the pressures of their male and female colleagues.

The aim of this study is to reveal the theoretical information on the subject with a literature review and to make an examination about the concept of "glass ceiling" by considering the results of the studies conducted around the world. For this purpose, a literature review on the 'glass ceiling' theme has been made and theoretical information has been presented. The study examines the concept of biological sex and gender, gender stereotypes, prejudices and roles, the historical development of the female workforce abroad and in Turkey, the definition of the glass ceiling concept and the glass ceiling barriers experienced by women, the factors leading to these barriers. With this study, it is also aimed to make the regulations and the measures clear that can be taken against barriers caused by glass ceiling, and to reveal what can be done in the process of combating the glass ceiling effect. In this study, some similar studies in the literature are examined in order to reveal how intensely and to what extent the glass ceiling makes a negative impact on women in working life in Turkey and abroad today, and obtained results are presented in order to make an evaluation.

The study examines the concept of biological sex and gender, gender-related stereotypes, prejudices and roles, the historical development of the female workforce abroad. It also explains the concept of glass ceiling and the factors that cause the glass ceiling effect experienced by women, and reveals the measures / methods that can be taken / implemented against the glass ceiling effect. This study also presents the results of some similar studies in the literature in order to reveal how intensely and to what extent the glass ceiling makes a negative impact on women in working life in Turkey and abroad today.

## **2. Concept of Biological Sex and Gender, Gender-Related Stereotypes, Prejudices and Roles**

The concept of biological sex consists of biological sex characteristics such as chromosomes, internal and external reproductive organs, hormonal structure and secondary sex characteristics (Öztürk & Uluşahin, 2015). Biological sex is also defined as the physiological and biological differences or (Leblebici & Karcioğlu, 2014) characteristics that result from an individual being male or female (Akin & Demirel, 2003) and includes two types of individuals within the same species that have reproductive differences (Beauvoir, 2019).

Differences in thinking about whether the dissimilarities between male and female individuals are based on biological or social reasons have been effective in the emergence of the concept of biological sex and gender (Dökmen, 2019). While the concept of biological sex refers to reproductive organs, the concept of gender includes social rules based on sex (Eckert & Ginet, 2003). In contrast to the concept of biological sex, which centers on the distinction between physical and biological characteristics, the concept of gender focuses on culture, social rules and values (Naylor, 1999). Gender determines how an individual is perceived by society because of his or her sex, and how women and men should look, think, feel, perceive and behave (Helman, 1990). Gender can also be expressed as psychological characteristics that are linked to the biological characteristics of the individual (Dökmen, 2019). The concept of gender, which individuals learn and internalize from birth (Clarke & Braun, 2012), has a broader meaning than the concept of biological sex in terms of explaining the roles of men and women in society (Robbins & Barnwell, 2002). The concept of gender, which includes the cultural construction of male and female characteristics (Kottak, 2002), can be used as a practice based on inequality, especially in societies with a patriarchal structure.

Judgments that include knowledge, beliefs and expectations of individuals about a certain group are conceptualized as stereotypes (Köşgeroğlu, 2010). The concept of prejudice, on the other hand, is the way

individuals treat and evaluate other individuals according to their group belonging. Prejudice represents unchangeable, negative beliefs and thoughts towards a certain group and as a result thereof, social differentiation emerges (Bilgin, 1994). The division of male and female individuals into two separate groups by society and the characteristics expected from these groups are called gender stereotypes (Dökmen, 2016). Gender stereotypes are shaped by the cultural characteristics of the society in which individuals live. This shaping effect can become a pressure factor and make a negative impact on individuals, causing women and men to behave according to the expectations of the society (Ersöz & Günindi, 2010; Giddens, 2008). The socio-cultural structure in which individuals exist and the social expectations related to their status within this structure, their responsibilities and the rules that include their interactions with people are defined as concept of role. Gender roles, on the other hand, are the duties and responsibilities assigned by the society to the individual different from those of the opposite sex based solely on being a woman or a man (Zeybekoğlu, 2013). Individuals who are born as a female or male grow up learning to be a woman or a man based on the roles determined by society regarding gender (Günay & Bener, 2011).

In adulthood, society expects individuals to behave according to the gender roles assigned to them (Giddens, 2008). In traditional societies based on patriarchal organization, male individuals dominate over female individuals in many areas, and gender stereotypes in these societies have determined the main duties of women as being a wife, mother, childcare and household work. Within the male-dominated social structure, male individuals have roles of leadership and authority within the family, are more economically active and independent, and are decisive in revealing in what direction gender stereotypes exist. In working life, male individuals continue to hold managerial positions, while female individuals can only have a say in management up to a certain level or are seen in assistant manager roles.

Although stereotypes about gender roles include general judgments in many countries of the world, the approach to female individuals is also highly influenced by the cultural structure of the countries, especially in eastern societies, the attitude and the way of thinking towards women is observed to be more negative than in western societies (Wilson, 1995). When individuals engage in behaviours that do not comply with gender roles, they may cause discomfort in society and face sanctions such as exclusion and condemnation. This situation pushes individuals to exhibit behaviours as required by gender roles. Although women are more economically active today than in the past and have achieved economic independence, society expects women who are involved in working life not to neglect their husbands, children and household responsibilities.

As a result, the roles and responsibilities attributed to women from birth within the scope of stereotypes, prejudices and gender roles in society have prevented women from taking part in all occupational groups. Especially in some occupational groups, they have caused women to remain in a lower level of managerial positions. Accordingly, women in working life have had to struggle with various problems and obstacles while trying to simultaneously fulfill the household duties and responsibilities that society expects from them and the duties and responsibilities they have to fulfill in their professional lives.

### **3. The Historical Process of Women’s Involvement in The Employment Abroad and in Turkey**

Gender difference has been an important factor in the creation and shaping of social, cultural and economic systems since the existence of humanity. In the early days of humanity, men were responsible for the need of hunting, shelter and protection for the group they belonged to, while women were taking on the task of gathering food and raising future generations. On the basis of physical difference, (Beauvoir 2019, p. 79) argues that the role differences that emerged in primitive societies regarding the provision of food also led to the first gender-based economic division of labor in society.

In the transition from the past to today's modern societies, the differentiation of production and distribution methods has brought sociological changes, and women have begun to engage in different situations and economic activities under different conditions (Berktay, 2012). On the other hand, the expansion of agricultural areas required people to use heavier tools, which again caused women to experience difficulties, especially in terms of physical power. Despite the changes that occurred as a result of the transition of society to a settled way of life, the developmental characteristics of the means of

production directed women from the stage of production, in which they had a limited role, to household work (Beauvoir, 2019).

The gender role assigned to women was suppressed in the middle ages in the face of the social and legal superiority of men (Shahar, 2003). In the feudal period, when female labor force was mostly used in agricultural activities, land ownership belonged to men and women could only own feudal land in the absence of male heirs (Beauvoir, 2019). Technological developments that occurred as a result of the Industrial Revolution in the 18<sup>th</sup> Century and the invention of tools facilitating production led to the division of labor and specialization and increased the need for female labor force. During this period, the female labor force migrated to the cities and was forced to work as worker for low pay under difficult conditions that did not require any qualifications. It was at the end of the 19<sup>th</sup> century (Taş, 2016) during World Wars I and II that women started to seek their rights. Women increased their share in the labor force by replacing men who were under arms in working life (Aytaç, 2001).

In the following periods, especially technological developments and changes, educational opportunities, changes in the family structure and positive changes in other services have created new working areas and new production processes that provide new job opportunities for women. Since the mid-21<sup>st</sup> century, especially in western countries, protective legal policies such as the prohibition of women's employment in some sectors have started to be implemented (Kocacık & Bilican, 2005).

When the social role of women in Turkey is examined, it is known that in the Hittites, one of the oldest civilizations living in Anatolia, dating back to 1600 BC, women had social priority, the country was ruled by a woman and women could own property (Doğramacı, 1982). However, women were removed from the social life during the Ottoman Empire (Makal, 2010). Until the Republican period, the very low level of education, social prejudices, and the adoption of the idea that women's place is inside the home prevented women from taking a continuous and active role in working life (Doğramacı, 1993). In this period, women could only do household works, domestic production of goods and farming (Tigince, 1998).

With the establishment of the Republic of Turkey in 1923, radical changes in society enabled women to take part in all areas of social life. In the early period of the Republic, women were able to work as employees in fields and factories and as civil servants in the public sector (Altan, 1980). As a result of the progress in industrialization, women entered the labor force at a higher rate as wage earners and workers (Makal, 2010). Improvements in women's rights after the early years of the Republic brought the percentage of women's involvement in the labor force to 81.5% in the 1950s (Tansel, 2002).

Women started to play a more active role in working life in the world and in Turkey after the 1970s and made efforts to take managerial positions, but they had to struggle with many obstacles (Şimşek et al., 2007). Although the development in female labor force in Turkey generally shows parallelism with the developments in the world (Makal, 2010), it can be stated that women in Turkey have a noticeable disadvantage in professional working life for many reasons (Öztürk & Kılıç, 2014).

#### **4. The Concept of Glass Ceiling and The Factors Causing Glass Ceiling Effect**

The "glass ceiling" concept first emerged in the United States. In 1977, the concept was mentioned in the book "Women and men in companies" by Kanter, and two female executives of Hewlett-Packard, Lawrence and Schreiber, made a presentation on the glass ceiling concept at the National Press Club in 1979. Bryant used the concept of Glass Ceiling in her article "Working Women" published in *Adweek* magazine in 1984 (Falk & Grizard, 2005).

The concept was first used in its full meaning in 1986 by Hymovitz and Schelhardt in a Wall Street Journal article on "women in business" (Jackson, 2001). Hymowitz and Schelhard (1986) express the concept as invisible barricades that prevent women from reaching top managerial levels and emphasize with the "Transparent Ceilings" discourse that women's achievements and talents are ignored, that there are invisible, transparent but impassable barriers between women employees and top management and that these barriers prevent women employees from the promotion.

The Glass Ceiling is defined as invisible, artificial barriers and boundaries that prevent women in particular from reaching senior managerial positions in working life as a result of certain prejudices in

society and organizations (Wirth, 2001). In other words, glass ceiling represents transparent barriers that prevent female employees from promoting to top management positions in companies (Powel & Butterfield, 1994). This theory, which represents the invisible and insurmountable barriers between working women and top management levels that prevent women from advancing, reveals that women are prevented from advancing because of their gender and that female employees feel oppressed under the glass ceiling (Hymowitz & Schelhard, 1986).

The concept of glass ceiling, which has various definitions in many different sources, is not limited to women, ethnic minorities, men (Lockwood, 2004) and individuals with disabilities can also experience glass ceiling effect in career processes like women (Braddock & Bachelder, 1994). The definition (Babita, 2006), in which the ceiling metaphor emphasizing the limit is used -for the aforementioned reasons- to represent a barrier that can be felt even though it is not based on concrete reality, due to which an employee who can be in the upper managerial levels works in the lower levels of the organization and is prevented from the promotion, is used in this study mainly for female employees and so as to cover all the obstacles and injustices that prevent women who want and strive to move to senior managerial positions in the organization from rising (Lockwood, 2004).

Although the number of female managers in working life has been increasing in recent years, it is seen that the number of female employees in senior management positions is still not at a very high level (Mizrachi & Araci, 2010) and women are still mostly employed in middle-level managerial positions (Vianen & Fischer, 2002). The studies conducted in the world and in Turkey show that gender-based glass ceiling barriers are categorized in different ways.

As can be seen in Table 1, the factors that cause the glass ceiling effect are classified into three categories: individual, organizational and social factors (Dreher, 2003; Weyer, 2007).

**Table 1. Factors Causing the Glass Ceiling Effect**

Factors Causing the Glass Ceiling Effect		
Individual Factors	Organizational Factors	Social Factors
Taking on Different and Many Roles Personal Choices and Perceptions	Organizational Culture and Policy Insufficient Guidance Services Inability to Participate in Informal Communication Networks Employment Long-term Employment of Employees Practices on Career and Promotion Opportunities	Gender-based Grouping of Occupations Stereotypes, Judgments and Prejudices Related to Gender Roles Model of Glorified Leadership

**Source:** Dreher, G. F. (2003). Breaking the Glass Ceiling: The Effects of Sex Ratios and Worklife Programs on Female Leadership at the Top, Human Relations.

Snaveley (1993) states that male dominance causes the glass ceiling effect in working life and explains the reasons for male dominance as follows:

**Table 2. Causes of Male Dominance**

Causes of Male Dominance
Stereotypes about women, Lack of Communication between Female Employees and Male Employees Alignment of Career and Job Descriptions with Male Needs Men Not Preferring to Work with Women

**Source:** Snaveley, K. (1993). “Managing Conflict Over the Perceived Progress of Working Women”, Business Horizons, 36(2), 17-22.

Even if female employees have higher levels of education, they are concentrated in specific jobs, often in jobs with lower social prestige and wage than male employees, or in jobs that are a continuation of their roles as a woman / mother. Female unemployment rate is also higher worldwide (Bierema, 2001).

Today, it is stated on all platforms that there are inequalities in the working conditions of women working at the managerial level of companies and organisations. Even if the findings are not official, they reveal that employers use gender as a control mechanism over women (Wright, 2015). This situation also varies according to the culture of the country and behaviours are influenced by culture (Oxoby, 2015).



Even if the findings are not official, they reveal that employers particularly use gender as a control mechanism over women (Wright, 2015). This situation also varies according to the culture of the country and behaviours are influenced by culture (Oxoby, 2015).

The individual-based classification of glass ceiling barriers, which constitute the biggest obstacle for women in working life, is given in the table below.

**Table 3.** Individual-Based Classification of Glass Ceiling Barriers

Glass Ceiling Barriers		
Barriers Set by Male Managers	Barriers Set by Female Managers	Self-imposed barriers
Male Perspective in Patriarchal Culture Roles assigned to women such as motherhood and wifehood Being Perceived as Inadequate in terms of personality, determination and resilience Communication Difficulties Protectionist approach towards women	The desire to be unrivalled Not supporting and preventing the promotion of female employees who they think do not put in as much effort as they do, Supporting male employees "Queen Bee Syndrome" Adopting male patterns of behaviour, Treating women with stereotypes	Adoption of a conformist viewpoint, Belief that the system cannot be changed Having to support the system Lack of belief in self-improvement and in changing conditions, Discouragement in fulfilling career requirements Lack of self-confidence, Aimlessness

**Source:** Yaylacı, G. Ö. (2004). "Kadın Yöneticiler İçin Kariyer Gelişmelerinde Örgüt İçi Kişilerarası İlişki Ağlarını Yönetmek", Kadın Çalışmalarında Disiplinler Arası Buluşma Sempozyumu, Yeditepe Üniversitesi İstanbul, Türkiye.

The glass ceiling is the barriers based on the gender, not the qualifications, of female employees in working life (Zel, 2002). Female employees may have to make much more effort than male employees in order to stand against traditional practices in business life, to be successful, to make themselves accepted and to reach the career they want (Şimşek et al., 2007). This situation negatively affects women's work efficiency in their working life and may give women employees a sense of learned helplessness that the situation will not change (Dündar, 2013).

### 5. Consequences of The Glass Ceiling Effect, Measures to Prevent The Glass Ceiling Effect

Women who try to advance in their careers in working life face gender-based stereotypes and prejudices, especially by managers. Female employees, who are expected to behave in line with gender roles determined by society, cannot reach top managerial positions due to unfair wage policies, insecure attitudes towards women and hit an invisible, transparent wall. This situation creates a number of negative consequences for female employees.

The classification of the consequences of the glass ceiling effect can be seen in the table below:

**Table 4.** Individual and Organizational Consequences of the Glass Ceiling

Consequences of the Glass Ceiling Effect	
Individual Consequences of the Glass Ceiling	Organizational Consequences of the Glass Ceiling
Work alienation, Job Dissatisfaction Decreased Commitment to the Business Loss of Motivation Assuming Multiple Roles Underperformance	Increasing Costs Increase in Absenteeism Decline in service and productivity quality High labour turnover

**Source:** Snavely, K. (1993). "Managing Conflict Over the Perceived Progress of Working Women", Business Horizons, 36(2), 17-22.

Knutson and Schmidgall (1999) describe the methods and strategies to prevent the glass ceiling syndrome as follows:

- Regulation of legal structures and procedures to prevent gender discrimination by central governments
- Merit-based, non-biased approaches to equal application of labour laws, hiring and promotion procedures, and the implementation of related plans and programs.
- Providing women with opportunities to develop their skills and guidance in the career process.

- Providing female investors with equal opportunities with men  
Schneer & Reitman (2002)
- Performance enhancement
- Receiving academic and field-oriented education
- Participation in career development trainings
- Working together with a mentor
- Improving social relationships and communications

Measures that can be taken against the Glass Ceiling are also classified as organizational as well as individual on the basis of women.

**Table 5.** Measures to Prevent the Glass Ceiling Effect

Measures to Prevent the Glass Ceiling Effect	
Organizational Measures	Individual Measures
Supporting Female Employees with Trainings and Creating a Motivational Force Using Scientific Data on Female Managers. Protecting Women's Labour Rights, Providing them with Social Services by Making Regulations on Motherhood Supporting Women in Entrepreneurship Increasing and Supporting Female Cooperation	Building Positive Communication Building Self-Confidence Correct Analysis of Organisational Culture Becoming Familiar with New Regulations Balancing Family and Work Life

**Source:** Şimşek, M.Ş., Çelik, A., Akatay, A. (2007). *Kariyer Yönetiminde Güncel Bir Kavram Olarak Cam Tavan Sendromu ve Kadın Yöneticiler Boyutu. Kariyer Yönetimi ve İnsan Kaynakları Yönetimi, Uygulamaları, Ankara: Gazi Kitabevi.*

In the report published by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) in 2019, it is stated that Turkey has the lowest female labour force participation rate among the member countries of the organization. According to 2017 figures, female labour force participation rate is 33.6% in Turkey, 43% in Mexico and 44.7% in Greece. It is emphasized that the countries with the highest female labour force participation rates are Iceland with 78.7%, Sweden with 70%, Estonia with 67.2% and Norway with 67.1% ([www.tr.euronews.com](http://www.tr.euronews.com) oecd-de-kadinlarin-is-gucune-katilim-oraninin-en-dusuk-oldugu-ulke-turkiye, 2019).

According to the results of the Address Based Population Registration System (ABPRS), obtained in 2021, 49.9% of the total population in Turkey consist of women and 50.1% consist of men ([www.TÜİK](http://www.TÜİK) Address Based Population Registration System Results, 2021).

According to the results of the National Database on Education Statistics, the proportion of individuals aged 25 years and over with at least one level of education in the total population is 92.9% in 2020. In 2020, the proportion of those who have completed at least one level of education is 87.7% for women and 98.1% for men.

The proportion of the population aged 25 years and over with at least a university degree in the total population is 21.1% in 2020. When this rate is analysed by gender, the proportion of women aged 25 years and over with at least a university degree is 19.9% and the proportion of men is 24.4% in 2020.

According to the results of the household labour force survey, the proportion of people aged 15 and over who are employed in Turkey is 42.8% in 2020, which is 26.3% for women and 59.8% for men. According to the results of the research, the labour force participation rate of illiterate women in 2020 is 12.4%, the labour force participation rate of women with lower level of high school education is 24.1%, the labour force participation rate of women graduated from high school is 29.9%, the labour force participation rate of women graduated from vocational or technical high school is 37.0%, and the labour force participation rate of women graduated from universities is 65.6%. According to the results of the same research conducted in 2020, the employment rate of women in the 25-49 age group with children under the age of 3 was 25.2%, while the employment rate of men was 85.5%. In 2020, the rate of women in senior and middle managerial positions in organizations is stated as 19.3%. According to the data of the

Ministry of Foreign Affairs, the ratio of female ambassadors in 2021 was 26.5%, while the ratio of male ambassadors was 73.5%. According to the data of the Grand National Assembly of Turkey, the number of female deputies among 582 deputies was 101 and the number of male deputies was 481 as of the end of 2021. According to higher education statistics, 32.4% of professors in higher education in the 2020-2021 academic year are women ([www.data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin](http://www.data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin), 2021).

## 6. Studies on The Glass Ceiling Effect

Gender studies conducted on the working conditions in organizations reveal that women working in organizations managed with a modern management approach work under better conditions than women working in organizations managed with a traditional management approach. Studies also reveal that there are still some problems in the representation of women even if the managerial approach is different. Examples of these problems include the fact that female employees are employed in lower level of employment than male employees despite their qualifications, and that they are left behind in decision-making mechanisms compared to male managers (Sobering, 2014).

In another study on American political life, it is seen that male individuals have a dominant presence in American political life compared to female individuals. It reveals that women candidates have not been able to achieve their goals sufficiently, despite the fact that women candidates have carried out as successful studies as male candidates and have received as many votes as male candidates (Schneider, et al., 2014).

Studies on promotion reveal that women are not given enough career opportunities and are not promoted at the same level as male employees (McCarthy, 2015). A study conducted in the health sector in the United States between 1990 and 2000 reveals that female employees are far behind male employees in terms of salary and promotion. In the study, female employees state that they do not feel that they are given as many career opportunities as their male colleagues. In the results of the study, it is emphasized that the conditions for the promotion to senior managerial positions are very difficult for female managers (Park, et al., 2014).

A study conducted in 2010 by Skillset on the promotion opportunities of women working in the UK creative media industry revealed that the presence of female employees in the sector is 46%. Although the proportion of female employees working in the publishing industry is 61%, the proportion of female employees in the gaming industry is 5% and the proportion of female employees in the radio industry is 47%. The study states that women suffer from gender discrimination and do not have the same promotion opportunities as their male colleagues (Hesmondhalgh & Baker, 2015).

A cross-country study has attempted to demonstrate that differences between men and women are perceptual and vary by country. Differences between men and women are perceived in terms of behaviour in Bolivia, Peru, New Zealand and Scotland, while they are perceived in terms of power in Nigeria, Japan and North Africa. The results of the research have revealed that the high level of development of countries decreases the difference between male and female stereotypes (Triandis, 1994).

A survey conducted among members of the American Management Society, reveals that 69% of women think that it is more difficult for women to be promoted in an organization than men. 90% of this group sees the stereotypical ideas of male managers as the reason for this situation. Other reasons why it is more difficult for women to promote compared to men are difficulties in communication, lack of vision, and the inadequacy to know the games in business life. According to 72% of the women who participated in the study, women feel under high levels of pressure to perform well. 81% of the women felt that this pressure negatively affects women's private lives more than it does men's. ([www.ugurzel.com/Makaleler/kralicearisendromu.htm](http://www.ugurzel.com/Makaleler/kralicearisendromu.htm), 1999).

A study on the significantly low female involvement in senior management in business life around the world reveals that although the proportion of women in business life is 60% in European Union countries, this rate is very low in senior positions. According to a 2012 report by the European Commission, only 13.7% of the chairing persons of large companies are women ([www.tusiad.org.tr](http://www.tusiad.org.tr), <http://www.tusiad.org.tr/bilgi-merkezi/fikir-ureten-fabrikadan/ust-yonetimde-kadin-temsili--avrupa-birligi-ve-turkiyedeki-gelisimler>, 2012). According to a study conducted by Grant Thornton, an

international independent audit firm, the representation rate of women in senior management was 21% worldwide in 2012. ([www.grantthornton.com/careers/pdfs](http://www.grantthornton.com/careers/pdfs), 2012).

In a study examining how the glass ceiling phenomenon makes an impact on women's selection, promotion and effectiveness in the Asian countries, it is stated that the glass ceiling is a global phenomenon and that the public sector struggles with this phenomenon as much as organizations in the private sector. In the study, it is emphasized that work and family conflict is very effective in the context of glass ceiling due to cultural characteristics in Asian countries, especially in South Asia. It is also emphasized in the study that even in the 21<sup>st</sup> century, the glass roof effect continues to make its presence felt and that organizational policies and special law practices can provide resistance against the glass ceiling (Saleem, et al., 2017).

Another study reveals that female employees face various limitations in leadership positions, and that factors such as the idea that leadership positions are more suitable for men, gender-based inequality, discrimination, and envy by other female employees limit women's success as leaders. The study also emphasizes that in traditional societies and administrations, leaders are expected to have masculine characteristics due to unwritten rules ([www.rithink.hr/brochure/pdf/Breaking the Glass Ceiling through Self-Actualization and Performance Improvements in Croatia](http://www.rithink.hr/brochure/pdf/Breaking%20the%20Glass%20Ceiling%20through%20Self-Actualization%20and%20Performance%20Improvements%20in%20Croatia.pdf), 2014).

## 7. Conclusion

In the 21<sup>st</sup> century, women have started to be employed in fields where men can work and to take an active role in management as men. Despite female inclusion in economic life and their involvement in every stage of production processes over time, various problems have started to come to the agenda as a result of the desire of female employees to promote to senior managerial positions in organizational life. The concept of Glass Ceiling emerged in this context and took its place in the literature as the invisible, transparent barriers that women face in working life (Powel & Butterfield, 1994). Although female individuals are not different from male individuals in terms of qualifications and competencies in today's modern organizational management approach, they may experience various problems due to the glass ceiling effect and may be exposed to various discrimination.

In this study, a literature review on the relevant subject has been conducted and theoretical information has been presented. As a result of the examination of some studies conducted in the field, it has been determined that female employees face social stereotypes, prejudices and behavioural expectations in accordance with gender roles in the process of reaching senior career positions.

From the findings obtained, it was also concluded that the glass ceiling effect made its presence felt in organizations that are actively present in professional working life all over the world and that it is generally caused by similar reasons.

The study has also revealed the results of the queen bee syndrome, which is another expression related to the existence of female managers who adopt the behaviour patterns of men, approach and treat women with stereotypes. Among the other results of the study is that the number of female senior executives in Turkey and abroad is lower than the number of male individuals and that women are unable to reach top managerial positions. It can be stated that minimizing the effects of the glass ceiling, which is a global phenomenon, on women's working life will be possible only if managers who are open to innovations, educated, transparent and visionary develop various organizational measures together with female employees. It is possible to state that a change in gender roles and the attitude towards women in traditional societies is also linked to improving the level of education in society, regardless of gender. It can also be stated as a necessity to offer equal career opportunities to all employees in organizations, to support women with various trainings for working life and to increase their self-confidence levels. It is possible to state that making the necessary regulations on women's working lives on the legal platform can also provide effective solutions to the glass ceiling barriers that female employees face in their professional lives.

## References

- Akın, A., & Demirel, S. (2003). *Toplumsal cinsiyet kavramı ve sağlığa etkileri*. C. Ü. Tıp Fakültesi Dergisi, 25(4), 73-82. <https://docplayer.biz.tr/6804512-Toplumsal-cinsiyet-kavrami-ve-sagliga-etkileri.html>. [Accessed: 06 May 2022].
- Altan, Ö. Z. (1980). *Kadın işçiler ve Türkiye'de kadın işçilerin 1457 sayılı iş kanununa göre korunması*. Eskişehir İktisadi ve Ticaret İlimleri Akademisi Yayınları.
- Andrijasevic, A., Kuznin, M., & Samardzija J. (2014). Breaking the glass ceiling through self-actualization and performance improvements in croatia. *RITthink*, (4), 3-9.
- Aytaç, S. (2001). *Çift kariyerli eşler ve çalışma yaşamındaki yeri*. Ezgi Kitabevi.
- Aytaç, S., & Sevüktekin, M. (2002). *Çağdaş sanayi merkezlerinde kadın işgücünün konumu: Bursa örneği*. Yorum Yayınları.
- Babita, Mathur-H. (2006). Women and the glass ceiling in south Africa banks: an illusion or reality?. *Women in Management Review*, 21(4), 311-326.
- Beauvoir, S. D., (2019). *İkinci cinsiyet*. Koç Yayınları.
- Berktaş, F., (2013). *Feminist teoride açılımlar*. In Yıldız Ecevit, Nadide Karkıner (Ed.), *Toplumsal cinsiyet çalışmaları* (pp.4-23), Anadolu Üniversitesi.
- Bierema L. L. (2001). Women, Work, and Learning, *New directions for adult and continuing education*, (92), 53-62. <https://doi.org/10.1002/ace.40>
- Bilgin, N. (1994). *Sosyal bilimlerin kavşağında kimlik sorunu*. Ege Yayıncılık.
- Birgit, W. (2007). Twenty years later: Explaining the persistance of the glass ceiling for women leaders. *Women in Management Review*, 22(6), 482-496.
- Braddock, D., & Bachelder, L. (1994). *The Glass Ceiling and Persons with Disabilities*. The Glass Ceiling Commission U.S. Department of Labor.
- Clarke V., & Braun V. (2012). *Toplumsal cinsiyet*. In Dennis Fox, Isaac Prilleltensky & Stephanie Austin (Ed.), *Eleştirel psikoloji içinde* (pp. 31-51), Ayrıntı Yayınları.
- Doğramacı, E. (1982). *Türkiye'de kadın bakları*. Üniversal Kitapevi.
- Doğramacı, E. (1993). *Atatürk'ten günümüze sosyal değişimde Türk kadını*. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi.
- Dökmen, Z. (2019). *Toplumsal cinsiyet ve sosyal psikolojik açıklamalar*. Remzi Kitabevi.
- Dündar, G. (2013). *İnsan kaynakları yönetimi*. Beta Yayıncılık.
- Dreher, G. F. (2003). Breaking the glass ceiling: the effects of sex ratios and worklife programs on female leadership at the top, *Human Relations*, 56(5), 541-562. <https://doi.org/10.1177/0018726703056005002>.
- Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (2003). *Language and gender*. Cambridge University Press, <https://ebookcentral.proquest.com>. [Accessed: 18 December 2021].
- Ersöz, G. A. (2010). Türk atasözleri ve deyimlerinde kadına yönelik toplumsal cinsiyet rolleri. *Gazi Türkiyat Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, 1(6), 167-182.
- Falk, E., & Grizard, E. (2005). The glass ceiling persists: women leaders in communication companies. *Journal of Media Business Studies*, 2(1), 23-49.
- Fettahlıoğlu, O., & Çelik A. (2007). *Kariyer yönetiminde güncel bir kavram olarak cam tavan sendromu ve kadın yöneticiler boyutu*, In Şerif Şimşek, Adnan Çelik, Ayten Akatav (Ed.) *Kariyer yönetimi ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları*. Gazi Kitabevi.
- Helman, C. G. (1990). *Culture, health and illness*. Elsevier.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2015). The social review journal sex, gender and work segregation in the cultural industries. *The Sociological Review*, <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12238>.
- Hu T., & Myeong-Y. (2008). Is The glass ceiling cracking? A simple test, *Discussion Paper*, 3518, 1-20.
- Hymowitz, C., & Schellhardt, T. D. (1986). The glass ceiling: Why women can't seem to break the invisible barrier that blocks them from the top jobs. *The Wall Street Journal*, 24(1), 1573-1592.
- Jackson, Janet C. (2001). Women middle managers perception of the glass ceiling. *Women in Management Review*, 16(1), 30-41.

- Kocack, F., & Bilcan Gökkaya, V. (2005). Türkiye’de çalışan kadınlar ve sorunları. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 195-219.
- Kottak, Conrad P. (2002). *Antropoloji insan çeşitliliğine bir bakış*. Ütopya Yayınevi.
- Köşgeroğlu, N. (2010). *Kalın duvar ince zar*. Alter Yayıncılık.
- Knutson, Bonnie J., & Scmidgall, Raymond, S. (1999). Dimensions of the glass ceiling in the hospitality industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 64-75. <https://doi.org/10.1177/001088049904000618>.
- Leblebici, Y., & Karcioğlu, F. (2014). Kadın yöneticilerde kariyer engelleri: “Cam tavan sendromu” üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4), 1-20.
- Lockwood, N. (2004). The glass ceiling: Domestic and international perspectives. *Research Quarterly*, 1-49.
- Makal, A. (2010). Türkiye’de erken cumhuriyet döneminde kadın emeği. *Çalışma ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, 2(25), 13-36.
- Mızrahi, R., & Aracı, H. (2010). Kadın yöneticiler ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.
- McCarthy, C. (2015). What advice can you give women to encourage them in their careers?. *Recruiting & Retaining Adult Learners*, (18)2, 3-3. <https://doi.org/abs/10.1002/nsr.30099>.
- Negiz, N., & Yemen, A. (2011). Kamu örgütlerindeki kadın yöneticiler: Yönetici ve çalışan açısından yönetimde kadın sorunsalı. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 195-214.
- Naylor, J. (1999). *Management*. London Financial Times Professional Limited.
- Robbins, Stephen P., & Barnwell, N. (2002). *Organisation theory: Concepts and cases*. Pearson Education.
- Oktar, T. (1998). *Osmanlı toplumunda kadının çalışma yaşamı: Osmanlı kadınları çalışma cemiyet-i islamiyesi*. Bilim Teknik Yayınevi.
- Oxoby, M. (2015). The ages of wonder women: Essays on the amazon princess in changing times. *The Journal of American Culture*, 38(3), 316-317.
- 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): 117-135, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/yonveek/article/view>. [Accessed: 19 January 2022].
- Öztürk, S., & Kılıç D. (2014). Türkiye’ de kadınların işgücüne katılımı önündeki engeller ve çözüm yolları: Bir ampirik uygulama. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(1), 107-130.
- Öztürk, M., & Uluşahin A. (2015). Ruh sağlığı ve bozuklukları, *Psychiatric Society Journal*, 11, 6-30.
- Park, S., G., Kang, H., J., Lee Hyung R., & Kim, S., J. (2014). The effects of LMX on gender discrimination and subjective career success, *Asia Pacific Journal of Human Resources* page. <https://doi.org/10.1111/1744-7941.12098>.
- Peter K., & Villeval M. C. (2015). Are women more attracted to co-operation than men?, *The Economic Journal*. <https://doi.org/10.1111/eoj.12122>.
- Powell, G. N. & Butterfield, D. A. (1994). Investigating the glass ceiling phenomenon: An empirical study of actual promotions to top management, *Academy of Management Journal*, 37(1), 68-86.
- Redman, B.T. (2012). Üst yönetimde kadın temsili: Avrupa birliği ve Türkiye’deki gelişmeler. <http://www.tusiad.org/bilgi-merkezi/fikir-ureten-fabrikadan/ust-yonetimde-kadintemsili--avrupa-birligi-ve-turkiyedeki-gelismeler>. [Accessed: 02 May 2022].
- Rozi, M., & Aracı, A. (2010). Kadın yöneticiler ve cam tavan sendromu üzerine bir araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.
- Saleem, S., Rafiq, A., & Yusaf, S. (2017). Investigating the glass ceiling phenomenon: An empirical study of glass ceiling’s effects on selection-promotion and female effectiveness. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(1),1-19. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2021-45635>. [Accessed: 13 March 2021].
- Schneer, A.J. & Reitman, F. (2002). Managerial life without a wife. *Journal of Business Ethics*, 37, 25-38.

Schneider, M. C., Holdman, M. R., Diekman, A. B., & McAndrew, T. (2016). Power, conflict, and community; How gendered views of political power influence women's political ambition, *Political Psychology*, 37(4), 510-515.

Shahar, S. (2003). The fourth estate: A history of women in the middle ages. <https://ebookcentral.proquest.com>, <http://www.rithink.hr> › brochure › pdf › vol4\_2014. [Accessed: 22 January 2022].

Şimşek, H. (2011). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kadın üreme sağlığına etkisi: Türkiye örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(2), 119-126.

Şimşek, M.Ş., Çelik, A., & Akatay, A. (2007). Kariyer yönetimi ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları. Gazi Kitabevi.

Snaveley, K. (1993). Managing conflict over the perceived progress of working women. *Business Horizons*, 36(2), 17-22.

Sobering, K., Thomas, J., & Williams C.L. (2014). Gender in/equality in worker-owned businesses. *Sociology Compass*, 8(11), 1242-1255.

Tansel, A. (2002). İktisadi kalkınma ve kadınların işgücüne katılımı: Türkiye'den zaman serisi kanıtları ve illere göre yatay kesit kestirimleri, *ERC Working Papers in Economics*, 01/05T, 1-31.

Taş, G. (2016). Feminizm üzerine genel bir değerlendirme: Kavramsal analizi, tarihsel süreçleri ve dönüşümleri, *Akademik Hassasiyetler*, 3(5), 163-175.

Thornton, G. (2012). Women in senior management. International Business Report. <https://www.grantthornton.com> › careers › pdfs. [Accessed: 22 January 2021].

Toksoy, R. (2012). Üst yönetimde kadın temsili: Avrupa birliği ve Türkiye'deki gelişmeler, <http://www.tusiad.org.tr/bilgi-merkezi/fikir-ureten-fabrikadan/ust-yonetimde-kadin-temsili--avrupa-birligi-ve-turkiyedeki-gelistmeler>. [Accessed: 17 March 2022].

Triandis, Harry, C. (1994). *Culture and social behavior*. McGraw-Hill.

Ünay, G., & Özgün, B. (2011), Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri, *TSV*, 15(3), 157-171.

TÜİK (2021) <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin>. [Accessed: 15 February 2022].

TÜİK (2021) Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. [Accessed: 15 February 2022].

TÜİK (2020) Ulusal Eğitim İstatistikleri Veri Tabanı, 2020, TÜİK, Hane halkı İşgücü Araştırması. [Accessed: 19 March 2022].

Van Vianen, A.E.M., & Fischer, A.H. (2002). Illuminating the glass ceiling: The role of organizational culture preferences. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75(3), 315-337.

Varoğlu, B. D. (2001). *Örgütsel yaşamda toplumsal cinsiyet rolleri*, In Salih Güney (Ed.), Yönetim ve organizasyon. Nobel Yayın Dağıtım.

Weyer, B. (2007). Twenty years later: explaining the persistence of the glass ceiling for women leaders. *Women in Management Review*, 22(6), 482-496.

Weyer, B. (2006). Do Multi-source feedback instruments support the existence of a glass Ceiling for women leaders. *Women in Management Review*, 21(6), 441-457.

Wilson, Fiona, M. (1995). *Organizational behaviour and gender*. McGrawHill Book Company.

Wirth, L. (2001). *Breaking through the glass ceiling: Women in management*. International Labour Organization.

Wright, T. (2015). Women's experience of workplace interactions in Male-dominated work: The intersections of gender. Sexuality and Occupational Group, *Journal of Gender*. <https://doi.org/10.1111/gwao.12074>. [Accessed: 12 March 2022].

Yaylacı, G. Ö. (2005). Kadın yöneticiler için kariyer gelişmelerinde örgüt içi kişilerarası ilişki ağlarını yönetmek. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(23), 213-220.

Zel, U., (1999). İş arenasında kadın yöneticilerin algılanması ve kraliçe arı sendromu, [www.ugurzel.com/Makaleler/kralicearisendromu.htm](http://www.ugurzel.com/Makaleler/kralicearisendromu.htm), [Accessed: 07.05.2021].

Zeybekoğlu, Ö. (2013). *Toplumsal cinsiyet bağlamında erkeklik olgusu*. Eğiten Kitap.

<https://tr.euronews.com> (2019) /oecd-de-kadinlarin-is-gucune-katilim-oraninin-en-dusuk-oldugu-  
ulke-turkiye. [Accessed: 03 February 2022].

<https://www.hayatadokun.org.tr/.../kadinlarin-is-hayatinda-karsilastiklari-sorunlar,2022>. [Accessed:  
01 April 2022].

<https://www.muminsekman.com>, [www.kariyer.net/ik-blog/wp-content/upload/2022](http://www.kariyer.net/ik-blog/wp-content/upload/2022). [Accessed: 01  
April 2022].

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Davranışsal İletişim Araştırmalarında Aracılık Testine Genel Bir Bakış

Fatih ÇELİK\* 

## ÖZ

Davranışsal iletişim araştırmacıları, son dönemlerde değişkenler arasındaki ilişkilerin 'neden' ve 'nasıl' gerçekleştiğine dair açıklamalar sunmak amacıyla aracılık testine başvurmuşlardır. Bu ilişkilerin ardında yatan mekanizmanın açıklanmasına imkân sunan aracılık testinin araştırmacılar tarafından kullanılması araştırma modelinin hikayesini okuyucuya aktarabilmek için kaçınılmazdır. Ancak yakın geçmişte aracılık testinin uygulanmasına yönelik metodolojik tartışmaların işaret ettiği üzere aracılık testinin felsefik arka planının yeterince anlaşılması ve bu doğrultuda metodolojik düzeyde ezber uygulamaların davranışsal iletişim araştırmalarında özellikle sergilendiği dikkat çekmektedir. Bu sorunsalın önüne geçebilmek amacıyla gerçekleştirilen bu metodolojik çalışmada, aracılık testinin felsefik ve metodolojik arka planı tartışılmaya ve genel bir bakış sunulmaya çalışılmaktadır. Ayrıca, ilgili tartışmanın yeni bir metodolojik bilgi birikimi oluşturmasının yanında, mevcut durumun daha anlaşılır kılınarak sade bir şekilde araştırmacılara sunulması da bu çalışmada amaçlanmaktadır. Gelecekte davranışsal iletişim araştırmacıları aracı değişkenli modellerinin test ederken açık prosedür yaklaşımını kullanması (önyükleme gibi), dolaylı etki için bir sınıflandırma yapmaması, aracılık için hipotezlerini literatür veya teorilere göre geliştirerek bölümlenme veya iletilimsel yaklaşımı tercih etmesi beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Aracı Değişken, Aracılık Modeli, Aracılık Testi, Aracılık Analizi, Dolaylı Etki, Davranışsal İletişim Araştırmaları.

## An Overview of Mediation Testing in Behavioural Communication Research

### ABSTRACT

Behavioural communication researchers have recently consulted on mediation testing to provide explanations of 'why' and 'how' the relationships between variables occur. The use of the mediation test, which allows researchers to explain the mechanism behind these relationships, is inevitable in telling the reader the story of the research model. However, as the methodological debates on the application of mediation testing in the recent past indicate, it is remarkable that the philosophical background of the mediation test is not sufficiently understood, and accordingly the methodological practices are especially exhibited in behavioural communication research. To avoid this problem, this methodological study discusses the mediation test's philosophical and methodological background and provides an overview. This study aims not only to create a new methodological body of knowledge but also to make the existing methodological one more understandable and to present it to researchers in a straightforward way. In the future, behavioural communication researchers are expected to use the implicit procedural approach (e.g., bootstrapping) when testing models with mediation variables, not to make a classification for the indirect effect, and to develop their hypotheses for mediation according to the literature or theories and prefer the segmentation or transmission approach.

**Keywords:** Mediation Variable, Mediation Model, Mediation Test, Mediation Analysis, Indirect Effect, Behavioural Communication Research.

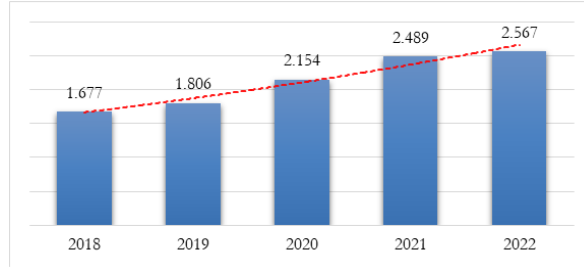
### 1. Giriş

Davranışsal iletişim süreçleriyle ilgili teori ve hipotezlerin birçoğu, bir değişkenin diğer değişken üzerindeki etkisini bir veya daha fazla aracı değişken yoluyla dolaylı olarak ilettiği çok değişkenli ilişkileri içermektedir. Bu tür etkilere kısaca dolaylı etkiler (indirect effect) veya aracı (mediation) değişkenli modeller denmektedir (Slater vd., 2008, s. 5). İletişim araştırmacıları genellikle bir etkiyi ortaya çıkaran süreçlere ilişkin kapsamlı bir anlayış ortaya koymaya çalışarak bir olgunun diğerini nasıl etkilediğine ilişkin arkada yatan aracılık denilen mekanizmaları sıklıkla araştırmaktadırlar (Alfons vd., 2022, s. 591). Bakıldığında, iletişim ve medya araştırmaları alanında nicel bir araştırma yöntemi olarak aracılık testini kullanan çalışmaların sayısı son zamanlarda hızlı bir şekilde artmaktadır. Örneğin, son gerçekleştirilen bir derleme çalışmasına göre, uluslararası itibara sahip olan nitelikli beş iletişim dergisinde (Journal of Communication, Human Communication Research, Communication Research, Journalism & Mass Communication Quarterly ve Media Psychology), 1996 ve 2017 yılları arasında aracılık testini

\* Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi, fatihcelik2842@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 06.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 02.11.2022

gerçekleştiren toplam 387 makale yayınlanmıştır (Chan vd., 2022). Öte yandan, 3 Kasım 2022 tarihi itibarıyla Scopus veri tabanında aracılık testi ile ilgili bazı anahtar kelimeler (mediation, mediation analysis, indirect effect, mediation variable, intervening variable, mediating) kullanılarak gerçekleştirilen ve iletişim alanı ile 2018-2022 yılları arası şeklinde kısıtlama uygulanan basit bir tarama sonucunda 10.693 yayın ortaya çıkması da aracılık testinin iletişim araştırmacıları arasında son yıllarda yaygın bir şekilde kullanıldığına dair önemli bir ipucu sunmaktadır (Bkz. Şekil 1). Bu sayılar, teorilerin gelişimi açısından davranışsal iletişim araştırmalarında değişkenler arasındaki doğrudan ilişkilerin yanı sıra, farklı mekanizmaların da bu ilişkide rolü olabileceği gerçeğinden hareketle aracı değişkenlerin önemine işaret etmektedir. Kısaca, özellikle iletişim alanında medya etkilerinin daha karmaşık modelleri daha sofistike istatistiksel yöntemler aracılığıyla araştırılmakta ve iletişim süreçlerini birbirine bağlamak için sıklıkla kullanılmaktadır (McLeod vd., 1991, s. 241).



**Şekil 1.** Scopus Veri Tabanında Son Yıllarda Aracılık Testi ile ilgili İletişim Alanındaki Yayınların Sayısı

Dolaylı medya ve iletişim etkilerinin kavramsallaştırılmasının önemli bir nedeni aracı değişkenlerin medya etkilerinin ‘nasıl’ ve ‘neden’ ortaya çıktığına dair önemli açıklamalar sağlamasıdır (Valkenburg vd., 2016, s. 324). Bu açıklamalar, belirli teorilerin meydana gelmesine ve araştırmalar yoluyla bunların test edilmesini sağlamaktadır. Bakıldığında, iletişim alanı, değişkenler arasında ilişkileri incelemek ve önermeler gerçekleştirmek için gerekli kavramsal çerçeveleri ve gerekçeleri sağlayan çok sayıda teoriye sahiptir (Chan vd., 2022, s. 464). Özellikle, bazı medya etki teorilerini içselleştirmek adına davranışsal iletişim araştırmacılarının dolaylı etki veya aracı değişkenli model felsefesini anlayabilmeleri önemlidir. Örneğin, Katz ve Lazarsfeld (1955) tarafından öne sürülen iki aşamalı akış teorisine göre, medyanın insanlar üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığı, bunun yerine kanaat önderlerinin kişisel etkileri aracılığıyla dolaylı bir etkisinin olduğu ileri sürülmektedirler (Valkenburg vd., 2016, s. 319). Öte yandan, daha yakın zamanlarda, sosyal bilişsel teori, siyasal iletişim etkilerinin koşullu modeli, güçlendirici sarmal model, medya etkileri modeline yönelik farklı duyarlılık, gündem belirleme teorisi gibi teoriler, medya etkilerinin öncülleri ve sonuçları arasında medya kullanımını veya medyaya maruz kalmayı bir aracı mekanizma olarak ele almaktadır (Valkenburg vd., 2016, s. 320). Kısaca, medyanın belirli bir süreçte aracı olarak hareket edebileceğini veya alternatif olarak, medyanın belirli bir bağımlı değişken üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmadan önce bir ya da daha fazla aracı üzerinden çalışabileceği iletişim teorileri yoluyla ileri sürülmektedir (Holbert & Stephenson, 2003, s. 557).

Holbert ve Stephenson’a göre (2003, s. 559), “medyanın birçok bağlamdaki rolünün daha iyi anlaşılabilmesi için aracılık konusunun incelenmesi şarttır”. Çünkü, dolaylı bir etki araştırmacılar tarafından dikkate alınmazsa söz konusu iki değişken arasındaki ilişki tam olarak anlaşılabilir (Raykov & Marcoulides, 2006, s. 7). Bu doğrultuda, genel olarak sosyal bilimlerin genelinde veya farklı alanlarında ve nasıl analiz edileceğiyle ilgili olarak kılavuz niteliğinde bazı önemli çalışmalar yapılmıştır (Örn. Gürbüz & Bayık, 2021; Memon vd., 2018; Namazi & Namazi, 2016; Rasoolimanesh vd., 2021). Fakat, iletişim literatüründe aracı değişkenler ile ilgili en dikkat çekici boşluk, davranışsal iletişim çalışmalarında aracılık analizi için kullanılan araştırma tasarımlarının nasıl geliştirileceği, aracılık felsefesinin tam olarak nasıl işlediği, testin nasıl uygulanacağı ve bulguların nasıl yorumlanacağı ile ilgili bir anlayışın henüz oluşmamasıdır. Bu gözlem, konuyla ilgili yaptığımız araştırmaların yanı sıra bir akademik makale okuyucusu olmamız ve konuyla ilgili birçok makalenin hakemi olarak edindiğimiz deneyimden kaynaklanmaktadır (Abeza & Sanderson, 2022, s. 3). Sonuç olarak, bu durum, aracı değişken içeren araştırma modellerini analiz etmek için gerekli olan hususlar konusunda araştırmacılar arasında kafa karışıklığı yaşanmasına neden olmaktadır. Bu temel

sorundan hareketle bu çalışmanın amacı, özellikle iletişim alanında araştırma modellerinde aracı değişken yer alan araştırmacıların aracılık analizinin arkasında yatan felsefeyi anlamasını sağlamak ve aracılık analiz süreçleri hususunda genel bir anlayış ve kavrayış geliştirmektir.

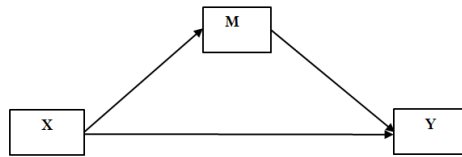
Bu çalışmanın, literatüre önemli katkılar yapması beklenmektedir. Özellikle iletişim ve medya alanına yönelik olarak aracılık testlerindeki dikkat edilmesi gerekenler için çalışma genel bir bakış sunmaktadır. Ayrıca, modellerinde aracı değişkenleri kullanan veya kullanmayı planlayan özellikle ulusal davranışsal iletişim araştırmacılarına yönelik bir farkındalık oluşturmak ve daha nitelikli bilimsel çalışmaların yayınlanmasına destek sunmak, bu araştırmanın diğer önemli katkılarıdır. Son olarak, bu çalışmanın çıktularından sadece iletişim araştırmacıları değil diğer davranışsal sosyal bilimler araştırmacılarının yanı sıra dergi editörleri ve hakemlerin de faydalanabileceği tahmin edilmektedir.

## 2. Aracı Değişken Nedir? Ne İşe Yarar?

Davranışsal iletişim alanında araştırmacılar uzun süre boyunca iki değişken arasındaki ilişkileri anlamaya çalışmış ve “bir tahmin değişkenin ( $X$ ), bir sonuç değişkeni ( $Y$ ) üzerindeki etkisi,  $X$  ile  $Y$  arasındaki ilişki,  $X$ 'in  $Y$ 'yi açıklama gücü ya da  $Y$ 'yi yordayan bağımsız değişkenlerin neler olduğu” önceki çalışmaların odak noktası olmuştur (Gürbüz, 2019, s. 5). Fakat, özellikle son 20 yılda bu anlayış değişmeye başlamış ve değişkenler arasındaki ilişkinin “nasıl bir mekanizma yoluyla gerçekleştiği” daha çok merak edilir hale gelmiştir (Gürbüz & Bayık, 2021, s. 2). Bu durum, “aracı, mediatör, vasıta, ara değişken” gibi kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Temelde ‘müdahale’ veya ‘süreç’ değişkeni olarak da adlandırılan aracı değişken ( $M$ ), bağımsız ( $X$ ) ve bağımlı değişken ( $Y$ ) arasındaki ilişki mekanizmasını açıklayan üçüncü bir değişkendir ve değişkenler arasındaki ilişkinin ‘nasıl’ veya ‘neden’ gerçekleştiğini incelemektedir (MacKinnon, 2008, s. 453; Namazi & Namazi, 2016, ss. 540-545).

Aracı değişken ile ilgili öncelikli olarak netleştirilmesi gereken birkaç kavram daha vardır. Bunların başında, doğrudan etki<sup>1</sup>, direkt etki ve toplam etki kavramları gelmektedir. Doğrudan etki, Şekil 2’de gösterildiği gibi,  $M$  modelde iken  $X$ ’den  $Y$ ’ye giden yoldur ve  $X$  bir birim arttığında  $Y$ ’nin ne ölçüde değiştiğini ele alır. Aracılık ile eş anlamlı olarak kullanılan kavram ise, dolaylı etkidir. Dolaylı etki,  $X$ ’den  $M$ ’ye giden yolun ve  $M$ ’den  $Y$ ’ye giden yolun katsayılarının çarpımıdır ve  $X$  sabit tutulduğunda  $Y$ ’nin ne ölçüde değiştiğini ve  $X$  bir birim artsaydı  $M$ ’nin ne kadar değişeceğini ölçmektedir. Son olarak, toplam etki ise, doğrudan ve dolaylı etkilerin toplamına eşittir ve aynı zamanda aracı değişken modelde yokken  $X$ ’in  $Y$  üzerindeki etkisidir (Namazi & Namazi, 2016, ss. 546-547).

Aracı değişkenli modellerde, belli başlı kurallar mevcuttur. Örneğin, nedensel olarak  $X$ ,  $M$ ’den önce gelirken  $M$  de  $Y$ ’den önce gelmelidir (Chan vd., 2022, s. 465). Bir başka ifadeyle, aracılı değişkenli modeller öncülün, aracının ve sonucun zamansal önceliği varsayımı üzerine kuruludur, bu da öncüldeki değişimin aracıdaki değişimden önce gelirken, aracıdaki değişimler de sonuçtaki değişikliklerden önce geldiği varsayılmaktadır (Rijnhart vd., 2021, s. 229). Şekil 2’de görüldüğü gibi, basit bir aracılık modeli, bir  $X$ , bir  $M$  ve bir  $Y$  olmak üzere toplam üç değişkenden meydana gelmektedir.



Şekil 2. Basit Aracılık Modeli (Hayes, 2018, s. 7)

Davranışsal iletişim araştırmalarında çoğu yapısal modelin incelendiği, aracılık testinin gerçekleştirildiği kısım sürecin en dikkat çekici kısmıdır (Kenny, 2021). Aracı değişkenin yer aldığı araştırma modellerinde,  $X$  ve  $Y$  arasında doğrudan bir ilişki yerine  $X$ ’in önce  $M$ ’yi etkilediği ve daha sonra  $M$ ’nin de  $Y$ ’yi etkilediği varsayılır. Dolayısıyla,  $X$  ve  $Y$  arasındaki ilişkiyi karakterize eden bir ilişki zinciri vardır (Namazi & Namazi,

<sup>1</sup> Burada kullanılan ‘etki’ kavramı, nedenselliği çağrıştıran bir tasarımsal kavramdan ziyade istatistiksel bir kavramdır (Dolma, 2021).

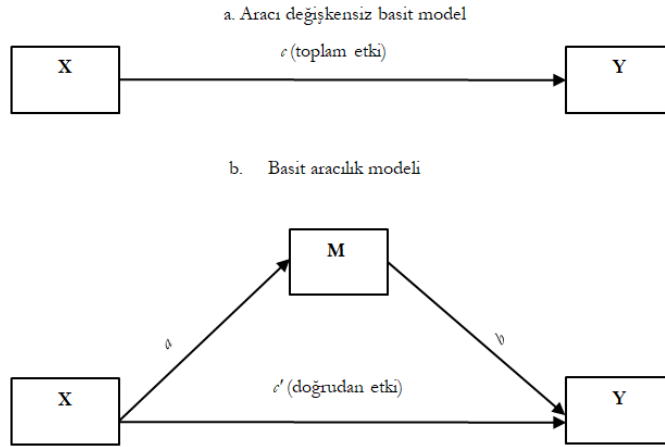
2016, s. 345). Özetle, aracılık analizi, **X**'in **Y** üzerinde **M** aracılığıyla bir dolaylı etkiye sahip olup olmadığını test eder (Chan vd., 2022, s. 465).

### 3. Aracılık Testine İlişkin Tartışılan Prosedürler ve Öneriler

Aracılık fikri temelde basittir. Üçüncü bir değişkenin bir değişkenin etkisini diğerine iletmesidir. Fikir basit olmasına rağmen, bu değişkenlerin bilimsel olarak araştırılması düşünüldüğünden daha karmaşıktır (MacKinnon, 2008, s. vii). Literatüre bakıldığında, aracı modelleri test etmek için birçok prosedür vardır. Bunların başında, en eski prosedür olan “Baron ve Kenny yöntemi” gelmektedir. Bu yöntem ayrıca, “geleneksel yöntem”, “nedensel adımlar yaklaşımı” veya “örtük (implicit) prosedür” olarak da adlandırılmaktadır (Gürbüz & Bayık, 2021, s. 4; Rasoolimanesh vd., 2021, s. 396) ve bu yöntem, toplamda birbirinin ardından gelen birkaç aşamada ele alınmaktadır. Diğer taraftan, geleneksel yöntemden farklı olarak daha güncel ve geçerli yaklaşım olarak, “modern aracılık yaklaşımı” veya “açık (explicit) prosedür” olarak adlandırılan farklı yaklaşımlar da söz konusudur (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 397).

#### 3.1. Nedensel Adımlar Yaklaşımı

Baron ve Kenny'nin (1986) örtük yaklaşımında modelin geçerli olması için her bir aşamanın veya yolun istatistiksel olarak anlamlı olması beklenmektedir. Bu prosedürde bir değişkenin aracı olabilmesi için gerekli olan adımlar şu şekilde sıralanmaktadır (Bkz. Şekil 3): (1) **X** anlamlı bir şekilde **Y**'yi etkilemelidir ( $c$  yolu), (2) **X** ile **M** arasındaki ilişki anlamlı olmalıdır ( $a$  yolu), (3) hem **X** hem de **M** aynı anda modele dahil edildiğinde **M** anlamlı bir şekilde **Y** üzerinde etkisi olmalıdır ( $b$  yolu) ve (4) **M** modelde yer alırken, **X** ve **Y** arasında daha önce anlamlı olan ilişkinin (bu yol artık  $c'$  yol olarak gösterilir) anlamlılığının ortadan kalkması tam aracılık, ilişkinin zayıflaması yani katsayının düşmesi kısmi aracılık ve anlamlı bir farklılık olmaması yani bir birine eşit olması aracılık yok anlamına gelmektedir (Baron & Kenny, 1986, s. 1176; Rasoolimanesh vd., 2021, s. 396).



Şekil 3. Nedensel Adımlar Yaklaşımı (Kenny, 2021)

Nedensel adımlar veya örtük prosedüre göre, aracı değişkenin varlığından bahsedebilmek için tüm koşullar sağlanmalıdır. Eğer bu süreçte, herhangi bir yol katsayısı istatistiksel olarak anlamlı değil ise (koşul sağlanamamış demektir), bir sonraki aşamaya geçilememekte ve incelenen araştırma modelinde aracı değişkenin herhangi bir rolünden bahsedilememektedir (Gürbüz & Bayık, 2021, s. 4). Sosyal bilim ve özellikle davranışsal iletişim alanında araştırmacılar tarafından çok sık bir şekilde kullanılan bu prosedür 3 Kasım 2022 tarihi itibarıyla ‘Google Scholar’da toplam 114.635 atıf almıştır. Bu yüksek oranın ortaya çıkmasına ve bu yöntemin araştırmacılar tarafından çok sık bir şekilde tercih edilmesinin gerekçelerini LeBreton ve diğerleri (2009, s. 115) şu şekilde açıklamaktadırlar:

- Baron ve Kenny'nin (1986) makalesi, dolaylı etki konusunu resmi olarak açıklayan en eski yayınlardan birisidir- *ilk olma etkisi*.

- Makale psikoloji alanının en prestijli ve en çok atıf yapılan dergilerinden birinde yayınlanmıştır- *kaynak güvenilirliği etkisi*.
- Dört adımlı bu testin doğasını anlamak ve testi uygulamak son derece kolaydır- *kolay benimsenme etkisi*.
- Araştırmalar, tekrarlanan süreçlerin, yeni süreçlere kıyasla daha yüksek doğruluk derecesine sahip olduğunu veya daha yüksek olasılıkla doğru olarak değerlendirildiğini göstermiştir- *doğruluk etkisi*.
- Araştırmalar bir uyarana daha fazla maruz kalmanın uyarana karşı kişinin ilgisini artırdığını ileri sürmektedir. Kişi sürekli aynı uyaran (test) ile karşılaşırsa onu benimseme derecesi de artacaktır- *maruz kalma etkisi*.

### 3.2. Nedensel Adımlar Yaklaşımına Yönelik Eleştiriler ve Güncel Öneriler

Baron ve Kenny (1986) yaklaşımının katı tutumu birçok araştırmada gerçekte var olan anlamlı dolaylı etkinin ilk adımda (**X** ve **Y** arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığı) onaylanmamasına neden olmuş, Tip II hatasına yol açmış, yanıltıcı sonuçlar ortaya çıkarmış ve araştırmacıların umut vaat edebilecek projeleri terk etmesini ve dergilerin yayınlanmayı hak edebilecek makaleleri reddetmesine yol açmıştır (Zhao vd., 2010, s. 197). Ayrıca, bu yaklaşım aracılığın yanlış anlaşılmasının birçok yazarın teori oluşturmak için önemli ipuçlarını göz ardı etmesine neden olmuş ve dolayısıyla gelecek teorilerin oluşumuna zarar verdiği ileri sürülmüştür (Rungtusanatham vd., 2014, s. 131).

Öncelikli olarak, nedensel adımlar yaklaşımına getirilen en ciddi eleştiri, dolaylı etkinin yani aracılığın varlığı için **X**'in **Y** üzerindeki toplam etkisinin anlamlı olmasının zorunlu kılınmasıdır (1. aşama). Bu yanıltıcıdır ve karmaşık modeller veya küçük örneklem boyutlarıyla bunu ampirik olarak incelemek pek olası değildir (LeBreton vd., 2009, s. 120). Ayrıca, toplam etkilerin rutin bir şekilde test edilmesi, tutumluluk (parsimony) ilkesini ihlal etmekte ve araştırmacılar teori ile uyumlu olmayan modelleri test etmeye zorlanmaktadır (Aguinis vd., 2017, s. 676). Öte yandan, bazı önemli metodologlara göre (Örn. Hayes, 2018; Rucker vd., 2011; Zhao vd., 2010), toplam etkinin büyüklüğü ve anlamlı olup olmaması, dolaylı etkinin varlığını ve büyüklüğünü sınırlandırmamakta ve belirlememektedir (Gürbüz & Bayık, 2021, s. 5).

Zhao ve diğerlerine göre (2010), Baron ve Kenny (1986) ile diğer bu testi kullanan araştırmacıların kaçırdığı en temel nokta, **X**'in **Y** üzerindeki anlamsız etkisinin, aslında matematiksel olarak **X**'in **Y** üzerindeki 'toplam etkisine' eşdeğer olduğudur. Dolaylı ( $a * b$  yolu) ve doğrudan etkinin ( $c'$  yolu) toplanması toplam etkiyi ( $c$  yolu) ortaya çıkartmaktadır. Özellikle daha karmaşık modellerde toplam etki, doğrudan etkinin ve tüm olası dolaylı etkilerin toplamıdır ve doğrudan ve dolaylı etkilerin boyutlarının çeşitli kombinasyonları sıfıra eşit olan (yani anlamsız olan) bir toplam etki bile ortaya çıkartabilmektedir (Hayes & Rockwood, 2017, s. 44). Kısaca belirtmek gerekirse, anlamlı olan bir toplam etki anlamlı bir dolaylı etkiyi göstermeyeceği gibi anlamsız olan bir toplam etki anlamsız bir dolaylı etkiyi göstermez. **X** ve **Y** arasındaki ilişki testinin aracılık ile ilgisi yoktur. Araştırmacılar bu tür durumlarda anlamsızlık ortaya çıksa bile vazgeçmeyip hipotezlerini test etmeye devam etmelidirler. Toplam etki anlamlı olmamasına rağmen dolaylı bir etkinin olması halen mümkündür (Zhao vd., 2010).

Diğer taraftan, bu geleneksel yaklaşımda, etki veya örneklem büyüklüğü yüksek olmadığı sürece düşük güce sahip olan Tip I hata oranı artabilmektedir. Ayrıca genel olarak, **X**'in **Y** üzerinde anlamlı bir toplam etkisi olmasını zorunlu kılan bu nedensel adımlar yaklaşımı Tip II hatasına da yol açabilmektedir. Bu yöntemi kullanan çalışmaların, gerçek etkileri kaçırmaları yüksek oranda muhtemeldir (MacKinnon vd., 2002, s. 98). Bu nedenle, **M**'nin, **X**'in **Y** üzerindeki etkisine aracılık edip etmediğini belirlerken toplam etki yolu ( $c$ ) dolaylı etkinin (aracılığın) bir parçası olmadığından araştırmacılar tarafından dikkate alınmaması önerilmektedir (Aguinis vd., 2017, s. 676). Fakat bu durum, araştırmacıların **X** ve **Y** arasındaki doğrudan ilişkiyi ( $c'$ ) belki bu yönde hipotez geliştirmeseler bile test etmekten vazgeçmeleri anlamına gelmez. Aracılık testi sonuçlarını daha iyi yorumlamak için bazı araştırmacılar,  $c'$ ,  $a$  ve  $b$  yollarının hem işaretinin hem de anlamlılığının raporlanması tavsiye etmektedirler (Örn. Rasoolimanesh vd., 2021, s. 398; Zhao vd., 2010, s. 205). Fakat, burada dikkat edilmesi gereken en temel nokta, sadece basit bir aracılık testi için toplam etkinin anlamlı olup olmamasıyla fazlasıyla ilgilenmek ve çıkan sonuçlara göre dolaylı etkiyi test etmeye

çalışmak araştırmacının ana odakta sapmasına ve teori gelişiminde veya testinde engellerin meydana gelmesine yol açmaktadır (Memon vd., 2018, s. 5).

Nedensel adımlar yaklaşımına getirilen bir diğer önemli eleştiri ise, belirli bir dolaylı etkinin anlamlılığının istatistiksel olarak doğrudan test edilmemesidir (Hayes, 2018, s. 115; Memon vd., 2018, s. 4). Oysaki, aracılık modellerinde odak nokta dolaylı etkinin yani aracılığın anlamlı olup olmamasıdır (Koschate-Fischer & Schwille, 2018, s. 7). Diğer yolların anlamlılığına bakılarak aracılığa karar vermek istatistiksel anlayış ile uyumsuzdur. Araştırmacıların bu noktada, eğer dolaylı bir etkinin varlığını tahmin etmek için teorik gerekçeleri varsa, bu etkileri toplam veya doğrudan etkinin anlamlılığına bakılmaksızın ortaya koymalı ve istatistiksel anlamlılık şeklinde test etmelidir (Rucker vd., 2011, s. 368).

Zhao vd. (2010, s. 198) göre, nedensel adımlar yaklaşımının ikinci adımında **M** ile diğerleri arasındaki ilişkinin anlamlı olması da zorunlu değildir. Burada dikkat edilmesi gereken **X** ve **M** arasında olası bir güçlü ilişki  $b$ 'nin standart hatasını artırabilir. **M** ve **Y** arasındaki ilişkinin ( $b$  yolu) anlamsız olması aslında aracılık açısından istenmeyen bir durum değildir. Ancak bu yol örneğin, çoklu doğrusallık (multicollinearity) sorunu nedeniyle anlamsız ise, aracılıktan söz etmek için gerekli olan dolaylı etki ( $a*b$ ) muhtemelen anlamsız olacaktır. Bu durum, doğru aracılık hipotezleri kuran araştırmacıların, **X** ile **M** arasındaki güçlü bağlantıdan dolayı test ettikleri dolaylı etkinin düşük düzeyde gerçekleşmesine yol açarak onları hayal kırıklığına uğratabilir (Zhao vd., 2010, s. 202). Öte yandan, nedensel adımlar yaklaşımında üçüncü aşamanın uygunluğu konusunda da ciddi endişeler vardır (LeBreton vd., 2009, s. 120). Bu aşamada, doğrudan etkinin tamamen ortadan kalkması tam aracılığa işaret etmektedir. Fakat aracılık doğrudan etkinin olup olmamasıyla değil dolaylı etkinin boyutuyla ölçülmelidir. Doğrudan etkinin varlığı, sadece diğer araçlar hakkında teorik bilgiler sunabilir (Zhao vd., 2010, s. 198).

Baron ve Kenny'nin (1986) nedensel adımlar yaklaşımına getirilen bir diğer eleştiri de kısmi aracılık ve tam aracılık gibi aracılık sınıflandırılması yapılmasıdır. Başlangıçta (1. aşamada) anlamı olan toplam etkinin anlamlılığının son aşamada ortadan kalkması tam aracılık iken, ilişkinin zayıflaması kısmi aracılıktır (Baron & Kenny, 1986, s. 1176; Rasoolimanesh vd., 2021, s. 396). İletişim gibi sosyal bilim alanlarında bir değişkeni onlarca farklı değişken ekilebilmektir. Bir araştırmacının tüm bu değişkenleri hesaba katması bir başka deyişle araştırma modeline dahil edebilmesi hem maliyet hem de mantık açısından mümkün değildir. Bu durumda, zaten tam aracılık diye bir şey hiçbir zaman mümkün olmayacaktır (Dolma, 2021). Ayrıca, tam bir aracılık iddia etmenin araştırmacıların muhtemelen diğer aracılık ihtimallerini göz ardı etmelerine neden olacaktır (Memon vd., 2018, s. 5). Çünkü, her zaman unutulmuş/gözden kaçırılan bir değişken hem **Y**'yi hem de modeldeki bir veya daha fazla **X**'i etkileyebilir (Dolma, 2021; Rasoolimanesh vd., 2021, s. 398). Ayrıca, tam aracılık olduğunu iddia etmek için olası tüm araçları ve baskılayıcıları hatasız bir şekilde ölçme zorunluluğu vardır. Sosyal bilimlerde ve özellikle davranışsal iletişim araştırmalarında hatasız değişkenleri ölçmek neredeyse imkansızdır. Dolayısıyla, bu alandaki araştırmacılar tam bir aracılık modeli kurduğunu hiçbir zaman iddia etmemelidirler (Rucker vd., 2011, s. 369).

Diğer taraftan, Hayes'e (2018, s. 120) göre, kısmi aracılık iddiası da yanlış belirlenmiş bir modelin sonucudur. Felsefik olarak, herhangi iki veya daha fazla değişken arasındaki tüm ilişkilerde bir veya birden fazla farklı bir aracı değişkenin rolü vardır. Araştırmacılar, **X** ve **Y** arasındaki ilişkiye **M**'nin kısmen aracılık ettiğini iddia ettiklerinde, **X**'in **Y** üzerindeki etkisinin bir kısmının **M** tarafından açıklanmadığını itiraf etmektedirler. Peki, kalan etkiyi ne açıklıyor? Başka bir deyişle, bu modelde eksik olan bir şeyler ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, nedensel adımlar yaklaşımında tam veya kısmi aracılık olup olmadığı, toplam etkiye bakılarak karar verilmektedir. Başka bir deyişle, aracılık sınıflandırılmasındaki ana odak toplam etkidir. Oysaki, daha önce belirtildiği üzere toplam etki olmasa bile, aracılığın varlığından söz edebilmek mümkün olduğundan (Gürbüz & Bayık, 2021, s. 5), aracılık analizlerinde kısmi ve tam aracılık gibi ayrımlardan kaçınılması gerektiği vurgulanmaktadır (Hayes, 2018; Hayes & Rockwood, 2017; Rucker vd., 2011; Rungtusanatham vd., 2014).

Sonuç olarak, aracılık analizi hakkında önemli araştırmalar yapan metodologlar tarafından artık Baron ve Kenny'nin (1986) ortaya koyduğu ve tek tek nedensel adımlar gerektiren örtük aracılık yaklaşımı önerilmemektedir (Hayes & Rockwood, 2017, s. 43). Bunun yerine, temelde aracılık analizi için dolaylı etkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığına ve bu dolaylı etkinin boyutuna odaklanılması gerekmektedir (Rucker vd., 2011, ss. 368-369). Dolaylı etkinin anlamlı olmadığını öne süren  $H_0$  hipotezinin

reddedilmesi,  $M$ 'nin  $X$ 'in  $Y$  üzerindeki etkisine aracılık ettiği varsayımını desteklemek için yeterlidir (Hayes & Rockwood, 2017, s. 43). Bu güncel yaklaşım ise, modern yaklaşımlar veya açık (explicit) prosedür olarak adlandırılmaktadır (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 397).

### 3.3. Aracılık Analizlerinde Açık Prosedür Yaklaşımları ve Öneriler

Baron ve Kenny'nin (1986) nedensel adımlar yaklaşımının eksiklerini giderebilecek bazı uygulamalar zaman içerisinde araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Örneğin, nedensel adımlarda dolaylı etkinin anlamlı olup olmadığını incelenmediği için bu etkinin anlamlılığını test etmek için 'delta yöntemi' olarak da adlandırılan Sobel testi<sup>2</sup> (1982) kullanılmıştır (Namazi & Namazi, 2016, s. 548). Bu test,  $X$  ile  $M$  arasındaki ilişkinin düzeltilmemiş regresyon katsayısı ve standart hatası ( $a$  yolu) ile  $M$  ve  $Y$  arasındaki ilişkinin düzeltilmemiş regresyon katsayısı ve standart hatasının ( $b$  yolu) hesaplanmasıyla gerçekleştirilir (Namazi & Namazi, 2016, s. 548). Bu hesaplama işlemi için istatistiksel paket programlar sonucunda ortaya çıkan ilgili katsayıları basit bir web sitesi üzerinde hesaplanarak Sobel testi gerçekleştirilir ve dolaylı etkinin anlamlı olup olmadığı tespit edilir (Soper, 2022). Sobel testi, nedensel adımlar yaklaşımının önemli bir eksikliğini gidermesine rağmen, çok düşük bir güç üretmesi, normallik varsayımına fazlasıyla duyarlı olması ve anlamlı ilişkileri tespit etmek için yeterli güce sahip olmak adına büyük örneklem boyutları gerektirmesi (Namazi & Namazi, 2016, s. 548) gibi bazı önemli varsayımları vardır. Bu nedenle, Sobel testinin popülerliğine rağmen, birçok çağdaş metodolog tarafından önerilmemektedir (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 397).

Aracılık analizlerinde Sobel testinden daha iyi performans gösteren bazı alternatif yöntemler vardır. Bunlar arasında öne çıkanlar, önyükleme/yeniden örnekleme (bootstrapping) güven aralığı (DiCiccio & Efron, 1996; MacKinnon vd., 2004; Preacher & Hayes, 2008a) Monte Carlo güven aralığı (Preacher & Selig, 2012) ve Bayesian güven aralığıdır (Yuan & MacKinnon, 2009). Tüm bunların, Sobel testinden daha iyi performans gösterdiği ileri sürülmektedir (Fritz vd., 2012; Preacher & Selig, 2012; Yuan & MacKinnon, 2009). Bunlar içinde özellikle parametrik olmayan bir test olan önyükleme güven aralığı araştırmacılar arasında popüler hale gelmiştir. Çünkü, SPSS, SAS ve R için yazılmış makroların (PROCESS, MEDYAD, ROBMEAD vb.) (Alfons vd., 2022; Hayes, 2018) yanı sıra, Mplus, AMOS ve SmartPLS gibi bazı yapısal eşitlik modellemesi (YEM) programlarında da hesaplanabilmesinden dolayı araştırmacılar tarafından önyükleme güven aralığı yaygın olarak kullanılmaktadır (Hayes & Rockwood, 2017, s. 44).

Aracılık analizlerinde, Tip I. hataya yol açma ihtimali olan Sobel testi yerine, önyükleme güven aralığı sonuçlarının daha yüksek güce sahip olması nedeniyle aracılık modellerinde tercih edilmesi gerektiği öne sürülmektedir (Hayes, 2018, s. 107; Zhao vd., 2010, s. 198). Bu testin, değişkenlerin dağılımının şekli veya örneklem dağılım istatistikleri hakkında herhangi bir varsayımı yoktur ve küçük örneklem boyutlarında da güvenli bir şekilde uygulanabilmektedir (Hair vd., 2017, s. 239).

Dolaylı etkinin anlamlılığını hesaplamak için önyükleme güven aralığı,  $n$  sayıdaki örneklemin yerine rastgele yeniden örnekleme yapılarak oluşturulmaktadır. Binlerce kez tekrarlanan,  $a*b$  örnekleme dağılımının ampirik bir temsili ve önyükleme dağılımının çeşitli yüzdelikleri kullanılarak oluşturulan dolaylı etkiler için bir güven aralığına göre değerlendirme yapılmaktadır. Örneğin, dolaylı etkinin ( $a*b$ ) yeniden örnekleme testi sonucunda %95 güven aralığının üst ve alt sınırları olarak %2,5 ve %97,5 sütunlarına bakılır. Bu aralıkta, ortaya çıkan sonuç tamamen sıfırın üstünde veya altındaysa (alt ve üst sınırlar arasındaki oranının sıfırı (0) kapsamaması), aracılık hipotezi desteklenebilmektedir (Hayes & Preacher, 2013, s. 254; Hayes & Rockwood, 2017, s. 44). Öte yandan, önyükleme sayısı olarak, bazı metodologlara göre, %95 güven aralığında en az 1.000 önyükleme sayısı yeterli iken, bazıları 5.000 önyükleme sayısının daha uygun olabileceğini öne sürmektedir (Hair vd., 2019, s. 760; Hayes, 2009, s. 412, Hayes, 2018, s. 103). Özetle, istatistiksel gücünün daha yüksek olması, nispeten küçük sayıda örneklem büyüklüklerinde de uygulanabilir olması ve normallik varsayımına dayanmadığı için birçok araştırmacı tarafından aracılık analizlerinde artık önyükleme güven aralığı yöntemi önerilmektedir (Fritz vd., 2012; Koschate-Fischer & Schwillie, 2018; MacKinnon vd., 2004; Namazi & Namazi, 2016; Preacher & Hayes, 2008a). Öte yandan, aracılık analizinde önyükleme yaklaşımının bazı dezavantajları da vardır. Örneğin, bu yaklaşım ham veri gerektirir

<sup>2</sup> Dolma'nın (2021) belirttiği gibi, Sobel testi her ne kadar diğerlerine göre tarihsel olarak daha eski olsa da nedensel adımlar yaklaşımının eksikliğini kapatmak için araştırmacılar tarafından kullanılmasından dolayı bu çalışmada açık prosedürler içerisinde değerlendirilmiştir.

ve bu veri her zaman mevcut olmayabilir. Ayrıca, önyükleme süreci tamamen rastgele olduğundan, analiz tekrarlandığında güven aralığının sınırları az da olsa farklılık gösterebilir (Koschate-Fischer & Schwille, 2018, s. 11).

Sonuç olarak, her ne kadar Sobel testi veya önyükleme güven aralığından farklı olarak literatürde Monte Carlo güven aralığı (Preacher & Selig, 2012) ve Bayesian güven aralığı (Yuan & MacKinnon, 2009) kullanılarak dolaylı etkinin anlamlılığını hesaplama yöntemleri olsa da bunlar çok fazla yaygınlık kazanamamıştır. Aracılık analizi üzerine son yapılan bir araştırma, önyükleme yönteminin diğer dolaylı etkinin anlamlılığını test eden yöntemlerden daha üstün olduğunu ileri sürmektedir (Alfons vd., 2022, s. 593). Bu nedenle, davranışsal iletişim araştırmacıları nedensel adımlar yaklaşımını artık terk ederek, son gelişmelere ve aracılık analizine yönelik önerilere dayanarak, önyükleme güven aralığı yöntemini kullanmayı düşünmelidirler.

Özetle, nedensel adımlarla ilgili endişeler göz önüne alındığında, ‘eski’ prosedürün diğer ‘yeni’ analitik yaklaşımlarla karşılaştırıldığında iyi sonuçlar vermemesi şaşırtıcı değildir (LeBreton vd., 2009, s. 120). Aracılığı test etmek için yeni ve gelişmiş yöntemler, araştırmacıların daha önce bilinmeyen ilişkileri tanımlamalarını ve potansiyel yeni teorileri geliştirmelerine veya mevcut teorileri sınamalarına izin verebilir (Pesämaa vd., 2021, s. 221). Sonuç olarak, eğer önceki yıllarda gerçekleştirdiğimiz araştırmalarda Baron ve Kenny (1986) yönetimini aracılık testlerinde kullansaydık muhtemelen bir sorun olmayacaktı. Fakat günümüzde araştırmacıların bu konuya dikkat etmesi ve önceden uygulamak zorunda kalınan katı kural veya varsayımların modern yaklaşımlar doğrultusunda artık esnetmesi gerekmektedir (Guide & Ketokivi, 2015, ss. vii-viii).

#### 4. Aracılık Testlerinde Nedensellik

Sosyal bilimler ve davranışsal iletişim araştırmalarında nedensel hipotezlerin incelenmesini ve değerlendirilmesini sağlayan şey kullanılan istatistiksel analiz tekniğinden ziyade araştırma tasarımıdır (Bullock vd., 1994, s. 254). Araştırma tasarımı, “genel araştırma sürecinde teorik akıl yürütme ile istatistiksel analiz arasındaki temel bağlantı” olarak tanımlanmaktadır (Chan vd., 2022, s. 464). Bu bağlantı kurma sürecinde, araştırmacıların nedensellik iddiaları için bazı koşulları yerine getirmesi gerekmektedir. Genel olarak, **X** ve **Y** arasında nedensellik çıkarımında bulunmak için dört temel koşul vardır (Gürbüz, 2019, s. 29): (1) gözlemlenebilir ilişki (**X**'in **Y**'ye neden olduğu ileri sürülüyorsa aralarında anlamlı bir ilişki olmalı), (2) zamansal düzen (**X**, **Y**'den önce gelmeli), (3) ilişkinin bilinmeyen bir üçüncü değişken tarafından açıklanmadığı ortaya koyma (**Y**'ye neden olan tek şeyin **X** olduğundan emin olunması/sahte nedenselliğin önüne geçme) ve (4) nedensellik ile ilgili mantıksal veya teorik dayanağın olması.

Davranışsal iletişim alanında değişkenler arasındaki nedenselliği ortaya koymak için en güçlü tasarım ise, şüphesiz deneysel tasarımıdır (Gürbüz, 2019, s. 31). Eğer analiz edilecek olan veri seti doğası gereği korelasyonel (kesitsel) bir yapıya sahipse hiçbir istatistiksel analiz bunu değiştirip araştırmacıya nedensellik iddiasında bulunmasına gerekçe oluşturmaz (Bullock vd., 1994, s. 254). Bu nedenle, kesitsel verilerle gerçekleştirilen aracılık testlerinin önemli sınırlılıkları vardır. Örneğin, aracılık analizleri, **X**'in **M**'de değişikliklere neden olduğu ve buna karşılık **M**'nin **Y** de değişikliklere neden olduğunu nedensel bir süreç ile ele alır. Kesitsel verilerle, **X** deneysel olarak manipüle edilmiş olsa bile, değişkenlerin nedensel sırasını belirlemek yine de zordur (Schoemann vd., 2017, s. 381). Bu nedenle, aracı değişkenli modellerini araştırmacılar oluştururken ve sonuçlarını yorumlarken çok dikkatli olması gerekmektedir. Doğru bir aracılık modelinde, söz konusu her üç değişkeni nedensel veya zamansal bir zincirde birbirine bağlanmalıdır (Jose, 2019, s. 248). Kısacası, gerçek bir aracılık analizi için zamansal olarak farklı zamanlarda veri toplanmalı ve deneysel tasarım yapılmalıdır. Ancak, aracılık modelleri teoriye dayandığında, mantıksal akıl yürütme gerçekleştirildiğinde ve önceki ampirik araştırmalarla kısmen de olsa desteklendiğinde, kesitsel sonuçlar aracı değişkenlerin ilişkisi hakkında nedensellik çağrıştıran söylemlerden uzak durularak değerli bilgiler sağlayabilir (Chan vd., 2022, s. 465; Fang vd., 2020, s. 6).

Literatüre bakıldığında birçok araştırmacı, aracılık analizleri için kesitsel veri setlerini kullanmaktadır. Fakat aracılık modellerinin zamansal bir tahmin (veya nedensel bir argüman) olarak değerlendirilmesi gerektiğinden, bu tür bir tahminin deneysel veya boylamsal verilerle incelenmesi çok daha uygundur (Jose, 2019, s. 250). Bazı metodologlar eşzamanlı olarak toplanan verilerle yapılan aracılık analizlerinin



değişkenler arasındaki nedensel veya zamansal ilişkileri aydınlatamayacağını ortaya koymaktadırlar (Hayes, 2018; Jose, 2013; MacKinnon, 2008). Boylamsal araştırmalar, kesitsel veri toplama göre daha güvenilirdir ve veriler tek bir zaman noktasında toplanmadığından ölçmeyle ilgili bazı hatalar daha az meydana gelir. Bu nedenle, boylamsal araştırmalarda verilerin farklı zaman noktalarında toplanmasından ötürü değişkenler arasında nedensellik ilişkisi kurmak tıpkı deneysel tasarımda olduğu gibi daha uygundur (Gürbüz, 2019, s. 31).

Davranışsal iletişim araştırmacıları, kesitsel bir veri kümesi kullanmaları durumunda aracılık sonuçlarını yorumlarken nedenselliği çağrıştıran dil kullanımlarına özellikle dikkat etmelidirler. Boylamsal veya deneysel veri kümelerine dayanan araştırma sonuçları, ‘etki’, ‘etkilemek’, ‘etkisi vardır’ gibi kelime ve fiilleri kullanmak için daha güvenli bir zemine sahiptir. Ayrıca, deneysel tasarımlara sahip aracılık analizlerinde ortaya çıkan bulguları yorumlarken ‘neden olmak’, ‘yol açmak’ gibi fiillerle açıklamalar yapılabilir (Jose, 2016, ss. 232-233). Korelasyonel başka bir deyişle kesitsel çalışmalarda, araştırmacıların ‘yordamak (tahmin etmek)’ veya ‘ilişki vardır/yoktur’ fiillerini kullanmaları daha doğru olacaktır. Çünkü, **X**’in sırasıyla **M**’yi ve **Y**’yi yordaması veya aralarında ilişki olması aracılık modellerinde varsayılmaktadır (Jose, 2019, s. 248).

### 5. Aracı Modellerde Hipotez Kurma Süreci

Bir araştırma modelinde aracı değişkene duyulan ihtiyaç, “neden bir aracı değişkene ihtiyaç olduğu” ve “hangi değişkenin neden aracı olarak kabul edilmesi gerektiği” şeklinde iki temel soruya yanıt verilerek açıkça ortaya konmalı ve gerekçelendirilmelidir (Memon vd., 2018, s. 3). Bu gerekçelendirme sürecinde, hipotezler önemli bir yer tutmaktadır ve aracılık testi için ilk ve en önemli adım, teorik destek ve literatüre dayalı aracılık hipotezleri geliştirmektir (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 402). Fakat, böyle bir temel mevcut değilse, muhtemel araçlar nitel yöntemler (mülakat veya odak grup vb.) yoluyla da belirlenip daha sonra nicel çalışmalarda test edilebilir (Koschate-Fischer & Schwille, 2018, s. 3). Hali hazırda hipotez geliştirmeye yardımcı olacak literatürde bir bilgi birikimi oluşmuşsa, sıralı teoriler (örneğin, değer-tutum-davranış veya uyaran-organizma-yanıt teorileri) gibi dolaylı etkiyi destekleyebilecek teoriler özellikle dikkate alınmalıdır (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 402).

İstatistiksel testler doğası gereği hata yapılabilir testlerdir (örneğin, Tip I ve Tip II hataları). Bu durum, göz önüne alındığında, aracılık testine ihtiyaç duyulduğunda hipotezleri test etmek için Baron ve Kenny’nin (1986) nedensel adımlar yaklaşımında olduğu gibi ayrı ayrı üç riskli istatistiksel teste ( $c$ ,  $a$  ve  $b$  için) ihtiyaç duyulması literatürde sıklıkla eleştirilmiştir (Hayes & Rockwood, 2017, s. 43). Aracı değişkenin varlığını test etmek için çok fazla hipotez testi gerçekleştirmek araştırmacıyı odağından uzaklaştırmakta ve Tip I ve Tip II hata gibi hataların meydana gelmesine yol açmaktadır. Bu nedenle, Rungtusanatham ve diğerleri (2014), aracı değişkenin yer aldığı modellerde hipotezlerin nasıl geliştirildiği ve ifade edildiği konusunu detaylıca ele almış ve ‘bölümleme (segmentation)’ ve ‘iletimsel (transmittal)’ yaklaşım olarak iki temel yaklaşım önermiştir. Tablo 1’e göre, bölümleme yaklaşımı benimsenirken toplamda üç hipotez geliştirilmelidir:  $H_1$ : **X**, **M**’yi etkiler,  $H_2$ : **M**, **Y**’yi etkiler ve  $H_3$ : **M**, **X** ve **Y** arasındaki ilişkiye aracılık eder (Rungtusanatham vd., 2014, s. 106). Eğer dolaylı etkinin testi için mevcut teoriler veya önceki çalışmalardan doğrudan destek yoksa bu yaklaşım araştırmacılar tarafından kullanılması önerilmektedir (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 403). Öte yandan, iletimsel yaklaşımda ise, araştırmacılar sadece dolaylı etkiye odaklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, araştırmacılar bölümleme yaklaşımındaki  $H_1$  ve  $H_2$ ’yi ifade etmeden, **M**’nin, **X**’in **Y** üzerindeki etkisine aracılık ettiği veya **X**’in **M** aracılığıyla **Y** üzerinde dolaylı bir etkisi olduğu hipotezini geliştirmelidirler (Rungtusanatham vd., 2014, s. 106). Dolaylı etkiyi desteklemek için değer-tutum-davranış teorisi gibi uygun bir teori mevcutsa ve önceki araştırmalar dolaylı etkiyi test etmiş ve doğrulamışsa iletimsel yaklaşımı kullanmak daha makul olabilir (Rasoolimanesh vd., 2021, s. 403).

**Tablo 1.** Aracılık Analizi için Hipotezler

Aracılık testlerinde hipotez kurma süreci	Bölümleme Yaklaşımı	<b>H<sub>1</sub>:</b> X'in M üzerindeki etkisi <b>Örneğin:</b> X'in M üzerinde pozitif bir etkisi vardır. <b>H<sub>2</sub>:</b> M'nin Y üzerindeki etkisi <b>Örneğin:</b> M'nin Y üzerinde pozitif bir etkisi vardır. <b>H<sub>3</sub>:</b> Dolaylı Etki <b>Örneğin:</b> X'in Y üzerinde M aracılığıyla dolaylı bir etkisi vardır.
	İletimsel Yaklaşım	<b>H<sub>1</sub>:</b> Dolaylı etki <b>Örneğin:</b> X'in Y üzerinde M aracılığıyla dolaylı bir etkisi vardır.

**Kaynak:** Ramayah vd., 2018; Rasoolimanesh vd., 2021; Rungtusanatham vd., 2014

Bu iki yaklaşımda dikkat çeken en önemli nokta, X'in Y üzerindeki etkisinde ne doğrudan etki ne de toplam etki ile ilgili herhangi bir hipotez geliştirilmemesidir. Bu durum, açık prosedür yaklaşımı ile oldukça tutarlı gözükmektedir. Çünkü, hatırlanacağı üzere bu yaklaşım aracılık testi için doğrudan veya toplam etkinin anlamlı olmadığı durumlarda da test edilebileceğini öne sürmektedir.

## 6. Çoklu Aracılık Modelleri

Tek aracı değişkenin olduğu araştırma modeli en basit aracılık model olmasına rağmen, aracı değişken içeren modeller sadece bundan ibaret değildir. Özellikle daha karmaşık ilişkilerin incelendiği çoklu aracı modeller de davranışsal iletişim araştırmacılara tarafından bazen tercih edilebilmektedir. Hatta, birçok kitle iletişim teorisi aracılık için merkezi bir role işaret eder ve bu konuda modeller genellikle birden fazla potansiyel aracı değişken içerir (Holbert & Stephenson, 2003, s. 566). Çoklu aracı modeller, X ve Y'yi birbirine bağlayan iki veya daha fazla M (M<sub>1</sub>, M<sub>2</sub>,...) içermektedir (Burt & Hampton, 2017, s. 381).

Baron ve Kenny'nin (1986) nedensel adımlar yaklaşımında, birden fazla aracılık içeren modellerin kolay bir şekilde ele alınmadığı ve her bir aracı değişkenin rolünün ayrı ayrı değerlendirildiği görülmektedir (LeBreton vd., 2009, s. 126). Oysaki, birden çok aracı değişkenin olduğu karmaşık araştırma modellerinde parametre tahminlerinin eşzamanlı olarak analiz edilmesi önerilmektedir (LeBreton vd., 2009, s. 130). Bu şekilde modelin bilgisayar paket programı yoluyla hesaplanmasının yapılması "aracılığın diğer araçların etkisinden bağımsız olup olmadığının" incelenmesini sağlar (Şen, 2020, s. 126). Bu tür çalışmalarda analizleri gerçekleştirmek için daha çok YEM önerilmektedir. Çünkü, YEM ilgili analizleri eş zamanlı olarak tüm yollar ile birlikte test edebilme özelliğine sahiptir (Zhao vd., 2010, s. 204). Ayrıca, PROCESS, MEDYAD gibi makrolar ile de çoklu aracılık modelleri analiz edilebilmektedir (Hayes, 2018). Fakat araştırmacılar bu uygulamaları seçerken dikkatli olmak zorundadır. YEM'de modelde yer alan değişkenler daha çok gizil değişken şeklinde analiz edilir. Gizil değişkenler konusu önemlidir çünkü davranışsal iletişim araştırmacılarının insan davranışını anlamaya yönelik olarak birey üzerinde çalıştıkları için ilgilenilen yapıların büyük çoğunluğu gizil bir özelliğe sahiptir (Thoemmes & Lemmer, 2019, s. 52). Öte yandan, SPSS veya PROCESS gibi makroları kullanırken aracılık analizi için yapıların/değişkenlerin faktör skoru veya toplam/ortalama puanı alınarak sadece gözlenen değişken şeklinde ele alınabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle, her ne kadar varsayımları daha tutucu olsa da YEM karmaşık modellerde daha sağlam ve güvenilir sonuçlar üretebildiği için aracılık analizlerinde çoklu ölçümlerin ve gizil yapıların kullanılmasının daha arzu edilebilir olduğu ileri sürülmektedir (Thoemmes & Lemmer, 2019, s. 52).

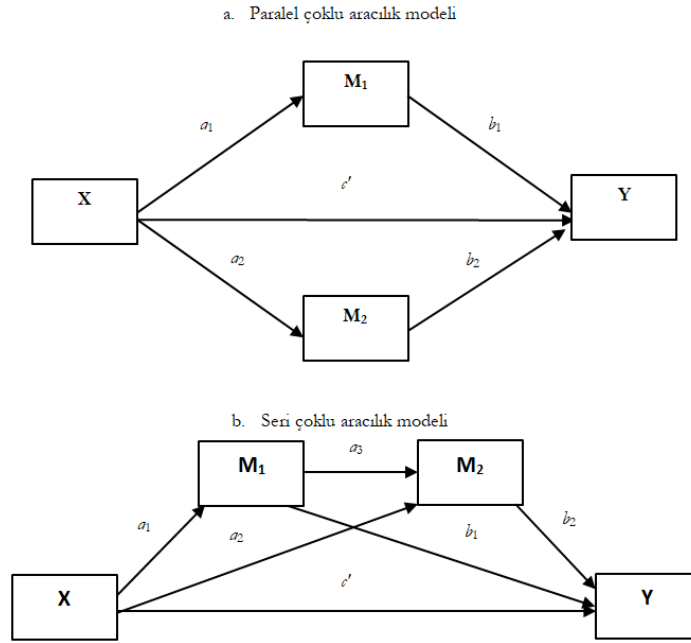
Birden fazla aracı değişken ile analizlerini yapan araştırmacıların, modeldeki tüm dolaylı etkileri tahmin etmesi önerilmektedir. Bir modeli birden çok aracıyla tahmin etmenin en önemli avantajı, dolaylı etkilerin boyutunu farklı araçlar yoluyla karşılaştırmaktır. Bu durum, rekabetçi teori testi için önemlidir. Örneğin, A teorisi, X'in Y üzerindeki etkisinin M<sub>1</sub> yoluyla gerçekleştiğini ileri sürerken, B teorisi M<sub>2</sub>'nin X'in Y üzerindeki etkisini ileten bir aracı olduğunu önerebilir. Her iki teorinin modeldeki her bir aracı değişken yoluyla dolaylı etkilerini eş zamanlı olarak test ederek aradaki farkın istatistiksel testi yapılabilmektedir (Hayes & Rockwood, 2017, s. 46). Sonuç olarak, X'in Y üzerindeki etkisinin aynı anda birden fazla mekanizma aracılığıyla işleyip işlemediğini test etmek teorisinin testi ve revize edilmesi açısından ilgi çekici olabilir (Koshksaray vd., 2015, s. 15).

Çoklu araçları içeren modeller iki farklı şekilde geliştirilebilir: (1) Birbirlerinden nedensel olarak bağımsız olan ve paralel olarak çalışan modeller (paralel çoklu aracılık modeli) ve (2) X'ten Y'ye bir nedensel zincir oluşturup seri olarak çalışan modeller (seri aracılık modeli) (Koshksaray vd., 2015, s. 15).

Her iki çoklu aracılık analizlerinde araştırmacılar tüm modeli test ettikten sonra spesifik dolaylı etkilere tek tek bakmalı ve devamında toplam dolaylı etkinin de anlamlı olup olmadığını inceleyerek analizlerini raporlamalıdır (Hair vd., 2017, s. 241).

### 6.1. Paralel Çoklu Aracılık Modeli

Paralel çoklu aracı değişkenler, bir veya daha fazla **X** ve **Y** arasında iki veya daha fazla sayıda paralel aracı değişken olduğu anlamına gelir (Chan vd., 2022, s. 467). Bu aracı değişkenler, ortak bir nedeni paylaştıkları için tamamen nedensel olarak ilişkisiz olmasalar da ideal olarak çok güçlü olmayan bir ilişki beklenmektedir (Koschate-Fischer & Schwille, 2018, s. 15). Şekil 4(a)'da görüldüğü gibi, paralel çoklu aracılık modellerinde, herhangi bir dolaylı etki spesifik dolaylı etki olarak adlandırılır (örneğin,  $a_1*b_1$ ). İki spesifik dolaylı etkinin toplamı, toplam dolaylı etkidir (total indirect effect). Doğrudan etki ( $c'$ ), toplam dolaylı etkiyi kontrol ederek **X**'in **Y** üzerindeki kalan etkisini ifade eder. Son olarak, toplam etki ( $c$ ), **X**'in **Y** üzerindeki doğrudan etkisine ( $c'$ ) ek olarak,  $M_1$  ve  $M_2$ 'nin dolaylı etkilerinin toplamına ( $a_1*b_1 + a_2*b_2$ ) eşittir, başka bir ifadeyle toplam etki, doğrudan etki ve tüm dolaylı etkilerin toplamıdır (Koschate-Fischer & Schwille, 2018, s. 16; Nitzi vd., 2016, s. 1859).



Şekil 4. Çoklu Aracılık Modelleri (Hayes, 2009)

Ayrı ayrı basit aracılık modelleri yerine tek bir paralel çoklu aracılık modeli belirleme ve test etme davranışsal iletişim araştırmacılarına bazı önemli avantajlar sağlamaktadır. Örneğin, toplam dolaylı etkiyi test ederek, bir dizi çoklu aracıya ilişkin sonuçların çıkarılmasına izin verir. Ayrıca, her bir aracının aracılık rolünün ayrı ayrı incelenebilmesi araştırmacıların bunları spesifik dolaylı etkisini tanımlamasına ve farklı araçların spesifik dolaylı etkilerini birbirleriyle niceliksel olarak karşılaştırmasına olanak tanır. Bunun yanı sıra, basit aracılık modellerinde ihmal edilen değişkenlerden kaynaklanan parametre yanlışlığı azalabilir (Koshksaray vd., 2015, s. 16; Preacher & Hayes, 2008b, s. 881). Son olarak, araştırmacıların paralel çoklu aracılık testlerinde unutmaması gereken şey, araştırma modellerindeki spesifik dolaylı etkiler anlamlı olsa bile, toplam dolaylı etki (örneğin  $a_1 * b_1 + a_2 * b_2$ ) anlamlı olmayabileceğidir (Nitzi vd., 2016, s. 1860).

### 6.2. Seri Çoklu Aracılık Modeli

Seri çoklu aracılık modeli ise, **X** ve **Y** arasında yer alan en az iki aracı değişkenden oluşan ( $X \rightarrow M_1 \rightarrow M_2 \rightarrow Y$ ) üç veya daha fazla yol içeren bağlantılı bir zincir modelini ifade eder (Burt & Hampton,

2017, s. 381; Chan vd., 2022, s. 467). Seri aracılık modelleri test edilirken “tesadüfi sıra varsayımı” davranışsal iletişim araştırmacıları için önemli bir endişe kaynağı olabilir. Bu nedenle, teori, araştırma tasarımı ve literatür, seri aracılık modellerinde değişkenlerin sırasını belirlemek için kritik öneme sahiptir (Burt & Hampton, 2017, s. 382). Bu çoklu aracılık model türünde, aracı değişkenler eğer nedensel olarak bir sıraya göre düzenlenmişse;  $M_1$  nedensel olarak  $M_2$ 'den önce gelmelidir (Hayes & Rockwood, 2017, s. 46).

Şekil 4(b)'de görüldüğü gibi,  $X$ 'in  $M_1$  ve  $M_2$  aracılığıyla  $Y$  üzerindeki etkilerini temsil eden seri dolaylı etki,  $a_1*a_3*b_2$ 'dir.  $X$ 'in  $M_1$  aracılığıyla  $Y$  üzerindeki spesifik dolaylı etkisi ise,  $a_1*b_1$  işleminin sonucudur.  $X$ 'in  $M_2$  aracılığıyla  $Y$  üzerindeki spesifik dolaylı etkisi  $a_2*b_2$ 'dir. Ayrıca,  $X$ 'in  $Y$  üzerindeki toplam dolaylı etkisi, seri dolaylı ve spesifik dolaylı etkilerin toplamıdır ( $a_1*a_3*b_2 + a_1*b_1 + a_2*b_2$ ). Öte yandan,  $X$ 'in  $Y$  üzerindeki doğrudan etkisi  $c'$  yol katsayısıdır. Son olarak,  $X$ 'in  $Y$  üzerindeki toplam etkisi ( $c$ ) ise, toplam dolaylı etki ve doğrudan etkinin toplamı olarak tahmin edilebilir veya  $c = (a_1*a_3*b_2 + a_1*b_1 + a_2*b_2) + c'$  hesaplamasıyla ortaya çıkartılabilir (Burt & Hampton, 2017, s. 382; Koschate-Fischer & Schwillle, 2018, s. 19). Paralel çoklu aracılık modelinde olduğu gibi, seri çoklu aracılık modelinde de toplam dolaylı etkinin yanı sıra spesifik dolaylı etkilerin önyüklemeye yöntemiyle test edilmesi önerilmektedir. Ayrıca, benzer şekilde seri çoklu aracılık modelinde de toplam dolaylı etkinin anlamlı olup olmadığına bakılmaksızın spesifik dolaylı etkiler araştırmacılar tarafından incelenmelidir (Hayes, 2018, s. 172; Koschate-Fischer & Schwillle, 2018, s. 22).

### 7. Aracılık Testlerinde Dikkat Edilmesi Gereken Diğer Hususlar

Yukarıda aracılık analizinde davranışsal iletişim araştırmacılarının dikkat etmesi gerekenler ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Fakat, aracı değişkenli modellerin test edilmesi bunların ötesinde bazı önemli unsurları da içermektedir. Araştırmacıların bu unsurların farkında olarak araştırma tasarımlarını ve analizlerini gerçekleştirmeleri önemlidir.

Araştırmacılar tarafından dikkat edilmesi gereken unsurların başında örneklem büyüklüğü gelmektedir. Literatüre bakıldığında, aracılık analizi yapan çalışmalarda, örneklem büyüklüğü genellikle yeterli güce ulaşmak için çok düşük kalmaktadır. Bu nedenle, aracılık analizinde uygun/yeterli örneklem büyüklüğü, yani  $1-\beta = 0,8$ 'lik bir güce aracılığı tespit etmek için gerekli örneklem büyüklüğü üzerinde durulması gereken bir konudur (Fritz & MacKinnon, 2007, s. 235; Koschate-Fischer & Schwillle, 2018, s. 39). Bu tür analizlerde yeterli örneklem büyüklüğü çıkarımsal yaklaşım, dolaylı etkinin ve diğer yolların büyüklüğü, ölçümlerin güvenilirliği ve aracı modelin karmaşıklığı gibi bazı önemli unsurlardan etkilenmektedir (Koschate-Fischer & Schwillle, 2018, s. 39). Özellikle, aracılık analizlerinde modelin karmaşık yapısı arttıkça örneklem sayısı da artmaktadır. Ayrıca, dolaylı etki boyutlarının düzeyi, madde sayısı ve faktör yüklerinin büyüklüğü azaldıkça yine örneklem büyüklüğüne duyulan ihtiyaç artacaktır (Sim vd., 2022, s. 95). Bu aşamada, örneklem büyüklüğü için literatürde farklı öneriler vardır. Örneğin, Fritz ve MacKinnon (2007, s. 237) yanlılığı düzeltilmiş güven aralığını kullanarak bir dolaylı etkiyi tespit etmede,  $1-\beta = 0,8$ 'lik bir güce ulaşmak için gereken minimum örneklem büyüklüğünün en az 400 olması gerektiğini ileri sürmektedir. Pieters (2017, s. 44) ise, en az 450 örnekleme ihtiyacı olduğunu belirtmektedir. Öte yandan, Schoemann vd. (2017) tarafından, araştırmacıların basit ve karmaşık aracılık modelleri için güç ve örneklem büyüklüğünü çok kolay bir şekilde belirlemelerine olanak sağlayan ve arka planda R tabanlı olarak çalışan “Dolaylı Etkiler için Monte Carlo Güç Analizi” isimli bir uygulama geliştirilmiştir. Araştırmacılar bu uygulamayı kullanarak hem güç oranlarını hem de örneklem büyüklüklerini basit bir şekilde hesaplayabilmektedirler<sup>3</sup>.

Aracılık analizlerinde bir başka dikkat edilmesi gereken unsur da etki büyüklüğüdür. Bakıldığında, etki büyüklüğü özellikle aracılık testlerinde araştırmacılar tarafından sıklıkla göz ardı edilmektedir. Oysaki, etki büyüklüğünün tahmin/yordama veya etkiye yönelik istatistiksel analizlerde büyük önemi vardır. Jose (2019, s. 252), etki büyüklüğü formülü- bu hesaplamaya aynı zamanda dolaylı etkinin toplam etki içindeki oranı (payı) ismi de verilmektedir- için dolaylı etki/toplam etki hesaplamasını önermektedir. Örneğin, toplam etki ( $a*b + c'$ ) .43 olarak bulunan bir aracılık analizinde, dolaylı etki ( $a*b$ ) .11 olarak ortaya çıkmış ise; .11/.43 sonucunda %26'lık bir oran ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle,  $X$ 'in  $Y$  üzerindeki toplam etkisinin yaklaşık dörtte birinde (%26)  $M$ 'nin payı vardır. Öte yandan, Mackinnon (2008, s. 85) bu ortaya

<sup>3</sup> [https://schoemanna.shinyapps.io/mc\\_power\\_med/](https://schoemanna.shinyapps.io/mc_power_med/) adresinden uygulamaya erişim sağlayabilirsiniz.

çıkan oranın daha sağlıklı bir şekilde yorumlanması için en az 1000 örneklem büyüklüğüne ihtiyaç olduğunu öne sürmektedir.

Bir diğer konu ise, değişkenlerin veri türüdür. Aracılık analizlerinde değişken türleri genellikle sürekli değişken olsa da bazen **X** veya **M** kategorik değişken türünde de olabilmektedir (Burt & Hampton, 2017, s. 382; Jose, 2019, s. 249). Fakat, **Y**'nin kategorik olması bu analizler için uygun olmadığının araştırmacılar farkında olması gerekmektedir.

Son olarak, aracı değişken içeren araştırma modeli oluştururken, analiz ederken ve raporlarken davranışsal iletişim araştırmacılarının makale içerisinde uygun bölümlerde bunları sunmaya dikkat etmesi beklenmektedir (Bkz. Tablo 2). Örneğin, aracı değişken ile ilgili hipotezler giriş veya daha çok literatür taraması bölümünde sunulması gerekirken<sup>4</sup>, dolaylı etkinin analiz edilmesi ve çıktıların sunulması bulgular bölümünde yer almalıdır (Jose, 2019, s. 249).

**Tablo 2.** Aracılık Analizi için Öneriler

Öneriler	Makale Bölümü*
1. Aracılık için hipotezler, modelinin oluşturulması, modele dahil edilen değişkenler arasında zamansal tahminine ve muhtemelen nedensel etkilerin inceleneceği anlayışına dayanmaktadır. Bu hipotezleri geliştirmek için bölümlenme veya iletilimsel yaklaşım kullanılmalıdır.	G/L
2. Değişkenlerin aracılık modeline dahil edilmesi için uygun olması gerekmektedir.	Y
3. Hazırlanan veri setinin önerilen aracılık modeli için uygun olmasına dikkat edilmelidir.	Y
4. Dolaylı etkinin bir analizinin yapılması için veri analiz yöntemlerinin hassas, doğru ve yansız (unbiased) olmasına özen gösterilmelidir.	Y
5. Aracılık analiz çıktıların uygun olması ve açık bir şekilde raporlanması gerekmektedir.	B
6. Ölçümleme hatalarından (örneğin, çoklu doğrusallık) kaçınılması önemlidir.	B
7. Etki büyüklüğü oranlarının uygun bir şekilde ortaya çıkartılması ve yorumlanması gerekmektedir.	B
8. Aracılık/hipotez testi sonuçlarının tartışılması, teoriye ve uygulamaya katkısının sunulması önemlidir.	T

\* G= Giriş, L = Literatür taraması, Y= Yöntem, B= Bulgular, T= Tartışma.

**Kaynak:** Jose (2019, s. 249)

## 8. Sonuç

Davranışsal iletişim araştırmacılarının son yıllarda araştırma modellerine aracı değişkenleri dahil etmeye başladığı sıklıkla gözlemlenmektedir. Özellikle iletişim alanındaki dergi editörleri ve hakemlerin teorilerin altında yatan ‘mekanizmalar’ ve ‘süreçlere’ öncelik verdiği ve yazarların da ayrıntılı veya daha karmaşık modellere son dönemde eğilim göstermeleri, PROCESS gibi analiz yöntemlerinin ücretsiz ve kullanımının kolay olması göz önüne alındığında aracı değişkenli modeller iletişim alanındaki dergilerde daha fazla sayıda yer almaya başlamıştır (Chan vd., 2022, s. 476). Ancak aracı değişkenin modele dahil edilmesi ve uygulanmasında bu testin felsefik arka planının yeterince anlaşılması ve bu doğrultuda metodolojik olarak belirli alışılmış ve ezber uygulamaların sergilendiği gözlemlenmektedir. Bu çalışmada, mevcut sorunsaldan yola çıkarak davranışsal iletişim araştırmacılarına aracılık analizlerinde dikkat etmesi gereken unsurları detaylıca açıklamaya ve önerilerde bulunmaya çalışılmıştır.

Özellikle iletişim alanında, medya etkilerinin koşullarını belirleyebilmek birçok medya etki teorisinin önemli bir özelliği olarak karşımıza çıkmakta ve bu etkilerin doğrudan değil dolaylı bir şekilde (aracı değişkenler vasıtasıyla) ortaya çıkabilmesine dikkat edilmektedir (Valkenburg vd., 2016, s. 324). Bu teorilerin davranışsal iletişim araştırmacıları tarafından test edilmesi için aracılık analizinin doğru bir şekilde anlaşılması ve uygulanması büyük önem arz etmektedir. Kline (2015, s. 210), aracılık testi uygulayan çalışmaların çoğunun, aracılık kurmak için yetersiz olan araştırma tasarımlara veya analiz stratejilerine sahip olmasından dolayı mevcut literatürün nispeten azının gerçekten değerli olduğunu öne sürmektedir. Bu nedenle, güçlü ve geçerli aracılık testlerini uygulanması için araştırma tasarımının da bu doğrultuda olması beklenmektedir. Araştırma tasarım ile birlikte düşüldüğünde, davranışsal iletişim araştırmacılarının daha sağlam aracı değişkenli modeller yoluyla iletişim teorilerini test etmek için özellikle deneysel veya boylamsal

<sup>4</sup> Özellikle ulusal iletişim alanında araştırmacıların yanlış bir uygulama olarak sadece aracılık ile ilgili değil diğer ampirik araştırmalarındaki hipotezleri veya araştırma sorularını, genellikle teorik gerekçe veya literatür arka planı olmaksızın, literatür taraması (kavramsal çerçeve/teorik arka plan) bölümü yerine yöntem bölümünde sundukları görülmektedir. Bu yanlış uygulamanın düzeltilmesi ulusal literatürdeki yayınların kalitesinin artması adına önem arz etmektedir.

tasarıma sahip araştırmalar planlamalıdır. Aynı zamanda, dolaylı etkiyi desteklemek için uygun bir teori mevcutsa ve önceki araştırmalar dolaylı etkiyi test etmiş ve de doğrulamışsa hipotez geliştirme sürecinde iletilimsel yaklaşımı kullanmaları daha makul olabilir. Ayrıca, kitle iletişim teorilerine yönelik daha sağlam ve geçerli testler için araştırma modellerine birden fazla potansiyel aracı değişken (çoklu aracılık) eklemeleri tavsiye edilmektedir. Bunun yanı sıra, basit veya çoklu aracılık modellerini test etmeden önce araştırma tasarımı esnasında örneklem sayısı ve güç oranını belirlemeleri gerekmektedir. Testin uygulanmasında ise, davranışsal iletişim araştırmacıları örtük yaklaşım yerine açık yaklaşımı tercih etmeli ve özellikle önyükleme ile aracılık analizlerini gerçekleştirmelidirler. Açık yaklaşımlar doğrultusunda her ne kadar doğrudan etki veya toplam etkinin anlamlı olup olmadığı, dolaylı etki için dikkat edilmesi gereken bir unsur olmasa da araştırmacılar çalışmanın şeffaflığı açısından bu katsayıları da raporlamaları önemlidir. Öte yandan, ortaya çıkan dolaylı etkiyi yorumlarken özellikle kısmi veya tam aracılık gibi sınıflandırmalardan uzak durulmalı ve sadece dolaylı etkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı tartışılmalıdır. Bunun yanı sıra, ortaya çıkan dolaylı etkinin toplam etki içindeki oranının da etki büyüklüğü formülü (Jose, 2019, s. 252) yoluyla hesaplanarak raporlanması araştırmacılara önerilmektedir. Son olarak, araştırmacılar aracı değişken içeren araştırma modeli oluştururken, analiz ederken ve raporlarken çalışma içerisinde uygun bölümlerde bunları sunmaya özen göstermelidirler.

Bu çalışma, aracılık testi için 'genel resmi' ortaya koymak adına matematiksel formüllere girmeden temel ve orta düzeyde uygulama ve sorunların yalnızca bir kısmını temsil etmektedir. Aracı değişkenli modeller veya aracılık analizi için çok daha fazla soru işareti özellikle davranışsal iletişim araştırmacıları arasında mevcuttur. Bu nedenle, okuyucular bu çalışmayı konu üzerine daha fazla düşünmek, araştırma modellerini tasarlamak ve bu modelleri test etmek için bir başlangıç noktası olarak değerlendirmelerini öneriyoruz. Ayrıca, bu çalışmada aracı değişken modellerinden sadece basit, paralel ve seri aracılık modelleri ele alınmıştır. Oysaki, düzenleyici değişkenlerin de modelde yer aldığı daha ileri düzeyde aracı değişkenli modeller de mevcuttur. Davranışsal iletişim araştırmacıları, teori testi veya revize edilmesinde düzenleyici (moderation) veya düzenlenmiş aracılık (moderated-mediation) model türlerini de göz önünde bulundurmaları önemlidir. Bunun yanı sıra, bu çalışma tamamen aracılık testi odağında gerçekleştirilmiştir. Oysaki, iletişim veya kitle iletişim teorilerini geliştirme veya test etmede değişkenler arasındaki ilişkilerin 'ne zaman' veya 'hangi koşullarda' gerçekleştiğini açıklayan düzenleyici değişkenli (**W**) modeller de söz konusudur (Bozkurt, 2021). Gelecekte, davranışsal iletişim araştırmalarında düzenleyici değişkenin felsefesini, tasarımını ve uygulanmasını ele alan çalışmalara fazlasıyla ihtiyaç vardır. Öte yandan, özellikle iletişim alanında ulusal doktora programlarında istatistik ve yazılım öğretiminin yanı sıra belki de daha önemlisi teorilerin altında yatan 'mekanizmalar' ve 'süreçleri' ortaya çıkartmak ve nedensel çıkarımlar yapmak için sıkı (rigorous) araştırma tasarımı eğitimlerinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi gerekmektedir. Son olarak, bu çalışma her ne kadar davranışsal iletişim araştırmaları odağında hazırlansa da çalışmanın diğer davranışsal sosyal bilim araştırmacılarının yanında dergi editörleri ve hakemlerine de aracı değişkenli model konusunda rehberlik etmesi beklenmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, aracı değişkenleri test etmek için önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu işlev ile birlikte araştırmacılar tarafından aracı değişkenli modeller daha kapsamlı ve gerçeğe uygun bir şekilde incelemeleri ve özellikle iletişim ve medyaya yönelik ilişkileri ele almada daha tatmin edici ve eksiksiz açıklamalar elde etmeleri beklenmektedir. Bu doğrultuda, davranışsal iletişim araştırmacılarının bu çalışmada aracılık testi ile ilgili olarak ileri sürülen tavsiye ve görüşleri dikkate alarak güncel gelişmeler doğrultusunda model testlerini gerçekleştirmeleri arzulanmaktadır.

## 9. Extended Abstract

In most behavioural communication research, researchers usually focus on analysing the relationship between the independent and dependent variables to examine hypotheses identified based on literature or theory (Namazi & Namazi, 2016, p. 541). However, in this type of research, mediation or moderating variables can be identified to more accurately and functionally determine the nature of the investigation and explain the type and effects of the relationship between these variables (Namazi & Namazi, 2016, p. 545). Mediation variables provide explanations of 'why' and 'how' the relationships between variables are realized. In the field of communication, being able to identify the conditions of media effects is an

important feature of many media effects theories, and care is taken to ensure that these effects can occur indirectly rather than directly (Valkenburg et al., 2016, s. 324). In order to test these theories by behavioural communication researchers, it is crucial to understand and apply mediation analysis correctly. According to the literature, it is argued that mediation should be examined to understand better the role of the media in many contexts (Holbert & Stephenson, 2003, p. 559). Because if one or more mediating variables are not considered by communication and media researchers, the relationships between variables cannot be fully understood (Raykov & Marcoulides, 2006, p. 7). Thus, this can lead to significant problems in theory development and revision.

In recent years, behavioural communication researchers have started to include mediation variables in their research models. However, it is observed that the philosophical background of the inclusion and application of the mediation variable in the research model is not sufficiently understood, and in this direction, certain methodologically conventional and rote practices are exhibited. Based on the current problem, in this study, we attempted to explain in detail the elements that behavioural communication researchers should pay attention to in mediation analyses and make suggestions.

This study's results suggest behavioural communication researchers should plan future research with an experimental or longitudinal design to test media effects theories through more robust mediated variable models. Furthermore, suppose an appropriate theory is available to support indirect effects, and previous research has tested and confirmed these effects. In that case, it makes more sense to use the transmission approach in hypothesis development. They are also advised to include more than one potential mediation variable (multiple mediations) in their research model for more robust and valid tests of mass communication theories. Regarding the application of the test, behavioural communication researchers should prefer the explicit approach instead of the traditional Baron and Kenny (1986) approach (implicit approach) and conduct mediation analyses, especially with bootstrapping. On the other hand, when interpreting the indirect effect, one should avoid partial or full mediation classifications and only discuss whether there is an indirect effect" in addition, it is recommended that the proportion of the indirect effect in the total effect should be calculated and reported through the effect size formula (Jose, 2019, s. 252). Finally, researchers should take care to present them in the appropriate sections of the study when creating, analysing, and reporting a research model with mediation variables.

This study is expected to make important contributions to the literature. The study provides an overview of the general considerations in mediation tests, especially in the field of communication and media. In addition, another important contribution of this study is to raise awareness and support the publication of more qualified scientific studies, especially for national behavioural communication researchers who use or plan to use mediation variables in their research models. We suggest that readers consider this study as a starting point for further reflection on the topic, designing research models, and testing these models. Finally, not only communication researchers but also other behavioural social sciences, such as sociology, psychology, social psychology, management, marketing, and education researchers, as well as journal editors and reviewers, might benefit from the outputs of this study.

**Keywords:** Mediating Variable, Mediation Model, Mediation Test, Mediation Analysis, Indirect Effect, Behavioural Communication Research

### Kaynakça

Abeza, G., & Sanderson, J. (2022). Theory and social media in sport studies. *International Journal of Sport Communication*, 28(6), 1–9. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2022-0108>.

Aguinis, H., Edwards, J. R., & Bradley, K. J. (2017). Improving our understanding of moderation and mediation in strategic management research. *Organizational Research Methods*, 20(4), 665-685. <https://doi.org/10.1177/1094428115627498>

Alfons, A., Ateş, N. Y., & Groenen, P. J. F. (2022). A robust bootstrap test for mediation analysis. *Organizational Research Methods*, 25(3), 591-617. <https://doi.org/10.1177/1094428121999096>

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>

- Bozkurt, S. (2021). *Pazarlama alanında en sık kullanılan Process makro modellerinin veri setleriyle incelenmesi*. Ekin Yayınevi.
- Bullock, H. E., Harlow, L. L., & Mulaik, S. A. (1994). Causation issues in structural equation modeling research. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 1(3), 253-267. <https://doi.org/10.1080/10705519409539977>
- Burt, I., & Hampton, C. (2017). Moderation and mediation in behavioural accounting research. İçinde T. Libby & L. Thorne (Ed.), *The routledge companion to behavioural accounting research* (ss. 373-387). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315710129-24>
- Chan, M., Hu, P., & K. F. Mak, M. (2022). Mediation analysis and warranted inferences in media and communication research: Examining research design in communication journals from 1996 to 2017. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(2), 463-486. <https://doi.org/10.1177/1077699020961519>
- DiCiccio, T. J., & Efron, B. (1996). Bootstrap confidence intervals. *Statistical Science*, 11(3). <https://doi.org/10.1214/ss/1032280214>
- Dolma, S. (2021, 9 Ocak). *Online eğitim "nicel veri analizlerinde aracı değişken mediator kavramı ve aracı değişkenli modeller"* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_NsOYFJy4wU&t=3847s&ab\\_channel=NecmettinErbakan%C3%9Cniversitesi](https://www.youtube.com/watch?v=_NsOYFJy4wU&t=3847s&ab_channel=NecmettinErbakan%C3%9Cniversitesi)
- Fang, J., Wang, X., Wen, Z., & Zhou, J. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between emotional support from social media and phubbing behavior. *Addictive Behaviors*, 107, 106430. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106430>
- Fritz, M. S., & MacKinnon, D. P. (2007). Required sample size to detect the mediated effect. *Psychological Science*, 18(3), 233-239. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01882.x>
- Fritz, M. S., Taylor, A. B., & MacKinnon, D. P. (2012). Explanation of two anomalous results in statistical mediation analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 47(1), 61-87. <https://doi.org/10.1080/00273171.2012.640596>
- Guide, V. D. R., & Ketokivi, M. (2015). Notes from the Editors: Redefining some methodological criteria for the journal. *Journal of Operations Management*, 37(1), v-viii. [https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(15\)00056-X](https://doi.org/10.1016/S0272-6963(15)00056-X)
- Gürbüz, S. (2019). *Sosyal bilimlerde aracı, düzenleyici ve durumsal etki analizleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S., & Bayık, M. E. (2021). Aracılık modellerinin analizinde yeni yaklaşım: Baron ve Kenny'nin yöntemi hâlâ geçerli mi? *Türk Psikoloji Dergisi*, 37(99), 1-14. <https://doi.org/10.31828/tpd1300443320191125m000031>
- Hair, J. F., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2019). *Multivariate data analysis* (8th edition). Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd Edition). SAGE Publications.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication Monographs*, 76(4), 408-420. <https://doi.org/10.1080/03637750903310360>
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd Edition). The Guilford Press.
- Hayes, A. F., & Preacher, K. J. (2013). Conditional process modeling: Using structural equation modeling to examine contingent causal processes. İçinde *Structural equation modeling: A second course* (2nd Edition, ss. 219-266). IAP Information Age Publishing.
- Hayes, A. F., & Rockwood, N. J. (2017). Regression-Based Statistical Mediation and Moderation Analysis in Clinical Research: Observations, Recommendations, and Implementation. *Behaviour Research and Therapy*, 98, 39-57. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2016.11.001>
- Holbert, R. L., & Stephenson, M. T. (2003). The importance of indirect effects in media effects research: Testing for mediation in structural equation modeling. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(4), 556-572. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4704\\_5](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4704_5)
- Jose, P. E. (2013). *Doing statistical mediation and moderation*. The Guilford Press.



- Jose, P. E. (2016). The merits of using longitudinal mediation. *Educational Psychologist*, 51(3-4), 331-341. <https://doi.org/10.1080/00461520.2016.1207175>
- Jose, P. E. (2019). Mediation and moderation. İçinde G. R. Hancock, L. M. Stapleton, & R. O. Mueller (Ed.), *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences* (2nd Edition, ss. 248-259). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315755649>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Kenny, D. A. (2021, Mayıs 4). *Mediation*. <https://davidakenny.net/cm/mediate.htm>
- Kline, R. B. (2015). The mediation myth. *Basic and Applied Social Psychology*, 37(4), 202-213. <https://doi.org/10.1080/01973533.2015.1049349>
- Koschate-Fischer, N., & Schulle, E. (2018). Mediation analysis in experimental research. İçinde C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Ed.), *Handbook of market research* (ss. 1-49). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_34-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_34-1)
- Koshksaray, A. A., Franklin, D., & Heidarzadeh Hanzae, K. (2015). The relationship between e-lifestyle and internet advertising avoidance. *Australasian Marketing Journal*, 23(1), 38-48. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2015.01.002>
- LeBreton, J. M., Wu, J., & Bing, M. N. (2009). The truth (s) on testing for mediation in the social and organizational sciences. İçinde E. C. Lance & J. R. Vandenberg (Ed.), *Statistical and methodological myths and urban legends: Doctrine, verity and fable in the organizational and social sciences* (ss. 107-141). Routledge.
- MacKinnon, D. (2008). *Introduction to statistical mediation analysis*. Routledge.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, J. M., West, S. G., & Sheets, V. (2002). A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects. *Psychological Methods*, 7(1), 83-104. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.1.83>
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., & Williams, J. (2004). Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128. [https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3901\\_4](https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3901_4)
- McLeod, J. M., Kosicki, G. M., & Pan, Z. (1991). On understanding and misunderstanding media effects. İçinde J. Curran & M. Gurevitch (Ed.), *Mass media and society* (ss. 235-266). Edward Arnold.
- Memon, M. A., Cheah, J.-H., Ramayah, T., Ting, H., & Chuah, F. (2018). Mediation analysis issues and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 2(1), 1-9.
- Namazi, M., & Namazi, N.-R. (2016). Conceptual analysis of moderator and mediator variables in business research. *Procedia Economics and Finance*, 36, 540-554. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30064-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30064-8)
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849-1864. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302>
- Pesämaa, O., Zwikael, O., Hair, J. F., & Huemann, M. (2021). Publishing quantitative papers with rigor and transparency. *International Journal of Project Management*, 39(3), 217-222. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2021.03.001>
- Pieters, R. (2017). Meaningful mediation analysis: Plausible causal inference and informative communication. *Journal of Consumer Research*, 44(3), 1-69. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx081>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008a). Contemporary approaches to assessing mediation in communication research. İçinde A. Hayes, M. Slater, & L. Snyder, *The sage sourcebook of advanced data analysis methods for communication research* (ss. 13-54). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452272054.n2>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008b). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Preacher, K. J., & Selig, J. P. (2012). Advantages of monte carlo confidence intervals for indirect effects. *Communication Methods and Measures*, 6(2), 77-98. <https://doi.org/10.1080/19312458.2012.679848>

Ramayah, T., Hwa, C., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. (2018). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0: An updated and practical guide to statistical analysis* (2nd edition). Pearson.

Rasoolimanesh, S. M., Wang, M., Roldán, J. L., & Kunasekaran, P. (2021). Are we in right path for mediation analysis? Reviewing the literature and proposing robust guidelines. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 395-405. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.013>

Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2006). *A first course in structural equation modeling* (2nd Edition). Lawrence Erlbaum Associates.

Rijnhart, J. J. M., Lamp, S. J., Valente, M. J., MacKinnon, D. P., Twisk, J. W. R., & Heymans, M. W. (2021). Mediation analysis methods used in observational research: A scoping review and recommendations. *BMC Medical Research Methodology*, 21(1), 226-244. <https://doi.org/10.1186/s12874-021-01426-3>

Rucker, D. D., Preacher, K. J., Tormala, Z. L., & Petty, R. E. (2011). Mediation analysis in social psychology: Current practices and new recommendations: Mediation analysis in social psychology. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(6), 359-371. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2011.00355.x>

Rungtusanatham, M., Miller, J. W., & Boyer, K. K. (2014). Theorizing, testing, and concluding for mediation in scm research: Tutorial and procedural recommendations. *Journal of Operations Management*, 32(3), 99-113. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2014.01.002>

Schoemann, A. M., Boulton, A. J., & Short, S. D. (2017). Determining power and sample size for simple and complex mediation models. *Social Psychological and Personality Science*, 8(4), 379-386. <https://doi.org/10.1177/1948550617715068>

Sim, M., Kim, S.-Y., & Suh, Y. (2022). Sample size requirements for simple and complex mediation models. *Educational and Psychological Measurement*, 82(1), 76-106. <https://doi.org/10.1177/00131644211003261>

Slater, M. D., Hayes, A. F., & Snyder, L. B. (2008). Overview. İçinde A. F. Hayes, M. D. Slater, & L. B. Snyder (Ed.), *The Sage sourcebook of advanced data analysis methods for communication research* (ss. 1-12). Sage Publications.

Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological Methodology*, 13, 290. <https://doi.org/10.2307/270723>

Soper, D. (2022, Haziran 29). *Free sobel test calculator for the significance of mediation—Free statistics calculators*. <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>

Şen, S. (2020). *Mplus ile yapısal eşitlik modellemesi uygulamaları*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Thoemmes, F., & Lemmer, G. (2019). Mediation analysis revisited again. *Australasian Marketing Journal*, 27(1), 52-56. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.10.011>

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media effects: Theory and research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315-338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>

Yuan, Y., & MacKinnon, D. P. (2009). Bayesian mediation analysis. *Psychological Methods*, 14(4), 301-322. <https://doi.org/10.1037/a0016972>

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206. <https://doi.org/10.1086/651257>

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 49 • E-ISSN 2667-4750

### YAZIM KURALLARI

1. Dergi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün bilimsel içerikli-hakemli yayımdır ve yılda 3 defa (Nisan, Ağustos ve Aralık) yayınlanır. Dergide Sosyal Bilimler alanında yapılmış araştırmalara yer verilir.
2. Dergide yayınlanacak eserlerin daha önce hiçbir bilimsel dergide yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Dergide makale yazım dili Türkçe ve İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında TDK İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.
4. Dergimize gönderilecek çalışmalarda “anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar” için, çalışmaya başlamadan önce çalışmanın yapılmasına izin verildiğine dair Etik Kurul Kararı alınmalı ve bundan sonra çalışma tamamlanmalıdır. Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.
5. Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgiler (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca makale ilk/son sayfasında yer verilmelidir. Olgu sunumlarında, bilgilendirilmiş gönüllü olur/onam formunun imzalandığına dair bilgiye makalede yer verilmesi gereklidir.
6. Makaleler, A4 boyutundaki (210 x 297 mm) dikey kağıda; üst ve alt kenarlardan 3,5 cm., sağ ve sol kenarlardan 2,5 cm. boşluk bırakılarak ve iki yana yaslı olarak “Garamond” karakterinde 11 punto olarak yazılmalı; tüm metin (kaynaklar ve genişletilmiş özet dahil) 10.000 kelimedenden fazla olmamalıdır.
7. Dergiye gönderilecek makaleler Microsoft Word programında yazılmalıdır. Çalışmanın başlığı ilk harfleri büyük olacak şekilde ve koyu olarak çalışmanın ortasına gelecek şekilde “Garamond” yazı karakteriyle 16 punto olmalıdır. Başlığın hemen altına çalışmanın ait olduğu bilim dalı (örneğin işletme, iktisat, uluslararası ilişkiler vb.) ve çalışmanın türü (araştırma / bildiri / tanıtım / derleme / olgu sunumu) belirtilmelidir.
8. Çalışmanın başlığının hemen altında bir satır boşluk bırakarak yazar veya yazarların adları yazılmalı; unvanı, çalıştığı kurum (üniversite), <https://orcid.org/register> adresinden alınan yazar numaraları ve mail adresleri ise (\*) işaretiyle dipnot şeklinde sayfanın alt kısmında verilmelidir. Yapılan çalışma herhangi bir kurum tarafından destek görmüşse, makalenin ana başlığının son kelimesi üzerine (\*) konularak destek veren kurumun adı aynı sayfada dipnot olarak verilmelidir.
9. Çalışmanın özeti yazar ve yazar adlarından sonra bir satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Çalışmanın Türkçe özeti en az 150, en çok 200 kelime olmalıdır. Özet “Garamond” karakterinde ve 9 punto olarak yazılmalıdır.
10. Çalışmada en az 3 ve en çok 7 kelimedenden oluşan Türkçe anahtar kelimeleri bulunmalıdır.
11. Çalışmanın İngilizce başlığı, özeti, anahtar kelimeleri ve çalışmanın türü yukarıda belirtilen kıstaslar göz önünde bulundurularak Türkçe anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bulundurularak yazılmalıdır. Çalışmanın İngilizce özeti çalışmanın bir özeti olarak düşünülmeli ve en az 150, en çok 200 kelime olmalıdır.
12. Makalelerde 600-800 kelime İngilizce genişletilmiş özet bulunmalıdır. Çalışmanın İngilizce başlığı İngilizce özet üzerinde sunulmalıdır. Genişletilmiş özet, araştırma ile ilgili, amaç, problem, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerini kapsamalıdır. Genişletilmiş özeti altında, çalışmanın içeriğini temsil eden 3-7 İngilizce anahtar kelime bulunmalıdır. Makalede İngilizce genişletilmiş özet, kaynakça kısmından önce yer almalıdır. İngilizce genişletilmiş özet sadece Türkçe makalelerde zorunludur. İngilizce makaleler için genişletilmiş özet istenmez.
13. Çalışmanın ana metni, Giriş bölümü başta olmak üzere İngilizce anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bırakılarak yazılmaya başlanmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklarda numaralandırma yapılmamalıdır. Bütün başlıklar ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklardan önce bir satır boşluk bırakılmalıdır.
14. Çalışma boyunca yazılacak metin sırasında kullanılacak paragraf ölçüleri ise metin iki yana yaslı olmalı, ilk satır 0,5 cm. ve en az 12nk satır aralığı kullanılmalıdır.
15. Çalışmada kullanılacak şekiller ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve şeklin altında yer almalıdır. Şeklin ismini hemen altında ise şeklin kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Şekillerin kaynakçasında kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
16. Çalışmada kullanılacak tablolar ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve tablonun üstünde yer almalıdır. Tablonun hemen altında ise tablonun kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Tablolarda ve tablonun kaynakçasında kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
17. Dergimizde tez özetleri içerisinde, yayın politikası gereğince sadece doktora tez özetleri yayımlanabilmektedir.
18. Dergiye gönderilen çalışmalar, başvuru aşamasında beyan edilen intihal raporu çerçevesinde değerlendirilir. Araştırma ve yayın etiğine uygun bulunmayan veya intihal riski tespit edilen makaleler değerlendirilmeye tabi tutulmamaktadır. Bu çerçevede TURNITIN ya da İThenticate tarama programlarınınca tespit edilen benzerlik oranının %15'nin üzerinde olması halinde, ilgili çalışma hakem onayı olsa bile yayımlanamaz. Eğer durum fark edilmeden çalışma yayımlanmış ise durumun fark edilmesiyle birlikte, ilgili çalışmaya erişim engellenerek çalışma yayım listesinden ve tam sayıdan çıkarılır. Yine rapor doğrultusunda makalelerin tek bir kaynağa benzerlik oranı % 3 üzeri olamaz. Başvuru esnasında yazar(lar), çalışma ile birlikte, TURNITIN ya da İThenticate raporunu sisteme yüklemelidir.

19. Dergimize makale gönderimi yalnızca DergiPark sistemi üzerinden yapılmaktadır. Dergiye makale gönderebilmek için DergiPark kullanıcı hesabına ve ORCID ID numarasına sahip olunması gerekmektedir.

20. Dergiye gönderilecek

- Türkçe makaleler için;

Ana Başlık; Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar belirtilmeli ve e-posta adresi verilmeli); Özet; Anahtar Kelimeler; İngilizce Başlık; Abstract; Keywords; Giriş; Materyal ve Metot; Bulgular ve Tartışma (veya Bulgular); Sonuç (veya Tartışma ve Sonuç); İngilizce Genişletilmiş Özet ve Kaynaklar şeklinde düzenlenmelidir.

- İngilizce makaleler için;

İngilizce ana başlık, Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar-corresponding author belirtilmeli ve e-mail adresi verilmeli); Abstract; Keywords; Türkçe Başlık; Özet; Anahtar Kelimeler; Introduction; Material and Methods; Results (or Results and Discussion); Discussion and Conclusion (or Conclusion); References şeklinde düzenlenmelidir.

21. Yararlanılan kaynaklar metin içerisinde Yazar soyadı, yıl ve sayfa numarası sistemine göre belirtilmeli ve yazar isimleri baş harfi büyük diğer harfler küçük olarak yazılmalıdır. İki yazarlı kaynak bildiriminde ve (makale İngilizce hazırlanmışsa and); üç veya daha fazla kaynak bildiriminde vd., (makale İngilizce hazırlanmışsa et al.) kısaltması kullanılmalıdır. Metin içerisinde kullanılan kaynaklar, metin sonunda (kaynaklar kısmında) numara kullanılmadan alfabetik sıraya göre verilmelidir.

Metin içi göndermelerde (atıflarda) ve kaynakça yazımında APA 7 sürümü esas alınmalıdır. Makalelerin metin içi atıflar ve kaynakçalarının Endnote veya Microsoft Word Office vb. gibi referans araçları ile APA 7'ye göre düzenlenmiş olarak gönderilmesi zorunludur. Kaynakça düzeni uygun olmayan, statik metne dönüştürülen, el ile oluşturulan referans ve kaynakçanın yer aldığı metinler yazara iade edilir.

- Tek yazar olması durumunda; (Hotamış, 2007)

- İki yazar olması durumunda; (Hotamış & Bayhan, 2009)

- İki'den fazla yazar olması durumunda; (Hotamış vd., 2006)

- Birden fazla yazar ard arda verilmesi durumunda; (Hotamış, 2005; Hotamış & Bayhan, 2006; Karasan vd., 2007)

22. Aynı yazara ait aynı yıl yayınlanmış eserlerin metin içerisinde gösterimi (Hotamış, 2008a; 2008b) şeklinde olmalıdır.

23. Yazar ismi belli olmadığı durumlarda, Türkçe kaynak için hem metin içerisinde hem de kaynaklar bölümünde Anonim, yıl ifadesi kullanılmalıdır. Yazarı belli olmayan yabancı kaynak ise, metin içerisinde Anon. yıl, kaynaklar bölümünde ise Anonymous yıl olarak verilmelidir.

24. İnternet kaynakları ise, metin içerisinde (Hotamış, 2003) yıl şeklinde verilmelidir.

Kaynaklar bölümünde ise, URL, yıl şeklinde gösterilip sayfa adresi açıkça yazılmalıdır.

#### ÖRNEKLER

- Makaleler:

Yıldız, H. (2019). Eski Türkçe ile Yakutçanın karşılaştırmalı söz varlığı: Ünlüyle başlayan sözcükler. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi, 59(1), 233-254. doi: 10.26650/TUDED2019-0010.

Balcı, Ş., Tanacı, F., Dağlı, A. N., & Bayrak, E. (2019). 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Sürecinde Siyasal Bilgilenme Ve Medya: Eğitim Düzeyine Göre Bir Karşılaştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 1-16. doi: 10.17680/erciyesiletisim.424135.

- Bildiriler:

Bilkan, A. F. (2007). Amasya'nın Osmanlı dönemi kültür hayatındaki yeri ve önemi. Y. Bayram (Haz.), I. Amasya Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri içinde (s. 611-620). Hilal Yayınları.

- Kitaplar/ Kitapta Bölüm

Davutoğlu, A. (2001). Stratejik Derinlik, Türkiye'nin Uluslararası Konumu. Küre Yayınları.

Steinberg, A. (2014). Genç Seçmenler ve Web 2.0 ile Politik Katılım: Facebook Genç Vatandaşların Seçime Katılımını Artırabilir mi?. İçinde Barış Çoban (Ed.), Sosyal Medya Devrimi (ss. 154-171), Su Yayınevi.

Moy, P., Xenos, M. A., & Hussain, M. M. (2013). News and political entertainment effects on democratic citizenship. In E. Scharrer (Ed.), The international encyclopedia of media studies. (pp. 463-483), Wiley-Blackwell.

- Tezler:

Özkan, T. (1997). Ticari bankacılıkta kredi fiyatlandırma teknikleri. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para ve Banka Anabilim Dalı.

- Ansiklopediler

Bergmann, P.C. (1993). Relativity. In The new encyclopedia Britannica (Vol. 26, pp. 501-508). Encyclopedia Britannica.

- Elektronik Kaynaklar

McDonnell, J. (2019). Municipality Size, Political Efficacy and Political Participation: A Systematic Review. Local Government Studies, <https://doi.org/10.1080/03003930.2019.1600510>, [Accessed: 10 September 2019].

<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-Instagram-users/>. [Accessed: 11 March 2019].

- Süreli Yayınlar / Dergiler:

Yücelt, U. ve Marcella, M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: an Empirical Investigation. Journal of Travel Research, 34(4), 32- 38. doi:10.1177/004728759603400405.

- Kurum Yayını:

İTO (2003), Ekonomik Rapor, İTO Yayınları No: 2003-57.

25. Makale dergi editörlüğüne sunulmadan önce yazım kurallarına uygunluğu kontrol edilmelidir.

26. Yayımlanan yazı ve çevirilerin her türlü sorumluluğu yazara aittir.

27. Metinle ilgili her türlü düzeltme yazar(lar) tarafından yapılır.

28. Dergiye gönderilecek makalelere ait ilk başvuru <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed> adresinden yapılmalıdır.

## YAZIM KURALLARI

29. Dergide yayınlanacak yazıların yazım ve dilbilgisi kurallarına uygun olması şarttır. Dergi Yayın Kurulu, gerekli gördüğü takdirde eserin sahibinden içerik ve şekil bakımından değişiklikler isteme hakkına sahiptir.

30. Dergi Yayın Kurulu, biçim ve dizayn açısından uygun bulduğu yazıları bilgisayar programı tarafından random atanan iki hakeme gönderir, makaleler hakemlerden ikisinin kabul onayı ile hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayınlanır.

31. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nde yayımlanan akademik içeriğin kullanım hakları, aksi belirtilmediği sürece Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND4.0) lisansı altındadır. Bu lisans ile dergide yayınlanan akademik içerik alıntı kurallarına uymak suretiyle indirilebilir ya da paylaşılabilir ancak değiştirilemez ve ticari amaçla kullanılamaz.

32. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nde, yazarlar, yıl içerisinde bir kez makale yayınlama hakkına sahiptir.